

**IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE TIENEN MAYOR RELEVANCIA EN
LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN
DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDEDOR EMPRESARIAL**

CASO: PARQUE DEL EMPRENDIMIENTO

JHON JAIME ARANGO BENJUMEA

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
MEDELLÍN, COLOMBIA
2011

**IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE TIENEN MAYOR RELEVANCIA EN
LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN
DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDEDOR EMPRESARIAL**

CASO: PARQUE DEL EMPRENDIMIENTO

JHON JAIME ARANGO BENJUMEA

Trabajo de grado para optar al título de
Magíster en Administración - MBA

JUAN SANTIAGO CALLE PIEDRAHITA
Asesor Metodológico
Magíster en Administración - MBA

MARTHA CECILIA BENÍTEZ TRUJILLO
Asesora Técnica
Magíster en Administración – MBA
Candidata a PHD

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
MEDELLÍN, COLOMBIA
2011

Este trabajo lo dedico a Dios por sus permanentes bendiciones. A mi Padre y a mi Madre a quienes Dios guarda en el Seno de Su Misericordia. A mi amada esposa Paula por su apoyo y comprensión durante todo el proceso de estudio. A mi querido hijo Samuel porque siempre me inspiró a seguir adelante. A mi querido hermano Carlos quien siempre ha sido un modelo digno de imitar. A mis queridas hermanas Libia, Adriana y Doria por su amor y cariño. A todos mis queridos sobrinos y sobrinas por ser la alegría y el futuro de la familia.

Mis agradecimientos a Juan Santiago Calle, asesor metodológico del trabajo de grado. A Marta Cecilia Benítez, asesora técnica del trabajo de grado. A Diego Luis Orozco Líder del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento. A Lissette Andrea Echeverry Secretaria del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento. A Alejandro Mazo, Andrés Piedrahita, Miguel Tirado y Óscar Correa grupo de consultores del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento.

Mis agradecimientos a Jenny Martínez, Luis Fernando Bustamante, John Wilder Zartha, Juan Santiago Calle, Inés Alicia Vélez, Óscar Arias, Fabio Antonio Calle, José Alfredo Vásquez, Lorenza Correa, Cruz Elvira Correa, Marta Cecilia Benítez, Carlos Orduz, Francisco Salazar y Rubén Darío Parra, docentes de la Maestría en Administración – MBA, por compartir sus saberes, experiencias y documentos. A Robert NG Henao Coordinador de la Maestría en Administración – MBA y a Luz Edith Jiménez Secretaria de la Maestría en Administración – MBA, de la Universidad de Medellín.

TABLA DE CONTENIDO

| | Pág. |
|--|------|
| LISTA DE TABLAS | 10 |
| LISTA DE FIGURAS | 12 |
| LISTA DE ANEXOS | 13 |
| GLOSARIO | 14 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 16 |
| ABSTRACT | 17 |
| INTRODUCCIÓN | 18 |
| | |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 21 |
| 1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN | 21 |
| 1.2 ENUNCIADO DEL PROBLEMA..... | 21 |
| 1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA | 22 |
| 1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 25 |
| 1.4.1 Pregunta general | 25 |
| 1.4.2 Preguntas específicas | 25 |
| | |
| 2. OBJETIVOS..... | 26 |
| 2.1 OBJETIVO GENERAL | 26 |
| 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 26 |
| | |
| 3. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN | 27 |
| 3.1 JUSTIFICACIÓN | 27 |
| 3.1.1 Justificación teórica | 27 |
| 3.1.2 Justificación práctica..... | 27 |
| 3.1.3 Justificación metodológica..... | 28 |
| 3.2 DELIMITACIÓN..... | 28 |
| 3.2.1 Delimitación temporal | 28 |
| 3.2.2 Delimitación espacial | 28 |
| | |
| 4. MARCO REFERENCIAL | 29 |
| 4.1 MARCO ANTECEDENTES..... | 29 |
| 4.1.1 Origen del emprendimiento | 29 |
| 4.1.2 Aportes teóricos al emprendimiento | 29 |
| 4.1.3 Medellín: ciudad del emprendimiento | 31 |
| 4.1.4 Programa Jóvenes con Empresa | 33 |
| 4.1.5 Estudio GEM Colombia | 35 |
| 4.2 MARCO CONCEPTUAL | 36 |
| 4.2.1 Consideraciones sobre el emprendimiento empresarial..... | 36 |
| 4.2.2 Elementos del emprendimiento empresarial..... | 38 |
| 4.2.2.1 El emprendedor empresarial | 38 |

| | | |
|---------|--|----|
| 4.2.2.2 | El espíritu empresarial | 39 |
| 4.2.2.3 | La nueva empresa | 39 |
| 4.2.2.4 | Las competencias del emprendedor empresarial | 40 |
| 4.2.2.5 | La cadena de valor del emprendimiento..... | 42 |
| 4.2.2.6 | El proceso de creación de empresas..... | 43 |
| 4.2.3 | Perspectivas del emprendimiento empresarial | 44 |
| 4.2.3.1 | Perspectiva de comportamiento | 45 |
| 4.2.3.2 | Perspectiva psicológica o cognitiva | 45 |
| 4.2.3.3 | Perspectiva económica..... | 46 |
| 4.2.3.4 | Perspectiva de procesos | 46 |
| 4.3 | MARCO TEÓRICO | 47 |
| 4.3.1 | Fomento a la cultura del emprendimiento..... | 47 |
| 4.3.2 | Importancia del emprendimiento empresarial..... | 50 |
| 4.3.3 | El Emprendimiento: una alternativa para el autoempleo | 52 |
| 4.3.4 | Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas..... | 54 |
| 4.3.5 | Cultura y espíritu empresarial..... | 54 |
| 4.3.6 | El empresario | 57 |
| 4.3.7 | El proceso empresarial | 63 |
| 4.3.7.1 | Teoría de Albert Shapero | 63 |
| 4.3.7.2 | Teoría de David McClelland | 66 |
| 4.3.7.3 | Teoría de Robert Ronstadt | 69 |
| 4.3.7.4 | Teoría de Jeffrey Timmons..... | 72 |
| 4.3.7.5 | Modelo de Alan Gibb | 74 |
| 4.3.8 | Etapas en el establecimiento de una empresa | 75 |
| 4.3.9 | Síntesis comparativa sobre formación de empresas | 79 |
| 4.3.10 | Estudios del emprendimiento en la Universidad EAFIT | 81 |
| 4.3.11 | Estudios del emprendimiento en la Universidad ICESI..... | 84 |
| 4.4 | MARCO LEGAL | 87 |
| 4.4.1 | Constitucional Nacional | 87 |
| 4.4.2 | Código de Comercio | 88 |
| 4.4.3 | Código Sustantivo del Trabajo..... | 88 |
| 4.4.4 | Código Contencioso Administrativo | 88 |
| 4.4.5 | Ley 590 de 1990 o Ley Mipyme..... | 88 |
| 4.4.6 | Ley 79 de 1988 o Ley Marco del Cooperativismo..... | 88 |
| 4.4.7 | Ley 454 de 1998..... | 89 |
| 4.4.8 | Ley 115 de 1994 o Ley General de Educación..... | 89 |
| 4.4.9 | Proyecto de Ley 143 de 2004 Cámara | 89 |
| 4.4.10 | Ley 1014 de 2006..... | 89 |
| 4.4.11 | Ley 789 de 2002..... | 89 |
| 4.4.12 | Acuerdos 007 de 2004 y 0015 de 2004..... | 90 |
| 5. | HIPÓTESIS Y VARIABLES | 91 |
| 5.1 | HIPÓTESIS | 91 |
| 5.2 | VARIABLES | 91 |
| 5.1.1 | Variable independiente | 91 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 5.1.2 | Variable dependiente..... | 91 |
| 5.1.3 | Variables intervinientes..... | 91 |
| 5.3 | OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 91 |
| 6. | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 93 |
| 6.1 | TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN..... | 93 |
| 6.2 | POBLACIÓN Y MUESTRA | 93 |
| 6.2.1 | Elemento poblacional | 93 |
| 6.2.2 | Marco muestral | 93 |
| 6.2.3 | Tamaño de la muestra..... | 93 |
| 6.2.4 | Unidad y tiempo de análisis..... | 94 |
| 6.2.5 | Unidad y método muestral..... | 94 |
| 6.3 | METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN..... | 94 |
| 7. | OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN | 95 |
| 7.1 | FUENTES DE INFORMACIÓN | 95 |
| 7.1.1 | Fuentes primarias..... | 95 |
| 7.1.2 | Fuentes secundarias | 95 |
| 7.2 | TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | 95 |
| 7.2.1 | Cuestionario | 95 |
| 7.2.2 | Encuesta..... | 95 |
| 7.2.3 | Entrevista..... | 95 |
| 7.2.4 | Análisis documental..... | 95 |
| 8. | GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO..... | 96 |
| 8.1 | TALENTO HUMANO..... | 96 |
| 8.2 | RECURSOS TÉCNICOS | 96 |
| 8.3 | RECURSOS INSTITUCIONALES..... | 96 |
| 8.4 | RECURSOS FINANCIEROS | 96 |
| 9. | CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 97 |
| 10. | DISEÑO DE ANÁLISIS | 98 |
| 11. | PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO INSTITUCIONAL..... | 99 |
| 11.1 | EMPRENDIMIENTO DE CIUDAD..... | 99 |
| 11.1.1 | Cultura E..... | 99 |
| 11.1.2 | Fondo Emprender del SENA - FES | 100 |
| 11.1.3 | Antioquia Emprendedora..... | 100 |
| 11.1.4 | Jóvenes con Empresa | 101 |
| 11.1.5 | Ciudad E..... | 102 |
| 11.1.6 | Ruta N | 102 |
| 11.2 | EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO..... | 103 |
| 11.2.1 | Universidad de Medellín | 103 |
| 11.2.2 | Universidad EAFIT..... | 104 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 11.2.3 | Universidad Nacional..... | 104 |
| 11.2.4 | Universidad de Antioquia..... | 105 |
| 11.2.5 | Universidad Cooperativa de Colombia - UCC | 106 |
| 12. | PROGRAMA DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS | 108 |
| 13. | LOS EMPRENDEDORES Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS..... | 112 |
| 13.1 | RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO | 112 |
| 13.1.1 | Definición de emprendimiento | 112 |
| 13.1.2 | Características del emprendedor..... | 112 |
| 13.1.3 | Por qué triunfan los emprendedores | 113 |
| 13.1.4 | Por qué fracasan los emprendedores..... | 113 |
| 13.1.5 | Obstáculos para emprender un negocio..... | 113 |
| 13.1.6 | Índice de creación de nuevas empresas | 114 |
| 13.1.7 | Apoyos recibidos | 114 |
| 13.1.8 | Factores determinantes para crear empresas | 115 |
| 13.1.9 | Retos del emprendimiento..... | 115 |
| 13.2 | ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO | 116 |
| 14. | CONDICIONES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS | 118 |
| 14.1 | RESPUESTAS DE LA ENCUESTA | 118 |
| 14.1.1 | Nivel de formación..... | 118 |
| 14.1.2 | Motivo del emprendimiento..... | 119 |
| 14.1.3 | Estado actual del emprendimiento | 120 |
| 14.1.4 | Tiempo invertido en el emprendimiento..... | 121 |
| 14.1.5 | Características de un emprendedor | 122 |
| 14.1.6 | Factores relevantes del emprendimiento..... | 123 |
| 14.1.7 | Factores relevantes para el negocio..... | 124 |
| 14.1.8 | Apoyos recibidos en el emprendimiento..... | 125 |
| 14.1.9 | Agentes influyentes en el emprendimiento | 126 |
| 14.1.10 | Mayores dificultades del emprendedor | 127 |
| 14.2 | ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS | 128 |
| 15. | GESTIÓN DE ACOMPAÑAMIENTO DE NUEVAS EMPRESAS | 130 |
| 15.1 | RESULTADOS DE LA BASE DE DATOS..... | 130 |
| 15.1.1 | Estado del proyecto de empresa | 130 |
| 15.1.2 | Universidad a la que pertenece | 131 |
| 15.1.3 | Sector económico al que pertenece | 132 |
| 15.1.4 | Número de emprendedores por proyecto..... | 133 |
| 15.1.5 | Forma jurídica del proyecto | 134 |
| 16. | PERCEPCIONES DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL..... | 136 |
| 16.1. | RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS..... | 136 |
| 16.1.1 | Entrevista a Diego Luis Orozco | 136 |
| 16.1.2 | Entrevista a Nilson Vera Parra | 137 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 16.2. | ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS..... | 139 |
| 17. | SÍNTESIS FACTORES RELEVANTES DEL EMPRENDIMIENTO..... | 142 |
| 18. | OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO PARA CREAR UNA EMPREA..... | 146 |
| 19. | CONCLUSIONES | 150 |
| 20. | RECOMENDACIONES | 152 |
| | BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA | 153 |
| | BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA | 155 |
| | ANEXOS..... | 156 |

LISTA DE TABLAS

| | Pág. |
|---|------|
| Tabla 1 Indicadores Jóvenes con Empresa Medellín 2007..... | 21 |
| Tabla 2 Metas 2007 Programa Jóvenes con Empresa | 33 |
| Tabla 3 Resultados a nivel nacional al 30.11.2007 | 34 |
| Tabla 4 Resultados a nivel Medellín al 30.11.2007..... | 34 |
| Tabla 5 Porcentaje total de nuevos empresarios..... | 35 |
| Tabla 6 Porcentaje de motivaciones de emprendimiento | 35 |
| Tabla 7 Rango de edades de los nuevos empresarios..... | 35 |
| Tabla 8 Competencias del emprendedor empresarial | 41 |
| Tabla 9 Definiciones del empresario..... | 57 |
| Tabla 10 Características positivas de ser empresario | 60 |
| Tabla 11 Características, capacidades y habilidades empresariales..... | 61 |
| Tabla 12 Características motivacionales de los empresarios | 62 |
| Tabla 13 Fuerzas ambientales que influyen en el cambio de trayectoria vital | 65 |
| Tabla 14 Elementos básicos de todo negocio | 76 |
| Tabla 15 Modelo adaptado de Valera para la creación de empresas..... | 77 |
| Tabla 16 Comparativo modelos de formación de empresas..... | 79 |
| Tabla 17 Clasificación de los emprendimientos por área del conocimiento..... | 82 |
| Tabla 18 Eventos en los que los emprendedores de EAFIT participan | 82 |
| Tabla 19 Distribución porcentual de los emprendedores por área de estudio | 82 |
| Tabla 20 Características de fracaso en el emprendimiento | 83 |
| Tabla 21 Características que conducen al éxito del emprendedor | 83 |
| Tabla 22 Calificación de las características del éxito en el emprendimiento | 83 |
| Tabla 23 Modelo de formación empresarial Universidad ICESI..... | 84 |
| Tabla 24 Motivaciones para ser empresarial | 86 |
| Tabla 25 Expectativas personales y profesionales | 86 |
| Tabla 26 Recursos de financiación | 87 |
| Tabla 27 Estructuras de apoyo del emprendimiento..... | 87 |
| Tabla 28 Operacionalización de variables | 91 |
| Tabla 29 Cronograma de actividades | 97 |
| Tabla 30 Programa Cultura E de la Alcaldía de Medellín | 99 |
| Tabla 31 Programa Antioquia Emprendedora..... | 101 |
| Tabla 32 Programa Jóvenes con Empresa..... | 101 |
| Tabla 33 Programa de Emprendimiento de la Universidad de Medellín | 103 |
| Tabla 34 Programa de Emprendimiento de la Universidad EAFIT..... | 104 |
| Tabla 35 Programa de Emprendimiento de la Universidad Nacional..... | 105 |
| Tabla 36 Programa de Emprendimiento de la Universidad de Antioquia | 105 |
| Tabla 37 Programa de Emprendimiento de la UCC..... | 106 |
| Tabla 38 Factores relevantes y grado de relevancia del emprendimiento | 139 |
| Tabla 39 Síntesis de factores relevantes en el emprendimiento empresarial | 142 |
| Tabla 40 Síntesis de la caracterización del emprendimiento empresarial | 144 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | Pág. |
|---|------|
| Gráfico 1 Elementos del evento empresarial de Albert Shapero..... | 64 |
| Gráfico 2 Sentido de integralidad de la motivación al logro | 69 |
| Gráfico 3 Perspectiva empresarial de Ronstadt..... | 71 |
| Gráfico 4 Proceso empresarial de Timmons..... | 73 |
| Gráfico 5 Componentes básicos del modelo de Gibb | 75 |
| Gráfico 6 Representación gráfica del Modelo Varela para crear empresas..... | 79 |
| Gráfico 7 Nivel de formación de los emprendedores | 118 |
| Gráfico 8 Motivo del emprendimiento empresarial..... | 119 |
| Gráfico 9 Estado actual del emprendimiento | 120 |
| Gráfico 10 Tiempo invertido en el emprendimiento..... | 121 |
| Gráfico 11 Características de un emprendedor | 122 |
| Gráfico 12 Factores relevantes del emprendimiento..... | 123 |
| Gráfico 13 Factores relevantes para el negocio..... | 124 |
| Gráfico 14 Apoyos recibidos en el emprendimiento..... | 125 |
| Gráfico 15 Agentes influyentes en el emprendimiento..... | 126 |
| Gráfico 16 Mayores dificultades del emprendedor..... | 127 |
| Gráfico 17 Estado del proyecto de empresa..... | 130 |
| Gráfico 18 Universidad a la que pertenece..... | 131 |
| Gráfico 19 Sector económico del emprendimiento | 132 |
| Gráfico 20 Número de emprendedores por proyecto..... | 133 |
| Gráfico 21 Forma jurídica del proyecto | 134 |

LISTA DE FIGURAS

| | Pág. |
|--|------|
| Figura 1 Cadena de valor del emprendimiento | 42 |
| Figura 2 El proceso de creación de nuevas empresas | 43 |
| Figura 3 Micro entorno del emprendedor empresarial | 137 |
| Figura 4 Fases del emprendimiento universitario | 147 |
| Figura 5 Optimización del tiempo del emprendimiento empresarial..... | 148 |

LISTA DE ANEXOS

| | Pág. |
|---|------|
| Anexo A Modelo de cuestionario sobre emprendimiento empresarial | 156 |
| Anexo B Modelo de encuesta sobre emprendimiento empresarial | 157 |

GLOSARIO¹

CADENA DE VALOR DEL EMPRENDIMIENTO: serie de etapas que recorre una idea de negocio hasta materializarse en una nueva empresa.

CONSOLIDACIÓN: fase en la cual el emprendedor empresarial explora el diseño de nuevos productos y servicios, la ampliación de nuevos contactos y la identificación de nuevos mercados.

CONTEXTO DE CIUDAD: condiciones sociales, económicas y culturales en medio de las cuales se desarrolla el emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín.

CREACIÓN: etapa posterior a la descripción y detalle de la idea de negocios en el documento denominado plan de negocios.

CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO: condición social y económica reglamentada por la Ley 1014 de 2006, con el de impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

EMPRENDEDOR EMPRESARIAL: persona que movido por el espíritu empresarial emprende la creación de una nueva empresa.

EMPRENDIMIENTO DE CIUDAD: programas de emprendimiento empresarial creados por la Alcaldía de Medellín, con el apoyo de importantes instituciones de la ciudad para impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL: modelo social y económico que promueve la creación de nuevas empresas como alternativa de generación de ingresos propios con fines de mejoramiento de la calidad de vida del emprendedor y de su familia.

EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO: programas de emprendimiento empresarial creados por las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín con el propósito de impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

ESPÍRITU EMPRESARIAL: deseo interior que impulsa al emprendedor empresarial para planear, montar, operar y consolidar una nueva empresa.

¹ Construcción del autor con base en los resultados de la presente investigación y en los conocimientos y experiencias previas en docencia y consultoría sobre el tema del emprendimiento empresarial.

ESTUDIO DE CASO: estrategia metodológica que fue utilizada para abordar la identificación de los factores más relevantes para la creación de nuevas empresas en la ciudad de Medellín, desde la perspectiva del emprendedor empresarial.

FACTORES: variables que se identifican para determinar las condiciones personales, sociales y económicas para crear nuevas empresas en el contexto de la ciudad de Medellín.

IDEA DE NEGOCIO: iniciativa que tiene el emprendedor empresarial de desarrollar un producto o servicio para producirlo y comercializarlo mediante el diseño y creación de una nueva empresa.

NUEVA EMPRESA: resultado final del proceso que inicia el emprendedor empresarial al ver materializada su idea de negocio.

PARQUE DEL EMPRENDIMIENTO: programa de incubadora de empresas creada por la Universidad de Antioquia y la Alcaldía de Medellín para apoyar la creación de nuevas empresas.

PERSPECTIVA: punto de vista del emprendedor empresarial cuando determina los factores que son relevantes para la creación de una nueva empresa.

PLAN DE NEGOCIO: documento que describe y detalla los aspectos de mercado, técnicos, organizacionales, legales y financieros de una nueva empresa.

PLANEACIÓN: fase en la cual el emprendedor empresarial diseña, describe y detalla en un plan de negocios la idea de crear una nueva empresa.

PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO: mecanismo institucional que se diseña e implementa para impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

PUESTA EN MARCHA: fase en la cual el emprendedor empresarial inicia la producción en masa y el mercadeo y venta de sus productos y servicios.

RELEVANCIA: nivel de importancia que le asigna a los factores el emprendedor empresarial que recibe apoyo del Parque del Emprendimiento para la creación de una nueva empresa.

RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento empresarial es un modelo social y económico que tiene como propósito impulsar la creación de nuevas empresas y de alguna manera mitigar el desempleo, mediante la generación de ingresos propios. En muchas regiones del mundo el emprendimiento empresarial está muy asociado con la innovación, mientras que en el contexto de la ciudad de Medellín está más asociado con el sostenimiento y el autoempleo. Algunos autores de renombre internacional han manifestado que el hecho de montar un negocio, no es emprendimiento, que se requiere de un producto, servicio o proceso innovador para ser catalogado como verdadero emprendimiento. En la ciudad de Medellín, el emprendimiento empresarial está segmentado en emprendimiento de sostenimiento, que atiende emprendedores barriales, en emprendimiento de innovación, que atiende básicamente emprendedores universitarios, y en emprendimiento de alto valor agregado, que atiende investigadores de alto nivel científico. En cuanto al tema de la innovación en la ciudad se está impulsando los emprendimientos relacionados con las tecnologías de la información y comunicación. A partir de la identificación de factores relevantes como resultado del presente trabajo de investigación, se puede definir el emprendimiento empresarial, como la iniciativa personal que tiene un emprendedor de idear, montar y poner en marcha una nueva empresa, y para lograrlo requiere de educación, persistencia, motivación, contactos, habilidades en mercadeo y ventas, recursos de capital, apoyo del Estado, de su familia y de la universidad, afrontando riesgos y dificultades como el desánimo y la soledad. El espíritu empresarial es la fuerza interior del emprendedor que lo impulsa a lograr el objetivo de materializar su sueño de ser independiente económicamente mediante la creación y puesta en de su propia nueva empresa.

Palabras clave: emprendimiento, emprendedor, factor relevante, espíritu empresarial, autoempleo, sostenimiento, empresa, persistencia, motivación, educación

ABSTRACT

The venture business is a social and economic model that aims to promote the creation of new companies and somehow alleviate unemployment by generating their own income. In many regions of the world, entrepreneurship is closely associated with innovation, whereas in the context of the city of Medellin is more associated with sustaining and self-employment. Some authors of international repute have expressed the fact that starting a business, is undertaking, which requires a product, service or innovation process to be classified as true entrepreneurship. In the city of Medellin, entrepreneurship is segmented into sustaining venture, which serves neighborhood entrepreneurs in entrepreneurial innovation, which serves mainly college entrepreneurs, and business of high value added, which serves high-level scientific researchers. On the issue of innovation in the city is encouraging the enterprises related to information technology and communication. From the identification of relevant factors as a result of this research, we can define entrepreneurship as a personal initiative that an entrepreneur has to figure out, assemble and launch a new company, and to achieve this requires education, persistence, motivation, contacts, sales and marketing skills, capital resources, government support, family and college, face risks and difficulties as discouragement and loneliness. Entrepreneurship is the inner force that drives the entrepreneur to achieve the objective of realizing his dream of becoming financially independent through the creation and implementation of their own new company.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, important factor, entrepreneurship, self employment, support, enterprise, persistence, motivation, education.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación obedece a la intención de conocer los factores que mayor relevancia tienen en el proceso de creación de nuevas empresas, desde la perspectiva del emprendedor empresarial en la ciudad de Medellín. La búsqueda se inició con la siguiente pregunta: ¿qué pasa entre el plan de negocio y la puesta en marcha del negocio, que muchos emprendedores no logran materializar su idea de crear una nueva empresa?

Tocando diversas puertas entre las unidades de emprendimiento de las varias universidades de la ciudad de Medellín, se decidió estudiar dichos factores entre los emprendedores que han recibido apoyo y orientación en el Parque del Emprendimiento para la creación de sus negocios, por ser éste una de las principales incubadoras de empresas de la ciudad y porque en él convergen muchos emprendedores de diversas universidades de la ciudad, especialmente de la Universidad Nacional y de la Universidad de Antioquia.

La búsqueda no fue fácil toda vez que en el contexto de la ciudad de Medellín el emprendimiento está en desarrollo, y aunque se recibió apoyo de varias instituciones, la información sobre el emprendimiento empresarial a nivel local es todavía muy dispersa. Un trabajo posterior sería tratar de compilar las experiencias que se vienen dando sobre el particular en la ciudad.

Este tipo de trabajo de investigación, aunque se de en el ámbito de la ciudad de Medellín, específicamente con los emprendedores empresariales del Parque del Emprendimiento, requirió de una búsqueda bibliográfica de algunos de los principales autores, que el ámbito nacional e internacional han hecho su aporte teórico al emprendimiento. Y en este aspecto se quiere destacar que si bien dichos aportes son fundamentales para comprender mejor el emprendimiento, especialmente el emprendimiento de innovación, en el contexto de ciudad la realidad es que se da un emprendimiento de sostenimiento, lo que algunos expertos llaman emprendimiento sin valor agregado.

Por mucho que se intente una investigación sobre el emprendimiento empresarial no se deja “cerrar”, es prácticamente imposible delimitar el tema del emprendimiento. En la búsqueda de información comienzan a aparecer nuevos y complejos factores que dificultan la investigación, y se llega un momento a pensar que se tiene “mucho” y que a la vez no se tiene “nada”. Sin embargo, se logró delimitar la investigación a los factores más relevantes para crear nuevas empresas desde la perspectiva del emprendedor empresarial. Siendo este emprendedor el que ha tenido apoyo del Parque del Emprendimiento.

Con la colaboración del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento de la ciudad de Medellín. El trabajo de campo pasó por varios

momentos. Un primer momento fue la aplicación de un cuestionario a varios emprendedores, con una respuesta reducida de acuerdo a las expectativas que se tenían inicialmente. Sin embargo se capturó información valiosa que se presenta en el capítulo los emprendedores y la creación de empresas.

Un segundo momento fue la aplicación de una encuesta con una respuesta mucho mayor por parte de los emprendedores del Parque del Emprendimiento, cuyos resultados se presentan en el capítulo condiciones para la creación de empresas.

Un tercer momento fue la aplicación de unas entrevistas a personal del Parque del Emprendimiento, con muy buenos resultados por la información en ellas capturada, la cual se presente en el percepciones del emprendimiento empresarial.

Un cuarto momento fue el análisis documental de una base de datos suministrada por el Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento, a través de la cual se logró graficar importantes resultados sobre el estado de los proyectos, los sectores impactados, el número de emprendedores por proyecto, entre otros factores de similar importancia, los cuales se presentan en el capítulo gestión de acompañamiento de nuevas empresas.

Como problema de investigación, del cual deriva el objetivo general, se plantea que muchos emprendedores reciben sensibilización en cultura del emprendimiento pero que por diversos factores, no logran concretar en empresas sus ideas de negocio. A partir de allí se hace referencia al origen y a los principales conceptos y perspectivas que son asociados con el emprendimiento empresarial.

Posteriormente se describen los principales programas que impulsan el emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín, los cuales se presentan en dos subtemas denominados emprendimiento de ciudad y emprendimiento universitario, respectivamente.

Se describe igualmente el modelo que utiliza el Parque del Emprendimiento para promover la creación de nuevas empresas. De acuerdo a las bases teóricas y a los resultados del trabajo de campo se Identifican las principales características personales de los emprendedores que han creado empresas con el apoyo del Parque del Emprendimiento. Al igual que las principales características de las nuevas empresas que han sido promovidas en el Parque del Emprendimiento.

Finalmente se presentan los resultados del trabajo de campo, las conclusiones y las recomendaciones que se derivan de los resultados obtenidos en el trabajo de investigación sobre los factores de mayor relevancia en el proceso de creación de nuevas empresas desde la perspectiva de los emprendedores que han recibido apoyo y orientación del Parque del Emprendimiento en la ciudad de Medellín.

**IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE TIENEN MAYOR RELEVANCIA EN
LA CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN
DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDEDOR EMPRESARIAL**

CASO: PARQUE DEL EMPRENDIMIENTO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

El tema de investigación es el emprendimiento empresarial en el contexto de la ciudad de Medellín, y tiene como propósito identificar los factores, que desde el punto de vista de los emprendedores que han recibido apoyo del Parque del Emprendimiento, son los más relevantes para la creación de una nueva empresa.

1.2 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La Alcaldía de Medellín con el programa denominado Cultura E, ha promovido el emprendimiento empresarial como un mecanismo para impulsar el desarrollo económico y social de la ciudad. En cumplimiento de la Ley 1014 de 2006, Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, diversas entidades educativas y estamentos públicos y privados, se han unido a este propósito con la creación de unidades y programas de emprendimiento.

El emprendimiento empresarial se ha establecido en los últimos tiempos como la base del desarrollo y crecimiento económico de las regiones, debido a que tiene como propósito la renovación y el fortalecimiento del tejido empresarial y social. Desde diversos énfasis, los programas de emprendimiento empresarial de la ciudad han centrado sus esfuerzos en la formación, partiendo de la sensibilización y siguiendo con la capacitación en ideas y planes de negocio, como requisitos previos para la creación y puesta en marcha de las nuevas empresas.

Según datos del Programa Jóvenes con Empresa², durante el año 2007, en Medellín, 3.153 personas fueron motivadas en emprendimiento y 462 fueron capacitadas en planes de negocio, sin embargo, sólo se crearon 87 nuevas empresas, que corresponden a un 3% de los motivados en emprendimiento y a un 19% de los capacitados en planes de negocios.

Tabla 1 Indicadores Jóvenes con Empresa Medellín 2007

| Indicador | Meta | % | Logro | % |
|---|-------|------|-------|------|
| Motivación en emprendimiento | 3.000 | 100% | 3.153 | 100% |
| Capacitación en planes de negocio | 450 | 15% | 462 | 15% |
| Empresas creadas / Motivación en emprendimiento | 105 | 4% | 87 | 3% |
| Empresas creadas / Planes de negocios | 105 | 23% | 87 | 19% |

Elaboración propia. Fuente: http://blogs.capitales.com/carlos_mora/files/jovenes_con_empresa_colombia.pdf

² http://blogs.capitales.com/carlos_mora/files/jovenes_con_empresa_colombia.pdf. Tomado el 24 de mayo de 2010.

Son pocos los emprendedores que logran crear y poner en marcha una nueva empresa, en comparación con el número de emprendedores que son motivados y capacitados en ideas y planes de negocio. Es pertinente plantearse algunos interrogantes como: ¿qué pasa entre los planes de negocio y la creación de nuevas empresas?, y ¿qué dificultades tienen los emprendedores para seguir adelante con sus iniciativas empresariales?, entre otros interrogantes de similar connotación. Dar respuesta a estos interrogantes es el interés de la presente investigación, dada la importancia que tiene el emprendimiento empresarial en la actualidad como motor del desarrollo económico y social de las regiones.

En términos generales, los estudios sobre el emprendimiento empresarial se han centrado más en la recopilación de datos estadísticos sobre el número de emprendedores capacitados y la cantidad de planes de negocios formulados, sin abordar aspectos de relevante importancia como es la identificación de los principales factores que son determinantes para la creación de una nueva empresa, en este caso, en un contexto económico, social y cultural tan dinámico y específico como el de la ciudad de Medellín.

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El emprendimiento empresarial surge como un modelo económico y social que tiene como propósito impulsar la creación de nuevas empresas. Los primeros indicios de la palabra emprendimiento surgen en Francia y en España y hacía referencia a aventureros que buscaban mejor oportunidades de vida.

En Estados Unidos el emprendimiento empresarial ha sido asociado con la innovación de nuevos productos y servicios que generen transformaciones reales en la sociedad. Autores como Peter Drucker y Joseph Schumpeter han manifestado que el hecho de montar un negocio no es innovación y que por lo tanto, tal acción, no se puede considerar como un emprendimiento empresarial.³

En el contexto social y económico de la ciudad de Medellín, el emprendimiento empresarial surge como una alternativa para mitigar el creciente desempleo, mediante el impulso de la denominada cultura del emprendimiento, la cual parte con una cátedra que en sus comienzos se denominó formación sociolaboral.

Mediante convenios de cooperación internacional, la Alcaldía de Medellín, a través de programas de empleo de jóvenes de escasos recursos impulsó el

³ FORMICHELLA, María Marta. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo. Buenos Aires: INTA. Rivadavia. 2004. Tomado el 24 de mayo de 2010 del sitio http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf.

emprendimiento empresarial mediante la difusión de la cátedra de formación sociolaboral, que incluía en entre sus temas la elaboración del plan de negocios⁴.

Los jóvenes atienden la cátedra como requisito de obtención del diploma en diversos programas de formación técnica para el empleo, pero poco se logra en ellos despertar el espíritu empresarial. Una de las posibles razones, es que en el contexto local se tiene más vocación para el empleo que para la empresa. Algunos de éstos jóvenes motivados por docentes o asesores emprenden la creación de sus propios negocios, pero los resultados son poco alentadores, por dificultades en el proceso de creación, en la gestión de recursos y en el manejo del negocio.

En Colombia, las instituciones de educación superior en cumplimiento de la Ley 1014 de 2006, Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, crearon unidades de emprendimiento para impulsar la creación de empresas, especialmente en los últimos semestres de los programas académicos, con resultados que ameritan revisión, debido a que muchos de éstos estudiantes elaboran sus planes de negocios sólo para cumplir con el requisito de grado, pero sin ningún espíritu empresarial⁵, lo cual no favorece la cultural del emprendimiento.

Según Claudio L. Soriano⁶, en España el 80% de las nuevas empresas quiebran en los primeros cinco años. En los países subdesarrollados entre un 50% y un 75% dejan de existir durante los primeros tres años.

En México al cumplir 10 años, solamente el 10% de las empresas maduran, tienen éxito y crecen, el 75% de las nuevas empresas mexicanas debe cerrar sus operaciones apenas después de dos años en el mercado, el 50% de las empresas quiebran durante el primer año de actividad, y no menos del 90% antes de cinco años.

En Estados Unidos más de un 30% de las nuevas empresas no llegan al tercer año. En Argentina sólo el 7% de los emprendimientos llega al segundo año de vida y sólo el 3% llega al quinto año de vida". En Chile el 25% de las nuevas empresas desaparecen en el primer año, un 17% en el segundo año, el 13% en el tercer año y un 11% en el cuarto año.

En Colombia el 50% de las nuevas empresas fracasan antes de 12 meses. Otro 30% adicional lo hace antes de 5 años y solo el 20% sobreviven en el tiempo⁷

⁴ Un plan de negocios es un documento que describe y detalla la idea de negocio y que está conformado por estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero (nota del autor).

⁵ El espíritu empresarial es el gran impulsor para que el emprendedor cree una nueva empresa (nota del autor).

⁶ SORIANO L., Claudio. El 80% de las pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% no llega a los diez años, ¿por qué? Tomado el 19 de agosto de 2011 del sitio <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/ochentapy.htm>

Entre las razones de estos fracasos están el escaso apoyo oficial, deficientes programas de ayuda a los emprendedores, casi inexistentes fuentes de financiación, excesivos controles gubernamentales, altas tasas impositivas y alto costo de las fuentes de financiación, problemas en la gestión empresarial en temas relacionados con el mercadeo, operación, producción, control, planificación y gestionar recursos y procesos.⁸

Pedro Vargas Gallo⁹ divide las nuevas empresas entre creadoras, innovadoras y franquiciadoras. Las empresas creadoras tienden a presentar el mayor índice de fracaso, porque el costo de investigar y crear un producto o servicio originalmente nuevo, es mayor que el costo de tomar una idea ya existente e innovarla o renovarla agregándole valores de presentación, uso, precio, calidad, comercialización, etc. Según Vargas Gallo, para un país como Colombia, es mejor copiar creativamente que inventar. De otro lado, la costumbre creciente de tomar franquicias de cualquier parte del mundo, es una ruta menos riesgosa y menos costosa hacia el éxito. Su nivel de supervivencia es el mayor de las tres categorías antes mencionadas.

Para Vargas Gallo el fracaso de los nuevos emprendimientos están en la falta de educación empresarial de los emprendedores en factores clave de la gestión de empresas, así como en la falta de articulación entre el Estado, las instituciones y la academia, que conduce al despilfarro de recursos financieros y sociales tratando de impulsar el emprendimiento empresarial, en la mayoría de las veces, más llenos de intenciones que dé resultados prácticos. El éxito de una nueva empresa está fuertemente condicionado por los conocimientos de su dueño y por los apoyos y acompañamientos que recibe.

Por su parte Julieth Rodas L.¹⁰, al consultar varios expertos en materia de emprendimiento plantea que el fracaso de los nuevos emprendimientos está asociado con la falta de planeación y organización, desconocimiento del negocio, limitaciones en el manejo integral del negocio, ausencia de recursos financieros, insuficientes canales de comercialización, limitado acceso a tecnología o mano de obra calificada, escasa capacitación, falta de asesoría especializada y productos poco innovadores

Para disminuir los índices de fracaso en los nuevos emprendimientos, en la ciudad de Medellín han surgido programas nuevos como Ciudad E que tiene como

⁷ VARGAS GALLO, Pedro. ¿Por qué fracasan tantos emprendedores? El puente roto entre la producción y el mercado- la ecuación olvidada rentabilidad/flujo de caja. Tomado del 19 de agosto de 2011 del sitio <http://gocesa.cesa.edu.co/noticias/archivo/2010/03/fracasoemprendedores.php>

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

¹⁰ RODAS L., Julieth. ¿Por qué fracasan los nuevos negocios? Artículo tomado el 19 de agosto de 2011 del sitio http://noticias.empleo.com/colombia/investigacion_laboral/por-que-fracasan-los-nuevos-negocios/6586809

propósito aportar en el refinamiento de los programas de emprendimiento de las instituciones de educación superior. Adicional a ello las mismas universidades han tomado mayor conciencia sobre la importancia de incentivar la creación de empresa y se están haciendo grandes esfuerzos por motivar y apoyar los nuevos emprendedores. La formación empresarial, es fundamental para la creación, operación y consolidación de una nueva empresa, papel que es propio de las universidades y demás entes educativos que tienen programas de emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín.

La situación actual, es que la ciudad de Medellín le sigue apostando al emprendimiento empresarial. La ciudad cree en el proceso de creación de empresas como una alternativa importante para el desarrollo social y económico, especialmente, en poblaciones de escasos recursos y de alta vulnerabilidad social.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1 Pregunta general

¿Cuáles factores tienen mayor relevancia en la creación de las empresas que han sido promovidas en el Parque del Emprendimiento de la ciudad de Medellín?

1.4.2 Preguntas específicas

- ¿Cuáles conceptos están asociados con el emprendimiento empresarial?
- ¿Qué instituciones apoyan el emprendimiento empresarial en Medellín.
- ¿Cómo apoya el Parque del Emprendimiento la creación de nuevas empresas?
- ¿Cuáles son las condiciones para crear nuevas empresas en la ciudad?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los factores que tienen mayor relevancia en la creación de las nuevas empresas que se promueven en el Parque del Emprendimiento, con el fin de contribuir al mejoramiento de los programas de emprendimiento empresarial que impulsan diversas instituciones en la ciudad de Medellín.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conocer los principales conceptos y perspectivas que son asociados con el emprendimiento empresarial.

Describir los programas de emprendimiento empresarial de las principales instituciones de la ciudad.

Describir el programa de apoyo a la creación de empresas del Parque del Emprendimiento.

Describir y analizar las opiniones que tienen los emprendedores empresariales sobre la creación de empresas.

Analizar las condiciones en las cuales los emprendedores empresariales crean empresas en la ciudad de Medellín.

Analizar los resultados de la gestión de acompañamiento a la creación de empresas del Parque del Emprendimiento.

Conocer y analizar las percepciones sobre la creación de empresas que tiene parte del personal del Parque del Emprendimiento.

Presentar una secuencia que optimice el tiempo para la creación de una empresa en el contexto de la ciudad de Medellín.

3. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN

3.1 JUSTIFICACIÓN

3.1.1 Justificación teórica

La ciudad de Medellín se ha destacado como promotora del emprendimiento y la innovación empresarial en el ámbito regional, nacional e internacional. En Medellín existe una red de programas de emprendimiento que ven en la creación de las nuevas empresas, una alternativa para impulsar el autoempleo y generar bienestar social para el emprendedor, su grupo familiar y su comunidad cercana.

Identificar los factores más relevantes para la creación de una nueva empresa en el contexto de la ciudad de Medellín, es importante porque aportará nuevos elementos teóricos que permitirán enriquecer los avances que en materia de emprendimiento tiene la ciudad.

Con la identificación de dichos factores, las diferentes instituciones que impulsan y apoyan el emprendimiento podrán canalizar mejor sus esfuerzos y recursos para que el proceso de creación de una nueva empresa se ajuste en mejor medida a las características sociales, económicas y culturales de la ciudad de Medellín.

3.1.2 Justificación práctica

El emprendedor empresarial es el eje del proceso para crear una nueva empresa. Su persistencia, su motivación, el riesgo que asume, los sacrificios en tiempo y recursos son, entre otros, factores relevantes para que su iniciativa empresarial se consolide como una nueva empresa. Los resultados de la investigación les serán útiles porque podrá conocer cuáles factores son más relevantes para iniciar en firme el proceso de creación, montaje y puesta en marcha de su nueva empresa.

Los resultados de la presente investigación también serán útiles para las unidades de emprendimiento de la ciudad de Medellín, porque podrán mejorar sus programas de apoyo a la creación de nuevas empresas, para que ayuden en mejor medida a los emprendedores a identificar, entender y manejar mejor los factores que son relevantes en el proceso de creación de una nueva empresa.

Para los consultores y asesores en el tema del emprendimiento empresarial el conocer los factores que son más relevantes para la creación de una nueva empresa, les será útil porque podrán ajustar sus metodologías y técnicas de orientación para que los emprendedores cuenten con asesorías en campo más ajustadas y alineadas con sus deseos y con sus ideas de negocio.

3.1.3 Justificación metodológica

A partir de los resultados de la investigación, se podrán proponer y representar nuevas secuencias, para que una iniciativa empresarial llegue a ser una nueva empresa en tiempo y espacio más ajustados a las características sociales, económicas y culturales de la ciudad de Medellín. La importancia de estas nuevas secuencias radica en que se puede explorar la posibilidad de acortar el tiempo de planeación, creación, montaje y puesta en marcha de una nueva empresa, con respecto a los estándares internacionales que plantean una holgura de cinco años para la consolidación de una nueva empresa.

Lo anterior tiene su justificación en el afán y necesidad que tienen los emprendedores empresariales, ya sea por presiones sociales, familiares o económicas, de ver reflejados sus esfuerzos en el menor tiempo posible, pero atendiendo la rigurosidad del proceso de creación de una nueva empresa.

Los nuevos esquemas que se pueden proponer como resultado de la presente investigación, serán útiles porque podrán impulsar más los programas de emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín, para mitigar en alguna medida el creciente desempleo, tan generalizado en la actualidad en el contexto, local, regional, nacional e internacional. Los resultados de la investigación podrán ayudar a dar respuesta a otros interrogantes relacionados con la promoción y apoyo al emprendimiento empresarial como modelo de desarrollo económico y social, en concordancia con las características socio-culturales de la ciudad.

3.2 DELIMITACIÓN

3.2.1 Delimitación temporal

La investigación identifica los factores que han sido más relevantes en la creación de las nuevas empresas que fueron promovidas por el Parque del Emprendimiento en el 2010 en la ciudad de Medellín.

3.2.2 Delimitación espacial

La investigación aborda a un grupo preseleccionado de emprendedores empresariales que a través del Parque del Emprendimiento, han logrado crear una nueva empresa en la ciudad de Medellín en el 2010.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO ANTECEDENTES

4.1.1 Origen del emprendimiento

El término *emprendedor* deriva de la voz castellana *emprender*, que proviene del latín *in*, *en*, y *prendĕre*, y significa acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro¹¹. La palabra fue definida por primera vez en el Diccionario de Autoridades¹² de 1732, como la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua.

A principios de Siglo XVI, se utilizó en Francia el vocablo *entrepreneur*, para designar a los aventureros que se arriesgaban a explorar el nuevo mundo en busca de mejores oportunidades, sin saber qué les depararía el futuro. El término también fue asociado con militares expedicionarios, constructores de vías terrestres y arquitectos.

El sentido del vocablo francés, a diferencia del vocablo español, se relaciona con la persona que obtiene un contrato con otros y que está a cargo de su ejecución. El riesgo no es mayor, dado que tales personajes financiaban sus actividades sobre el hecho de la existencia de un contrato con algún nivel de autoridad y sus ingresos estaban, en general, asegurados.

El término emprendedor también ha sido relacionado con la voluntad o capacidad que tiene un individuo para enfrentar la incertidumbre. El emprendedor asume riesgos con la esperanza de obtener una recompensa en el futuro. En esta concepción el emprendedor deja de ser un tomador de contratos para ser un tomador de riesgos.

4.1.2 Aportes teóricos al emprendimiento

Desde enfoques clásicos como el uso racional de los medios de producción, el manejo del riesgo y de las empresas, hasta enfoques más contemporáneos como las características individuales del emprendedor, la innovación y la generación de

¹¹ Diccionario de la Real Academia Española (RAE) tomado de Microsoft® Encarta® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

¹² El Diccionario de Autoridades fue el primer diccionario editado por la Real Academia Española (RAE), fundada en 1713, en seis tomos entre los años 1726 y 1739. La edición del año 1732, incluyó la definición del término emprendedor.

valor agregado, el emprendimiento empresarial ha hecho un trascendental recorrido, desde principios del Siglo XVI hasta nuestros tiempos.

Diversos autores, especialmente economistas, como Richard Cantillon, Jean Baptiste-Say, John Stuart Mil, Joseph Schumpeter y el tratadista Peter Drucker¹³, entre otros, han hecho importantes aportes teóricos para entender mejor el emprendimiento empresarial.

En la concepción clásica, el emprendimiento empresarial se desarrolla a partir de un agente que utiliza los medios de producción para fabricar nuevos productos, en medio del riesgo y de la incertidumbre por la ocurrencia de eventos futuros que no conoce. Este agente es un líder, previsor y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad

El desarrollo del emprendimiento empresarial requiere de habilidades poco comunes, entre ellas el *espíritu empresarial*, que es el elemento que impulsa al emprendedor a llevar a cabo su tarea de crear una nueva empresa.

Alfred Marshall¹⁴, economista británico, consideró que el *espíritu empresarial* es el elemento que está detrás de la organización, orientándola y manejándola. Para Marshall, los emprendedores son líderes naturales que poseen habilidades especiales y que están dispuestos a actuar bajo condiciones de incertidumbre, que son causadas por la ausencia de información completa.

Joseph Schumpeter, economista austríaco, al igual que Peter Ducker¹⁵, abogado y tratadista austríaco, plantearon que el emprendedor es un individuo fuera de lo común que promueve innovaciones y que con sus acciones causan cambios en la sociedad y en los mercados. Para Schumpeter y Drucker, los emprendedores propician la innovación, que es el elemento central del crecimiento económico y por ende del desarrollo social.

Estos autores consideraron que abrir un pequeño negocio, aunque se corran riesgos, no es una innovación y que por lo tanto, tal acción, no representa un emprendimiento de negocios. Drucker planteó además que el emprendimiento se puede enseñar y se puede aprender, y que las personas que necesitan certezas no poseen condiciones para ser emprendedoras.

Israel Meir Kirzner¹⁶, economista austríaco, afirma que en toda acción humana está el *elemento empresarial*, el cual define como el impulso y la perspicacia para

¹³ FORMICHELLA, María Marta. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo. Buenos Aires: INTA. Rivadavia. 2004. Tomado el 24 de mayo de 2010 del sitio http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

plantear fines y diseñar los medios para alcanzarlos. Para Kirzner las acciones humanas no se pueden analizar en términos de la eficiencia económica, ya que las decisiones empresariales se dan en el contexto de la incertidumbre, y quien decide no cuenta con toda la información y por lo tanto debe estar atento para descubrir nuevas e inexploradas oportunidades.

En la concepción contemporánea, el emprendedor pasa de ser un tomador de riesgos a un agente innovador y dinamizador del desarrollo económico y social. El emprendedor, motivado no sólo por las ganancias, es capaz de introducir innovaciones y cambios que modifican profundamente la sociedad.

En esta concepción, quienes copien o adapten las innovaciones de otros, aunque también asumen riesgos, no son considerados emprendedores sino empresarios. Los emprendedores son aquellos que, superando resistencias y asumiendo riesgos, son capaces de incorporar de manera práctica innovaciones a los procesos del mundo real.

En el contexto social y económico de la ciudad de Medellín el término emprendedor ha sido más relacionado con el autoempleo o generación de empleo propio. En dicho contexto, se distinguen el *emprendimiento de oportunidad* que es aquel emprendimiento que involucra la innovación como el eje central de la creación de una nueva empresa, y el *emprendimiento de necesidad* que es aquel emprendimiento que suplende las necesidades básicas del emprendedor y de su familia, en la mayoría de los casos, con escasa innovación, mediante la creación de pequeños negocios como tiendas, papelerías, entre otros negocios similares.

4.1.3 Medellín: ciudad del emprendimiento¹⁷

Medellín se muestra al mundo como la ciudad del emprendimiento y la innovación, con estrategias como *Medellín, Ciudad Clúster*¹⁸ que afianza la asociación entre el sector público y el sector privado para dar respuesta a las necesidades empresariales en pro del desarrollo económico de la ciudad.

Medellín Digital, es otra estrategia que impulsa y promueve el uso de las tecnologías al servicio de las necesidades empresariales, sociales y educacionales de la ciudad, como es el caso de las tecnologías en las bibliotecas públicas de la ciudad.

¹⁷ LONDOÑO URIBE Santiago. Medellín: ciudad del emprendimiento. Publicado el 15 de octubre de 2009 en el sitio web <http://santiagolondonouribe.org/2009/10/15/medellin-ciudad-del-emprendimiento/>, tomado el 1 de agosto de 2010.

¹⁸ El Clúster es un grupo de empresas que impulsan en forma conjunta diferentes sectores o subsectores de la economía, como el Clúster de Turismo que agrupa hoteles, restaurantes y transporte (nota del autor)

Los Clúster de la ciudad son: energía eléctrica, servicios de medicina y odontología; turismo de negocios, construcción, confección, textil y moda, y en estudio para su implementación el Clúster de tecnologías de la información y la comunicación (Tics) y el Clúster del Conocimiento.

Plantea Santiago Londoño Uribe¹⁹, que las acciones emprendidas en cumplimiento de esta estrategia, se enmarcan en las líneas 1, 2 y 3 del Plan de Desarrollo de Medellín, 2008/2011 y cuentan con un esquema de asociación público/privado que da respuesta a las necesidades empresariales en pro del desarrollo económico de la ciudad. Todas las acciones adelantadas convergen en el tema de los Clúster, como pilar del desarrollo empresarial, dada su comprobada capacidad para dinamizar la economía regional e incrementar la competitividad de la ciudad, a través de actividades de mayor potencial económico.

Como complemento a lo anterior y bajo el concepto de *Cultura E*, la Alcaldía de Medellín enlaza sus distintas estrategias de emprendimiento, articulándolas a las tecnologías, la innovación y la internacionalización de la ciudad:

En cuanto al emprendimiento barrial el *Programa Cultura E*, cuenta con los *Centros de Desarrollo Empresarial Zonal – CEDEZOS*, en los cuales se asesora y se capacita a los emprendedores en la identificación de ideas de negocio y en la elaboración de los respectivos planes de negocios. Este es un emprendimiento muy orientado a la satisfacción de las necesidades básicas de las personas y sus familias.

El *Banco de las Oportunidades*, que otorga créditos a bajas tasas de interés a aquellos emprendedores barriales que han logrado desarrollo ideas de negocio con cierto grado de innovación y que cumplen con las condiciones básicas para ser autosostenibles en el tiempo.

Adicionalmente, el *Programa Cultura E*, cuenta con el *Concurso de Capital Semilla* que premia con un monto cercano a los cinco millones a los emprendedores barriales cuyas iniciativas empresariales, cuentan también con cierto grado de innovación y cumplen con las condiciones básicas para ser autosostenibles en el tiempo

La ciudad cuenta además con el *Parque del Emprendimiento*²⁰ y con el *Concurso de Planes de Negocio* del *Programa Cultura E*, para impulsar la creación de nuevas empresas mediante el desarrollo e implementación de ideas con un mayor grado de innovación que las del emprendimiento barrial. Está iniciativa de

¹⁹ Ibid.

²⁰ El Parque del Emprendimiento surge como una alianza entre la Universidad de Antioquia y la Alcaldía de Medellín para impulsar el emprendimiento de ciudad y el emprendimiento universitario (nota del autor).

emprendimiento está más orientada a población universitaria y ha población profesional que ven en el emprendimiento una alternativa viable de desarrollo del talento y de la generación de ingresos propios.

En un nivel superior se ha planteado la *Manzana de la Innovación*²¹, una estrategia de ciudad que busca impulsar y promover la innovación y la creación de empresas de alto valor agregado, la cual es una iniciativa de la Alcaldía de Medellín, Empresas Públicas de Medellín y UNE Telecomunicaciones.

En una línea similar está el *Concurso Nuevas Empresas*, la *Convocatoria Ingenio* y el *Fondo de Ciencia y Tecnología e Innovación* que buscan impulsar la creación de nuevas empresas a partir de resultados de los procesos de investigación, las cuales son estrategias de emprendimiento adelantadas por la Alcaldía de Medellín con el acompañamiento de Colciencias, el sector privado y las universidades.

La integración de todas estas estrategias, en asocio con el desarrollo de los Clúster, hace de Medellín la ciudad del emprendimiento y la innovación²².

4.1.4 Programa Jóvenes con Empresa²³

Algunos indicadores sobre la gestión del emprendimiento empresarial del *Programa Jóvenes Con Empresa* se presentan a continuación:

Tabla 2 Metas 2007 Programa Jóvenes con Empresa

| Indicadores | Total Nacional | Bogotá | Cali | Medellín |
|---|----------------|--------|-------|----------|
| Emprendedores motivados | 10.000 | 4.000 | 3.000 | 3.000 |
| Emprendedores capacitados en ideas de negocio | 3.000 | 1.200 | 900 | 900 |
| Emprendedores capacitados planes de negocios. | 1.500 | 600 | 450 | 450 |
| Emprendedores en ferias y concursos | 600 | 240 | 180 | 180 |
| Emprendedores en acompañamiento | 450 | 180 | 135 | 135 |
| Emprendedores en pasantías | 450 | 180 | 135 | 135 |
| Emprendedores en servicio de mentoría ²⁴ | 350 | 140 | 105 | 105 |

Fuente: http://blogs.capitales.com/carlos_mora/files/jovenes_con_empresa_colombia.pdf

²¹ La Manzana de la Innovación en la actualidad sigue con el mismo propósito de impulsar el emprendimiento de alto valor agregado, pero ha tomado el nombre de Ruta N (nota del autor).

²² Afirmación del Director de Planeación, Carlos H. Jaramillo Arango, al presentar ante el Concejo de Medellín las acciones desarrolladas por la Alcaldía desde Medellín, Ciudad Clúster, el 15 de octubre de 2009, citado por el Concejal Santiago Londoño Uribe.

²³ http://blogs.capitales.com/carlos_mora/files/jovenes_con_empresa_colombia.pdf, datos tomados el 24 de mayo de 2010

²⁴ Concepto que está asociado con la consejería, consultoría o asesoría en temas relacionados con el emprendimiento empresarial (nota del autor).

Tabla 3 Resultados a nivel nacional al 30.11.2007

| Indicador | Meta | Ejecución | % Ejecución |
|--|-------------|------------------|--------------------|
| Instituciones Beneficiarias | 10 | 39 | 390% |
| Docentes entrenados | 100 | 446 | 446% |
| Emprendedores motivados | 10.000 | 9.868 | 99% |
| Emprendedores capacitados en ideas de negocio | 3.000 | 3.699 | 123% |
| Emprendedores capacitados planes de negocios. | 1.500 | 1.998 | 133% |
| Emprendedores que participan en concursos | 600 | 354 | 59% |
| Emprendedores que participan en ferias empresariales | 600 | 80 | 13% |
| Emprendedores en programa de movilidad empresarial | 450 | 2.055 | 457% |
| Emprendedores que recibieron asistencia técnica | 450 | 209 | 46% |
| Emprendedores en servicio de mentoría | 350 | 87 | 25% |
| Número de empresas creadas | 350 | 266 | 76% |

Fuente: http://blogs.capitales.com/carlos_mora/files/jovenes_con_empresa_colombia.pdf

Tabla 4 Resultados a nivel Medellín al 30.11.2007

| Indicador | Meta | Ejecución | % Ejecución |
|--|-------------|------------------|--------------------|
| Instituciones Beneficiarias | 3 | 11 | 367% |
| Docentes entrenados | 40 | 116 | 290% |
| Emprendedores motivados | 3.000 | 3.153 | 105% |
| Emprendedores capacitados en ideas de negocio | 900 | 919 | 102% |
| Emprendedores capacitados planes de negocios. | 450 | 462 | 103% |
| Emprendedores que participan en concursos | 180 | 279 | 155% |
| Emprendedores que participan en ferias empresariales | 135 | 1.297 | 961% |
| Emprendedores en programa de movilidad empresarial | 135 | 53 | 39% |
| Emprendedores que recibieron asistencia técnica | 105 | 11 | 10% |
| Número de empresas creadas | 105 | 87 | 83% |

Fuente: http://blogs.capitales.com/carlos_mora/files/jovenes_con_empresa_colombia.pdf

Un análisis general de las tablas anteriores, muestra que son pocas las empresas que se crean en comparación con el número de emprendedores que se capacitan. De esas empresas habría que preguntarse cuántas han logrado consolidarse. También es pertinente preguntarse cuáles son las razones del bajo índice de creación de nuevas empresas, no obstante el apoyo recibido por estamentos gubernamentales, instituciones de educación superior y empresas privadas.

Se podría plantear como posibles razones la falta de espíritu empresarial en los emprendedores que se capacitan, falta de una idea clara y realizable en el tiempo, la necesidad imperante de generar ingresos propios para atender necesidades personales y familiares, alta competencia en los mercados, falta de financiamiento, la falta de un capital inicial propio, y un sin número de razones similares. Es punto es cómo intervenir esas razones de tal manera se mejore el índice de creación de empresas en el país y específicamente en la ciudad de Medellín. Un punto de

partida es identificar los factores que son más relevantes para la creación de una nueva empresa, el cual es el propósito del presente trabajo de investigación. No obstante, se reconoce el buen trabajo que viene realizando en el país y en la ciudad de Medellín el Programa Jóvenes con Empresa, junto con otros importantes programas de apoyo al emprendimiento empresas de la ciudad.

4.1.5 Estudio GEM Colombia²⁵

El Global Entrepreneurship Monitor - GEM fue iniciado por Babson College y London Business School, con el fin de medir la actividad emprendedora en el mundo. En 2008, el Estudio GEM contó con la participación de 43 países, si bien el número de naciones que ha participado en el proyecto en al menos una oportunidad durante los últimos diez años llega a 68. En Colombia, el Estudio GEM se realiza desde el 2006 gracias a la iniciativa de las universidades de Los Andes, ICESI, Javeriana de Cali y la Universidad del Norte, instituciones que conforman el Equipo GEM Colombia.

Tabla 5 Porcentaje total de nuevos empresarios

| Año | Hombres | Mujeres |
|------------|----------------|----------------|
| 2006 | 28.0% | 17.3% |
| 2007 | 26.9% | 18.8% |
| 2008 | 30.3% | 19.1% |

Elaboración propia. Fuente: Estudio GEM Colombia 2008.

Tabla 6 Porcentaje de motivaciones de emprendimiento

| Motivaciones | Hombres | Mujeres |
|---------------------|----------------|----------------|
| Oportunidad | 60.5% | 49.5% |
| Necesidad | 37.8% | 48.0% |
| Otro motivo | 1.7% | 2.5% |

Elaboración propia. Fuente: Estudio GEM Colombia 2008.

Tabla 7 Rango de edades de los nuevos empresarios

| Año | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 |
|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 2006 | 2.0% | 7.5% | 14.1% | 19.2% | 10.5% |
| 2007 | 1.8% | 9.2% | 14.1% | 19.9% | 15.8% |
| 2008 | 5.4% | 10.5% | 19.1% | 21.3% | 15.0% |

Elaboración propia. Fuente: Estudio GEM Colombia 2008.

²⁵ VESGA, Rafael Augusto, et al. Colombia 2008 GEM National Report. Publicado el 30 de agosto de 2009. Tomado el 21 de mayo de 2010 del sitio web <http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=935>.

Las tablas anteriores muestran resultados porcentuales con respecto a la población total colombiana analizada en temas de emprendimiento empresarial. Existe un predominio de los hombres frente a las mujeres para la creación de nuevas empresas. Sin embargo, hay un repunte importante de las mujeres en el tema del emprendimiento empresarial que puede deberse a que cada vez las mujeres son más cabeza de hogar y tienen que buscar alternativas como la creación una empresa para generar ingresos propios y así poder atender sus necesidades básicas personales y del hogar.

Existe un predominio del rango de edad entre los 45 y 54, para la creación de nuevas empresas, esto es posible que se deba a que en países como Colombia es poco valorada la experiencia acumulada de personas avanzadas en edad, y por lo tanto deben recurrir a la creación de empresas como mecanismo de generación de ingresos para atender sus propias necesidades y las de sus familias. Otra razón puede ser el tema de la educación, pues las empresas prefieren contratar jóvenes con estudios universitarios o técnicos, que adultos, aunque con experiencia, pero con bajos niveles de educación.

Según el Estudio GEM Colombia 2008²⁶, en la actualidad la importancia del emprendimiento como factor crítico dentro de los procesos de crecimiento económico de los países es reconocida en el mundo entero. Sin embargo, esto no fue siempre así. Desde el punto de vista macroeconómico, el crecimiento se ha explicado tradicionalmente a partir de las asignaciones de factores (capital y trabajo) y de los efectos sobre la productividad generados por otras variables como la acumulación de nuevo conocimiento. El papel del emprendedor y la forma como los efectos del emprendimiento se traducen en crecimiento económico han recibido poca atención en este contexto. Los estudios sobre emprendimiento se han concentrado en los niveles del negocio y de la región, pero se ha investigado poco sobre la influencia que tiene la creación de empresas en la creación de la riqueza de las regiones y de las naciones.

4.2 MARCO CONCEPTUAL

4.2.1 Consideraciones sobre el emprendimiento empresarial

Es evidente el impulso que ha tenido la creación de nuevas empresas, mediante el diseño e implementación de diferentes programas de emprendimiento tanto en el ámbito de ciudad como en el ámbito de las instituciones de educación superior.

²⁶ Ibid.

El emprendimiento empresarial como modelo global de gestión para la creación de nuevas empresas, es muy particular. Y en ello radica una de las mayores dificultades de un trabajo de investigación sobre dicho tema. Según el contexto o la institución, se da una orientación particular ajustada a sus respectivos énfasis.

Por lo tanto, tratar de agrupar información de diferentes fuentes genera confrontación y hasta confusiones a la hora de tratar de concluir o cerrar resultados frente a una misma variable.

Una investigación sobre el emprendimiento empresarial cuesta delimitarla, cuesta cerrarla. El tema es tan vivencial, con bases teóricas más referidas a opiniones personales que a un cuerpo teórico definido, que cuesta definir una sola o única línea de investigación. El emprendimiento empresarial es un tema disperso, intuitivo y altamente racional.

Los aportes teóricos más destacados sobre el emprendimiento empresarial provienen de los economistas, especialmente europeos. En su evolución el término emprendedor ha pasado de ser un aventurero, pasando por un empresario que asumía riesgos a ser un innovador que genera transformaciones sociales y económicas.

En el contexto de la ciudad de Medellín, el emprendimiento empresarial está muy asociado con el sostenimiento de un ingreso familiar para satisfacer las necesidades básicas familiares, con muchas iniciativas empresariales en la mayoría de los casos con escaso o nula innovación. En este contexto la prioridad no es la innovación sino el sostenimiento de la familia.

Una influyente corriente económica, presentada por Joseph Schumpeter y reforzada por Peter Drucker²⁷, plantea que por ejemplo montar una “tienda” no es innovación y por lo tanto no se puede considerar dicha iniciativa empresarial como un emprendimiento. Otra es la realidad que se da en la ciudad de Medellín en la que se vienen realizando programas que impulsan la creación de unidades productivas familiares, en las que las “tiendas”, son una de las unidades más creadas. Como se anotó anteriormente, no por innovación, sino por sostenimiento.

La discusión sigue abierta sobre cuál debe ser la rigurosidad de la innovación para considerar o no que una determinada iniciativa empresarial sea o no emprendimiento, teniendo en cuenta la realidad social que hay especialmente en poblaciones vulnerables de escasos recursos económicos y de escasos o nulos niveles de educación.

²⁷ FORMICHELLA, María Marta. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo. Buenos Aires: INTA. Rivadavia. 2004. Tomado el 24 de mayo de 2010 del sitio http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf.

Existen tantas definiciones de emprendimiento como contextos y autores que escriben sobre el tema. Lo cual dificulta para efectos de una investigación sobre el tema, centrarse en una definición. La misma Ley 1014 de 2006, Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene una definición bastante ambigua sobre el emprendimiento. En dicha definición llama la atención la palabra “actitud” para generar riqueza.

4.2.2 Elementos del emprendimiento empresarial

Dentro de múltiples acepciones, el emprendimiento se relaciona con el tránsito que hace una idea de negocio hasta la puesta en marcha de una nueva empresa, la cual se espera que sea auto-sostenible y que procure el bienestar para quien emprende su creación y, por extensión, para su familia y la comunidad en general.

La Ley 1014 de 2006, Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, define el emprendimiento como:

“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”.

Para el presente trabajo de investigación se define el emprendimiento empresarial como:

Un proceso de idear, estructurar y poner en marcha una nueva empresa, en procura de la generación de ingresos propios, con fines de bienestar individual y familiar, con implicaciones de sano desarrollo económico y social para la comunidad en general.

4.2.2.1 El emprendedor empresarial

El emprendedor empresarial se caracteriza por trabajar duro, perseverar y estar comprometido con la creación de empresas. Se identifica con la integridad, la tenacidad y el empuje. Se muestra insatisfecho con el estado actual de las cosas y busca oportunidades para mejorar cualquier situación que se le presente.

Con su autonomía, independencia y determinación, con frecuencia logra culminar lo que se propone realizar. Usa el fracaso como un instrumento para aprender y evita la perfección en favor de la eficiencia y la eficacia. Suele tener una actitud creativa y optimista, con sólidas destrezas de gestión y un saber hacer.

Para el presente trabajo de investigación se define el emprendedor empresarial:

Como un individuo que movido por el espíritu empresarial, idea, estructura pone en marcha una nueva empresa, con fines económicos y sociales, y que cuenta entre otras características, con la persistencia y la actitud para asumir riesgos y superar obstáculos.

4.2.2.2 El espíritu empresarial

El espíritu empresarial mueve al emprendedor empresarial a concretar una idea de negocio en una empresa que cuente con las condiciones necesarias para ser rentable y sostenible en el tiempo.

Rodrigo Varela²⁸, después de hacer un análisis de los procesos transformadores en sociedades y culturas dominantes, concluye que el espíritu empresarial es un conjunto de valores culturales de comportamiento que incluyen características como la fuerza vital, el deseo de superación y progreso, visión de futuro, capacidad de realización, de control, entre otros de similar connotación.

“El espíritu empresarial es un sueño de reto, desarrollo e independencia inmerso en el fondo de todos los seres humanos, es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsora”

Para el presente trabajo de investigación se define el espíritu empresarial como:

La fuerza interior que impulsa al emprendedor empresarial, en medio de obstáculos y riesgos, para que logre llevar a cabo su ideal de planear, montar y poner en marcha una nueva empresa, con el fin de mejorar su calidad de vida, la de su familia y la de su entorno comunitario cercano.

4.2.2.3 La nueva empresa

La Real Academia de la Lengua Española²⁹ define la empresa como:

“Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”.

²⁸ VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. 2001.

²⁹ Diccionario de la Real Academia Española (RAE) tomado de Microsoft® Encarta® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

El Código de Comercio, en su Artículo 25, define la empresa como:

“Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio”.

La Ley 590 de 2000, Ley de Promoción del Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, en su artículo 2, define la empresa como:

“Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana”.

Para el presente trabajo de investigación se define una empresa como:

Una unidad productiva, jurídica, económica y social que se diseña y se organizada para producir y distribuir bienes y servicios, con el fin de atender y cubrir necesidades humanas, la cual mediante una retribución, permite generar bienestar individual, familiar y comunitario.

4.2.2.4 Las competencias del emprendedor empresarial

Ser emprendedor es una de las cualidades esenciales para crear una nueva empresa, junto con la capacidad de innovar, organizar procesos y dirigir personas. El emprendedor empresarial se describe como un individuo innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Comúnmente el término emprendedor se ha asociado con la capacidad que tiene un individuo para idear, iniciar y operar una nueva empresa.

Ser emprendedor reúne ciertas competencias que se pueden agrupar de la siguiente manera³⁰:

³⁰ La construcción teórica de las competencias del emprendedor empresarial en cuando al saber, hacer y al ser, surgen a partir de experiencias en docencia y consultoría en emprendimiento del autor.

Tabla 8 Competencias del emprendedor empresarial

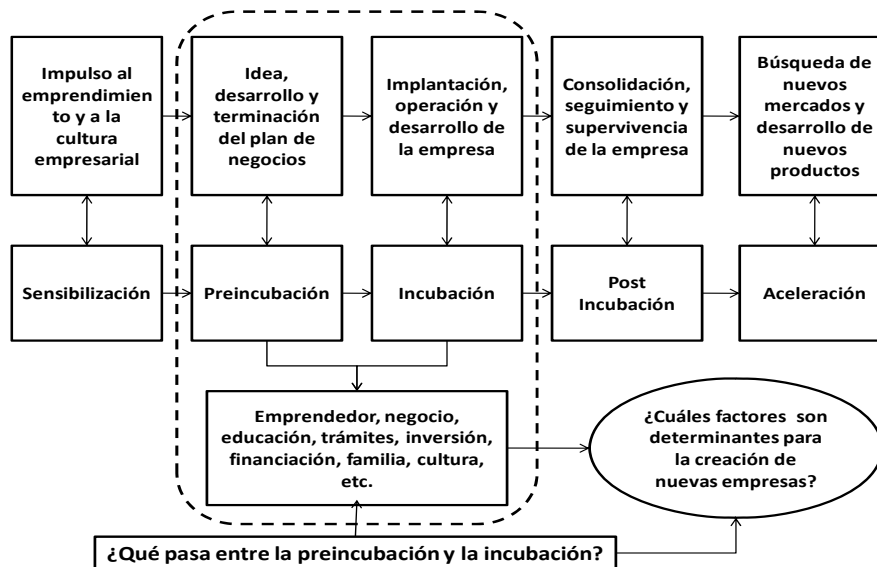
| Competencias en cuanto al saber | |
|--|--|
| ✓ | Capacidad para entender procedimientos legales, administrativos y financieros |
| ✓ | Capacidad para entender los procesos productivos y la gestión de ventas |
| ✓ | Capacidad para adaptarse a situaciones diversas ya sean favorables o adversas |
| ✓ | Capacidad para entender y manejar tecnologías referidas al negocio |
| ✓ | Capacidad para identificar el mejor camino de sacar adelante su negocio |
| Competencias en cuanto al hacer | |
| ✓ | Capacidad de orientar y liderar personas y procesos |
| ✓ | Capacidad para analizar y sintetizar eventos favorables o desfavorables |
| ✓ | Capacidad para trabajar en equipo |
| ✓ | Capacidad de visión para anticiparse a dificultades o aprovechar oportunidades |
| ✓ | Capacidad para generar e implementar nuevas ideas |
| ✓ | Capacidad para medir y asumir riesgos |
| Competencias en cuanto al ser | |
| ✓ | Capacidad de autocrítica para aprender de los errores |
| ✓ | Capacidad de innovar y de responder a la adversidad |
| ✓ | Capacidad para reconocer debilidades y fortalezas |
| ✓ | Capacidad de independencia para tomar decisiones |
| ✓ | Capacidad para socializar e interactuar con otras personas |
| ✓ | Capacidad para creer en sí mismo en su proyecto de empresa |

Elaboración propia. Fuente: experiencias del autor en docencia y consultoría en emprendimiento.

Dada la complejidad que tiene la acción de emprender la creación de una nueva empresa, hacer cualquier lista sobre las competencias del emprendedor empresarial, por coherente que ésta sea, no será lo suficientemente precisa para describir el sinnúmero de cualidades y habilidades que debe reunir aquella persona que, en el sentido empresarial, humano y social, tiene la iniciativa, el deseo, la persistencia, la motivación y la creatividad para planear, estructurar y poner en marcha su propia empresa, con el propósito de ser independiente económicamente, procurarse el sustento familiar y contribuir en alguna medida al desarrollo social de su entorno comunitario cercano.

4.2.2.5 La cadena de valor del emprendimiento

Figura 1 Cadena de valor del emprendimiento



Elaboración propia. Fuente: Diagnóstico organizacional de las Unidades de Emprendimiento adscritas a Instituciones de Educación Superior del Valle de Aburrá. GÉNESIS 2009.

La cadena de valor del emprendimiento consta de las etapas de sensibilización, preincubación, incubación, post Incubación y aceleración.

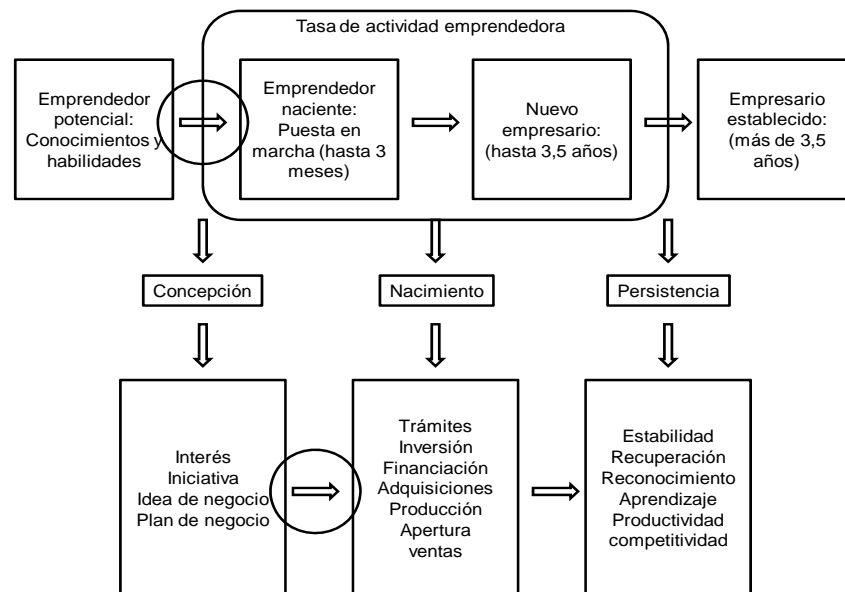
En la etapa de sensibilización se impulsa el emprendimiento y la cultura empresarial como estrategia de desarrollo en la sociedad. Su objetivo es transformar el proyecto de vida hacia el emprendimiento. En la etapa de preincubación se formula la idea de negocio y se elabora el plan de negocios. Su objetivo es desarrollar el plan de negocios y buscar la creación de la empresa.

En la etapa de incubación se hace un acompañamiento a las empresas en el proceso de implantación, operación y desarrollo de la empresa. Su objetivo es implementar y asesorar el plan de negocios. En la etapa de post incubación de la consolidación, seguimiento y supervivencia de la operación de la empresa. Su objetivo es reformular el plan de negocios y sus estrategias.

La etapa de aceleración consta del asesoramiento integral enfocado a la búsqueda de nuevos mercados y al desarrollo de nuevos clientes. Su objetivo es ampliar y generar valor agregado para la operación de las empresas³¹.

4.2.2.6 El proceso de creación de empresas

Figura 2 El proceso de creación de nuevas empresas



Elaboración propia. Fuente: Adaptado de Estudio GEM Colombia 2008.

La creación de una nueva empresa obedece a un proceso dinámico que implica una permanente realimentación en sus componentes y variables.

Según Albert Shapero³²,

“El proceso de formación de empresas ocurre en todos los países. Pero cada proceso es el resultado final de una acción humana muy especial y el comienzo de otra. Pero aún dentro de esa diversidad existen patrones y características generales del proceso, que aunque multivariado y complejo, también es reconocible y descriptible, pero no es posible

³¹ Diagnóstico organizacional de las Unidades de Emprendimiento adscritas a Instituciones de Educación Superior del Valle de Aburrá. GÉNESIS 2009

³² VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Op. Cit.

manipularlo en formas simples, pues en este proceso intervienen muchas variables”.

Robert Tonstadt³³, entiende el proceso de crear empresas,

“Como un proceso dinámico, que ocurre sobre diversos períodos, que envuelve pensamientos y acciones, que se ve influenciado y definido por varios eventos y no sólo por un golpe de suerte, que implica más que el simple inicio de un negocio, es más que un solo proyecto, es más que un empresario, es pues un proceso en el cual el papel del empresario está permanentemente modificándose”.

Para el presente trabajo de investigación se define el proceso de creación de empresas en los siguientes términos:

Desde el punto de vista del emprendimiento empresarial, el proceso de creación de una nueva empresa involucra una serie de etapas que incluyen sensibilización, idea de negocio, plan de negocio, gestión de recursos, legalización, montaje y puesta en marcha de la empresa, la cual se crea con fines económicos y de bienestar social para el emprendedor, su familia y su entorno comunitario cercano..

4.2.3 Perspectivas del emprendimiento empresarial³⁴

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno colombiano y latinoamericano; de aquí se desprende que la concepción colombiana y latinoamericana del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde las concepciones culturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor. Por ello, hay que estudiar el fenómeno emprendedor colombiano para entender qué características culturales y económicas influyen tanto en la creación de nuevas empresas como en el crecimiento de las que ya existen. (Rodríguez Ramírez, 2009)

Según Rodríguez Ramírez³⁵, existen varias tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es indispensable tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, y analizar las tendencias

³³ Ibid.

³⁴ RODRÍGUEZ RAMÍREZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Revista Pensamiento y Gestión número 26. Universidad del Norte. 2009. Tomado el 8 de febrero de 2011 del sitio http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/4_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento%20empresarial.pdf

³⁵ Ibid.

culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, pues esto servirá de base para el desarrollo de un modelo de emprendimiento.

Esta mirada interdisciplinaria permite observar lo complejo y variado que es el fenómeno del emprendimiento. Un punto de partida para estudiar el emprendimiento es reconocer su complejidad y variedad en su análisis. Desde el punto de vista de estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comportamental, la psicológica o cognitiva, la económica y la de procesos.

4.2.3.1 Perspectiva de comportamiento

Se refiere a la exaltación de la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso. No reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus resultados no fueron satisfactorios. Existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desarrollan. En consecuencia, el análisis del emprendimiento debe cambiar hacia modelos interdisciplinarios o multivariados que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno. Por lo tanto, cualquier modelo que trate de interpretar el emprendimiento debe tener características económicas, psicológicas, sociales y culturales. Estudios sobre la personalidad de los emprendedores, dan cuenta que presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, sin embargo esto no contribuye a su definición, siendo fundamental volver al estudio de los mecanismos por los cuales la organización existe, donde el agente empresarial se permite existir. De esta forma la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores, lo cual es un enfoque conductista que considera al emprendimiento como un evento contextual, resultado de varias influencias.

4.2.3.2 Perspectiva psicológica o cognitiva

Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera. Esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes: 1) La definición de emprendimiento como “eso que es el emprendedor”, no se prescribe al estudio de los lineamientos de personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia; y 2) La definición de emprendimiento de “por eso que hace el emprendedor”, donde se analizan contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones. Los empresarios pueden exhibir fuertes

predisposiciones en la toma de decisiones en el sentido de que son propensos al exceso de optimismo y de confianza y a generalizar demasiado a partir de unas pocas características y observaciones. Los empresarios categorizan situaciones en forma más positiva que otras personas. Por ejemplo, los empresarios perciben más virtudes que fallas, más oportunidades que amenazas y un mayor potencial de mejora que de deterioro.

4.2.3.3 Perspectiva económica

Relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de *homo economicus* para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. Concibe el emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico. Esta perspectiva se construye mediante el debilitamiento de la práctica para identificar, apoyar y aconsejar al emprendedor potencial mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios, caracterizándose por su aporte teórico. La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos o fracasos económicos de una sociedad. La perspectiva behaviorista o psicológica estudia el fenómeno para explicarlo en dimensiones conductuales y en rasgos personales que identifican un perfil determinado, pero la complejidad del tema de emprendimiento ha impedido establecerlo. La perspectiva antropológica concibe el emprendimiento como representaciones del cambio social y de la integración a las fuerzas económicas y sociales, lo que evidencia la importancia del emprendimiento como la imagen en el desarrollo de la sociedad.

4.2.3.4 Perspectiva de procesos

Aquí el individuo es el centro de atención, en una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus relaciones repercuten en el desarrollo de la persona, como característica humanista estableciendo retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo. Se ha observado que el área de la estrategia o la planeación estratégica se enfoca hacia el estudio de los procesos estratégicos en las empresas, para de esta forma analizar el emprendimiento como proceso que se inicia en el mercado y se dirige hacia el mercado, como proceso empresarial. Se fundamenta en recursos y capacidades, relacionada con la lógica económica, razón por la cual la posición que asume la persona es limitada y reactiva frente a las condiciones del mercado.

4.3 MARCO TEÓRICO

4.3.1 Fomento a la cultura del emprendimiento³⁶

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

Objeto del fomento a la cultura emprendedora:

- ✓ Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.
- ✓ Disponer de normas para promover el emprendimiento y la creación de empresas.
- ✓ Crear un marco interinstitucional que fomente la cultura del emprendimiento.
- ✓ Crear redes de emprendimiento que apoyen la creación de empresas.
- ✓ Acercar el sistema educativo y productivo a través de las competencias laborales.
- ✓ Propender por el desarrollo productivo de las pequeñas empresas.
- ✓ Direccional el desarrollo económico del país impulsando la creación de empresas.
- ✓ Fortalecer los procesos empresariales para contribuir al desarrollo local y regional.

Principios generales para el desarrollo del emprendimiento:

- ✓ Articulación del desarrollo humano, familiar, laboral, empresarial y social.
- ✓ Fortalecer el trabajo asociativo en torno al desarrollo de proyectos productivos
- ✓ Reconocer los individuos, sus deberes, derechos y su responsabilidad social.
- ✓ Apoyo al emprendimiento sostenible desde las perspectivas económica y social.

Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- ✓ Lograr el desarrollo integral de las personas: competente, social y productivo
- ✓ Contribuir al desarrollo de competencias para el emprendimiento empresarial
- ✓ Promover el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo.
- ✓ Fomentar la cultura de la cooperación, el ahorro y otras formas de asociatividad.

La formación teórico-práctica debe incorporar lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que las personas estén en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera que deben actuar como emprendedores desde su puesto de trabajo.

³⁶ Informe tomado del pliego de modificaciones al proyecto de ley No. 143 de 2004 Cámara “de fomento a la cultura del emprendimiento” por los Representantes Carlos Enrique Soto Jaramillo (Risaralda), José Gerardo Piamba Castro (Cauca) y Jorge Enrique Ramírez Urbina (César), marzo 7 de 2005.

Objeto de las redes de emprendimiento:

- ✓ Establecer políticas y directrices para el fomento de la cultura del emprendimiento.
- ✓ Formular un plan estratégico para desarrollar la cultura del emprendimiento
- ✓ Conformar las mesas de trabajo para promover el emprendimiento.
- ✓ Articular organizaciones que apoyan el desarrollo del emprendimiento en el país.
- ✓ Aprovechar sinergias organizacionales para impulsar el emprendimiento

Funciones de las redes de emprendimiento:

- ✓ Conformar el “SISEA empresa”: sistema de seguimiento y apoyo empresarial.
- ✓ Desarrollar planes, programas y proyectos de promoción del emprendimiento.
- ✓ Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento.
- ✓ Proponer instrumentos para evaluar los programas de emprendimiento.
- ✓ Articular los esfuerzos nacionales y regionales que fomenten el emprendimiento.
- ✓ Establecer pautas que faciliten la formalización de iniciativas de emprendimiento.
- ✓ Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas y emprendedores.
- ✓ Proponer medios que estandaricen los requisitos para acceder a la cofinanciación.
- ✓ Estandarizar procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento.
- ✓ Emitir avales a los planes de negocios que concursen por recursos.

Red nacional para el emprendimiento:

- ✓ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.
- ✓ Ministerio de Educación Nacional
- ✓ Ministerio de la Protección Social
- ✓ La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
- ✓ Departamento Nacional de Planeación
- ✓ Instituto COLCIENCIAS
- ✓ Programa Presidencial Colombia Joven
- ✓ Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior
- ✓ Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, CONFECÁMARAS
- ✓ Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas, ACOPI
- ✓ Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO
- ✓ Un representante de la Banca de Desarrollo y Micro crédito
- ✓ Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios
- ✓ Un representante de las Cajas de Compensación Familiar
- ✓ Un representante de las Fundaciones o incubadoras de empresas del país.

Red regional para el emprendimiento:

- ✓ Gobernación Departamental quien lo presidirá.
- ✓ Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA
- ✓ Cámara de Comercio de la ciudad capital
- ✓ Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes municipales.
- ✓ Un representante de las oficinas departamentales de juventud
- ✓ Un representante de las universidades de la región
- ✓ Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.

- ✓ Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios de la región.
- ✓ Un representante de la Banca de Desarrollo y micro crédito de la región
- ✓ Un representante de los gremios con presencia en la región.

Funciones de la secretaría técnica de las redes de emprendimiento:

- ✓ Planear y apoyar la implementación del emprendimiento
- ✓ Presentar informes mensuales a la red sobre los programas de emprendimiento.
- ✓ Impulsar el desarrollo de las funciones asignadas a la red.
- ✓ Promover el desarrollo de diagnósticos y estudios sobre el emprendimiento
- ✓ Monitorear indicadores de gestión sobre el emprendimiento.

Las **mesas de trabajo** son espacios de discusión y análisis que definen los lineamientos del emprendimiento en el país y tienen como objeto:

- ✓ **Sensibilización:** masificar el emprendimiento y la creación de empresas.
- ✓ **Formación:** unificar criterios de formación en torno al emprendimiento.
- ✓ **Preincubación:** proponer una metodología simplificada de plan de negocios.
- ✓ **Financiación:** impulsar fuentes de financiamiento para los emprendedores.
- ✓ **Creación de empresas:** apoyar el montaje y operación de los nuevos negocios
- ✓ **Capacitación empresarial:** sostenibilidad y mejoramiento de las empresas.
- ✓ **Sistema de información:** programas de formación de emprendedores.

Proceso de formación empresarial:

- ✓ Definir un área de formación para el emprendimiento y la creación de empresas.
- ✓ Formar actitud favorable hacia el emprendimiento, la innovación y la creatividad.
- ✓ Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales.
- ✓ Conformar consultorios empresariales que apoyen la gestión de empresa.
- ✓ Aceptar proyectos de emprendimiento como homologación de tesis de grados.

Las Cámaras de Comercio y los gremios podrán crear el **voluntariado empresarial** con sus asociados para apoyar procesos de creación de empresas.

Actividades de promoción de la cultura del emprendimiento:

- ✓ Ferias de trabajo juvenil: componente comercial y académico.
- ✓ Macro ruedas de negocios: contactos entre oferentes y demandantes
- ✓ Macro ruedas de inversión: contactos entre proponentes e inversionistas.
- ✓ Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures)
- ✓ Concursos para facilitar el acceso al crédito a aquellos proyectos sobresalientes.
- ✓ Programas de cofinanciación que apoyen unidades de emprendimiento.

Existe un marco teórico, definido por ley, sobre el fomento a la cultura del emprendimiento con unas pautas específicas en principios, objetivos y entes encargados de las redes de apoyo. Lo cual es importante, pero la realidad es que

se necesita bajar el emprendimiento a acciones tangibles para los emprendedores en recursos para el desarrollo de prototipos, investigación de mercados, modelos de negocios, desarrollo de procesos, estrategias de comercialización, ferias empresariales, entre otros, apoyos similares.

La legislación sobre el emprendimiento empresarial es un punto de partida, que las instituciones educativas, en algunos casos, han interpretado como una cátedra de emprendimiento adicional al programa académico, en la cual la prioridad ha sido la formulación de un plan de negocios, pero con carencias en ayudarle al emprendedor a descubrir su espíritu emprendedor.

Hay que bajar de la cátedra de emprendimiento a la gestión del emprendimiento, cuyo resultado se la creación de empresas autosostenibles en el tiempo. Dicha cátedra de emprendimiento debe estar más acorde con la dinámica de los mercados y las fuentes de financiación. Los bancos por ejemplo, parece que no entienden el emprendimiento como un modelo de desarrollo social y económico, si no como un programa que con el tiempo dificulta la recuperación de cartera. Ven el emprendimiento como un programa ajeno a la realidad empresarial del país y de las regiones. Se reconoce los esfuerzos de algunas de éstas instituciones bancarias en el tema de los microcréditos, pero para la complejidad del emprendimiento empresarial esto no es suficiente. Hay que hacer, hay que crear líneas de crédito para emprendedores a tasas asequibles para el emprendedor.

Otro aspecto importante para considerar es redefinir los concursos de planes de negocios, con fines de obtener recursos para el financiamiento de las nuevas empresas. Son muchos los emprendedores que quedan por fuera de estos concursos, en su mayoría, por la falta de innovación. Lo que hay que entender es la falta de innovación no es falta de espíritu empresarial. La innovación es importante, pero es más importante que el emprendedor conozca el nivel de su espíritu empresarial y si tiene al menos unas características básicas para sacar adelante su idea de negocio. Las frustraciones, especialmente en poblaciones de escasos recursos y de baja escolaridad, son muy frecuentes y muy altas.

4.3.2 Importancia del emprendimiento empresarial³⁷

El emprendimiento empresarial³⁸, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos

³⁷ ARANGO BENJUMEA, Jhon Jaime. Proyecto de formulación de un centro de intermediación laboral y empresarial en COMFENALCO Antioquia. Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos Públicos y Privados. Universidad de Medellín. 2006.

³⁸ <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html> tomado el 23 de mayo de 2010.

existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad económica” que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En el ámbito de los países Latinoamericanos, para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de esas economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia empresa.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a las expectativas individuales y familiares lo cual implica desarrollar una verdadera cultura del emprendimiento encaminada a crear nuevas empresas.

4.3.3 El Emprendimiento: una alternativa para el autoempleo³⁹

La palabra emprendimiento⁴⁰ tiene, entre otras, las siguientes implicaciones:

- ✓ El emprendimiento es una actitud frente a la vida.
- ✓ El emprendimiento es transversal a las clases sociales.
- ✓ La capacidad emprendedora es una alternativa viable de ingresos familiares.
- ✓ El apoyo integral al emprendimiento favorece la creación de empresas.
- ✓ El desarrollo del emprendimiento favorece el desarrollo económico y social

Como política económica el emprendimiento busca disminuir la informalidad empresarial en el país. Según estimaciones del DANE, en Colombia hay más de un millón de unidades empresariales informales. Las trabas legales, la falta de capacitación empresarial y los altos costos de formalización, entre otros, ponen un freno institucional a la legalización de la economía informal.

La constitución de empresas unipersonales es una de las figuras más significativas de la Ley 222 de 1995, ya que permite a las personas tener acceso al amparo de la personalidad jurídica. Este tipo de empresas contiene mecanismos expeditos para su constitución, la visión amplia que permite la personificación jurídica sin necesidad de pluralidad, el término indefinido de duración, el objeto indeterminado y la capacidad plena, la conversión en sociedades y la asimilación completa al régimen societario contenido en el libro segundo del Código de Comercio, entre otras.

La articulación entre educación y trabajo⁴¹ es quizá uno de los temas más críticos de la política educativa. El país requiere de personas capaces de enfrentar exitosamente problemas nuevos, con base en conocimientos y experiencias previas, así como del desarrollo continuo de nuevos procesos de aprendizajes.

Se estima que en promedio 300.000 jóvenes anualmente presionan el mercado laboral en busca de empleo, sin encontrar empresas que los contrate por la falta de capacitación técnica y experiencia laboral. Una gran porción de la fuerza laboral en el país no tiene las herramientas básicas para insertarse con éxito en el mercado de trabajo y mucho menos contribuir al aumento de la productividad y competitividad que el país requiere en el nuevo contexto económico internacional.

Por estas razones, es fundamental promover una cultura para el emprendimiento como elemento primordial del desarrollo económico y social. Es claro que si se

³⁹ ARANGO BENJUMEA, Jhon Jaime. Op. Cit.

⁴⁰ Ponencia para segundo debate al proyecto de ley No. 143 de 2004 Cámara “*de fomento a la cultura del emprendimiento*” por los Representantes Carlos Enrique Soto Jaramillo (Risaralda), José Gerardo Piamba Castro (Cauca) y Jorge Enrique Ramírez Urbina (César), marzo 7 de 2005.

⁴¹ El Centro de Integración Universidad-Empresa de COMFENALCO Antioquia es un esfuerzo materializado que busca articular la educación, el trabajo y la empresa.

logra incrementar la actitud emprendedora, el resultado inmediato será la aparición de más y mejores empresas que crecerán armónicamente; y que si este proceso es continuado y exitoso, el número de oportunidades de empleo, el volumen de riqueza creada, la satisfacción y el bienestar se multiplicarán rápidamente.

Un estudio presentado por el BID, denominado “El BID y la Promoción de la Empresarialidad: Lecciones Aprendidas y Recomendaciones para Nuevos Programas” evidencian la importancia de la empresarialidad⁴², la cual contribuye al crecimiento económico, al aumento de la productividad, al rejuvenecimiento de los tejidos socio-productivos, a la innovación y a la generación de nuevos puestos de trabajo. Un estudio de la OCDE⁴³ muestra que las tasas de nuevas empresas (1988-96) están asociadas con las tasas de crecimiento económico (1989-99).

El papel de las nuevas empresas es también destacado en la creación de nuevos puestos de trabajo, en particular para los jóvenes, quienes constituyen un grupo con mayor tasa de desempleo que el promedio de la población económicamente activa en muchas economías desarrolladas y en desarrollo (OCDE, 2001).

En el nivel local o regional es donde el impacto de la empresarialidad suele verse con mayor claridad, ya que en las áreas geográficas con mayor surgimiento de empresas, el uso de los recursos económicos es más eficiente y el crecimiento de la economía y las condiciones de vida de la población suelen ser superiores al de las áreas donde el surgimiento de nuevas empresas es más débil.

La educación, como mecanismo “masivo” de transmisión de conocimientos, modelos y motivación, tiene el potencial para facilitar el desarrollo de una sociedad más emprendedora. Un ejemplo extraregional de política en el área de educación es el del CEED (Centre for Entrepreneurship Education and Development), en Nova Escocia, Canadá. Esta institución pública-privada, fue creada en 1995 y hace parte del Departamento de Educación de Nova Escocia. El papel del CEED se concentra principalmente en la elaboración de currículos y metodologías para la educación empresarial, en la formación de docentes y en la introducción de cursos sobre empresarialidad en la educación secundaria y universitaria.

La metodología utilizada por el CEED se concentra en el aprendizaje experimental y en el desarrollo de actitudes, habilidades y conocimientos para ser empresario, así como en la creación y sostenibilidad de redes de nuevas empresas, que transfieren tecnología, experiencias y modelos de producción y negociación.

En el contexto nacional, el documento CONPES SOCIAL 81 “Consolidación del sistema nacional de formación para el trabajo en Colombia”, señala que en el

⁴² La empresarialidad se define en este trabajo como la capacidad de los individuos para crear empresas.

⁴³ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2001).

promedio educativo de los jóvenes en Colombia ha estado por debajo de la media latinoamericana, y se ha hecho mayor la brecha⁴⁴. Adicionalmente, Colombia tiene una tasa de personas con capacidad científica y tecnológica inferior a la de otros países de similar nivel de desarrollo.⁴⁵

Por esta razón desde el año 2003, el Ministerio de Educación Nacional asumió la articulación de la oferta educativa con el mundo productivo y la formación de competencias laborales tanto generales como específicas.

Avanzar hacia una cultura empresarial y fortalecer al capital social debe contribuir al desarrollo de redes más densas y estables, beneficiando a emprendedores y empresas. La Cultura del Emprendimiento busca ser un elemento integrador y coordinador de los diferentes sujetos involucrados en los procesos de creación de empresas en Colombia, tanto desde el punto de vista de cambio de mentalidad, como desde la perspectiva de apoyo específico a los nuevos emprendedores.

4.3.4 Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas

Se toma como texto base para soportar el problema de investigación el escrito por Rodrigo Valera con el título Innovación Empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas⁴⁶, porque plantea una perspectiva del emprendimiento empresarial que se ajusta al entorno social, económico y cultural del país y en especial de la ciudad de Medellín. La referencia a grandes teóricos del emprendimiento empresarial junto con sus propios aportes y planteamientos, hacen del texto en mención un referente para entender mejor el proceso de creación de una nueva empresa. La visión ecléctica del emprendedor que plantea Rodrigo Valera, contempla la conciliación entre el arte y la ciencia, habilidades y conocimientos, que todo emprendedor debe desarrollar para tener éxito en su carrera empresarial.

A continuación se presenta una compilación de los aportes centrales del texto en mención, que se consideran soportan teóricamente el planteamiento del problema de investigación. A partir de dichos aportes se realiza una síntesis de los factores relevantes para la creación de empresas en el contexto de la ciudad de Medellín, que se identificaron en la presente investigación, así como su concordancia con los planteamientos de importantes teóricos del tema y sobre los cuales Rodrigo Valera, hace un importante y necesaria mención para entender en mejor medida el fenómeno social, empresarial y personal del proceso de crear una nueva empresa.

4.3.5 Cultura y espíritu empresarial

⁴⁴ LORA, Eduardo (2001) "Porqué tanto desempleo? Qué se puede hacer?" Mimeo, BID.

⁴⁵ Misión de Ciencia, Educación, y Desarrollo (1996)

⁴⁶ VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Op. Cit.

Cultura es un conjunto de valores, creencias, convicciones e ideas que un grupo de personas ha adquirido a lo largo de sus experiencias, que forman parte de su vida y que definen su comportamiento.

La cultura se cristaliza en estructuras familiares, educativas, religiosas, asociativas, laborales, productivas, artísticas, científicas y técnicas que ese grupo de personas han construido a lo largo de su historia para su interacción y supervivencia.

En cada cultura existen personas o grupos de personas con diferentes individualidades y convicciones, uno de esos grupos son los que transforman el entorno en organizaciones productivas que elaboran productos y prestan servicios para satisfacer necesidades humano, pero para lograrlo deben tener ciertas características como las siguientes:

- Fuerza vital
- Deseo de superación y progreso
- Capacidad de identificar oportunidades
- Visión de futuro
- Habilidad creadora e innovadora
- Aceptación y propensión al cambio
- Iniciativa
- Libertad, autonomía y autogobierno
- Capacidad de toma de decisiones con información incompleta
- Convicción de confianza en sus facultades
- Actitud mental positiva hacia el éxito
- Compromiso, constancia y perseverancia
- Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos
- Capacidad de realización
- Capacidad de administrar recursos
- Practicabilidad y productividad
- Capacidad de control
- Inconformismo positivo
- Soluciones y no problemas
- Responsabilidad, solidaridad y ética
- Capacidad de integral hechos y circunstancias
- Liderazgo

A este conjunto de valores culturales de comportamiento Rodrigo Valera⁴⁷ le da el nombre de *espíritu empresarial*. Este *espíritu empresarial* sacó al ser humano de su estado primitivo, generó grandes divisiones territoriales, modificó sistemas de producción y modificó el comportamiento humano.

⁴⁷ Ibid., p. 7-8.

El resultado natural del *espíritu empresarial* es la creación de una nueva empresa. el proceso de creación de nuevas empresas tiene un efecto muy importante en el desarrollo económico, el cual se mide entre otros factores, con el crecimiento del producto nacional bruto, distribución equitativa de la riqueza, disminución del desempleo, mayor esperanza de vida, buen ambiente social, altas posibilidades de autorrealización de los habitantes y pocos habitantes en condiciones de pobreza absoluta.

La inversión en nuevas empresas, crea nueva capacidad de producción y nueva capacidad de consumo y estas nuevas condiciones productivas generan cambios estructurales en la sociedad que traen consigo nuevo crecimiento económico y nuevo desarrollo social.

Según Global Entrepreneurship Monitor – GEM⁴⁸ el *espíritu empresarial* es el combustible del crecimiento económico, del empleo y de la prosperidad. Junto con la innovación son los elementos pivotes de los procesos creativos en la economía. Los países con menor actividad empresarial presentan los mayores índices de crecimiento de su producto nacional bruto.

El *espíritu empresarial* ofrece beneficios de desarrollo para el individuo, la empresa y la comunidad. Para el individuo ofrece independencia, control sobre la propia vida, creatividad, expresión corporal, salud, confianza en sí mismo. Para el empresario, el nuevo negocio es una expresión creativa. Para las organizaciones el *espíritu empresarial* ofrece dinamismo, organización, iniciativas y motivación para desarrollar nuevos productos y nuevos procesos. Para la comunidad el *espíritu empresarial* ofrece un impulso a la invención y a la innovación, para rediseñar las estructuras sociales y proveer nuevos modelos de crecimiento económico y desarrollo social.

El *espíritu empresarial* provee a las comunidades energía, dinamismo, orientación al trabajo, variedad, acción, elasticidad, creatividad, innovación, iniciativa y diversidad, los cuales son los componentes principales de los valores culturales que han caracterizado a los grupos, regiones o naciones que han alcanzado el crecimiento económico y el desarrollo social.⁴⁹

Para la creación de nuevas empresas, las cuales son la base de la prosperidad y el desarrollo de las naciones, se requiere de nuevos empresarios que sean capaces de llevar una carrera empresarial y de equilibrar sus objetivos personales, empresariales y sociales, que sean creativos, innovadores y capaces de enfrentar las variaciones del ambiente económico y social. Los nuevos empresarios para tener éxito en su proceso de creación de nuevas empresas requieren de formación, educación y capacitación humana, técnica y empresarial.

⁴⁸ Ibid., p. 35

⁴⁹ Ibid., p. 38

El empresario por sí solo no puede garantizar la permanencia de la nueva empresa en el mercado, para ello requiere del apoyo de entidades que faciliten los procesos de incubación, programas de asesoría, línea de financiación, fondos de garantías, capitales de riesgo, capitales semillas, trámites sencillos, incentivos fiscales, entre otras políticas de apoyo a la creación de nuevas empresas.

Algunos errores en el proceso de creación de nuevas empresas están relacionados con atraer multinacionales sin analizar detenidamente las conveniencias para el país. Atraer empresas solo por el volumen de empleo que puedan generar sin considerar su verdadera contribución al desarrollo local. La concentración de acciones en el fortalecimiento de un solo sector de la economía. Trabajar en los proyectos y no en los empresarios y olvidarse de reunir al proyecto con el empresario. Pensar el proceso de creación de empresas es solo administrativo, económico y financiero sin considerar que también es un proceso científico, tecnológico y humano.

Según Rodrigo Valera⁵⁰, “Muchos de los modelos de desarrollo empresarial han tenido vínculos muy directos con las universidades y sus centros de investigación y desarrollo tecnológico y con incubadoras de empresas que muchas de ellas han constituido”.

4.3.6 El empresario

El proceso de creación de empresas ha estado acompañado de definiciones que importantes teóricos han construido a lo largo de la historia. La siguiente tabla es un resumen de las principales definiciones del término empresario, que presenta Rodrigo Valera en su libro *Innovación Empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas*.

Tabla 9 Definiciones del empresario

| Autor | Definición de empresario |
|--------------------------|---|
| Jean Baptiste Say | El empresario es un agente que reúne y combina medios de producción para elaborar productos y que recupera su inversión y la utilidad que busca cuando vende tales productos. |
| Elis y Hess | El empresario planea, organiza y administra una empresa para su utilidad personal, asume riesgos y se enfrenta a circunstancias imprevistas e incontrolables. |
| Joseph Schumpeter | El empresario es el agente fundamental del cambio en las actividades de producción, su función es reformar, innovar y crear nuevos productos, nuevos procesos o nuevas formas de producir antiguos productos. |
| David McClelland | El empresario es alguien que ejerce control sobre los medios de producción y produce más de lo que consume con el fin de venderlo o intercambiarlo y lograr un beneficio propio. |

⁵⁰ Ibid., p. 56

| Autor | Definición de empresario |
|--|---|
| Peter Drucker | El trabajo del empresario es maximizar las oportunidades, que entiende como las actividades que se deben realizar, y no como las actividades bien realizadas, las cuales son la función principal del gerente. |
| Albert Shapero | El empresario debe tener como atributos la toma de iniciativa, la capacidad de organización y reorganización de los mecanismos sociales y económicos para convertir los recursos y situaciones en hechos prácticos, la capacidad de riesgo y la autoconfianza. |
| Gordon Baty | Define la función empresarial como la planeación, montaje, desarrollo, motivación y éxito de la empresa. |
| Robert Ronstadt | Definió la función empresarial como el proceso dinámico de crear riqueza incremental. La riqueza es creada por el riesgo que asumen los individuos en términos de capital, tiempo y compromiso personal. |
| Jeffry A. Timmons | Espíritu empresarial es la habilidad de crear y construir algo a partir de casi nada, es un acto creativo propio del género humano. Es tomar riesgos calculados y luego hacer todo lo posible para evitar la falla. Es percibir oportunidades. Es identificar, acumular y controlar recursos. |
| Batty | El éxito empresarial depende de la mente empresarial que es un actitud poco compasiva pero no feroz, confianza en la intuición y en la racionalidad, capacidad de pensar táctica y estratégicamente, capacidad de integrar muchos hechos en un plan de acción. |
| Veciana | Los empresarios crean empresas, puestos de trabajo y riqueza, son personas que reúnen cualidades pocos comunes en comparación con las necesarias para seguir instrucciones de otros. |
| Global Entrepreneurship Monitor | El empresario es una persona o grupo de personas capaces de percibir la oportunidad y de tomar riesgos para abrir nuevos mercados, diseñar nuevos productos y desarrollar procesos innovativos. |

Elaboración propia. Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 60-64. 2001

A partir de las definiciones anteriores Rodrigo Valera⁵¹ plantea una definición ecléctica⁵² del empresario en los siguientes términos:

“El empresario es la persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula, (...), una decisión de consecución y asignación de recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros.”

El mismo Valera plantea que la anterior definición está muy orientada a una de las modalidades más frecuentes de la acción empresarial: el empresario que elabora y ofrece bienes y/o servicios con valor económico y con finalidad de lucro

⁵¹ Ibid., p. 64

⁵² Adoptar posturas intermedias o conciliadoras en definiciones o conceptos, en vez de adoptar posturas extremas o hasta radicales (nota del autor).

personal. Distingue además la diferencia entre este empresario, el inversionista, el inventor y el gerente.

Para Varela el *inversionista* no ve una oportunidad de empresa ni la desarrolla, ve una oportunidad de invertir en una empresa pensada, diseñada y operada por otros. Pone en riesgo su dinero únicamente y sólo busca rendimientos monetarios. No participa en el diseño, ni en el montaje, ni en la operación de la empresa.

Por su parte el *inventor* percibe la oportunidad, es creativo, invierte energía, conocimientos, tiempo y a veces dinero, pero en muchas ocasiones no tiene la capacidad de conseguir los recursos que permitan volver realidad la oportunidad de crear una nueva empresa.

El gerente, ejecutivo o administrador normalmente trabaja y dirige la operación de una empresa que se le entrega establecida, no tiene invertido dinero en ésta y, por tanto, no corre riesgos monetarios. Su papel creativo e innovativo en la empresa es muy pequeño. Sus decisiones no son libres ni autónomas, pues debe consultarlas con el empresario o junta directiva. No obstante, hay gerentes con espíritu empresarial que promueven cambios en productos, servicios, procesos y estructuras organizacionales, pero siempre supeditados a la aprobación de otros.

Según Peter Drucker⁵³, para el proceso de creación de empresas, el empresario necesita de conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes y atributos, pero sobre todo trabajo para lograr la formación y el desarrollo que el proceso exige. Para Drucker la acción empresarial es una conducta más que un rasgo del carácter y plantea que su base es conceptual y teórica, no meramente intuitiva.

A partir de diversos mitos y concepciones erradas que plantea Rodrigo Valera en su texto *Innovación Empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas*, se pueden establecer características positivas que contribuyen de manera significativa en el proceso de creación de empresas. Estas características se resumen en la siguiente tabla.

⁵³ Ibid., p. 66

Tabla 10 Características positivas de ser empresario

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • El empresario analiza bien las oportunidades de negocio y calcula bien los riesgos del proceso de crear empresas |
| <ul style="list-style-type: none"> • El empresario tiene la habilidad para pensar, discernir, analizar, evaluar la situación y actuar en el momento oportuno |
| <ul style="list-style-type: none"> • Ser empresario implica unos atributos y unos conocimientos que son adquiridos y aprendidos. La educación es el fundamento que permite desarrollar tales atributos y conocimientos |
| <ul style="list-style-type: none"> • Los empresarios se forjan mediante el aprendizaje y la experiencia educativas que combinan en proporciones diversas lo formal y lo no formal |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lo que define a un empresario es su perspectiva empresarial, no su capacidad de innovación, ni su capacidad económica o tecnológica |
| <ul style="list-style-type: none"> • La función del empresario es diseñar, crear, operar y mantener una empresa en el tiempo |
| <ul style="list-style-type: none"> • La educación empresarial tiene como misión proveer y despertar las competencias necesarias para que una persona que no ha actuado como empresario, empiece a hacerlo |
| <ul style="list-style-type: none"> • En toda acción empresarial el dinero cumple un función importante, sin embargo, lo trascendental es que el empresario debe tener la habilidad de identificar, gestionar y conseguir recursos financieros |
| <ul style="list-style-type: none"> • El empresario debe ser una persona educada. La educación es la única forma mediante la cual el empresario mejora su habilidad de gestión y de elevar las probabilidades de supervivencia y crecimiento de la empresa |
| <ul style="list-style-type: none"> • Un empresario puede ser muy útil para la sociedad cuando reúne recursos para producir o prestar y servicios y en dicho proceso genera empleo |
| <ul style="list-style-type: none"> • La suerte que un empresario tiene es su capacidad de ver y apreciar oportunidades, es el trabajo serio en busca de algo, es maximizar las épocas buenas y minimizar el impacto de las épocas malas |
| <ul style="list-style-type: none"> • Las primeras acciones en el proceso de creación de empresas no son tan rendidoras económicamente, pues éstas tienen la importancia de dar aprendizaje y experiencia al empresario para tener acceso a negocios cada vez mejores |
| <ul style="list-style-type: none"> • Las fallas en el proceso de creación de empresas son útiles en la medida que aportan experiencia y conocimiento al empresario que son útiles en acciones empresariales posteriores |
| <ul style="list-style-type: none"> • Personas de todas las edades y género han iniciado con éxitos sus carreras empresariales. El conocimiento y experiencia que da la edad son importantes, pero no absolutos en el proceso de creación de empresas |
| <ul style="list-style-type: none"> • No se pueden esperar que las condiciones sociales y económicas mejoren para crear empresas, al contrario, sólo en la medida que se creen nuevas empresas, trabajo y riqueza, mejoraran las condiciones para reforzar el proceso. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aunque muchas empresas ejemplares implicaron una invención o un trabajo de tecnología avanzada, la realidad es que muchas empresas se constituyen y son exitosas sin tener como bases estos elementos |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lo importante no es el ejercicio de una profesión, sino la contribución que el individuo hace al desarrollo económico y social, y es perfectamente válido, incluso deseable, que esa contribución se haga con una actividad que genere empleo y riqueza, como la creación y operación de una nueva empresa |

Elaboración propia. Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 66-73. 2001

El área del empresario que más se ha estudiado es tal vez la identificación de características, actitudes, habilidades, atributos, conocimientos, destrezas, valores, creencias, motivaciones, formas de operación y vida del empresario.

Al respecto Rodrigo Valera⁵⁴ agrupa estas características en cuatro categorías que define como *factores motivacionales, características de comportamiento, características físicas y características intelectuales*. Igualmente cita que Jeffry A. Timmons quien agrupa tales características en seis categorías que define como *compromiso y determinación, liderazgo, obsesión de oportunidad, tolerancia al riesgo / ambigüedad / incertidumbre, creatividad / adaptabilidad / autoconfianza y motivación a la excelencia*.

Con base en las características que agrupan las anteriores categorías, se presentan en la siguiente tabla una lista de las principales características, capacidades y habilidades que el empresario debe tener o desarrollar en el ámbito personal y en el ámbito del negocio en el proceso de creación y sostenibilidad de una nueva empresa.

Tabla 11 Características, capacidades y habilidades empresariales

| | En el ámbito personal | En el ámbito del negocio |
|---------------------------------|---|--|
| V A L E R A | <ul style="list-style-type: none"> • Orientación al logro • Deseo de superación personal • Independencia • Integridad y honestidad • Orientación a la oportunidad • Determinación y perseverancia • Optimismo y responsabilidad • Energía y entusiasmo • Orientación al trabajo • Orientación al realismo • Inteligencia emocional • Credibilidad y confianza | <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo y flexibilidad • Capacidad de conseguir recursos • Habilidad para establecer redes de apoyo • Compromiso total con el negocio • Capacidad de decisión • Moderación del riesgo • Capacidad de planeación y organización • Capacidad de comunicación • Conocimiento del negocio • Capacidad creadora e innovadora • Inteligencia empresarial • Capacidad de analizar el entorno |
| T I M M O N S | <ul style="list-style-type: none"> • Paciencia y urgencia • Tolerancia a la incertidumbre • Tolerancia al riesgo • Pensamiento lateral • Mente abierta • Tolerancia a las fallas • Capacidad de análisis • Capacidad de síntesis • Capacidad de aprendizaje • Conoce fortalezas y debilidades | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social • Capacidad de trabajar en equipo • Conocimiento de los clientes • Impulsado por el mercado • Obsesionado con la creación de valor • Tolerancia a los conflictos • Provee apoyo interpersonal • Comparte riesgos • Minimiza riesgos • Conoce oportunidades y amenazas |

Elaboración propia. Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 73-76. 2001

⁵⁴ Ibid., p. 73-76

Para Rodrigo Valera⁵⁵ los empresarios siguen su carrera empresarial desde tres trayectorias. Los primeros para quienes la carrera empresarial es su primera carrera. Los segundos son quienes han iniciado otra carrera como preparación para la carrera empresarial. Y aquellos quienes llegan a la carrera empresarial sin haberse preparado específicamente para ella. Los primeros inician su carrera empresarial un año después de graduarse, los segundos ocho años después y los terceros pasados los once años. Según Valera, el nivel de abandono de la carrera empresarial es mayor en los empresarios que iniciar su carrera empresarial pasados los once años de haberse graduado.

Para el éxito de la carrera empresarial es necesario disponer de suficiente tiempo, del apoyo del cónyuge y de la familia. Es importante, además de conocer el negocio, contar con contactos y con una red de apoyo empresarial para tener éxito en el proceso de creación y sostenibilidad de una nueva empresa.

Rodrigo Varela en investigaciones sobre las características motivacionales de empresarios y empresarias caleñas encontró que comportamientos importantes que se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 12 Características motivacionales de los empresarios

| |
|---|
| • El 22% de los empresarios tenían menos de 29 años y sólo el 11% eran mayores de 60 años |
| • El 95% de los empresarios habían sido empleados antes de ser empresarios |
| • Las mayores habilidades empresariales son habilidad comercial, habilidad gerencial y habilidad para el manejo de personal |
| • Los factores motivaciones básicos son independencia, deseo de realizar sueños, confianza en sí mismo, iniciativa y creatividad, dinero. |
| • El 72% de los empresarios no percibió riesgos de quiebra cuando iniciaron sus negocios |
| • El empresario ve su carrera empresarial mucho más atractiva que la de ser empleado |
| • Las razones de satisfacción empresarial son la independencia, creatividad, generación de empleo, desarrollo propio, progresos tecnológico y administrativo, dinero y satisfacción del cliente |
| • El 76% de los empresarios iniciaría un nuevo negocio si su negocio actual fracasara |
| • El 99% de los empresarios les recomienda a sus hijos la carrera empresarial |
| • El 94% de los empresarios considera que existen buenas condiciones para la creación de empresas en Colombia |

Elaboración propia. Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Pág. 77. 2001

La carrera de ser empresario es apasionante y llena de subidas y bajadas, que aportan conocimiento y experiencia a quien emprende la difícil y retadora tarea de diseñar, crear y sostener una nueva empresa, y que para ello debe contar con características, capacidades y habilidades propias del individuo que tiene la

⁵⁵ Ibid., p. 76

determinación de ser independiente mediante la realización de su sueño de ser su propio jefe.

4.3.7 El proceso empresarial

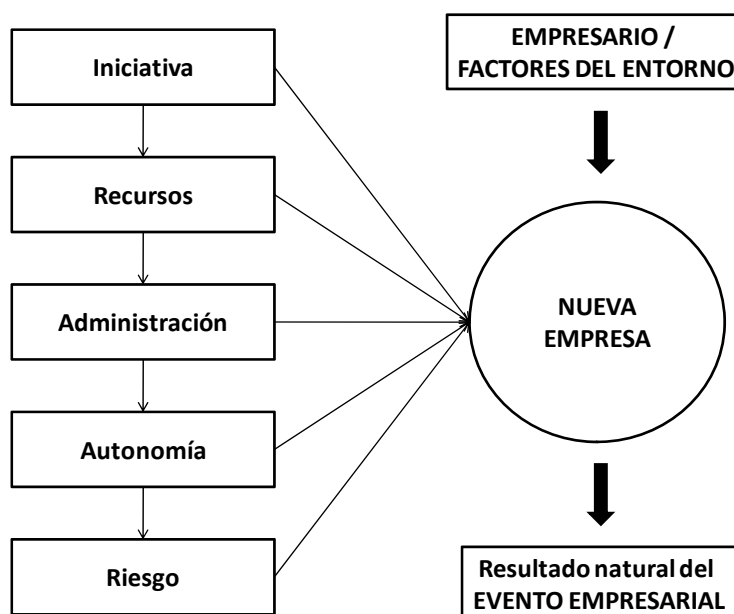
4.3.7.1 Teoría de Albert Shapero

El proceso empresarial, es decir, el proceso de creación de una nueva empresa para Albert Shapero⁵⁶ está definido por lo que él denomina el *evento empresarial*. El *evento empresarial* está marcado por las siguientes características:

- *Toma de iniciativa*: identificar y llevar a cabo la oportunidad de negocio
- *Acumulación de recursos*: conseguir y asignar recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos
- *Administración*: la capacidad de organizar y dirigir la nueva empresa
- *Autonomía relativa*: libertad de los empresarios para decidir sobre el funcionamiento de la empresa
- *Toma de riesgos*: disposición para enfrentar las recompensas o pérdidas que el negocio produzca

⁵⁶ Ibid., p. 84-88

Gráfico 1 Elementos del evento empresarial de Albert Shapero



Elaboración propia. Fuente: Adaptado de Albert Shapero citado en Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 84-85. 2001

Los elementos del *evento empresarial*, cuyo resultado natural es la creación de una nueva empresa, están todos presentes en el empresario, pero no en el inventor, inversionista o gerente.

Para Shapero la formación de nuevas empresas y el nacimiento de nuevos empresarios es el resultado de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, e individuales propios del empresario los cuales son el resultado de sus percepciones, experiencias, conocimientos y herencias culturales y sociales.

Shapero también denomina el *cambio de trayectoria vital* como el resultado de la interacción entre la *percepción de deseabilidad* y la *percepción de factibilidad*.

El deseo por el *evento empresarial*, es decir, el deseo de formar una nueva empresa, surge de conductas adquiridas y expresiones culturales que llevan a las personas a pensar o no en la posibilidad de ser empresario, es decir, de cambiar su trayectoria vital.

La factibilidad surge del análisis detallado de la oportunidad de negocio y del plan de negocio, los cuales, según Shapero se pueden enseñar a los futuros empresarios.

La *percepción de factibilidad* es más racional y cuantitativa que la *percepción de deseabilidad*, pero la ocurrencia de la primera depende en gran medida de la calidad y ocurrencia de la segunda. Si el individuo no tiene el deseo real de ser empresario, difícilmente haría un análisis detallado de la oportunidad y del plan de negocio. Solo cuando estas dos percepciones se manifiestan fuerte y simultáneamente ocurrirá el *evento empresarial* buscado. Y solo en ese momento el individuo logra cambiar su trayectoria vital, y logrará ser un nuevo empresario.

En la siguiente tabla se presente un resumen de las fuerzas ambientales que influyen e impulsan a un individuo en un momento dado al cambio de su trayectoria vital, es decir, a considerar la idea de ser empresario.

Tabla 13 Fuerzas ambientales que influyen en el cambio de trayectoria vital

| Impulsos | Descripción |
|---------------------------|---|
| Impulsos positivos | <ul style="list-style-type: none"> • El individuo se educa para la vida empresarial • El individuo es invitado a formar una sociedad empresarial • El individuo continúa la trayectoria empresarial de su familia • El individuo conoce un negocio que le entusiasma • El individuo recibe orientación hacia la vida empresarial • El individuo piensa con frecuencia en crear un negocio |
| Impulsos neutros | <ul style="list-style-type: none"> • El individuo termina un ciclo formativo • El individuo regresa a su lugar de origen • El individuo dispone de ahorros y los desea aprovechar bien • El individuo tiene conocimientos que quiere aprovechar mejor |
| Impulsos negativos | <ul style="list-style-type: none"> • El individuo es despedido de su trabajo actual • El individuo está aburrido en su trabajo actual • El individuo recibe ingresos insuficientes • Al individuo le niegan un ascenso y un aumento salarial • El individuo recibe mal trato y sus ideas son rechazadas • El individuo es expulsado de su actividad académica |

Elaboración propia. Fuente: Adaptado de Arbert Shapero citado en Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 86-87. 2001

Cualquiera sea el tipo de impulso del individuo, positivo, neutro o negativo, la consecuencia es un *cambio en su trayectoria vital*, y a partir de allí, inicia el proceso de considerar la creación de una nueva empresa, partiendo del deseo y finalizando con la factibilidad.

Plantea Rodrigo Valera que el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad ICESI de Colombia, se ajustó al modelo del evento empresarial de

Shapero, y planteó cinco etapas para el proceso de formación de empresas. a continuación se presente un resumen de estas cinco etapas.

- *Etapla motivacional (gusto)*: tiene que ver con la influencia de la persona de los sistemas educativos, sociales y culturales que lo impulsan a la vida empresarial.
- *Etapla situacional (oportunidad)*: tiene que ver con el proceso de identificación de la oportunidad de negocio, con base en el análisis del entorno que lo rodea.
- *Etapla psicológica (decisión)*: tiene que ver con la decisión de elaborar un plan de negocio, y depende de la factibilidad inicial de la oportunidad de negocio.
- *Etapla analítica (plan de negocio)*: tiene que ver con el análisis profundo y detallado de la oportunidad de negocio, para convertir en un plan de negocio con todas sus estrategias.
- *Etapla económica (recursos)*: tiene que ver con el proceso de conseguir los recursos para el desarrollo de la empresa, ya sean financieros, tecnológicos, humanos, informáticos, físicos o de cualquier índole.

El plan de negocio como mecanismo instrumental de la formalización de la oportunidad de negocio debe proveer una idea de los recursos necesarios, del procedimiento que se debe seguir, de los obstáculos que se deben vencer, de las metas que se deben alcanzar, de las estrategias y tácticas que se deben diseñar para ejecutarlo y una evaluación integral de la factibilidad del negocio, de tal manera que el empresario tenga confianza para pensar, evaluar y decidir si el negocio brinda posibilidad de éxito.

Para Shapero los individuos tienen una percepción sobre el control de sus vidas. Existen individuos que consideran que su vida depende de fuerzas que están fuera de su control como la suerte, las personas poderosas, el azar, etc. Y existen otro grupo de individuos que consideran que su vida depende de fuerzas que están bajo su control como su conocimiento, su experiencia, su capacidad de gestión, etc. Este segundo grupo de personas es el que en general realiza eventos empresariales, es decir, se deciden a diseñar y a crear empresas.

4.3.7.2 Teoría de David McClelland

David McClelland⁵⁷ a través de diversos estudios centró su atención en lo que denominó la *motivación al logro* y la relación de éste con el crecimiento económico y por ende, con el proceso de formación de empresas.

Para McClelland el hombre de empresa no realiza su actividad simplemente por el afán de conseguir dinero, sino que hay un componente motivacional mucho más fuerte que es el *deseo de logro*, de hacer bien su trabajo. La utilidad es sólo una medida de lo bien que se está haciendo el trabajo empresarial.

⁵⁷ Ibid., p. 89-92

Las personas con *motivación al logro* se caracterizan por pensar en forma secuencia y lógica para lograr que las cosas se hagan bien: definen un problema, identifican alternativas, seleccionan una alternativa solución, buscan ayuda y se anticipan al éxito o a la falla del resultado.

Los niveles de *motivación al logro* cambian por países, personas, razas, sistemas educativos, sistemas culturales, etc. Los gerentes y empresarios tienen los niveles más altos de *motivación al logro*. Los gerentes más exitosos tienden a tener niveles más altos de *motivación al logro* que los gerentes menos exitosos.

Según McClelland en los pequeños negocios el socio-gerente tiene un mayor nivel de *motivación al logro* que los demás socios. Mientras que en las grandes compañías los niveles más altos de *motivación al logro* se presentan en la gerencia media y no en la alta gerencia. En estas empresas los niveles más bajos de *motivación al logro* se presentan en los niveles operativos.

Las personas con un alto nivel de logro les gusta saber rápidamente que tan bien están desarrollando su actividad, y si están en la senda correcta. Una persona con un alto nivel de logro encuentra en el trabajo empresarial más oportunidad de usar su talento y obtener satisfacción por los resultados que obtenga.

Las personas con alto nivel de logro les gustan las situaciones en las cuales puedan asumir totalmente la responsabilidad de encontrar soluciones a los problemas, pues de otra forma no halla satisfacción personal por los resultados. En esto McClelland concuerda con Shapero en el sentido que el individuo empresarial tiene la tendencia a controlar las fuerzas internas que gobiernan su vida y no a depender de otros o de fuerzas externas.

Las personas con alto nivel de logro les gusta plantearse metas moderadas y alcanzables, calculan los riesgos y emprenden acciones para lograrlas. Las metas que estas personas se plantean no son rutinarias ni tampoco imposibles de alcanzar, son metas realistas, medibles y alcanzables pero retadoras.

Por otro lado les gusta recibir información sobre cómo están actuando y realizando su labor, y éste es su estímulo permanente: la realimentación de los resultados obtenidos. Necesitan saber con afán si están en el camino correcto. No les sirve conocer resultados a largo plazo, les interesa saber rápidamente cómo les está yendo.

La *motivación al logro* afecta particularmente el sector empresarial de una región o nación. Las personas con *espíritu empresarial* están altamente motivadas a hacer bien las cosas y a lograrlas en el menor tiempo posible, ellos tienen éxito al lograr que la economía se mueva más rápido. Para McClelland el éxito económico y el

desarrollo tecnológico dependen más de la *motivación al logro*, que del sistema político o de la organización administrativa.

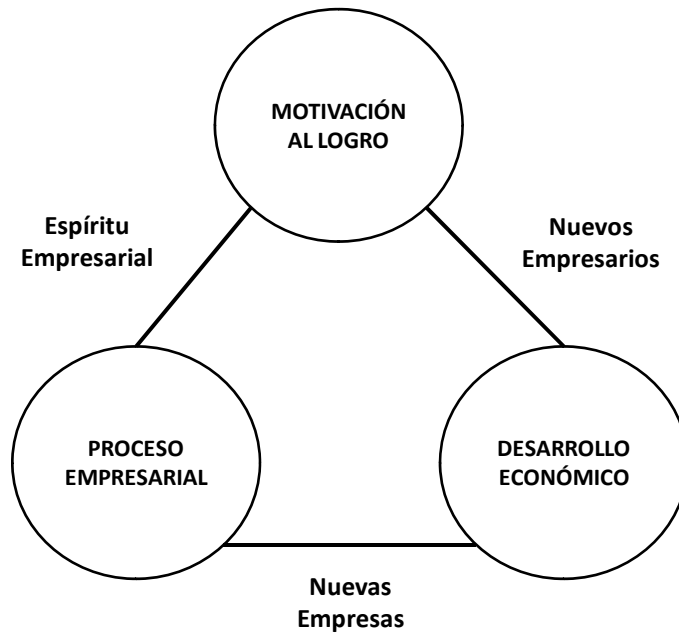
Para McClelland el aprovechamiento de las oportunidades de negocios están dadas por la *motivación al logro* del individuo que está estudiando o buscando dichas oportunidades. La oportunidad reta a aquellos que tienen *motivación al logro*.

McClelland plantea que la diferencia entre los países desarrollados y los países subdesarrollados en la motivación al logro. Mientras los conquistadores de los países desarrollados buscaban la forma de sobrevivir en el nuevo mundo, creando y reconstruyendo opciones productivas, los conquistados de los países subdesarrollados como los países latinoamericanos tenían como meta el saqueo y el enriquecimiento sin sistemas de producción. En vez de producir salieron a buscar "El Dorado". Y ese legado le dejaron a las generaciones futuras, es decir, niveles bajos de *motivación al logro*.

Los valores, las creencias, las ideologías son las fuentes realmente importantes para tener en un país una verdadera *motivación al logro*. Todo empresario sabe que el factor más importante del éxito es el espíritu empresarial que exista en su empresa, el cual es alimentado por la *motivación al logro* que tenga el sí mismo y que tenga su personal. El desarrollo de los países no se debe a disponibilidad de recursos, sino al espíritu empresarial que es el elemento que permite explotar esos recursos.

Según McClelland el futuro de una nación, de una empresa o de un individuo depende de cuántas veces se piense en logro, en establecer metas moderadas, pero alcanzables y en tomar riesgos calculados.

Gráfico 2 Sentido de integralidad de la motivación al logro



Elaboración propia. Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Pág. 92. 2001

Según expresa Rodrigo Valera, McClelland no se queda en las teorías de la motivación humana, sino que hace un avance al relacionarlas con el proceso empresarial y con el desarrollo de los países.

La articulación entre la *motivación al logro*, el proceso empresarial y el desarrollo económico da como resultado el impulso del espíritu empresarial, la aparición de nuevos empresarios y la creación de nuevas empresas.

4.3.7.3 Teoría de Robert Ronstadt

Robert Ronstadt⁵⁸ centró sus estudios sobre el proceso empresarial en lo que denominó la *perspectiva empresarial* la relaciona con la interacción entre el empresario, el negocio y el entorno.

⁵⁸ Ibid., p. 89-92

Para Ronstadt el proceso empresarial es un proceso dinámico y en permanente cambio, en el que el empresario se ve influenciado por diversos eventos, pensamientos y acciones.

La perspectiva empresarial se relaciona con la capacidad de apreciar elementos únicos en cada proyecto, identificar lo relevante de la experiencia empresarial propia y ajena y en evaluar los efectos del proyecto en el corto y largo plazo.

Para Ronstadt ni el empresario, ni el negocio, ni el ambiente del negocio, por sí mismos son relevantes en el proceso empresarial. Lo relevante es un sistema complejo y dinámico en el que intervienen muchos negocios, varios empresarios y diversos ambientes para crear nuevas empresas, y a dicho sistema complejo lo denominó *carrera empresarial*.

La *perspectiva empresarial* integra la capacidad de evaluar varias áreas básicas en diferentes dimensiones con los objetivos de la *carrera empresarial*, en el corto como en el largo plazo.

El empresario debe evaluar se a sí mismos, debe evaluar el negocio y el entorno del negocio. Estas evaluaciones deben ser de carácter cualitativo, cuantitativo, estratégico y ético, y deben estar en concordancia con el momento particular de su carrera empresarial.

El análisis del negocio consiste en evaluarlo en su inicio, en su mantenimiento y en su crecimiento. Los negocios en su desarrollo tienen posibilidades de fallar, cambian, se modifican y dan origen a nuevas oportunidades. Los conocimientos que el empresario adquiera en relación con el inicio, desarrollo, mantenimiento, crecimiento son básicos para la consolidación del negocio.

El análisis del empresario no debe centrarse sólo en un perfil psicológico en un momento dado sino en su *carrera empresarial*, pues según Ronstadt este perfil psicológico es cambiante y formable. Y adicionalmente, las características psicológicas del empresario no pueden verse de manera aislada del negocio y del entorno del negocio.

El análisis del entorno, debe obedecer a las circunstancias en las cuales se da la oportunidad de negocio. Lo importante es considerar que cada empresario, cada negocio y cada situación empresarial son únicos, y lo que puede ser un entorno favorable para muchos puede ser desfavorable para otros, y viceversa.

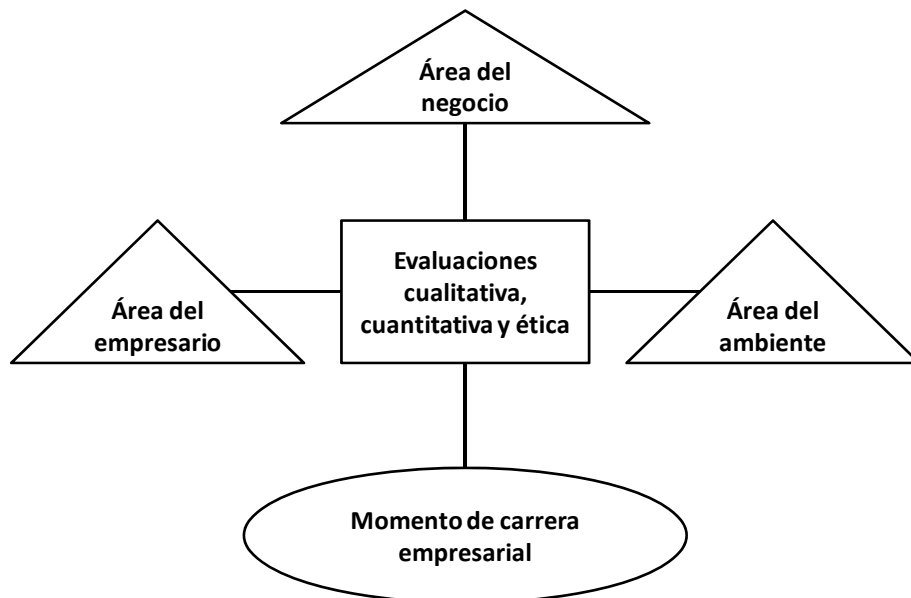
Los empresarios exitosos comúnmente logran la articulación entre su perfil empresarial, su negocio y el entorno del negocio, acompañado de las decisiones estratégicas que deben tomar. Un empresario exitoso es más estratega que un empresario poco exitoso. La capacidad estratégica del empresario para manejar

su proyecto en el ambiente del proyecto, es vital en el éxito de su carrera empresarial.

Los empresarios exitosos también son laboriosos y éticos. Sin estos dos atributos no tienen posibilidad de sobrevivir en el largo plazo. Los empresarios exitosos saben que la pérdida de su reputación lleva a la pérdida de otros factores y, por lo tanto, a la pérdida de nuevos negocios. Se necesita que proveedores y clientes crean en el empresario, pues este es el atributo fundamental para el sostenimiento de todas las relaciones empresariales.

Es necesario entender que el empresario vive más dilemas éticos que el empleado y, por lo tanto, su conducta ética está bajo el escrutinio de propios y extraños. El análisis ético implica evaluar la capacidad manejar aspectos éticos, del negocio y del ambiente del negocio. Para Ronstadt, el manejo ético personal, del negocio y de su entorno no es el seguimiento de un código ético formulado por un pensador, filósofo o religioso algún día en la historia de la humanidad, sino que es la identificación de un camino de acción en las circunstancias específicas en que se desarrollan los negocios.

Gráfico 3 Perspectiva empresarial de Ronstadt



Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Pág. 94. 2001

4.3.7.4 Teoría de Jeffrey Timmons

Para Jeffrey Timmons⁵⁹ el *espíritu empresarial* ocurre y deja de ocurrir en las nuevas como en las viejas empresas, en las pequeñas y en las grandes, en las de crecimiento lento y de crecimiento rápido, en las privadas y en las públicas. En sus diversos estudios Timmons centra su atención en el papel que ejerce el *líder empresarial* en el proceso de creación de empresas.

Los *líderes empresariales* inyectan imaginación, motivación, compromiso, pasión, tenacidad, integridad, trabajo en equipo y visión. Enfrentan dilemas y tienen que tomar decisiones en circunstancias contradictorias y ambiguas. Para Timmons el ser empresario implica estar en una posición en la que se debe construir y renovar permanentemente la generación de riqueza en el largo plazo.

El *espíritu empresarial* es un evento creativo, casi artístico e improvisado, los resultados pueden ser buenos o muy dolorosos. Para Timmons siempre hay urgencia de espíritu empresarial pero éste está lleno de paradojas. Un resumen de estas paradojas se presenta en la siguiente lista:

- Una oportunidad sin potencial puede ser una gran oportunidad
- Para ganar, hay veces que hay que perder
- Para crear riqueza, hay veces que hay que ceder riqueza
- Para ser exitoso, hay veces que hay que fracasar
- El espíritu empresarial casi siempre es un evento no planificado
- La creatividad y la innovación deben estar acompañados de rigor y disciplina
- El espíritu empresarial demanda paciencia y perseverancia
- A mayor organización, disciplina, orden y control, menos control sobre el resultado final
- Adherirse a las mejores prácticas administrativas y estar cerca del cliente, llega a ser una semilla de autodestrucción y una pérdida de liderazgo
- Para poder realizar valor en el largo plazo hay que olvidar la rentabilidad en el corto plazo

El proceso empresarial implica un compromiso hacia el crecimiento y hacia la conformación de valor en el largo plazo, acompañado de un flujo de caja duradero. El proceso empresarial se inicia con una oportunidad de negocio que es más grande que el talento, la capacidad, los recursos disponibles, el dinero, las redes, las estrategias, los equipos de trabajo y los planes de negocio.

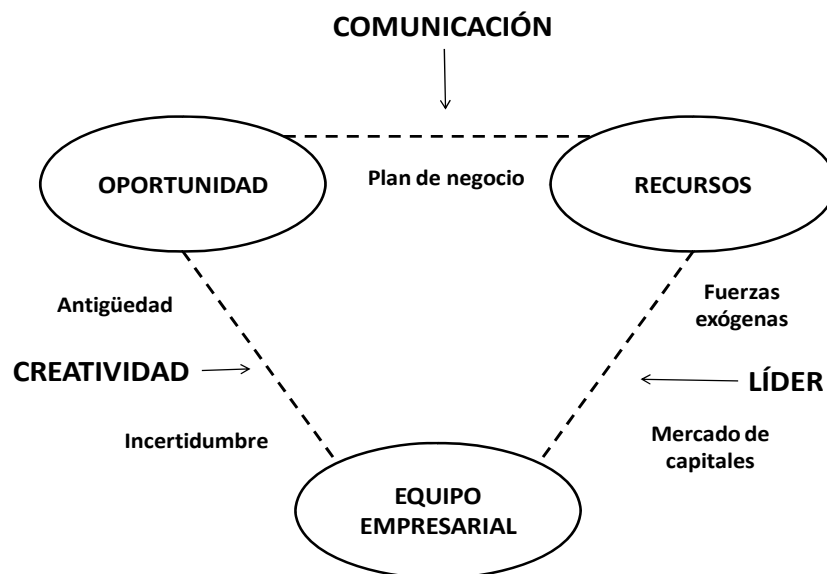
⁵⁹ Ibid., p. 95-98

El *líder empresarial* tiene que manipular todos los elementos empresariales en un entorno que es dinámico y cambiante. El plan de negocio provee el mecanismo de comunicación que permite operar en ese entorno dinámico las tres fuerzas: oportunidad, recursos y equipo.

La primera gran habilidad del empresario es capaz de identificar rápidamente si la idea tiene potencia de éxito empresarial y decidir cuánto tiempo y esfuerzo invertirle. Para Timmons los recursos son necesarios pero no es lo primero que hay que tener en cuenta, plantea que pensar en dinero en primer lugar es un gran error. El dinero sigue a las oportunidades con alto potencial dirigidas por un grupo empresarial importante. El equipo empresarial es pieza fundamental del valor potencial de la empresa. Los inversionistas lo miran como parte esencial de la organización.

Para Timmons en el mundo hay abundancia de tecnologías, empresarios, dinero y capital de riesgo, pero hay escasez de equipos empresariales buenos. El mayor reto de cualquier *líder empresarial* está en construir grandes equipos empresariales. El *líder empresarial* es quien fija el ritmo, el que crea la cultura, el que dirige, el que tiene la habilidad de atraer a los miembros del equipo empresarial y de construir allí una fortaleza especial para el negocio.

Gráfico 4 Proceso empresarial de Timmons



Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Pág. 97. 2001

Según plantea Rodrigo Valera, el modelo de Timmons es integral y holístico, o sea que no se descompone por etapas, es un todo que interactúa permanentemente, que se desbalancea, que presenta nuevos espacios de acción y nuevas formas de llenarlos, y el líder empresarial tiene que estar actuando y dirigiendo todas esas fuerzas.

4.3.7.5 Modelo de Alan Gibb

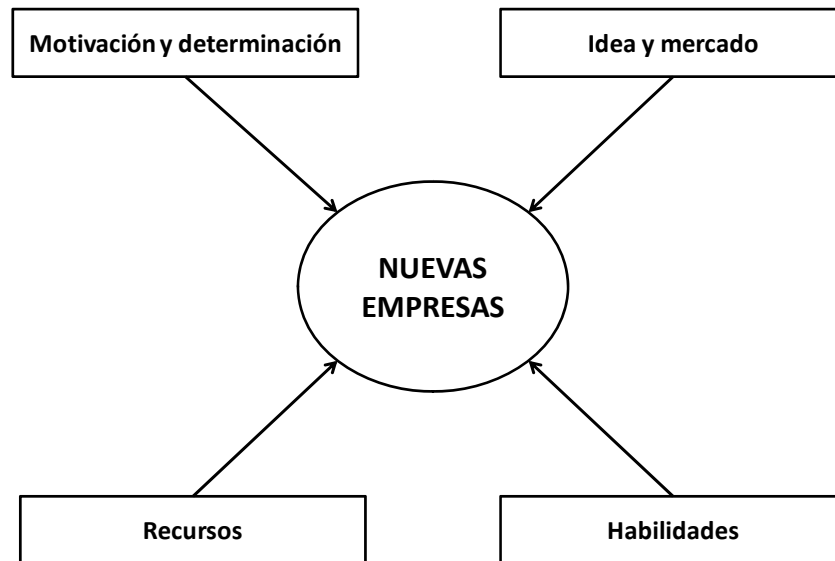
Alan Gibb⁶⁰ ha generado una corriente de pensamiento que tiene gran acogida en los países en vía de desarrollo y relaciona muy bien el *evento empresarial* con los temas de desarrollo de *cultura y educación empresarial*.

El desarrollo de una nueva empresa para Gibb relaciona cuatro componentes básicos, que se resumen a continuación:

- *Componente motivación y determinación*: que refleja todo el conjunto de factores culturales que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa. Estos factores culturales están compuestos por los factores educativos, el papel de la familia, las actitudes de la sociedad y las políticas del gobierno.
- *Componente idea y mercado*: que refleja la factibilidad real de la oportunidad de negocio. Plantea Rodrigo Valera que este componente concuerda con las variables de Shaper, la noción de oportunidad de Timmons y las evaluaciones de Ronstandt.
- *Componente recurso*: que refleja la variable económica del proceso, y representa la identificación y consecución de todos los recursos que la empresa requiere: monetarios, tecnológicos, físicos, humanos, informáticos, etc.)
- *Componente habilidades*: que expresa todos los conocimientos, experiencias y competencias que el empresario requiere para poder liderar exitosamente su negocio.

⁶⁰ Ibid., p. 98-99

Gráfico 5 Componentes básicos del modelo de Gibb



Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Pág. 98. 2001

4.3.8 Etapas en el establecimiento de una empresa

El proceso empresarial es un conjunto de variables, factores, elementos y etapas que interactúan entre sí con el propósito de permitir que un empresario logre constituir una empresa.

La empresa es el resultado de la interacción entre el empresario, la oportunidad de negocio y el entorno del negocio. El empresario convierte en realidad la oportunidad de negocio y a través de la gestión de la empresa logra crear y distribuir valor en la sociedad.

Karl Vespers⁶¹ identifica cinco ingredientes que son básicos para la formación de una nueva empresa. Estos cinco ingredientes siempre deben estar presentes en todo negocio desde su nacimiento hasta su consolidación. El empresario mezcla estos cinco elementos para crear la empresa que desea. Un resumen de las características principales de los cinco elementos planteados por Vespers para la formación de una nueva, se presentan en la siguiente tabla.

⁶¹ Ibid., p. 104

Tabla 14 Elementos básicos de todo negocio

| Elemento | Características principales |
|-----------------------------|--|
| Conocimiento técnico | <ul style="list-style-type: none"> • El empresario, sus asociados y sus empleados deben conocer bien el negocio • Todo negocio necesita una tecnología especial que le permite brindar una ventaja competitiva • El empresario debe educarse en forma permanente en el conocimiento técnico del negocio |
| Oportunidad | <ul style="list-style-type: none"> • La oportunidad de negocio es identificar un producto o servicio para ofrecer a un mercado específico en un momento dado • La oportunidad de negocio debe ser clara y viable para que exista una posibilidad de éxito de crear una nueva empresa • La oportunidad de negocio debe coincidir con los gustos, deseos, necesidades y expectativas del mercado |
| Contactos personales | <ul style="list-style-type: none"> • El éxito de todo negocio está asociado con las relaciones que han construido el empresario o grupo empresarial • Para las personas jóvenes, ésta es una de las limitaciones más grandes en su gestión empresarial • Tener o no tener estas relaciones empresariales crea una diferencia sustancial en la facilidad de gestionar la empresa |
| Recursos | <ul style="list-style-type: none"> • Todo negocio requiere de recursos físicos, financieros, humanos, informáticos y productivos para poder funcionar • La función del empresario es determinar las necesidades específicas de éstos recursos en las etapas de la empresa • Los recursos no siempre están disponibles, por lo tanto el empresario debe tener la capacidad de conseguirlos |
| Clientes con pedido | <ul style="list-style-type: none"> • Un negocio solo tiene posibilidad de éxito cuando los clientes potenciales se vuelven clientes reales que compran y pagan • Un negocio solo tiene futuro cuando logra identificar y captar nuevos clientes y cuando logra mantener los clientes antiguos • Se produce para vender y si no hay clientes con pedido no tiene sentido producir y no tiene razón de ser la empresa |

Elaboración propia. Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 104-107. 2001

Con frecuencia se relaciona la poca capacidad empresarial de una persona con su carencia de recursos financieros. El dinero es fundamental para el inicio y operación del negocio, pero se requiere de la interacción de todos los demás recursos para el desarrollo normal del negocio. La tarea del empresario es gestionarlos y lograr integrarlos en forma productiva y competitiva.

La falta de recursos, suele ser más una falta de capacidad empresarial para gestionarlos. Los recursos no se consiguen por falta de habilidades empresariales, una oportunidad de negocio mal estructurada, falta de contactos personales o limitaciones del entorno. El empresario exitoso es aquel que presta la debida atención a todos los cinco elementos básicos del negocio.

Alan Gibb⁶² planteó un modelo de formación de nuevas empresas conformado por seis etapas, que según plantea Rodrigo Valera es uno de los modelos más utilizados en los países en desarrollo. Estas seis etapas son las siguientes.

- Adquirir motivación y generar ideas
- Validar la idea
- Establecer tamaño viable y recursos necesarios
- Negociar la entrada
- Nacimiento
- Supervivencia

Rodrigo Valera al hacer una adecuación del modelo de Gibb a la realidad latinoamericana, plantea un modelo de formación de empresas, cuyas características principales se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 15 Modelo adaptado de Valera para la creación de empresas

| Etapa | Propósito | Ejes de acción principales |
|------------------------|--|--|
| Motivación | Definir carrera empresarial | <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la situación actual • Evaluar la perspectiva empresarial • Decidir sobre la carrera empresarial |
| Idea de negocio | Definir idea de negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Estudiar posibles ideas de negocio del entorno • Seleccionar una idea de negocio • Validar la idea de negocio seleccionada |
| Oportunidad de negocio | Identificar la oportunidad de negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Hacer el tránsito de idea de negocio a oportunidad de negocio • Elaborar y evaluar prototipos • Validar factores internos y externos del negocio |
| Plan de negocio | Determinar la factibilidad integral del negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Hacer los análisis de mercado, técnico, administrativo, legal, financiero y social del negocio • Determinar las necesidades de recursos y la forma de conseguirlos • Hacer una evaluación integral del negocio para determinar su viabilidad empresarial |
| Gestión de recursos | Disponer de los recursos para iniciar el negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Conformar el grupo empresarial, que incluye socios y empleados • Gestionar recursos con proveedores • Identificar los trámites legales para el funcionamiento del negocio |
| Nacimiento al negocio | Hacer realidad el plan de negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Hacer los trámites legales para el funcionamiento del negocio |

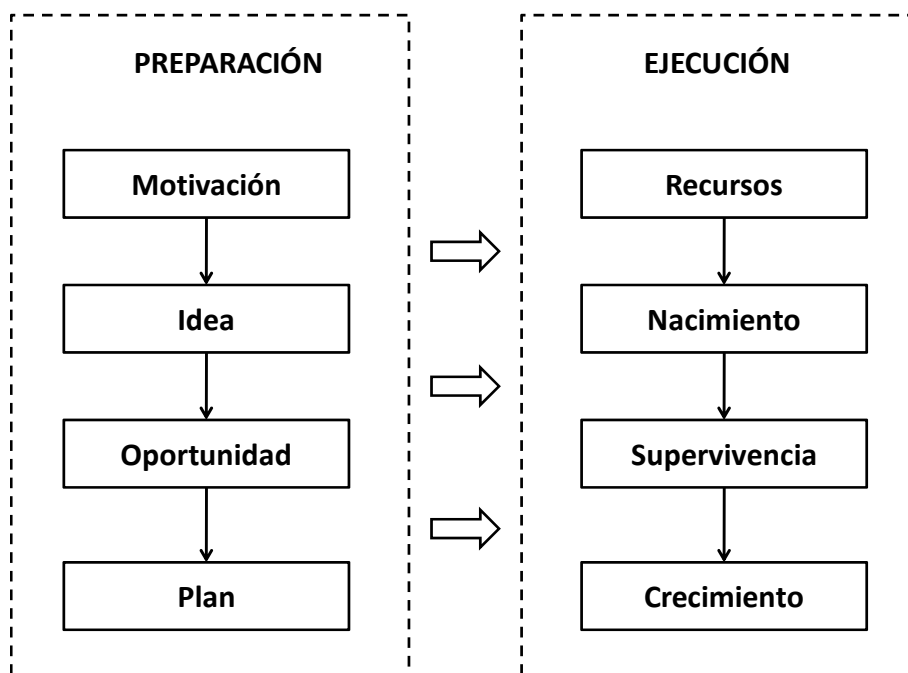
⁶² Ibid., p. 110

| Etapa | Propósito | Ejes de acción principales |
|---------------------------|---|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir materias primas, equipos y herramientas • Iniciar labores de producción, de mercado, administrativas y contables |
| Supervivencia del negocio | Pasar del estado de pérdida al estado de utilidades | <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar relaciones con clientes, socios, proveedores y empleados • Controlar costos y asegurar liquidez y rentabilidad del negocio • Fortalecer redes empresariales |
| Crecimiento del negocio | Identificar e implementar formas de expansión del negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar nuevos mercados • Desarrollar nuevos productos y servicios • Adecuar estructuras y procesos al entorno del negocio |

Fuente: Adaptado de Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 111-112. 2001

Rodrigo Valera plantea un modelo que se adapta mejor a las condiciones sociales, culturales y económicos del país y de sus regiones. En el modelo se resalta la diferencia, que en términos de actividades o ejes principales de acción, plantea entre la idea de negocio y la oportunidad de negocio. La oportunidad de negocio se entiende como un paso más adelantado en el desarrollo de la carrera empresarial del empresario o formador de empresas. También se resalta la importancia que le da al plan de negocio como instrumento de integralidad de la gestión empresarial, pues el empresario debe conocer bien todos los aspectos comerciales, técnicos, administrativos, legales, financieros y sociales del negocio. El modelo va más allá del hecho de su nacimiento y trasciende a su supervivencia y crecimiento, aspectos que comúnmente son olvidados en la formulación de la mayoría de los plan de negocio.

Gráfico 6 Representación gráfica del Modelo Varela para crear empresas



Fuente: Adaptado de Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. Págs. 111-112. 2001

4.3.9 Síntesis comparativa sobre formación de empresas

A continuación se realiza una síntesis comparativa sobre los principales aportes de los teóricos estudiados anteriormente.

Tabla 16 Comparativo modelos de formación de empresas

| Autor | Elementos centrales del modelo |
|-------------------|--|
| Shapero | <ul style="list-style-type: none"> • El evento empresarial es el elemento gestor de las nuevas empresas y está definido por la iniciativa, los recursos, la administración, la autonomía y los riesgos • Todo empresario que inicia una carrera empresarial se plantea el cambio de trayectoria vital que está definido por la percepción de deseabilidad y la percepción de factibilidad • En todo cambio de trayectoria vital influyen fuerzas positivas, neutras o negativas que provienen del individuo y de su entorno |
| McClelland | <ul style="list-style-type: none"> • El hombre de empresa no realiza su actividad simplemente por el afán de lograr resultados monetarios, hay un componente motivacional mucho más fuerte que es el deseo de logro, de hacer un buen trabajo • Las personas con motivación al logro se caracterizan por presentar |

| Autor | Elementos centrales del modelo |
|-----------------|--|
| | <p>una forma de pensar con secuencia lógica, para lograr que las cosas se hagan</p> <ul style="list-style-type: none"> Las tres características de las personas con motivación al logro son: les gusta asumir responsabilidades, les gustan las metas y los logros, les gusta recibir información sobre su labor y sus resultados |
| Ronstadt | <ul style="list-style-type: none"> Estructura el concepto de perspectiva para definir la capacidad que debe tener un empresario para evaluar áreas básicas en diferentes dimensiones en el desarrollo de su carrera empresarial Los elementos de evaluación de la perspectiva empresarial son el área del empresario, el área del negocio y el área del ambiente del negocio Las evaluaciones que hace el empresario son tanto de tipo cualitativo, cuantitativo y ético y se realizan en el marco del momento de su carrera empresarial |
| Timmons | <ul style="list-style-type: none"> Centra su atención en el papel que ejerce el líder empresarial en el proceso de creación de una nueva empresa Los líderes empresariales inyectan imaginación, motivación, compromiso, pasión, tenacidad, integridad, trabajo en equipo y visión El proceso para crear una nueva empresa tiene tres ejes centrales: la oportunidad, los recursos y equipo empresarial. El líder empresarial tiene la tarea de articular bien esos tres ejes centrales |
| Gibb | <ul style="list-style-type: none"> Plantea que el desarrollo de una nueva empresa tiene cuatro componentes básicos: motivación y determinación, idea y mercado, recursos y habilidades En su orden los cuatro componentes reflejan los factores culturales que apoyan o dificultan el proceso, la factibilidad real de la oportunidad de negocio, la identificación y consecución de recursos y los conocimientos, experiencia y habilidades del empresario |
| Vespers | <ul style="list-style-type: none"> Plantea que los ingredientes básicos de todo negocio son: conocimiento técnico, oportunidad, contactos personales, recursos y clientes por pedido Sin la confluencia de estos cinco elementos es prácticamente imposible que se logre el éxito empresarial La mezcla de los cinco elementos dependen del entorno, del negocio y del nivel de desarrollo del empresario |
| Valera | <ul style="list-style-type: none"> Plantea el tema de la capacidad empresarial para definir la determinación y las habilidades que tiene un empresario para identificar y conseguir recursos Plantea igualmente que la falta de recursos en un nuevo negocio es producto de la incapacidad empresarial del empresario para identificar y conseguir recursos Propone un modelo de creación de empresas que incluye las etapas de motivación, idea de negocio, oportunidad de negocio, plan de negocio, conseguir recursos, nacimiento del negocio, supervivencia del negocio y crecimiento del negocio |

Elaboración propia. Fuente: Varela Villegas, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. 2001

4.3.10 Estudios del emprendimiento en la Universidad EAFIT

A continuación se presenta una recopilación de las principales ideas de una investigación sobre factores del emprendimiento empresarial realizada por Rubén Darío Parra Ramírez; Jorge Hernán Mesa Cano y Sara Correal Franco, acerca de la historia del empresarismo en EAFIT llevado a cabo en el año 2009⁶³.

La idea de negocio es el objeto del negocio y no es la motivación para emprender, pues emprender no debe ser un motivo sino una motivación. El emprender es también un estilo de vida, una forma de afrontar la realidad y una manera de entender la vida; el emprendedor disfruta de la incertidumbre y la enfrenta por medio del intercambio de bienes o servicios.

El emprendedor es aquel que no se rinde fácilmente ante los problemas, por el contrario, los enfrenta; es una persona que asume las consecuencias producto de las decisiones tomadas, independientemente si estas generan resultados negativos o positivos. Es también aquel que difiere del empresario, en la medida que el emprendedor es quien disfruta emprendiendo y creando cosas.

Otro aspecto importante a considerar para el fracaso de un proyecto emprendedor es el equipo de trabajo. Existen diversas razones por las cuales se crean equipos de emprendedores que muchas veces pueden no ser los adecuados. Uno de los motivos por el cual el emprendedor se asocia es el miedo, es decir, el temor a la soledad, a tomar riesgos sin ningún tipo de compañía o a no compartir las responsabilidades.

Tradicionalmente, los socios se buscan con base en aspectos poco racionales: nexos familiares, amistad, compañeros de estudio, de trabajo o de vida social, y se olvidan aspectos importantes como la compatibilidad; el aporte tecnológico o comercial; el aporte financiero o de trabajo.

Sin lugar a dudas, una característica del emprendedor es el liderazgo; por ello, entonces, podría decirse que un factor clave de éxito en el emprendimiento es que el equipo de trabajo o emprendedor debe contar con un líder, concebido como una persona que se caracteriza por tener intuición y visión; factor que, al relacionarlo con el tema de los socios, es de esperar que el emprendedor tenga claridad del papel y la participación que ellos van a jugar en el emprendimiento.

⁶³ PARRA RAMÍREZ, Rubén Darío; Mesa Cano, Jorge Hernán; Correal Franco, Sara. Historia del empresarismo en EAFIT. Revista Universidad EAFIT, Vol. 45, Núm. 154, abril-junio, 2009, pp. 78-97. Universidad EAFIT. Colombia. Tomado el 25 de agosto de 2011 del sitio <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/215/21512252007.pdf>

El emprendedor debe tener como premisa que siempre debe diferenciarse de la competencia, ya sea en productos y servicios que se perciban como nuevos, por un cambio de tecnología, o por el uso de conceptos novedosos y creativos.

Algunos datos referidos al estudio realizado se presentan a continuación:

Tabla 17 Clasificación de los emprendimientos por área del conocimiento

| Área del conocimiento | Número de empresas |
|---|---------------------------|
| Servicios de diseño y publicidad | 17 |
| Ingeniería de procesos y productos químicos | 9 |
| Ingeniería y software | 13 |
| Confección | 5 |
| Capacitación y entretenimiento | 6 |
| Otra | 6 |

Fuente: Parra Ramírez, Rubén Darío; Mesa Cano, Jorge Hernán; Correal Franco, Sara. Historia del empresarismo en EAFIT.

Tabla 18 Eventos en los que los emprendedores de EAFIT participan

| Eventos | Número de empresas |
|--------------------|---------------------------|
| Cultura E | 11 |
| Ventures | 10 |
| Universidad EAFIT | 13 |
| Comfama-BID | 2 |
| Coomeva | 1 |
| CEINFI, IDEAR, TEC | 15 |

Fuente: Parra Ramírez, Rubén Darío; Mesa Cano, Jorge Hernán; Correal Franco, Sara. Historia del empresarismo en EAFIT.

Tabla 19 Distribución porcentual de los emprendedores por área de estudio

| Área del estudio | Porcentaje |
|--------------------------|-------------------|
| Derecho | 2% |
| Negocios internacionales | 13% |
| Administración | 20% |
| Ingeniería mecánica | 5% |
| Ingeniería de procesos | 20% |
| Ingeniería de sistemas | 9% |
| Ingeniería de diseño | 31% |

Fuente: Parra Ramírez, Rubén Darío; Mesa Cano, Jorge Hernán; Correal Franco, Sara. Historia del empresarismo en EAFIT.

Tabla 20 Características de fracaso en el emprendimiento

| Características de fracaso | Puntaje |
|-----------------------------------|----------------|
| Pensamiento Cortoplacista | 29 |
| Actuar por reacción | 20 |
| Negativo – pesimista | 18 |
| Tímido | 12 |
| Miedo al fracaso | 11 |
| Perezoso | 9 |
| Terquedad | 7 |
| Introvertido | 6 |
| Temor al riesgo | 7 |
| Deshonestidad y falta de ética | 6 |
| Prepotente | 4 |

Fuente: Parra Ramírez, Rubén Darío; Mesa Cano, Jorge Hernán; Correal Franco, Sara. Historia del empresarismo en EAFIT.

Tabla 21 Características que conducen al éxito del emprendedor

| Características de éxito | Puntaje |
|--------------------------------------|----------------|
| Perseverante | 43 |
| Investigador | 41 |
| Constante | 28 |
| Innovador | 23 |
| Organizado | 20 |
| Visionario | 19 |
| Buenas alianzas / redes de contactos | 17 |
| Proactivo | 17 |
| Liderazgo | 15 |

Fuente: Parra Ramírez, Rubén Darío; Mesa Cano, Jorge Hernán; Correal Franco, Sara. Historia del empresarismo en EAFIT.

Tabla 22 Calificación de las características del éxito en el emprendimiento

| Característica promedio de éxito | Calificación |
|---|---------------------|
| Apasionado | 2.12 |
| Innovador | 2.33 |
| Dedicado | 2.88 |
| Líder | 2.90 |
| Arriesgado | 3.00 |
| Optimista | 3.12 |
| Creativo | 3.25 |
| Audaz | 3.33 |
| Pertenencia con EAFIT | 3.67 |
| Compromiso con el desarrollo del país | 3.71 |
| Trabajo en equipo | 3.94 |
| Responsabilidad social | 4.00 |
| Visión internacional | 4.29 |

Fuente: Parra Ramírez, Rubén Darío; Mesa Cano, Jorge Hernán; Correal Franco, Sara. Historia del empresarismo en EAFIT.

Estos importantes resultados sobre el comportamiento del empresarismo en la Universidad EAFIT son fundamentales para comprender mejor los factores que tienen una influencia relevante en el proceso de creación de nuevas empresas.

4.3.11 Estudios del emprendimiento en la Universidad ICESI

A continuación se presenta una recopilación de las principales ideas de una investigación sobre la actividad empresarial de los estudiantes de la Universidad ICESI realizada por Luis Miguel Álvarez, Olga Lucía Bedoya y Kery Lynn Jaramillo Loaiza de la Universidad ICESI⁶⁴

La actividad investigativa del CDEE ha permitido, en los últimos cinco años, realizar un ajuste profundo al modelo de formación empresarial, adaptándolo al concepto de desarrollo de *Competencias Empresariales*. Como resultado de este trabajo, el CDEE-ICESI identificó 13 competencias que componen el proceso formativo en emprendimiento. Se plantea además una serie de ejercicios dinámicos y pedagógicos que permita el fortalecimiento de estas competencias, basados en la metodología de aprendizaje activo a través de la cual los estudiantes son los protagonistas de su aprendizaje: ellos construyen su propio conocimiento, basados en el estudio, la experiencia y la práctica.

Tabla 23 Modelo de formación empresarial Universidad ICESI

| | |
|--------------------------------------|--|
| Visión de Carrera Empresarial | Es la formulación de un plan de acción con metas de largo plazo con estrategias innovadoras para ponerlo en marcha. |
| Sensibilidad Social | Es comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza; que éste debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social. |
| Orientación al logro | Es preocuparse por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes. |
| Autoconfianza | Es el optimismo para salir adelante en sus actividades, ya que asume tener los conocimientos, la capacidad humana y profesional, la actitud y la energía para lograr sus metas. |
| Amplitud Perceptual | Es explorar más allá de su círculo de experiencia y referencia para poder encontrar nuevas oportunidades. |
| Flexibilidad | Es la disposición a cambiar de enfoque o de manera de concebir la realidad para dar lugar a otras opciones que permitan hacer bien las cosas. |

⁶⁴ ÁLVAREZ, Luis Miguel; BEDOYA, Olga Lucía; JARAMILLO LOAIZA, Kery Lynn. Actividad empresarial de los estudiantes de la Universidad ICESI. Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial – CDEE, Universidad ICESI. Cali, Colombia. Tomado el 25 de agosto de 2011 del sitio web <http://www.icesi.edu.co/>

| | |
|--|---|
| Empatía | Es comprender las emociones, necesidades e intereses de otros y procurar su apropiada conciliación con las nuestras. |
| Pensamiento Conceptual | Es identificar las relaciones que existen entre los diferentes componentes de situaciones complejas que no están directamente relacionadas y construir conceptos o modelos fácilmente aplicables. |
| Orientación al mercado | Es considerar permanentemente las condiciones del mercado en todas las decisiones que se toman en las actividades empresariales. |
| Gestión de Empresa | Es reunir e integrar de manera creativa los recursos requeridos para iniciar, mantener y crecer la actividad empresarial. |
| Construcción de redes empresariales | Es establecer, mantener y aprovechar relaciones con personas y entidades, para alcanzar sus objetivos empresariales. |
| Toma de decisiones | Es analizar las diversas alternativas que tengo para determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo la responsabilidad de los resultados logrados. |
| Orientación a la acción | Entendida como la energía, la fuerza, el coraje, y la dedicación, para llevar a cabo, por iniciativa propia las acciones necesarias para hacer realidad las ideas, propuestas, oportunidades y proyectos empresariales. |

Fuente: Álvarez, Luis Miguel; Bedoya, Olga Lucía; Jaramillo Loaiza, Kery Lynn. Actividad empresarial de los estudiantes de la Universidad ICESI.

Algunos datos referidos al estudio realizado se presentan a continuación:

Los resultados han mostrado que 69% de los estudiantes encuestados, equivalente a 715 estudiantes, obtienen los ingresos para sus gastos personales con “la mesada que le dan sus padres”. La siguiente tasa más alta está representada por el 12.7% de los estudiantes encuestados, equivalente a una cantidad de 130 personas, que obtienen sus ingresos “produciendo y/o comercializando algún tipo de producto o servicio”. En el tercer lugar se encuentran aquellos que obtienen sus ingresos “trabajando para un tercero de manera temporal o tiempo completo”, lo que representa un 9.1% equivalente a 94 estudiantes. Finalmente con una tasa del 5.8%, se encuentran aquellos que obtienen sus ingresos “trabajando como monitores”, lo cual corresponde a un total de 60 estudiantes. El restante 2.5% de los estudiantes indicaron la categoría “Otros” como sus fuentes de ingreso.

En cuanto a la distribución por género, de los estudiantes que realizan actividades empresariales, 61% eran hombres y 39% son mujeres. Estoy resulta preocupante puesto que la distribución sobre el total de los estudiantes en la universidad es 48% Mujeres y 52% Hombres. Es interesante comparar esta información con los datos de los empresarios colombianos que se presentan en el estudio GEM Colombia 2006 y 2007 sobre la distribución de empresarios por género pues guardan similitudes: hombres 62% y mujeres 38%.

En cuanto a la participación de empresarios por semestre, los porcentajes presentan una variación de 10% a 21% pero no permite establecer una tendencia. Se puede establecer sin embargo que a medida que avanzan los semestres y se reduce la población de estudiantes, el porcentaje de empresarios se mantiene e incluso tiene picos muy altos, como en el caso del semestre 7 y 9. Lo anterior se puede explicar por el resultado de los cursos de Creatividad Empresarial en esos períodos. Esto permitiría decir, que el interés por convertirse en empresario es permanente en los estudiantes.

Los programas de Administración de empresas con 22%, Economía y negocios Internacionales con 21% e Ingeniería Industrial con 19% son los que más contribuyen con las actividades empresariales en la universidad. La carrera de Mercadeo y Publicidad, que hace parte de la facultad de ciencias administrativas y económicas, cuenta con 10% de participación. Estos datos deben ser analizados con cierto cuidado pues estos programas son los que más estudiantes tienen en la Universidad. Administración, Ingeniería industrial y Economía y negocios Internacionales tienen 50% del total de los estudiantes por lo tanto, es coherente que haya concentración de actividades empresariales de estudiantes que pertenezcan a estos programas. Además, existen algunos programas que apenas están empezando su ciclo de formación por lo que sólo cuentan con estudiantes en primeros semestres.

Tabla 24 Motivaciones para ser empresarial

| Motivaciones de ser empresario | Cantidad | % |
|---------------------------------------|-----------------|----------|
| Satisfacción personal | 80 | 54% |
| Ser independiente | 40 | 27% |
| Satisfacción de necesidades | 23 | 15% |
| Continuar empresa familiar | 6 | 4% |

Fuente: Álvarez, Luis Miguel; Bedoya, Olga Lucía; Jaramillo Loaiza, Kery Lynn. Actividad empresarial de los estudiantes de la Universidad ICESI.

Tabla 25 Expectativas personales y profesionales

| Expectativas personales y profesionales | Cantidad | % |
|--|-----------------|----------|
| Ser un gran empresario | 67 | 40% |
| Satisfacción personal / aprender | 65 | 38% |
| Experiencia laboral | 28 | 16% |
| Disciplina y responsabilidad | 11 | 6% |

Fuente: Álvarez, Luis Miguel; Bedoya, Olga Lucía; Jaramillo Loaiza, Kery Lynn. Actividad empresarial de los estudiantes de la Universidad ICESI.

Tabla 26 Recursos de financiación

| Recursos de financiación | | |
|---------------------------------|----|-----|
| Recursos Familiares | 52 | 33% |
| Recursos Propios | 95 | 60% |
| Financiación | 11 | 7% |

Fuente: Álvarez, Luis Miguel; Bedoya, Olga Lucía; Jaramillo Loaiza, Kery Lynn. Actividad empresarial de los estudiantes de la Universidad ICESI.

Tabla 27 Estructuras de apoyo del emprendimiento

| Estructuras de apoyo | Cantidad | % |
|--------------------------------|-----------------|----------|
| Mercadeo | 41 | 21% |
| Capital de trabajo | 34 | 17% |
| Trámites legales | 30 | 15% |
| Estructura física | 27 | 14% |
| Personal | 25 | 13% |
| Conocimiento/disponibilidad | 21 | 11% |
| Equipos y herramientas trabajo | 18 | 9% |

Fuente: Álvarez, Luis Miguel; Bedoya, Olga Lucía; Jaramillo Loaiza, Kery Lynn. Actividad empresarial de los estudiantes de la Universidad ICESI.

Según los autores, el estudio permitió evidenciar que son más los hombres que las mujeres, los que efectúan esfuerzos empresariales. Es necesario indagar acerca de las posibles causas de esta gran diferencia y empezar a desarrollar programas que estimulen una mayor participación de la mujer en todos los procesos de creación de nuevas empresas.

Además, se pudo determinar que las mejores razones por las cuales un estudiante emprende un negocio en la Universidad son: ser más independiente, autorrealización y crecimiento económico. Según los resultados arrojados por el análisis de la encuesta estas tres motivaciones se destacan por ser las que fomentan en mayor medida el espíritu empresarial en los estudiantes de la universidad ICESI.

4.4 MARCO LEGAL

4.4.1 Constitucional Nacional

En la Constitución Nacional está contemplado el derecho a la libre asociación y está determinada la responsabilidad del Estado para garantizar el empleo y para promover la creación de unidades económicas. Es a partir de la Constitucional

Nacional que se desarrollan las leyes específicas que regulan la actividad laboral y empresarial del país.

4.4.2 Código de Comercio

El Código de Comercio definió las normas mercantiles que rigen a las sociedades comerciales por elaborar productos y prestar servicios. Todas las empresas y organizaciones en su calidad de sociedades con ánimo o sin ánimo de lucro se deben ajustar a la normatividad mercantil.

4.4.3 Código Sustantivo del Trabajo

El Código Sustantivo del Trabajo regula las relaciones laborales entre empleados y empleadores en términos de los deberes y derechos de uno y de otros respectivamente.

4.4.4 Código Contencioso Administrativo

El Código Contencioso Administrativo regula la administración jurídica en el país, de tal forma que las personas y las empresas al ser entes jurídicos también están influenciadas en forma directa por la normatividad expresada en dicho código.

4.4.5 Ley 590 de 1990 o Ley Mipyme

Clasificó las empresas como micro, pequeñas, medianas o grandes, según sus activos y el número de empleados. Según dicha ley, una unidad económica será un microempresa si sus activos valen 500 smmlv⁶⁵ y tiene un máximo de 10 empleados (1); será una pequeña empresa si sus activos totales valen de 501 a 5.000 smmlv y tiene de 11 a 50 empleados (2); será una mediana empresa si sus activos totales valen de 5.001 a 15.000 smmlv y tiene de 51 a 200 empleados (3); y será una gran empresa si sus activos totales valen más de 15.000 smmlv y tiene más de 200 empleados (4).

4.4.6 Ley 79 de 1988 o Ley Marco del Cooperativismo

Estableció el marco de referencia para la creación y manejo de las empresas cooperativas. Determinó los componentes básicos de los estatutos cooperativos, los cuales regulan la gestión cooperativa, definió el objeto social, las actividades a

⁶⁵ Salarios mínimos mensuales legales vigentes

desarrollar, los valores, deberes y derechos de los asociados. Clasificó las cooperativas por su actividad como especializadas, multiactivas o integrales, o por su objeto social como de distribución, comercialización o de trabajo asociado.

4.4.7 Ley 454 de 1998

Determinó el marco conceptual de la economía solidaria, transformó el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas – DANCOOP, en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria - DANSOCIAL, creó la Superintendencia de la Economía Solidaria - SES, creó el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito - FOGACCOOP, dictó normas relacionados con la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa, al igual que otras disposiciones similares.

4.4.8 Ley 115 de 1994 o Ley General de Educación

Señala las formas generales para regular el servicio público de la educación y la define como “un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes”.

4.4.9 Proyecto de Ley 143 de 2004 Cámara

Mediante el cual se promueve el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y se trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución Nacional.

4.4.10 Ley 1014 de 2006

Por la cual se fomenta la cultura del emprendimiento y se definen disposiciones generales con respecto al emprendimiento, se establece el marco institucional para apoyar e impulsar el emprendimiento y se establecen los mecanismos para fomentar el emprendimiento mediante formación, ferias, macro ruedas de negocios, concursos y programas de cofinanciación

4.4.11 Ley 789 de 2002

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo. El artículo 40 de esta ley creó el Fondo Emprender como una cuenta independiente y especial

adscrita y administrada por el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA, con el objeto exclusivo de financiar iniciativas empresariales en los términos dispuestos para tal fin.

4.4.12 Acuerdos 007 de 2004 y 0015 de 2004

Mediante los cuales el Consejo Directivo del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA, estableció el reglamento interno del Fondo Emprender. Los cuales fueron derogados por el Acuerdo 0007 de 2005, que establece nuevas disposiciones sobre el reglamento interno del Fondo Emprender.

5. HIPÓTESIS Y VARIABLES

5.1 HIPÓTESIS

¿El emprendedor, su familia, el tipo de empresa, la educación, la cultura y la financiación, son los factores que, desde la perspectiva del emprendedor empresarial, tienen mayor relevancia para la creación de las empresas que son promovidas por el Parque el Emprendimiento en la ciudad de Medellín?

5.2 VARIABLES

5.1.1 Variable independiente

Factores relevantes del emprendimiento

5.1.2 Variable dependiente

Creación de nuevas empresas

5.1.3 Variables intervinientes

El emprendedor, familia, educación, cultura, financiación

5.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 28 Operacionalización de variables

| Objetivo específico | Variable | Sub-variable | Indicador | Instrumento |
|--|--|---|--|--|
| Conocer la evolución, definiciones, conceptos y perspectivas que son asociados con el emprendimiento empresarial | Condiciones históricas y conceptuales del emprendimiento empresarial | Evolución Aportes teóricos Aventurero Contratista Empresario Emprendedor Riesgo innovación | Espíritu empresarial Medición del riesgo Capacidad de innovación | Evolución histórica del emprendimiento |
| Describir los principales programas que | Emprendimiento de ciudad y emprendimiento | Sensibilización Idea de negocio Plan de negocio | Nueva empresa Producción y ventas | Programas de emprendimiento |

| Objetivo específico | Variable | Sub-variable | Indicador | Instrumento |
|--|--|---|---|--|
| impulsan el emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín | universitario | Preincubación Incubación Puesta en marcha | Permanencia en el mercado Consolidación | |
| Describir el modelo que utiliza el Parque del Emprendimiento para promover la creación de nuevas empresas | Incubadora de nuevas empresas | Emprendedor Idea de negocio Plan de negocio Puesta en marcha fortalecimiento | Selección de emprendedores Plan de negocios elaborado Desarrollo de prototipos Nueva empresa | Modelo Parque del Emprendimiento |
| Identificar las principales características personales de los emprendedores que han creado empresas con el apoyo del Parque del Emprendimiento | Características personales empresariales | Persistencia Motivación Innovación Creatividad Liderazgo Orden Educación | Capacidad de gestión Medición del riesgo Desarrollo de prototipos Idea y plan de negocio | Cuestionario, encuesta, entrevista, análisis documental |
| Identificar las principales características de las nuevas empresas que han sido promovidas en el Parque del Emprendimiento | Características de las nuevas empresas | Industria Tecnologías de la información y comunicación Sociedad anónima simplificada Universidad | Sector económico Forma jurídica Número de emprendedores | Mapa de acompañamiento del área de apoyo a la creación de empresas del Parque del Emprendimiento |

Elaboración propia. Fuente: objetivos específicos del presente trabajo de investigación.

6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 TIPO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó la investigación exploratoria para identificar la naturaleza y causas del problema, con el fin de obtener ideas o respuestas sobre su estructura. Y la investigación descriptiva, para describir los factores del emprendimiento empresarial y su relevancia en la creación de nuevas empresas.

En la investigación se utilizó el método de análisis, para distinguir y separar los componentes del problema de investigación, con el fin de conocer mejor su comportamiento y dinámica. Y el método de síntesis, para plantear una mejor articulación entre dichos componentes, como producto del análisis realizado.

6.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

6.2.1 Elemento poblacional

La población objeto de investigación se conformó por los emprendedores empresariales que han logrado crear una nueva empresa con el apoyo y orientación del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento en la ciudad de Medellín.

6.2.2 Marco muestral

El marco muestral se conformó por una lista suministrada por el Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque el Emprendimiento en la ciudad de Medellín, correspondiente a los emprendedores que han participado en el proceso de creación de nuevas empresas y que han recibido apoyo y orientación.

6.2.3 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra fue de veinticuatro personas, conformados por cinco emprendedores a quienes se les aplicó un cuestionario (Anexo 1), por diecisiete emprendedores a quienes se les aplicó una encuesta (Anexo 2) y por dos funcionarios del Parque del Emprendimiento a quienes se les hizo una entrevista.

6.2.4 Unidad y tiempo de análisis

La unidad de análisis es el Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento. Las unidades de observación son los emprendedores que han logrado crear una nueva empresa con el apoyo de dicha área.

El tiempo de recopilación y análisis de la información transcurrió entre el segundo semestre del año 2010 y el primer semestre del año 2011.

6.2.5 Unidad y método muestral

La unidad muestral corresponde a cada uno de los emprendedores empresariales que han logrado crear una nueva empresa con el apoyo y orientación del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque el Emprendimiento.

El método de muestreo es el no probabilístico, debido a que las unidades de la muestra no tienen probabilidad conocida. El muestreo se realizó por conveniencia o por selección.

6.3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Como metodología de investigación se utilizó el estudio de caso, el cual es una técnica que se inserta en la perspectiva cualitativa de la investigación social. El estudio de caso se complementa con el método estadístico, ya que éste provee las bases para la identificación de los casos particulares, y para la posterior generación de resultados a tabular, analizar y procesar.

María Eumelia Galeano Marín⁶⁶, define el estudio de caso como una estrategia de investigación global que involucra el diseño y los momentos del proceso investigativo. En el estudio de caso se elige lo particular y se prescinde de lo general. La información obtenida de los participantes no está sujeta a criterios de verdad o falsedad, sino al criterio de credibilidad que permite interpretaciones desde diferentes lógicas y diferentes puntos de vista.

En la presente investigación se utilizó un estudio de caso intrínseco y descriptivo. Los cuales en su orden, permiten una mejor comprensión del caso en particular y la presentación de un informe básico sobre la situación del objeto de estudio.

⁶⁶ GALEANO MARÍN, María Eumelia. Estrategias de la investigación social cualitativa. La Carreta Editores. Medellín, Colombia. 2007. p. 63-81.

7. OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

7.1 FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1.1 Fuentes primarias

Emprendedores del Parque del Emprendimiento en la ciudad de Medellín, el Líder y el grupo de consultores del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento.

7.1.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias se conformaron por las revisiones de textos y documentos, publicaciones en Internet y bases de datos que traten algún asunto relacionado con el tema del emprendimiento empresarial.

7.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

7.2.1 Cuestionario

Se recolectó información aplicando un cuestionario (Anexo A) a emprendedores empresariales que reciben orientación y apoyo del Parque del Emprendimiento.

7.2.2 Encuesta

Se recolectó información aplicando una encuesta (Anexo B) a emprendedores empresariales que reciben orientación y apoyo del Parque el Emprendimiento

7.2.3 Entrevista

Se recolectó información entrevistando a dos funcionarios del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento.

7.2.4 Análisis documental

Se obtuvo información adicional analizando una base de datos suministrada por el Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento.

8. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

8.1 TALENTO HUMANO

El talento humano que contribuyó a la gestión y realización del presente trabajo de investigación está representado por el coordinador y los docentes de la Maestría en Administración – MBA de la Universidad de Medellín, por los asesores del trabajo, por el Líder del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento, por los emprendedores empresariales del Parque del Emprendimiento de la ciudad de Medellín y por el responsable del proyecto.

8.2 RECURSOS TÉCNICOS

Los recursos técnicos utilizados para la gestión y realización del presente trabajo de investigación corresponden a textos referidos al tema del emprendimiento empresarial, documentos en sitios web referidos al tema de investigación, por equipos, útiles y papelería de oficina como lapiceros, fichas, hojas de bloc, cuadernos, calculadoras, equipos de cómputo, programas de texto, hojas de cálculo, presentaciones, Internet y correos electrónicos.

8.3 RECURSOS INSTITUCIONALES

Los recursos institucionales utilizados en el presente trabajo de investigación están representados por la Escuela de Posgrados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad de Medellín, por la Biblioteca de la Universidad de Medellín y por el Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento de la ciudad de Medellín.

8.4 RECURSOS FINANCIEROS

Los recursos financieros utilizados en el presente trabajo de investigación están representados en el valor de los estudios de la Maestría en Administración – MBA, de la Universidad de Medellín, en la adquisición de documentos y libros, en desplazamientos, en el material impreso, en refrigerios y alimentación, en el pago de servicios telefónicos y públicos asignados al proyecto, en la depreciación de los equipos y en la adquisición de recursos técnicos. Con base en lo anteriormente descrito, se ha calculado una inversión total aproximada del proyecto por un valor cercano a los veinticinco millones de pesos.

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Las actividades que se llevaron a cabo para el desarrollo y elaboración del presente trabajo de investigación se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 29 Cronograma de actividades

| Actividades | 2010 | | | | | 2011 | | | | | | | |
|--|------|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago |
| Propuesta de investigación | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Información adicional | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Diseño anteproyecto | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Asesoría anteproyecto | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Presentación anteproyecto | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Correcciones anteproyecto | | ■ | | | | | | | | | | | |
| Aprobación anteproyecto | | | ■ | | | | | | | | | | |
| Diseño del proyecto | | | ■ | | | | | | | | | | |
| Retomar notas anteproyecto para proyecto | | | ■ | | | | | | | | | | |
| Recolectar información adicional | | | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Asesoría del proyecto | | | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Revisión del proyecto asesor | | | | ■ | | | | | | | | ■ | |
| Correcciones proyecto | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| Presentación del proyecto | | | | | | | | | | | | | ■ |
| Correcciones proyecto comité | | | | | | | | | | | | | ■ |
| Sustentación del proyecto | | | | | | | | | | | | | ■ |
| Entrega informe final | | | | | | | | | | | | | ■ |

Elaboración propia. Fuente: secuencia de actividades para el desarrollo del trabajo de investigación.

10. DISEÑO DE ANÁLISIS

PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO INSTITUCIONAL

Objetivo específico: describir los programas de emprendimiento empresarial de las principales instituciones de la ciudad.

PROGRAMA DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo específico: describir el programa de apoyo a la creación de empresas del Parque del Emprendimiento.

LOS EMPRENDEDORES Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo específico: describir y analizar las opiniones que tienen los emprendedores empresariales sobre la creación de empresas.

CONDICIONES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo específico: analizar las condiciones en las cuales los emprendedores empresariales crean empresas en la ciudad de Medellín.

GESTIÓN DE ACOMPAÑAMIENTO DE NUEVAS EMPRESAS

Objetivo específico: analizar los resultados de la gestión de acompañamiento a la creación de empresas del Parque del Emprendimiento.

PERCEPCIONES DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

Objetivo específico: conocer y analizar las percepciones sobre la creación de empresas que tiene parte del personal del Parque del Emprendimiento.

OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO PARA CREAR UNA EMPRESA

Objetivo específico: presentar una secuencia que optimice el tiempo para la creación de una empresa en el contexto de la ciudad de Medellín.

11. PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO INSTITUCIONAL

En la ciudad de Medellín, a partir de la promulgación de la Ley 1014 de 2006, Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, se gestó un movimiento de impulso al emprendimiento liderado por el programa Cultura E de la Alcaldía de Medellín. La Gobernación de Antioquia, universidades, instituciones educativas y entes públicos y privados de la ciudad, desde diferentes enfoques también se sumaron y han promovido con diversos programas el emprendimiento empresarial.

11.1 EMPRENDIMIENTO DE CIUDAD

11.1.1 Cultura E

El programa Cultura E⁶⁷, se define como la capacidad de una sociedad para transformar el conocimiento en actividad productiva. Cultura E es un programa promovido y financiado por la Alcaldía de Medellín que busca masificar la cultura del emprendimiento, mediante la constitución y desarrollo de nuevas empresas que respondan a las necesidades del mercado y a las dinámicas de las cadenas productivas regionales con mayores potencialidades económicas, valiéndose de la capacidad de innovación de los emprendedores.

Tabla 30 Programa Cultura E de la Alcaldía de Medellín

| Componente | Énfasis de gestión |
|----------------------------|--|
| Banco de las oportunidades | Financiar créditos pequeños con plazos flexibles y bajas tasas de interés, con énfasis en comunidades vulnerables. |
| Capital Medellín | Financiar la puesta en marcha de nuevas empresas y el fortalecimiento de empresas de reciente creación. |
| Cedezo | Promover el desarrollo de microempresas y famiempresas en función de los clúster estratégicos de la ciudad. |
| Red de microcrédito | Promover el microcrédito en proyectos productivos de diferentes grupos y segmentos de la población. |
| Concursos | Impulsar el emprendimiento a través de concursos de ideas y planes de negocio, empresas innovadoras y capital semilla. |
| Feria de emprendimiento | Promover ruedas de negocios, muestras comerciales, premiación a concursos, foros y ferias empresariales. |
| Formación para el trabajo | Capacitar personas en habilidades, destrezas y técnicas para desempeñar una actividad productiva, arte, empleo u oficio. |
| Fórmate | Promover en la ciudadanía el emprendimiento con la posibilidad de generar ideas de negocios y crear empresas. |
| Foro internacional | Aprender de experiencias empresariales exitosas, narradas por |

⁶⁷ <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/CulturaE/Paginas/ParqueE.aspx> Tomado el 22 de mayo de 2010.

| Componente | Énfasis de gestión |
|--------------------------|--|
| | directivos de empresas de alto reconocimiento. |
| Medellín, ciudad clúster | Integrar gobierno, gremios y sector educativo para promover el crecimiento empresarial de la ciudad. |
| Parque E | Promover iniciativas empresariales que provengan de investigaciones y actividades académicas. |
| ¿Por qué Medellín? | Atraer y conservar la inversión local y extranjera en la ciudad, con énfasis en los clúster estratégicos actuales y potenciales. |
| Semilleros | Promover el desarrollo de la capacidad emprendedora y de competencias claves para ser un emprendedor. |

Elaboración propia. Fuente: www.culturaemedellin.gov.co

11.1.2 Fondo Emprender del SENA - FES

El Fondo Emprender del Sena – FES⁶⁸, fue creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales de aprendices y practicantes universitarios que se encuentren en el último año de la carrera profesional o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional.

El objetivo del FES es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El FES facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios para la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

Podrán acceder a los recursos del FES, los ciudadanos colombianos, mayores de edad, que estén interesados en iniciar un proyecto empresarial en cualquier región del país y que acrediten, al momento de la inscripción del plan de negocios, alguna de las condiciones estipuladas en el artículo primero del acuerdo 007 de junio 2 de 2005.

El FES otorgará recursos hasta del ciento por ciento (100%) del valor del plan de negocio, siempre y cuando el monto de los recursos solicitados no supere los doscientos veinticuatro salarios mínimos mensuales legales vigentes.

11.1.3 Antioquia Emprendedora

Antioquia Emprendedora⁶⁹, es un programa de la Secretaría de Productividad y Competitividad de la Gobernación de Antioquia, que promueve el desarrollo de

⁶⁸ http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP. Publicado 21 de mayo de 2010, tomado el 21 de mayo de 2010.

⁶⁹ <http://www.antioquia.gov.co/organismos/scompetividad/antioquiaemprendedora.htm>. Tomado el 23 de mayo de 2010.

proyectos productivos, rentables y sostenibles en el tiempo, facilitando el acceso a recursos financieros, a través de diferentes convenios con entidades operadoras de créditos. El objetivo del programa es generar oportunidades de trabajo a partir del fomento de las iniciativas emprendedoras de los antioqueños, permitiendo con ello dinamizar y mejorar la competitividad y sostenibilidad de la economía de la región, generando equidad territorial.

Tabla 31 Programa Antioquia Emprendedora

| Componente | Énfasis de gestión |
|-------------------|---|
| Apoyo | Apoyar la vocación y potencialidad económica de los municipios y subregiones del Departamento. |
| Líneas de crédito | Crear condiciones de acceso a diferentes líneas de crédito para la puesta en marcha de proyectos productivos. |
| Aprobación | Coordinar con las entidades operadoras de crédito la aprobación de los mismos. |
| Asociatividad | Fomentar la asociatividad, el emprendimiento y las cadenas productivas. |
| Asesoría | Asesorar técnicamente el proyecto para asegurarle viabilidad. |

Elaboración propia. Fuente: www.antioquioemprededora.gov.co

11.1.4 Jóvenes con Empresa

Jóvenes con Empresa⁷⁰ es un programa creado por la Fundación Corona, COMFAMA en Medellín, COMFANDI en Cali y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el fin de contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial de Bogotá, Medellín y Cali, a través del desarrollo de un modelo de creación de empresas sostenibles y competitivas para los jóvenes de esas tres ciudades. El programa, se ha consolidado como una iniciativa que apoya la articulación de los esfuerzos que se están haciendo en torno al emprendimiento.

Tabla 32 Programa Jóvenes con Empresa

| Componente | Énfasis de gestión |
|-------------------|---|
| Capacitación | Aportar procesos innovadores a los modelos de creación de empresas a través de competencias y mejores prácticas. |
| Nuevas empresas | Brindar respuestas oportunas y acertadas a los emprendedores, a través de un acompañamiento integral a las nuevas empresas. |
| Mejores prácticas | Compartir las mejores prácticas en emprendimiento entre las instituciones aliadas al programa. |

Elaboración propia. Fuente: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=2182727>

⁷⁰ <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=2182727>, tomado el 23 de mayo de .2010.

11.1.5 Ciudad E

Ciudad E⁷¹ es un programa que busca crear y consolidar el sistema de emprendimiento de Medellín a través del fortalecimiento de las diferentes instituciones de educación superior que hacen parte del sistema para brindar a los nuevos empresarios servicios integrales de acompañamiento a sus empresas.

Ciudad E se vincula con incubadoras de empresas, centros de desarrollo empresarial, instituciones y fondos financieros, centros de ciencia, tecnología e innovación, gremios, asociaciones y organizaciones que promueven y apoyan el desarrollo empresarial para, de manera conjunta, consolidar el sistema de emprendimiento regional.

Ciudad E trabaja en el fortalecimiento de las unidades de emprendimiento de treinta y dos instituciones de educación superior de Medellín y el Valle de Aburrá, más el SENA, a través de un modelo que fortalece las capacidades institucionales y los instrumentos de apoyo que soportan la creación de empresas innovadoras y generadoras de riqueza.

Al trabajar con las unidades de emprendimiento, se fortalecen los procesos que al interior de éstas se realizan, lo que va a redundar en un mejor servicio y acompañamiento a los empresarios que se acercan a estas instituciones.

El Programa tiene como meta acompañar los procesos de creación y puesta en marcha de nuevas, brindándoles servicios de formación, consultoría, acceso a mercados, acceso a recursos financieros, mentorías, entre otros. Busca incentivar la creación de empresas sostenibles y dinámicas que contribuyan a la generación de empleo y con esto a la calidad de vida de la ciudad.

11.1.6 Ruta N

Ruta N⁷² Medellín es el centro de innovación y negocios de la Alcaldía de Medellín, que potencia nuevos negocios basados en el conocimiento con participación internacional, a través del fomento, desarrollo y fortalecimiento del ecosistema de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Su visión es ser el centro que hace de Medellín, una ciudad líder en innovación y negocios en Latinoamérica. Ruta N es la ruta de la competitividad, es el camino que todos vamos a recorrer hacia el nuevo norte y la prosperidad; es el paso que

⁷¹ <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/ciudade/Paginas/conozcanos.aspx>, tomado el 27 de octubre de 2010.

⁷² <http://www.rutanmedellin.org/info/Paginas/queesrutan.aspx>, tomado el 27 de octubre de 2010.

hará de Medellín, una ciudad en potencia. Ruta N tiene un sólo destino: La competitividad de Medellín.

A través de aprovechar y potencializar las capacidades existentes, la conexión con el mundo, la focalización de sectores estratégico, el trabajo en red, el desarrollo de la cultura, la internacionalización, el acceso a mercados, el acceso a capital y la gestión de innovación, Ruta N pretende conectar a Medellín con el mundo y promover el desarrollo de nuevas oportunidades de innovación empresarial.

11.2 EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

La Ley 1014 de 2006, Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento impulsó en las instituciones de educación superior la creación de programas y unidades de emprendimiento como instrumento de gestión y fomento a la creación de nuevos negocios en la ciudad de Medellín.

11.2.1 Universidad de Medellín

La Universidad de Medellín creó la Unidad de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial – UEDE⁷³, adscrita a la Vicerrectoría de Extensión y que tiene como fin promocionar e incentivar la cultura y el fortalecimiento del emprendimiento y el empresarismo, como aporte a la formación integral de los estudiantes. Su función principal es el acompañamiento en la creación de empresas a estudiantes, egresados, grupos de investigación y comunidad en general. La gestión empresarial plantea la relación de la UEDE con las demás instituciones que realizan procesos similares en el ámbito local, regional y nacional y la participación de la Universidad en proyectos de desarrollo y crecimiento económico⁷⁴.

Tabla 33 Programa de Emprendimiento de la Universidad de Medellín

| Línea | Énfasis de gestión |
|----------------------------------|--|
| Fomento a la cultura empresarial | Talleres en mentalidad empresarial, creatividad e innovación, charlas empresariales y concursos de planes de negocios. |
| Preincubación | Asesorías en oportunidades de negocios, en formulación del plan de negocios y en el desarrollo de prototipos. |
| Financiación | A través del fondo rotatorio de capital semilla y de otras fuentes de financiación de entidades aliadas. |
| Creación de empresas | Acompañamiento y orientación en la creación, puesta en marcha y operación de la empresa. |

⁷³ <http://www.udem.edu.co/UDEM/Extension/UnidadEmprendimiento/>, tomado el 22 de mayo de 2010

⁷⁴ <http://www.udem.edu.co/UDEM/Extension/UnidadEmprendimiento/presentacion.htm>, tomado el 22 de mayo de 2010.

| Línea | Énfasis de gestión |
|-----------------------|--|
| Formación empresarial | Línea de énfasis y trabajos de grado en empresarismo, con investigación aplicada. |
| Gestión empresarial | Proyectos de desarrollo y transferencia del modelo, alianzas interinstitucionales y emprendimiento social. |

Elaboración propia. Fuente: www.udem.edu.co

11.2.2 Universidad EAFIT

La Universidad EAFIT⁷⁵, a través del Centro para la Innovación, Consultoría y Empresarismo - CICE, creado en el 2006, ofrece soluciones a empresas, gobiernos, instituciones educativas, emprendedores, organizaciones y demás entes de la sociedad, mediante la prestación de servicios y productos que estén sustentados en el conocimiento y experiencia de las diferentes áreas académicas y de investigación de la Universidad. A través de su actividad, el CICE realiza transferencia de tecnología y conocimientos con el fin de contribuir al desarrollo social y económico de la región y el país.

Tabla 34 Programa de Emprendimiento de la Universidad EAFIT

| Principio | Énfasis de gestión |
|-----------------------------------|---|
| Desarrollo integral | Buscar que la iniciativa de negocio contribuya al desarrollo material e intelectual de los emprendedores y de sus comunidades. |
| Innovación e investigación | Medir qué tan unida se encuentra la innovación del proyecto con las líneas de trabajo de los grupos de investigación de EAFIT. |
| Competitividad internacional | Promover la proyección internacional de las iniciativas de negocio y apoya la internacionalización de sectores claves de la economía. |
| Multidisciplinabilidad | Promover el pluralismo, la excelencia académica, la construcción de redes de contacto y la complementariedad de saberes. |
| Desarrollo intelectual y material | Promover el desarrollo de líneas de investigación, la cofinanciación de proyectos y el apoyo a programas académicos y sociales. |

Elaboración propia. Fuente: www.eafit.edu.co

11.2.3 Universidad Nacional

La Unidad de Emprendimiento de la Universidad Nacional⁷⁶, es una dependencia de la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas, sede Bogotá, y tiene como fin promover la cultura del emprendimiento, integrando las diferentes facultades, en la construcción de un modelo de planes de negocio de alto impacto social, viabilidad económica y sostenibilidad. La Universidad Nacional cuenta además con UNEmpresas, una

⁷⁵ http://www2.eafit.edu.co/emprendedores_eafit/, tomado el 22 de mayo de 2010.

⁷⁶ <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/informacion.htm>, tomado el 22 de mayo de 2010.

unidad estratégica de acompañamiento en la creación de empresas, la cual mediante las fases de identificación, adiestramiento, perfeccionamiento y armonía, posibilita la generación de ideas, susceptibles de convertirse en nuevas empresas.

Tabla 35 Programa de Emprendimiento de la Universidad Nacional

| Fase | Énfasis de gestión |
|------------------------------|---|
| Sensibilización | Promover la participación académica mediante charlas sobre emprendimiento y aspectos generales de los planes de negocio. |
| Identificación | Conocer el grado de madurez de la iniciativa y su posición en el entorno, y determinar el nivel de apoyo en capacitación y asesoría |
| Formulación | Parametrizar los planes de negocios en los formatos requeridos y gestión de estudio y aprobación de asesores y comité de la UEE. |
| Puesta en marcha | Construir la propuesta de valor del proyecto y presentarlos a las entidades de apoyo que les permitan operar en el mercado natural. |
| Aceleración y acompañamiento | Maximizar la gestión del proyecto, mediante la innovación continua y la internacionalización del negocio. |

Elaboración propia. Fuente: www.unal.edu.co

11.2.4 Universidad de Antioquia

La Unidad de Emprendimiento Empresarial - UEE de la Universidad de Antioquia, es un ente subordinado al Programa de Gestión Tecnológica – PGT⁷⁷, que facilita la participación de la comunidad universitaria en procesos de innovación y creación de nuevas empresas. La UEE permite dar respuesta a las necesidades de los nuevos profesionales, en términos de plantear como opción de trabajo y de vida el empresarismo, enmarcado en un contexto global del fortalecimiento de la gestión tecnológica, con énfasis en el desarrollo de metodologías adecuadas para la transferencia de resultados de investigación y el fomento del emprendimiento.

Tabla 36 Programa de Emprendimiento de la Universidad de Antioquia

| Área | Énfasis de gestión |
|----------------------|---|
| Formación | Actividades de sensibilización y motivación, formación empresarial, formación de equipos y generación de ideas de negocios. |
| Preincubación | Asesoría a la comunidad universitaria y grupos de investigación aplicada para la formulación de planes de negocios. |
| Creación de empresas | Asesoría en la constitución y consolidación de empresas, a partir de resultados del Sistema Universitario de Investigación – SUI. |
| Proyectos especiales | Gestionar proyectos específicos en coordinación con diferentes agencias gubernamentales, ONGs y comunidad internacional. |

Elaboración propia. Fuente: www.udea.edu.co

⁷⁷<http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/Programas/A.GestionTecnologica/E.Servicios/A.Empe ndimiento>, tomado el 22 de mayo de 2010

11.2.5 Universidad Cooperativa de Colombia - UCC

La Unidad de Emprendimiento de la UCC⁷⁸, sede Medellín, tiene como propósito brindar los conocimientos necesarios para crear una empresa a través de un esquema fácil de seguir y una metodología sencilla de aplicación, consistente en el acompañamiento de los procesos que se desarrollen para transformar ideas potenciales en empresas sostenibles. Esta dependencia, es el lugar donde se gesta y promueve la cultura del emprendimiento productivo y social empresarial, fundamentada en los principios, valores y políticas de la economía solidaria.

Tabla 37 Programa de Emprendimiento de la UCC

| Línea | Énfasis de gestión |
|----------------------|--|
| Sensibilización | Conversatorios, conferencias y campañas orientadas a fomentar la cultura del emprendimiento en la comunidad universitaria. |
| Capacitación | Capacitación integral en emprendimiento individual y grupal a estudiantes, docentes, egresados, empleados y comunidad. |
| Ideas de negocio | Asesoría y acompañamiento en la generación, diseño y desarrollo de ideas de negocios. |
| Planes de negocio | Asesoría y acompañamiento en estructuración, evaluación y viabilidad de planes de negocios. |
| Creación de empresas | Gestión de recursos para financiar la empresa a crear, puesta en marcha e implementación de la responsabilidad social empresarial. |

Elaboración propia. Fuente: www.ucc.edu.co

Los programas de emprendimiento institucional, en sus dos modalidades, programas de emprendimiento de ciudad y programas de emprendimiento universitario, seguirá siendo un pilar fundamental para el desarrollo y consolidación de la cultura del emprendimiento en la ciudad de Medellín.

De las experiencias aprendidas, cada vez hay mayor claridad en la segmentación del emprendimiento como modelo para el desarrollo económico y social de la ciudad. Existe un primer segmento que se puede denominar emprendimiento de sostenimiento o emprendimiento barrial que atienden programas como los Centros de Desarrollo Zonal Empresarial – CEDEZOS, el Concurso de Capital Semilla en coordinación con el Banco de las Oportunidades.

Otro segmento es el del emprendimiento de innovación que busca estimular la creación de nuevas empresas en la población universitaria, y que es atendido por el Parque del Emprendimiento y por las unidades de emprendimiento de las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.

⁷⁸ <http://www.ucc.edu.co/popayan/Paginas/UnidaddeEmprendimiento.aspx>, tomado el 22 de mayo de 2010

El programa de Ciudad E, busca agrupar las experiencias de las unidades de emprendimiento de las instituciones de educación superior, con el fin de encontrar puntos convergentes para luego tratar de homogenizar en alguna medida la misión objetivo de dichas unidades de emprendimiento. Una primera aproximación conceptual es que la vocación de las unidades de emprendimiento de dichas instituciones es formular el plan de negocios y atender en parte la preincubación.

Para continuar con la cadena de valor de emprendimiento, el siguiente paso de la incubación ha sido impulsado por el Parque del Emprendimiento y por el programa CREAME, antes llamado Incubadora de Empresas.

Y un tercer segmento es el del emprendimiento de valor agregado impulsado por Colciencias y otras instituciones de investigación científicas, para llevar los resultados obtenidos en dichas investigaciones al plan de la creación de empresas. Sin dejar de lado la generación de riqueza para el emprendedor y su grupo familiar, todos estas modalidades de emprendimiento propender por una sociedad más equitativa en pro del desarrollo económico y social.

12. PROGRAMA DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS⁷⁹

El Parque del Emprendimiento o Parque E, nace como una iniciativa de la Universidad de Antioquia y la Alcaldía de Medellín, para fortalecer la cultura del emprendimiento y para acompañar el proceso de creación de empresas a partir de las oportunidades de negocio o de los resultados de investigaciones y actividades académicas identificadas por los emprendedores.

El Parque E está inscrito dentro de la línea estratégica ‘Medellín, productiva, competitiva y solidaria’, del Plan de Desarrollo 2004–2007 ‘Medellín Compromiso de toda la Ciudadanía’, que busca promover la cultura del emprendimiento desde la juventud, aprovechando los conocimientos que en esta materia han sido construidos por diversas organizaciones en diferentes sectores de la economía urbana y rural del municipio.

Para alcanzar este objetivo, la Universidad de Antioquia cuenta con una dinámica que posibilita fortalecer la cultura del emprendimiento entre la comunidad universitaria con quienes desarrolla actividades de sensibilización, capacitación y asesoría de proyectos de empresas por medio de la Unidad de Emprendimiento Empresarial – UEE y el apoyo de la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia (IEBTA) junto con Interactuar.

El Área de Apoyo a la Creación de Empresas – AACE del Parque del E, tiene como propósito prestar el servicio de acompañamiento en las fases de planeación, puesta en marcha y/o consolidación empresarial de las empresas o de las iniciativas empresariales que presenten emprendedores y empresarios

Para cumplir con dicho propósito el AACE tiene diseñado un programa de apoyo a la creación de empresas que consta de las siguientes fases.

Fase de planeación

El objetivo de esta fase es apoyar en la identificación de ideas de negocio con viabilidad empresarial y su posterior elaboración del plan de negocios. La intervención de esta fase consiste en el apoyo para el desarrollo del plan de negocios, definición de alternativas de modelo de negocios, validación comercial, modelos producto o servicios, desarrollo de prototipos o pilotaje comercial y direccionamiento en investigación de mercados.

⁷⁹ Este capítulo se elabora con base a un documento en formato Word suministrado por Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento (nota del autor).

Fase de puesta en marcha

El objetivo de esta fase es apoyar al emprendedor que tiene un modelo de negocios definido, con prototipo o pilotaje desarrollado, y con un acercamiento comercial o en su defecto, con un plan de negocios estructurado. La intervención de esta fase consiste en asesorías integrales en el componente legal, técnico, organizacional, comercial, financiero y humano de la nueva empresa.

Fase de consolidación empresarial

El objetivo de esta fase es el apoyo a empresas ya formalizadas y con actividad comercial constante en los últimos seis meses. Si están constituidas, sólo se presta el servicio a empresas con menos de dos años de haber obtenido el Registro Mercantil. La intervención en esta fase consiste en asesorías avanzadas en aspectos relacionados con el direccionamiento estratégico, inteligencia de mercados, estrategias comerciales, reingeniería de procesos, cultura organizacional, clima y equipos de alto rendimiento, desarrollo técnico del producto, sistemas de información, propiedad intelectual y fortalecimiento de competencias empresariales del equipo humano.

Como apoyo a la realización de las fases de planeación, puesta en marcha y consolidación, el AACE, cuenta con los siguientes medios técnicos y humanos.

Plan de negocios

El plan de negocios es el proyecto escrito que evalúa todos los aspectos de factibilidad económica de una iniciativa empresarial con una descripción y análisis de perspectivas empresariales.

Convenios

Son pactos, acuerdos entre personas, organizaciones, instituciones, etc., que propicia el AACE para que el emprendedor empresarial muestre sus productos o servicios o realiza alianzas para desarrollo conjuntos de productos similares.

Gestor empresarial

El gestor empresarial es el profesional especializado en el área de estudio o de análisis, con trayectoria reconocida en ese campo, experiencia en la preparación y evaluación de Planes de Negocio y con experiencia en procesos de emprendimiento, desarrollo de iniciativas empresariales y conocimiento de las dinámicas y tendencias del mercado y los negocios. El trabajo en red de los gestores empresariales y del Líder del AACE, así como la interrelación de éstos con el entorno, permiten la identificación, análisis, y respuesta al riesgo

concerniente a cada proyecto y su correcto direccionamiento, estableciendo un plan de acción adecuado, denominado plan de intervención.

Comité de intervención

El comité de intervención es un grupo multidisciplinario integrado por los gestores empresariales, el líder del Área de Apoyo a la Creación de Empresas, al menos un empresario y miembros de entidades de apoyo de reconocida trayectoria en emprendimiento empresarial. El Comité tiene por objetivo definir y direccionar el acompañamiento que se le brindará a cada uno de las iniciativas que soliciten acompañamiento del Parque, el cual se evidencia en el plan de intervención.

Mesa de recursos

La mesa de recursos está integrada por el líder AACE, los gestores empresariales y representantes del convenio, que valide la aplicación de recursos. El objetivo de este comité es definir a cuales empresas se les asigna los recursos de la línea de fortalecimiento empresarial.

Recursos para el fortalecimiento empresarial

Los recursos para el fortalecimiento empresarial, es una bolsa de recursos especiales para algunos proyectos que se encuentran en fase de puesta en marcha o fortalecimiento empresarial. Su objetivo es apoyar a los emprendedores con recursos para el desarrollo de prototipos o pilotaje comercial, registro de marca, horas de especialista técnico, valoraciones financieras, material publicitario, registro INVIMA, validaciones comerciales y participación en ferias o ruedas de negocios.

Capacitaciones

Las capacitaciones son programas desarrollados para fortalecer las competencias de los emprendedores tanto en el ser como en el hacer, a fin de obtener mejores niveles de desempeño para el desarrollo del proyecto empresarial. Estos son operados por medio del Área de Fomento a la Cultura Emprendedora.

En el anterior programa de apoyo al emprendimiento empresarial, se distinguen claramente tres fases que son planeación, puesta en marcha y consolidación. Se espera que los emprendedores que buscan orientación y apoyo en el Parque del Emprendimiento para la creación de una nueva empresa, recorra las tres etapas. Al Parque del Emprendimiento, concretamente al Área de Apoyo a la Creación de Empresa – AACE, le interesa sobremanera que el emprendedor no se quede en la

etapa de plan de negocio, sino que del paso siguiente a la puesta en marcha del negocio, con todas las dificultades y retos de dichas acciones implican⁸⁰.

⁸⁰ Comentario del autor.

13. LOS EMPRENDEDORES Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS

13.1 RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO

A continuación se transcriben las respuestas de un cuestionario (Anexo A) que se aplicó a un grupo de cinco emprendedores empresariales, que han recibido orientación del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento, y que se encontraban en la etapa de planeación o puesta en marcha del negocio al momento de realizar el presente trabajo de investigación⁸¹.

13.1.1 Definición de emprendimiento

Los emprendedores definen el emprendimiento como un deseo que se convierte en reto y luego en proyecto de vida. El emprendimiento es la acción de realizar una idea económicamente viable y que logre economías de escala. Es una oportunidad para llevar ideas innovadoras a empresas. Es el esfuerzo por crear y sacar adelante una empresa. Es el proyecto base que parte de la iniciativa de una idea con miras a desarrollarse en el campo empresarial.

Esta definición tiene coincidencia con la etapa de motivación que plantea Rodrigo Valera en su modelo de formación de empresas. El emprendedor debe desear serlo para iniciar el proceso de creación de su propia empresa. El deseo se puede interpretar con una ruptura de su condición actual, lo que Albert Shapero llama el cambio de trayectoria vital, momento en el cual el emprendedor evalúa su situación actual y toma la decisión de iniciar la carrera empresarial.

13.1.2 Características del emprendedor

Un emprendedor empresarial se caracteriza por ser perseverante, tener capacidad de convencimiento, contactos e inteligencia. Tener persistencia, positivismo, pero debe ser muy aterrizado y tener mucho conocimiento del tema. Ser optimista, dedicado, creativo, recursivo y tener un deseo de continua capacitación. Tener disposición, pasión por su negocio y mucha confianza en lo que hace.

Estas características tienen coincidencia con las agrupadas por categorías por Rodrigo Valera y Jeffry Timmons. Las categorías de Valera se resumen en *motivacionales, de comportamiento, físicas e intelectuales*. Entre tanto las categorías de Timmons se resumen en *compromiso, liderazgo, oportunidad, riesgo creatividad y excelencia*.

⁸¹ El cuestionario a los emprendedores empresariales se aplicó durante el primer semestre el año 2011 (nota del autor).

13.1.3 Por qué triunfan los emprendedores

Los emprendedores expresaron que los emprendedores triunfan por tener dedicación y fe en lo que hacen, por trabajar en equipo, por entender que saber que no se las saben todas, por perseverancia y capacidad de negociación, por su pasión en su profesión, por la dedicación, orden y claridad. Por luchar incondicionalmente, no darse por vencidos a pesar de las circunstancias adversas.

Estos factores de triunfo de los emprendedores están relacionados con lo que Rodrigo Valera denomina capacidad empresarial. Es decir, la capacidad que tiene un empresario para diseñar, montar, operar y sostener una empresa. Coincide igualmente, con la perspectiva empresarial planteada por Ronstand que relaciona con la capacidad del empresario de apreciar elementos únicos en cada proyecto, identificar lo relevante de la experiencia empresarial propia y ajena y en evaluar los efectos del proyecto en el corto y largo plazo.

13.1.4 Por qué fracasan los emprendedores

De otro lado expresaron que los emprendedores fracasan por falta de recursos, por no lograr un nivel de ventas que les permitan economías de escala, por falta de motivación, falta de pasión por lo que se hace. Por el desorden, por la poca credibilidad en sus negocios y por darse por vencidos inclusive en la etapa media del proyecto.

De igual manera, estos factores de fracaso coinciden con lo que Rodrigo Valera denomina poca capacidad empresarial para diseñar, montar, operar y sostener una empresa. Como plantea Karl Vespers con respecto a los elementos básicos de un negocio, la falta de recursos no es un efecto sino la causa de una falla empresarial, como la carencia de habilidades empresariales, una idea de negocio poco estructurada, falta de contactos e inclusive fallas en los factores del entorno del negocio.

13.1.5 Obstáculos para emprender un negocio

Los emprendedores manifestaron que los obstáculos que se les han presentado en sus emprendimientos son la falta de recursos económicos, la iliquidez, las discusiones y problemas con los socios, problemas en producción y en ventas, los reclamos de los familiares, la falta de contactos y que en ocasiones las cosas no salen como se esperan, pero aquí es donde debe salir a flote la persistencia para mantenerse en el negocio.

Con respecto al modelo presentado por Karl Vespers, en el que plantea que el conocimiento técnico, la oportunidad, los contactos personales, los recursos y los clientes por pedido, son los elementos básicos de todo negocio, se aprecia una alta relación de los obstáculos descritos por los emprendedores para iniciar y sostener sus propias empresas. Sin embargo, como plantea Rodrigo Valera, el emprendimiento empresarial no es un proyecto a corto plazo sino a largo plazo. En la etapa de supervivencia de su modelo de formación de empresas, plantea que ese es el momento del tránsito del estado de pérdidas al estado de utilidades. En este sentido, la perseverancia es el factor que debe predominar en el empresario.

13.1.6 Índice de creación de nuevas empresas

Los emprendedores manifestaron que el bajo índice de creación de nuevas empresas se debe a la falta de apoyo real del estado, a la poca sinergia de las instituciones pertenecientes a la Alcaldía, la falta de creatividad en el momento de desarrollar las ideas de negocio, por ser un plan de la Alcaldía más de carácter social que de crear industrias. Por la falta de recursos y el temor del emprendedor de lanzarse al mercado, por el desconocimiento del emprendedor. Por exceso en los trámites legales, por la falta de credibilidad en las microempresas, porque no hay flexibilidad en entidades financieras con quienes están iniciando, le prestan mayor atención a las grandes empresas y no a las microempresas que es donde se encuentra casi el 80% de las empresas.

Como manifiesta Rodrigo Valera se requiere de espíritu empresarial para la creación de nuevas empresas. Este espíritu empresarial está en el emprendedor-empresario y debe ser estimulado por las entidades y programas que apoyan e impulsan el emprendimiento empresarial. Por su parte, Jeffrey Timmons manifiesta que el espíritu empresarial ocurre y deja de ocurrir en las nuevas y viejas empresas, en las pequeñas y grandes, en las de crecimiento lento y rápido, en las privadas y públicas. Por lo tanto es el líder empresarial quien es el dinamizador del proceso de creación de nuevas empresas.

13.1.7 Apoyos recibidos

Han recibido un poco de apoyo del Estado, más apoyo de la universidad y de la familia. Un emprendedor expresó que utilizó un tiempo valioso tratando de ganar concursos que concentrándose en la empresa. Los emprendedores han recibido apoyo en acompañamiento, en capacitaciones y en recursos económicos. De la universidad han recibido capacitación en mercadeo, finanzas, legislación. Acompañamiento con juntas asesoras, ruedas de negocio, plan de valoración financiera y publicitar la empresa en medios escritos y radiales.

Al respecto, plantea Rodrigo Valera que el empresario por sí solo no puede garantizar la permanencia de la nueva empresa en el mercado, para ello requiere del apoyo de entidades que faciliten los procesos de incubación, programas de asesoría, línea de financiación, fondos de garantías, capitales de riesgo, capitales semillas, trámites sencillos, incentivos fiscales, entre otras políticas de apoyo a la creación de nuevas empresas. Las entidades de apoyo, deben comprender mejor que para alcanzar elevados índices de prosperidad y desarrollo económico y social, es necesario fortalecer los procesos de creación de nuevas empresas.

13.1.8 Factores determinantes para crear empresas

Según los emprendedores los factores determinantes para crear empresas es tener una idea de negocio innovadora, bien plasmada en el papel (un verdadero plan de negocios), con recursos necesarios para el montaje y operación, con un nivel de ventas acorde con las economías de escala y con precios competitivos. Características personales apropiadas como el convencimiento, la motivación y el buen conocimiento de la idea de negocio para sacarla adelante. Las ganas y recursos de capital suficientes. Haber realizado una adecuada investigación de mercados para desarrollar bien la idea de negocio y la actitud apropiada para que esa idea se convierta en una empresa viable.

Concuerdan estos factores con los elementos planteados por Karl Vespers que deben estar presentes en todo negocio: conocimiento técnico, oportunidad, contactos personales, recursos y clientes con pedido. El emprendedor-empresario debe conocer bien su negocio, debe tener una oportunidad de negocio clara y viable, deber construir una red de contactos de proveedores y clientes, debe contar con todos los recursos que son necesarios para el montaje y funcionamiento del negocio y debe contar con clientes reales que compren sus productos y que pagan por su adquisición. Concuerda además, con la importancia que le otorga Rodrigo Valera al plan de negocio como instrumento de análisis integral del negocio en sus aspectos de mercado, técnicos, administrativos, legales, financieros y sociales.

13.1.9 Retos del emprendimiento

Según los emprendedores los retos del emprendimiento son conseguir apoyo real, no desfallecer cuando se tiene una idea clara. Crear empresas de valor agregado. Sacar los proyectos de investigación de las universidades, y destinar una fuerte cantidad de recursos hacia estos proyectos, ya que lo que sea solo operativo, a pesar que en el corto plazo genere empleos, en el largo plazo desaparecerá, ya que existen menores salarios en otros regiones y países como por ejemplo en China. Mucho esfuerzo, mucho positivismo y perseverancia. Convertir esa idea

inicial en un negocio viable que sea sostenible y duradero en el tiempo. Diseñar y crear negocios productivos y competitivos

Los retos del emprendimiento empresarial son compartidos entre el emprendedor y las entidades que impulsan la creación de empresas. Por parte del emprendedor debe evaluar muy bien lo que Albert Shapero denomina la perspectiva de percepción de deseabilidad y la percepción de factibilidad, como elementos concordantes para que se dé el cambio de trayecto vital en el individuo que desea ser empresario. Hecho que coincide con la teoría de motivación al logro desarrollada por David McClelland, sin el deseo por lograrlo es imposible tener éxito en la creación de una nueva empresa. Por parte de las entidades y redes de apoyo, el reto es que las buenas intenciones de dichas entidades se materialicen en facilitarle al emprendedor-empresario la adquisición de recursos físicos, humanos y financieros para el montaje y operación de sus negocios.

13.2 ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO

El emprendimiento empresarial como deseo y como proyecto de vida, plantea una connotación de interiorización del individuo para llevar a cabo la tarea de emprender la creación de una nueva empresa. Visto de esta manera, el emprendimiento empresarial es el deseo profundo de un individuo de lograr su realización personal mediante el esfuerzo, la innovación y la retribución económica, los cuales se ven reflejados en la planeación, montaje y puesta en marcha de la nueva empresa. En este contexto, de interiorización del individuo, la nueva empresa es una proyección de la personalidad del individuo emprendedor.

Mucho se dice y se escribe sobre las características personales de los emprendedores, sin lugar a dudas, uno de los temas centrales en toda referencia el tema del emprendimiento empresarial. En este punto la reflexión que se plantea no es hacer una lista sobre dichas características. Una lista que de buena intención tiene un marco más o menos exagerado de positivismo. El emprendedor debe ser creativo, perseverante, líder, recursivo, inteligente, paciente, etc. Pero ¿si es posible que un individuo reúna todas esas cualidades? Tal vez, no es posible, pero lo cierto es que son necesarias para emprender la compleja tarea de crear una empresa. En teoría, aquellos emprendedores que estén más o menos adelantados en dichas cualidades, tendrán más éxito que aquellos que no.

El trabajo en equipo, entre otros factores asociados con el emprendimiento empresarial, surge como un factor relevante para el éxito o fracaso en la gestión de crear una nueva empresa. Sin embargo, ya sea por razones culturales, sociales o educacionales, la realidad en el contexto de la ciudad de Medellín, es que el trabajo en equipo es bastante difícil. Es posible encontrar algunas razones en el mismo costumbrismo paisa que muestra un paisa vivo, tumbador, ventajoso, recursivo e individualista, y estas condiciones no favorecen en nada la

asociatividad y el trabajo en equipo en general y, mucho menos, en la difícil y compleja tarea de crear y sostener una nueva empresa.

El emprendimiento empresarial no es un camino fácil, los obstáculos son innumerables, desde problemas de liquidez, falta de recursos, problemas entre socios, problemas en producción y ventas y hasta presión y falta de apoyo de los familiares. Sin desconocer la importante que tiene plan de negocio, como un documento que detalla aspectos de mercado, técnicos, administrativos, legales y financieros, es pertinente también considerar las dificultades antes mencionadas, con el fin de plantear estrategias con la debida anticipación para mitigar en alguna medida los impactos desfavorables que tales dificultades generan en el emprendedor y en su propósito de sacar adelante su nueva empresa

El bajo índice de creación de nuevas empresas plantea una responsabilidad compartida entre el emprendedor y el Estado, a quien le corresponde, no sólo impulsar la cultura del emprendimiento, sino diseñar e implementar estrategias que permitan un mayor acceso a recursos financieros, acceso mercados, capacitación en gestión de empresas, y hasta inclusión en sectores económicos y cadenas productivas. En muchos estamentos sociales el apoyo al emprendimiento empresarial está supeditado, no al apoyo en sus comienzos, qué es la etapa más difícil, sino cuando el emprendedor por sus propios medios y superando obstáculos, logra tener un relativo éxito empresarial. En este momento sólo es visible el emprendedor para gran parte del tejido social y empresarial de la ciudad

Considerando que existen muchos factores determinantes para la creación de una nueva empresa, es notoria la importancia que tiene la idea de negocio en todo el proceso del emprendimiento empresarial. La idea de negocio es entonces el pilar para la planeación, montaje y puesta en marcha de una nueva empresa. En este orden de ideas, se plantea la siguiente reflexión: ¿de qué depende que un emprendedor tenga una idea clara de negocio? Cómo se planteó al inicio del presente análisis, la claridad de la idea de negocio dependerá entonces del nivel de interiorización que tenga el emprendedor para entender, representar, comunicar y materializar su idea en una nueva empresa.

Los retos del emprendimiento empresarial necesariamente están asociados a un apoyo real y tangible por parte del Estado y de las demás instituciones que de una u otra manera impulsan la cultura del emprendimiento, especialmente en las etapas iniciales del proceso de creación de nuevas empresas. Por parte del emprendedor los retos están asociados a una profunda reflexión personal sobre sí el emprendimiento, más que el resultado de tener una nueva empresa con fines económicos y de bienestar individual y familiar, realmente sea una interiorización del deseo de convertirse en un futuro empresario, porque tiene la convicción de que el emprendimiento empresarial es un pilar esencial de su proyecto de vida.

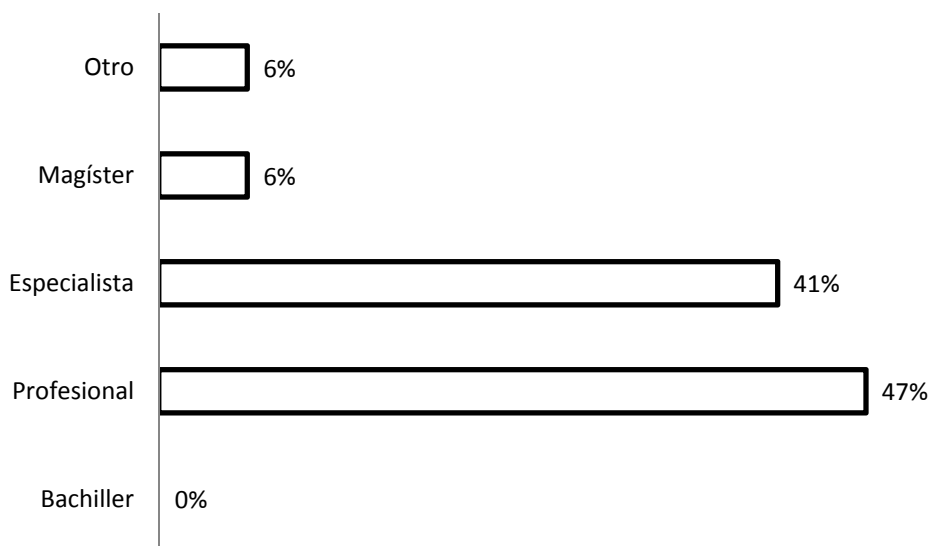
14.CONDICIONES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

14.1 RESPUESTAS DE LA ENCUESTA

A continuación se grafican y se describen los resultados de una encuesta (Anexo B) que se aplicó a un grupo de diecisiete emprendedores empresariales que han recibido orientación y acompañamiento del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento en la ciudad de Medellín.

14.1.1 Nivel de formación

Gráfico 7 Nivel de formación de los emprendedores



Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

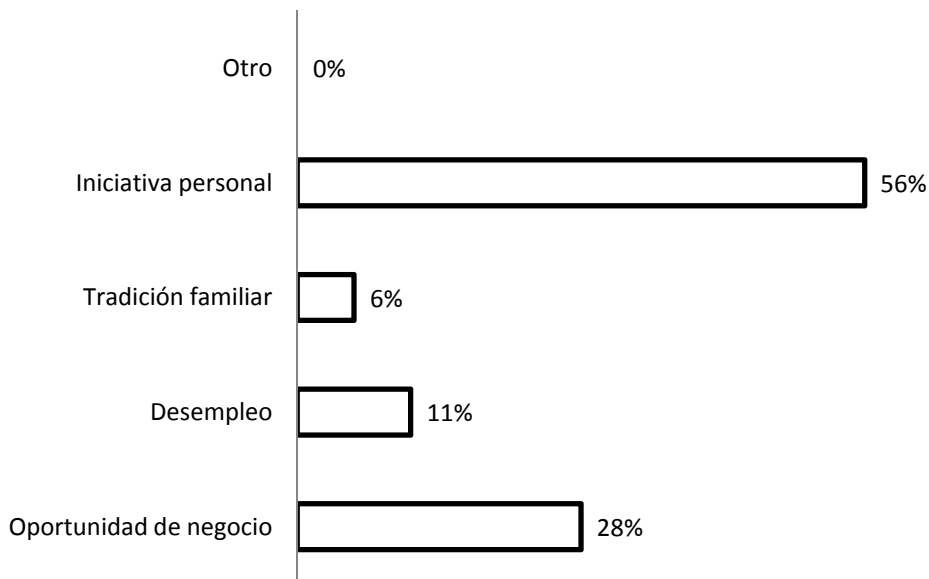
En los emprendedores que asisten al Parque del Emprendimiento en busca de apoyo a la creación de sus nuevas empresas, predomina la formación profesional, seguido muy cerca de los emprendedores con estudios de especialización.

El factor educacional concuerda con lo expresado por Peter Drucker, quien plantea que para el proceso de creación de empresas, el empresario necesita de conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes y atributos, pero sobre todo trabajo para lograr la formación y el desarrollo que el proceso exige. Para Drucker la acción empresarial es una conducta más que un rasgo del carácter y plantea

que su base es conceptual y teórica, no meramente intuitiva, y por lo tanto, dicha acción empresarial puede estudiarse y aprenderse. El emprendedor necesita educación, formación y capacitación para iniciar y consolidar un proceso de creación de una nueva empresa. Como plantea Rodrigo Valera en los mitos del empresario: la educación es la única forma mediante la cual el empresario mejora su habilidad de gestión y de elevar las probabilidades de supervivencia y crecimiento de la empresa

14.1.2 Motivo del emprendimiento

Gráfico 8 Motivo del emprendimiento empresarial



Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

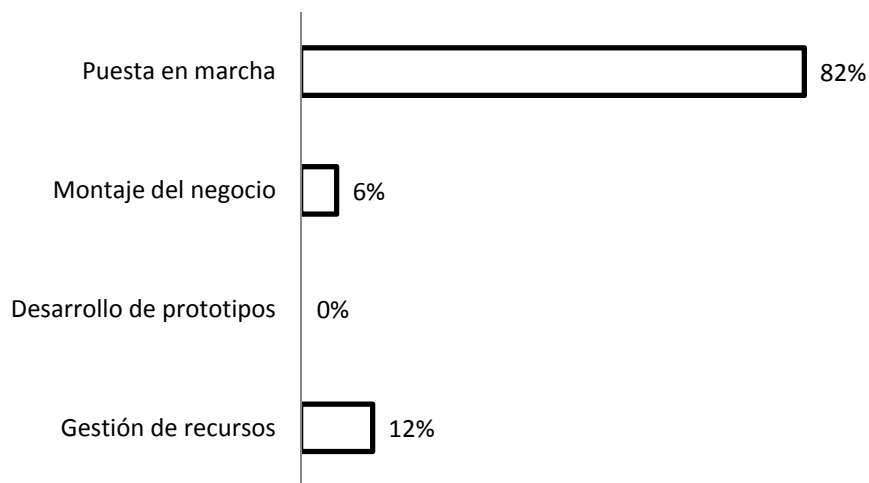
La iniciativa personal es el factor más relevante a la hora de emprender la creación de una nueva empresa por parte de los emprendedores, seguido de la oportunidad de poner un nuevo negocio. Contrario a lo que comúnmente se puede creer, el desempleo no es un impulsor del emprendimiento, así como la tradición familiar.

Esta iniciativa personal, concuerda con lo que Albert Shapero denomina evento empresarial, que es la condición individual, empresarial y social para que se dé la creación de una nueva empresa, y que está definido por cinco características interrelacionadas entre sí: iniciativa, recursos, administración, autonomía y riesgo.

Concuerda además con la teoría de motivación al logro de MacClelland, la teoría de cambio de trayectoria vital de Shapero y la etapa de motivación del modelo de formación de empresas de Rodrigo Valera. Nadie obliga a un emprendedor a crear su propia empresa, es su iniciativa o impulso interior quien lo moviliza en tal sentido.

14.1.3 Estado actual del emprendimiento

Gráfico 9 Estado actual del emprendimiento



Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

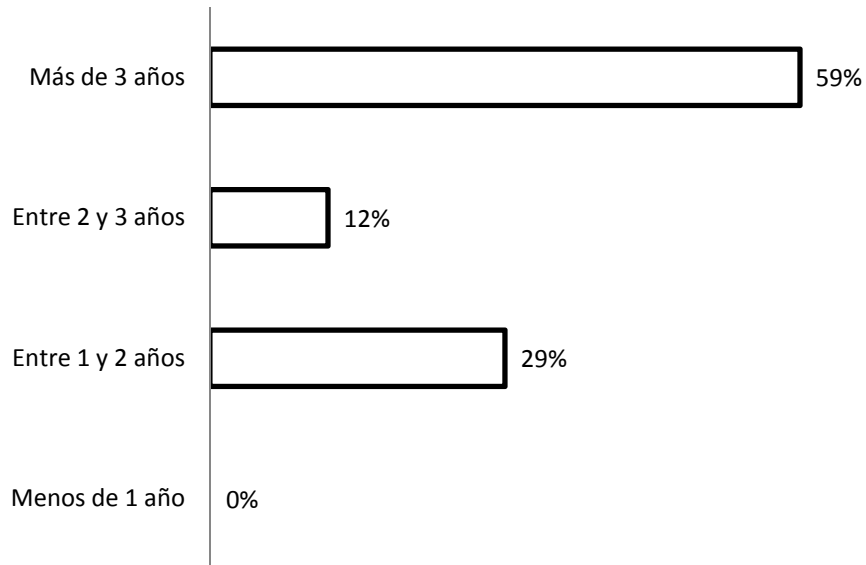
La puesta en marcha del negocio es la fase predominante entre los emprendedores encuestados, seguido en forma muy alejada por las fases de gestión de recursos y de montaje del negocio.

Esta fase coincide con el modelo de formación de empresas de Rodrigo Valera en la etapa de nacimiento del negocio, en la cual se realizan los trámites legales, se adquieren materias primas y equipos y se inician las labores de producción y venta de productos o servicios. La fase de puesta en marcha del negocio es crucial en el proceso de formación de empresas. En esta fase el emprendedor tiene dificultades y obstáculos que pueden poner en duda su carrera empresarial. En esta fase el espíritu empresarial y el apoyo de las redes de contactos es crucial para éxito del proceso. Esta fase de puesta en marcha igualmente coincide con la etapa de nacimiento que planteó Alan Gibb en su modelo de formación de empresas compuesto por seis etapas y que es muy apropiado para los emprendedores de los países en desarrollo. Estas etapas son: adquirir motivación

y generar ideas, validar la idea, establecer tamaño viable y recursos necesarios, negociar la entrada, nacimiento y supervivencia

14.1.4 Tiempo invertido en el emprendimiento

Gráfico 10 Tiempo invertido en el emprendimiento



Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

El tiempo predominante es el de más de 3 años, el cual coincide con el predominio de la fase de puesta en marcha del negocio, la cual según los expertos dura entre 3 y 5 años, para dar paso a las fases de consolidación y aceleración que se caracterizan por la apertura de nuevos mercados y el desarrollo de nuevos productos.

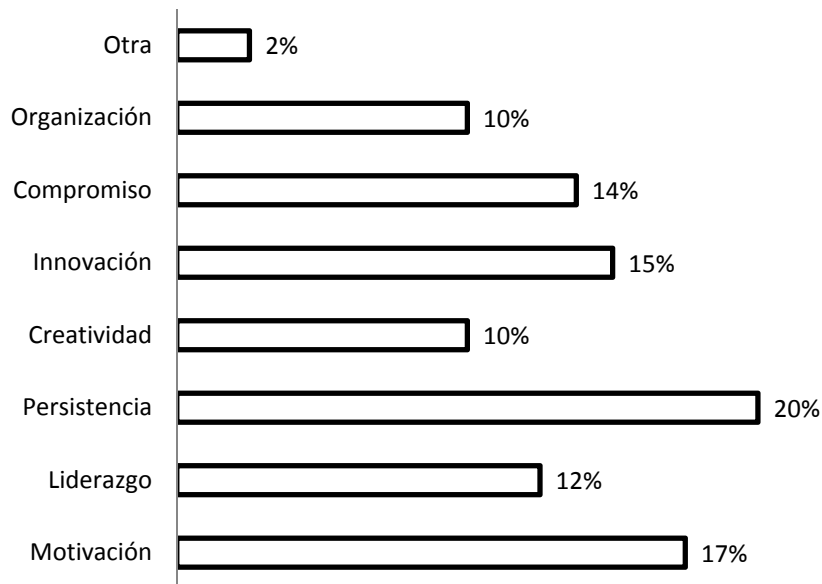
El tiempo de más de tres años invertidos en el proceso de creación de empresas de los emprendedores, coincide con la etapa de nuevo empresario que presenta el Estudio GEM Colombia 2008⁸² y que tiene una duración de tres a cinco años. (Ver Figura 2 el proceso de creación de nuevas empresas). Este tiempo también coincide con la etapa de supervivencia del negocio del modelo de formación de empresas que plantea Rodrigo Valera, en la que se pasa del estado de pérdida al

⁸² VESGA, Rafael Augusto, et al. Colombia 2008 GEM National Report. Publicado el 30 de agosto de 2009. Tomado el 21 de mayo de 2010 del sitio web <http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=935>. p. 14

estado de utilidad. En el contexto de la ciudad de Medellín, es importante unir esfuerzos entre emprendedores y entidades de apoyo para reducir dicho tiempo.

14.1.5 Características de un emprendedor

Gráfico 11 Características de un emprendedor



Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

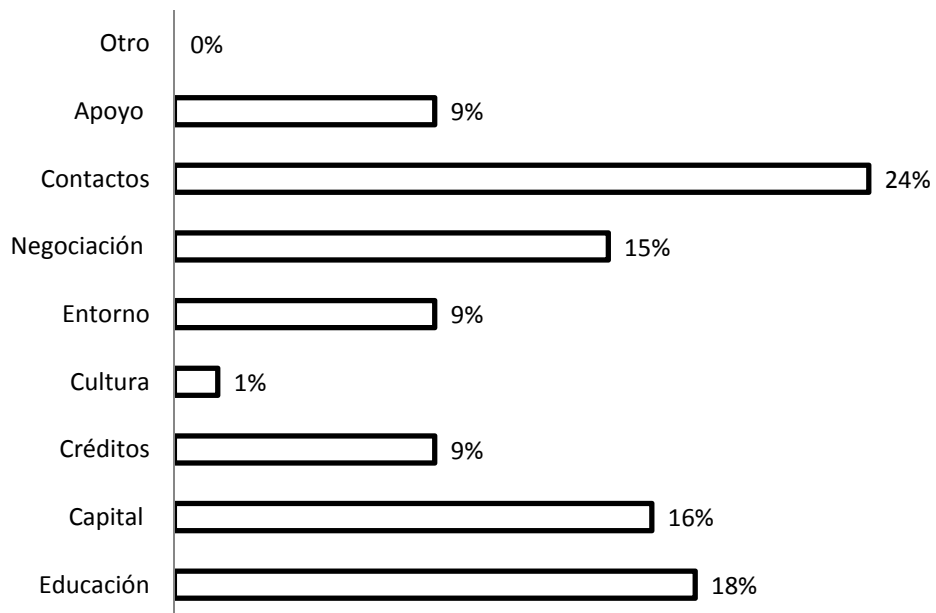
Según los emprendedores encuestados las principales características que debe tener un emprendedor son la persistencia, la motivación, la innovación y el liderazgo. No menos importantes, pero en menor escala están la creatividad y la organización.

Las características anteriores también están presentes en unas listas mucho más amplias que presentan en sus estudios Rodrigo Valera y Jeffry Timmons (ver Tabla características, capacidades y habilidades empresariales), las cuales dichos autores han agrupado en varias categorías. Plantea Rodrigo Valera, sobre los mitos del empresario, que aunque muchas empresas ejemplares implicaron una invención o tecnologías avanzadas, lo cierto es que la gran mayoría de las empresas nuevas se basan en tecnologías convencionales o conocidas. De esto se puede inferir que si bien es cierto que la invención, la innovación y las nuevas tecnologías son necesarias para el proceso de creación de empresas, la característica fundamental es el espíritu empresarial, el cual se asocia más

fácilmente no con la creatividad y la innovación, sino con la persistencia y la motivación por alcanzar el logro de crear la nueva empresa, como lo plantea McClellan en su teoría sobre la motivación al logro.

14.1.6 Factores relevantes del emprendimiento

Gráfico 12 Factores relevantes del emprendimiento



Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

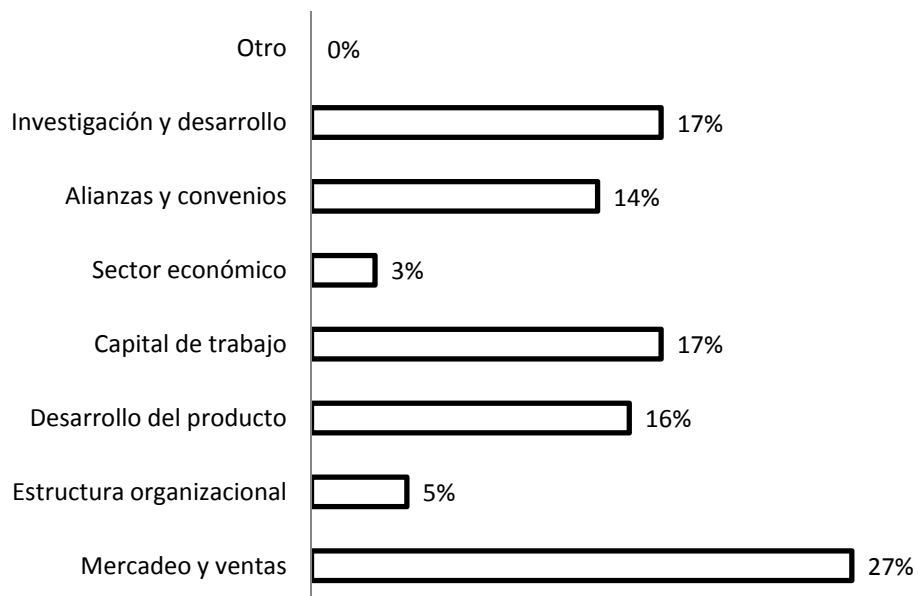
El factor más relevante a la hora de emprender la creación de un nuevo negocio son los contactos que pueda tener el emprendedor. La educación, el capital y la capacidad negociadora son factores preponderantes en el emprendimiento de negocios. Los créditos, el manejo del entorno y el apoyo son factores que tienen una menor relevancia a la hora de emprender un nuevo negocio.

Estos factores tienen plena coincidencia con los cinco elementos que Karl Vespers plantea que están presentes en todo negocio (Ver Tabla elementos básicos de todo negocio). Entre ellos, resalta Vespers que el éxito de todo negocio está asociado con los contactos o relaciones con proveedores, clientes e instituciones que han podido construir el empresario o el grupo empresarial en su carrera empresarial. Plantea además, que para las personas jóvenes, ésta es una de las limitaciones más grandes en su gestión empresarial. Y que tener o no tener estas

relaciones empresariales crea una diferencia sustancial en la facilidad de gestionar la empresa Como plantean Drucker y refuerza Valera, la educación empresarial es fundamental para el éxito empresarial.

14.1.7 Factores relevantes para el negocio

Gráfico 13 Factores relevantes para el negocio



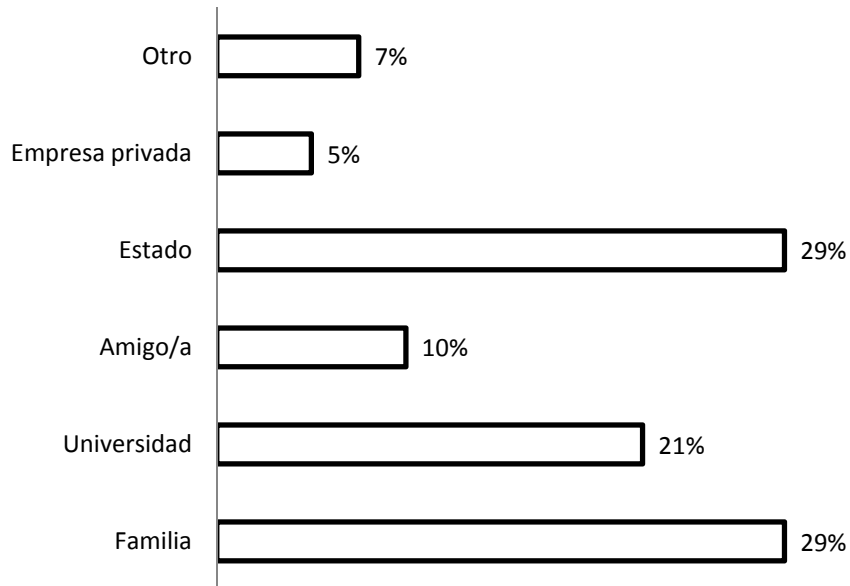
Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

Con respecto al negocio como tal, el factor de mayor relevancia es el de mercadeo y ventas. Seguido por otros factores como la investigación y desarrollo, el capital de trabajo y el desarrollo de nuevos productos. En una siguiente escala estarían las alianzas y convenios. Por su parte el sector económico y la estructura organizacional tienen poca relevancia en el negocio.

Los emprendedores ratifican lo planteado por Karl Vespers en su modelo de los cinco elementos que deben estar presentes en todo negocio: conocimiento técnico, oportunidad, contactos personales, recursos y clientes por pedido. Sobre este último elemento plantea que un negocio solo tiene posibilidad de éxito cuando los clientes potenciales se vuelven clientes reales que compran y pagan, que solo tiene futuro cuando logra identificar y captar nuevos clientes y cuando logra mantener los clientes antiguos, pues se produce para vender y si no hay clientes con pedido no tiene sentido producir y no tiene razón de ser la empresa

14.1.8 Apoyos recibidos en el emprendimiento

Gráfico 14 Apoyos recibidos en el emprendimiento



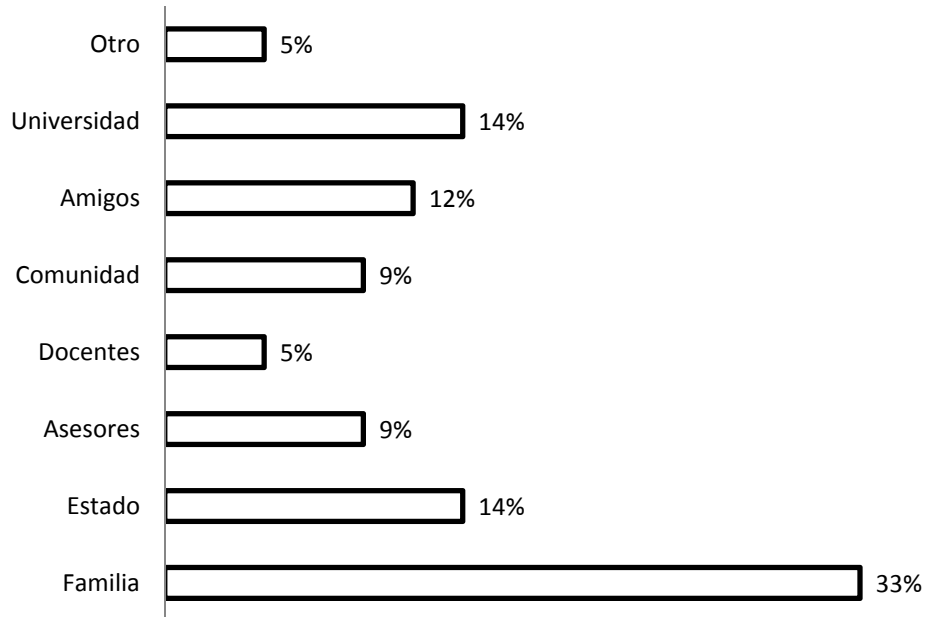
Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

El mayor apoyo que han recibido los emprendedores encuestados ha sido por parte del Estado y de sus familiares. La Universidad se destaca como un apoyo importante en el emprendimiento de los nuevos negocios. Se nota la poca relevancia que ha tenido la empresa privada en dichos procesos.

Rodrigo Valera plantea que hay empresarios que inician su carrera empresarial un año después de graduarse, pues han resuelto en forma más temprana el dilema planteado por Albert Shapero sobre el cambio de trayectoria vital. Un segundo grupo lo hace después de los ocho años, pues han iniciado otra carrera como preparación a la carrera empresarial. Y un tercer grupo la inician después de los once años sin haberse preparado específicamente para ella, y son los de mayor vulnerabilidad para abandonar la carrera empresarial. No obstante, cualquiera sea el momento en que el emprendedor decida iniciar una carrera empresarial, es fundamental para que tenga éxito contar con el apoyo de su cónyuge o de su familia. Al igual que es importante, contar con una red de apoyo externa al negocio conformada por proveedores, clientes, instituciones públicas y privadas.

14.1.9 Agentes influyentes en el emprendimiento

Gráfico 15 Agentes influyentes en el emprendimiento



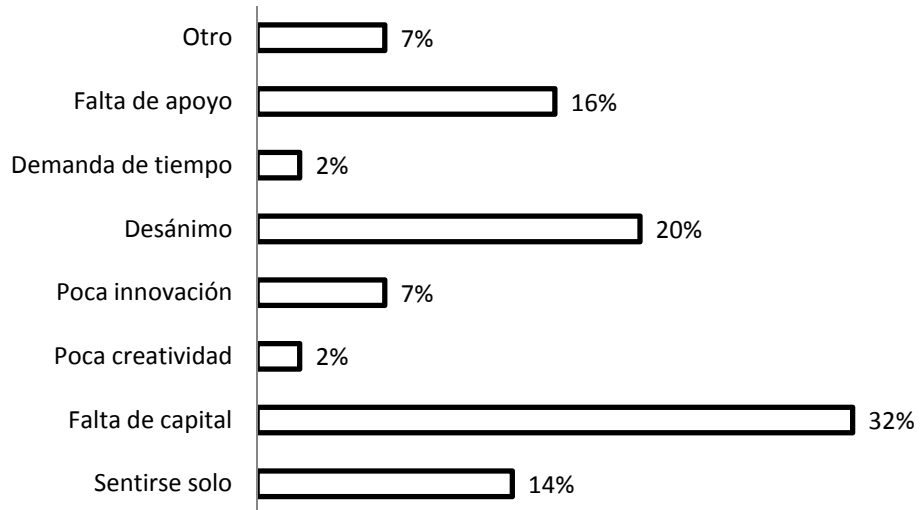
Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

El agente de mayor influencia en el emprendimiento de los nuevos negocios, muy por encima de los demás agentes de influencia, es la familia del emprendedor. El Estado, la universidad y los amigos del emprendedor tienen una menor influencia. Se destacan en una menor escala la influencia de los asesores, de la comunidad y de los docentes.

En el contexto de las condiciones sociales, culturales y económicas de la ciudad de Medellín, cuya ancestralidad empresarial se remonta a los pioneros que forjaron la llamada cultura paisa, cargada de pujanza y determinación para emprender industrias y proyectos continuos de desarrollo social y económico, la familia es y sigue siendo el agente de mayor influencia en tales procesos. La familia le apuesta todo al esposo o al hijo o hija que desea cambiar, explorar y arriesgar para iniciar una carrera empresarial. Ante el éxito el nuevo empresario recibe impulso y ante el fracaso recibe apoyo y acompañamiento. En la cultura paisa, contexto cultural del emprendimiento de la ciudad de Medellín, la familia ha sido, es y seguirá siendo el principal agente de influencia empresarial.

14.1.10 Mayores dificultades del emprendedor

Gráfico 16 Mayores dificultades del emprendedor



Elaboración propia. Fuente: encuesta a emprendedores del Parque del Emprendimiento

La falta de capital es el factor de mayor dificultad de los emprendedores para la creación de sus nuevos negocios. El desánimo, la falta de apoyo y el sentirse solos son factores de menor relevancia, pero no menos importantes. Se destaca que la falta de innovación y la falta de creatividad son factores poca relevancia en el emprendimiento de un nuevo negocio.

Con respecto a la falta de capital, Rodrigo Valera es categórico al afirmar que es falta de capacidad empresarial, pues el nuevo empresario, a falta de recursos para iniciar el montaje de su empresa, entre los cuales están los financieros, debe tener la habilidad para conseguirlos y sostenerlos. En uno de los mitos empresariales sobre la falta de dinero Valera plantea que esa es la disculpa más frecuente de quienes no son empresarios para explicar su falta de creatividad, decisión e iniciativa. Plantea que una de las habilidades empresariales es identificar recursos y conseguirlos, y entre ellos los financieros. Plantea además, que muchas veces la abundancia de dinero, más que una ayuda es un perjuicio, pues no se valoran las decisiones y se incurren en grandes desperdicios económicos.

14.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

En la práctica, el emprendimiento empresarial es el proceso de idear un negocio, presentar dicha idea en un documento esquematizado denominado plan de negocio, realizar las diferentes gestiones para la obtención de recursos y a partir de allí iniciar el montaje y puesta en marcha del negocio.

La investigación se centró en el Parque del Emprendimiento de la ciudad de Medellín, ya que en él convergen todos los emprendedores de la ciudad, sean o no estudiantes o egresados de alguna universidad local. El eje de la investigación fue el de identificar los factores más relevantes para la creación de nuevas empresas desde la perspectiva del emprendedor empresarial.

Los resultados de la encuesta arrojaron que el emprendedor que se ha educado, especialmente a nivel profesional, tiene mayores posibilidades de tener éxito en la creación de una nueva empresa. La formación profesional le provee la capacidad de analizar y estudiar mejor las variables y la complejidad del proceso de crear una nueva empresa, así como la capacidad de medir mejor el riesgo que es inherente a dicho proceso.

Contrario a lo que comúnmente se cree, el emprendedor toma la decisión de iniciar el complejo proceso de crear una empresa más por la iniciativa personal que por la necesidad o el desempleo. Le motiva emprender un negocio propio, le satisface recorrer el camino y vencer los obstáculos que se le presentan.

La puesta en marcha del negocio es la etapa más recurrente en los emprendedores que reciben apoyo y orientación en el proceso de creación de una nueva empresa en el Parque del Emprendimiento. Los emprendedores han invertido más de tres años en la planeación, montaje y puesta en marcha de sus propias empresas, lo que coincide con los estándares internacionales de cerca de cinco años para la creación y consolidación de una nueva empresa.

Las características predominantes en los emprendedores investigados son la persistencia, la motivación, la innovación y el compromiso. Reforzando las teorías de la entereza y la determinación que debe tener un emprendedor para sacar adelante una iniciativa empresarial.

Según los emprendedores encuestados, los factores más relevantes para el emprendimiento empresarial son los contactos, la educación, el capital y la capacidad de negociación, siendo los contactos el factor predominante en la creación de una nueva empresa, muy por encima de la necesidad de capital.

En la etapa de puesta en marcha y consolidación, los factores de mayor relevancia para la nueva empresa son el mercadeo y ventas, el capital de trabajo, la investigación y desarrollo y el desarrollo de nuevos productos y servicios. Siendo

el mercadeo y ventas el factor dominante en un negocio en marcha. Lo cual concuerda con la gestión empresarial basada en la globalización e internacionalización de los mercados.

Para el emprendedor empresarial es fundamental el apoyo que recibe de su familia, del Estado y la universidad. En el contexto de la ciudad de Medellín, el agente de mayor influencia para el emprendedor empresarial es su familia. Factor que está muy arraigado en la cultura paisa, debido a que la familia se concibe como el eje del desarrollo del individuo.

La mayor dificultad para iniciar un emprendimiento empresarial es la falta de capital. A esto se le suma la dificultad para acceder a créditos blandos para adquirir el financiamiento que apalanque la adquisición de los demás recursos que son necesarios para el montaje y puesta en marcha de una nueva empresa. Este factor distrae mucho al emprendedor de su objetivo de crear la nueva empresa y es uno de las principales causas para que el emprendedor se desanime y abandone el proceso de crear su propia empresa.

15. GESTIÓN DE ACOMPAÑAMIENTO DE NUEVAS EMPRESAS

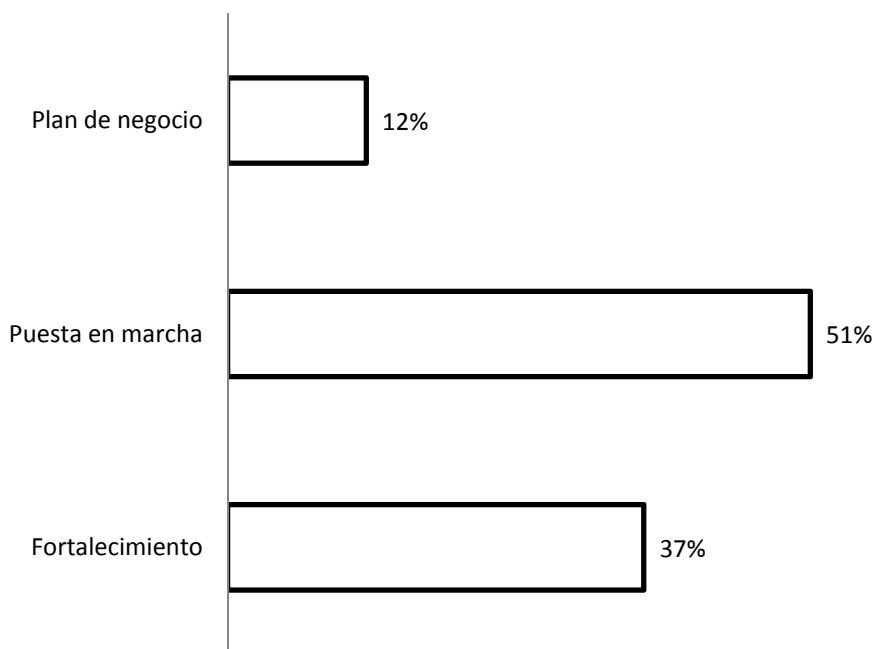
15.1 RESULTADOS DE LA BASE DE DATOS

El Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento realiza un acompañamiento a los emprendedores que cumplen con las condiciones para seguir adelante en el proceso de creación de una nueva empresa.

A continuación se presentan unas gráficas relacionadas con el acompañamiento de los proyectos de emprendimiento que son orientados por el Área de Apoyo a la Creación de Empresas en el Parque del Emprendimiento. La información se obtuvo al depurar una base de datos de cuarenta y un empresas en etapa de planeación, puesta en marcha o fortalecimiento empresarial, denominada mapa de acompañamiento de proyectos al corte del 31 de diciembre de 2010, base de datos que fue suministrada por el área anteriormente mencionada.

15.1.1 Estado del proyecto de empresa

Gráfico 17 Estado del proyecto de empresa



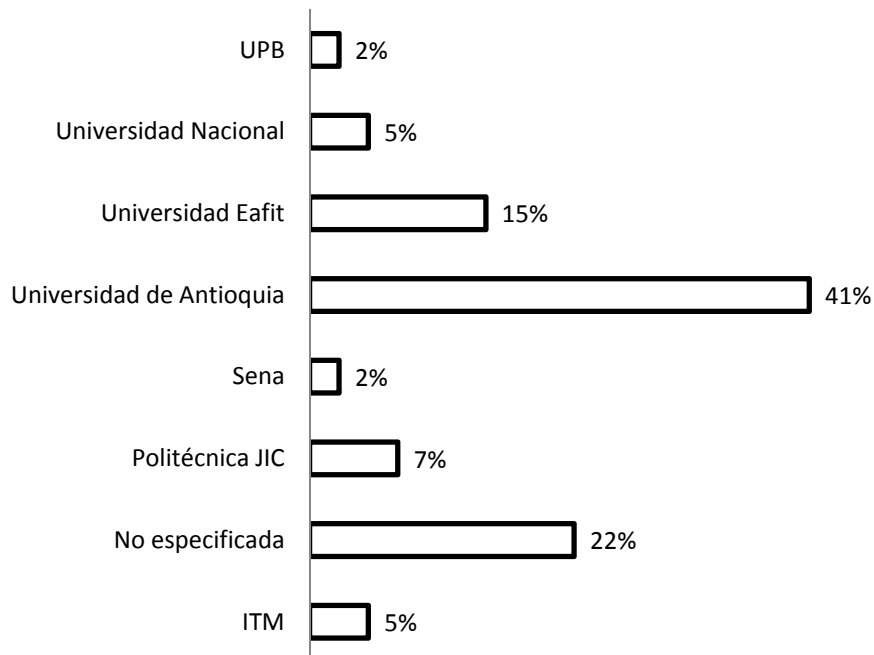
Elaboración propia. Fuente: mapa de acompañamiento de proyectos al 31-12-2010 del Parque E

Al corte de 31 de diciembre de 2010, los emprendedores que reciben acompañamiento en el Parque de Emprendimiento en su mayoría están en la fase de puesta en marcha de sus negocios, seguido de un número significativo de emprendedores que están en la fase de fortalecimiento, y un poco menos en la fase de plan de negocios.

Uno de los objetivos prioritarios del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento es llevar a los emprendedores de la etapa de plan de negocios a la siguiente etapa de montaje y puesta en marcha. Si bien se reconoce la importancia del plan de negocio, el emprendimiento promovido por el Parque del Emprendimiento es la preincubación e incubación de las nuevas empresas. Por esa razón se hacen grandes esfuerzos en materia de capacitación, asesoramiento y acompañamiento para que el emprendedor de el paso siguiente del plan de negocio y ponga en marcha su nueva empresa, en espera de su fortalecimiento y consolidación en el futuro.

15.1.2 Universidad a la que pertenece

Gráfico 18 Universidad a la que pertenece



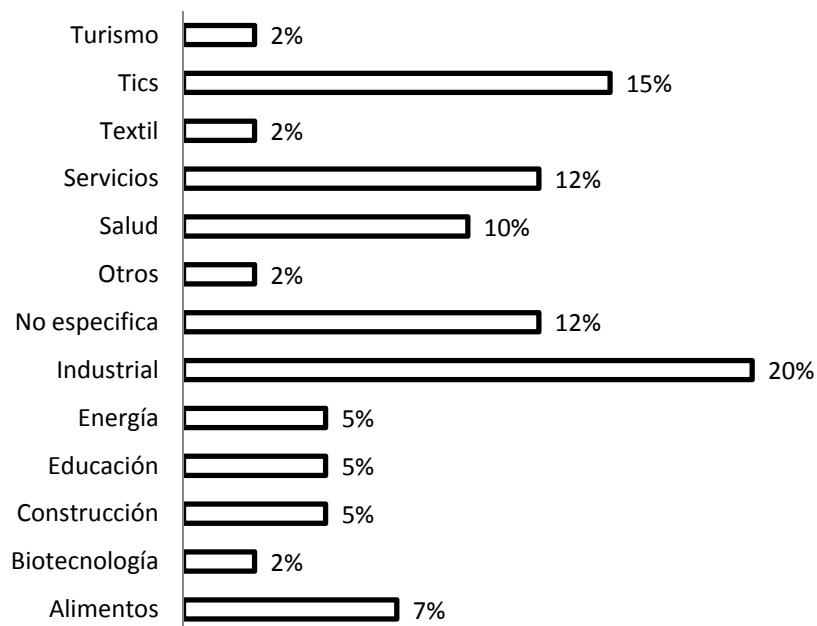
Elaboración propia. Fuente: mapa de acompañamiento de proyectos al 31-12-2010 del Parque E

Al ser el Parque del Emprendimiento un programa de impulso al emprendimiento entre la Alcaldía de Medellín y la Universidad de Antioquia, los emprendedores que participan al corte del 31 de diciembre del 2010 en el acompañamiento de sus iniciativas empresariales, son en su mayoría de la Universidad de Antioquia. Un número importante no especifica la universidad. La Universidad EAFIR y la Universidad Nacional, también tienen representación en una menor escala.

Es de esperarse que los emprendedores empresariales que buscan apoyo a la creación de su propia empresa, provengan en su mayoría de la Universidad de Antioquia, pues esta institución en convenio con la Alcaldía de Medellín diseñaron e implementaron el Parque del Emprendimiento como una estrategia adicional para impulsar la cultura del emprendimiento, en especial en la población universitaria de la ciudad, con el fin de apoyar iniciativas empresariales con un mayor grado de innovación que el del emprendimiento barrial que atienden los Centros de Desarrollo Zonal Empresarial - CEDEZOS y el Concurso de Capital Semilla, ambos del Programa Cultura E de la Alcaldía de Medellín.

15.1.3 Sector económico al que pertenece

Gráfico 19 Sector económico del emprendimiento



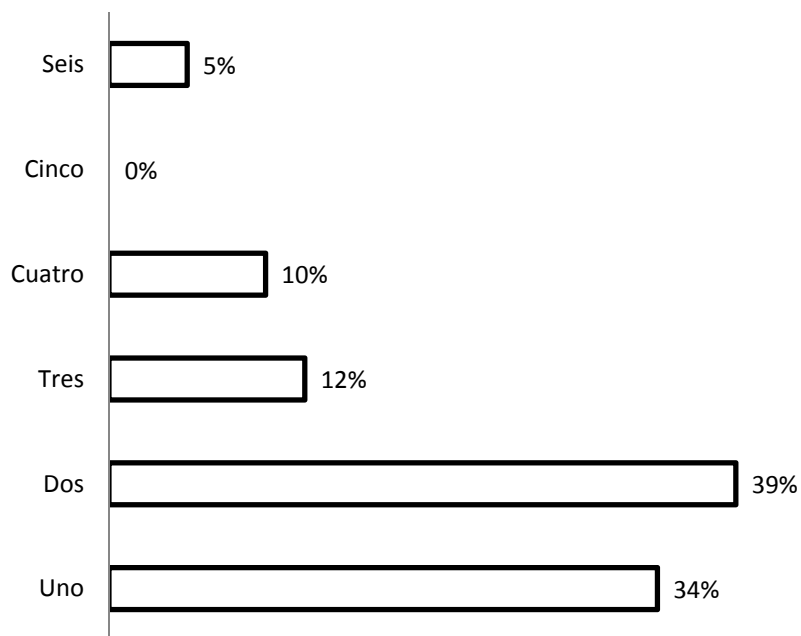
Elaboración propia. Fuente: mapa de acompañamiento de proyectos al 31-12-2010 del Parque E

De los emprendedores que participan en el acompañamiento puesta en marcha o fortalecimiento de sus negocios, en su mayoría pertenecen al sector industrial, seguido de las Tics, los servicios y la salud.

Aunque Medellín en los últimos años se ha dado un giro importante para ser una ciudad destacada en el tema servicios con un repunte importante en el desarrollo las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), es evidente que los emprendedores empresariales a la hora de plantear una idea de negocio, se inclinan por el sector industrial. En parte esto se debe al auge de las carreras cuya base es la ingeniería y al legado de los otrora pioneros de la industria textil, cervecera, minera y cafetera del departamento y de la ciudad.

15.1.4 Número de emprendedores por proyecto

Gráfico 20 Número de emprendedores por proyecto



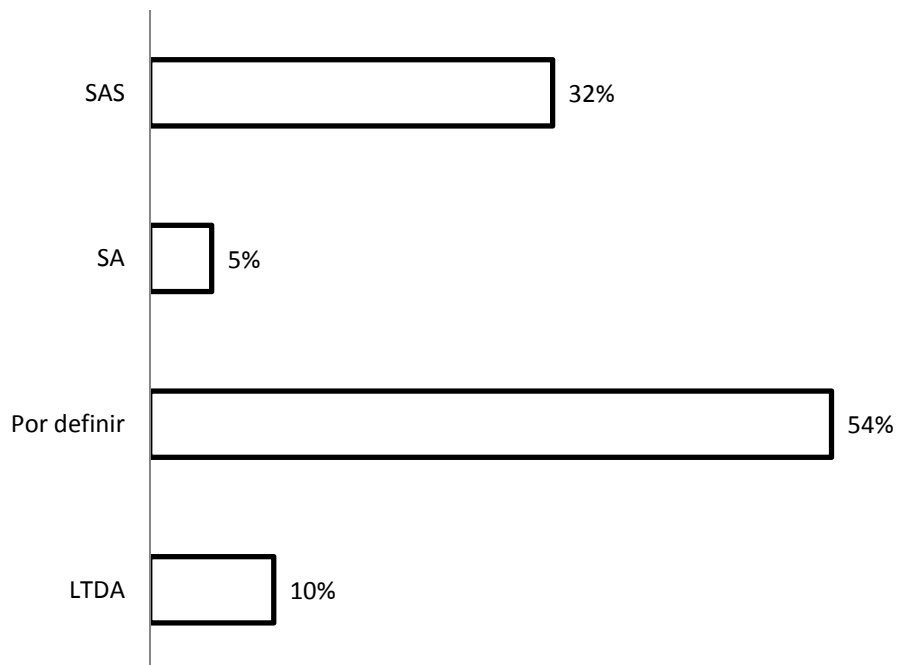
Elaboración propia. Fuente: mapa de acompañamiento de proyectos al 31-12-2010 del Parque E

En los procesos de creación de empresas que apoya el Parque del Emprendimiento, predominan las empresas creadas por uno o dos emprendedores. En menor medida están las empresas de más de tres socios.

Ya sea por razones familiares, culturales o económicas existe una alta preferencia de los emprendedores por llevar a cabo sus iniciativas empresariales en forma individual. Esto puede deberse a que el emprendedor no quiere compartir su idea, el temor al fracaso también lo puede llevar a no buscar otros socios, el emprendedor también puede haber tenido experiencias pasadas no gratas en sociedades o tiene conocimiento de alguien cercano que no le fue bien con algún tipo de sociedad. Sin embargo, los equipos conformados por dos emprendedores están teniendo mucho auge, debido en parte al conocimiento de ambos, a que han creado un clima de confianza o vienen trabajando en proyectos conjunto con relativo éxito y ello les ha permitido dar el siguiente paso de asociarse para planear, montar y poner en marcha una nueva empresa.

15.1.5 Forma jurídica del proyecto

Gráfico 21 Forma jurídica del proyecto



Elaboración propia. Fuente: mapa de acompañamiento de proyectos al 31-12-2010 del Parque E

La mayoría de los emprendimientos de nuevas empresas que fueron acompañados por el Parque del Emprendimiento al corte del 31 de diciembre de 2010, no habían definido su forma jurídica. Pero de los ya constituidos existe una

predominancia por la sociedad anónima simplificada – SAS, con poca participación de la sociedad limitada y la sociedad anónima.

Las denominadas sociedades anónimas simplificadas – SAS, es la forma jurídica más seleccionada por los emprendedores empresariales que han recibido acompañamiento del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento. El gobierno ha impulsado mucho esta figura por las facilidades en su constitución, desde un socio en adelante, sin revisoría fiscal si no pasa los topes establecidos por ley en ingresos y activos totales, porque el capital inicial de constitución se puede diferir a dos años, entre otros aspectos favorables.

Sin embargo este último aspecto hay que mirarlo con detenimiento, puesto que uno de las mayores dificultades que tienen los emprendedores en la etapa de planeación y puesta en marcha del negocio, es la falta de capital de trabajo.

Por lo tanto, lo que en teoría es una ventaja, en la realidad de la nueva empresa es una desventaja, máxime que el acceso a crédito por parte de los emprendedores en las entidades financieras tienen un sinnúmero de trabas, ya sea por falta de experiencia crediticia, falta de reciprocidad y la exigencia de hasta dos codeudores ambos con propiedad raíz e ingresos fijos. Nada más ajeno a la realidad que vive el emprendedor empresarial por su inexperiencia, falta de capital, falta de contactos, confusiones en sus ideas de negocios, presiones sociales y familiares, entre otros aspectos culturales, sociales, educacionales y económicos de similar connotación.

16. PERCEPCIONES DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

16.1. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

16.1.1 Entrevista a Diego Luis Orozco

Diego Luis Orozco Líder del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento

El señor Orozco considera que hay un punto crítico entre el plan de negocios y la puesta en marcha del negocio y en la gerencia del negocio cuando esté montado. Enfatiza que hay problemas en el emprendedor en factores tanto internos como externos. Considera que el Estado, unidades de emprendimiento, comunidad, familia, del emprendedor, los asesores y docentes son los agentes determinantes para el emprendedor.

Las unidades de emprendimiento de las universidades solo llegan hasta la preincubación, es decir, hasta el plan de negocios. Sólo Créame y el Parque del Emprendimiento tienen montado el proceso de incubación o puesta en marcha de las empresas. El emprendimiento de sostenimiento lo están abarcando los Centros de Desarrollo Zonal Empresarial - CEDEZOS. El Parque del Emprendimiento, se centra en el emprendimiento de innovación y de valor agregado. Su mayor población son estudiantes universitarios.

Plantea que el emprendedor es un producto de la influencia de la familia, la sociedad, las unidades de emprendimiento y el parque del emprendimiento.

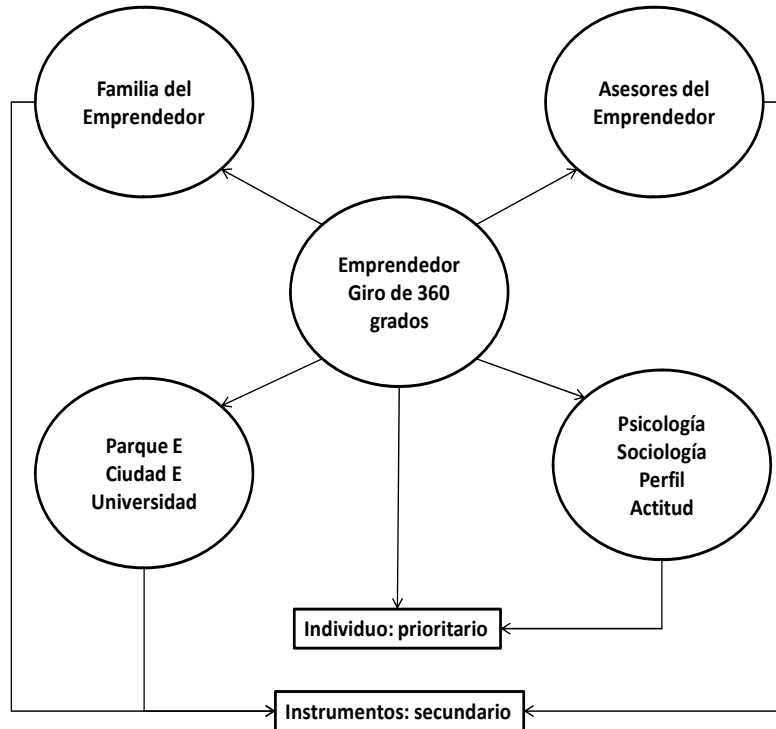
Plantea que hay que segmentar en:

- A. Planes de negocios: los que inician
- B. Puesta en marcha: los que incuban
- C. Gestión empresarial: los que se fortalecen

Según su experiencia al frente del Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento, calcula que el 33% de la población de incubados en etapa de plan de negocio, puesta en marcha o fortalecimiento empresarial son estudiantes que provienen de la Universidad de Antioquia.

El emprendedor debe dar un giro de 360 grados y abordar nuevos enfoques a la hora de emprender la creación de una nueva empresa. El emprendedor debe reinventarse durante el proceso de diseño, creación, montaje y operación de una nueva empresa. Debe desarrollar una nueva mentalidad que lo potencialice a la apertura de nuevos conceptos, nuevas ideas y nuevos procesos.

Figura 3 Micro entorno del emprendedor empresarial



Elaboración propia. Fuente aportes de Diego Luis Orozo Líder Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento

Para Diego Orozco, la familia, el Parque E, Ciudad E, las unidades de emprendimiento de las universidades y los asesores del emprendedor son instrumentos del emprendimiento, y constituyen factores de influencia secundarios para el emprendedor. Mientras que el emprendedor como tal, su condición de individuo, los factores psicológicos y sociológicos que definen su perfil y su comportamiento como emprendedor, constituyen los factores de influencia prioritarios a la hora de emprender el diseño, creación, montaje y puesta en marcha de una nueva empresa.

16.1.2 Entrevista a Nilson Vera Parra

Nilson Vera Parra, Gerente de la empresa Inca Audiovisual, es una empresa dedicada a la producción audiovisual tiene su sede de operaciones en el Área de Apoyo a la Creación de Empresas del Parque del Emprendimiento.

Nilson Vera considera que el espíritu emprendedor es innato, es propio de la naturaleza del emprendedor, nace con el emprendedor. El espíritu emprendedor es un espíritu libre que le permite al emprendedor innovar y crear. Mientras que el empresario es quien es competitivo y tiene una empresa para diseñar y crear productos o servicios destinados a atender necesidades humanas.

El emprendedor es un soñador que hace realidad su sueño. Dicho sueño podría ser una empresa, pero no necesariamente el emprendedor hacer realidad su sueño mediante la creación de una empresa. El emprendedor puede desarrollar un oficio o un arte que le genere satisfacción y prosperidad.

Para Vera Parra ser emprendedor es buscar su “ser interior” y se feliz mediante el desarrollo de sus sueños. Un emprendedor para hacer realidad sus sueños debe tener pujanza, claridad, capacidad asociativa, gestión para el desarrollo de ideas, mente abierta, capacidad de trabajar en equipo, capacidad de construir alianzas estratégicas.

Para Vera Parra el dinero es muy importante en el emprendimiento, especialmente en el emprendimiento empresarial (idea, diseño, creación, montaje y operación de una empresa), pero el “dinero fluye”, queriendo decir que la carencia de éste, no es un obstáculo para abortar un proyecto de emprendimiento. Lo importante es la idea clara y el espíritu empresarial, si el emprendedor decide llevar a la categoría de empresa sus sueños de libertad, de crecimiento y de satisfacción personal.

Frente a los factores más relevantes para crear una empresa, expresa que son el dinero, el conocimiento empresarial, los valores humanos, no perder el norte de la idea de empresa, la cadena de valor de la idea de empresa y el valor real de la idea de empresa. “El dinero no es relevante, el dinero fluye”. Considera que la familia es fundamental para el emprendedor.

Para Vera Parra, el emprendimiento es la obsesión por hacer realidad una idea.

Frente a los planes de negocios, considera que son fundamentales en el proceso de emprendimiento, pero que dichos planes de negocio deben ser adaptados al emprendedor y a su idea, y no el emprendedor y su idea tenerse que adaptar a la metodología del plan de negocio.

Frente a los asesores de emprendimiento considera que en su mayoría no saben interpretar el sueño del emprendedor, y en consecuencia en vez de ayudar se pueden volver en un obstáculo para que el emprendedor haga realidad su sueño, que puede ser o no ser una nueva empresa.

Al preguntársele sobre el grado de relevancia de una lista de factores, realizó la siguiente clasificación.

Tabla 38 Factores relevantes y grado de relevancia del emprendimiento

| Factor relevante | Grado de relevancia | | |
|----------------------|---------------------|-------|------|
| | Alto | Medio | Bajo |
| Conocimiento | X | | |
| Idea | X | | |
| Plan de negocio | | X | |
| Emprendedor | X | | |
| Dinero | | X | |
| Familia | X | | |
| Mercado | X | | |
| Tecnología | X | | |
| Financiamiento | | X | |
| Modelo de negocio | | X | |
| Producto / servicio | X | | |
| Profesionalización | X | | |
| Experiencia | | X | |
| Internacionalización | X | | |
| Innovación | X | | |
| Mente abierta | X | | |

Elaboración propia. Fuente entrevista a Nilson Vera Parra Gerente de Inca Audiovisual

Para Nilson Vera el conocimiento, la idea del negocio, la persona misma del emprendedor, su familia, el mercado, la tecnología, el producto/servicio, la profesionalización, la internacionalización, la innovación y la mente abierta, son los factores que mayor grado de relevancia tienen en el proceso de creación de nuevas empresas. El plan de negocios, el dinero, el financiamiento, el modelo de negocio y la experiencia, sin dejar de ser importantes, tienen un menor grado de relevancia en el proceso de creación de una nueva empresa.

16.2. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

El emprendedor empresarial es el único responsable de su emprendimiento. Durante el proceso de planeación, puesta en marcha y consolidación de su empresa, no sólo está transformando su idea de negocio en un ente económico, jurídico y social, sino que se está transformando así mismo en otro individuo, con otro nivel de pensamiento, con otro nivel de entendimiento.

El emprendedor en cada paso que da en el proceso de emprendimiento empresarial se está conociendo más, y se está reinventando así mismo. En este punto la apertura hacia nuevos enfoques, nuevos conceptos, nuevas estrategias empresariales, nuevos procesos de creatividad e innovación, es fundamental para el logro de consolidar una nueva empresa.

Los factores psicológicos y sociológicos, como factores prioritarios para el emprendedor, le permiten identificar fortalezas y debilidades personales, así como oportunidades y amenazas sociales. Los primeros en aspectos relacionados con su personalidad, su actitud, su modelo mental, sus metas, su proyecto de vida y su nivel de relacionamiento con los demás, entre otros. Los segundos relacionados con aspectos culturales, demográficos, costumbristas, de tendencias y de modas, entre otros. Tales factores prioritarios definen el tipo de emprendedor y por lo tanto, el tipo de emprendimiento. Las características individuales del emprendedor definen las características de su empresa. La empresa es el reflejo de la personalidad del emprendedor.

El emprendimiento empresarial se centra en el individuo emprendedor. El emprendedor es un soñador, tiene la obsesión de realizar un sueño. La felicidad del emprendedor está en función de ver realizado su sueño. Dicho sueño se puede materializar con la creación de una nueva empresa, pero no necesariamente debe ser así. También se puede materializar mediante el desempeño de un oficio o una actividad.

Cuando el emprendedor logra materializar su sueño en la creación de una nueva empresa, es el espíritu empresarial, innato en él, el que le da el impulso para lograrlo. La interiorización de la idea de negocio es fundamental para el éxito del emprendimiento empresarial. El individuo emprendedor en su discernimiento y búsqueda interior, movido por el espíritu empresarial, encuentra las respuestas a las preguntas de cómo materializar su idea de negocio en una nueva empresa.

Una idea clara de negocio, el conocimiento empresarial y los valores humanos son factores determinantes para el éxito del emprendedor empresarial. El factor ético es de tal relevancia que motiva al emprendedor a diseñar, producir y ofrecer productos y servicios de calidad, para satisfacer en la mejor medida posible las necesidades humanas. El factor ética centra al emprendedor en su gestión de emprendedor-empresario. Le provee elementos morales para relacionarse con sus clientes, mediante el ofrecimiento de productos y servicios, con una conciencia transparente y limpia. Cuando el emprendedor engaña al cliente, en el fondo se está engañando así mismo, pues su empresa, y todas sus actividades de producción y venta, son un reflejo y una proyección de sí mismo.

Si el emprendedor debe dar giros hacia una mayor apertura mental para explorar nuevos enfoques, nuevas formas de producción, nuevas estrategias de venta, etc., igual deben hacer los instrumentos de apoyo para el emprendimiento empresarial. Tal es el caso de los planes de negocio y de los asesores que orientan los procesos de creación de nuevas empresas. En cuanto al primero, es importante para el emprendimiento porque permite detallar en diversos estudios la idea de negocio y, en alguna medida, permite alertar sobre factores críticos en aspectos de mercado, técnicos, administrativos, legales o financieros, pero sin dicho plan de negocio también es posible seguir adelante con la tarea de emprender un negocio.

En cuanto al segundo, la difícil y retadora tarea de asesorar un proceso de emprendimiento empresarial, igual se puede convertir en un obstáculo para los sueños del emprendedor, pues es común que dicho asesor, basado más en el plan de negocio, no logre interpretar en la mejor medida el deseo del emprendedor por ser feliz, mediante la realización de su sueño como individuo a través del desarrollo de un oficio, una actividad o la creación de una nueva empresa. El asesoramiento en los procesos del emprendimiento se centra más en la empresa que en el individuo que está detrás de esa empresa y que en última instancia es quien la da vida.

En no pocas escalas de valoración sobre los factores más relevantes o más determinantes para el éxito de un emprendimiento empresarial, aparece el dinero valorado en un segundo renglón. Son más importantes el conocimiento, la idea de negocio, el producto o servicio, el mercado, la innovación y la apertura mental del emprendedor. El “dinero fluye”, el dinero pasa de mano en mano, y en el ámbito de la empresa, si no hay gestión de producción y venta, el dinero no regresa. Mientras que el conocimiento, aunque se comparta con los demás, siempre estará presente en el individuo y su tendencia es a crecer y no a disminuir, si se está en un proceso continuo de formación personal, profesional y hasta empresarial. El dinero, muy importante obviamente, no sale bien librado en encuestas que se hacen sobre los factores relevantes para la creación de una nueva empresa.

17. SÍNTESIS FACTORES RELEVANTES DEL EMPRENDIMIENTO

A continuación se presenta una síntesis de los factores identificados como relevantes para el proceso de creación de una nueva empresa en el contexto de la ciudad de Medellín y desde la perspectiva del emprendedor empresarial.

Tabla 39 Síntesis de factores relevantes en el emprendimiento empresarial

| Factor | Variables | Indicador | Instrumento | Concordancia |
|--------------------|---|--|---|--|
| Deseo | <ul style="list-style-type: none"> • Cambios de vida • Oportunidades • Dificultades • Innovaciones • Inspiraciones | Cambio de trayectoria vital Motivación al logro | Inicio de carrera empresarial | Teorías de Albert Shapero, David McClelland y Rodrigo Valera |
| Emprendedor | <ul style="list-style-type: none"> • Perseverante • Convencido • Positivo • Optimista • Creativo • Recursivo | Perfil empresarial | Caracterización empresarial | Categorías de Rodrigo Valera y Jeffrey Timmons |
| Triunfos | <ul style="list-style-type: none"> • Dedicación y fe • Trabajo en equipo • Perseverancia • Capacidad de negociación • Pasión en su profesión • Dedicación • Orden y claridad | Éxito empresarial | Capacidad empresarial | Teoría de Robert Ronstadt |
| Fracasos | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos • Ventas bajas • Falta de motivación • Falta de pasión • Desorden • Poca credibilidad en el negocio • Darse por vencidos en la etapa media del proyecto | fracaso empresarial | Incapacidad empresarial | Aportes de Rodrigo Valera y Karl Vespers |
| Obstáculos | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos • Falta de motivación • Falta de apoyos • Falta de pasión | Fallas empresariales | Formación empresarial | Aportes de Rodrigo Valera y Karl Vespers |
| Apoyos | <ul style="list-style-type: none"> • Familia • Estado • Universidad | Red de apoyo empresarial | Programas de emprendimiento empresarial | Aportes de Rodrigo Valera |
| Creación | <ul style="list-style-type: none"> • Idea de negocio | Empresa en | Producción y | Aportes de |

| Factor | Variables | Indicador | Instrumento | Concordancia |
|--------------|---|-----------|-------------|--|
| | innovadora <ul style="list-style-type: none"> • Verdadero plan de negocios • Recursos necesarios • Nivel de ventas acorde con la economía • Precios competitivos • Perfil empresarial • Convencimiento • Motivación • Conocimiento del negocio • Ganas • Investigación de mercados | marcha | ventas | Rodrigo Valera y Karl Vespers Teorías de Albert Shapero, David McClelland |
| Retos | <ul style="list-style-type: none"> • Conseguir apoyo real • Perseverar • Crear empresas de valor agregado • Sacar los proyectos de investigación de las universidades • Destinar una fuerte cantidad de recursos hacia estos proyectos • Mucho esfuerzo • Mucho positivismo • Convertir la idea inicial en un negocio viable, sostenible y duradero en el tiempo • Diseñar y crear negocios productivos y competitivos | | | Aportes de Rodrigo Valera y Karl Vespers |

Elaboración propia. Fuente: resultados del cuestionario y marco teórico de la presente investigación

En la actualidad el tema del emprendimiento empresarial sigue siendo tan complejo como desde sus inicios por allá en el Siglo XVI con los aventureros franceses y españoles. Sin embargo, los aportes de importantes teóricos como Shapero, McClelland, Ronstand, Timmons, Gibb, Drucker y, en nuestro medio, Rodrigo Valera ayudan a tener una mejor comprensión sobre el proceso de crear una nueva empresa. La presente investigación aporta nuevos elementos para comprender cómo es y cómo debería ser el emprendimiento de nuevos negocios en el contexto social, cultural y económico de la ciudad de Medellín.

Tabla 40 Síntesis de la caracterización del emprendimiento empresarial

| Factor | Caracterización | Concordancia |
|---|--|--|
| Nivel de formación | <ul style="list-style-type: none"> • El emprendedor debe recibir educación en temas de creación, operación y sostenimiento de empresas • la educación es la única forma mediante la cual el empresario mejora su habilidad de gestión y de elevar las probabilidades de supervivencia y crecimiento de la empresa | Peter Drucker Rodrigo Valera |
| Motivo del emprendimiento | <ul style="list-style-type: none"> • La iniciativa personal es el impulso que tiene el emprendedor para tomar la decisión de iniciar una carrera empresarial • Se deben fortalecer y crear nuevos esquemas para incentivar a los potenciales emprendedores para que se decidan a iniciar sus carreras empresariales | Albert Shapero Rodrigo Valera David McClelland |
| Etapas del emprendimiento | <ul style="list-style-type: none"> • La etapa crítica del emprendimiento empresarial es la puesta en marcha del negocio • En esta etapa es crucial la determinación del emprendedor de sostenerse y de seguir adelante • El plan de negocio debe proveer estrategias para el tránsito y superación de esta etapa | Alan Gibb Rodrigo Valera |
| Tiempo invertido en el emprendimiento | <ul style="list-style-type: none"> • En las condiciones sociales, económicas y culturales de la Ciudad de Medellín, los emprendedores, las entidades y programas que apoyan el emprendimiento empresarial, deben aunar esfuerzos para reducir el tiempo de puesta en marcha del negocio y pasar en menor tiempo a la etapa de sostenibilidad y desarrollo del negocio • Más de tres años de un negocio en la etapa de puesta en marcha no es conveniente ni para el emprendedor, ni para el emprendimiento ni para la sociedad | Estudio GEM Colombia 2008 Rodrigo Valera |
| Características del emprendedor | <ul style="list-style-type: none"> • Las principales características que debe tener un emprendedor son la persistencia, la motivación, la innovación y el liderazgo. No menos importantes, pero en menor escala están la creatividad y la organización. • El fortalecimiento del espíritu empresarial es la labor principal de las entidades que apoyan el emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín • La innovación y las nuevas tecnologías son importantes para el emprendimiento empresarial, pero la característica fundamental es el espíritu empresarial de quien emprende la creación y puesta en marcha de una nueva empresa | Rodrigo Valera Jeffrey Timmons David McClelland |
| Factores relevantes del emprendimiento | <ul style="list-style-type: none"> • Los factores más relevantes para emprender un negocio son los contactos, la educación, el capital y la capacidad de negociación • El éxito de todo negocio está asociado con los contactos o relaciones con proveedores, clientes e instituciones que ha podido construir el emprendedor • Los emprendedores jóvenes, necesitan mucho apoyo en este aspecto pues es una de las limitaciones más grandes en su gestión empresarial | Karl Vespers Peter Ducker Rodrigo Valera |

| Factor | Caracterización | Concordancia |
|--|--|----------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • El tener o no tener estas relaciones empresariales crea una diferencia sustancial en la facilidad o dificultad para gestionar la empresa | |
| Factores relevantes del negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Los factores relevantes de un nuevo negocio son el mercadeo y ventas, el capital de trabajo, la investigación y desarrollo, el desarrollo de nuevos productos, las alianzas y convenios • Un negocio solo tiene posibilidad de éxito cuando los clientes potenciales se vuelven clientes reales que compran y pagan • Un negocio solo tiene futuro cuando logra identificar y captar nuevos clientes y cuando logra mantener los clientes antiguos • En un negocio se produce para vender y si no hay clientes con pedido no tiene sentido producir y por lo tanto no tiene razón de ser la empresa | Karl Vespers Rodrigo Valera |
| Apoyos recibidos | <ul style="list-style-type: none"> • El principal apoyo que reciben los emprendedores es de su familia, del Estado y de la universidad • La articulación de estos apoyos es fundamental para el éxito del emprendimiento empresarial • La familia dejó de ser un apoyo en el sentido del afecto por el emprendedor • La familia pasó a ser un apoyo real en la red de apoyo del emprendimiento empresarial • En los programas de estimulación al emprendimiento de negocios es importante tener en cuenta a la familia del emprendedor | Albert Shapero Rodrigo Valera |
| Agentes más influyentes | <ul style="list-style-type: none"> • El agente de mayor influencia en el emprendimiento de los nuevos negocios, muy por encima de los demás agentes de influencia, es la familia del emprendedor • La familia le apuesta todo al esposo o al hijo o hija que desea cambiar, explorar y arriesgarse para iniciar una carrera empresarial • Ante el éxito el nuevo empresario recibe impulso y ante el fracaso recibe apoyo y acompañamiento | Albert Shapero Rodrigo Valera |
| Mayores dificultades | <ul style="list-style-type: none"> • Las mayores dificultades que tiene el emprendedor de un nuevo negocio es la falta de capital, el desánimo, la falta de apoyo y el sentirse solo • En ocasiones la falta de capital es falta de capacidad empresarial para gestionar y conseguir recursos • También puede ser un reflejo de un estudio financieros con vacíos y deficiencias en el cálculo de la inversión y en la identificación de fuentes de financiación • La educación empresarial y la red de apoyo pueden contribuir a que la falta de capital no sea una dificultad de gran escala en el emprendimiento empresarial | Rodrigo Valera |

Elaboración propia. Fuente: resultados de la encuesta y marco teórico de la presente investigación

18. OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO PARA CREAR UNA EMPRESA

La ciudad de Medellín presenta unas características específicas en las cuales se ha desarrollado el emprendimiento empresarial. La ciudad cuenta con el apoyo directo de la Alcaldía de Medellín con sus programas Cultura E, Ciudad E y Ruta N, con el apoyo de COMFAMA y de Empresas Públicas de Medellín, respectivamente.

Por su parte las principales universidades de la ciudad han creado unidades de emprendimiento para apoyar el impulsar la creación de nuevas empresas. En el caso de la Universidad de Antioquia, en asocio con la Alcaldía de Medellín se creó el Parque del Emprendimiento, convirtiéndose en una importante incubadora de empresas que apoya, orienta y acompaña a los emprendedores en el proceso de creación de las nuevas empresas en sus fases de planeación, puesta en marcha y fortalecimiento empresarial.

La tendencia de los indicadores en materia del emprendimiento de ciudad y del emprendimiento universitario, está más asociado con la sensibilización y planeación de la nueva empresa, pero muy poco con la puesta en marcha y consolidación de la nueva empresa. Ya sea por falta de educación, ausencia de iniciativa personal, falta de persistencia y motivación, falta de contactos, poco apoyo del Estado, la familia o la universidad o por falta de capital. Por citar los factores más relevantes a la hora de emprender la creación de una nueva empresa, según los resultados de la presente investigación.

¿Cómo mejorar los indicadores de puesta en marcha y consolidación de nuevas empresas en el contexto de la ciudad de Medellín? Un primer aspecto es que se propone revisar el estándar internacional de cinco años para la consolidación de una nueva empresa. Sin pretensiones facilistas, este es un tiempo demasiado extenso para un emprendedor que decide crear una nueva empresa en las condiciones sociales, culturales y económicas de la ciudad de Medellín. En la cual socialmente se presiona para dar resultados inmediatos. Se puede afirmar que a la ciudad de Medellín le ha costado asumir la cultura del largo plazo. En la ciudad el largo plazo es un término medio entre el corto y el mediano plazo.

Para acortar dicho período de cinco años se requiere más apoyo del Estado, las universidades y los bancos en dinero, asesoría, acompañamiento, desarrollo de prototipos, muestras y ferias empresariales.

Para que el emprendimiento empresarial en el contexto de la ciudad de Medellín sea más atractivo, el emprendedor potencial debe percibir que su nueva empresa debe entrar en operación en un tiempo menor al estándar internacional. ¿Cómo es posible lograr acordar este período? El emprendimiento universitario, el cual es uno de los llamados a generar emprendimiento de valor agregado, debe aportarle

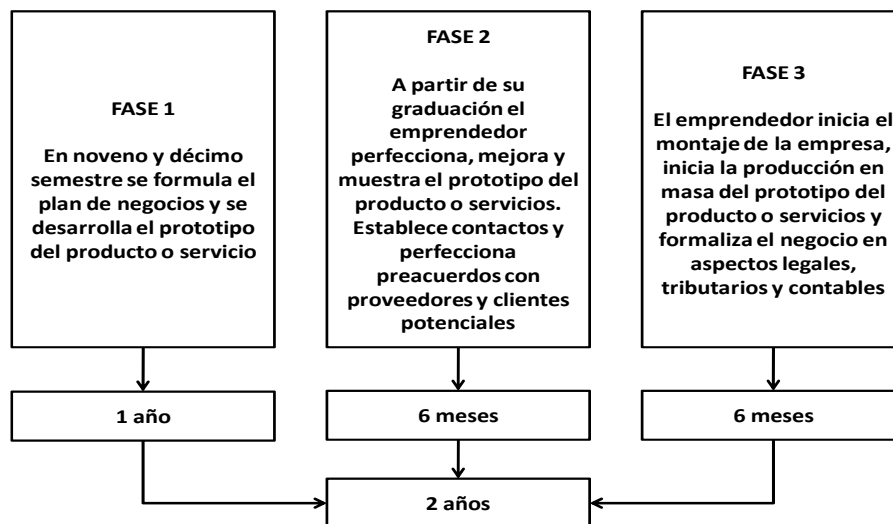
a la formulación de buenos planes de negocio y al desarrollo de prototipos del producto o servicio, a partir del noveno semestre de los estudios de pregrado de los emprendedores potenciales, previo a un filtro que se haría en el octavo semestre para detectar quiénes realmente tienen las características para ser emprendedores empresariales y para ayudarles a entender que cuentan con dichas características emprendedoras.

Una vez el emprendedor se gradúa, debe tener el apoyo necesario en asesoría, acompañamiento y capital preoperativo para que en un lapso de seis meses pueda perfeccionar, mejorar y mostrar el prototipo del producto o servicio, así como el establecimiento de contactos y el perfeccionamiento de preacuerdos con proveedores y clientes potenciales.

A partir de esta fase, con el apoyo de créditos bancarios blandos o con recursos de capital del Estado o de la Universidad, el emprendedor en un lapso de seis meses debe iniciar el montaje, la producción en masa del prototipo del producto o servicio y la formalización de la empresa en cuanto a los aspectos legales, tributarios y contables. Para luego iniciar la etapa de puesta en marcha y consolidación del nuevo negocio, reduciéndose en un cincuenta por ciento, el tiempo para operar y consolidar una nueva empresa con respecto a los estándares internacionales, que estipulan un plazo de cinco años para su consolidación.

Lo anterior se ilustra de la siguiente manera:

Figura 4 Fases del emprendimiento universitario



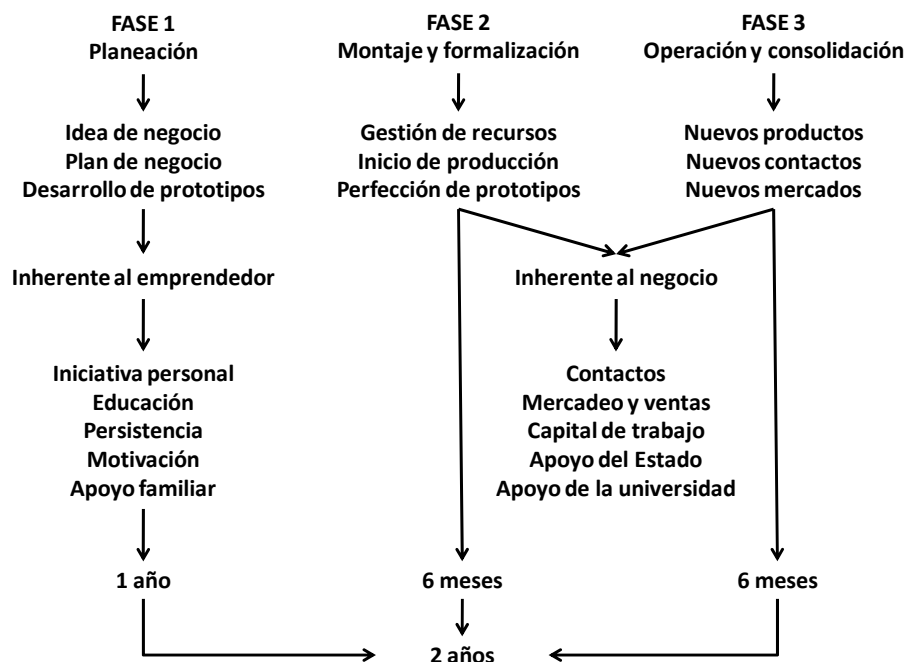
Elaboración propia. Fuente resultados del presente trabajo de investigación.

Otro aspecto para mejorar los indicadores de puesta en marcha y consolidación de nuevas empresas, es considerar la identificación de los factores más relevantes para crear una nueva empresa, desde la perspectiva del emprendedor empresarial, que como resultado de la presente investigación se identificaron como la educación, la iniciativa personal, la persistencia, la motivación, los contactos, el mercadeo y ventas, el capital de trabajo y el apoyo del Estado, la familia del emprendedor y la universidad.

Teniendo en cuenta los anteriores factores se puede entender el emprendimiento empresarial en el contexto de la ciudad de Medellín como la iniciativa personal de un emprendedor de iniciar la creación de una nueva empresa y para lograrlo requiere de educación, persistencia, motivación, contactos habilidades en mercadeo y ventas, recursos de capital, apoyo del Estado, su familia y la universidad en las etapas de planeación, montaje, formalización, puesta en marcha y consolidación de la nueva empresa.

En consecuencia, se propone la siguiente secuencia para el desarrollo del emprendimiento empresarial en el contexto de la ciudad de Medellín:

Figura 5 Optimización del tiempo del emprendimiento empresarial



Elaboración propia. Fuente resultados del presente trabajo de investigación.

En la secuencia anterior se incluye el desarrollo del prototipo del producto o servicio en la fase de planeación de la nueva empresa, que es inherente al emprendedor, junto con su iniciativa personal, su persistencia, su motivación, su educación el apoyo familiar. Se espera que dicha fase dure como máximo un año.

En la fase de montaje y formalización, que es inherente al negocio y que se espera dure como máximo seis meses, se perfecciona y se muestra el prototipo del producto o servicio en ferias y muestras empresariales con el fin de hacer contactos, convenios y potenciales contratos con proveedores y clientes.

En la fase de puesta en marcha y consolidación se produce y se realizan ventas en forma continua. Se fortalece la gestión de mercadeo y después de seis meses se inicia la exploración de nuevos productos, nuevos contactos y nuevos mercados para dar inicio a la etapa de supervivencia y consolidación del negocio.

En la fase de planeación es fundamental la actitud emprendedora de quien emprende la creación de una nueva empresa, así como su persistencia, motivación y el apoyo de su familia. Mientras que en las fases de montaje y formalización y de operación y consolidación, es fundamental el mercadeo, el capital de trabajo y el apoyo del Estado y la universidad.

El tiempo para la creación de una nueva empresa se puede optimizar en la ciudad, entendiendo esta optimización como la reducción del proceso de planeación, montaje y puesta en marcha de una nueva empresa a dos años, dadas las características sociales, económicas y culturales de la ciudad de Medellín.

19. CONCLUSIONES

- La acción de emprender la planeación, montaje y puesta en marcha de una nueva empresa es una interiorización del emprendedor. El individuo emprendedor es el eje del emprendimiento empresarial.
- El espíritu empresarial es la fuerza interior que lleva al emprendedor a materializar su deseo de ser independiente económica, mediante la creación de una nueva empresa.
- El espíritu empresarial es innato en el emprendedor, y sin él no es posible que el emprendedor logre el objetivo de poner en funcionamiento una idea de negocio mediante la creación de una nueva empresa.
- El emprendimiento empresarial es una acción solitaria, difícil, retadora, llena de obstáculos y de riesgos para el emprendedor y para su grupo familiar.
- No existe una teoría consolidada sobre el emprendimiento empresarial, lo que dificulta seguir una línea específica de investigación. La mayoría de los documentos que se han escrito sobre este tema, obedecen a opiniones personales de los autores.
- Los programas instituciones que impulsan el emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín, se centran más en la elaboración de los planes de negocio que en la incubación de empresas.
- La innovación se ha convertido en un obstáculo para el emprendimiento empresarial, especialmente en el llamado emprendimiento barrial o emprendimiento de sostenimiento, que atiende población de escasos recursos económicos y de bajos niveles de escolaridad.
- Los concursos de capital semilla y de planes de negocios dejan por fuera a muchos emprendedores, que aunque tengan espíritu empresarial, son descalificados por falta de innovación en sus ideas de negocio.
- La ausencia de innovación, no significa carencia de espíritu empresarial, el cual es la fuerza interior para llevar a cabo la creación de una empresa.
- La educación, con sus componentes humanos y técnicos, es un factor relevante en la tarea de emprender la creación de nueva empresa. La ausencia de este factor es un obstáculo para el emprendimiento empresarial.

- El emprendimiento empresarial surge como una iniciativa personal del emprendedor más que por oportunidad o por necesidad.
- La puesta en marcha del negocio es la etapa predominante en los proyectos de empresa de los emprendedores que han recibido orientación y apoyo en el Parque del Emprendimiento.
- Tres años es el tiempo que llevan en la puesta en marcha o fortalecimiento de los negocios de los emprendedores que han recibido orientación y apoyo en el Parque del Emprendimiento.
- Las principales características personales del emprendedor empresarial son la persistencia, la motivación, innovación, liderazgo y compromiso.
- Los factores de mayor relevancia para el éxito de un emprendimiento empresarial son los contactos, la educación, el capital y la capacidad de negociación.
- Los factores de mayor relevancia para el sostenimiento del negocio son el mercadeo y ventas, el capital de trabajo, la investigación y desarrollo, el desarrollo de productos y las alianzas y convenios.
- Para el éxito de un emprendimiento empresarial, especialmente en las etapas iniciales del proceso de crear la empresa, es imprescindible el apoyo del Estado, la familia y la universidad.
- El factor más influyente para el emprendedor empresarial es la familia, seguido del Estado, la universidad y sus amigos.
- Los docentes de la cátedra de emprendimiento y los asesores de emprendimiento empresarial, son percibidos por los emprendedores más como un obstáculo que como un apoyo para idear, implementar y operar una nueva empresa.
- Las mayores dificultades que tiene el emprendedor empresarial para planear, montar y poner en marcha una nueva empresa son por falta de capital, estados de desánimo, falta de apoyo y el sentimiento de soledad.
- La falta de innovación y la falta de creatividad no constituye una dificultad para el emprendedor en su proceso de idear, implementar y operar una nueva empresa.

20. RECOMENDACIONES

- Estimular la innovación y la creatividad para la creación de nuevas empresas, por parte de los programas institucionales que impulsan y apoyan el emprendimiento empresarial, sin que su ausencia sea un factor de descarte del emprendedor y de su idea de negocio.
- Diseñar técnicas de selección de emprendedores con verdadero espíritu empresarial, independientemente que su idea inicial de negocio tenga o no el factor innovador.
- Que los programas institucionales que impulsan y apoyan el emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín, se centren más en el espíritu empresarial del emprendedor que en su idea y plan de negocio.
- Desmontar los concursos de emprendimiento empresarial y destinar dichos recursos para financiar los proyectos de empresa de los emprendedores con verdadero espíritu empresarial, que necesitan capital de trabajo especialmente en las etapas de planeación y montaje de la nueva empresa.
- Qué la cátedra de emprendimiento, especialmente en las instituciones de educación superior se utilice sólo para dar a conocer qué es el emprendimiento empresarial, y no para iniciar procesos de sensibilización.
- Qué en las instituciones educativas que impulsan y apoyan el emprendimiento empresarial, se cree un laboratorio de emprendimiento empresarial, donde sólo participen los emprendedores seleccionados por su espíritu empresarial.
- Que el apoyo por parte del Estado y de las unidades de emprendimiento de las instituciones educativas, se traduzca más en recursos financieros, desarrollo de prototipos, identificación e investigación de mercados, que en actividades de sensibilización y motivación hacia el emprendimiento.
- Que el Estado y las unidades de emprendimiento de las instituciones educativas creen fondos de capital para el emprendimiento, para financiar emprendedores con verdadero espíritu empresarial.
- Implementar el modelo de optimización del tiempo para la creación de una nueva empresa en el contexto de la ciudad de Medellín, que se propone en el presente trabajo de investigación.

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

ARANGO BENJUMEA, Jhon Jaime. Proyecto de formulación de un centro de intermediación laboral y empresarial en COMFENALCO Antioquia. Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos Públicos y Privados. Universidad de Medellín. 2006.

Diagnóstico organizacional de las Unidades de Emprendimiento adscritas a Instituciones de Educación Superior del Valle de Aburrá. GÉNESIS 2009

FORMICHELLA, María Marta. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo. Buenos Aires: INTA. Rivadavia. http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf. 2004. Tomado 24 de mayo de 2010.

GALEANO MARÍN, María Eumelia. Estrategias de la investigación social cualitativa. La Carreta Editores. Medellín, Colombia. 2007. Págs. 63-81.

<http://www.antioquia.gov.co/organismos/scompetividad/antioquiaemprededora.htm>, tomado el 23.05.2010

<http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/CulturaE/Paginas/ParqueE.aspx> Tomado el 22 de mayo de 2010.

<http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/ciudade/Paginas/conozcanos.aspx>, tomado el 27 de octubre de 2010.

<http://www.emprendimiento.unal.edu.co/informacion.htm>, tomado el 22 de mayo de 2010

http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP. Publicado 21 de mayo de 2010, tomado el 21 de mayo de 2010.

<http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/Programas/A.GestionTecnologica/E.Servicios/A.Emprendimiento>, tomado el 22 de mayo de 2010.

<http://www.ucc.edu.co/popayan/Paginas/UnidaddeEmprendimiento.aspx>, tomado el 22 de mayo de 2010

<http://www.udem.edu.co/UDEM/Extension/UnidadEmprendimiento/presentacion.htm>, tomado el 22 de mayo de 2010.

http://www2.eafit.edu.co/emprededores_eafit/, tomado el 22 de mayo de 2010.

<http://www.emprendimiento.unal.edu.co/informacion.htm>, tomado el 22 de mayo de 2010.

<http://www.rutanmedellin.org/info/Paginas/queesrutan.aspx>, tomado el 27 de octubre de 2010.

LONDOÑO URIBE, Santiago. Medellín: ciudad del emprendimiento. Publicado el 15 de octubre de 2009 en el sitio <http://santiagolondonouribe.org/2009/10/15/medellin-ciudad-del-emprendimiento/>, tomado el 1 de agosto de 2010.

RODAS L., Julieth. ¿Por qué fracasan los nuevos negocios? Artículo tomado el 19 de agosto de 2011 del sitio http://noticias.elempleo.com/colombia/investigacion_laboral/por-que-fracasan-los-nuevos-negocios/6586809

RODRÍGUEZ RAMÍREZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Revista Pensamiento y Gestión número 26. Universidad del Norte. 2009. Tomado el 8 de febrero de 2011 del sitio http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/4_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento%20empresarial.pdf

SORIANO L., Claudio. El 80% de las pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% no llega a los diez años, ¿por qué? Tomado el 19 de agosto de 2011 del sitio <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp/ochentapy.htm>

VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Educación. 2001.

VARGAS GALLO, Pedro. ¿Por qué fracasan tantos emprendedores? El puente roto entre la producción y el mercado- la ecuación olvidada rentabilidad/flujo de caja. Tomado del 19 de agosto de 2011 del sitio <http://gocesa.cesa.edu.co/noticias/archivo/2010/03/fracasoemprendedores.php>

VESGA, Rafael Augusto, et al. Colombia 2008 GEM National Report. Publicado el 30 de agosto de 2009. Tomado el 21 de mayo de 2010 del sitio web <http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=935>.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Abc del emprendimiento: actitudes, métodos y prácticas de quienes se dedican a desarrollar nuevos negocios. Revista: Gestión Multirevistas Editores s. A.

Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia. Revista: Desarrollo y sociedad. Universidad de los Andes. Facultad de economía. Centro de estudios sobre desarrollo económico.

CANTILLON, Richard. Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/cantillon_Naturaleza.htm. 1755. Tomado el 28 de octubre de 2010.

Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones. Revista: Desarrollo y sociedad. Universidad de los Andes. Facultad de economía centro de estudios sobre desarrollo económico.

La cadena de financiación: una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento. Revista: Escuela de Administración de Negocios. Escuela de Administración de Negocios.

La dimensión humana del emprendimiento. Revista: Ciencias estratégicas. Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de ciencias estratégicas.

La fenomenología y el emprendimiento. Revista: Ciencias estratégicas. Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de ciencias estratégicas.

La innovación como accionante del emprendimiento en las organizaciones. Revista: Escuela de administración de negocios. Escuela de administración de negocios.

MONTOYA CASTILLÓN, María Elizabeth, Vargas García, Juan Guillermo. Guía para incubación y desarrollo de ideas de negocios. Medellín: Universidad de Medellín. 2005.

URBANO, David y TOLEDANO Nuria. Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas. Barcelona: Editorial UOC. 2008.

ANEXOS

Anexo A Modelo de cuestionario sobre emprendimiento empresarial

Universidad de Medellín
Maestría en Administración - MBA
Trabajo de grado

Identificación de los factores que tienen mayor relevancia en la creación de una nueva empresa en la ciudad de Medellín desde la perspectiva del emprendedor empresarial. Caso: Parque del Emprendimiento.

| |
|---|
| 1. ¿Cómo define usted el emprendimiento empresarial? |
| |
| 2. ¿Qué características cree usted que deben tener los emprendedores empresariales? |
| |
| 3. ¿Por qué cree usted que triunfan los emprendedores empresariales? |
| |
| 4. ¿Por qué cree usted que fracasan los emprendedores empresariales? |
| |
| 5. ¿Cuáles obstáculos se le han presentado en el emprendimiento empresarial y cómo los ha resuelto? |
| |
| 6. ¿Cuáles cree usted que son las razones del bajo índice de creación de nuevas empresas en Medellín? |
| |
| 7. ¿Cuál ha sido el apoyo que usted como emprendedor empresarial ha recibido del Estado, la Universidad y su Familia? |
| |
| 8. ¿Cuáles factores considera usted que son determinantes para crear nuevas empresas en Medellín? |
| |
| 9. ¿Cuáles considera usted que son los retos del emprendimiento empresarial en la ciudad de Medellín? |
| |
| 10. ¿Tiene usted alguna apreciación adicional que desee compartir con respecto al tema? |
| |

Datos de quien diligencia el cuestionario

| | |
|----------------------|--|
| Nombre: | |
| Ocupación: | |
| Institución/Empresa: | |
| Teléfono/Celular: | |
| Correo electrónico: | |

Elaboración propia. Fuente: modelos de cuestionarios diseñados por el autor.

Anexo B Modelo de encuesta sobre emprendimiento empresarial

ENCUESTA SOBRE EMPRENDIMIENTO

Cuestionario de selección múltiple. Seleccione la opción u opciones con una "X".

1. ¿Cuál es su actual nivel de formación académica?

- Bachiller
 - Profesional
 - Especialista
 - Magíster
 - Otro, ¿cuál?
-

2. ¿Cuál fue el principal motivo de su emprendimiento empresarial?

- Oportunidad de negocio
 - Desempleo
 - Tradición familiar
 - Iniciativa personal
 - Otro, ¿cuál?
-

3. ¿Cuál es el estado actual de su emprendimiento empresarial?

- Gestión de recursos
- Desarrollo de prototipos
- Montaje del negocio
- Puesta en marcha

4. ¿Cuánto tiempo ha invertido en su emprendimiento empresarial?

- Menos de 1 año
- Entre 1 y 2 años
- Entre 2 y 3 años
- Más de 3 años

5. ¿Cuáles características definen a un emprendedor?

- Motivación
 - Liderazgo
 - Persistencia
 - Creatividad
 - Innovación
 - Compromiso
 - Organización
 - Otra, ¿cuál?
-

6. ¿Cuáles factores son más relevantes para el emprendimiento empresarial?

- Educación
 - Capital
 - Créditos
 - Cultura
 - Entorno
 - Negociación
 - Contactos
 - Apoyo
 - Otro, ¿cuál?
-

7. ¿Cuáles factores son más relevantes para el negocio?

- Mercadeo y ventas
 - Estructura organizacional
 - Desarrollo del producto
 - Capital de trabajo
 - Sector económico
 - Alianzas y convenios
 - Investigación y desarrollo
 - Otro, ¿cuál?
-

8. ¿De quiénes ha recibido apoyo para su emprendimiento empresarial?

- Familia
- Universidad
- Amigo/a
- Estado
- Empresa privada
- Otro, ¿cuál?

9. ¿Cuáles agentes influyen más en el emprendedor empresarial?

- | | |
|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | Familia |
| <input type="checkbox"/> | Estado |
| <input type="checkbox"/> | Asesores |
| <input type="checkbox"/> | Docentes |
| <input type="checkbox"/> | Comunidad |
| <input type="checkbox"/> | Amigos |
| <input type="checkbox"/> | Universidad |
| <input type="checkbox"/> | Otro, ¿Cuál? |
-

10. ¿Cuáles son las mayores dificultades de ser emprendedor?

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sentirse solo |
| <input type="checkbox"/> | Falta de capital |
| <input type="checkbox"/> | Poca creatividad |
| <input type="checkbox"/> | Poca innovación |
| <input type="checkbox"/> | Desánimo |
| <input type="checkbox"/> | Demanda de tiempo |
| <input type="checkbox"/> | Falta de apoyo |
| <input type="checkbox"/> | Otro, ¿cuál? |
-

Elaboración propia. Fuente: modelos de cuestionarios diseñados por el autor.