

**PLANEACION Y SELECCIÓN DE LAS DIRECTRICES PARA LA
ELABORACIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL DESARROLLO DEL ESPIRITU
EMPRESARIAL**

FELIX ALBERTO VIANA CASTELLAR

LADIS DEL CARMEN DÍAZ PÉREZ

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.

2006

**PLANEACION Y SELECCIÓN DE LAS DIRECTRICES PARA LA
ELABORACIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL DESARROLLO DEL ESPIRITU
EMPRESARIAL**

FELIX LADIS DEL CARMEN DÌAZ PÈREZ

ALBERTO VIANA CASTELLAR

Proyecto de grado para obtener el titulo de ingeniero industrial

Director

LUIS CARLOS ARRAUT CAMARGO

Ingeniero Industrial

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

FACULTAD DE INGIENERÌA INDUSTRIAL

CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.

2006

Señores:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Comité de evaluación de proyecto

PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

La ciudad.

Respetados señores

Por medio de la presente nos dirigimos a ustedes, con el objeto de presentarles a su consideración, estudio y aprobación de la tesis, **PLANEACION Y SELECCIÓN DE LAS DIRECTRICES PARA LA ELABORACIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL** “, por requisito para optar por el título de Ingeniero Industrial.

Atentamente,

Ladis del carmen Díaz Pérez
C.C 50.936.820
Montería

Félix Alberto Viana Castellar
C.C 9.176.879
San Jacinto-Bolívar

Artículo 107 de reglamento académico de la Universidad Tecnológica

Bolívar

La universidad se reserva el derecho de propiedad intelectual de todos los trabajos de grado aprobados, los cuales no pueden ser explotados comercialmente sin su autorización.

Cartagena de indias D.T. Y C., septiembre de 2006

AUTORIZACION

Yo, Ladis del Carmen Díaz Pérez, identificada con cedula de ciudadanía 50.936.820, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catalogo online de la biblioteca.

Ladis del Carmen Díaz Pérez
C.C. 50936820 de montería

Cartagena de indias D.T. Y C., septiembre de 2006

AUTORIZACION

Yo, Félix Alberto Viana Castellar identificado con cedula de ciudadanía 9.176.879 de San Jacinto-Bolívar, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catalogo online de la biblioteca.

Félix Alberto Viana Castellar
C.C. 9.176.879 de San Jacinto.

Cartagena de indias D.T. Y C.,

Señores:

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Comité de evaluación de proyecto

PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

La ciudad.

Respetados señores

tengo el agrado de presentar a su consideración, estudio y aprobación, la tesis titulada **“PLANEACION Y SELECCIÓN DE LAS DIRECTRICES PARA LA ELABORACIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL”**, desarrollada por los estudiantes **Ladis del Carmen Díaz Pérez** y **Félix Alberto Viana Castellar**.

Al respecto me permito comunicar que he dirigido el citado trabajo, el cual considero de gran importancia y utilidad.

Atentamente,

Luís Carlos Arraut Camargo
Director de tesis.

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la oportunidad y la fe necesaria para llevar a cabo este ciclo.

A mis padres por su apoyo incondicional para hacer posible esta meta,

A mis hermanos por brindarme su colaboración incondicional y ayudarme a hacer realidad este sueño

LADIS DEL CARMEN DIAZ PEREZ

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme dado la vida y las fuerzas necesarias para alcanzar tan anhelada meta.

A mi madre Elsa Castellar Cortina, por ser el mas lindo tesoro que Dios me ha dado, además de ser una luchadora incansable y un apoyo incondicional a lo largo de mi vida.

A mi padre por darme la oportunidad de la vida, y a mis hermanos: Néstor, Patricia, Ede, Melissa, Nina, Luz Elena y Maria de la Cruz; así como mis sobrinos Iván, Luís, Marce, Dany, Karol, José Alberto y Julio Alberto por su apoyo y colaboración.

Especialmente a mi esposa Sisi Mercado Guzmán y mi hija que esta por nacer, por ser mis grandes amores.

Y a todos aquellos que hicieron posible este sueño. Gracias señor por llenar mi vida de perseverancia y sabiduría y por acompañarme en todo momento en esta labor. Toda la gloria y la honra a ti.

FELIX ALBERTO VIANA CASTELLAR

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	21
1.1	Titulo.....	23
1.2	Área De Investigación.....	23
1.3	Cobertura De Investigación	23
1.4	Descripción Del Problema	23
1.5	Formulación Del Problema	32
1.6	Objetivos.....	32
1.6.1	Objetivo general	32
1.6.2	Objetivos específicos.....	33
1.7	Justificación	33
1.7.1	Teórica	33
1.7.2	Practica	34
2	MARCO TEÓRICO.....	35
2.1	Marco Contextual	35
2.2	¿Qué Es La Cátedra Empresarial?.....	39
2.2.1	Abierta	39
2.2.2	Dinámica	40
2.2.3	Experimental.....	40
2.2.4	Participativa	¡Error! Marcador no definido.
2.2.5	Programada.....	41
2.2.6	Trascendente.....	41
2.3	Marco Conceptual	44
2.3.1	Acción.....	44
2.3.2	Análisis de sensibilidad:	44
2.3.3	Capital de riesgo:.....	45
2.3.4	Capital semilla:	45
2.3.5	Creatividad:	45
2.3.6	E. Business:.....	45
2.3.7	Empresa:	46
2.3.8	Empresa de base tecnológica	46
2.3.9	Empresarios	47
2.3.10	Emprendedor	47
2.3.11	Entorno empresarial	47
2.3.12	Espíritu empresarial.....	48
2.3.13	Incubadora	48
2.3.14	Indicadores de actividad.....	48
2.3.15	Indicadores de endeudamiento	49

2.3.16	Indicadores de rendimiento	49
2.3.17	Marketing.....	49
2.3.18	Patente	50
2.3.19	Perfil empresarial.....	50
2.3.20	Taza Interna De Retorno (Tir).....	50
3	<i>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</i>	51
3.1	Tipo De Investigación	51
3.2	Planeación Del Desarrollo Del Trabajo.....	52
3.2.1	Planeación de objetivos.....	52
3.2.2	Objetivos basados en herramientas de trabajo.	52
3.3	Herramientas De Investigación.....	53
3.3.1	Población o universo.	53
3.3.2	Elemento muestral.....	54
3.3.3	Unidad muestral.	54
4	<i>EVOLUCIÓN E HISTORIA DEL EMPRESARISMO</i>	55
4.1	Evolución De La Empresa	57
4.1.1	La empresa en la civilización agrícola	57
4.1.2	El surgimiento de la revolución industrial	61
4.1.3	Efectos de la revolución industrial	63
4.2	La Empresa Tecnológica	66
4.2.1	Factores de la revolución industrial	67
4.2.1.1	Factores políticos.....	67
4.2.1.2	Factores sociales y económicos	67
4.2.1.3	Factores geográficos	68
4.2.1.4	Factor insular	69
4.3	Historia Empresarial En América Latina	69
4.4	Historia Empresarial En Colombia.....	75
4.4.1	Antioquia	77
4.4.1.1	La industria	80
4.4.2	Viejo Caldas	82
4.4.3	Región Centro	83
4.4.4	Valle del Cauca	84
4.4.5	Costa Atlántica	84
4.5	Evolución Del Empresarismo Y El Empresario.....	87
5	<i>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</i>	100
5.1	¿Que Es Un Método?	101

5.2	¿Que Es Un Método De Enseñanza?.....	101
5.3	Selección Del Método De Enseñanza	102
5.3.1	Método de enseñanza explicita	102

6	ESTRUCTURACIÓN DEL DOCUMENTO DE LA PLANEACION Y SELECCIÓN DE LAS DIRECTRICES PARA LA ELABORACIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL.....	104
6.1	Capitulo 1	104
6.2	Capitulo 2	106
6.2.1	El emprendedor	106
6.2.2	Barreras para crear empresa.....	111
6.2.2.1	Falta una idea de negocio.....	111
6.2.2.2	Falta de dinero	112
6.2.2.3	La formación	113
6.2.2.4	Desconocimiento del sector	114
6.2.2.5	Prejuicios	115
6.2.2.6	Desconfianza del entorno próximo.....	115
6.2.2.7	Falta de carácter	116
6.2.2.8	La dureza de los comienzos	117
6.2.2.9	Mujer, juventud, desempleo	117
6.2.2.10	El riesgo	118
6.2.2.11	Capitalismo / anti - capitalismo.....	118
6.2.3	Ventajas e inconvenientes del emprendedor.....	119
6.2.3.1	Ventajas	120
6.2.3.2	Inconvenientes.....	121
6.2.4	Características de la persona emprendedora.....	122
6.2.4.1	Factores motivacionales	123
6.2.4.2	Características personales	123
6.2.4.3	Características físicas.....	124
6.2.4.4	Características intelectuales	124
6.2.4.5	Competencias	125
6.2.5	Clases de emprendedores	126
6.3	Capitulo 3	128
6.3.1	Plan de negocios	128
6.3.1.1	¿Como crear empresa?	128
6.3.2	Generalidades del plan de negocio.	130
6.3.2.1	¿Que es un plan de negocio?	130
6.3.2.2	¿Para que sirve?.....	130
6.3.2.3	¿Por donde empezar?	131
6.3.3	Desarrollando el plan de negocios	131
6.3.3.1	Elaboración del plan de negocios	132
6.3.3.2	Descripción del negocio.....	133

6.3.4	Mercadeo	133
6.3.4.1	Investigación de mercados	134
6.3.4.2	Análisis del sector	134
6.3.4.3	Análisis del mercado.....	136
6.3.4.4	Estimación del mercado potencial	136
6.3.4.5	Consumidor / cliente	137
6.3.4.6	Análisis de la competencia	138
6.3.4.7	Estrategia de producto.....	141
6.3.4.8	Estrategia de distribución.....	142
6.3.4.9	Estrategia de precios	143
6.3.4.10	Estrategia de promoción y comunicación.....	145
6.3.4.11	Estrategia de servicio y formas de pago	145
6.3.4.12	Proyección de ventas	146
6.3.5	Análisis técnico - operativo.....	146
6.3.5.1	Descripción del proceso.....	147
6.3.5.2	Necesidades y requerimientos para llevar a cabo la producción del bien o servicio.....	148
6.3.6	Estructura un plan de mantenimiento	150
6.3.7	Presupuesto de producción.....	150
6.3.8	Plan de producción.....	151
6.3.9	Plan de compras.....	151
6.3.9.1	Almacenamiento:	152
6.3.9.2	Control de calidad:	152
6.3.10	Investigación y desarrollo	153
6.3.11	Organizacional y legal	154
6.3.11.1	Administración.....	154
6.3.11.2	Legal	158
6.3.12	Financiero.....	160
6.3.12.1	Estados financieros	160
6.3.12.2	Evaluación del proyecto	161
6.3.13	Impacto del proyecto	165

7	CASOS DE EXPERIENCIAS EMPRENDEDORAS EN EL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR	167
7.1	Ketty Tinoco.....	167
7.1.1	De modista a diseñadora.....	167
7.1.2	de la clandestinidad a la grandes pasarelas.....	169
7.2	Indufrial S.A.	171
7.2.1	Reseña histórica.....	173
7.3	Casa Adfa.....	175
7.3.1	La empírica lo convirtió en empresario.....	175

7.4	Comercializadora Caribbean Sesame S.A.	177
7.4.1	De empleado a empresario	177
7.4.2	El mercado internacional: un gran reto para orlando serrano.....	178
7.5	CONGELADOS FARAH	180
7.5.1	Doña Georgeth de Farah: de facilitadora a microempresaria	180
7.6	ALMACEN LA CASA DEL SONIDO	183
7.6.1	José Rómulo Rodríguez y la necesidad de crear empresa	183
8	CONCLUSIONES.....	185
8.1	El Espíritu Emprendedor.....	¡Error! Marcador no definido.
9	RECOMENDACIONES.....	188
9.1	Qué Cualidades Y Habilidades Deben Destacarse En Las Iniciativas Emprendedoras:.....	¡Error! Marcador no definido.
9.2	El Verdadero Emprendedor Arriesga, Pero De Una Forma Responsable, Consciente De Sus Consecuencias Y Dispuesto En Todo Momento A Afrontarlas.....	¡Error! Marcador no definido.
9.3	Conocer Su Potencial.....	¡Error! Marcador no definido.
9.4	Consideraciones A Tomar En Cuenta En La Selección De Los Productos O Servicios.....	¡Error! Marcador no definido.
10	BIBLIOGRAFIA.....	223

ANEXOS

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Test al el emprendedor sobre el plan de negocio.

ANEXO 2. Cuestionario para el emprendedor.

ANEXO 3. Ley 1014 de 2006.

(Enero 26) de fomento a la cultura del emprendimiento.

ANEXO 4. Autorización de emprendedores.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ventajas e inconvenientes del auto empleado.
(Lambing y Kuehl, p 16).

Figura 2. Ejemplo de cluster.

Figura 3. Flujograma de elaboración de patacones prefritos congelados.

LISTA DE GRAFICOS

GRAFICO1. Distribución porcentual y crecimiento de la población ocupada según edad y sexo; total nacional .DANE (2005-2006. enero – marzo).

RESUMEN

NOMBRE DE LA TESIS: PLANEACION Y SELECCIÓN DE LAS DIRECTRICES PARA LA ELABORACIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL

AUTORTES: Ladis del Carmen Díaz Pérez y Félix Alberto Viana Castellar

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Luís Carlos Arraut Camargo

OBJETIVO GENERAL: Elaborar una propuesta de un documento publicable sobre el espíritu empresarial, a partir de la integración y descripción de experiencias, teorías, modelos y casos que sirvan de difusores y guías del desarrollo del conocimiento.

La presente tesis tiene como fin analizar la evolución y desarrollo del empresarismo y el emprendedor como tal, a nivel global por medio de investigaciones y análisis.

En los dos primeros capítulos se mostrara la evolución del empresarismo y se describirá al emprendedor en todos sus aspectos literarios, como también se explicara las herramientas utilizadas para lograr dicha meta.

En el capítulo tres se planteara un modelo de plan de negocio el cual puede ser modificado dependiendo el tipo de negocio que se quiera crear. El modelo esta estructurado y analizado de tal forma que al lector no se le dificulte su entendimiento.

El capítulo cuarto esta conformado por casos de empresarios emprendedores, algunos reconocidos por la sociedad, que han hecho de su idea de negocio una salida a la tasa de desempleo que se vive en el país, generando con esta oportunidades de trabajo no solo para ellos si no para muchos ciudadanos que hoy por hoy se encuentran desempleados.

El estudio permite dar a conclusión que ante la situación de desempleo y la falta de generación de nuevos empleos, es necesario que surjan personas con ideas nuevas y estos son los emprendedores llamados a forjar y desarrollar las nuevas empresas.

Emprender es el acto que transforma los recursos con miras a crear la riqueza. Es el arte de transformar una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los recursos y la energía necesarios para crear, inventar, descubrir nuevas formas de hacer las cosas.

1 INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha producido un incremento en el índice del emprendimiento en el país gracias a una serie de iniciativas impulsadas por entidades como el fondo emprender, ventures, Ceinfi, entre otras, cabe señalar también que este cambio se ha producido con la incorporación al proceso de creación de empresas de jóvenes, mujeres cabeza de familia y desplazados por la violencia.

No obstante, se debe trabajar más intensamente desde el sector público con los jóvenes, sembrando en ellos el espíritu emprendedor, ya que son la cantera de nuestros futuros empresarios. Por ello, se hace necesario crear acciones de motivación y formación en fomento de la cultura empresarial y emprendedora.

Las Universidades deben ser conscientes de que la sociedad y las exigencias del siglo XXI requieren de profesionales y personas con unas habilidades y conocimientos diferentes, para ello hay que educar a los jóvenes enseñándoles a desarrollar el espíritu emprendedor y la confianza en sí mismo, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para aprender a emprender, planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades.

La Universidad resulta una plataforma idónea para la puesta en marcha de programas específicos, dirigidos a alumnos en últimos semestres de carreras sin vinculación con la formación empresarial, de formación, fomento y estímulo de aptitudes emprendedoras.

Visto esto se debe tener la voluntad de cooperación entre los sectores publico y privado para la creación de instrumentos y herramientas que permitan incentivar y desarrollar la actividad emprendedora, para esto se ha de fijar el marco general y la metodología para la colaboración, espacio que debe ser ocupado por la universidad con la finalidad de desarrollar programas de fomento de la cultura empresarial y emprendedora.

La Universidad deberá facilitar la coordinación técnica necesaria para la ejecución de un programa en el marco de relaciones que se establezcan entre el sector privado y público.

1.1 Título

Planeación y Selección De Las Directrices Para La Elaboración De Un Libro Sobre El Desarrollo Del Espíritu Empresarial.

1.2 Área De Investigación

Empresarios del Departamento de Bolívar.

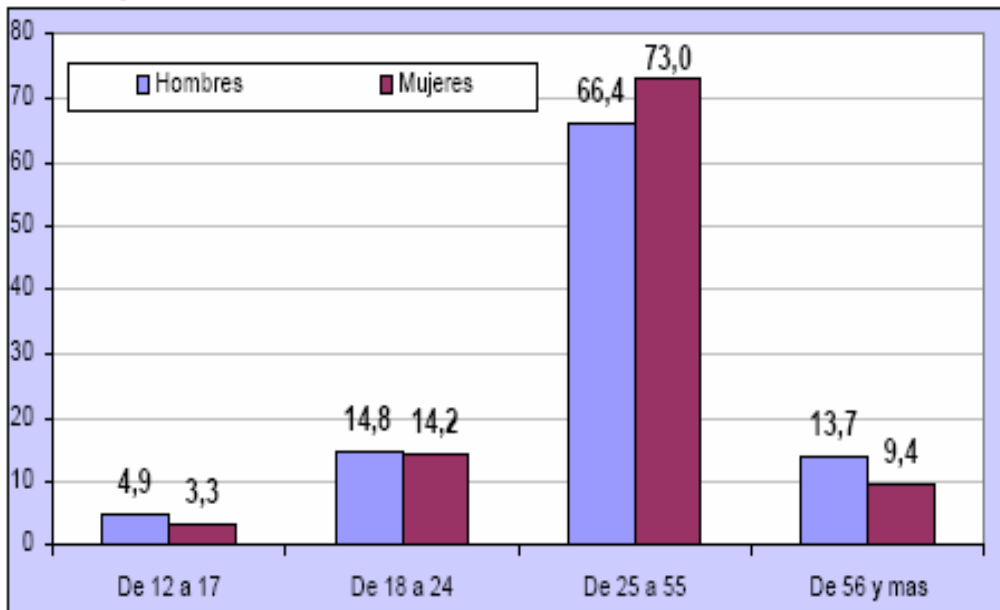
1.3 Cobertura De Investigación

Departamento de Bolívar.

1.4 Descripción Del Problema

Es inteligible reconocer que la situación socioeconómica del país no es la mas favorable, existen muchos índices y cálculos estadísticos que nos permiten vislumbrar esta situación como los utilizados por el DPN(Departamento Nacional de Planeacion) en su análisis del empleo en Colombia presentado a mediados de abril del año 2006 ante el senado de la republica. (Véase la figura 1).

GRAFICO1. Distribución porcentual y crecimiento de la población ocupada según edad y sexo; total nacional .DANE (2005-2006. enero – marzo)



Donde podemos ver el elevado numero de desempleados, lo cual acarrea muchos de los problemas que se viven y sufren hoy en día en la mayoría de los hogares colombianos, donde el hambre, la miseria y la falta de oportunidades hace que nazca otra serie de inconvenientes que no permiten el normal desarrollo de la nación.

¿Que impide hoy el desarrollo del país? ¿La respuesta es obvia? El déficit fiscal, dirán muchos analistas económicos, que ven en los desequilibrios de las finanzas publicas la fuente de todos los disturbios. La violencia, dirán otros analistas, que ven con razón como la creciente inseguridad paraliza las iniciativas de inversión y empleo. ¿Pero, eliminando el déficit fiscal y los movimientos ilegales, llegamos al fondo del problema? De pronto no.

El Ejecutiva Report 1999, del Global Entrepreneurship Monitor, GEM, muestra por ejemplo, cómo los esfuerzos por crear nuevas empresas varían entre países siendo en Finlandia el más bajo (1,4%) y en Estados Unidos el más alto (8.4%). De los diez países incluidos en el estudio, tres se clasifican en un alto nivel (Canadá, Israel y Estados Unidos, con un nivel promedio de 6.9%; dos se clasifican en un nivel medio (Italia y Reino Unido con un nivel promedio de 3.4%) y cinco están en el nivel más bajo (Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania y Japón con un promedio de 1,8%).

A nivel latinoamericano, y de acuerdo a cifras del Centro de Apoyo a las micros, pequeñas y medianas empresas, CEBRAE, Brasil muestra un nivel del 0.2% mientras que Colombia tiene un nivel del 0.05%, según indicador construido con base en el número de empresas constituidas en 1998 de acuerdo con el registro de CONFECÄMARAS. Conviene aclarar que las cifras de Brasil y Colombia no incluyen la creación de empresas informales, por lo que el indicador real puede variar sustancialmente así no se acerque al nivel promedio del estudio del GEM.

Ese mismo estudio ha encontrado que entre mayor sea el nivel de la actividad empresarial en un país, mayor es el crecimiento de PIB y mayores los niveles de empleo. Las variaciones en la actividad empresarial pueden explicar 1/3 de las variaciones en las tasas de crecimiento económico.

Pese a que hasta hoy en el País de se había implementado por parte del Estado una “política de apoyo a la creación de empresas” y no existe un programa de educación nacional dirigido a fomentar en las personas desde edades tempranas el espíritu empresarial, estos aspectos no han sido obstáculos para que en nuestra sociedad se hayan surgido líderes que a través de una vida entregada a formar empresas sean hoy verdaderos ejemplos a imitar.

Tras este esfuerzo inicial orientado hacia la microempresa, surgen en la década del 80 entidades privadas cuya misión se orienta a apoyar la creación de empresas de técnicos y profesionales como respuesta al crecimiento desempleo profesional que en ese entonces ya se presentaba. Estas iniciativas se orientan a la producción de materiales didácticos, incubación de empresas, desarrollo de franquicias. Apoyo a empresas comunitarias, sistemas de asesoría e implementación de congresos, cursos y seminarios.

En el siguiente cuadro se muestran las entidades pioneras en el programa de creación de empresas en nuestro país.

Tabla 1. Entidades pioneras en programas de creación de empresas

ENTIDAD	PROGRAMAS
ACTUAR ANTIOQUIA	Creación de Famiempresas
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ	<ul style="list-style-type: none"> • Punto de atención – Nueva Empresa • Cultura Empresarial • Sensibilización, Seguimiento y Monitoreo • Entorno favorable a creación de empresas
CORPORACION PARA INVESTIGACIÓN SOCIOECONOMICA Y TECNOLOGICA DE COLOMBIA, CINSET	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios regionales para la identificación de oportunidades para el establecimiento de medianas y pequeñas empresas • Publicación-negocios y medio ambiente, oportunidades en Santa Fe de Bogotá
CORPORACION INNOVAR	<ul style="list-style-type: none"> • Incubación de empresas • Formación y actualización empresarial • Práctica profesional para elaborar la tesis o trabajo de grado como proyecto de desarrollo empresarial.
DESARROLLO EMPRESARIAL DE COLOMBIA –DESACOL	<ul style="list-style-type: none"> • Seminario aplicado “Cómo montar y gerenciar su propia empresa”. • Adaptación laboral. • Información, consultaría y capacitación en desarrollo de sistemas de franquicias.
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS, EAN	<ul style="list-style-type: none"> • Formación de profesionales empresarios. • Cursos y seminarios en creación de empresas
FUNDAEMPRESA	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de creación de empresas para profesionales y no profesionales. • Talleres de iniciativa empresarial y creatividad
FUNDACION CORONA	Programa de creación de empresas
SENA	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de formación creadores de empresa, FACE • Adaptación laboral
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente empresarial. Desarrollo académico Red de empresarios y entidades Divulgación y comunicación. Apoyo financiero. • Entrenamiento profesores universitarios en creación de nuevas empresas (EXEDU)
UNIVERSIDAD GRANCOLOMBIANA	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de empresas asociativas • Fomento de espíritu empresarial
UNIVERSIDAD ICESI	<ul style="list-style-type: none"> • apoyo en las distintas etapas del proceso empresarial. Cursos y talleres Investigación Congreso latinoamericanos de espíritu empresarial Muestra empresarial universitaria, EXPOICESI • Centro de documentación

Se destaca a la Universidad ICESI que ha realizado, en asocio de importantes universidades latinoamericanas, durante los últimos quince años, el Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial. También sobresale el programa de “Empresarios Juveniles” de esta misma entidad, que fue seleccionado por PNUD-OIT-INTERMAN en 1990 como uno de los trece mejores programas a nivel mundial en el área de desarrollo del espíritu empresarial. Son remarcables igualmente, las contribuciones de la corporación para la microempresa, las incubadoras, las ONG y los centros de desarrollo tecnológico, productivo y empresarial.

Hernando de Soto, uno de los colaboradores de la revista Colombiana DINERO, sugiere que el problema del mundo en desarrollo es que está subcapitalizado, porque no es capaz de producir capital. Pero hay colombianos que quieren y pueden construir riqueza, que tienen valiosos activos que podrían movilizar para construir el país. Ventures 2000 develó la inusual capacidad de emprendimiento entre los jóvenes colombianos. Setecientos Veinticinco planes de negocios debidamente estructurados son una cifra que duplica la de concursos similares en España, Argentina o Alemania. Y la calidad de los negocios, en especial de biotecnología y tecnología de la información, resulta, en un país con tantas dificultades, impresionante. De estas ideas jóvenes de emprendedores con educación y experiencia podrían salir inversiones por US\$290 millones y casi 22.500 empleos. Los emprendedores colombianos tienen buenas ideas y mucha capacidad empresarial.

Por esto la actividad emprendedora surge como una alternativa viable para dar solución a un problema como éste, y las universidades en el país deben ser concientes que tienen el compromiso de dar las herramientas necesarias para que el espíritu empresarial sea un valor innato en los profesionales colombianos.

Partiendo de esta realidad universidades como la de los Andes, en la ciudad de Bogotá incluyen en sus programas cursos básicos como el de Historia del desarrollo empresarial, que como lo muestran en la descripción de dicho curso. “Parte del supuesto que quienes se están formando como profesionales en uno u otro campo, (administración, economía, ingeniería, derecho) probablemente van a desempeñarse en un contexto empresarial cuya estructura y desempeño tienen antecedentes que es indispensable comprender, el empresariado colombiano se ha forjado a lo largo del último siglo y medio de la vida económica, social y política del país”.¹

Otro caso se viene dando desde 1997 en la Tecnológica de Bolívar, que ha tenido en cuenta estas variables del entorno económico, social y empresarial, percibiendo que el país necesita profesionales, generadores de riqueza y de fuentes de trabajo, y no simplemente empleados. Dentro del desarrollo de dicho programa se llegó incluso a emitir el primer documento escrito, a través de la norma de rectoría No. 032 -98 referente al “Programa emprendedor”.

¹ Tomado de la página. www.uniandes.edu.co

Pero solo hasta el año 2002, el 15 de julio del año nombrado, en el proceso de “representar a la Tecnológica” iniciado en el 2001, se dio una nueva misión y visión a la CUTB, las cuales marcan el direccionamiento de su nuevo plan estratégico de la universidad denominado “**Tecnológica 2006**”.

Dentro de esta misión y visión, se habla ya abiertamente que la Tecnológica debe ser una institución líder con vocación empresarial global; así como también ha definido el mismo, dentro de los valores institucionales como el valor que nos invita a tener conciencia de la propia perfectibilidad ligada a una clara filosofía de mejoramiento permanente.

Se allí se identifica como el principal eje del espíritu empresarial la generación de proyectos exitosos con innovación tecnológica, recurso humano calificado, inversión en investigación y desarrollo además de una visión estratégica a largo plazo. Pero la pregunta que nace es **¿cómo hacerlo?**, es de allí donde surge la necesidad de generar un mecanismo que cree una línea de conducta para seguir y lograr de este modo consolidar el espíritu emprendedor.

Uno de los mecanismos que se utilizan con más frecuencia, consiste en la elaboración de libros y folletos que sirven de guía hacia el desarrollo de una nueva visión sobre el tema. Existe en el mercado una gran cantidad de referencias bibliográficas que manejen este tema, algunas enfocan el espíritu empresarial en

cuanto a la manera cómo se pueden eliminar barreras que limitan la capacidad creativa y empresarial, como por ejemplo el libro de Yoyd Shefsky “ Los

emprendedores no nacen se hacen” o el de Jack Foster “ Como generar ideas, atacando normativas propuestas para elaborar planes de negocios como *La guía del emprendedor* de Alexander Watson o el programa de jóvenes emprendedores exportadores de Mincomex.

Existen otros libros como “Innovación Empresarial: Arte y Ciencia para la Creación de empresas” de Rodrigo Varela que se enfocan a integrar de una manera más amplia los conceptos involucrados en el tema emprendedor.

Es interesante resaltar, que ha hace varios años, gracias al boom de la tecnología del Internet se vienen dando una serie de programas encaminados al desarrollo del tema, con la diferencia de que estos logran captar mayores masas, a un costo mucho más bajo y con un mínimo de tiempo. Con esta herramienta, organizaciones y funciones han desarrollado libros virtuales, sitios web y buscadores que facilitan la transferencia de conocimiento en el áreas; entre estas tenemos paginas como www.jovenesemprendedores.gov.co del programa Jóvenes Emprendedores Exportadores, www.incubarcaribe.org. Del programa Incubadora de Base Tecnológica de Caribe, www.mincomex.gov.co del Ministerio de Comercio Exterior, www.soyentrepreneur de la revista Entrepreneur, entre otras.

Lo realmente importante es encontrar o desarrollar un libro que logre integrar, no solo la mayor cantidad de variables del tema sino que contenga las características y tendencias del empresario actual, y que las ponga a disposición del interesado de una manera clara, concisa y precisa.

1.5 Formulación Del Problema

¿Qué contenido, estructura y metodología se podrá desarrollar para un libro de espíritu empresarial, que contribuya al aprovechamiento de experiencias, conocimientos, tendencias y casos que aporten al análisis sistemático del origen y evolución del mismo?

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta de un documento publicable sobre el espíritu empresarial, a partir de la integración y descripción de experiencias, teorías, modelos y casos que sirvan de difusores y guías del desarrollo del conocimiento.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Analizar el estado de desarrollo del conocimiento sobre espíritu empresarial en la costa atlántica, mediante la identificación de teorías, modelos, experiencias y casos existentes.
- Seleccionar una metodología que mediante la inducción, manejo y seguimiento del mismo, permita al lector desarrollar el método enseñanza-aprendizaje, aplicando los conocimientos impartidos en el libro.
- Definir los capítulos del libro para delimitar y desarrollar cada uno de los temas y secciones de los mismos, buscando atacar las tendencias actuales del tema.
- Formular los casos y ejemplos que se presentarán a lo largo del texto, con el fin de que el lector comprenda y analice situaciones particulares, que le ayuden a ampliar su criterio y facilite la posterior aplicación de la teoría.

1.7 Justificación

1.7.1 Teórica

Lograr que los alcances obtenidos en la elaboración de este proyecto, permita despertar iniciativas en instituciones educativas y empresas, incluso proporcionar pautas a cualquier interesado en el tema; para convertir el espíritu empresarial en una corriente de pensamiento y acción.

1.7.2 Practica

Se constituye en una herramienta útil para las organizaciones y personas que deseen llevar su ideal al negocio, o las que ya están consolidadas para que reevalúen y pongan en practica diferentes técnicas que les ayuden a crear una cultura empresarial, detectar y evaluar ideas de negocios, enriquecer su información sobre aspectos económicos y empresariales básicos y actuales, realizar planes de negocio y estimar recursos. Todo esto con el fin de que el emprendedor tome las mejores decisiones para que su negocio se establezca, crezca y perdure en el tiempo.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Contextual

A lo largo de su historia las sociedades humanas han desarrollado distintas formas de producción de bienes y servicios. Hoy, la denominación genérica de la forma dominante de producción es la de sistema capitalista. La génesis de este sistema data ya de varios siglos. Pero sus hijos más destacados comienzan a reseñarse a partir de la Revolución Industrial, durante la segunda mitad del siglo XVIII.

La expansión y evolución de este sistema ha originado en cada uno de los entornos donde han prosperado múltiples características. Los estudiosos del tema han propuesto diversas teorías. Desde el siglo XVIII, con la aparición de la Economía Política en Inglaterra y en Francia, se han abordado distintos tipos de análisis sobre el crecimiento de la riqueza de las naciones, para utilizar la preocupación central de uno de los primeros teóricos que se ocupa de estos temas: Adam Smith (/1776). Desde esos tiempos y hasta el presente, múltiples ha sido entonces las aproximaciones para comprender la dinámica de esta forma de producir bienes y servicios en la mayoría de los países del mundo entero.

Sin embargo, lo que parece ser constante en casi todos los análisis, es que este sistema vive en permanente crisis. Para unos, detrás de estas crisis se encuentran las razones que llevarán a su desaparición. Para otros, ellas son la expresión de los síntomas de la capacidad que tiene el sistema para renovarse de forma continua y de nutrirse de manera periódica.

Estas crisis han sido caracterizadas, en cuanto a su duración, de distintas maneras. Unos autores han hablado de ciclos cortos (periodos de más o menos diez años) y otros de ondas largas (50 a 60 años).

Esto nos lleva a analizar la situación socioeconómica mundial de principios del siglo XXI, la cual tiene como característica, que cualquier organización en entidad social debe enfrentar los intrincados retos que supone operar inmersa en un mercado, global y en una época de incertidumbre. Estos retos son complejos y enormes, para superarlos son muchas las propuestas, y todas presentan una característica en la cual coinciden: que fundamentalmente la innovación es la impulsora de los cambios acelerados que para conseguirla es imprescindible liderar la creatividad de quienes están inmersos en este entorno.

Este marco exige que constantemente se este innovando, debido a que todas las organizaciones se desenvuelven en un ambiente competitivo, o si se quiere entrar a competir se tiene que denotar claramente una ventaja competitiva que le permite subsistir en el mercado, en donde la versatilidad en la innovación es tan

importante como la calidad y la productividad, pues resulta determinante para alcanzar el éxito empresarial.

Por consiguiente esto genera la necesidad de nuevas formas de pensar y la creación de una cultura empresarial en las organizaciones y en las personas involucradas con dicho cambio, incluyendo una revisión detallada de los principios sobre los que descansa la gestión empresarial, para la cual la creatividad y la innovación son cualidades implícitas del emprendedor, las cuales deben ser reforzadas para que los emprendedores se conviertan en facilitadores de las etapas requeridas para la innovación.

Es necesaria la capacitación dirigida a este propósito específico, puesto provee los elementos para el desarrollo del talento humano, una ventaja preponderante en la creación de iniciativas de negocio; además de las cualidades propias como el ser recursivo, diligente y sistemático en la construcción de nuevos conocimientos necesarios para tal actividad.

Vale mencionar, como en la introducción del documento de la **Misión de Ciencia Educación y Desarrollo** en nuestro país, **Gabriel García Márquez**² habla de manera contundente sobre el SER colombiano, y da claridad sobre el origen de ese innato espíritu empresarial de los colombianos. Dice: “Dos dones nos han

² GARCIA Márquez, Gabriel: vivir para contarlo.editorial

ayudado a sortear ese sino funesto, a suplir los vacíos de nuestra condición cultural y social, y a buscar a tientas nuestra identidad. Uno es el don de la creatividad, expresión superior de la inteligencia humana. El otro es una arrasadora determinación de ascenso personal. Ambos, ayudados por una astucia casi sobrenatural, y tan útil para el bien, como para el mal, fueron un recurso providencial de los indígenas contra los españoles desde el mismo día del desembarco”³.

“Del lado hispánico, en cambio, tal vez nos venga el ser emigrantes congénitos con un espíritu de aventura que no elude los riesgos. Todo lo contrario: los buscamos. Según cifras de unos cinco millones de colombianos que viven en el exterior, la inmensa mayoría se fue a buscar fortuna sin más recursos que la temeridad, u hoy están en todas partes, por las buenas o por las malas razones, haciendo lo mejor o lo peor, pero nunca inadvertidos. La cualidad con que se les distingue en el folclor del mundo entero es que ningún colombiano se deja morir de hambre”.

Muchos empresarios y gente del común creen que para lograr lo que se necesita en el país es necesario manejar una cátedra empresarial a todo nivel, para fomentar valores empresariales dentro del colombiano, que le permita dirigir todo el potencial que claramente posee y que a su vez sirvan de apoyo a los

³ Ibid. Pág. 96

componentes de una política de fomento al espíritu empresarial y a la creación de empresas, como la que maneja el ministerio de desarrollo económico desde hace ya algunos años.

2.2 ¿QUÉ ES LA CÁTEDRA EMPRESARIAL?

Es un programa de estudio, que establece un vínculo sólido con el sector empresarial trabajando en conjunto, intercambiando información creando espacios de práctica y abriendo la posibilidad de formar laboratorios experimentales de investigación y aplicación de principios administrativos. Las características de esta cátedra empresarial son:

2.2.1 Abierta

Es decir, que críticamente aceptan las diversas corrientes del pensamiento administrativo, antiguas o modernas y los aportes de todos aquellos que contribuyen a entender, desde diversos puntos las reacciones humanas aplicadas al trabajo.

2.2.2 Dinámica

Utiliza los elementos más activos de los procesos de enseñanza aprendizaje, con el propósito de involucrar íntegramente al individuo para que interiorice el conocimiento y lo convierta en conductas posteriores.⁴

2.2.3 Experimental

Orienta el aprendizaje a través de la indagación, el descubrimiento, la creatividad, con el fin de aceptar a los alumnos a la realidad y a la aplicación mejorada del conocimiento.

2.2.4 Interdisciplinaria

Involucra necesariamente varias disciplinas correlacionadas, como la psicología, la sociología, la economía, la aplicación de los métodos cuantitativos y los sistemas, utilizados para analizar en forma integral el desenvolvimiento de la actividad empresarial.

2.2.5 Participativa

Establece las condiciones logísticas y personales necesarias para obtener el concurso de todos los individuos y sectores correlacionados, para captar el aporte

⁴ Tomado de <http://nevado.cui.edu.co/htextst/htm/pyme.htm>.

de ideas, materiales, experiencias, orientaciones, etc. que enriquezcan el proceso de aprendizaje.

2.2.6 Programada

Constituye un proceso de enseñanza-aprendizaje que cumple objetivos muy claros, que se logran en etapas progresivas a través de los períodos de estudio.

2.2.7 Trascendente

Es decir, no se queda dentro del ámbito de la universidad sino que los sobrepasa, para involucrar a los sectores externos a ella, como las empresas, los órganos de poder, los gremios y la comunidad.

Realmente pensar en una manera estandarizada para seguir, en el momento de generar empresa o consolidar los emprendimientos, no se puede decir que hay una u otra manera mejor para hacerlo, entonces surge la inquietud ¿Qué pasos hay que seguir para crear una empresa? Buscar una idea y acometer un plan de negocio son las dos ideas claves para emprender la creación de una empresa y la mayoría de entidades que se dedican a impulsar y consolidar este tipo de ideas parte de estas dos premisas para encontrar la viabilidad de los distintos proyectos. La idea es lo primero que hay que tener en cuenta y puede ser determinante para el éxito o el fracaso de la empresa. Incluso el negocio más sencillo en apariencia

puede terminar antes de empezar por culpa de una idea mal definida o poco desarrollado. La idea debe ser realista y poder presentarse como viable. No se trata de encontrar un negocio que revolucione el mercado, sino de detectar un hueco, una oportunidad que nadie haya aprovechado.

El respaldo real a lo anterior lo brinda lo denominado plan de negocios, que consiste en plasmar la idea en papel de una forma sintetizada, pero sin dejar cabos sueltos, dejando claros qué objetivos quiere alcanzar la empresa y cómo piensa lograrlo, es decir, la estrategia que utilizará. Sirve para estudiar y planificar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto. Debe ser ante todo realista y tener en cuenta el entorno económico y el mercado en el que se va a competir. Es también la tarjeta de presentación del empresario ante posibles colaboradores, entidades, inversores... etc. El emprendedor, en cualquier caso, debe hacer acopio de toda la información que pueda estar relacionada con la puesta en marcha de su negocio, para que no queden flecos en su conciliación. Es muy importante referir la experiencia y objetivos del producto o servicio que ofrece. Si se posee la patente o marca, la localización de la empresa y los criterios por los que lo ha elegido.

Más todo lo anterior debe sustentarse en una investigación de mercado que logre demostrar que existe una oportunidad de negocio. Servirá como base para diseñar las estrategias. Es una labor de investigación a partir de datos externos. Hay que tener claro a qué mercado se dirige la empresa y quiénes serán sus

clientes potenciales. Identificar los datos principales del mercado, sus previsiones de crecimiento, competencia, estructura, segmentación. Prever las barreras de entrada, competidores...

Debe contemplar toda la normativa legal aplicable a la actividad que va a desarrollar la empresa y los permisos y autorizaciones que deberá terminar. Es aún más importante que encontrar el mercado, es decir la manera de penetrar en el, donde nace la necesidad de un plan de marketing, en el cual se deja más o menos claro cómo vamos a vender el producto. Políticas, estrategias para darlo a conocer al mercado y cómo motivar al potencial cliente para que acuda a nuestra empresa, definir la cobertura del mercado que se va a realizar, analizar la necesidad de distribuidores o intermediarios, elaborar un listado de posible clientes, descubrir las técnicas de venta, políticas de descuento y formas de cobro, establecer las líneas de publicidad y relaciones publicas y diseñar las campañas de marketing con sus objetivos.

Establecer los medios técnicos, consiste en determinar qué se requiere para poner en marcha una empresa, su costo y su financiación. Debe complementarse con un Plan de Compras que planifique la gestión de las compras y su almacenaje.

Pero falta diferenciar el recurso humano, el cual servirá para definir el organigrama y distribuir las tareas, los puestos de trabajo y las correspondientes funciones y sus responsables. No hay que olvidar que el principal activo de una empresa es

su capital humano. Una vez seleccionados los empleados, es conveniente asesorarse sobre la modalidad de contratación que más conviene adoptar en cada caso, teniendo en cuenta la legislación vigente y los incentivos fiscales que aporten los distintos contratos.

Es necesario determinar cuáles serán los fondos necesarios para poner en marcha la empresa y cómo se va a obtener el capital. Habrá que definir la estructura financiera de la empresa y hacer previsión de su rentabilidad, al menos, a medio plazo, además se deben realizar los trámites administrativos y legales necesarios que hay que complementar para poder constituir la empresa y el régimen.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Acción

Parte en que se divide el capital de una empresa.

2.3.2 Análisis De Sensibilidad:

Descripción de los efectos que los posibles cambios de ingresos y costes pueden tener en la rentabilidad global de un proyecto o de una empresa.

2.3.3 Capital De Riesgo:

Aportación económica de inversores para la financiación de empresas nuevas de elevado crecimiento.

2.3.4 Capital Semilla:

Fondos para apoyar una empresa en un momento muy temprano de su existencia (fase inicial, o de “semilla”).

2.3.5 Creatividad:

Actitud mental que siempre esta lista para convertir cualquier clase de estímulo en una idea.

2.3.6 E. Business:

Llamados en español como negocios electrónicos, son un nuevo concepto que se utiliza para denominar la ejecución o ampliación de los procesos de negocios de las organizaciones, combinando el amplio alcance de Internet con la tecnología de la información”.

2.3.7 Empresa:

Un sistema o conjunto de elementos integrados, dentro del cual un grupo de personas realizan actividades dirigidas a satisfacer las necesidades de sus clientes.

La clasificación de empresa por tamaño:

- **Microempresa:** Hasta 10 empleados
- **Pequeña:** Hasta 50 empleados
- **Mediana:** Hasta 200 empleados
- **Grande:** Más de 200 empleados

2.3.8 Empresa De Base Tecnológica

La empresa de base tecnológica produce un producto o servicio innovador o nuevo derivado de un proceso de investigación y desarrollo permanente. Por lo anterior el conocimiento se convierte un factor competitivo de relevancia y es el elemento generador de valor agregado.

2.3.9 Empresarios

Son aquellos que crean nuevas empresas enfrentando el riesgo y la incertidumbre, con el fin de lograr utilidades y crecimiento. Son personas que tienen habilidades para:

- Identificar y analizar oportunidades de negocio
- Obtener los recursos necesarios y sacar la mayor ventaja de ellos
- Iniciar acciones dirigidas al logro y aseguramiento del éxito⁵.

2.3.10 Emprendedor

Persona altamente capaz, con una clara conciencia del entorno económico y social en el que se desenvuelve, con especial énfasis en el desarrollo de su espíritu y habilidades creativas, con un enfoque hacia la generación de ideas innovadoras y con un alto grado de tecnología, líderes en la sociedad⁶.

2.3.11 Entorno Empresarial

El entorno es un conjunto de factores cambiantes que se encuentran fuera del Negocio y que normalmente no son controlables por la Gerencia.

⁵ SHEFSKY, Lloyd. Los emprendedores no nacen se hacen. Mc. Graww Hill.

⁶ TORO Jacqueline. Desarrollo de la personalidad emprendedora: una opción de vida, ediciones EAN.

2.3.12 Espíritu Empresarial

Sentimiento de superación y progreso, sueño de logro e independencia que esta en cada uno de nosotros para ser convertido en una idea de negocio⁷.

2.3.13 Incubadora

La incubación desde cualquier ángulo o enfoque que se le analice implica proveer condiciones controladas para favorecer el nacimiento y crecimiento de una nueva vida. El controlar las condiciones conduce a conocer previamente los factores que pueden incidir sobre las probabilidades de sobrevivencia del nuevo ser o entidad. Para el caso de una nueva empresa, asumiendo que existe un mercado rentable para el producto de la misma, los factores fundamentales para reducir la tasa de mortalidad están relacionados con la obtención del financiamiento, acceso a los servicios básicos necesarios para la operación y otros servicios de alto valor agregado que varían de acuerdo con la línea de negocios a la que dedicará la nueva empresa.

2.3.14 Indicadores De Actividad

Estos indicadores llamados también indicadores de rotación tratan de medir la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos, según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos.

⁷ SHEFSKY, Lloyd. Los emprendedores no nacen se hacen. Mc. Graww Hill.

2.3.15 Indicadores De Endeudamiento

Los indicadores de endeudamiento tienen por objeto medir en que grado y de forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurren tales acreedores. El riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa⁸.

2.3.16 Indicadores De Rendimiento

Los indicadores de rendimiento denominados también de rentabilidad sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa, para controlar los costos y los gastos y, de esta manera convertir las ventas en utilidades.

2.3.17 Marketing

Muestreo de mercados para iniciar y completar (intercambiar) transacciones que satisfagan las necesidades de los compradores; en muchos casos, se trata de una función dentro de la empresa (Departamento de Marketing); también es la filosofía que orienta las actividades de la empresa sistemáticamente en función de las exigencias del mercado⁹.

⁸ Serna, Humberto. Gerencia estratégica. Santa fe de bogota: 3R editores.

⁹ KOTLER, Philip. fundamentos de marketing. México D.F.: pearson.2003.Pág. 95

2.3.18 Patente

Protección legal de la propiedad intelectual. Puede obtenerse esta protección no sólo para productos, sino también para procesos; en este último caso, los productos fabricados con los procesos quedan también protegidos por la patente contra cualquier imitación no autorizada.

2.3.19 Perfil Empresarial

Es el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que debe reunir el hombre de empresa de hoy y del mañana.

2.3.20 Taza Interna De Retorno (TIR)

Tasa de descuento a la que el valor actual de los futuros flujos de caja de una inversión igualan al costo de la misma¹⁰.

¹⁰ BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. 4ta ed. México: MC Graw Hill 2001

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo De Investigación

Para visualizar los alcances y perspectivas actuales del espíritu empresarial, se considera necesario una investigación de tipo documental que permita establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estados actuales del desarrollo del espíritu empresarial; de esta manera se espera seleccionar la información que permita encontrar la forma en que los entornos tanto positivos como negativos, se puedan direccionar en la investigación hacia la mejor manera de concientizar a los posibles lectores, sobre la real importancia de una filosofía empresarial en pos de un desarrollo sostenido, tanto individual como colectivo.

Para alcanzar algunos de los objetivos trazados por el proyecto es necesario ampliar el tipo de investigación, y es por esto que se hará necesario realizar una investigación de tipo descriptiva que permita sintetizar facilitar al lector, las directrices, características, conocimientos y metodologías necesarias para que este pueda, sin entrar en el facilismo, contribuir a la viabilidad de su desarrollo empresarial. Además de realizar estudios de casos que permitan recolectar

Información referente a las experiencias vividas por empresarios y emprendedores, que aporten a la realización empresarial de interesados en el tema.

3.2 Planeación Del Desarrollo Del Trabajo

3.2.1 Planeación de objetivos.

Se plantearon cuatro objetivos específicos buscando direccionar el trabajo hacia el proceso enseñanza- aprendizaje. De esta forma el trabajo se encamina hacia el proceso de aprendizaje sobre el espíritu empresarial de personas involucradas o interesadas en el tema o desarrollo del mismo.

Con el fin de satisfacer los objetivos se determino el comportamiento del emprendedor en el medio en el cual se desenvuelve, al igual que sus características o capacidades para enfrentar problemas o situaciones que le impiden llevar a cabo sus metas o propósitos.

3.2.2 Objetivos basados en herramientas de trabajo.

Para el proceso investigativo sobre el desarrollo del espíritu empresarial y con el propósito de cumplir los objetivos trazados se aplico una herramienta de tipo documental y descriptiva la cual consistió en una investigación documental(archivos, libros, revistas, trabajos publicados,etc) que provenían de fuentes

primarias y secundarias que ayudara a la metodología de enseñanza aprendizaje del espíritu emprendedor.

3.3 Herramientas De Investigación

Se desarrollo una investigación de tipo documental descriptiva para recolectar información, y consecuentemente se establecieron las relaciones, diferencias, etapas o estados actuales del desarrollo del espíritu empresarial que permitieran encontrar la forma en que los entornos tanto positivos como negativos ayuden al auge del empresario, direccionando de esta manera la investigación hacia la mejor forma de concientizar a los posibles lectores sobre la real importancia de un desarrollo sostenido, tanto individual como colectivo.

3.3.1 Población o universo.

Debido al gran numero de propulsores del espíritu empresarial en la ciudad de Cartagena, se tomo una población aleatoria que fuera significativa y representativa para el desarrollo del mismo, para lo cual se tuvo en cuenta egresados de la universidad Tecnológica de Bolívar y empresarios que se han destacado por su grandiosa labor en la ciudad.

3.3.2 Elemento muestral.

El elemento muestral del cual se busca obtener información serán elegidos por criterio propio del asesor basado en la experiencia, y también de los investigadores quienes por propia decisión elegirán que muestra es representativa.

3.3.3 Unidad muestral.

Los siguientes son los casos existentes de empresarismo que al igual que la unidad básica muestral quedaran a discusión tanto de los autores como del asesor para ser objeto de estudio en el Departamento de Bolívar.

- KETYY TINOCO
- CARIBBEAN SESAME S.A.
- INDUFRIAL S.A.
- CONGELADOS FARAH
- CASA ADFA
- ALMACÉN LA CASA DEL SONIDO
- COMERCIALIZADORA

4 EVOLUCIÓN E HISTORIA DEL EMPRESARISMO

Al analizar varios autores se concluyó que el empresarismo al igual que cualquier verdad social es el resultado de un proceso histórico, aunque las empresas actuales no pretenden las características similares a aquellas de tiempos pasados, estas están condicionadas en gran parte por lo que fueron aquellas.

Al retroceder a la época prehistórica; aproximadamente un millón de años atrás, al hombre lo encontrábamos encima de los árboles pendientes de los movimientos de las grandes manadas de animales tal vez buscando la forma de capturar y matar a uno de ellos, para de esta manera satisfacer una necesidad fisiológica, como lo es la alimentación.

Este hombre utilizando su capacidad de análisis, pudo entender que a medida que el número de animales agrupado aumentaba su defensa era mayor y protegían mejor a sus crías; fue de esta forma como él pensó, que al igual que los animales también debía buscar la unión.

Podemos notar que a través que el tiempo transcurría la mentalidad empresarial en el hombre aumentaba mejorando así sus condiciones de vida.

Debido al proceso de evolución el hombre desarrollo las siguientes habilidades:

- RACIONALIDAD, a medida que este comprendía las ventajas que implicaba la unión con otros, puso en practica su capacidad de raciocinio, y se fue organizando por grupos de similares características.
- FINALIDAD, el trabajar en grupo lo hace el hombre con el fin de mejorar su cacería, mejorar sus defensas.
- ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO, las tareas se fueron estratificando con el fin de que toda la tribu no se dedicara a la misma ocupación, puesto que las condiciones de vida eran diferentes por lo tanto las tareas fueron divididas de acuerdo a las habilidades de cada grupo; mientras unos se dedicaban a seguir puntualmente la ubicación de los animales, otros los acosaban tratando de hacerlos dirigir hacia donde se encontraba el resto de los hombres dispuesto a atacarlos, capturarlos y finalmente matarlos para finalmente llevarlos a su sitio de concentración.
- AUTORIDAD, debido a que era necesario tener una cabeza visible en el grupo, estos escogía a aquella con mayores actitudes para la misión, donde nace la ley del mas fuerte.

Por lo que se puede concluir que el hombre a través de su historia siempre ha comprendido que el trabajo en grupo resulta más fructífero que realizándolo individualmente, apareciendo implícitamente el término de sinergia.

4.1 Evolución De La Empresa

A través del estudio del hombre y su historia es claro que el desarrollo de la empresa se puede considerar paralelo al adelanto experimentado por los hombres, el cual ha sido impulsado por tres grandes cambios los cuales han sido base para cambiar conceptos y conocimientos por otros diferentes considerados como revolucionarios para la época y que ahora se toman por sentados, estos cambios tardaron muchos años en registrarse.

El primer cambio se destacó como el más tardío, puesto que pasaron miles de años para su despliegue como fue la edad de piedra y las siguientes eras del estaño, del bronce, del hierro y del acero; el segundo gran cambio fue el nacimiento de la reconocida REVOLUCIÓN INDUSTRIAL que solo necesitó 300 años; y el tercer cambio fue la REVOLUCIÓN CIENTÍFICA-TECNOLÓGICA que tuvo su inicio en la década de los años 50.

4.1.1 La empresa en la civilización agrícola

La empresa durante esta época se dividió en fases; mencionadas a continuación. Cabe destacar que estas innovaciones se registraron y fueron introducidas en forma simultánea:

- Supresión progresiva del rastrojo a través de un sistema en el cual se aplicaba la rotación continua y permanente de los cultivos, con el fin de hacer más productivos los terrenos.
- Introducción y expansión de nuevos cultivos, donde se destacaba la preocupación del hombre por diversificarlos y expandirlos con el fin de comercializarlos de una mejor forma.
- Perfeccionamiento de las apenas labranzas tradicionales e introducción de otras nuevas; en esta fase el hombre busca tecnificar los cultivos.
- Selección de los cimientos y los animales reproductores, esta fase se destaca por la forma como el hombre realiza la clasificación de los animales de acuerdo a sus características.
- Aumento y mejora de las tierras cultivables; esta FACE se caracteriza por el afán que manifiesta el hombre por mejorar las condiciones de los terrenos utilizados en la siembra de los cultivos con el fin de aumentar su producción.
- Extensión del uso del Caballo en los trabajos agrícolas; el Caballo es utilizado como un medio que facilita el trabajo, puesto que la fuerza de este animal disminuye el esfuerzo del hombre.

La civilización agrícola ejerció su soberanía absoluta durante milenios, dividiendo de esta forma la población en dos categorías a saber “los primitivos y los civilizados”.

La sociedad primitiva se distribuía en pequeñas tribus subsistiendo de las actividades de caza o pesca, dejadas de lado por la revolución agrícola; por otro lado en otros lugares se cultivaba la tierra y fue allí donde desarrollaron los civilizados.

La REVOLUCIÓN NEOLÍTICA data de unos 9000 a 10000 años caracterizada por el abandono de una economía que tenía como pilar fundamental la agricultura y la ganadería; permitió por primera vez en la historia de la actividad empresarial un excedente duradero de la producción alimenticia suministrada por la acción del hombre, lo cual hizo posible un consumo significativo de productos no estrictamente alimenticios. Fue en esta época donde se da inicio a la DIVISIÓN DEL TRABAJO y el origen de una vida urbana que congregaba a cientos de empresarios no agrícolas y que a su vez favoreció un desarrollo del intelecto.

En China, India, México, Grecia y Roma la agricultura era la base de la economía, la vida, la cultura, estructura familiar y la política; cabe anotar que en la totalidad de estas naciones prevaleció una sencilla división del trabajo, naciendo de esta forma unas clases sociales y castas perfectamente definidas: Guerreros, Sacerdocio, Nobleza, Esclavos e Iotas. En todas ellas la economía estaba descentralizada, de tal modo que cada comunidad producía casi todo cuanto necesitaba.

Es necesario resaltar que dentro de estas civilizaciones existían culturas con un desarrollo empresarial y comercial, debido a que se dio la navegación marítima, facilitando el comercio entre reinos gigantescos establecidos.

En la antigua Grecia y Roma existieron embrionarios factores de producción en masa, se extrajo petróleo de las islas griegas en el año 400 a.c., como también en Birmania en el año 100 de nuestra era surgieron extensas metrópolis ,en Asia América del Sur había dinero e intercambios comerciales; además en la antigua Alejandría existió un precursor de la maquina de vapor, todo parecía indicar la aparición de un futuro industrial, pero la civilización agrícola dominaba el planeta y parecía destinada a dominarlo siempre.

Hacia el año 1700 toda la estructura de la economía inglesa se fue transformando muy rápidamente, pues comenzaba la REVOLUCIÓN INDUSTRIAL; esta permaneció durante 50 años como un fenómeno relativamente aislado en el espacio y de muy poco significado desde la óptica del mejoramiento del nivel de vida; finalmente esta alcanza casi todos los países del continente europeo e incluso penetra el atlántico con los inmigrantes ingleses.

La revolución industrial se ha sido considerada como uno de los acontecimientos más importantes y relevantes en la historia de la humanidad desde el punto de la economía y el aspecto social; no cabe duda que representa uno de los hechos

capitales en la revolución de las actividades empresariales junto con la revolución Neolítica.

De este modo a comienzos del siglo XVIII poco antes de la revolución industrial las sociedades más desarrolladas mantenían la agricultura entre el 75% y el 80% de su población activa.

4.1.2 El surgimiento de la revolución industrial

El cambio que se produce en la historia moderna de Europa por el cual se desencadena el paso desde una economía agraria y artesana a otra dominada por la industria y la mecanización, es lo que se denomina revolución Industrial.

En la segunda mitad del siglo XVIII, en Inglaterra se detecta una transformación profunda en los sistemas de trabajo y de la estructura de la propiedad, lo cual es el resultado de crecimientos y de unos cambios que se han venido desarrollando durante los últimos cien años; no es una revolución repentina, sino lenta e imparable. Se pasa del viejo mundo rural al de las ciudades, del trabajo manual al de las máquinas, los campesinos abandonan los campos trasladándose a las ciudades; surge una nueva clase de profesionales

Alguno de los rasgos que han considerado definitorios de la revolución Industrial se encuentra en el montaje de factorías, el uso de la fuerza motriz además de los

cambios que trajo, se pasa de un taller con varios operarios a grandes fabricas, de la pequeña villa a varias docenas de vecinos y a la metrópolis de centenarios de miles de habitantes.

La revolución viene a ser un proceso de cambio constante y crecimiento continuo donde intervienen varios factores: Las invenciones técnicas(tecnología) y descubrimientos teóricos, capitales y transformaciones sociales(economía), revolución de la agricultura y el ascenso de la demografía.; estos factores se combinan y potencian entre si; no se puede decir que exista uno que sea desencadenante.

Las enormes transformaciones económicas que conocerá Europa(comenzando estos cambios en Gran Bretaña) a partir del siglo XVIII transformaran en gran medida un conjunto de instituciones políticas, sociales y económicas vigentes en muchos países desde al menos el siglo XVI que suelen denominarse como el antiguo Régimen, el nombre fue utilizado por primera vez por dirigentes de la revolución francesa en un sentido critico; los revolucionarios pretendían terminar con todo lo que constituía este régimen.

- Todo lo anterior a conllevado a que muchas veces el termino “REVOLUCIÓN INDUSTRIAL” sea criticado, pues se considera inapropiado. A mediados del siglo XVIII se presentaron una serie de cambios en Inglaterra y posteriormente en otros países occidentales que transformaron de forma progresiva las

sociedades tradicionales, de carácter esencialmente agrícola en sociedades donde predominaba la actividad industrial.

“Todas las empresas de esta era comenzaron a obtener su energía del carbón, el gas y el petróleo. Este cambio radical acaecido tras la invención de Newcomen y Savary en 1712 de una maquina de vapor susceptible de explotación, significaba que por primera vez una civilización estaba dependiendo de fuentes no renovables de energía.”¹¹

Las maquinas derivadas de las de Newcomen y Savary predominaron en gran medida hasta cerca de 1780, fecha en que las famosas maquinas de vapor construidas por Watt y Boulton comenzaron a difundirse.

4.1.3 Efectos de la revolución industrial

La revolución Industrial trajo consigo una serie de cambios, que mencionaremos a continuación:

- Cambio Radical en la tecnología, pues con esto se lograron crear enormes maquinas electromecánicas, correas de transmisión, engranajes y resortes entre otros.

¹¹ LLINAS Angulo Guillermo: Empresarios Colombianos, un Nuevo contexto de Desarrollo.talleres gráficos de Ponce de león, hns Ltda. 1976. Pág. 32

- Mediante la civilización industrial se registraron órganos sensoriales tecnológicos, puesto que las maquinas podían, oír, ver y tocar con mayor exactitud y precisión que los seres humanos.
- Esta tecnología produjo una matriz en la cual se inventaron maquinas destinadas a engendrar otras mas nuevas en progresión infinita (maquinas-herramientas) y lo que es mas importante reunió una serie de maquinas interrelacionadas en una misma área, produciendo esto la creación de la factoría y posteriormente las cadenas de montaje.

Las primeras industrias que se manifestaron en esta era, fueron las del carbón, textiles y ferrocarriles, luego aparecieron las fábricas de automóviles del aluminio, productos químicos y retencillos.

De aquí surgieron enormes ciudades fabriles tales como: Lielle y Manchester en Inglaterra en las cuales se destacaron las industrias textiles, Detroit en USA, industria de automóviles, Essen en Alemania y poco después Magnitogorsk en la URSS, industrias de acero por mencionar algunas.¹²

De estos complejos industriales se produjeron grandes cantidades de productos. Camisas, zapatos, automóviles, relojes, juguetes, jabones, cámaras fotográficas y motores eléctricos, entre otros.

¹² Ibíd. Pág. 39

Con la revolución industrial apareció el concepto de sociedad anónima, ya que hasta entonces, la típica empresa comercial había sido propiedad de un individuo, una familia o una asociación.

Las tecnologías de la producción en serie de la revolución industrial necesitaban grandes capitales más de lo que podía aportar una persona natural o incluso un pequeño grupo. Pero como los propietarios o socios se mostraban reacios a empeñar su dinero en empresas vastas o arriesgadas. Se introdujo para animarlos el concepto de responsabilidad limitada; además las sociedades anónimas eran tratadas por los tribunales como un “ser inmortal”, por cuanto podía sobrevivir a sus inversionistas originales, lo cual se significaba a su vez que se podían trazar planes a muy largo plazo y emprender proyectos de mucha mayor trascendencia que los ya trazados.

En 1901 apareció la primera corporación de mil millones de dólares – la United States Steel, con un potencial financiero muy amplio y en 1919 ya existían seis grandes empresas¹³. De esta forma las corporaciones se convirtieron en un pilar fundamental para la economía de todas las naciones industriales incluidas las socialistas y comunistas.

¹³ Ibíd. Pág.62

4.2 La Empresa Tecnológica

En la era industrial se destacaron la industria de: carbón, ferrocarril, textiles, automóviles, cauchos, maquinaria, herramientas; las cuales estaban fundamentadas en principios electromecánicos sencillos que generaban grandes cantidades de poluciones y desperdicios caracterizadas por largas series de producción y un nivel bajo en la especialización de la mano de obra; los trabajos eran rutinarios, los productos estandarizados y un control único para todas la áreas de producción.

Hacia los años 50 estas industrias son transferidas a países en vía de desarrollo donde prevaleció la mano de obra barata y tecnología menos avanzada, surgiendo un numero de nuevas empresas; estas nuevas industrias nacieron de rápidos avances realizados en estudios científicos basados en la electrónica cuántica, teoría de información, biología molecular ecología y ciencias espaciales, estas dieron origen a las computadoras y procesamiento de datos astronómicos , petroquímico, semiconductores, comunicaciones avanzadas y muchas mas.

Las mencionadas industrias trajeron consigo cambios fundamentales en el esquema político, social y económico.

4.2.1 Factores de la revolución industrial

La denominada revolución industrial tuvo su origen en Gran Bretaña desde mediados del siglo XVIII. Uno de los aspectos más discutidos de este proceso radica en la explicación de por qué tuvo lugar primero en Gran Bretaña y no en otros países, se trata por tanto de los principales rasgos de esta nación en los momentos del “despegue” de procesos industrializados, los cuales se mencionaran a continuación:

4.2.1.1 Factores políticos

El sistema político imperante es la monarquía liberal, el cual es estable y se mantiene desde el siglo XVIII; este es libre de las revoluciones que aquejan a otros países Europeos. A pesar de las guerras en las que se vio envuelto el Reino Unido durante los siglos XVIII y XIX no produjeron daños en el territorio Británico, lo cual actuó como una barrera de protección. La existencia de una moneda estable y un sistema bancario organizado. El Banco de Inglaterra lo acondiciono para este proceso.

4.2.1.2 Factores sociales y económicos

Abundancia de capitales, proceden en parte del dominio comercial británico ha permitido un buen control de intercambios comerciales de otros continentes con

Europa, y a la dura competencia de la marina mercante, británicos con los holandeses desde el siglo XVIII.

El comercio de productos como el té o el tabaco y el tráfico de esclavos dio paso a los comerciantes y banqueros para que crearan enormes fortunas; este comercio colonial proporcionaba en Gran Bretaña materias primas y mercados donde vender sus productos manufacturados.

Además la agricultura británica produjo un importante desarrollo; denominada revolución agraria lo cual incremento la capacidad de producir alimentos; esto se da desde la aprobación de leyes que permiten el cercamiento de las propiedades.

4.2.1.3 Factores geográficos

la abundancia de hierro y sobretodo de carbón encontrado en los montes pininos (Inglaterra) como en Gales y escocia concentrara gran parte del potencial industrial Británico en especial con el nacimiento de una fuerte industria siderurgia básica para proporcionar metales baratos para la construcción de maquinas, ferrocarriles e infraestructuras. De hecho después de tres siglos de explotación, Gran Bretaña sigue teniendo enormes reservas de carbón, por otra parte el agua fuente de energía hidráulica que desempeña un papel importante en la difusión de la maquina de vapor.

La obtención del agua es fácil y constante gracias al clima lluvioso del país y el no tener estación seca.

4.2.1.4 Factor insular

Se da un comercio nacional e internacional por los abundantes puertos que facilitan los intercambios. Este factor, unido a la existencia de muchos ríos navegables favoreció la creación muy temprana de un comercio nacional con las ventajas de contar con un mercado de gran tamaño a la hora de aumentar inversiones.

4.3 Historia Empresarial En América Latina

Para conocer la ciencia es necesario conocer la historia, puesto que esta además de ser una obra de arte es una disciplina científica y como tal es necesaria para el estudio de cualquier otra, ya que puede presentarnos el desarrollo y evolución histórica de ella; la mayoría de la ciencias se basa obligadamente en la historia como el derecho y la economía, que son auxiliares de gran importancia para la investigación y desarrollo de los conocimientos históricos.

La historia económica entendida como la ciencia auxiliar de la historia, pertenece sin duda aun subgrupo particular; el de las ciencias humanas es decir aquellas que tratan de la conducta humana.

El aspecto del proceder humano que la historia económica trata es el comportamiento humano en la actividad económica en sus sectores primarios, secundarios y terciarios. Dentro de estas ciencias económicas se encuentra una clasificación, siendo esta la HISTORIA EMPRESARIAL; de la misma forma y en conjunto con lo anterior se encuentra la cultura que es el motor de la historia, cuyo protagonista es el hombre y de él depende una cultura recta o no en este punto se encuentran la historia, la ética y la cultura.

La investigación en empresarismo es abordada por muchos autores con diferentes enfoques pero que siempre llegan a las mismas conclusiones, es una necesidad inmediata e imperiosa en nuestro país y de muchos otros, por razones comunes muy conocidas ante la situación de corrupción galopante en la administración pública y privada. Recientemente ha cobrado importancia la ética empresarial se expresa en la profusa cantidad de artículos de revistas, periódicos, foros académicos, encuentros empresariales relacionados con el tema.

“la falta de conocimiento del origen, la formación, el desempeño y el papel del empresariado en el desarrollo económico de América Latina se remonta a los años sesenta”¹⁴ debido a la creciente necesidad de analizar los perfiles de los empresarios de esta parte del mundo.

¹⁴ DÁVILA Ladrón de Guevara, Carlos, Empresa e Historia en América Latina, un balance Historiográfico, primera edición, bogota, TM editores 1996, PG.11

Por medio de un análisis exhaustivo y profundo de la literatura encontrada a este respecto se obtuvieron pruebas que en sus inicios estos estudios estuvieron dedicados al campo social y político más que al empresario mismo, pues no se conocía el papel y el origen de estos, que aunque eran vistos con buenos ojos hay que reconocerles que son autores del desarrollo de la historia pública y económica de cualquier país.

Otra de las razones que conllevó al estudio del empresarismo en América Latina es la propuesta por un autor en su libro, acerca de que este hecho constituye un objeto de estudio no susceptible de la historia seriada en la cual la interpretación del pasado repasa sobre la reconstrucción de series históricas sujetas a análisis cuantitativos.

En las últimas décadas la lista de estudios sobre este tema se ha acrecentado y no solamente en aquellos países donde ha sido tradicional el interés por el desarrollo empresarial, sino también en aquellos que comenzaron a surgir con su propia historia empresarial.

“La historiografía latinoamericana se localiza en los países más destacados en esta parte del mundo, como lo son Argentina, Chile, Brasil y Colombia entre otros.

En Argentina las investigaciones realizadas se han agrupado en cuatro apartados que examinan minuciosamente las empresas estatales, privadas, locales y los grupos empresariales y las asociaciones profesionales; dando a cada uno de ellos

Un respectivo enfoque analítico de lo que ha sido y que importancia ha tenido para este el desarrollo historiográfico de América Latina; como también cual ha sido su cuadro de realización a lo largo de la industrialización. Pero a Argentina le falta por resolver y dirigir un gran abultamiento sobre el desarrollo histórico emprendedor del país, lo que se puede decir, acerca de las regiones es poco y muy dispar ya que las investigaciones realizadas han dependido también de los aportes académicos anglosajones; pero sin lugar a duda de las relaciones comerciales existentes entre Alemania, Inglaterra, Estados Unidos y Argentina, ya que solo se mira la parte de las inversiones de capital y los microempresarios o empresas propiamente dichas. No contaban con la atención de académicos extranjeros que se interesaran por aquellos empresarios rurales que estaban al margen de todas las investigaciones.

Pero Brasil era totalmente diferente ya que se trato de abordar todos los campos; que son muy importantes para la formación de esta historia de crecimiento empresarial, donde lo económico, social, político, etc. Hacen parte de estas investigaciones sobre la industrialización y formación que son el porvenir o futuro de una nación.

La investigaciones en esta región fueron mas evidentes y concisas, el interés por desglosar todo el desarrollo industrial y económico de un país que se veía prosperar con el transcurrir del tiempo y que su sector laboral, como el de las finanzas también debía ser analizado con el mismo interés ya que de ello dependía el progreso y desarrollo de la región, que lo contrario de Argentina se

había interesado un poco mas por su historiografía que era mas prometedora debido a su rápido crecimiento incluso después de la segunda guerra mundial; donde los estudios señalan la dificultad de promocionar las compañías individuales en los sectores textiles, mineros y de transporte”¹⁵ .

La importancia de las investigaciones por esta zonas de América Latina fue tal, que se produjo una serie de informes completos sobre el desarrollo industrial y tecnológico, antes y después de la segunda guerra mundial, como se dijo anteriormente.

En Chile la tarea es ardua y difícil debido a que los historiadores no cuentan con el apoyo y confianza de los empresarios para realizar su tarea, que es la de construir una historia de crecimiento industrial económico y porque no decirlo político; de un país que tiene mucho por decirle al resto del mundo entero de sus grandes acontecimientos, pero no solo este el único hecho que afrontan, también se encuentra la destrucción de archivos que pueden ser de mucha gran ayuda para contar con hechos como ha venido evolucionando chile en todos sus campos; pero no obstante trataremos de darle un vistazo a todas aquellas partes que hacen posibles que un país tenga historiografía.

¹⁵ Ibíd, p.53,54

En la industrialización “Ricardo Lagos, continuo su aporte a la historia económica con su tesis doctoral de 1996”¹⁶ ,Confirma la necesidad la necesidad de modificar los costos temporales para este estudio, el eje del crecimiento y la clave para el desarrollo, tanto para la tradición cepalina, como para la marxista llevándolos a la segunda mitad del siglo XIX. También se puede mencionar que los trabajos de Lagos, Hurtado y Muñoz complementados con” aportes del también investigador Marcello Carmagnani, quien demostró con mas evidencias que era necesario una conceptualización y un reenfoque del proceso económico de aquellos años”¹⁷, para la agricultura las publicaciones fueron escasas, tal es el caso que para 1960 solo se tenían cinco estudios publicados, en los cuales la dimensión empresarial se trataba muy marginalmente. Pero no obstante la economía Chilena giraba alrededor de la minería donde las investigaciones por este campo no dejan muy bien visto al empresarismo, pues dejan en evidencia el atraso técnico que tenían; pese a la gran explotación de cobre, mineral que era la principal fuente de ingresos para el país, esta compañía no contaba con la tecnología e inversión necesaria para la producción lo que hizo que sus costos fueran mayores que otros en el mercado dejando muy poco que decir en su historia.

La historia empresarial Chilena no ha sido prioridad para los historiadores, este ha recibido limitada atención desde otras vertientes, pero los pocos estudios realizados han sido más creativos que la de otros lugares.

¹⁶ Ibíd, p.67

¹⁷ I bíd, p.68

4.4 Historia Empresarial En Colombia

Pese a que en América Latina el estudio del empresarismo es un campo apenas en formación, el desarrollo de la historiografía empresarial muestra notadas diferencias entre los países, así lo demuestra un estudio realizado por investigadores de: Argentina, México, Brasil, Chile, Colombia, Perú y Venezuela en donde se muestra claramente como es mayor el desarrollo en los primeros cuatro países (Argentina, México, Brasil, Chile) que en el resto de los países llamados Andinos.

Los niveles de industrialización y crecimiento económico en los países están directamente relacionados con el mayor desarrollo de su empresariado, lo cual ha generado probablemente, un mayor interés en estudiar los orígenes, evolución y actividad, pero sin duda alguna el estado de la historiografía empresarial ha estado marcado por el desarrollo de la investigación histórica en cada uno de los países.

Cabe anotar que los estudios de la historia empresarial en Colombia se remontan a mediados de los años sesenta, demostrando ser una disciplina relativamente joven, las primeras investigaciones realizadas acerca de este tema fueron obra del historiador norteamericano Frank Safford¹⁸, sin dejar de reconocer la participación

¹⁸ SAFFORD Frank. Empresarios Nacionales y Extranjeros en Colombia Durante el siglo XIX, en Aspectos del siglo XX en Colombia, Medellín, hombre nuevo, 1977

de ingleses y demás extranjeros interesados en conocer la historia de nuestro país.

La metodología del historiador norteamericano consiste en estudiar en forma con otras naciones el crecimiento económico de Colombia en el contexto latino americano, para explicar el gran flujo de inmigrantes hacia la misma: El gobierno Colombiano contaba con pocos recursos económicos para ejecutar grandes obras comparadas con otras naciones de América Latina, pudiendo decirse que los empresarios colombianos eran pobres, según los estimativos Safford¹⁹; en dicho estudio el investigador norteamericano presenta algunas tesis para entender el papel de los empresarios extranjeros en el desarrollo económico de Colombia durante el siglo XIX.

El gobierno Colombiano ofrecía algunas ventajas a los inversionistas extranjeros, y las buenas relaciones de estos con las clases altas de la sociedad Colombiana, permitió que artesanos ajenos al país se convirtieran en capitalistas y negociantes, siendo integrados a familias de la elite Colombiana; pero debido a ciertas restricciones del gobierno con respecto a los inversionistas extranjeros provoco que la clase alta colombiana asumiera la iniciativa empresarial dando como resultado el análisis de la poca diferencia que existía de mando, ya que la única ventaja que residió entre las dos clases empresariales(extranjera y

¹⁹ Ibíd. Pág. 43

colombiana) era el manejo de ciertos conocimientos técnicos de los cuales carecía los empresarios propios de esta nación.

Los colombianos eran más cautos en las inversiones y conocedores del restringido mercado e inestabilidad política del país.

La literatura de la historiografía Colombiana se ha caracterizado por ser diversa y por carecer de una metodología y estructura que proporcionen un mayor grado de confiabilidad, que sin embargo arroja luces para comenzar a comprender el origen y evolución de las unidades económicas (empresas industriales, agrícolas, bancarias y de servicios, grupos económicos). Teniendo en cuenta las diversidades culturales, ideológicas, económicas y sociales que han llevado a la formación de regiones en Colombia, es relevante anotar cual ha sido el desarrollo empresarial en algunos de los departamentos que las conforman; Antioquia, Viejo Caldas, Región Centro, Valle del Cauca, Costa Atlántica, entre otras.

4.4.1 Antioquia

Particularmente es la región que conserva el mayor porcentaje de estudios de historia empresarial debido a la temprana industrialización y destacado papel económico comparado con otras regiones. El Entrepreneurship (espíritu emprendedor) de sus habitantes despertó gran interés por el geógrafo norteamericano James Parson en 1949. Además de este, fueron otros los tópicos

que interesaron a los investigadores como lo son el financiamiento, la adaptación a la tecnología moderna y el mercado de trabajo.

Cabe destacar los estudios de historiadores norteamericanos hacia diversos sectores de la región principalmente el sector minero, ya que este impulsó la industrialización y creación de las clases empresariales determinantes destacando el papel que jugó el café en la aceleración del desarrollo de esta región. A pesar del alto riesgo al que se enfrentaban los antioqueños con la mayoría les hizo adquirir buena rentabilidad y consiguieron mayores oportunidades de inversión, lo cual les permitió destacarse como comerciantes, colonizadores, banqueros, cultivadores de tabaco, constructores de ferrocarriles, productores de café finalmente industriales.

El papel de los extranjeros en esta región, fue la creación de una tecnología que se adaptara a las condiciones de la región. El despegue de la minería anteriormente mencionada después de la independencia y la adopción de avances tecnológicos en ingeniería y metalurgia por parte de estos, despertaron el interés por la adquisición de una adecuación técnica.²⁰

Pasarían muchos años para que los investigadores de esta región se preocuparan de nuevo por el tema de los inmigrantes empresariales; estos grandes

²⁰ BREW Roger. El Desarrollo Económico de Antioquia desde la Independencia hasta 1920, Bogotá. Banco de la República, 1977, p 411

empresarios se radicaron en esta parte del país y no contaban con el recurso económico suficiente para la creación de empresas lo que los condujo a convertirse en socios de los empresarios antioqueños, colocando estos últimos su capital bajo la custodia de los primeros, los cuales eran ingeniosos, emprendedores y optimistas.

El desarrollo económico en la capital antioqueña se puede decir que se inicia en el año de 16767 cuando el señor José Fierro²¹, poseía un taller de herrería. Para el año de 1784 se establece la real fabrica de aguardientes; en 1970 el Dr. Cristóbal de Restrepo, cura de envigado excita a los habitantes de Medellín a la agricultura como lo era la siembra de algodón y el establecimiento de telares, para lo cual los indígenas del valle de aburra eran expertos tejedores de telas de algodón.

Pero también se puede observar cual fue el desarrollo económico a través del tiempo en esta región, a continuación:

- 1841, se establece la primera sastrería elegante.
- 1860, se fabrican las primeras monedas en Medellín por decreto de la gobernación.
- 1861, se cultiva el primer cafetal en forma industrial por Don José Maria Jaramillo.

²¹ RESTREPO Jorge, Medellín, su origen, progreso y desarrollo. Uribe. Medellín, serví gráficos,1981.PG.435

- 1871, se abre el “banco de Antioquia”
- 1881, se funda “la compañía de cerámica Antioqueña”
- 1882, se funda la Cámara de comercio y se establece” compañía de gaseosas Tobon S.A.”²²

En Antioquia comenzaron a operar las sociedades anónimas lo cual fue fundamental para el rápido desarrollo de las empresas, que para 1935 el ramo textil del algodón había constituido fabricas muy consolidadas que fueron liquidadas a las familias.

4.4.1.1 La industria

“Para 1910 Antioquia era un vigoroso núcleo industrial, se puede decir que el mas importante del país como resultado de los avances realizados en esos diez primeros años del siglo pasado. La industrialización continuaba con intensidad creando las condiciones y la demanda para establecer servicios financieros más organizados de que los incipientes bancos tradicionales solían prestar.

Para los años de 1912 -1916 se constituyo un periodo de dificultades para la naciente industria debido al pronunciamiento de tendencias políticas y administrativas en el gobierno y en los partidos adversos a su desarrollo, pero todo

²² RESTREPO Uribe, Jorge: Medellín, sus orígenes, progreso y desarrollo.servigraficas.1981. Pág.61

esto se dio gracias al ESPÍRITU de iniciativa empresarial que había arraigado tan vigorosamente en Antioquia, que aun en tales condiciones como las anteriormente mencionadas seguía brotando nuevas empresas.

“En el periodo de 1920-1970 se crearon muchas fabricas como lo fue la de chocolate Cruz Roja en 1920 y como un acontecimiento de gran importancia que habría de influir decisivamente en toda la vida económica del país fue la apertura del Banco de la Republica en 1923 con el carácter de Banco Central de Emisión’ y en entorno del cual se organizo todo el sistema bancario del país; se estructuro un sistema monetario y se logra modernizar en buena parte el manejo de la hacienda publica.”²³

El año de 1920 fue de considerable actividad en materia de establecimiento de nuevas industrias, que mas tarde se ve en la obligación de consolidar la mas pequeñas para otras mayores y mas sólidas.

Para el primer año de la segunda guerra mundial las dificultades para proveerse de materia prima importada hicieron retroceder la producción industrial, pero esta misma circunstancia creo las condiciones para emprender otra fase del desarrollo, orientada principalmente a sustituir importaciones esenciales lo cual se complico

²³ Ibíd. Pág. 101

durante los años de conflicto iniciando así la incorporación de capital extranjero, aunque en pequeñas cantidades.

Por otra parte diversos estudios sobre la minería en Antioquia desde la época colonial dejaron en claro el papel prevaleciente de esta en la economía antioqueña, cuando surgieron las primeras sociedades de negocio para incursionar en la minería de veta que por su carácter reviste mayor complejidad en materia de inversión y tecnología.

En esta historia es indudable la importancia del comercio para proveer muchas de las necesidades del sector productivo y el consumo de la población, de lo cual se tienen muchos estudios sobre el comercio y los comerciantes y sobre la importante participación de estos en muchas empresas de diverso orden. Pero no son suficientes los estudios sobre el sector agrario de Antioquia, pues estos coinciden en señalar la importancia de la colonización como un mecanismo de expansión de la frontera agraria y como un elemento básico en la conformación regional de Antioquia.

4.4.2 Viejo caldas

Los grandes aportes de la historia empresarial dados en esta región, han sido producto del proceso de colonización por parte de los antioqueños.

Debido a esta influencia, se despertó el interés por parte de los investigadores extranjeros a estudiar temas como; el porqué de la apertura y explotación de tierras, estudio de empresarios fundadores de pueblos, la democracia cafetera, el poder de la oligarquía regional.

Al respecto conviene decir que son escasos los estudios que hasta hoy se han venido realizando y a su vez no terminan de alcanzar temas relacionados con empresas y empresarios de esta zona del país.

4.4.3 Región centro

Los estudios de historia empresarial estuvieron a lo agro exportación (tabaco, añil, quina y café) fue precisamente en estos temas que se especializó el historiador Frank Safford enfocándolos al Business Style (capacidad de entrar al mercado, individualismo, espíritu de innovación y manejo del riesgo).

Se ve reflejado como Frank Safford enfoca sus estudios al empresario y a su entorno, que al desarrollo de las actividades económicas de esta región; tema que anteriormente era primordial. Aunque Safford se puede considerar como el epicentro de estos estudios, no ha logrado que todos los investigadores colombianos continúen la misma línea de investigación, como es el caso de Marcos Palacio, que se enfocó hacia la fragmentación regional de las clases dominantes colombianas.

4.4.4 Valle del cauca

La temática analizada en esta zona del país estuvo centrada hacia el papel del empresario y de la tecnología en la formación del sistema azucarero. Resaltado el trabajo realizado por el sociólogo británico Charles Collins¹⁹⁸⁵, centrado en la formación de la burguesía azucarera. Con variedad de estudios enfocados al sector minero, comercial, transporte, comunicaciones, agricultura y ganadería los cuales ayudaron al desarrollo industrial de esta ciudad.

4.4.5 Costa atlántica

Los estudios que muestran la nueva historia económica y social de esta región han tenido sus mejores exponentes en colombianos como: “Marco Palacios, Jorge Melo y Germán Colmenares, y extranjeros como el profesor Paúl McGravey”, hombres públicos que basaron sus intereses en la trayectoria de las deformadas economías y estructuras sociales. Es conveniente destacar la influencia que tuvo la producción intelectual hacia la historia económica nacional, sobre todo en los primeros y últimos decenios de siglo XIX.

La temática abarcada se basaba en los principales problemas de la organización del Estado y en los ideales políticos de estos hombres públicos cuando se vieron envueltos en revoluciones y guerras. La ventaja de poseer tres puertos le permite a esta zona un mayor grado de desarrollo, así como un alto índice de inmigrantes nacionales y extranjeros, lo que impulsó a investigadores a realizar estudios de

historia empresarial. Es entonces, cuando en 1820 se comienzan a registrar escritos destacando el papel de comerciantes alemanes e ingleses en la navegación fluvial y marítima, el ferrocarril y en la naciente industria. También se incursionó en estudios referentes a la ganadería (Posada 1988:24), minería y sobre la incipiente industria de final de siglo. De lo anterior se puede argüir que son escasos los estudios que se han venido realizando y que ha su vez han tenido mucha influencia extranjera sin dejar de reconocer la labor que historiadores, economistas, ingenieros y sociólogos como es el caso de Orlando Fals Borda 1980, que a pesar de ser sus estudios acerca de la colonia, han aportado un balance bibliográfico a la historia empresarial de la Costa Atlántica.

Finalmente, podemos decir de, se han venido realizando estudios de historia empresarial sobre diversas áreas, estos han sido pocos pero han enriquecido el vacío que se reflejaba en esta región. Cabe destacar que aún no se ha despertado el interés por esta temática acompañado de la falta de cultura organizacional de empresas colombianas hacia la conservación de archivos personales y de negocios de donde se podría rescatar información que suministre mayor grado de confiabilidad y que permitan destacar perfiles de empresarios que sobresalieron durante los últimos tiempos.

Otra forma de enfocar los estudios histórico-empresariales ha sido el cronológico, según épocas y momentos cruciales de la historia colombiana y regional. Un ejemplo de estudio cronológico general puede encontrarse en el conocido libro de

OCAMPO sobre Historia económica de Colombia combinado con el libro de DÁVILA sobre “El empresariado colombiano: una perspectiva histórica”.

Por ultimo se quiere mencionar algo que ha estado completamente ausente sobre la literatura de la actividad empresarial en la costa caribe colombiana y que resulta sorprendente en una región que para finales del siglo XVIII se clasifico casi el 90% de la población como indígena, negra o mezclada²⁴. Aparentemente todos los empresarios no inmigrantes referenciados en los estudios que se están discutiendo fueran blancos.

El mundo empresarial de esta parte del país parece contrastar con el mundo de la política, donde desde la independencia misma los mulatos. Zambos y mestizos e incluso negros libres empezaron a jugar un papel muy visible

La duda que queda es si la actividad empresarial era mas excluyente que otras esferas de la sociedad o si es que no se ha estudiado suficientemente bien la historia empresarial de la región y no se ha detectado aun la presencia de empresarios de origen racial diferente al de blanco o blanco de la tierra.

Las nuevas fuentes escritas de las cuales muchas de ellas son completamente desconocidas, es una de las fortalezas mas clara de la literatura reciente sobre

²⁴ GONZÁLEZ soler Guillermo. **Historia, Ética; Cultura Organizacional: Una Línea de Investigación en Administración**, dirigido a: editor de la revista Pensamiento y Gestión, Barranquilla, Octubre de 2000, Pág. 12

historia empresarial en la costa atlántica caribe de los cuales archivos institucionales y archivos familiares son complementarios entre si²⁵.

4.5 Evolución Del Empresarismo Y El Empresario

El empresario es considerado como un líder en los negocios ya que su fundamental desempeño en el desarrollo económico es primordial la función del liderazgo parece ser el punto de partida en mucho de los estudios realizados alrededor del empresario, pero mas allá de esta premisa surgen las discrepancias sobre el verdadero papel que representan en el medio social.

El factor empresarial debe considerarse un importante elemento en cualquier proceso de producción, es el empresario quien debe decidir la forma de combinar los demás factores que intervienen en la empresa, bajo los conceptos de eficiencia y productividad, y por ello adquiere un papel equiparable al que tienen la tecnología o la disponibilidad de recursos en los modelos mas ortodoxos que le han dejado por fuera del análisis, refiriéndose simplemente a su existencia como a un parámetro de poca o ninguna importancia²⁶

La revolución Industrial se puede decir que fue uno de los periodos mas ricos de la historia de la economía mundial, donde se presento una inmensa riqueza de

²⁵ Ibíd. Pág.14-16

²⁶ LLINAS Angulo Guillermo, Empresarios Colombianos, Un Nuevo Contexto De Desarrollo,talleres gráficos de Ponce de Leon,Hns Ltda.pg 3

materiales investigativos de los cuales gran parte han sido ya seleccionados por periodistas de este mismo periodo; en ellos el tratamiento que se le da al empresario, figura del desarrollo industrial no siempre ha estado dentro de los términos apropiados, objetivos indispensables para definir su verdadero papel como responsable del crecimiento.

Al hacer un compendio de los diferentes autores que han tratado el tema los primeros empresarios se ha encontrado que han recibido diferentes tratamientos en los escritos publicados desde la época misma de la revolución industrial, se les ha dado el calificativo de dioses al haber iniciado el trabajo de separación de las tareas y organización de la producción, pero también en otros estudios se ha llegado a considerar a los empresarios pioneros dentro de la revolución industrial como explotadores inhumanos que derivaron su riqueza del trabajo de los niños y las mujeres manteniendo a la comunidad en un estado de indigencia.

El papel de los empresarios en estas primeras etapas de la revolución era un poco mas compleja, ya que era necesario lograr estabilidad en los costos cuando la oferta de materias primas era irregular, y en los mercados por las características económicas de los países en formación se caracterizaban por bruscas y radicales oscilaciones que con la integración de la economía mundial y la estabilización de los sistemas económicos se ven catalizados en el presente.

El empresario artesanal tenía una serie de ventajas, tales como la alternativa de suspender la manufacturación al bajar la demanda, con pocos efectos sobre sus

ingresos y sus riquezas. El artesano siempre desarrollaba esta labor completando los bajos ingresos que para el representaban la agricultura en la que concentraban sus esfuerzos todo el núcleo familiar²⁷

En la actualidad, el empresario cambia esa imagen de ser considerado como un dios, por la de un director, dispuesto a escuchar las sugerencias de su equipo de trabajo, en pos del mejoramiento de los procesos al interior de la empresa que dan como resultado cambios en los métodos de trabajo y por ende en el producto y la satisfacción del cliente. Esto se ve reflejado en el análisis industrial ya sea en Colombia o en cualquier parte del mundo, lo cual demuestra que cada uno de los intentos realizados se encuentra ligado a la existencia de empresarios interesados en dedicarse a las labores productivas.

Estudios de casos particulares de empresarios en la industria colombiana confirman una nueva forma de actuar y la manera en que estas han ido evolucionando en el medio hasta permitir que se valoren las personas dedicadas a la industria que años atrás eran considerados accesorios para la actividad industrial.

El empresario, persona que toma las decisiones sobre múltiples aspectos de realidad económica, tiene en cada país y en cada sociedad unas características que lo diferencian de los empresarios de otros lugares evolucionados a partir de

²⁷ Ibid,pg 5

realidades diferentes y por lo tanto, su comportamiento y sus características frente al entorno pueden ser distintas

La evolución y gestación de una elite empresarial, en un país que se encuentra en las etapas iniciales de la industrialización, puede obedecer a las acciones de muchas fuerzas que al intento de definir al empresario como un espíritu innovador y atípico en la sociedad.

“En América latina no solo los grupos de inmigrantes europeos, sino también sirios y libaneses, desarrollaron importantes factorías, de los cuales estos últimos se han destacado por su trabajo, energía y excepcionalismo; son capaces de vencer obstáculos que desaniman a hombres de negocios de otros lugares del mundo”²⁸.

Pocos años antes e la primera guerra mundial en algunos de los países menos desarrollados, grupos de inmigrantes tomaron la iniciativa y establecieron las primeras empresas manufactureras, que en algunos casos fueron los pioneros, o los grupos mayoristas destacándose como empresarios con gran éxito.

En Colombia y en particular Antioquia se estableció un elevado numero de industrias prosperas debido a los inmigrantes que allí se establecieron y a las condiciones del medio, lo cual describe a sus habitantes como rigurosos y frutales,

²⁸ MEISEL, Roca Adolfo. empresas y empresarios del caribe.servigraficos. 1954

cuyo extraordinario vigor y genio colonizador los han constituidos en el sector de población dominante y mas claramente definido dentro de la nación.

La literatura colombiana de finales del siglo XIX esta llena de argumentos, siempre propugnando a los políticos y dirigentes de la época para que el gobierno estableciera medidas que fomentaran la llegada al país de grupos masivos de extranjeros, con los cuales suplir esa falta absoluta de empresas y de empresarios que caracterizaban al país, se llevo inclusive ha establecer leyes y destinar parte de los presupuestos nacionales al fomento de las migraciones europeas para el desarrollo nacional.

Actitudes como las anteriormente descritas para la zona antioqueña y su mercado contrastan con el resto del país, sirven para entender las diferencias que se presentan entre los grupos que conforman culturalmente a Colombia.

Los valores religiosos que consideraban poco atractivo la actividad empresarial y la “ganancia” como símbolo claro del concepto de la usura hicieron que la tendencia entre los grupos adinerados de la población fuera hacia la concentración de capitales en las propiedades agrarias.

La actividad económica envuelve una división del trabajo que redundo en la estratificación basada en la ocupación, La propiedad, los ingresos y la distribución de las riquezas. La cultura de la industrialización desafía a la jerarquía antigua y la

reemplaza con una nueva orientación de las clases por grupos de status de profesionales, gerentes, administradores y trabajadores industriales que reemplazan a la organización económica preindustrial de terratenientes, mercaderes y comerciantes, maestros artesanos y jornaleros de los gremios, aprendices y campesinos.

El desarrollo del tejido industrial en nuestro país, fue el reflejo de la implementación del modelo de industrialización por Sustitución de importaciones. Con éste esquema Colombia logró importantes avances en términos de crecimiento económico y progreso en la diversificación de las exportaciones. Dicho modelo hizo propicio el desarrollo de algún tejido industrial hasta los años setenta, aprovechando las ventajas que la protección trae y favoreciendo el desarrollo industrial a partir de la protección y no la innovación. Lamentablemente, las limitaciones del mercado interior generaron una barrera muy clara a la industria colombiana y la protección que en un primer estado de industrialización es un fenómeno positivo se convirtió en un fenómeno desastroso para la economía nacional.

A partir de la década de los setenta, ninguna empresa industrial colombiana creció realmente más allá de las oportunidades del mercado interior y Colombia siguió viviendo de las exportaciones primarias de café, carbón, petróleo y otros

productos, protegiendo el mercado interior y manteniendo una industria que para los años ochentas se hizo pequeña, ineficiente y poco competitiva con una participación nula en el mercado internacional.

Por otro parte encontramos la navegación fluvial, la cual tuvo mucho que ver con el desarrollo industrial de la costa atlántica, que para ese entonces se encontraba vinculado con las labores metalmecánica y de procesamiento de la madera. La gran mayoría de estas empresas eran pequeñas en comparación con las unidades productivas de hoy, empleaban pocos trabajadores y los métodos de trabajo eran rudimentarios. Muchos de los empresarios con intereses en el campo industrial, tenían también conexiones con el ramo económico local, regional y nacional. En general, fue poco notable la industrial en esta parte del país en cuanto a monto de inversiones, cantidades de inversión y variedad de productos.

Los intentos por organizar industrias grandes eran esporádicos y muchos de ellos fracasaban al poco tiempo por diversos motivos, ya fuera por la dificultad de introducir sus medios de producción, conseguir fuerza laboral capacitada, realizar sus mercancías en un mercado tan estrecho o conseguir capitales, pero lo que si queda en claro es que en la costa atlántica y en particular en Barranquilla desde finales del siglo XIX hubo empresarios que ensayaron en las labores industriales,

como lo fue Francisco J. Palacio fundador de el Porvenir en los años 80²⁹. No hay que olvidar que la navegación a vapor creo las condiciones para el desarrollo de una industria mecánica, que debido al poco avance del país serviría para formar a muchos jóvenes durante casi todo el siglo XIX.

El crecimiento urbano, empujado por la expansión poblacional, dio pie a la aparición de los negocios de producción de ladrillo, de caleras, de alimentos, sastrerías y otros.³⁰ También se dio el intento por desarrollar empresas desmotadoras de algodón que preparaban el producto para la exportación como también el de las imprentas; pero toda esta existencia hacia la industrialización tuvo que afrontar otro problema mas, que aparte del de las insuficiencia de personal calificado, escasez de capital, estreches de mercado y fue la inexistencia de un adecuado servicio de energía eléctrica, debido a que este a finales del siglo XIX era muy precario.

El comercio en gran escala (exportación e importación) permitió el crecimiento de capitales acumulados previamente en otras regiones del país o del exterior. La expansión de estos alimentó el crecimiento de una capa de comerciantes, comisionistas, agentes, etc., nacionales y extranjeros que realizaron una variedad de actividades económicas, muchas de ellas en función de la actividad

²⁹ ZAMBRANO Pérez Milton, El Desarrollo del Empresario en Barranquilla 1880-1945, Fondo de Publicaciones de la Universidad del Atlántico ,Pág. 69

³⁰ Ibíd., Pág. 75

comercializadora³¹. Es por ello que se puede decir que el capitalismo comercial fue el eje del desarrollo socioeconómico de la costa atlántica.

La expansión de las exportaciones de bienes primarios estimuló el desarrollo de los empresarios en la ciudad y se convirtió en causa fundamental de la acumulación originaria de capital en el seno de esta población.

Los empresarios nacionales y extranjeros involucrados en la economía de exportación distribuyeron mucho de los capitales monetarios obtenidos mediante la comercialización del café en el crecimiento de la urbanización. Los cambios vividos por el empresariado debido a estas transformaciones en la primera mitad del siglo XX (1915-1945) se relacionaba con el carácter de la diversificación económica y la ruptura industrial de los años veinte y treinta y con los matices que adquieren estos.

Los líderes o empresarios de esta parte de Colombia se diferenciaban muy poco como lo hemos mencionado anteriormente de los de resto del país, ya que estos obtenían fondos monetarios básicamente del comercio y de la producción de bienes primarios en los alrededores de las ciudades, tales como el algodón, ganado, etc., la industria no tuvo gran peso sino hasta después de la década del siglo XX cuando se presentó una de las grandes rupturas en el desarrollo del empresariado local. Los estudios realizados sobre historia empresarial costeña se establecen desde 1982, con el reconocimiento que obtuvo Manuel Rodríguez y

³¹ *Ibíd.*, Pág. 82

Jorge Restrepo “los empresarios extranjeros de Barranquilla”³² al ser estos los pioneros en este genero

A pesar del gran avance para la historia industrial de Cartagena con el trabajo realizado por Maria Teresa Ripio de Lemaitre y Javier Báez³³, sobre el desarrollo de la ciudad como puerto petrolero y luego como polo petroquímico, todavía es evidente que hay mucho que investigar sobre esta historia, y mas aun entre los años de 1926 y 1974 con la existencia de la Andian Corporation³⁴. Infortunadamente la falta de archivos históricos de la región ha conllevado a la misma ausencia de archivos más recientes.

Los trabajos realizados hasta la época sean logrado gracias a la colaboración de las familias de los empresarios que tienen en su poder archivos o documentos que facilitan el trabajo del investigador al igual que las fotografías, donde se puede apreciar los establecimientos comerciales, fabriles, las tecnologías, viviendas, infraestructuras de transporte, cultivos, etc., que son importantes para la historia económica.

³² Grupo de Historia Empresarial, Universidad EAFIT, Las Regiones y la Historia Empresarial, Pág. 147

³³ Ibid,pg 151

³⁴ B.B. de la R. Monografía Industrial de Cartagena, 1976, Andi. Pág.22-31

Ahora bien de todos estos documentos, escritos o reportajes publicados se puede apreciar claramente la fuerte presencia de los extranjeros en la experiencia empresarial de la costa entre la segunda mitad del siglo XX y el estallido de la segunda guerra mundial, los cuales se asociaban con empresarios locales de distintas empresas y diferentes proyectos.

El capital humano que se encuentra entre los empresarios de distintas épocas, ya sean inmigrantes o nativos, estos últimos adquiriendo los conocimientos necesarios para sus actividades en largos periodos de estudio, practicas empresariales o viajes donde se familiarizan con técnicas y maquinarias modernas.

La actividad agropecuaria realizada por empresarios nativos de la costa no fue muy distinta a la de los extranjeros o a la de personas de las otras regiones del país.

Es así como se podría decir que en la región costeña se han desempeñado en distintos periodos de la vida republicana empresarios extranjeros y locales con gran capacidad para la innovación en los negocios, asumiendo riesgos e invirtiendo en diferentes campos de la vida económica, tanto en forma individual

como asociados. Por lo cual parece haber evidencia de que el rezago económico de los departamentos costeños con respecto al resto del país durante el siglo XX tenga origen en la falta de capacidad empresarial de sus elites.

En los estudios realizados no se encuentra evidencia de falta de capacidad empresarial en la costa caribe colombiana, pero si es regular encontrar alusiones en ese sentido. En conversaciones es común encontrar que personas provenientes de otras regiones evoquen las características culturales de los costeños, tanto de la clase trabajadora, como la empresarial, para explicar la supuesta falta de dinamismo económico de la región en las últimas décadas.

A pesar de los notables esfuerzos logrados por estudiar y analizar al empresario costeño entre 1982-2002 todavía subsisten vacíos protuberantes debido que hay muchísimo que aprender y estudiar sobre el aporte de los inmigrantes árabes al desarrollo económico y a la conformación del empresariado costeño, ya que estos se convierten en el grupo de inmigrantes mas numerosas de la costa norte colombiana, influyendo así en todos los aspectos decisivos de vida de la región.

Pero quizás este no es el mas preocupante de los vacíos que aun subsisten ya que el mayor, se podría decir, es el que se tiene en la actualidad y es el estudio de la ganadería y los ganaderos que durante muchas décadas a sido el renglón principal de la economía costeña. Pocos son los estudios realizados y encontrados sobre haciendas ganaderas o ganaderos debido a que solo en casos muy grandes (grandes extensiones e tierra y ganadería) se llevan a libros de contabilidad, lo que deja sin evidencia que investigar a los analistas; es por esta razón que se piensa que para un futuro los avances mas importantes en la historia de la hacienda ganadera y en general de toda la historia empresarial de la costa, se harán sobre fuentes primarias, que se encuentran en poder de las familias de estos autores del desarrollo de la región costa caribe.

Es por ello que todo esto conlleva a un enorme reto para los historiadores interesados en el estudio de esta parte de las regiones colombianas, como lo es la costa caribe.

5 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Las ciencias de la pedagogía se entrelazan para la formación y mejoría de un sistema de educación eficiente a través de todo el mundo. Entre sus diversas ciencias está la psicología Educativa, que viene en auxilio para el estudio de la pedagogía y su efecto en los estudiantes como seres humanos con el fin de lograr experiencias de enseñanza-aprendizaje duraderas³⁵.

La psicología educativa ha hecho grandes contribuciones en la clasificación detallada de los métodos de enseñanza y una clasificación de estos.

Al abordar el estudio de los métodos de enseñanza, es necesario partir de una Conceptualización filosófica del mismo como condición previa para la comprensión de estos.

³⁵ www.uaca.ac.cr/acta/2000may/lalpizar.htm#autor

5.1 ¿Que es un método?

Es un medio para lograr un propósito, una reflexión acerca de los posibles caminos que se pueden seguir para lograr un objetivo. Por lo cual este función de medio y carácter final.³⁶

"Desde el punto de vista de la filosofía, el método no es más que un sistema de reglas que determinan las clases de los posibles sistema de operaciones partiendo de ciertas situaciones iniciales condicionan un objetivo determinado", (Klinberg 1980).

Para John Dewey "el método significa la combinación del material que lo hace más eficaz para su uso. El método no es nada exterior al material. Es simplemente un tratamiento de éste con el mínimo de gasto y energía".

5.2 ¿Que es un método de enseñanza?

El método de enseñanza es el medio que utiliza la didáctica para la orientación del proceso enseñanza-aprendizaje. La característica principal del método de enseñanza consiste en que va dirigida a un objetivo, e incluye las operaciones y acciones dirigidas al logro de este, como son: la planificación y sistematización adecuada.

³⁶ www.monografias.com/trabajos15/métodos-enseñanza/método-enseñanza.shtml

Otras definiciones incluyen la de Imideo Nérci que afirma que el método de enseñanza "es el conjunto de movimientos y técnicas lógicamente coordinadas para dirigir el aprendizaje del alumno hacia determinados objetivos"³⁷.

5.3 Selección Del Método De Enseñanza

Si se tiene la experiencia de dar clases, se puede notar que los métodos de aprendizaje que tienen los estudiantes no coinciden siempre con los métodos que usualmente se describen en la psicología cognoscitiva (implícita y explícita), que comúnmente son los más utilizados por los profesores.

Es importante mencionar aquí que una gran cantidad de profesores por lo general no toma en cuenta los métodos de aprendizaje de sus estudiantes para decidir cuál método de enseñanza utilizar.

A continuación se mostrara el método de enseñanza- aprendizaje utilizado en este documento para facilitar el conocimiento y aprendizaje del lector.

5.3.1 Método de enseñanza explícita

Este método fue seleccionado debido a que el estudiante siempre necesita adquirir alguna estructura antes de que comience a observar ejemplos. No

³⁷ Ibíd.

necesariamente necesita de una explicación del concepto, pero sí de alguna guía inicial que le dé un contexto en donde ubicarse para que los ejemplos que observe tengan sentido. Por lo general, si esta estructura o guía no se tiene, los ejemplos no servirán de mucho.

Este método puede parecer muy ineficiente ya que al principio se hace lento. Sin embargo, tendrá la ventaja de que el estudiante siempre estará abierto a nuevos conceptos por no tener estructuras implícitas en las que debe basarse en el conocimiento que recibe.

6 ESTRUCTURACIÓN DEL DOCUMENTO DE LA PLANEACION Y SELECCIÓN DE LAS DIRECTRICES PARA LA ELABORACIÓN DE UN LIBRO SOBRE EL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL.

6.1 Capitulo 1

Este capitulo estará basado en el desarrollo del empresarismo y el empresario a nivel mundial, nacional y regional basándose en la evolución histórica del hombre en comunidad y las necesidades que lo han llevado a crear nuevas formas de supervivencia, haciendo de esta forma que este se convierta en un ser en constante cambio y en constante necesidad de innovación o de creación.

Este capitulo estará conformado por los siguientes temas³⁸:

- Evolución e historia del empresarismo
- Evolución de la empresa
- La empresa en la civilización agrícola
- El surgimiento de la revolución industrial

³⁸ Estos temas están desarrollados en el capitulo 4 de la tesis.(EVOLUCION E HISTORIA DEL EMPRESARISMO)

- Efectos de la revolución industrial
- La empresa tecnológica
- Factores de la revolución industrial
- Factores políticos
- Factores sociales y económicos
- Factores geográficos
- Factor insular
- Historia empresarial en América latina
- Historia empresarial en Colombia
- Antioquia
- La industria
- Viejo caldas
- Región centro
- Valle del cauca
- Costa atlántica
- Evolución del empresarismo y el empresario

6.2 Capítulo 2

El capítulo del emprendedor se desarrollará de tal forma que el lector visualice y comprenda cuáles son las características que posee un emprendedor, llevándolo así a desarrollar su propia personalidad emprendedora.

También le enseñará que tiene que ser protagonista del mundo, de la historia y donde el mismo es constructor y responsable de su propio destino, y por esta razón debe buscar por todos los medios, éticos honrados y responsables, romper que todas esas barreras que le impiden realizarse como emprendedor.

El capítulo dos estará estructurado de la siguiente forma:

6.2.1 El emprendedor

Todos hemos escuchado relatos acerca de un gran empresario que tuvo la osadía de ir en contra de todas las predicciones y finalmente, obtuvo éxito en lo que se propuso. Su apellido era “Colón” y, si lo analizamos brevemente, encontraremos a un “empresario”. Un hombre que decidió realizar un viaje hacia las Indias en una época en que se pensaba que la Tierra era plana y que al final del mar había un enorme precipicio.

Algunos sabrán que este “aventurero” conocía las ideas de Copérnico sobre que la tierra era redonda. Esto nos lleva a la primera conclusión: todo empresario es

“aventado”. Si lo analizamos más profundamente, encontramos que la llamada “intuición” de este navegante, fue acompañada de la información que, consciente o inconscientemente, había acumulado. Colón no tenía un banco del sistema que le hiciera un préstamo y tampoco un grupo de ejecutivos que le ayudaran en su empresa.

Su amiga Isabel le ayudó económicamente y consiguió un grupo de “colaboradores” que, curiosamente, tenían el mismo domicilio, lo cual hizo más fácil la convocatoria.

Al llegar a tierra, Colón no estaba en las Indias y tampoco sabía donde se encontraba. Es obvio que el navegante genovés no era un buen administrador, pero sí tenía los rasgos de muchos empresarios que aún con las circunstancias en contra, se lanzan, se atreven, se arriesgan. Si tu quieres subir un escalón mas, recuerda que la palabra empresario viene de “empresa” que significa “tomar riesgos” y caminar, muchas veces solos, en contra de los “buenos consejos” de quienes se asustan cuando tú empiezas a despegar del pelotón de los que prefieren la “estabilidad”.³⁹

A pesar de que todavía no hay un consenso para definir al emprendedor, en la investigación se consultaron muchos autores para construir así un concepto propio

³⁹ www.gjaluces.com/emprendimiento.index

y ajustado que agrupe bajo este término a una serie de personas que conciben la actividad empresarial como un instrumento para el desarrollo económico y social; y como una respuesta eficiente a la apatía que muestran los organismos públicos en la creación de nuevos empleos.

Emprendedor es una persona con un norte definido, que descubre que debe ser protagonista de su entorno. Que ella misma es la única constructora de su propio destino, y por esta razón busca por todos los medios, éticos, honrados y responsables, poner en funcionamiento todas sus capacidades para lograrlo.

Una de las características que lo definen es el afán por impulsar, con soluciones innovadoras y desconocidas hasta entonces, a los sectores más desfavorecidos de la población. Primero estudian, investigan y cuestionan una determinada situación. Para intentar conseguir los recursos necesarios para lograr su objetivo y, en ocasiones, luchan por llevar a cabo proyectos que, a primera vista, no parecen rentables.

Se puede observar con facilidad que las fuentes de empleo tradicional no son la respuesta a las necesidades de empleo de la población, Actualmente, el gobierno y las grandes empresas no pueden revitalizar por si solos la economía, por lo tanto, es ilusorio pensar que vayan a proporcionar la mayor parte de los nuevos empleos que se necesitarán crear. Por lo tanto los emprendedores, que forman

parte de esta sociedad, serán los principales responsables del desarrollo económico que se transformará en bienestar social.

A continuación, se describen diversas formas de trabajo resultado de la investigación:

- **El trabajo dependiente:** corresponde a una actividad laboral o de empleo, ya sea privado o público dependiendo de que se trabaje para una empresa, compañía privada o para el Estado.
- **El trabajo independiente:** corresponde a la actividad empresarial o al trabajo por cuenta propia a través del autoempleo.
- **El trabajo voluntario o voluntariado:** corresponde a distintas actividades no remuneradas de interés para la sociedad.
- **El trabajo personal y familiar:** corresponde a la actividad doméstica, artística, etc.

Después de analizar los sectores de la economía y sus características en comparación con el emprendedor.

Sector Público

- Necesita superar las pruebas de selección.
- Continuidad del trabajo.
- El ascenso y promoción de cargos son lentos

- Los salarios no son elevados.
- Las condiciones de trabajo resultan más atractivas (jornadas continuas, periodos vacacionales)

Sector Privado

Requiere pasar por un proceso de selección (C.V., entrevistas, tests...).

- Los primeros contratos suelen ser temporales. El contrato definitivo no garantiza la continuidad.
- El ascenso profesional depende también del tipo de empresa.
- Los salarios pueden llegar a ser muy elevados si se alcanza un puesto directivo.
- Las condiciones de trabajo no son tan atractivas como en la empresa pública
- Emprendedor
- No existe proceso de selección.
- No garantiza la continuidad del trabajo.
- No existe la promoción profesional sino la ampliación de competencias.
- Los salarios varían según el desarrollo y volumen del negocio.
- Las condiciones de trabajo son impuestas por uno mismo.

Como se puede notar existen un gran número de desventajas pero si un emprendedor, se considera como tal; en cada desventaja encuentra una oportunidad la cual merece desarrollarse y alcanzar su máximo potencial, es aquí donde comienza la actividad del emprendedor.

Después de analizar el texto anterior te haces la pregunta:

¿Por qué no has creado tu empresa ya? ¿Qué te lo ha impedido?

6.2.2 Barreras para crear empresa

Para responder a este interrogante es necesario conocer las barreras a las que te enfrentarás en tu actividad como emprendedor:

6.2.2.1 Falta una idea de negocio

Es la más fundamental de todas que voy a hacer, cual es el negocio, donde lo encuentro, se me aparecerá la virgen y me dará el negocio del siglo, siento decirte compañero emprendedor que estas equivocado,

Entonces nos preguntamos como fue que los grandes empresarios comenzaron, quien los ayudo y a raíz de que el emprendimiento es un concepto nuevo para la gran mayoría, la falta de información causa que se presenten falsos tópicos al respecto como lo son:

- Todo lo que se necesita es suerte
- Los empresarios de éxito tuvieron la fortuna de toparse con una gran idea
- Hay que esperar hasta que se presente una buena oportunidad

Al reflexionar te darás cuenta que para estar en el lugar apropiado, en el momento oportuno y captar la oportunidad se necesita un proceso de análisis de factores, de apreciación de eventos y de tendencias, de disposición a actuar; de aprovechar y maximizar las épocas buenas y minimizar el impacto de las épocas malas, en resumen, se necesita espíritu empresarial y no suerte.

6.2.2.2 Falta de dinero

Creemos que para comenzar una empresa es necesario tener dinero, que solo los hombre adinerados tiene la oportunidad de crear y hacer exitosa una empresa, antes de pensar esto pregúntate, de donde salio el dinero y te darás cuenta que la mayoría fueron prestamos y que ninguno poseía las grandes sumas de las que disponen hoy.

Mucho pensábamos de igual manera y teníamos paradigmas en nuestras cabezas como:

- Todo lo que se necesita es dinero
- Sin dinero no se puede crear una empresa

- No se puede conseguir dinero prestado sino se pueden ofrecer a cambio garantías patrimoniales

Ésta es la disculpa más frecuente, porque en la sociedad actual una de las habilidades empresariales es la de identificar y conseguir recursos. Se ha demostrado en investigaciones a nivel mundial que, en general la mayoría de los empresarios requieren muy poco dinero en sus inicios y proviene de ahorros y de recursos familiares y de amigos.

6.2.2.3 La formación

Se necesitan tener estudios especializados, conocer la tecnología y manejarla a la perfección, es indispensable dedicar años al estudio. No señores solo se necesitan una buena preparación a conciencia, una buena idea y deseos de superación

Estoy seguro que más de uno de ustedes ha escuchado por la calle lo siguiente:

- El empresario no tiene preparación
- Los empresarios son los fracasados
- Para formar empresas hay que ser inventor o trabajar en tecnología avanzada

- Hay que estudiar varios años en la Universidad para poder comprender como funciona una empresa

El emprendedor del futuro tiene que ser empresario formado, de forma generalista porque si no sus posibilidades de éxito y/o crecimiento son mínimas.

6.2.2.4 Desconocimiento del sector

Investigar y enterarse de lo que ocurre a tú alrededor en cualquier sector de la economía, donde están las oportunidades, no vaya a ser que piense como estos señores:

- Sólo los experimentados pueden ser empresarios
- Primero hay que trabajar por cuenta ajena, conocer un negocio y entonces crear tu propia empresa a partir de tus conocimientos en esa área

En las revistas del ámbito (Ideas y Negocios, Emprendedores...), existen múltiples evidencias de emprendedores sin experiencia; donde aparecen jóvenes, incluso sin haber estado empleados, siendo estudiantes de universidad o de colegio. Existen ciertas conveniencias de iniciar un proceso empresarial cuando se es joven, y hay evidencias de que muy poca gente empieza negocios después de los 50 años.

6.2.2.5 Prejuicios

No debemos pensar en falsos prejuicios a la hora de comenzar una futura empresa.

- Mi estatus profesional se rebaja por ser empresario
- El emprendedor es un rebelde

Existen muchos emprendedores con éxito que antes de crear su propia empresa fueron buenos empleados en otras más grandes. Por lo tanto, habría que preguntarse si estas empresas no debían haber creado en su seno las condiciones para retenerlos y beneficiarse de su capacidad creadora.

6.2.2.6 Desconfianza del entorno próximo

El esfuerzo del emprendedor es un esfuerzo compartido y que requiere del tesón y comprensión de las personas a tu alrededor.

- Es imposible convertirse en empresario sin contar con la comprensión y el apoyo de los que te rodean.
- La situación del país no permite crear empresas.

El fenómeno es al contrario, sólo en la medida en que creemos empresas, trabajo y riqueza mejorarán las condiciones ambientales para reforzar el proceso emprendedor.

También existen barreras psicológicas que quizás son las mas difíciles de romper puesto que están intrínsecas en la psique del emprendedor

6.2.2.7 Falta de carácter

Si hay algo que tiene que estar impreso en la actitud del emprendedor es el carácter.

- Los empresarios nacen y no se hacen.
- El empresario puro es gente hecha de una pasta especial. O se tiene, o no se tiene.

El ser empresario implica unos atributos y unos conocimientos que son características adquiridas y comportamientos aprendidos. En la sociedad actual existen planes estatales, autonómicos y municipales que forman para la creación de empresas.

6.2.2.8 La dureza de los comienzos

Compañeros emprendedores todo negocio al empezar genera dolores de cabeza todo sobre todo problemas de dinero.

- Durante los primeros meses de su nuevo negocio sólo tendrá pérdidas.
- La mayoría de los negocios fracasan rápidamente.

La realidad es que toda inversión tiene riesgos y actos seguros no existen en el mundo financiero.

6.2.2.9 Mujer, juventud, desempleo

Todos podemos hincar una empresa olvidemos esas viejas creencias como estas:

- La creación de empresa es una cuestión de hombres

La mujer emprendedora tiene los mismos problemas que si trabajasen por cuenta ajena. Las motivaciones positivas para que la mujer emprenda, independientemente de los del hombre, son: tener un trabajo a su medida, hacer realidad un sueño y mejorar su autoestima.

Y por ultimo otras de las grandes barreras a vencer dentro del desarrollo del emprendedor son las de su cultura e idiosincrasia.

6.2.2.10 El riesgo

En toda clase de iniciativas de emprendimiento siempre existe un riesgo inherente, por tanto es necesario ser estudiosos y no caer en falsas creencias como:

- Los empresarios no analizan sino que van haciendo cosas.
- Crear una empresa es como jugar a la lotería, no sabes si va a funcionar hasta que no la pones en marcha.
- El empleo es seguro y los negocios no lo son.
- Crear una empresa es mucho más arriesgado que trabajar como empleado.

La verdad es distinta, los empresarios que han triunfado durante un período relativamente largo, analizan muy bien la oportunidad, la miran por todos lados, la evalúan con un software mental que ya tienen estructurado y que recibe datos por todos los sentidos, calculan cuidadosamente sus movimientos antes de actuar, comparan los resultados previstos con sus objetivos y una vez están claros actúan.

6.2.2.11 Capitalismo / anti - capitalismo

Son pocos los emprendedores que a la primera han conseguido hacerse ricos y no por que fracasas la primera vez vas a ser un acérrimo detractor del los negocios y del capitalismo.

- Con el primer negocio me enriquezco
- El empresario no es ético

Nos impresiona de algunos empresarios veteranos, a quienes con gran frecuencia aparecen en las revistas de profesionales y que nos hacen preguntarnos: ¿cómo lo hacen?, ¿de dónde sacan tantas ideas? La respuesta está en que cada negocio genera múltiples opciones y eso facilita al emprendedor su expansión.

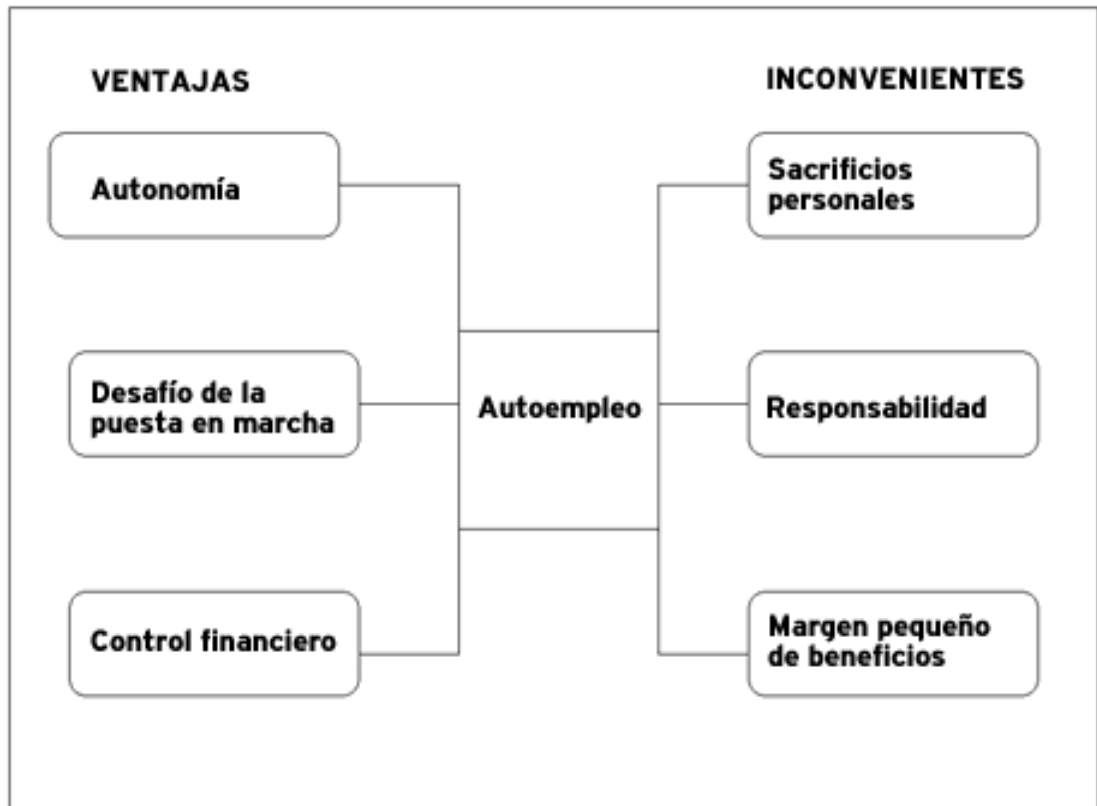
6.2.3 Ventajas e inconvenientes del emprendedor

Ahora sería bueno que se determinen las metas que le gustaría alcanzar con su empresa, pues si las conoce podrá lanzarse en su búsqueda para conseguirlas. Cada uno de nosotros tiene puntos de vista diferentes respecto a lo que espera de su vida y lo que les va a proporcionar su empresa cuando esté en marcha. Para que pueda identificar sus metas y lo que les va a proporcionar su empresa, podría contestar a algunas preguntas, que le permitan poner en orden las razones por las que quiere ser dueño de una empresa:

- ¿Una carrera emprendedora me ayudaría a alcanzar esos objetivos?
- ¿Disfrutaría con este tipo de trabajo?
- ¿Me gusta hacer tratos, dirigir una organización o desarrollar productos nuevos?
- ¿Lo puedo hacer sólo en contra de la opinión de los demás?
- ¿Me gusta tener el control y responsabilizarme de lo que suceda?

Figura 1. Ventajas e inconvenientes del autoempleo

(Lambing y Kuehl, p 16)



6.2.3.1 Ventajas

- **Autonomía:** hay personas que necesitan independencia y libertad para decidir sobre sus alternativas. El sentimiento de ser su propio jefe es muy satisfactorio para ellos.
- **El desafío de la puesta en marcha/necesidad de logro:** a muchos emprendedores, el desafío de la puesta en marcha del negocio les estimula. La oportunidad de desarrollar esa idea para convertirla en un negocio

productivo les proporciona un sentimiento de logro. El emprendedor sabe que es el principal responsable de ese éxito.

- **Control financiero:** algunos empresarios no buscan con sus negocios obtener grandes riquezas, lo que desean es controlar su situación financiera. No les agrada tener un jefe que sin previo aviso les anuncie que están despedidos, después de haber dedicado algunos años de su vida a trabajar en una empresa.

6.2.3.2 Inconvenientes

Ser emprendedor es una de las carreras más difíciles que se puede escoger, esto supone un gran inconveniente, pero además existen otros:

- **Sacrificios personales:** sobre todo al comienzo de la actividad empresarial. El emprendedor puede dedicarle los siete días de la semana, sin apenas tiempo para el ocio, la vida familiar o personal. Esto suele crear una gran tensión, en sus relaciones familiares.
- **Responsabilidad:** el emprendedor es el máximo responsable de que la empresa salga adelante, al contrario que sus obreros. En las empresas los empleados están rodeados de otros de su misma categoría y con sus mismas preocupaciones, entre ellos comparten informaciones y de este modo consiguen tener un sentimiento de compañerismo. En cambio, el empresario se encuentra ***solo en la cima***.

- Por otro lado, mientras que los empleados se especializan en unas áreas determinadas, por ejemplo en comercio, en finanzas, en personal..., el emprendedor debe manejar todas las funciones hasta que el negocio le sea rentable
- Margen pequeño de beneficio: estos pequeños negocios, introducen productos que en un principio no son aceptados o atraviesan periodos improductivos y este aspecto puede provocar su cierre, pues el margen de ganancias no es inmediato y se necesita un periodo de tiempo para producirse⁴⁰.

6.2.4 Características de la persona emprendedora

Una de las preguntas básicas, pero difícil de contestar es ¿qué es un emprendedor? En las revisiones del término, se observa que no existe acuerdo acerca de la definición, pero en el único aspecto que están de acuerdo, es que desde el momento que alguien decide hacerse emprendedor, tiene que poner en juego la imaginación, el esfuerzo para descubrir una oportunidad y transformarla en negocio.

⁴⁰ LAMBING, P. y Kuelh, Ch. (*Entrepreneurship*. London. Prentice-Hall International (UK) limited. 1997.

Existen un sin numero de aspectos que influyen sobre la calidad de emprendedor que a continuación se mencionaran⁴¹

6.2.4.1 Factores motivacionales

- Necesidad de logro*
- Necesidad de reconocimiento
- Necesidad de desarrollo personal
- Percepción del beneficio económico
- Baja necesidad de poder y status
- Necesidad de independencia*
- Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
- Necesidad de escape, refugio o subsistencia*

6.2.4.2 Características personales

- Toma de iniciativa*
- Capacidad de decisión
- Acepta riesgos moderados*

⁴¹ NUENO, P. («El emprendedor. Definiciones y mitos» en *Iniciativa Emprendedora*. 2. (enero-febrero). 1997.

- Orientado hacia la oportunidad*
- Estabilidad emocional/autocontrol
- Orientación hacia metas específicas
- Tolerancia ambigüedad/ presión/ incertidumbre
- Receptivos en sus relaciones sociales
- Sentido de urgencia / Tiempo valioso
- Honestidad / Integridad y confianza
- Perseverancia / Compromiso total*
- Responsabilidad personal
- Individualista*
- Optimismo

6.2.4.3 Características físicas

- Energía *
- Trabajan duro *

6.2.4.4 Características intelectuales

- Versatilidad / Flexibilidad
- Creatividad / Imaginación / Innovación *

- Búsqueda de la verdad e información
- Planificación y seguimiento sistemático de los resultados *
- Capacidad de analizar el ambiente (reflexión) *
- Visión comprensiva de los problemas
- Capacidad de solución de problemas
- Planificación con límites de tiempo

6.2.4.5 Competencias

- Liderazgo
- Orientación al cliente
- Capacidad de conseguir recursos *
- Gerente / administrador de recursos
- Patrón de factores de producción
- Exige eficiencia y calidad.
- Dirección y gestión de la empresa *
- Red de contacto
- Comunicación *

Los * representan las características que consideramos mas importantes dentro de cada uno de los aspectos que el emprendedor debe reunir para desarrollar la actividad de emprendimiento como tal.

6.2.5 Clases de emprendedores

Según Moriano y Palací (2003), se puede clasificar a los emprendedores en dos grandes grupos según las motivaciones que les llevan a crear su propio negocio o trabajar de forma independiente:

1. **Emprendedores «vocacionales»:** aquellas personas que sienten el impulso, la ilusión y el sueño de crear su propia empresa. Tendrían una alta motivación de logro que les induce a asumir riesgos y marcarse objetivos cada vez más desafiantes.
2. **Emprendedores «situacionales»:** quienes crean su empresa para huir de una situación de precariedad laboral o empujada por las circunstancias. El autoempleo sería para ellos un refugio que les permite tener un puesto de trabajo para ganarse dignamente la vida.

De acuerdo a lo anterior se puede concluir que las características del emprendedor quedan fijadas tanto por sus características personales como por el medio donde se encuentra. Entre los aspectos sociales relacionados con el emprendimiento, destaca el papel que juega la familia así como los amigos al prestar el apoyo que necesitan los emprendedores. Contar con familia o amigos que tengan negocios propios o hayan creado su propia empresa proporciona a los emprendedores modelos a imitar. Mientras que a nivel personal, el emprendedor

se caracteriza principalmente por tener la plena convicción de que es dueño de su destino ser capaz de asumir riesgos y reconocer oportunidades.

“Al comienzo de una nueva aventura empresarial, el emprendedor necesita tomar decisiones rápidas, tener un adecuado nivel de autocontrol y seguridad en sí mismo. Para que su empresa prospere y crezca, debe además estar entusiasmado con lo que realiza, invertir mayor cantidad de energía y mejorar constantemente sus habilidades.

Normalmente, los emprendedores reconocen que en la actualidad la formación es clave para sacar adelante una nueva empresa⁴².

⁴² MORIANO, J.A., Trejo, E. y Palací, F.J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16 (2).

6.3 CAPITULO 3

Si usted descubre su personalidad emprendedora y decide ser empresario, en este capítulo se le mostrará la forma de cómo iniciar su negocio.

El capítulo contiene un plan de negocio detallado y modificable, el cual usted podrá ajustar a su idea de negocio.

Los temas que conforman este capítulo están desarrollados en la medida en que han sido planteados, para así darle un mejor entendimiento al lector sobre la elaboración del plan de negocios.

6.3.1 Plan de negocios

6.3.1.1 ¿Como crear empresa?

Para la creación de una empresa se empieza observando y reconociendo un problema, una necesidad o una fortaleza del medio en que se vive, lo primero es convertir los productos o riquezas del entorno inmediato en bienes o servicios que se ofrezcan a personas o comunidades que lo necesiten en la región donde te encuentres ubicado, en el resto del país o en el exterior. Solo es cuestión de observar para descubrir y luego pensar en como aprovechar todas las riquezas

que te ofrece el medio donde habitas, las cuales pueden ser oportunidades para ofrecer nuevos productos y servicios.

Luego de explorar creativamente ideas para crear una empresa, debe evitarse la emoción al máximo, ya que esta impide evaluar objetivamente la viabilidad del proyecto.

Es necesario analizar varias alternativas antes de elegir la idea de negocio, después de haberse investigado y evaluado detalladamente las diferentes ideas de negocio, se sugiere elegir aquellas ideas que representen mayores ventajas para ti y para la comunidad donde la desarrolles, pero por supuesto la definición del negocio debe comprender la definición de los clientes que pretendes abarcar y el tipo de bien o servicio que planeas ofrecer.

Una vez identificado la idea de la empresa que se quiera crear, se continúa con la preparación del plan de negocio para lo cual se debe profundizar en los recursos disponibles para la creación de dicha empresa en el municipio o región donde pretendes desarrollarla.

A continuación daremos a conocer detalladamente un tutorial de plan de negocio el cual cuenta con todas las exigencias para la creación de una empresa.

6.3.2 Generalidades del plan de negocio.

Es necesario tener claridad sobre las acciones y resultados, por lo cual se deben plasmar en un documento datos que puedan justificar cualquier afirmación contenida en el cuerpo del plan de creación esto con el fin de presentar la empresa a un eventual inversionista, a una entidad bancaria o un ente gubernamental.

El proyecto es la carta de presentación, para los diferentes actores y eventos en el proceso de creación de dicho negocio.

6.3.2.1 *¿Que es un plan de negocio?*

Es un documento donde se detalla información relacionada con la empresa que se desea crear, el cual permite adoptar distintas formas a consecuencias del tipo de negocio y del entorno socioeconómico.

6.3.2.2 *¿Para que sirve?*

Permite realizar el diseño mental por escrito a dicha empresa antes de darle forma real, en la medida en que se va avanzando en el diseño del proyecto se irán descubriendo aspectos desconocidos que obligan a reflexionar sobre las novedades del negocio y así poder buscar otras alternativas de solución.

También permite al emprendedor la consecución de recursos necesarios de los inversionistas externos y de ayuda pública o privada, ya que muestra información clara del negocio.

6.3.2.3 ¿Por donde empezar?

Una vez tenemos la idea debemos conformar un equipo emprendedor, es necesario que el equipo sea interdisciplinario, lo que permita complementar los conocimientos, para que se abarquen todas las temáticas de manera integral.

Lo más importante es tener la idea clara en cuanto a:

- ¿Cual es la innovación y la propuesta de valor?
- ¿Cuáles son las necesidades que se satisfacen?
- ¿En qué negocio estoy?
- ¿En cual quiero estar?

6.3.3 Desarrollando el plan de negocios

Al tener la idea, tenemos que concretarla en un plan de negocios que es una herramienta que nos permite tener una visión general y amplia, para esta forma irla desarrollando poco a poco y por módulos que te permitan organizar cada uno de los aspectos que va a contener el plan de manera clara y concisa.

Para esto te proponemos un sencillo pero muy concreto plan de negocio que te puede servir como ejemplo, para desarrollar tu idea.

6.3.3.1 *Elaboración del plan de negocios*

Para la elaboración del plan de negocios debemos hacer un resumen ejecutivo, el cual como su nombre lo indica contiene de manera resumida y ordenada toda la Información referente a la iniciativa de negocio y sus implicaciones.

El resumen debe contener:

- Concepto de negocios
- Nombre comercial: nombre que identificara y diferenciara el producto y/o servicio, con el cual se quiere divulgar a los clientes.
- Descripción del producto y/o servicio, innovación y/o valor agregado
- Localización de la empresa
- Objetivos del proyecto/empresa
- Presentación del equipo emprendedor: nombre, datos personales, perfil de cada integrante y experiencia laboral.
- Potencial del mercado en cifras
- Inversiones requeridas
- Proyecciones de ventas y rentabilidad
- Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

6.3.3.2 Descripción del negocio

En esta sección de tu plan de negocio deberás proporcionar una descripción detallada del mismo.

Para describir tu negocio, es bueno que te preguntes lo siguiente: "¿Qué negocio puedo hacer?" Describe sus productos, servicios y mercado. Asegúrese de incluir una descripción completa de lo que distingue a su negocio de otros.

La descripción del negocio debería identificar en forma clara las metas y objetivos. Deberá explicar por qué usted tiene o va a tener este negocio.

6.3.4 Mercadeo

El mercadeo, visto de una forma mas general es la realización de intercambios comerciales entre dos o más personas para que satisfagan una o varias necesidades o deseos.

Debemos tener en cuenta ésta definición para saber cuales son los requerimiento o necesidades de los clientes.

Tengamos presente que como seres humanos estamos ansiosos de innovación y de comprar productos y servicios que satisfagan necesidades cambiantes cada día.

6.3.4.1 Investigación de mercados

Como primera medida, definamos que mercado es el punto de convergencia de la demanda representada por los clientes y los bienes o servicios ofrecidos por sus productores que representan la oferta. Para conocer esta relación es necesario la investigación de mercado, cuya función es vincular al consumidor, al cliente y al público por medio de información; información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar estrategias de mercadeo.

6.3.4.2 Análisis del sector

El análisis del sector permitirá determinar el atractivo del negocio de acuerdo al sector de la industria al que pertenece. Para un posible inversionista este punto es crucial, pues le permite analizar la rentabilidad potencial de su empresa, acorde con el entorno que se ve afectado por una serie de factores internos y externos como:

Factores Externos

Medio ambientales
Políticos
Legales
Socio- culturales
Demográficos
Tecnológicos
Económicos
Étnicos

Factores internos

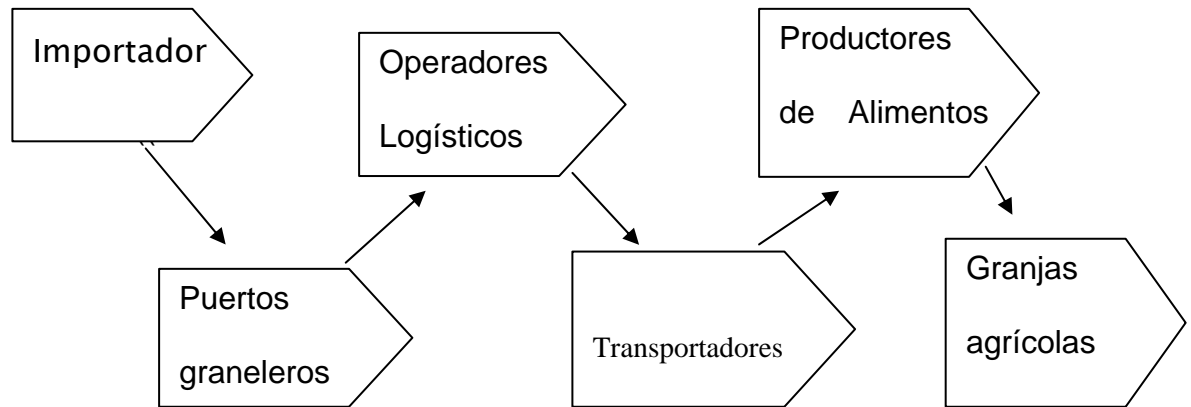
Competencia
Proveedores
Clientes
Distribución
Talento humano

Para tal efecto se elabora un diagnóstico de la estructura actual del mercado, para tener una idea a que nos enfrentamos al entrar a éste mercado con nuestra empresa.

Es importante averiguar acerca de la situación económica del sector para ver las posibilidades que tenemos si incursionamos en el mismo, viendo y evaluando: el atractivo del sector (Barreras de Entrada, proveedores, amenazas de sustitución de nuestros productos o servicios, compradores, entre otros).

También es importante conocer la información relacionada con el desarrollo tecnológico e industrial del sector. Esto permitirá la Identificación de las características de la región y las empresas integrantes, lo cual se conoce como cluster (Asociación de empresas en un área geográfica determinada, que comparten un interés, una unidad estratégica, proveedores, etc. O bien sea un núcleo empresarial en donde se encuentren asociados productores, comercializadores, proveedores, etc.), para asegurar una ventaja.

Figura 2.ejemplo de cadena productiva⁴³



6.3.4.3 Análisis del mercado

Para saber hacia que clientes (**razón de ser de nuestro negocio**) enfocarnos tenemos que determinar nuestro mercado objetivo, estudiar el mercado objetivo implica investigar los mercados potenciales para su producto, sus condiciones y exigencias.

6.3.4.4 Estimación del mercado potencial

El mercado potencial es la cantidad de personas a las que podría vender, puesto que manifiestan un cierto interés en mi producto o servicio.

⁴³ MINISTERIO de Comercio Exterior de Colombia. Alejandro Salazar.

En términos generales el consumo es la cantidad de productos o servicios disponibles para una población en un cierto periodo de tiempo, al que se le llama Consumo per cápita. Observe si existe alguna razón de crecimiento, esto le será muy útil para hacer sus pronósticos de venta.

La Magnitud de la necesidad hace referencia a la porción del grupo total de demandantes que poseen características entre sí. (Por ejemplo el total de mujeres separadas, residentes en la ciudad de Bogotá, el nicho que mejor podemos satisfacer como empresa es el rango de 50 años en adelante.)

6.3.4.5 Consumidor / Cliente

El objetivo de un producto o servicio es satisfacer una necesidad o deseo de una persona o grupo (**CLIENTES**), por tanto es necesario conseguir o crear el Perfil del consumidor incluyendo las variables que podrían incidir en la compra; éstas pueden ser de tipo cultural, social, personal, psicológico, etc. De lo contrario. El producto o servicio no tiene razón de existir

Lo que nos permite conocer los hábitos de compra de los consumidores para saber cuando, cómo y donde venderles. Así mismo es necesario ver las tendencias de consumo y producción en el mercado objetivo para identificar cómo inclinar la balanza hacia nuestro producto o servicio. Lo siguiente es medir la

aceptación del producto esto se hace Consultando opiniones de clientes que han mostrado interés y los que no han mostrado interés.

6.3.4.6 *Análisis de la competencia*

Nuestros competidores son todos aquellos que ofrezcan bienes o servicios que satisfagan la misma necesidad que nosotros, lo que hace crítico realizar un análisis de la competencia para crear estrategias que nos permitan hacerle frente. Para que no sean un gran obstáculo en nuestro negocio.

Teniendo que identificar los principales participantes y competidores potenciales haciendo un análisis de empresas competidoras se mostrará el siguiente formato de análisis de competidores:

Nombre de la empresa _____

Dirección _____

Tamaño de la empresa: Pequeña___ Mediana___ Grande___ Micro___

Fami___

Ventajas competitivas _____

Debilidades _____

Participación en el mercado

0% al 10%___ 10% al 30% ___ 30% al 50%___

50% al 70% ___ 70% al 90%___ 100% _____

Canales de distribución que utiliza _____

Publicidad utilizada _____

Proveedores _____

Alianzas con otras empresas _____

Nivel de precios con respecto a la competencia Igual___ Menor___ Mayor___

Hacer una comparación de precios de venta de mi producto /servicio y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi producto o servicio frente a la competencia. Agremiaciones existentes que tengan relación directa con el negocio.

Comparar el costo de mi producto/servicio. (Valor que me cuesta producir una unidad).

Tabla 2. Costo producto terminado

Costo del producto terminado	
Materia Prima	
+Mano de Obra	
+Costos Indirectos	
<i>Total</i>	

Fuente: Autores del proyecto

Conocer los productos sustitutos. (Productos/ servicios que los clientes pueden comprar en vez de los que produce mi negocio, porque satisfacen la misma necesidad; por ejemplo en vez del jamón los clientes compran mortadela porque su precio es inferior).

Una vez realizado este análisis, ya se puede planear las estrategias para hacer frente a nuestra competencia.

6.3.4.7 Estrategia de producto

Procedemos a esbozar el concepto del nuestro producto o servicio: descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio, empaque y embalaje.

Cosas como el nombre de la Marca (Tenga en cuenta que es uno de los principales activos que tienen las empresas, debe ser claro, de fácil recordación y con relación al producto o servicio, para dar una identidad.).

Debemos especificar el Diseño de nuestro producto o servicio es básico, nuestros futuros clientes buscaran la calidad a menor precio, no obstante, independientemente del precio hay que generar unos estándares mínimos de calidad para conseguir la fidelidad de los clientes.

Y especificar la forma en que nuestro producto obtiene calidad y cómo garantizar esa calidad.

Es decir el ciclo de vida del producto que hace referencia a las etapas que sigue un producto a lo largo de su vida, al hacer un símil con las etapas de una persona, tenemos la etapa de introducción (nacimiento), desarrollo, madurez y declive. Es necesario hacer una evaluación para saber en que etapa se puede encontrar nuestro producto/servicio.

6.3.4.8 Estrategia de distribución

En todo proceso de iniciación de un negocio es importante conocer, no solo a los que me suministran los insumos si no aquellos elementos de la cadena que contribuyen a que mi bien o servicio quede bien posicionado en el mercado

Hay que desarrollar una política de distribución que sirva para determinar la manera en que el producto llegara a nuestros clientes, tenemos que decidir donde queremos que nuestro bien o servicio se venda y como hacerlo llegar

Para tal efecto existen las alternativas de comercialización; Hay diferentes alternativas dependiendo del sector del mercado y del negocio en sí, algunas de ellas son:

- Teniendo un mercado determinado.

- Profundizar en la relación con sus clientes.
- Generar fidelidad, más ventas, etc.

Distribución física: Tenga en cuenta los canales de distribución, estrategias de venta. Según el consumidor, y el mercado existen varias formas de distribución; algunos ejemplos son venta en supermercados, venta directa, franquicias, entre otros.

Podemos ver a continuación algunas tácticas relacionadas con distribución: ten en cuenta que existen diversas tácticas según donde se quiera llegar. No olvides las tácticas para penetrar el mercado, es decir aumentar las ventas, sin cambiar el producto en sí.

6.3.4.9 Estrategia de precios

Hay varias tácticas que se pueden emplear para fijar precios dependiendo del tipo de producto y del mercado. Según Kotler hay varias tácticas para nuevos productos/nuevas empresas: se considera empezar con un precio bajo si el mercado objetivo es sensible al precio, si se quiere obtener un gran crecimiento del mercado, para impedir el ingreso de la competencia. En el caso que incursionemos en mercados ya existentes, es bueno tomar una estrategia diferente a la de la competencia.

Hay varios puntos a tener en cuenta tales como:

- Condiciones de pago.
- Seguros necesarios.
- IVA y/o otros impuestos a las ventas.
- Costo de transporte.
- Riesgo cambiario.
- Preferencias arancelarias.

Para continuar es necesario elaborar un análisis de precios de tal forma que podamos obtener **el Punto de Equilibrio** que no es otro que el valor en el cual el precio se iguala al costo.

Para obtener el punto de Equilibrio es necesario: los Costos fijos Totales/ Margen de Contribución Unitario.

En cuanto al ajuste de precios se puede hacer según la temporada, o anualmente, etc.; esto depende del tipo de producto y mercado. Para ello es necesario tener en cuenta:

- Los precios de referencia.
- Posibilidad de diferenciar precios según la zona o el país
- Precios promocionales, discriminatorios, etc.

6.3.4.10 Estrategia de promoción y comunicación

Existen muchas alternativas que se usan para motivar las ventas, todo depende del tipo de producto o de negocio, algunos ejemplos de promoción son la publicidad, descuentos, etc.

Esta estrategia de Comunicación hace referencia a la forma en que queremos llegar a los clientes mediante un mensaje, está ligada a la promoción. Para ello tenemos que tener en cuenta:

- Elección del mensaje.
- Selección de medios, (medios masivos, etc.).
- Selección de fuente del mensaje.

Recuerda que hay muchas estrategias, por ejemplo en cuanto a la publicidad se puede hacer mercadeo directo, publicidad en Web, en radio, etc.

6.3.4.11 Estrategia de servicio y formas de pago

Es importante que tu producto o servicio cuente con una serie de complementos que lo enriquezcan (**Valor agregado**). Algunos de estos complementos son:

- La garantía y servicio postventa
- Los mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros).
- La comparación de políticas de servicio con los de la competencia.

6.3.4.12 Proyección De Ventas

Es ahora en donde por medio de la información obtenida podemos proyectar las ventas a tres años o a 5 años con base en el estudio de mercado, sería ideal que el primer año hicieras las proyecciones mensualmente.

Proyecta las ventas por producto y en general de toda la empresa. Esto te permitirá planear las ventas para empezar a planear la producción. Ten en cuenta que las ventas pueden ser estacionales, es decir que en algunos periodos del año se venda menos que en otros.

6.3.5 Análisis técnico - operativo

Es la hora de Elaborar la ficha técnica del producto o servicio y el Estado de desarrollo del Producto/Servicio.

Ten en cuenta:

- Instrucciones de uso.
- Contenido nutricional
- Contraindicaciones

6.3.5.1 Descripción del proceso

Es importante saber cómo se llevará a cabo el proceso, elabora también un flujo gramático. En caso de necesitar contratar a otra empresa para producir el bien o servicio describir el proceso que es responsabilidad de la empresa.

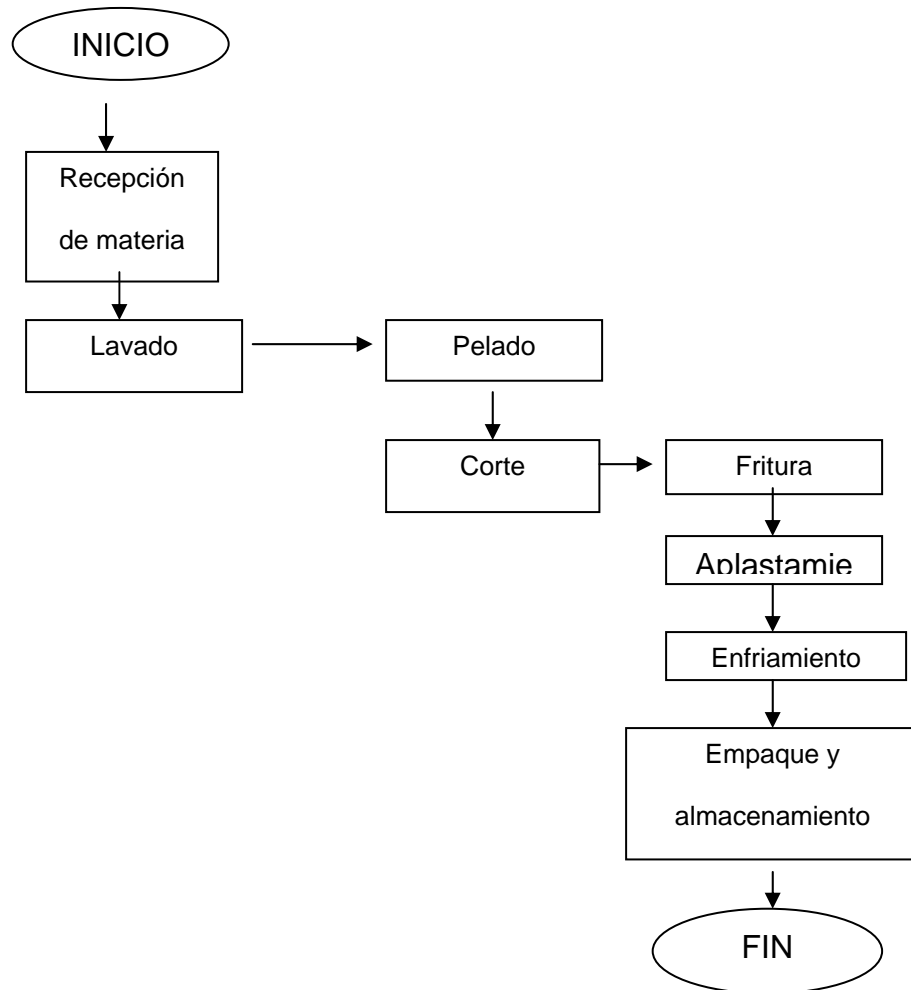
En el caso de un Servicio se tienen en cuenta aspectos tales como:

- La gestión de tiempos
- El personal en contacto.
- La planta física.

EJEMPLO: elaboración de patacones prefritos congelados.

1. Recepción de la materia prima
2. Lavado del plátano
3. Pelado del plátano
4. Corte del plátano en pedazos de 3 centímetros de anchura
5. Fritura de los pedazos de plátano
6. Aplastamiento de pedazos por medio de rodillos
7. Enfriamiento a través de túnel de frío
8. Empaque y almacenamiento

Figura 3. Flujograma elaboración de patacones prefritos congelados



Fuente: Autores del proyecto

6.3.5.2 Necesidades y requerimientos para llevar a cabo la producción del bien o servicio

Para llevar a cabo la producción es necesario un conjunto de maquinas, materias primas e insumos. En caso de un servicio muchas veces es necesario un soporte

físico, tal como papelería, equipo de computación, etc. Todos los requerimientos dependen del tipo de negocio.

Materias primas e insumos necesarias para llevar a cabo la producción e información relacionada con la tecnología requerida y de la capacidad instalada, de la situación tecnológica de la empresa y de las necesidades técnicas y tecnológicas.

Recuerde que así la empresa sea pequeña, necesita tener un cierto grado de tecnología para no quedar relegada en un mundo globalizado. Lo más importante en este punto es que analice la tecnología que tiene, que puede adquirir, la que realmente necesita y que sabe o puede aprender a manejar. Debes analizar también si la tecnología que posees es necesaria para cumplir con los pedidos, o si por el contrario posee tecnología subutilizada.

La Capacidad instalada hace referencia al número de unidades o cantidad de servicios prestados en un periodo de tiempo, es necesario conocer muy bien ésta cifra para estar preparado ante cualquier pedido. Digite a continuación la capacidad instalada en cifras.

Haz una descripción de la situación tecnológica de la empresa y de las necesidades técnicas y tecnológicas.

6.3.6 Estructura un plan de mantenimiento

El Plan de Mantenimiento es necesario para tener un cierto control en cuanto a la eficiencia de la maquinaria y el equipo, puesto que hay que controlar que todo funcione efectivamente, de tal manera que todas las acciones estén dentro de un cronograma previsto y no se interrumpa la producción a causa de reparaciones, inspecciones, limpieza, cambio de repuestos, etc.

6.3.7 Presupuesto de producción

Elabora un presupuesto acerca de cuanto te cuesta producir cada unidad, toda la producción, etc.

Este tipo de presupuestos te serán útiles para hallar los costos y gastos en lo que se incurrirá y se permitirá tener una visión mas realista de los mismos.

Ejemplo de los elementos del Estado de Costos de Producción son:

Inventario inicial de materia prima.

+ Compras de Materia prima.

= Total de Materia prima.

- Inventario final de Materia prima.
- = Costo de materia prima utilizada.
- + Mano de obra directa.
- = Costo primo
- + Gastos de Fabricación.
- = Total de Costo de Fabricación.
- + Inventario Inicial de Prod. En Proceso.
- Inventario Final de Prod. En Proceso.
- = Total de Costo de la mercancía fabricada.
- + Inventario inicial de prod. Terminada.
- Inventario final de prod. Terminada.
- = Costo de Fabricación.

6.3.8 Plan de producción

Ten en cuenta el número de unidades que se puedan producir en un periodo de tiempo determinado y si están de acuerdo con las ventas proyectadas.

6.3.9 Plan de compras

Un plan de compras bien estructurado te permitirá visualizar que proveedores le convienen mas a la empresa, así cómo los momentos y lugares oportunos para

tener disponible la materia prima y demás, en el momento justo en que se requiera.

Nombre del producto

- Unidad
- Cantidad proyectada
- Valor unitario precio
- Valor total fecha del pedido
- Fecha de entrega

6.3.9.1 Almacenamiento:

Guarda la información de tus proveedores, vale oro.

- Nombre proveedor
- Capacidad atención a pedidos
- Importancia
- Precio
- Pago

6.3.9.2 Control de calidad:

Ten en cuenta no sólo lo descrito sobre la calidad en la sección de mercadeo sino los siguientes aspectos:

- Procesos de control de calidad requeridos por la empresa.
- Control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas.
- Plan de control de calidad.
- Mecanismos de supervisión y control de la producción. Indicadores de gestión de calidad (por ejemplo numero de unidades (defectuosas/ total producidas), etc.

6.3.10 Investigación y desarrollo

Para que las empresas no estén relegadas en el mundo globalizado es de vital importancia que hagan investigación constante para el desarrollo de los productos y servicios, para mejorarlos y generar innovaciones. Es necesario que tengas esto en cuenta.

Recuerda que todas las empresas y productos tienen un ciclo de vida se deben ir renovando para que no lleguen al declive.

6.3.11 Organizacional y legal

6.3.11.1 Administración

Concepto del negocio: El concepto del Negocio según Rubén Rico en su Libro Retail Marketing es una abstracción o idea que representa el ofrecimiento de la compañía. Este concepto de negocios debe liderar el modelo de negocios, ese conjunto de actividades que permiten delinear una forma diferente e innovadora de presentar mi oferta en el mercado. Podemos decir entonces que va muy de la mano con la Misión.

La Misión de una empresa es la razón de ser de la empresa, debe manifestar condiciones que le permitan permanecer en el tiempo, debe contener la necesidad que satisface y de que forma lo hace. Al construirla utiliza verbos en infinitivo y comienza preferiblemente con un verbo. Preferiblemente no repitas el nombre de la empresa dentro de la misión.

Visión: Es una guía para direccionar el rumbo de la empresa hacia futuro, a nivel general. Al enunciarla, utiliza verbos en infinitivo, comienza preferiblemente con un verbo.

Objetivos de la empresa: Los Objetivos estratégicos son acciones encaminadas a cumplir la misión y que por tanto son necesarias para alcanzar la visión.

Son los resultados que se esperan lograr en un determinado tiempo.

Al enunciarlos utiliza verbos activos en infinitivo (el: diseñar, elaborar), y cuantifíquelos de manera que sean medibles.

Realiza permanentemente una análisis, aquí te mostramos el Análisis PHVA (Planear, hacer, verificar, actuar). Este tipo de análisis se hace para tener un esquema de mejoramiento continuo, de tal manera que periódicamente se esté evaluando el desempeño y tomando acciones de mantenimiento o mejoramiento.

Grupo emprendedor: La base de toda organización es el talento humano que lo conforma. El equipo emprendedor es el motor que ha impulsado la creación de la misma y por lo mismo es necesario que lo unan lazos de conocimiento y confianza.

Es necesario que se haga una selección del equipo de tal manera que sea interdisciplinario para que se complemente y permita abarcar todas las áreas de la organización.

Nombre	E-mail
Profesión	Dirección
Participación	Teléfono
Organización	

Organigrama: Cada persona en la empresa ocupa una posición determinada desde la cual efectúa ciertas tareas y ejerce ciertos efectos sobre los resultados. Se puede hacer una agrupación según tareas afines y generar niveles de autoridad y jerarquización, según esto podemos mostrar de manera gráfica la organización que manejemos, esto es el organigrama.

Los organigramas revelan:

- La división de funciones.
- Los niveles jerárquicos.
- Las líneas de autoridad y responsabilidad.
- Los canales formales de comunicación.
- La naturaleza lineal o staff del departamento.
- Los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.
- Las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento o sección.

Descripción del recurso humano: Establece un perfil de cada uno de los cargos y de los puestos. Presta atención al equipo, este debe tener afinidad para llevar a cabo las funciones administrativas y de dirección. Tales como liderazgo, capacidad de comunicación, plantación, coordinación, control, etc.

Cargo:

Funciones básica de este cargo:

Tareas complementarias:

Conocimientos requeridos:

Experiencia requerida:

Otros:

Debe haber claridad en cuanto a jefes, subordinados, etc. Nivel de participación en la Junta Directiva.

Mecanismos de participación y control: Hay diversos mecanismos de dirección de los empleados para generar un clima organizacional adecuado y buenas relaciones, todo depende de las características del talento humano que conforma la organización.

Para diseñarlos ten en cuenta:

- Motivación.
- Capacitación.
- Bienestar.

Gastos administración y nómina y Apoyo externo.

Gastos por concepto de administración y nómina (incluir parafiscales). Ten en cuenta los salarios del grupo directivo, aparte de las utilidades y en caso de haber algún organismo de apoyo haz la descripción y la forma de apoyo que le brindará.

6.3.11.2 Legal

Describe el tipo de sociedad: Ten en cuenta que según el tipo de sociedad, hay unos lineamientos legales, a la luz del Código de Comercio, sea muy cuidadoso al elegir el tipo de sociedad que constituirá.

Según el Código de Comercio Colombiano hay varias modalidades y según la responsabilidad de los socios, las más comunes son:

- Limitada.
- Anónima.
- En Comandita Simple.
- En Comandita por Acciones.
- Empresa Unipersonal
- Sociedades de hecho

Participación de los socios: Esto hace referencia a la participación de los socios de manera legal. A la luz del Código de comercio Colombiano existen varias figuras.

Si tu sociedad es limitada o anónima, ten en cuenta la composición accionaría, (Que cantidad de acciones poseerá cada socio y por qué).

Si tu sociedad es unipersonal, comandita, o de cualquier otra modalidad deja muy en claro la participación y responsabilidades de cada uno de los socios en la empresa.

Legislación vigente: En cada país existen unas regulaciones de distinta índole. Es necesario que tengas muy en cuenta éstas regulaciones no sólo del país en el que tendrá la sede principal del negocio sino de los países en los que incurrirá, (si va a exportar o a internacionalizarse).

Ten en cuenta que las regulaciones pueden ser de tipo:

- Comercial.
- Ambiental.
- Sanitarias
- Laboral.
- Social.
- Registros.
- Tributaria.
- Protección intelectual.
- Etc.

Normas, estatutos, política de distribución de utilidades

Todas las empresas deben tener unos estatutos. Tanto los integrantes, como terceros se deben regir por ellos. Estas Normas y Estatutos deben ir de acuerdo a la Misión, Visión y Objetivos de la Empresa y algunas de ellas están referenciadas en el acta de constitución de la Empresa.

6.3.12 Financiero

Menciona el capital de trabajo que se requiere para montar el negocio (Es decir la cantidad de dinero que necesitas tener diariamente para mantener sus operaciones adecuadamente).

Nota: No afectan al capital de trabajo:

- Compras de activos corrientes en efectivo
- Compras de activos corrientes a crédito
- Recaudos de cuentas por cobrar
- Préstamos de efectivo contra letras a corto plazo
- Pagos que reducen los pasivos a corto plazo

6.3.12.1 Estados financieros

Adjunta como anexos los siguientes documentos: Flujo de caja, balance general, estados de resultados, presupuesto de nómina, presupuesto de gastos administrativos, presupuesto de ingresos. (Proyecciones a tres años: mes a mes el primer año y los otros dos totalizados. Flujo de caja con período de pagos descontados.). Ten en cuenta:

Activos: Que son los bienes y derechos que posee la empresa

- No corrientes: Cuando estarán en la misma mas de un año (Ej.: maquinaria y equipo)
- Corrientes: Cuando circulan en la empresa periódicamente (Ej.: efectivo)

Pasivos: Que son las obligaciones que posee la empresa

- A largo plazo: (Ej.: obligaciones bancarias a largo plazo)
- Corriente: (Plazo inferior a 1 año) (Ej.: cuentas por pagar a proveedores)

Patrimonio: Son los derechos de los socios. (Ej.: capital)

- Activo-Pasivo=Patrimonio

El estado de Resultados, identifica las utilidades o pérdidas de la compañía en un periodo determinado.

- Ventas-Costo de Ventas= Utilidad Bruta.
- Utilidad Bruta-Gastos Operacionales= Utilidad Operacional.
- Utilidad Operacional-Intereses e impuestos= Utilidad Neta.

6.3.12.2 Evaluación Del Proyecto

TIR; VPN.

Hay diversas metodologías para evaluar el proyecto, generalmente lo que se hace es hallar el Valor presente neto (VPN) y la tasa interna de retorno (TIR)

TIR: la Tasa interna de retorno es la tasa a la que recuperará el VPN. Si después de hacer los cálculos correctos y si la TIR es menor que la tasa de interés el proyecto debería rechazarse.

VPN: es el dinero que se moverá en el proyecto (ingresos y egresos), a precios de hoy (momento 0).

Nota: Estas fórmulas están simplificadas al máximo. Es posible que su negocio requiera un análisis más complejo.

(-) inversión o costo inicial + lo que recibiré periódicamente*(1 + TIR) ^ (-n).

En donde n es el número de periodos.

Despeje la TIR de la siguiente fórmula:

Entrada de dinero en un periodo $[1 - ((1 + TIR)^{-n}) / TIR] = inversión.$

n=Número de periodos o años.

Punto de equilibrio: El punto de equilibrio se alcanza cuando el flujo de caja es 0.

Cuando los ingresos se igualan a los costos y gastos.

Hay varias formas de calcularlo y también podemos calcular la cantidad de unidades que se deben producir para hallar el equilibrio, tal como se ilustró en el análisis técnico operativo.

Retomando podríamos decir que la cantidad a producir debe ser igual al cociente entre los costos fijos de operación sobre la diferencia entre el precio de venta unitario y el costo de venta unitario:

$$Q = (\text{CF operativos}) / (\text{Precio Venta unit} - \text{Costo Venta unit})$$

Digite a continuación la información concerniente al punto de equilibrio, relación costo/ beneficio y recuperación de la inversión.

Relación costo/beneficio y recuperación de la inversión: El análisis Costo/Beneficio. Es decir la relación entre lo que me va a costar, en dinero, en tiempo, etc.; contra los beneficios que voy a recibir, de tipo económico, psicológico, etc.

Otros indicadores financieros

La **Tabla 3**.Otros indicadores financieros que afectan la actividad de una empresa.

	Formula	Resultado	Interpretación
Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$		
Capital de trabajo	Activo – Pasivo		
Rotación de cartera.	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Cuentas cobrar promedio.} *}$		
Rotación de cuentas por cobrar (proveedores)	$\frac{\text{Ventas a crédito}}{\text{Cuentas cobrar promedio.} *}$		
Rotación de producto terminado.	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{inventario terminado promedio}}$		
$\frac{\text{Pasivo Financiero}}{\text{Ventas}}$	$\frac{\text{Pasivo Financiero}}{\text{Ventas}}$		
Gasto Financiero / Ventas	$\frac{\text{Gasto Financiero}}{\text{Ventas}}$		

Fuente: Autores del proyecto

6.3.13 Impacto del proyecto

Aquí enunciaras el impacto que causara tu idea de negocio en el ámbito económico, social, ambiental: generación de empleo directo indirecto, ventas nacionales y exportaciones (sugerir otros)⁴⁴.

Nota: el anterior plan de negocio fue tomado de, <http://www.guialuces.com> y modificado por los autores del proyecto

⁴⁴ <http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha9469.html>, <http://www.guialuces.com>
<http://www.fondoemprender.com>, <http://www.ceinfi.com>

6.4 capítulo 4

En este capítulo se muestran los casos de emprendedores del departamento de Bolívar que por su éxito han llegado a ser reconocidos a nivel internacional, nacional y regional.

El capítulo lo conformarán las siguientes personas emprendedoras⁴⁵:

- Ketty Tinoco
- Indufrial s.a.
- Casa Adfa
- Comercializadora Caribbean Sesame s.a.
- Arrocería Cauca
- Orfebrería Momposina
- Almacén La Casa del Sonido

⁴⁵ los casos serán desarrollados en el siguiente capítulo.

7 CASOS DE EXPERIENCIAS EMPRENDEDORAS EN EL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR

7.1 KETTY TINOCO

7.1.1 De Modista A Diseñadora

Ketty tinoco es una Cartagenera con estudios de delineación de ingeniería y arquitectura y seminarios sobre diseño, siendo este ultimo su gran pasión la cual la conlleva a montar en el garaje de su casa un pequeñísimo “taller” donde comenzó a coser para sus amistades.

Para 1980 ketty Tinoco solo era un nombre común entre las señoras a las cuales les cosía en el garaje de su casa pues esta solo se dedicaba a la costura por encargo de sus amistades y personas que requerían de su servicio, para ese entonces solo contaba con una maquina de coser la cual le servia para satisfacer las necesidades de sus clientes. Su labor comenzaba desde el diseño, corte, confección, plancha hasta la entrega de la prenda o producto terminado.

Pero su gran talento e imaginación para el diseño, y la seriedad de su trabajo la convierten en la preferida por las señoras para la costura, por lo cual el negocio

empieza a crecer para ir utilizando cada espacio de la casa hasta que se vuelve una necesidad montar el taller independiente.

Luego de la expansión del taller ketty no solo se dedicaba a la costura por encargo, sino que creo sus propios diseños los cuales vendía entre su distinguida clientela que era muy exigente en cuestión de calidad y elegancia.

Con esta expansión ketty tinoco pasó de costurera a diseñadora, la maquinaria aumento pues sus pedidos también lo habían hecho, por lo cual se vio en la obligación de comprar nuevas maquinas para coser, fileteadoras, mesas de corte, etc.

En el año 2000 viaja a Polonia con la fundación santo domingo en una misión para microempresarios dedicados a la confección. Allá Silvia tcherassi y pilar castaño le recomiendan mostrar al público en general su producto. Dos meses después se monta una pequeña tienda de 25 m², la cual cuenta hoy en día con 125 m², además de contar con un local dentro del hotel sofitel santa clara.

Por todo lo anterior podemos decir que por la calidad y autenticidad de las prendas de vestir diseñadas y confeccionadas por ketty tinoco, llevan a que esta se convierta en una diseñadora reconocida y querida por todos sus clientes y el público en general.

7.1.2 De La Clandestinidad A La Grandes Pasarelas

Para el año 2000 año en el cual ketty viajo a Polonia con la fundación Mario santo domingo, proexport le recomienda participar en el colombiamoda donde empieza a mostrar su gran talento como diseñadora a los diferentes compradores nacionales e internacionales ,de allí en adelante empieza el camino para que la marca Ketty Tinoco sea reconocido en Colombia y otros países desfiles de moda en bogota, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, montería, santa marta, ciudad de Panamá, santo domingo (republica dominicana) su producto se vende muy bien en ciudad de Panamá en mansión dante, una tienda de modas por departamento con target alto.

Hoy, 25 personas trabajan en su taller: cortadoras, confeccionistas bordadoras, planchadoras, vendedoras, administradoras.

Sus grandes confecciones en lino, el cual es su principal materia prima la han convertido hoy en día una de las mejores diseñadoras que existen en Colombia y en Cartagena en particular.

La gran perseverancia la han llevado a posicionarse en un alto peldaño del diseño y obtener el reconocimiento nacional e internacional en cuanto a moda se refiera

Pero sus sueños no paran ahí, la diseñadora cartagenera planea expandir su negocio hacia México e islas canarias por lo cual esta realizando contactos y estudios para montar allí sucursales.

Ketty ha vestido grandes personalidades durante su carrera entre las cuales tenemos presidentes, primera damas, representantes a la cámara, conejales, encesta para seguir adelante y así poder ayudar a la comunidad cartagenera como lo diseñadora espera que sus logros no paren ahí por lo cual esta trabajando muy duro ha venido haciendo hasta el momento con la generación de empleo, capacitación a madres cabeza de familia de fundaciones como el minuto de dios, granitos de paz en bordados y planchados. Además de una permanente colaboración con diferentes entidades como cruz roja entre otras realizando desfiles de moda para recoger fondos para sus obras sociales.

Ketty tinoco un nombre y una marca de reconocimiento nacional e internacional, que orgullo es para Colombia y Cartagena en particular contar con emprendedores como ustedes.

7.2 INDUFRIAL S.A.

NOMBRE	: Enrique
Apellidos	: zurek mesa
Correo electrónico	: enriquezurek6@yahoo.com
Profesión	: administrador de empresas
Especialidad	: finanzas
Empresa	: indufrial s.a
Cargo	: presidente
Dirección	: bosque, calle 21 #49-39
Teléfono	: 6694656

Cargos desentelados sector público:

Concejal y alcalde Cartagena-gerente empresas publicas Cartagena.

Viceministro desarrollo- ministro desarrollo encargado – ministro representante plenipotenciario ante el grupo Andino.

Cargos en el sector privado:

Fundador y socio de Indufrial S.A. (industria de refrigeración), fundador, socio y presidente de la junta directiva de Tuvinil de Colombia S.A. (industria tubería PVC). Hoy retirado.

Fundador asociación nacional de industrias (ANDI) seccional Cartagena- presidente honorario de la misma, fundador de profin-retirado, presidente de la fundación Indufrial.

Cargos actuales:

Presidente de la junta directiva de Indufrial S.A.

Presidente ejecutivo fundación Indufrial.

Condecoraciones:

Medalla al merito industrial.

Condecoración gobierno de la Argentina

Condecoración de la policía nacional Cartagena.

Alcaldía de Cartagena, medalla cívica de Cartagena de indias en el grado de comendador.

Orden Rafael Núñez- gobernación del departamento de Bolívar.

7.2.1 Reseña histórica

La compañía que fue fundada hace 50 años en Colombia, atiende en la actualidad los mercados de Ecuador, Perú, Venezuela, Panamá, México, Estados Unidos, Trinidad y Tobago y por supuesto Colombia, esto exclusivamente en el área de la refrigeración comercial.

La ubicación geográfica de nuestra planta de producción es ventajosa pues esta a muy pocos kilómetros de el más importante puerto marítimo y comercial de Colombia sobre el océano atlántico y muy cerca del canal de Panamá que une los mares el pacífico y del atlántico.

La empresa genera trabajo permanente para unas 220 personas con vinculación directa y para unas 800 personas adicionales con vinculación indirecta.

INDUFRIAL S.A. Fundada en 1956, es hoy la principal industria colombiana en refrigeración comercial; esta ubicada en la ciudad de Cartagena donde cuenta con una planta de 18000 m², un equipo humano especializado de 200 colaboradores y una tecnología de vanguardia en la producción de equipos para la conservación, exhibición y venta de alimentos.

Compromiso social

Conciente de su papel como agente social y de la responsabilidad que se tiene, principalmente con los habitantes de Cartagena, en el año 1990 los accionistas deciden aportar un capital y destinar parte de las utilidades para una institución sin ánimo de lucro cuyo principal objetivo es la creación y capacitación de las hoy denominadas microempresas; nace entonces la FUNDACION INDUSTRIAL.

Hasta hoy se han atendido 3.780 microempresarios a los cuales se les ha brindado capacitación y asesoría en gestión microempresarial como también créditos de fomento.

Además del programa de gestión microempresarial en asociación con otras entidades públicas y privadas se han desarrollado programas de carácter social entre los que se resaltan:

- Apoyo a madres cabeza de familia, con la alcaldía mayor de Cartagena de Indias y la embajada británica.
- Apoyo a desplazados con la OEA a través de FUPAD (fundación panamericana para el desarrollo), la red de solidaridad y el ministerio de desarrollo económico.
- El programa de jóvenes en acción de la presidencia de la república.
- El centro de desarrollo productivo para apoyar a microempresarios del sector metalmeccánico con la corporación para el desarrollo de la microempresa.

7.3 CASA ADFA

7.3.1 La Empírica Lo Convirtió En Empresario

Nace casa ADFA en el año 1958 empezó como una asociación de fotografías artísticas, el cual consistía en tomar fotos viejas y realizarles modificaciones, esto hasta le año 1962, después se convirtió en una fabrica de colchones, se hacían dulces, se elaboraban muebles, camas, escaparates, butacas, etc. (entre los años 1962 y 1969) todo esto en el municipio del carmen de bolívar.

Norberto castellanos quintero un soltero que llego a la región como fotógrafo y que poco a poco se fue relacionando con los campesinos, cultivadores de tabaco cubita., en un principio empezó a procesar el tabaco, de donde obtenía dinero por su trabajo, dinero que empezó a ahorrar y cuando obtuvo un capital interesante decide conseguir un incentivo de España” tabacalera S.A.”, hoy se llama ALTADIS para que fuera su proveedor (hoy en día sigue siendo uno de sus proveedores).pero su capital reunido no era suficiente para montar una empresa como tal por lo que también decide buscar quien le suministre dinero al negocio y es cuando los señores espinosa se convierten en su principal fuente de financiamiento, pues le suministraban dinero para la compra de tabaco a campesinos con lo cual empezó a procesar y exportar tabaco por los alrededores de 1975, la razón social cambio de casa Adfa asociación de familias agrícolas.

Con el dinero que recolectaba de su negocio adquiere terrenos en pequeñas cantidades hasta obtener un lote grande donde construye su empresa.

Aprendió a soldar empíricamente cuando confeccionaba colchones, con esos conocimientos comenzó a construir ventanas de hierro para los techos y estructuras de la empresa que allí se construiría.

Mayores logros o éxitos: Son las exportaciones, empezó con España, luego Francia, Alemania, centro América, filipinas, Indonesia y Holanda.

Genera empleo para más de 400 personas en su mayoría mujeres y 60 hombres en el procesamiento del tabaco.

Colaborar con la preparación de la tierra para la siembra del tabaco

7.4 COMERCIALIZADORA CARIBBEAN SESAME S.A.

7.4.1 De Empleado A Empresario

El sueño de toda persona es tener su propia empresa, para cumplir esa meta Orlando Serrano Roa renunció a su cargo en Espinosa Hns. y emprendió ese largo camino, camino lleno de obstáculos y contratiempos. Convencido del futuro del ajonjolí en nuestra región, junto con el doctor Hernando Dussan y Tomas Espinosa crean Caribbean Sesame Ltda. En el año 1983 y emprenden la dura tarea de promover un cultivo sin tradición en esta región. El mercado inicial fue el internacional (Estados Unidos, Alemania) pero las fluctuaciones de los precios creaban cierta inestabilidad, lo que originó un cambio de estrategia, la cual consistió en incentivar el consumo interno a través de la promoción de las cualidades del producto, para así poder consolidarse en su comercialización, para lograr esta grande hazaña tuvo que involucrar y comprometer al gobierno nacional, representado por el ministro de agricultura-fondo emprenden en la incentivación del cultivo y los pequeños agricultores que por primera vez son tenidos en cuenta con voz y voto en una empresa que comercializa sus productos. La alianza arroja como resultado lo que hoy se conoce como comercializadora Caribbean Sesame S.A. en el año de 1997.

Pero la idea de negocio no llegaba hasta allí, pues Orlando Serrano Roa quería posicionarse en el mercado nacional como el primer proveedor de ajonjolí para

las grandes compañías como: compañía de galletas Noel, compañía nacional de chocolates, levapan, supertiendas Olímpica, Bimbo s.a. y comercializadora espiga de oro entre otras.

Hoy en día la empresa lidera el mercado nacional con sus productos tradicionales: ajonjolí natural, ajonjolí descortezado y ajonjolí tostado e incursiona con gran éxito con su producto aceite natural de ajonjolí cuya producción se inicio a mediados del año 2003, la cual ha suscitado el interés de las grandes cadenas de supermercado.

7.4.2 El Mercado Internacional: Un Gran Reto Para Orlando Serrano

La nueva tendencia de los mercados internacionales hacia la globalización, plantea un nuevo desafío pero también una oportunidad para la comercializadora

El liderazgo en el mercado nacional y el crecimiento de la demanda interna, le permite invertir con confianza en la promoción del cultivo de ajonjolí en toda la costa atlántica, mediante el esquema de agricultura por contrato con precios de sustentación favorables para los cultivadores y previamente determinado por las partes.

Para orlando serrano roa su nueva meta es conquistar el mercado internacional , para lo cual esta conciente de las grandes exigencias de estos en la compra de un producto que apenas esta siendo reconocido y como el mismo lo reconoce no ha

sido fácil posicionarse , pero para ello asistió recientemente a la macro rueda de negocios celebrada en Cartagena.

En la actualidad exporta a Chile con excelentes resultados lo que se considera un trampolín para llegar a todo el cono sur, gracias a la calidad y esmero con que dirige su comercializadora a logrado entrar con mayor facilidad a estos mercados anteriormente mencionados y visualizado otros que se encuentra en la larga lista de su exportaciones .Orlando Serrano solo espera invertir en infraestructura para poder cumplirle a este exigente mercado al igual que todo el que ya tiene abarcado.

Orlando Serrano Roa desde su llegada al Carmen de Bolívar con la empresa Espinosa Hermanos, ha sobresalido por su apoyo a las acciones sociales en pro de la comunidad. En varias ocasiones ha sido presidente de los distintos clubes de asistencia social de la ciudad; su incondicional apoyo a las cooperativas de producción y el impulso a la creación de asociaciones de cultivadores que se refleja en la participación de su empresa en más de 12 alianzas productivas.

7.5 CONGELADOS FARAH

7.5.1 Doña Georgeth De Farah: De Facilitadora A Microempresaria

Hace treinta años Doña Georgeth de Farah nota la dificultad de las amas de casa para la elaboración de comidas rápidas, pues no se contaba con alimentos fabricados y congelados que estuvieran a la alcance de la mano de todo hogar y qué fueran prácticos a la hora de cualquier momento de su preparación, es allí donde doña Georgeth decide fabricar empanadas de queso y carne, quidbes y deditos de queso y montar en el garaje de su casa ubicada en bocagrande el negocio al principio su clientela eran vecinos que compraban los productos para desayuno escolar, pero la calidad de estos hicieron que el mercado creciera y con el la producción por lo cual tuvo que adquirir maquinaria especializada para la producción ya que al inicio estos eran fabricados manualmente .

El mercado pasa de ser solamente sus vecinos para incursionar en el de los supermercados, es entonces cuando doña Georgeth se enfrenta a otro gran reto que tendría que superar y es el de tratar de entrar en este espacio tan complicado como son los almacenes de cadena, pero esto no fue impedimento para seguir adelante con el negocio ,pues Georgeth de Farah se sentía lista para lo que venia, y decide buscar un local donde montar su microempresa como tal y proveerse de toda la maquinaria necesaria para la producción.

Con el transcurrir de los años ya la entrada a la cadena de almacenes no era lo que la perturbaba, se creó un nuevo obstáculo y fue la aparición de la competencia por lo cual decide crear e involucrar nuevos productos a su línea de productos tradicionales, los cuales tuvieron buena aceptación entre los consumidores.

Pero la idea del negocio se fue creciendo y ven la oportunidad de expandirse a otros departamentos como atlántico, sucre y Córdoba, lo cual no fue fácil pues en estos sectores ya habían marcas posicionadas las cuales tenían abarcado la mayor parte del mercado, pero un estudio del mismo le demuestran a doña georgeth y a su familia ,que para ese entonces ya estaba involucrados en el negocio, que si era factible la comercialización en estos departamentos, pero para llegar a ya se tuvieron que realizar numerosas modificaciones como lo fue el cambio de logotipo(lo importante no es la cantidad sino la calidad, por como el tiempo es oro la comida es farah), se tuvo que pensar en un empaque que representara los productos, compra de mas maquinaria y vehículos que transportara el producto a su destino final.

Es así como se puede decir que la idea de ayudar alas amas de casa en la preparación de los alimentos se convirtió poco a poco en un negocio prospero y generador de empleo.

En la actualidad se realizan exportaciones, la calidad de los productos y los contactos hicieron que estos alimentos hechos en Cartagena- Colombia fueran vendidos en otros lugares del mundo.

La empresa es hoy dirigida por William Farah hijo de doña georgeth y sucesor en el negocio.

7.6 ALMACEN LA CASA DEL SONIDO

7.6.1 José Rómulo Rodríguez Y La Necesidad De Crear Empresa

Para los años de 1962 José Rómulo Rodríguez ingreso a la armada nacional adelantando estudios de electrónica naval y afines durante un periodo de 10 años, pero en 1972 se retira de esta e ingresa a la universidad tecnológica de bolívar, facultad de ingeniería electrónica, durante seis semestres; en esta misma universidad se desempeño como profesor de talleres de electricidad durante 2 años.

Cansado de ser un simple empleado y con la experiencia adquirida a través del tiempo don José decide montar su propio negocio y es entonces cuando funda el “almacén y taller técnicos electrónicos” para el año de 1973 en un principio solo prestaba el servicio de reparación de electrodomésticos, servicio que duro prestando durante 10 años , ya que decide cambiar su razón social y prestar nuevos servicios a la comunidad cartagenera, es así como en 1983 cambia la razón social por “almacén la casa del sonido”, como figura en los registros de la cámara de comercio, siendo la matricula de persona natural más antigua de la ciudad.

Desde entonces ha venido dedicándose a la atención al público, a la industria y comercio en general, haciendo énfasis en servicios y atención, ofreciendo los mejores precios de la ciudad.

Pero su espíritu de empresario lo conllevan al negocio de las importaciones de piezas y partes eléctricas y electrónicas, especialmente de los estados unidos, ya que en la ciudad no existía ningún proveedor de las mismas.

En los últimos años a promovido el conocimiento y la preparación de los técnicos de la ciudad y del departamento de bolívar, con ingenieros especializados en electrónica, traídos de la ciudad de bogota; se han realizados seminarios avanzados de televisión, equipos de sonido y equipos de ultima generación.

En el 2000 la cámara de comercio de Cartagena, le otorga el reconocimiento a la labor en servicio a la comunidad empresarial del distrito de Cartagena y el departamento de bolívar.

También para el 2005 recibe el galardón al “comerciante distinguido” por la federación nacional de comerciantes

José Rómulo Rodríguez López concluye que el éxito de su negocio se debe a la total dedicación durante todo este tiempo, a la atención personalizada, la asesoria al cliente y el interés demostrado en solucionarle todas sus inquietudes y necesidades en el campo de las reparaciones e instalaciones electrónicas en el área comercial e industrial.

8 CONCLUSIONES

Al haber realizado un análisis detallado del material investigado se puede decir que las principales motivaciones para promover la actividad emprendedora son sus efectos positivos sobre el crecimiento económico y el empleo, los cuales son muy frecuentes encontrar en temas relacionados con el empresarismo.

Pero también se ha llegado a la conclusión de que estos también tienen sus efectos sobre el desarrollo empresarial, los cuales son temas a tratar en el desarrollo de proyectos.

Cada experiencia y conocimiento adquiridos con el paso del tiempo han sido fundamentales para dar a entender que los empresarios no son personas solas en búsqueda del éxito, sino que son un grupo de individuos trabajando por un bien común., razón por la cual los proyectos de emprendimiento deben concebirse para su realización en un lapso de tiempo de mediano o largo plazo o según su alcance.

Se pudo establecer que a través del desarrollo la actividad emprendedora se contribuye de manera directa al crecimiento económico, al incentivar en las

personas la visión de la creación empresas propias y del desarrollo de su plan de vida y su realización a través de estas iniciativas productivas.

Otra de los resultados obtenidos es la necesidad de apoyo sustancial a los proyectos de emprendimiento en la costa atlántica, éste apoyo debe estar basado en un análisis de las necesidades propias de la región, pero estas iniciativas han sufrido un grave trastorno en su desarrollo, debido a que se ha perdido el apoyo del fondo emprender, situación originada en la falta de recursos económico, aducidos por parte de las gobernaciones de los diferentes departamentos que componen la región y que han dejado en estado de letargo y atraso al desarrollo de estas iniciativas.

ante esta situación es necesario que las universidades de la región a través de la creación de diferentes programas de apoyo al la actividad emprenderá gestionen recursos para su desarrollo y aplicación a fin de mejorar las condiciones de vida de la población en la que se encuentran enmarcadas, se necesita la definición de los objetivos consecuentes con la meta de incentivar el espíritu emprendedor, de tal forma que cuando el proyecto se dirija a la población en general, el objetivo general así como los específicos puedan ser medidos y servir como ejemplo y difusión de la cultura emprendedora.

De este estudio también se deriva el hecho de establecer una metodología clara y precisa, ajustada a las necesidades de la región e idiosincrasia de la población, que permita el desarrollo de una cátedra empresarial sólida y sostenible en el tiempo que genere alternativas de solución a los problemas que aquejan a la región, incentivando la capacidad emprendedora y pujante del pueblo costeño.

Para tal fin se debe fortalecer el espíritu emprendedor, la cual es la principal característica de la actitud emprendedora y quien está en todo momento consciente de los retos y los compromisos.

Muchas iniciativas de negocios se crean cada año y está establecido a través de estudios estadísticos que la mitad de ellas desaparece antes del primer año y que al 3 año han desaparecido el 75% de estas iniciativas. Algunas empresas aprenden a descubrir, en su entorno, las señales que muestran que se avecina el cambio, porque sus componentes humanos no son estáticos, no basados en rutinas, sino personas activas e innovadoras, cuyo máximo capital se sustenta en los conocimientos, en el aprendizaje de sus errores y en la capacidad de asumir riesgos.

A través de los casos y ejemplos tratados en esta investigación se pudo establecer que no hay edad, ni estándar educativo en el que se desarrolle la actividad emprendedora, que es una cualidad que se da en todos los niveles y que es necesario incentivar a través de programas serios del gobierno nacional para el desarrollo económico sostenible de la región caribe y del país en general.

9 RECOMENDACIONES

Recomendamos a las entidades educativas, la creación de una visión de futuro a través de la cátedra empresarial, que le permita actuar proactivamente frente a las señales que emanen del entorno y lograr una eficiente adaptación de las iniciativas a ellas de tal manera que logre satisfacer las necesidades identificadas a fin de lograr éxito en la productividad, eficiencia, mercados u otros aspectos cuantitativos que son la raíz fundamental de la actividad emprendedora.

Dentro de la cátedra empresarial se debe resaltar el hecho de gestar nuestro destino, tener mente de triunfador, saber que todo lo que nos proponemos lo podemos hacer; es tener metas a largo plazo, es tener valor de incursionar en lo desconocido, siempre con un reto en nuestras conquistas; es tener fuerte motivación hacia la acción, es ser soñadores perceptivos, ser responsables e independientes, ser capaces de automotivarse, calcular nuestros riesgos.

Es importante entonces incentivar en los estudiantes la visión de empresarios, a través de la unión de la cátedra empresarial con las distintas áreas del conocimiento que tienen las carreras ofrecidas por la Universidad Tecnológica de Bolívar, aumentando el valor agregado de cada área del conocimiento y

permitiendo que se demuestre y desarrolle el verdadero valor y dimensión del la cátedra empresarial

Es una necesidad por parte de la universidad conocer las fortalezas y debilidades de sus estudiantes ante los retos del emprendimiento, esto le permitirá ser más competitiva entre otros le evitará cometer errores gravísimos como los de suprimir esta cátedra en algunos programas de formación.

Para el desarrollo de estos procesos la universidad debe convertirse un facilitador para el emprendedor a fin de brindarle la capacidad de realizar, análisis de los productos o servicios que se pretenden ofrecer para solucionar las necesidades detectadas en el entorno, dándole argumentos para seleccionar un producto o una gama de ellos; analizar si satisface la necesidad detectada, si puede responder a los requerimientos clientes.

A fin de establecer el impacto social del producto en la población objetivo, también determina si necesita modificar su producto. El nivel de ingresos, educación, entre otros, son algunos de los factores que influyen en la preferencia y aceptación a un producto.

Todo en conjunto dará la perspectiva necesaria para que el emprendedor de acuerdo a sus posibilidades desarrolle una idea de negocio a fin de conseguir el mayor beneficio posible cumpliendo con las expectativas propias en cuanto al desarrollo de su empresa y de los clientes en cuanto a satisfacer sus necesidades con un producto de calidad y con excelente servicio.

Por ultimo nuestras recomendaciones finales para las entidades de educación para desarrollar el espíritu emprendedor.

- Convertir en líneas de negocio algunas líneas de investigación en la universidad y centros tecnológicos donde se realice investigación
- Mejorar la innovación en las empresas aumentando fondos públicos y favoreciendo la interacción entre el mundo científico y el empresarial
- Favorecer los procesos de innovación interna en las empresas
- Empezar antes a introducir el espíritu emprendedor en la educación.
- Tener en cuenta la importancia del personal docente como agentes de cambio

- Potenciar capacidades como la creatividad o la tolerancia a la frustración y romper el paradigma del fracaso, tanto en la educación como en la empresa

ANEXOS

ANEXO 1.

Test al el emprendedor sobre el plan de negocio

Verifique lo que entendió

Ahora que ha visto todos los componentes de su plan de negocios, veamos lo que entendió. Se le harán preguntas de opción múltiple. Presione la respuesta correcta en cada pregunta.

¡Buena suerte!

1. ¿Por qué es importante un plan de negocios?

- A. Es un requisito del banco
- B. Le proporciona orientación y enfoque al negocio
- C. Es un requisito para solicitar un préstamo garantizado por la SBA
- D. Sirve como una guiar para la empresa
- E. Todas las anteriores

2. La sección de "La Descripción del Negocio" debería contestar la pregunta siguiente:

- A. ¿Quién es mi competencia?
- B. ¿Cómo se administrará mi negocio?
- C. ¿En qué negocio estoy yo?
- D. ¿Cuáles son mis gastos de operación?

3. Conocer los beneficios de sus productos y / o servicios desde la perspectiva del cliente le permite desarrollar:

- A. La descripción de la compañía
- B. La lealtad de los clientes
- C. Un buen precio del producto
- D. Administración financiera sólida

4. Identificar lo que a sus clientes les gusta, disgusta, y sus expectativas le permitirá:

- A. Compararse a la competencia
- B. Operar su negocio en forma más eficiente
- C. Anticipar los gastos del negocio
- D. Entender y satisfacer las necesidades de los clientes

5. La información siguiente deberá explicarse en la sección "Requisitos de Operación":

- A. Seguros, acuerdos de alquiler o renta y requisitos legales
- B. Una descripción completa de sus productos y servicios
- C. Su estrategia de precios
- D. Las habilidades y experiencia de los dueños y empleados clave

6. Los estados financieros son muy útiles para el nuevo empresario ya que:

- A. Pueden ayudarle para contratar contadores
- B. Una administración financiera sólida es una de las mejores formas de mantenerse solvente
- C. Mejora la oportunidad de definir sus productos y / o servicios
- D. Le ayudan a determinar las políticas de empleo

ANEXO 2.

CUESTIONARIO AL EMPRENDEDOR

¿Nombre y apellidos del emprendedor?

¿Profesión o estudios realizados?

¿Experiencia laboral?

¿Nombre de la empresa?

¿En que año decidió iniciar la empresa?

¿Como surgió la idea de negocio?

¿Cuales eran las actividades que se desarrollaban al inicio del negocio?

¿Cuales son sus objetivos a alcanzar?

¿Que fortalezas cree usted que tiene su empresa?

¿Cuales son las proyecciones que tiene para la empresa?

¿En la actualidad cuenta con expansión del negocio?

¿Exporta?, ¿a que países?

¿En que beneficia su empresa a la sociedad?

Correo electrónico

ANEXO 3.

LEY 1014 DE 2006

(Enero 26)

De fomento a la cultura del emprendimiento.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1°. Definiciones

- a) **Cultura:** Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;

- b) **Emprendedor:** Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;

- c) **Emprendimiento:** Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las

oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;

d) **Empresarialidad:** Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;

e) **Formación para el emprendimiento.** La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

f) **Planes de Negocios.** Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Artículo 2°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;
- d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;
- e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Artículo 3°. Principios generales. Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

- a) Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente;
- b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social;
- c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;
- d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

Artículo 4°. Obligaciones del Estado. Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.

2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.
5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.
6. Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

CAPITULO II

Marco Institucional

Artículo 5°. Red Nacional para el Emprendimiento. La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.
2. Ministerio de Educación Nacional.
3. Ministerio de la Protección Social.
4. La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
5. Departamento Nacional de Planeación.
6. Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.
7. Programa Presidencial Colombia Joven.
8. Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (Ascun), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces.

9. Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.
10. Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO.
11. Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
12. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
13. Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
14. Un representante de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento.
15. Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Parágrafo 1°. Los delegados deberán ser permanentes, mediante delegación formal del representante legal de la Institución o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Parágrafo 2°. El Gobierno Nacional, podrá una vez se encuentre en funcionamiento y debidamente reglamentada “la Red para el Emprendimiento”, crear una institución de carácter mixto del orden nacional, que en coordinación con las entidades públicas y privadas adscritas, desarrollen plenamente los objetivos y funciones establecidas en los artículos 7° y 8° de esta ley respectivamente.

Artículo 6°. Red Regional para el Emprendimiento. La Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
3. Cámara de Comercio de la ciudad capital.
4. Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.
7. Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.
9. Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.
10. Un representante de los gremios con presencia en la región.
11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

Parágrafo. Los delegados deberán ser permanentes mediante delegación formal del representante legal de la Institución, o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Artículo 7°. Objeto de las redes para el emprendimiento. Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

- a) Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento;
- b) Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;
- c) Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley;
- d) Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país;
- e) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales;
- f) Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

Artículo 8°. Funciones de las Redes para el Emprendimiento. Las Redes para el Emprendimiento tendrán las siguientes funciones:

- a) Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas “SISEA empresa”, el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial;
- b) Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento;
- c) Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento aprovechando los recursos tecnológicos con los que ya cuentan las entidades integrantes de la red;
- d) Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal;
- e) Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos;
- f) Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros Invima, sanitarios, entre otros);
- g) Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos;
- h) Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales;

- i) Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial;
- j) Emitir avales a los planes de negocios que concursan para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

Artículo 9°. *Secretaría Técnica.* La Secretaría Técnica será el instrumento operativo de las redes de emprendimiento encargada de coordinar todas las acciones de tipo administrativo, y deberá cumplir entre otras con las siguientes funciones:

1. Planear y acompañar la implementación de la estrategia prevista para el desarrollo del emprendimiento.
2. Presentar informes mensuales a los integrantes de la red sobre las acciones y programas realizados en torno al emprendimiento.
3. Impulsar el desarrollo de las funciones asignadas a la red.
4. Promover el desarrollo de diagnósticos y estudios sobre el Emprendimiento.
5. Monitorear indicadores de gestión sobre el desarrollo de la actividad emprendedora en la región.
6. Las demás asignadas por la red.

Parágrafo. La Secretaría Técnica de cada red se encargará de su propia financiación, organización e instrumentación de sus respectivas sedes.

Artículo 10. Mesas de trabajo de la red de emprendimiento. Las mesas de trabajo son un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que conforman la Red, se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas. Podrán convertirse en interlocutores válidos de las instituciones responsables de la operación.

Artículo 11. Objeto de las mesas de trabajo. Las mesas de trabajo conformadas por las redes de emprendimiento tendrán el siguiente objeto:

1. **Sensibilización:** Trabajar en el diseño y ejecución de un discurso unificado, orientado a motivar a la gente para que se involucre en el emprendimiento. Lograr masificación del mensaje con una utilización más eficiente de los recursos.
2. **Formación:** Unificar criterios de formación. Formar Formadores. Extender la Formación a colegios públicos y privados.
3. **Preincubación:** (Planes de Negocio): Identificar Oportunidades de Negocio y proponer una metodología de Plan de Negocios orientado a simplificar procesos en la región y adecuarlos a la toma de decisiones de inversionistas y del sector financiero.

4. **Financiación:** Impulsar y recoger en un sistema las fuentes de recursos financieros para los emprendimientos que se desarrollan en la región, permitiendo pasar de los estudios de factibilidad a empresas del sector real. Además deben proponer nuevos mecanismos viables de estructuración financiera (capital semilla, capital de riesgo, préstamos, financiación e inversionistas) a nivel nacional e internacional.

5. **Creación de Empresas:** La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su autosostenibilidad. Buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.

6. **Capacitación Empresarial y Sostenibilidad:** Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo.

7. **Sistemas de Información:** Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información, facilitando la labor de las instituciones participantes de la Red y en beneficio de los emprendedores, proporcionando información sobre costos y tiempos de los procesos de emprendimiento por entidad oferente. Esta información será un insumo para los programas de formación de emprendedores.

Parágrafo. Las redes, podrán de acuerdo con su dinámica de trabajo establecer parámetros distintos en cada región e implementar nuevas mesas de trabajo de acuerdo con sus necesidades.

CAPITULO III

Fomento de la cultura del emprendimiento

Artículo 12. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento.

Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;
- b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia;
- c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo;
- d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

Artículo 13. Enseñanza obligatoria.

En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

1. Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.
2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.
3. Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.
4. Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macrorruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la

promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia.

Parágrafo. Para cumplir con lo establecido en este artículo, las entidades educativas de educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional acreditadas ante el Ministerio de Educación Nacional, deberán armonizar los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) pertinentes de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 General de Educación.

Artículo 14. *Sistema de información y orientación profesional.*

El Ministerio de Educación Nacional en coordinación con el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, Icfes, el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología, Colciencias, y el sector productivo, establecerá en un plazo máximo de (1) un año, un Sistema de Información y Orientación Profesional, Ocupacional e investigativa, que contribuya a la racionalización en la formación del recurso humano, según los requerimientos del desarrollo nacional y regional.

Artículo 15. *Formación de formadores.*

El Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, coordinará a través de las redes para el Emprendimiento y del Fondo Emprender y sus entidades adscritas, planes y programas para la formación de formadores orientados al desarrollo de la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 16. *Opción para trabajo de grado.*

Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

Artículo 17. *Voluntariado Empresarial.*

Las Cámaras de Comercio y los gremios empresariales podrán generar espacios para constituir el voluntariado empresarial con sus asociados con el objeto de que sean mentores y realicen acompañamiento en procesos de creación de empresas.

Artículo 18. *Actividades de Promoción.*

Con el fin de promover la cultura del emprendimiento y las nuevas iniciativas de negocios, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Programa Presidencial Colombia Joven y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, darán prioridad a las siguientes actividades:

1. Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.
2. Macrorrueda de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes.

3. Macrorruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero.
4. Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures).
5. Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes.
6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento y entidades de apoyo a la creación de empresas: Apoyo financiero para el desarrollo de programas de formación, promoción, asistencia técnica y asesoría, que ejecuten las Fundaciones, Cámaras de Comercio, Universidades, incubadoras de empresas y ONG.

Parágrafo. *Recursos.* El Gobierno Nacional a través de las distintas entidades, las gobernaciones, las Alcaldías Municipales y Distritales, y las Áreas Metropolitanas, podrán presupuestar y destinar anualmente, los recursos necesarios para la realización de las actividades de promoción y de apoyo al emprendimiento de nuevas empresas innovadoras.

Los recursos destinados por el municipio o distrito podrán incluir la promoción, organización y evaluación de las actividades, previa inclusión y aprobación en los Planes de Desarrollo.

Artículo 19. *Beneficios por vínculo de emprendedores a las Redes de Emprendimiento.*

Quienes se vinculen con proyectos de emprendimiento a través de la red nacional o regional de emprendimiento, tendrán como incentivo la prelación para acceder a programas presénciales y virtuales de formación ocupacional impartidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, a acceso preferencial a las herramientas que brinda el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de la dirección de promoción y cultura empresarial, como el programa emprendedores Colombia.

De igual manera podrá acceder de manera preferencial a los servicios y recursos manejados a través de las entidades integrantes de las redes.

Artículo 20. *Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas.*

Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las Cámaras facilitaran al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existentes.

Artículo 21. *Difusión de la cultura para el emprendimiento en la televisión pública.*

La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces, deberá conceder espacios en la televisión pública para que se transmitan programas que fomenten la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 22. *Constitución nuevas empresas.*

Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales.

Parágrafo. En todo caso, cuando se trate de Sociedades en Comandita se observará e requisito de pluralidad previsto en el artículo 323 del Código de Comercio.

Artículo 23. Reglamentación.

Se exhorta al Gobierno Nacional para que a través de los Ministerios respectivos, reglamente todo lo concerniente al funcionamiento de las redes para el Emprendimiento, durante los tres (3) meses siguientes a la sanción de esta ley.

Artículo 24. Vigencia.

La presente ley entrará a regir a partir de su promulgación.

La Presidenta del honorable Senado de la República,

Claudia Blue de Barberi.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

Julio E. Gallardo Archbold.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,

Angelino Lizcano Rivera.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y cúmplase.

Dada en Bogotá, D. C., a 26 de enero de 2006.

ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Viceministro de Comercio Exterior, encargado de las funciones del Despacho del Ministro de Comercio, Industria y Turismo,

Eduardo Muñoz Gómez.

Tomado de: ('<http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/78EF162B-F501-45DA-801393213F0A627D/0/LEY1014DE2006.doc>')

ANEXO 3

CUESTIONARIO AL EMPRENDEDOR

¿Nombre y apellidos del emprendedor?

¿Procesión u estudios realizados?

¿Experiencia laboral?

¿Nombre de la empresa?

¿En que año decidió iniciar la empresa?

¿Como surgió la idea de negocio?

¿Cuales eran las actividades que se desarrollaban al inicio del negocio?

¿Cuales son sus objetivos a alcanzar?

¿Que fortalezas cree usted que tiene su empresa?

¿Cuales son las proyecciones que tiene para la empresa?

¿En la actualidad cuenta con expansión del negocio?

¿Exporta?, ¿a que países?

¿En que beneficia su empresa a la sociedad?

Correo electrónico

10 BIBLIOGRAFIA

ABRAMS, R.M .Business Plan: Secretos y Estrategias para el Éxito. 1994.

BACA Urbina, Gabriel.Evaluacion de proyectos.4ta ed.mexico: MC Graw Hill.2001

B.B. de la R. Monografía Industrial de Cartagena, Andi. 1976

BALLESTEROS, B., GUILLAMÓN, J. R., MANZANO, N., MORIANO, J. A., Y PALACÍ, F. J. *Técnica de inserción laboral: guía universitaria para la búsqueda de empleo.* Madrid: UNED. 2001.

BREW Roger. El Desarrollo Económico de Antioquia desde la Independencia hasta 1920, Bogota. Banco de la Republica, 1977

CASTILLO, A.H. *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*, [en línea]. Chile: Intec.1999.

COLOMER, J. et al. *Programa emprender Para no-iniciados en economía.* 2000.
www.centro-emprende.com.

DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA, Carlos, empresa e historia en América Latina, un balance Historiográfico, primera edición, bogota, TM editores 1996

DEAKINS, D. Programa de impacto a la comunidad – conviértase en emprendedor. Monterrey, N.L.1990.

DRUCKER, P.F. *La gerencia en tiempos difíciles.* Barcelona. Orbis.1995

DRUCKER, P.F. *La innovación y el empresario innovador.* Barcelona. Edhasa.
Traducido del innovation and entrepreneurship. New York. 1993

GASSE, Y. y D'AMOURS, a. *Profession: entrepreneur.* Québec:
Transcontinentales. 1993.

GERBER, M.E. *El mito del emprendedor. Por qué no funcionan las pequeñas
empresas y qué hacer para que funcionen.* Barcelona: Piados. 1997.

GONZÁLEZ SOLER Guillermo. Historia, Ética; Cultura Organizacional: Una
Línea de Investigación en Administración, dirigido a: editor de la revista
Pensamiento y Gestión, Barranquilla, Octubre de 2000

GRUPO DE HISTORIA EMPRESARIAL, Universidad EAFIT, Las Regiones y la
Historia Empresarial, Págs. 147

KOIRANEN, M. Norh-european metaphors of «entrepreneurship» and «an
entrepreneur» in *Frontiers of Entrepreneurship Research.* 1995.

KOTLER. Philip.fundamentos de marketing: México D.F. .Pearson.2003.

LLINAS Angulo Guillermo, Empresarios Colombianos, Un Nuevo Contexto De
Desarrollo, talleres gráficos de Ponce de León, Hns Ltda.

MEISEL, Roca Adolfo. Empresas y empresarios del caribe.servigraficos. 1954

MORIANO, J.A., TREJO, E. y PALACÍ, F.J. El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 2001.

NUENO, P. «El emprendedor. Definiciones y mitos» en *Iniciativa Emprendedora*. 2. 1997.

PALMER, M. «The application of pschological testing to entrepreneurial potential» en *California Management Review*, 1971.

PROGRAMA jóvenes emprendedores exportadores ministerio de desarrollo económico.

RESTREPO Jorge, Medellín, su origen, progreso y desarrollo. Uribe. Medellín, serví gráficos, 1981ollés, M. (1994). *Pymes, entrepreneur y dirección estratégica. Un estudio de la importancia de la dirección estratégica para el crecimiento empresarial*. Tesis doctoral. Universidad de Valencia.

RESTREPO URIBE, Jorge: Medellín, sus orígenes, progreso y desarrollo.servigraficas.1981.

SAFFORD, Frank. Empresarios nacionales y extranjeros en Colombia durante el siglo XIX, en aspectos del siglo XX en Colombia, Medellín, hombre nuevo, 1977

SÁNCHEZ Almagro, M.L. *El perfil psicológico del autoempleado.* Tesis doctoral. Fac. Psicología. Univ. Complutense de Madrid. 2003.

SCHUMPETER, J.A. (1951). «Change and the entrepreneur». *Essays of J.A. Schumpeter, reading, Massachusetts.* Addison-Wesley Press; citado por Pedro Bueno, *El emprendedor*, iniciativa emprendedora 1996, (2), 21.

SERNA, Humberto. Gerencia Estratégica. Santa fé de Bogotá: 3R Editores, 1997.

SHEFSKY, Lloyd. Los emprendedores no nacen se hacen. Mc. Graw Hill. 1991

TORO Jacqueline. Desarrollo de la personalidad emprendedora: una opción de vida, Ediciones EAN.

VARELA, Rodrigo. Innovación empresarial. *Un nuevo enfoque de desarrollo.* Calí. Colombia. Icesi. 5ª ed. 1998.

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice may 2ª Edición.

ZAMBRANO PÉREZ, Milton. El Desarrollo del Empresario en Barranquilla 1880-45, Fondo de Publicaciones de la Universidad del Atlántico ,1985.

- **WEBSITES**

Departamento Nacional de Planeación

<http://DNP.GOV.CO>

Programa Jóvenes Emprendedores Exportadores.

<http://soyentrepeneur.com>

<http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/miner.htm>

<http://nevado.cui.edu.co/htextst/htm/pyme.htm>

http://www.portalincubacion.cl/upload/Estado_del_arte.doc

<http://www.uninades.edu.co>

www.gialuces.com/emprendimiento.index

<http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/78EF162B-F501-45DA-801393213F0A627D/0/LEY1014DE2006.doc>

