SCIENZA
e-ISSN: 3028-3469 (En línea)
Vol. 4 N°. 4 /Enero-Junio 2025/pp. 31-37 Ocaña, Colombia
©Corporación de Gestión Empresarial, Investigativa y de Proyectos

Factores de éxito empresarial por emprendedores del sector de las papelerías de Ocaña, Colombia

Factors Contributing to Business Success According to Entrepreneurs in the Stationery Store Sector in Ocaña, Colombia

Adriana Lucía - Mantilla Acosta
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia.
https://orcid.org/0009-0008-7523-7527
Email: almantillaa@ufpso.edu.co
Juan José - Lobo Lobo
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia.
https://orcid.org/0009-0009-4679-4006
Email: jjlobol@ufpso.edu.co
Kelly Lorena Pineda – López
Coautora
Corporación de Gestión Empresarial, Investigativa y de Proyectos, Colombia
https://orcid.org/0000-0002-8558-6551
kellylorena77@gmail.com

Resumen

Lo que inicialmente nació como una alternativa para obtener ingresos terminó convirtiéndose con el tiempo, en una oportunidad de negocio estable, tras la pandemia muchos de estos emprendimientos lograron mantenerse y hoy se han consolidado como empresas formales con una base amplia de clientes y, en algunos casos, con la capacidad de generar empleo, aportando así al bienestar económico de otras familias. El propósito de esta investigación es examinar los factores que inciden en el éxito empresarial de los emprendedores del sector comercial de las papelerías en Ocaña, considerando que, pese a limitaciones como la escasez de recursos han conseguido desarrollar proyectos innovadores que dinamizan la economía local, promueven el empleo y fortalecen el crecimiento empresarial de la región, para ello se trabajó con la población del sector comercial de las papelerías, utilizando un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y una muestra no probabilística conformada por los emprendedores que manifestaron disposición para participar en la encuesta.

Palabras claves: educación, emprendimiento, factores de éxito, gestión

Abstract

What initially began as an alternative source of income eventually became a stable business opportunity. After the pandemic, many of these ventures managed to survive and have now become established businesses with a broad customer base and, in some cases, the capacity to generate employment, thus contributing to the economic well-being of other families. The purpose of this research is to examine the factors that influence the business success of entrepreneurs in the stationery retail sector in Ocaña, considering that, despite limitations such as a scarcity of resources, they have managed to develop innovative projects that stimulate the local economy, promote employment, and strengthen business growth in the region. To this end, the study focused on the stationery retail sector, using a descriptive quantitative approach and a non-probability sample comprised of entrepreneurs who expressed willingness to participate in the survey.

Key words: education, entrepreneurship, success factors, management

Tipo de Artículo de investigación
Fecha de recepción: 05/08/2024
Fecha de aceptación: 15/12/2024
Fecha de publicación:01/03/2025

Mantilla Acosta, A. L., Lobo Lobo, J. J., & Pineda – López , K. L. (2025). Factores de éxito empresarial por emprendedores del sector de las papelerías de Ocaña Colombia: Business success factors for entrepreneurs in the stationery sector of Ocaña, Colombia. *REVISTA CIENTÍFICA SCIENZA*, *4*(4). Recuperado a partir de https://corgeinp.com/ojs/index.php/scienza/article/view/25

1. Introducción

El emprendimiento en Ocaña ha cobrado gran relevancia como alternativa frente al desempleo, especialmente desde la pandemia, cuando numerosas personas transformaron iniciativas de subsistencia en negocios sostenibles que hoy conforman parte del tejido MYPIME local tal como señala (Buitrago, 2014), el emprendimiento implica la capacidad de una persona para proponerse metas y alcanzarlas mediante creatividad e innovación, elementos que permiten diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo; a nivel nacional el ecosistema emprendedor también ha mostrado un crecimiento significativo, con ciudades como Bogotá y Medellín liderando la creación de startups y atracción de inversión, lo que refleja una expansión del emprendimiento más allá de los grandes centros urbanos (BBVA Spark, 2024) en este contexto, hablar de innovación y emprendimiento implica considerar liderazgo, inversión, desafíos y oportunidades como componentes esenciales del proceso emprendedor (Vélez Romero & Ortiz Restrepo, 2016), asimismo estudios como el de (Bravo, Bravo, Preciado, & Mendoza, 2021) evidencian que la educación emprendedora fortalece competencias clave como la necesidad de logro, la propensión al riesgo y las intenciones de emprender, factores presentes en los emprendedores de la región que, a pesar de limitaciones económicas, han logrado impulsar ideas innovadoras que dinamizan la economía local.

Desde una perspectiva más amplia, el emprendimiento también puede entenderse como un fenómeno cultural que integra dimensiones económicas, sociales, legales y psicológicas necesarias para comprender su impacto en el desarrollo territorial (Gómez, 2022)bajo estas consideraciones, el presente estudio se orienta a analizar los factores que determinan el éxito empresarial de los emprendedores del sector de las papelerías en Ocaña, con el propósito de comprender su aporte al crecimiento económico regional y fortalecer sus capacidades de gestión, innovación y sostenibilidad.

2. Constructo teórico

Las teorías analizadas destacan distintos enfoques que explican el éxito y crecimiento de los emprendimientos, la teoría de la innovación y el emprendimiento de Schumpeter resalta al emprendedor como motor del desarrollo económico mediante la introducción de nuevas ideas y procesos, evolución que posteriormente reconoce también el papel de las instituciones en la promoción de la innovación (Ferreira Leite, Uzcátegui-Sanchez, & Zambrano-Zambrano, 2023); la Teoría de los Recursos y Capacidades enfatiza que la ventaja competitiva surge de la gestión eficiente de los recursos internos tangibles, intangibles y organizativos, siempre que sean valiosos, raros, inimitables y no sustituibles (Suárez Hernández & Ibarra Mirón, 2009); por su parte, la teoría de la ventaja competitiva de Porter plantea que las empresas deben fortalecer su posición mediante estrategias como liderazgo en costos, diferenciación o enfoque, comprendiendo además las presiones del entorno competitivo (Contreras Campos, 20017); finalmente, la teoría de la oferta y la demanda expuesta por Marx explica cómo las variaciones en precios y producción responden a los cambios en el mercado, ajustándose para alcanzar su nivel normal siempre que el valor no sea modificado por otros factores (Guerrero, 2018)); en conjunto, estas perspectivas permiten analizar de forma integral los factores que influyen en la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos.

Las teorías analizadas destacan distintos enfoques que explican el éxito y crecimiento de los emprendimientos, la teoría de la innovación y el emprendimiento de Schumpeter resalta al emprendedor como motor del desarrollo económico mediante la introducción de nuevas ideas y procesos, evolución que posteriormente reconoce también el papel de las instituciones en la promoción de la

innovación (Ferreira Leite, Uzcátegui-Sanchez, & Zambrano-Zambrano, 2023); la Teoría de los Recursos y Capacidades enfatiza que la ventaja competitiva surge de la gestión eficiente de los recursos internos tangibles, intangibles y organizativos, siempre que sean valiosos, raros, inimitables y no sustituibles (Suárez Hernández & Ibarra Mirón, 2009); por su parte, la teoría de la ventaja competitiva de Porter plantea que las empresas deben fortalecer su posición mediante estrategias como liderazgo en costos, diferenciación o enfoque, comprendiendo además las presiones del entorno competitivo (Contreras Campos, 20017);

Finalmente, la teoría de la oferta y la demanda expuesta por Marx explica cómo las variaciones en precios y producción responden a los cambios en el mercado, ajustándose para alcanzar su nivel normal siempre que el valor no sea modificado por otros factores (Guerrero, 2018)); en conjunto, estas perspectivas permiten analizar de forma integral los factores que influyen en la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos.

3. Método investigativo

La investigación se desarrolla bajo un paradigma interpretativo, siguiendo la perspectiva de Krause (1995), citado (Correia Lima, 2020), y se clasifica como descriptiva, entendida como "la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos" (Tamayo Tamayo, 2003), con un enfoque cuantitativo que, según Hernández Sampieri et al. (2018), "utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico". La muestra está conformada por 12 emprendedores del sector comercial de las papelerías de Ocaña, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico basado en su disponibilidad y accesibilidad. Para la recolección de la información se empleó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario, entendido como "un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación" (García Muñoz, 2018), lo que permitió registrar los datos y analizarlos posteriormente mediante tablas, gráficas y observación cualitativa.

4. Resultados

El punto de partida de esta investigación fue comprender cómo se están desarrollando los emprendimientos del sector de las papelerías en Ocaña y qué factores influyen realmente en el logro de su éxito. Para ello, lo primero fue conocer quiénes son estos emprendedores y cómo son sus negocios. Se encontró que la mayoría lleva varios años en funcionamiento, son microempresas que ofrecen principalmente útiles escolares, servicios de impresión y fotocopias, y atienden a un público muy diverso. Esta caracterización permitió ver que se trata de un sector tradicional dentro del comercio ocañero, con negocios que han logrado mantenerse en el tiempo pese a las fluctuaciones del mercado.

Una vez entendido el panorama general, la investigación se centró en descubrir qué es lo que estos emprendedores consideran clave para alcanzar el éxito. Sus respuestas mostraron que más allá de los recursos materiales, la verdadera fortaleza del sector está en las personas: en su dedicación, en la forma en que atienden a sus clientes, en su capacidad para adaptarse y en las estrategias que implementan para mantenerse competitivos. La perseverancia, el compromiso, el conocimiento del mercado y la buena gestión del negocio aparecieron como factores esenciales. Sin embargo, también surgieron retos importantes, como la necesidad de mejorar la gestión financiera o fortalecer las estrategias de promoción.

Con base en estos hallazgos, la investigación propuso estrategias para ayudar a los emprendedores del sector a mejorar sus posibilidades de éxito. Entre las recomendaciones planteadas destacan fortalecer el acceso a apoyos financieros, crear promociones atractivas, mejorar aún más la calidad del servicio y aprovechar las herramientas digitales para darse a

conocer y llegar a nuevos clientes. También se sugiere impulsar espacios de colaboración entre emprendedores, donde puedan compartir experiencias, soluciones y estrategias que beneficien al sector en su conjunto.

Una vez entendido el panorama general, la investigación se centró en descubrir qué es lo que estos emprendedores consideran clave para alcanzar el éxito. Sus respuestas mostraron que más allá de los recursos materiales, la verdadera fortaleza del sector está en las personas: en su dedicación, en la forma en que atienden a sus clientes, en su capacidad para adaptarse y en las estrategias que implementan para mantenerse competitivos. La perseverancia, el compromiso, el conocimiento del mercado y la buena gestión del negocio aparecieron como factores esenciales. Sin embargo, también surgieron retos importantes, como la necesidad de mejorar la gestión financiera o fortalecer las estrategias de promoción.

Con base en estos hallazgos, la investigación propuso estrategias para ayudar a los emprendedores del sector a mejorar sus posibilidades de éxito. Entre las recomendaciones planteadas destacan fortalecer el acceso a apoyos financieros, crear promociones atractivas, mejorar aún más la calidad del servicio y aprovechar las herramientas digitales para darse a conocer y llegar a nuevos clientes. También se sugiere impulsar espacios de colaboración entre emprendedores, donde puedan compartir experiencias, soluciones y estrategias que beneficien al sector en su conjunto.

Finalmente, este estudio no solo permitió entender la situación actual de las papelerías en Ocaña, sino que también abrió la puerta a nuevas posibilidades para su crecimiento. Con acciones coordinadas, formación y un mayor uso de estrategias modernas de gestión y promoción, estos emprendimientos pueden seguir consolidándose como un pilar importante del comercio local y como una fuente de desarrollo económico para el municipio

Tabla 1. *Años en funcionamiento del emprendimiento*

	Frecuencia	***Porcentaje***
Menos de 1 año	*0*	*0%*
2 a 3 años	*0*	*0%*
4 a 6 años	*3*	*25%*
Más de 6 años	*9*	*75%*

Fuente: del autor

Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de las papelerías llevan varios años funcionando, lo que refleja que este tipo de negocios suele mantenerse en el tiempo, el 75% de los encuestados, es decir, nueve emprendedores, afirmaron que sus papelerías tienen más de seis años en el mercado, lo que habla de constancia, experiencia y una buena adaptación a las necesidades de los clientes además, el 25%, correspondiente a tres personas, mencionó que sus negocios tienen entre cuatro y seis años de operación, lo cual también demuestra que han logrado mantenerse estables durante un periodo considerable.

Llama la atención que no se registraron emprendimientos con menos de un año ni entre dos y tres años de funcionamiento, esto deja ver que en el sector de las papelerías no es común encontrar negocios nuevos, lo que podría deberse a que quienes deciden emprender en este campo suelen permanecer en él por la demanda constante que genera, especialmente por parte de estudiantes, oficinas y comercios locales.

En general, estos datos permiten entender que las papelerías de la zona no solo tienen una trayectoria sólida, sino que también han sabido mantenerse en el tiempo, lo que puede representar una ventaja competitiva, pero también un reto para quienes desean abrir una nueva papelería y competir con negocios ya posicionados.

Tabla 2. *Factores basados en habilidades y mentalidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Perseverancia y resiliencia	9	75%
Pasión y visión	3	25%
Asumir riesgos	1	8,3%
Aprendizaje constante	3	25%
Liderazgo y comunicación	4	33,3%

Fuente: del autor

Al revisar la tabla, se nota que la mayoría de los emprendedores coincide en que la perseverancia y la resiliencia han sido fundamentales para que sus proyectos puedan crecer, alcanzando un 75% demostrando que, más allá de las estrategias o los recursos, la capacidad de mantenerse firmes ante los retos y recuperarse de los tropiezos es lo que realmente ha marcado la diferencia en su camino.

Otros factores también tienen un peso interesante como, el liderazgo y la comunicación aparecen con un 33,3%, lo que sugiere que varios emprendedores reconocen lo importante que es saber dirigir, expresar ideas con claridad y crear un ambiente donde todos puedan aportar.

La pasión, visión y el aprendizaje constante comparten un 25%, lo cual refleja que para algunos ha sido clave mantener el entusiasmo por lo que hacen y no dejar de actualizarse, ya sea para mejorar procesos, aprender nuevas herramientas o adaptarse a los cambios del mercado.

Por otro lado, asumir riesgos solo alcanza el 8,3%, lo que podría indicar que muchos emprendedores prefieren actuar con mayor cautela o que, simplemente, no consideran que arriesgarse haya sido el factor principal en su experiencia.

Tabla 3*. Factores basados en estrategia de negocio*

	Frecuencia	Porcentaje
Plan de negocio claro	4	33,3%
Conocimiento del mercado	7	58,3%
Análisis de la competencia	2	16,7%
Producto y propuesta valor	3	25%

Fuente: del autor

Al revisar los resultados de la tabla, se nota claramente que el factor que más ha influido en el crecimiento de los emprendimientos es el conocimiento del mercado, con un 58.3% demostrando que la mayoría de los emprendedores considera fundamental entender a quién le venden, qué necesitan sus clientes y cómo se comporta su entorno.

En segundo lugar, aparece el plan de negocio claro, con un 33.3% aunque no todos lo priorizan, un grupo importante de emprendedores sí reconoce que tener una ruta bien definida y organizada ayuda a orientar mejor el crecimiento del proyecto. El producto y la propuesta de valor alcanzan un 25% esto muestra que algunos emprendedores han puesto énfasis en diferenciarse y en ofrecer algo único, aunque todavía no es un enfoque predominante entre todos los participantes.

Finalmente, el análisis de la competencia es el aspecto menos trabajado, con apenas 16.7%. Esto podría indicar que muchos emprendedores no están prestando suficiente atención a lo que hacen otras empresas del mismo sector, lo cual podría afectar su capacidad para destacarse y tomar decisiones más estratégicas.

Al revisar los datos sobre las estrategias que podrían ayudar a mejorar la competitividad de las papelerías en Ocaña, se nota que la opción más destacada es “Promociones y descuentos”, con un 66,7% demostrando que la mayoría de las personas siente que las ofertas y los precios atractivos siguen siendo un factor clave para atraer más clientes en un mercado con tanta competencia, este tipo de estrategia puede marcar una gran diferencia.

Después aparecen dos estrategias con la misma importancia según los encuestados: "Alianzas entre emprendedores" y "Mejora en el servicio al cliente", ambas con 41,7%. Esto indica que no solo se trata de competir de manera individual, sino también de crear redes con otros emprendedores para generar beneficios mutuos por otra parte mejorar la atención al cliente es fundamental, ya que una buena experiencia puede hacer que las personas regresen y recomienden el negocio.
Finalmente, la "Implementación de ventas en línea" obtuvo un 33,3%. Aunque este porcentaje es menor, sigue siendo significativo, hoy en día muchos consumidores prefieren comprar por internet o al menos consultar productos antes de dirigirse al establecimiento, así que incorporar herramientas digitales podría abrir nuevas oportunidades y atraer a un público más amplio.

6. Conclusiones

La caracterización del sector evidencia que los emprendimientos de papelerías en Ocaña corresponden mayoritariamente a microempresas con varios años de funcionamiento y una oferta comercial tradicional, lo cual refleja estabilidad, pero también una estructura empresarial limitada en términos de innovación y diversificación.

El análisis de los factores de éxito demuestra que las capacidades personales del emprendedor particularmente la perseverancia, la atención al cliente y el conocimiento del mercado, junto con la implementación de estrategias básicas de gestión, constituyen los elementos más determinantes para el desempeño empresarial, superando incluso la influencia de factores estructurales o financieros.

Los hallazgos permiten concluir que la competitividad del sector puede fortalecerse mediante la adopción de estrategias orientadas a la capacitación continua, la digitalización de procesos comerciales, el acceso a mecanismos de apoyo institucional y la generación de redes de cooperación entre emprendedores, acciones que contribuirían a consolidar un entorno más favorable para la sostenibilidad y crecimiento de estos negocios.

Finalmente, este estudio no solo permitió entender la situación actual de las papelerías en Ocaña, sino que también abrió la puerta a nuevas posibilidades para su crecimiento. Con acciones coordinadas, formación y un mayor uso de estrategias modernas de gestión y promoción, estos emprendimientos pueden seguir consolidándose como un pilar importante del comercio local y como una fuente de desarrollo económico para el municipio.

7. Referencias

BBVA Spark. (21 de Mayo de 2024). Obtenido de BBVA Spark: https://www.bbvaspark.com/es/noticias/emprendimiento-colombiano-se-consolida/#:~:text=Colombia%20se%20ha%20erigido%20en,millones%20de%20d%C3%B3lares%20de%20finan ciaci%C3%B3n.

Bravo, F., Bravo, X., Preciado, D., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender.
Economía y política, 6.

Buitrago, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. Administración y desarrollo, 8.

Contreras Campos, E. (19 de Julio de 20017). urp.edu.pe. Obtenido de Centro de innovación y creatividad empresarial: https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/

Correia Lima, M. R. (5 de enero de 2020). adademia.edu. Obtenido de file:///D:/Informaci%C3%B3n/Downloads/EL_PARADIGMA_INTERPRETATIVO_EN_LA_INVEST.pdf

Ferreira Leite, E., Uzcátegui-Sanchez, C., & Zambrano-Zambrano, K. (11 de Noviembre de 2023). Obtenido de file:///D:/Informaci%C3%B3n/Downloads/pensamiento-de-joseph-schumpeter-

sobre-desarrollo-innovacion-y-emprendimiento.pdf

García Muñoz, T. (6 de febrero de 2018). academia.edu. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55733407/Garcia_Munoz_El_cuestionario_como...-libre.pdf?1517953089=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEL_CUESTIONARIO_COMO_INSTRUMENTO_DE_INVE.pdf&Expires
=1759346402&Signature=eHh32YFDm3lC5b6lQZ~E8fsDW

Gómez, O. (2022). ACTITUDES EMPRENDEDORAS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: CASO DE UNA
INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA. Revista de la Facultad de Ciencias, 176. Guerrero, D. (2018). LA TEORÍA DE KARL MARX Y OTRAS TEORÍAS DE VALOR. REVISTA ECONOMÍA, 73.

Suárez Hernández, J., & Ibarra Mirón, S. (17 de Marzo de 2009). Obtenido de file:///D:/Informaci%C3%B3n/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLosRecursosYLasCapacidades-793552.pdf

Tamayo Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación cientifica. Limusa, S.A.

Vélez Romero, X., & Ortiz Restrepo, S. (14 de Septiembre de 2016). Dialnet. Obtenido de Dialnet: file:///D:/HP/Descargas/Dialnet-EmprendimientoEInnovacion-5802889.pdf