

1-1-2011

Motivaciones del emprendedor para la creación de empresa en Bogotá, Colombia. Estudios de caso: Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda

Ruth Eugenia Girón Junco
Universidad de La Salle, Bogotá

Paula Ximena Orrego Carvajal
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Girón Junco, R. E., & Orrego Carvajal, P. X. (2011). Motivaciones del emprendedor para la creación de empresa en Bogotá, Colombia. Estudios de caso: Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/129

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Motivaciones del emprendedor para la creación de empresa en Bogotá,
Colombia. Estudios de caso: Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y
Borda2 Speed Ltda.

RUTH EUGENIA GIRÓN JUNCO
PAULA XIMENA ORREGO CARVAJAL

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C. - COLOMBIA
2010

Motivaciones del emprendedor para la creación de empresa en Bogotá,
Colombia. Estudios de caso: Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y
Borda2 Speed Ltda.

RUTH EUGENIA GIRÓN JUNCO
PAULA XIMENA ORREGO CARVAJAL

Trabajo de grado para optar al Título de Administradora de Empresas

Dirección: JORGE GÁMEZ GUTIÉRREZ Ph D (c)

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C. - COLOMBIA
2010

TABLA DE CONTENIDO

1.	Tema	2
1.1.	Línea de Investigación	2
1.2.	Título.....	2
2.	Problema	2
2.1.	Formulación.....	2
2.2.	Planteamiento	2
3	Objetivos	4
3.1	Objetivo General.....	4
3.2	Objetivos Específicos.....	4
4	Justificación	5
5	Marco Institucional	9
5.1	Breve esbozo de la historia de la Universidad de La Salle.....	10
5.2	Misión, Visión y Principios de La Universidad.....	10
5.2.1	Principios.....	10
5.3	Facultad de Ciencias Administrativas y Contables	11
5.3.1	Reseña Histórica	11
5.3.2	Perfil del Administrador Lasallista	12
5.3.3	Misión y visión	12
6	Marco Legal.....	13
7	Marco Teórico	15
7.1	Enfoques del Emprendimiento	17
7.1.1	Desde el enfoque administrativo, el emprendedor consolida una idea innovadora.	17
7.1.2	Desde el enfoque económico, el emprendedor busca rentabilidad.	19
7.1.3	Desde el enfoque sociológico, la sociedad induce a sus emprendedores.	21
7.1.4	El enfoque psicológico, el individuo y sus motivaciones.....	27
8	Definición del grupo investigador	30
9	Diseño metodológico	32
9.1	Tipo de investigación.....	33
9.2	Método de investigación.....	34
9.2.1	Diseño de instrumentos.....	35
10	Resultados.....	36
10.1.1	Información de amigo comunicaciones.....	37
10.1.2	Información de bambame.....	40
10.1.3	Información edhra ltda.....	42
10.1.4	Información borda2 speed ltda.....	44
11	Análisis de resultados obtenidos.....	48
12	Discusión	56
13	Conclusiones	57
14	Recomendaciones.....	62
	Bibliografía.....	63
	Anexos.....	67

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Principales causas de estancamiento en las empresas colombianas.	7
Tabla 3 Empresas creadas en Bogotá en el 2007	7
Tabla 4 Clasificación de las Pymes	14
Tabla 5 Síntesis de la historia de los enfoques teóricos del emprendimiento	16
Tabla 6 Definición del Emprendedor	16
Tabla 7 Definición de necesidad.....	28
Tabla 8 Definición de Emprendedor	31
Tabla 9 Etapas del Proceso Emprendedor	32
Tabla 10 Comparativo Emprendedor frente a los enfoques (%).....	37
Tabla 11 Comparativo entre el emprendedor y los enfoques.	53
Tabla 12 Cualidades, Competencias y Perfil del Emprendedor.....	55

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica No.1 El Proceso de creación de nuevas empresas y las definiciones operacionales del Proyecto GEM - Modelo Conceptual del GEM.....	31
Gráfica No. 2 El proceso cualitativo según Hernández.....	34
Gráfica No. 3 Pregunta No. 2- Amigo Comunicaciones Gráfica No. 4 Pregunta No. 4- Amigo Comunicaciones	48
Gráfica No. 5 Pregunta No. 8 Amigo Comunicaciones	49
Gráfica No. 6 Pregunta No. 12 Fambame.....	50
Gráfica No. 7 Pregunta No. 2 Borda Speed Ltda.....	51

LISTA DE ANEXOS

Anexo No. 1 Biografía de los Autores	67
Anexo No. 2 Formato de encuesta a los funcionarios	70
Anexo No. 3 Formato de encuesta a los funcionarios	71
Anexo No. 4 Encuesta emprendedor David Duque – Amigo Comunicaciones	72
Anexo No. 5 Encuesta emprendedor Javier Barros – Fambame.....	76
Anexo No. 6 Encuesta emprendedor Omar Morales Jiménez - Borda2 Speed	79
Anexo No. 7 Encuesta emprendedor Javier Rivera –Edhra Ltda.	82

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se realiza un análisis de las motivaciones de los emprendedores, estudiantes y egresados, de la Universidad de la Salle, a partir de las teorías de los autores mencionados en cada uno de los enfoques del emprendimiento clasificados por Gámez (2008) a partir de la Economía, la Psicología, La Sociología y la Administración; ciencias y disciplinas que han contribuido al estudio del emprendimiento, por esta razón son el punto de partida para la investigación, por esto se señalaran las teorías de los autores más reconocidos de dichas disciplinas que aportaron con sus enfoques al desarrollo del concepto de emprendimiento y de emprendedor.

Por su parte la universidad de la Salle, en la misión y en la visión se compromete a educar integralmente a sus alumnos generando en ellos conocimiento y una educación integral con valores, sensibilidad social con el fin de aportar activamente a la transformación social y productiva del país, con el objetivo de construir una sociedad justa y en paz, con equidad, la defensa de la vida y la construcción de una nacionalidad comprometida. Proyectando la formación de profesionales con sensibilidad y alta responsabilidad social, busca también el desarrollo humano integral y sustentable, está comprometida con la democratización, la generación del conocimiento con el fin de transformar la estructura de la sociedad colombiana.

El objetivo de esta investigación es determinar cuáles fueron los factores motivacionales, qué recursos necesitó y le permitieron al emprendedor crear su empresa, con el propósito de definir rasgos y motivaciones del emprendedor; esta información se obtendrá mediante una entrevista que se realizará al emprendedor y a sus colaboradores.

El emprendedor se caracteriza por ser una persona inteligente con la capacidad de asumir riesgos y de enfrentarse a la incertidumbre, tiene energía indomable, optimismo, autoconfianza y mucha fe, también es creativo, tenaz y persistente, los emprendedores son aquellas personas que conocen sus destrezas, virtudes, capacidades, competencias, cualidades y defectos; por lo tanto, este conocimiento de sí mismo le otorga un autocontrol, capacidad que le permite meditar sobre sí mismo y sus actos, lo cual lo faculta para tomar una posición adecuada cuando toma decisiones, de lo contrario la pérdida de control lo haría ceder a las inestabilidades del mercado, como a los problemas que a diario un empresario debe enfrentarse (Knight, 1947), por lo tanto en estos estudios de caso, se hace un barrido histórico del emprendimiento y como a partir de esta característica se crea empresa. Se hace esta investigación de tipo descriptivo con enfoque sistémico para determinar cómo el emprendimiento empresarial a partir de una idea se plasma en una empresa; teniendo en cuenta que en Colombia una de cada cuatro empresas creadas es

liquidada antes de cumplir su primer año y que de acuerdo con el informe GEM 2009-2010 se trataran las teorías de los autores relacionados con los enfoques administrativo, sociológico, psicológico y económico, con el objeto de comprobar si sus teorías son aplicadas o no en la realidad empresarial de los emprendedores.

A continuación se analizaran las experiencias de los emprendedores creadores de las empresas: Amigo Comunicaciones, David Duque; Fambame, Javier Barros; Borda2 Speed Ltda, Omar Adrián Morales Jiménez y EDHRA Ltda, Javier Rivera. Al crear sus empresas y determinar cuáles fueron sus principales motivaciones y como los perciben sus colaboradores.

ESTUDIO DE CASO

1. TEMA

A continuación se describe el tema a tratar en este estudio de caso:

1.1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio hace parte de la línea de investigación “Desarrollo empresarial” y la sublínea de investigación “Desarrollo de Empresas de Familia CEDEF”, de la Universidad de La Salle, que a través de investigaciones científicas, programas de capacitación, diplomados, seminarios, asesorías y asistencia técnica, desarrolla su gestión participando en el diseño y seguimiento de la política económica y social, en el ámbito nacional, bajo lineamientos éticos acordes a sus principios y valores definidos (Estupiñán y Vacca, 2008).

1.2. TÍTULO

Motivaciones del emprendedor para la creación de empresa en Bogotá, Colombia. Estudios de caso: Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda.

2. PROBLEMA

2.1. FORMULACIÓN

¿Cuáles son las motivaciones de los egresados lasallistas para crear empresa?

2.2. PLANTEAMIENTO

Teniendo en cuenta la sociedad actual se busca generar iniciativa entre los jóvenes para que busquen alternativas que les permitan crear empresa, sin omitir el índice de desempleo de Colombia que como informa el DANE: *"Durante el trimestre móvil abril - junio, y para el total nacional, la tasa de desempleo promedio fue 11,7% ciento frente a 11,1% observada en igual periodo de 2008. El número de los ocupados aumentó en 995 mil personas, aumentando el número de personas desocupadas, generando así un problema que no deja de afligir a nuestra sociedad actual"* (DANE, 2009).

El conflicto del desempleo es uno de los resultados de la crisis económica, ambos fenómenos ayudan a fomentar la angustia del ser humano, ya que las personas se desmotivan y las ideas de emprender se vuelven nulas, dejándolos en el valle de la

mendicidad, por otro lado, existen seres humanos a los que pareciera que los golpes de la vida los pellizcara, y los empujara a tener las mejores ideas para salir adelante con proyectos.

Los profesionales de la Universidad de La Salle son personas, en algunos casos, que se preparan con el ánimo de desarrollar la capacidad para crear empresa, algunos lo han logrado durante su pregrado, otros después, mas sin embargo no todos los egresados se atreven a crear su propia empresa, ya sea por la competencia, el factor económico y la falta de creatividad, necesaria a la hora de constituir un negocio que sea innovador y al mismo tiempo atractivo para los clientes.

Al analizar estos factores motivacionales para crear empresa: el aumentar los niveles de ingresos, la necesidad de solucionar su situación personal, su proyección profesional, sus expectativas afectivas, establecerse en un lugar geográfico acorde con la actividad económica de la empresa y sus expectativas personales, el ánimo de heredar a su familia más y mejores oportunidades, el anhelo de poder, aportar positivamente a la sociedad, aplicar los conocimientos adquiridos durante su pregrado, reconocimiento social y la mejora de estatus, entre otros; como cada uno de estos aspectos son importantes y le permiten al emprendedor tomar la decisión de crear una empresa (Gámez, 2007), permitirán al equipo de trabajo definir cuál o cuáles son los factores que motivan a los emprendedores a la hora de crear empresa.

De acuerdo con las estadísticas de América Economía Intelligence (2007) y los cálculos realizados por la Dirección de Estudios e Investigación de la Cámara de Comercio de Bogotá (2008), ésta ciudad es reconocida como un lugar atractivo para invertir y crear empresa de una manera fácil, también cuenta con una alta incorporación de tecnología de punta; en estos dos aspectos Bogotá supera a las demás ciudades gracias a la simplificación de trámites para crear y registrar una empresa. Por otra su parte *Doing Business*(2009: p.2) afirma en su último informe que “Colombia se constituye en uno de los líderes globales en reformas normativas destinadas a mejorar el clima de negocios”, pues ha reducido el tiempo y el costo simplificando las formalidades de registro acelerando los procesos, eliminando la exigencia de un certificado de acatamiento con reglas de zonificación, por esto en el ranking de *Doing Business* Colombia tiene 9 pasos para crear empresa y una duración en promedio de 36 días cuando en comparación con el resto de la región que tiene un promedio de 9.7 procedimientos y duración en promedio de 64,5 días, por lo tanto está ubicada en el puesto 53 (2009: p 2).

Por lo tanto, en este estudio de caso se busca analizar, con base en las teorías del emprendimiento, como los factores motivacionales económicos, psicológicos, sociológicos y administrativos permiten a los emprendedores hacer realidad su idea de crear empresa, con base en el pensamiento de los diferentes autores.

David McClelland (1970) se toma desde el enfoque económico para comparar sus teorías de motivación, desde el enfoque económico a Joseph A. Schumpeter(1950), el enfoque sociológico se estudian teorías de Maximilam Weber (1942) y Peter Drucker (1986) desde el enfoque administrativo, tomando estas teorías para conocer esas motivaciones de los egresados para crear empresa.

3 OBJETIVOS

A continuación los objetivos propuestos para esta investigación

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar las motivaciones de los emprendedores para crear empresa a través de estudios de caso de las empresas Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el marco teórico de emprendimiento y creación de empresa desde los enfoques Económico, Sociológico, Psicológico y Administrativo.
- Reconocer las motivaciones para crear empresa y los aspectos que permitieron hacer realidad la idea de negocio.
- Identificar los recursos con los cuales se iniciaron las empresas, y los que necesita para ser sostenible.
- Describir las condiciones en las que la empresa se creó a través de una entrevista en profundidad al emprendedor que creó la empresa y encuestas a quienes lo rodean.
- Entregar a la Universidad de La Salle los resultados de la investigación.

4 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación permite a la Universidad de La Salle y en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, identificar las motivaciones de los creadores de empresa de egresados del programa de Administración de Empresas, para que el futuro se pueda incluir, si es posible, temas de que motiven a los estudiantes para crear empresa.

Este estudio de caso permitirá al emprendedor poner en práctica su idea empresarial como fórmula de realización personal, por lo tanto se debe tener en cuenta la teoría que se ha venido desarrollando alrededor del emprendimiento, para empezar a construir empresa y profesionales capaces de crear estrategias de emprendimiento para su desarrollo profesional y empresarial.

Actualmente la Universidad de La Salle en el programa de Administración de Empresas incluye asignaturas, tales como, metodología de la investigación, formulación y evaluación de proyectos, seminario de casos y algunas electivas, herramientas que le permiten al estudiante aprender a documentar sus proyectos, a proyectarlos, a hacerlos realidad, motivando desde la academia el espíritu emprendedor que existe en los estudiantes, aunque no necesariamente se puede afirmar que todos los profesionales son emprendedores y creadores de empresa. Para esto la universidad les permite a los estudiantes participar en la muestra empresarial como el primer acercamiento, para algunos, a la creación de empresas.

Es importante analizar, si es una necesidad del programa, incluir como materia el Emprendimiento enfocado a la creación de empresa, tema que a nivel distrital, nacional e internacional ha venido tomando importancia en el desarrollo económico de la sociedad. En el Folleto Observatorio del Emprendimiento de Bogotá (2008) se afirma que:

“Bogotá es el centro económico y empresarial de Colombia, en la ciudad se encuentran 248.000 empresas, el 27% de las registradas en el país, y cada año se crean en promedio 55.000 nuevas empresas. Se ha consolidado como el mercado más grande de Colombia, con el 17% de la población nacional y el mayor ingreso per cápita US\$5.629 para 2007”. p. 9.

Este Observatorio fue creado en alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor de Bogotá, buscando incentivar a los ciudadanos con un modelo integral para crear, crecer, consolidar y promover la innovación de las empresas en el mercado local e internacional. Entre noviembre de 2006 y junio de 2008, Bogotá Emprende ha promovido la creación de más de 3.000 empresas, más de 4.000

emprendedores han elaborado su plan de empresa con el apoyo de la herramienta virtual PEL, más de 60.000 personas han utilizado los servicios y actividades, y se registraron más de 255.000 visitas al portal de Bogotá Emprende.

Se debe resaltar que todos los países tienen costumbres diversas y que las ciudades reflejan diferentes modelos culturales, teniendo en cuenta esto, es bueno resaltar que Bogotá se posicionó en América latina, como la ciudad que más percibe una política de apoyo al emprendimiento según la información registrada en el folleto *Observatorio del Emprendimiento de Bogotá - Entorno para el Emprendimiento en Bogotá y la Región 2007-2008*, señalando así el logro de motivar a todas aquellas personas para llevar a cabo sus proyectos, generando expectativas para la generación de empresa, volviéndose una característica cultural bogotana, que enmarca desarrollo y progreso para la sociedad.

Al generar una cultura de emprendimiento se desenvuelve una cadena de beneficios que fortalecen a la sociedad, entre ellos están:

- La generación de empleo.
- La superación personal.
- La educación.
- El conocimiento empírico.
- Ganancia económica.

En el centro de emprendimiento de Bogotá los usuarios pueden utilizar sin costo, servicios como: charlas de capacitación y sensibilización, recibir orientación y asesoría o consultar información para crear empresa, en la página web de la Cámara de Comercio Bogotá, lo que ayuda a generar la creación de microempresas, además forma a estos nuevos emprendedores para que obtengan recursos financieros y desarrollar su proyecto de creación de empresa.

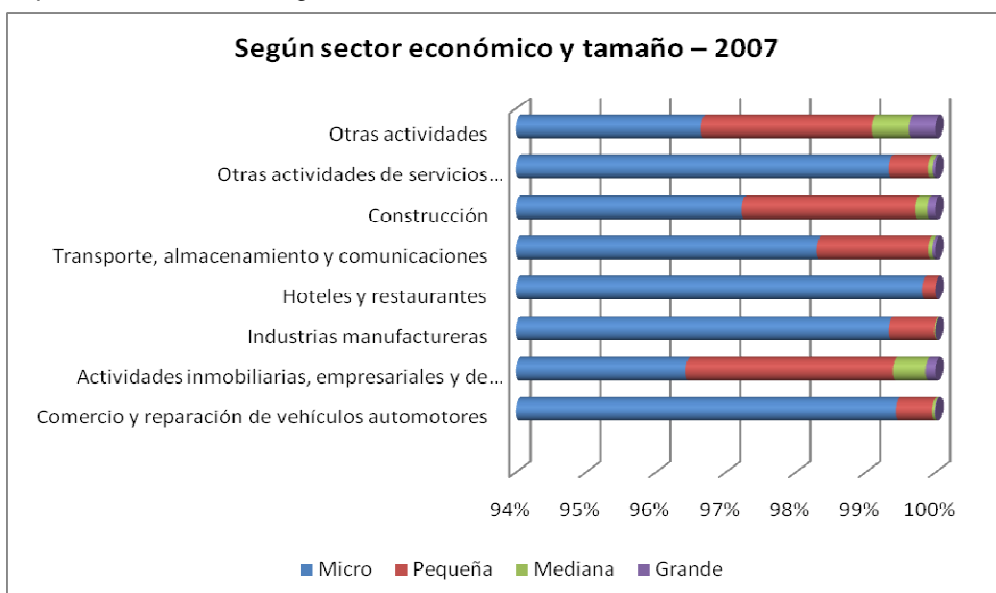
Según la información del Observatorio (2007: p 22) a pesar de que “Bogotá es el centro empresarial de Colombia con 230.000 empresas, que equivale al 27% registrado en el país, adicionalmente se crean anualmente cerca de 56.000 empresas y se liquidan 16.000, la mayoría dedicadas a la actividad del servicio, esto indica que existe un problema en la creación y desarrollo de empresas debido al alto nivel de liquidación anual que se presenta”, en la tabla 1, se especifican las principales causas del estancamiento de estas empresas.

Tabla 1 Principales causas de estancamiento en las empresas colombianas.

Nº	CAUSAS QUE INCIDEN EN LA LIQUIDACIÓN DE EMPRESAS	RESULTADO
1.	Planeación inicial deficiente en los costos generados.	Elevado endeudamiento.
2.	Altibajos de la economía falta de mercadeo por parte de la empresa.	Reducción en las ventas.
3.	Falta de regulación en los recursos.	Administración deficiente.
4.	Deficiencias de calidad en el bien o servicio.	Falta de capacidad para competir.
5.	Falta de liderazgo y conocimiento por parte de la gerencia.	Personal incompetente para administrar la empresa.
6.	Falta de independencia por parte de los líderes para administrar.	Mezcla de problemas familiares con el manejo de la empresa.
7.	Falta de recursos para adquirir buena tecnología o de conocimientos acerca de la misma.	Tecnología obsoleta.
8.	Mano de obra más barata en otros países.	Competencia externa.
9.	Falta de colaboración por parte del gobierno.	Elevada carga tributaria.

FUENTE: Elaboración propia a partir de Observatorio de Emprendimiento de Bogotá - Entorno para el Emprendimiento en Bogotá y la Región 2006-2007

Tabla 2 Empresas creadas en Bogotá en el 2007



Fuente: Elaboración propia a partir del Registro Mercantil, CCB (2007) – Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones Cámara de Comercio de Bogotá.

Como se observa en la tabla 2, la alta participación del Comercio y los servicios, frente a la baja participación de la industria, es debido al fuerte impacto que han tenido los textiles y el calzado, frente a la fuerte competencia de países como China, donde su mano de obra es tan baja que permite vender más barato, también se debe tener en cuenta que en el 2008, algunos de los problemas con Venezuela, generaron estancamiento en la exportación de químicos industriales, papeles, electrodomésticos, productos alimenticios, medicamentos, licores, aceites, aparatos de telecomunicación, de cómputo y partes, al vecino país, lo que produce menos participación de la *mipyme* en el sector industrial.

Estas cifras permiten vislumbrar lo importante que es trabajar en la formación de emprendedores capaces de ver la oportunidad de negocio e innovar a la hora de crear empresa.

Según Gámez (2008):

“Al cerrar el año 2006 se contaron 1.591.043 empresas en el sector formal (DANE) con tasas de mortalidad cercanas al 20% en Bogotá (Cámara de Comercio), y un número incierto en el sector informal que no forma parte de gremios ni asociaciones, y carece de capital humano bien cualificado”

Estas cifras demuestran que aún sigue faltando el componente clave para que las leyes sean beneficio para todos los niveles existentes en la sociedad colombiana. El gobierno Distrital, la Cámara de Comercio y ACOPI, son algunos de los principales entes que buscan apoyar al micro, pequeño y mediano empresario, que para la economía Bogotá son parte importante del desarrollo de la misma, tanto así que Bogotá durante el último año se ubica en el octavo puesto en América latina cuando en el 2007 estaba en el puesto once, según la revista América Economía Intelligence y el informe del Ministro de Comercio, Industria y Turismo el doctor Luis Guillermo Plata Páez, gracias a estas estrategias y a las mismas necesidades empresariales en La Salle hay unidad de emprendimiento y ha logrado pasar cuatro proyectos al fondo emprender, este es un buen punto de partida, para los emprendedores que actualmente se están formando.

En Colombia por cada diez mujeres que están creando empresa hay diez y seis hombres en la misma circunstancia, las mujeres mantiene una tendencia de crecimiento en su participación en la tasa de actividad emprendedora, con un 17.3% en 2006, 18.8% en 2007 y 19.1% en 2008 como se registra en el Informe GEM Colombia (2008, p.23), la mujer tiene una participación muy activa en el desarrollo cultural colombiano, esto puede consolidarse como una de las bases más sólidas de cambio organizacional que se ha manejado a través de los años.

La mujer colombiana siempre ha buscado la estabilidad en su núcleo familiar, pero debido a varias circunstancias ha enfrentado la crianza de sus hijos sola, esta fuerza

de sacar su familia adelante, la han llevado a mejorar su nivel educativo y demostrar la capacidad que posee para realizar negocios.

Es importante relacionar que las mujeres que devengan menos de dos salarios mínimos, tiene una capacidad de emprendimiento más baja que las mujeres que devengan más de dos salarios mínimos, ya que presentan tasas de emprendimiento por oportunidad muy superiores que la de los hombres de acuerdo con dicho informe, dando a conocer una estadística que muestra la perseverancia que maneja el género femenino para la creación de empresa.

Las necesidades de la mujer van enfocadas en mejorar su nivel de vida y crear un mejor mañana para sus hijos, lo que genera trascendencia día a día de sus triunfos y equilibra más la sociedad donde se desempeña.

5 MARCO INSTITUCIONAL

La Universidad de La Salle tal como lo muestra en el PEUL, se compromete a construir una sociedad pluralista, que tiene conoce y reconoce los derechos humanos, comprometida también con las costumbres y tradiciones nacionales, sin olvidar que hace parte de un mundo que vive los cambios de la globalización y que por lo tanto se debe buscar mejorar la justicia y el desarrollo integral y sustentable. Por otra parte La Salle propone modelos educativos que permiten al estudiante aprender, aprehender y aplicar sus conocimientos la vida laboral, personal y social. Inculcando la responsabilidad que tienen los profesionales al crear una empresa, y que esto no significa únicamente lograr aumentar los ingresos sino también aportar integralmente a la sociedad y que esta a su vez ya no es regional sino global.

Dentro de este marco se presenta una breve reseña histórica de la Universidad y la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, con su misión, visión y principios que las distinguen, respectivamente. A través de los años la universidad ha generado una conciencia más sólida para incentivar la creación de empresa, uno de los proyectos más acogidos actualmente, son las empresas de familia, donde se destaca la participación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, llevando a cabo la labor de motivar, la iniciativa de crear o evolucionar empresas.

Es importante resaltar la labor de los docentes de la Universidad de La Salle, en cuanto a la motivación que les imparten a los estudiantes. Para evitar que estos sean empleados y sean creadores de empresas, autores de su proyecto de vida.

5.1 Breve esbozo de la Historia de la Universidad de La Salle

La Universidad de La Salle es una Institución de Educación Superior, de carácter privado, de utilidad común y sin ánimo de lucro. Se basa en una visión cristiana del hombre, del mundo, de la historia y del saber. La universidad fue reconocida como Universidad en 1975, tiene un Proyecto Educativo Institucional que se inspira en el Modelo Educativo Católico y en el Estilo Educativo Lasallista, estilo que han consolidado los Hermanos de La Salle a lo largo de más de 300 años y que hoy está en vigencia en 81 países.

5.2 Misión, Visión y Principios de la Universidad

En su misión la universidad se compromete a educar integralmente a sus alumnos generando en ellos conocimiento y una educación integral con valores, sensibilidad social y trabajo colegial y aportar activamente a la transformación social y productiva del país, con el objetivo de construir una sociedad justa y en paz, con equidad, la defensa de la vida y la construcción de una nacionalidad comprometida.

En su Visión resalta la formación de profesionales con sensibilidad y alta responsabilidad social, busca también el desarrollo humano integral y sustentable, está comprometida con la democratización, la generación del conocimiento con el fin de transformar la estructura de la sociedad colombiana.

De esta forma la Universidad de la Salle prevé un alto interés en mejorar las condiciones de vida de la sociedad que la rodea, formando estudiantes con un alto nivel intelectual con base en valores éticos, ya que se preocupa por la transformación social, que depende de las nuevas generaciones.

5.2.1 Principios

El Marco Doctrinal establece, entre otros, los siguientes principios: La visión cristiana del hombre, la historia y el saber; formación integral armónica a partir del descubrimiento y la realización personal; la búsqueda sistemática de la verdad, la justicia y el comportamiento responsable y honesto; compromiso con la sociedad enfocado hacia las clases menos favorecidas: inculcar la solidaridad con la creación de grupos de investigación y servicio; Determina la educación para pensar, decidir y servir acciones que conlleven al emprendimiento como herramienta para desarrollar una sociedad sostenible y competitiva. La universidad es parte importante para la formación de emprendedores, al formarlos les permite desarrollar su autoconocimiento de habilidades, el desarrollo de nuevas ideas con base en la experiencia de otros, adicionalmente es importante la creación de redes de apoyo, que les permita comparar, diseñar, rediseñar, analizar y concluir como se puede innovar en un mercado tan cambiante como lo describen (Gámez y Navarrete, 2009).

De acuerdo con el análisis de los profesores Gámez y Navarrete (2009) en su Estudio exploratorio, no se puede definir si la formación universitaria, es la principal razón para que un emprendedor cree su empresa, innove en un producto o sea exitoso; sin embargo, en la Universidad de La Salle se está trabajando por incluir a los estudiantes en el fondo emprender, como el primer escalón que les permita buscar la financiación factor importante a la hora de crear empresa, teniendo en cuenta que la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía de Bogotá tienen entre sus programas capacitaciones dirigidas a los emprendedores que, desde luego, necesitan financiamiento.

5.3 Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

En resumen se da a conocer la reseña histórica de la facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de la Salle, la misión, la visión y el perfil del Administrador Lasallista.

5.3.1 Reseña Histórica

El programa se inició el 1º de octubre de 1970 con el programa de Administración de Empresas conduciendo al título de “Técnico Administrativo”, dependiendo de la Facultad de Economía, con 119 estudiantes ingresados en febrero de 1971. En 1973 el ICFES mediante el acuerdo No. 44 de abril 25 concede licencia de iniciación de labores al programa de Administración de Empresas. En noviembre de 1976 el ICFES mediante resolución No. 9571 autorizó la expedición del título de profesional de “Administrador de Empresas”, e igualmente nace la Maestría en Administración adscrita a la Facultad. En 1985 se efectúa una actualización curricular en la que se definen nuevas áreas académicas. Como lo registra la Universidad de la Salle en su página web.

En octubre de 2001 se efectúa una nueva actualización y modernización del currículo para ser implementada en el 1er. Ciclo Académico de 2002 para los semestres de I a V. finalmente, en el 2003 se efectúa la última actualización con base en los procesos anteriores y con el objetivo de dar cumplimiento a la normatividad vigente sobre créditos académicos, pero principalmente como un proceso natural y permanente de nuestra Universidad de consolidar la búsqueda de la excelencia y la calidad academia acorde con la constante actualización hacia los temas de la globalización económica y cultural, el desarrollo empresarial y la consolidación de procesos de investigación necesarios para el desarrollo social. Es evidente que la universidad ha cumplido con sus horizontes de sentido al crear nuevos programas y la acreditación, proceso que ha abordado en los últimos años.

5.3.2 Perfil del Administrador Lasallista

Será un profesional emprendedor, creador de empresas, líder proactivo, con suficientes bases para integrar los conocimientos teóricos, a la realidad local, nacional e internacional, con capacidad de expresión y argumentación; con capacidad de expresión oral y escrita, dispuesto a tomar posturas críticas teniendo en cuenta la opinión de los demás. Todo esto soportado en unos valores éticos y morales, basado en el respeto por sí mismo, por los demás y por su país. El emprendedor Lasallista debe diferenciarse de otros emprendedores, por sus valores, su educación en la ética y sus conocimientos, a la hora de crear empresa, desarrollando su idea para beneficio de la sociedad que lo rodea.

5.3.3 Misión y Visión

Como está publicado en la página web de la Universidad de La Salle, La Misión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables forma seres humanos integrales en la ciencia y el humanismo. Profesionales que con su saber apoyan la creación de pequeña, mediana y gran empresa para contribuir al desarrollo integral sostenible del país. En su visión la Facultad será una comunidad académica que trabaje en la formación integral de Administradores de Empresas líderes con espíritu emprendedor, con las herramientas fundamentales de un gerente contemporáneo y con criterio ético en los ámbitos público y privado. A su vez tiene como principios: El Aprendizaje, Competitividad, Actualización, Comunicación, Innovación, Transparencia, Diligencia, Transparencia y gentileza.

El profesional egresado de la universidad de La Salle, está en capacidad de crear su empresa, para hacer realidad sus expectativas económicas, monetarias, profesionales y personales. Al recibir su formación académica recibe herramientas teóricas, las cuales son aplicadas y comprobadas con la experiencia en la vida diaria. El emprendimiento más que un concepto, es para el estudiante un sentir, que lo motiva a ser un mejor profesional con los principios y ética aprendidos desde la niñez y desde luego a lo largo de la formación universitaria.

Debido a esto la universidad ha generado programas para incentivar la creación de empresa como por ejemplo Exposalle, que es una feria donde los alumnos presentan proyectos empresariales basados en la innovación y creación de productos, donde son evaluados en las asignaturas del pensum de Administración de Empresas, una actividad que demuestra el compromiso de la Universidad de la Salle por generar espíritu emprendedor. Por otro lado se debe destacar la tarea de la Universidad de La Salle por el proceso de acreditación, en los programas de:

Medicina Veterinaria
Optometría
Filosofía y Letras
Arquitectura
Administración de Empresas Agropecuarias
Trabajo Social
Zootecnia
Ingeniería Ambiental y Sanitaria
Ingeniería de Alimentos
Economía
Sistemas de Información y Documentación

Esta acreditación demuestra que la Universidad de La Salle, cada día, busca que sus alumnos tengan el beneficio de estudiar con calidad, ya que es primordial a la hora de desarrollar nuevos profesionales, estructurando más al emprendedor, ante la sociedad cambiante, para que sus ideas sean más amplias y renovadas.

6 MARCO LEGAL

El Estado busca apoyar a los empresarios con la creación de leyes y decretos las cuales tienen como objetivo incentivar a los nuevos y actuales empresarios para crear y mantener sus empresas con el fin de prepararlos para la competencia global, por lo tanto se propone la inclusión del “emprendimiento y la creación de empresa” como programa académico en la formación de los estudiantes desde la primaria a hasta la básica media, para que a futuro Colombia tenga profesionales capaces de mejorar el desarrollo económico y social de este país, con base en las leyes existen, tales como los siguientes artículos:

El artículo 2 y 13 de la ley 1014 del 26 de enero de 2006, fomento a la cultura de emprendimiento contempla:

“a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de

una red de instrumentos de fomento productivo;

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;...

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

Por otra parte, se cita la Ley 590 de 2000, modificada por la Ley 905 de 2004, para el fomento y la promoción del desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, donde las Pymes se clasifican así:

Tabla 3 Clasificación de las Pymes

TIPO DE EMPRESA	PLANTA DE PERSONAL	ó ACTIVOS TOTALES
Microempresa	No superior a los 10 colaboradores	Excluida la vivienda por valor inferior 500 s.m.m.l.v.
Pequeña Empresa	Entre 11 y 50 colaboradores	Desde 501 y menos de 5.000 s.m.m.l.v.
Mediana empresa	Entre 51 y 200 colaboradores	Desde 5.001 a treinta mil 30.000 s.m.m.l.v.

Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley 905 de 2004.

Actualmente el Fondo Emprender, La Cámara de Comercio y ACOPI, cuentan programas que buscan formalizar la creación de empresa y por ende luchar contra la informalidad de muchas empresas que según el gobierno no cumplen las normas, no pueden ser medidas y mucho menos pueden recibir el apoyo del Gobierno Distrital, teniendo en cuenta que estos entes han creado dichos programas, capacitan a las micro, pequeñas y medianas empresas, dándoles las herramientas necesarias a la hora de competir no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional. Adicionalmente les enseñan el cómo, él cuando y en donde se puede conseguir financiación de acuerdo con las necesidades de la empresa, lo importante, según información suministrada por estas entidades en el foro de organizado por la Cámara de Comercio desde el 7 de septiembre al 15 de octubre de 2009. El Ministerio de Relaciones Exteriores (2009) insiste en informar por todos los medios a los pequeños y medianos empresarios los beneficios que ha creado para las nuevas empresas,

tales como el pago gradual de los parafiscales; beneficio que reciben aquellas pequeñas empresas que no tienen más de 200 empleados y sus activos brutos no puede ser superiores al 30.000 SMLMV, este beneficio consiste durante sus primeros tres años de creación pagaran: primero el 75%, segundo el 50% y tercero el 25% del valor correspondiente al 9% de su nómina, de acuerdo con el proceso de pago definido para los pagos de los parafiscales.

De acuerdo como lo expresa el Ministro Plata, en el periódico ADN (2009):

“Las estadísticas señalan que los negocios, en su etapa temprana, generalmente representan pérdidas para sus dueños. Esto refleja la importancia de implementar una política de Estado que ayude a los emprendedores a sacar su empresa adelante” p.9.

Actualmente, según el Ministro, existen todas las garantías para crear empresa, pero en la realidad no todas las personas conocen las ventajas ofrecidas a los nuevos empresarios, al parecer, la principal deficiencia es la poca comunicación y trasmisión de este tipo de información al público en general, solo se logra esta comunicación cuando una o varias persona van a crear empresa.

7 MARCO TEÓRICO

El concepto de emprendimiento está ligado a personas con características especiales que les permiten sobresalir y crear grandes negocios empresariales capaces de mantenerse en el tiempo y más aún activos en el mercado, por esta razón a continuación se realiza un breve resumen de la evolución que ha tenido históricamente este concepto.

Los franceses a principios del siglo XVI definían a los hombres de las expediciones militares como emprendedores, más adelante en siglo XVIII extendieron este término a los constructores de puentes, a los contratistas de rutas y caminos.

Como lo cita Gámez (2008):

“En el diccionario de la Real Academia de la Lengua: *emprender* -del latín in, en, y prendere, coger- implica acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, en especial si encierran dificultad o peligro. *Emprender* -hablando de sitios- significa tomar el camino con resolución de llegar a un punto”.

Se puede recurrir a diferentes explicaciones o recursos teóricos para determinar el origen y la función del emprendedor. Teniendo en cuenta la síntesis de la tabla 4, el emprendedor es aquella persona que aprovecha, coordina, promueve y ejerce, es aquel que crea las condiciones que permiten iniciar o bien crear una acción de compra y venta de un bien o servicio en un determinado lugar, mediante la contratación y combinación de factores de producción.

Tabla 4 Síntesis de la historia de los enfoques teóricos del emprendimiento

AUTOR	EPOCA	CATEGORIA	DESCRIPCION
Richard Cantillón	Siglo XVIII.	Soporte de la Incertidumbre	Los emprendedores ejercen la vital función económica de comprometer la compra de insumos sin saber cuánto habrían de pagar sus clientes por el producto terminado. Define por al emprendedor como alguien que invierte dinero para obtener dinero.
Jean Baptiste Say	Principios del siglo XIX.	Coordinar	El emprendedor es aquella persona que tiene cualidades morales, conocimientos, buen juicio, experiencia para desarrollarse en su entorno y para demostrar su capacidad de gestión.
Joseph A. Schumpeter	Principios del Siglo XX.	Innovación.	Los emprendedores ponen en práctica novedosas combinaciones de medios de producción y crean así nuevos productos, métodos de producción, fuentes de aprovisionamiento, mercados o modalidades de organización, estas innovadoras combinaciones inducen a la destrucción del antiguo orden

Fuente: elaboración propia a partir de los autores según Gámez (2007), Cantillón (1934), Baptiste (1803), Schumpeter (1978)

La función del emprendedor implica actividades enfocadas a planear, establecer y aportar tareas necesarias para la toma de decisiones críticas que optimicen la administración de recursos escasos. A lo largo de la historia, los investigadores se han preocupado por identificar cuáles han sido los factores que han permitido a los emprendedores la creación de negocios y empresas, por esta razón los autores con sus teorías tienen un concepto de emprendedor de acuerdo con su enfoque, como se muestra a continuación en la tabla 5 cada uno de ellos tiene una descripción clara de lo que para ellos significa que es el actuar como emprendedor.

Tabla 5 Definición del Emprendedor

INVESTIGADOR	CONCEPTO DEL EMPRENDEDOR	CARACTERÍSTICA
Joseph A. Schumpeter	Persona que genera variación en el mercado	El emprendedor no genera turbulencias en el mercado, por lo contrario mejora y hace más eficiente el mercado.
Peter Drucker	Sinónimo de Gestión	Puede ser el fundador de una empresa el director o el líder innovador de un compañía
Howard H. Stevenson	Define al emprendedor como un agente de cambio socioeconómico. Persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está dispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios.	El emprendimiento se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles; es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de capital en proyectos de otros de sus miembros; es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo. Rescata en especial este rol en la asimilación de los cambios dado que el mundo está cambiando constantemente y el futuro se convierte en un desafío.

Fuente: Elaboración propia a partir de Schumpeter (1950), Drucker (1985) y Stevenson (1999)

Según Jorge Gámez (2008):

“Los tipos de emprendedor son: el público, el privado, e-entrepreneurship, intrapeneur, inmigrantes y femenino”. Los cuales se desarrollan en diferentes sectores público, privado y los independientes.

Por su parte La Universidad de La Salle ve la importancia de la calidad en la educación, razón por la cual está implementando el proceso de acreditación en sus programas, con el fin de brindar a nuestra sociedad educación integral de calidad, con una clara vocación de volcar todo el conocimiento hacia soluciones y estrategias que beneficien al país, como lo registra en el *Informe Final Autoevaluación Institucional (2007, p.14)*.

7.1 ENFOQUES DEL EMPRENDIMIENTO

De acuerdo con la clasificación de Gámez (2008), la Economía, la Psicología, La Sociología y la Administración son ciencias y disciplinas que han contribuido al estudio del emprendimiento, por esta razón son el punto de partida para la investigación realizada en este estudio de caso, para esto se señalaran teorías de los autores más reconocidos de dichas disciplinas que aportaron con sus enfoques al desarrollo del concepto de emprendimiento y de emprendedor.

7.1.1 Desde el enfoque Administrativo, el emprendedor consolida una idea innovadora.

Desde el punto de vista administrativo los aspectos tales como las estrategias, el análisis de riesgo, la *proactividad*, la gestión, la innovación, la identificación de las ventajas (Gámez, 2008), son herramientas utilizadas a la hora de crear empresa, dirigir, controlar y mantenerla activa en el mercado. Mas sin embargo para Drucker, P (1986) en el lapso de los últimos 15 años, se han presentado cierto tipo de fenómenos en la esencia de la economía mundial:

- La economía de los productos primarios se ha disociado de la economía industrial.
- En la economía industrial misma, la producción se ha disociado del empleo.
- El motor y la fuerza de la economía mundial, ya no están constituidos por el comercio de bienes y servicios sino por los movimientos de capital.

Esto muestra de una forma muy particular que el comportamiento de la economía no es una secuencia de eventualidades específicas o que manejen determinados tiempos, es más complejo, se puede definir como el resultado de partidas emprendedoras que innovan los conceptos tradicionales y generan nuevas situaciones en el mercado mundial, dándole a la economía un perfil más autónomo. Una de las funciones del administrador, es tomar las herramientas necesarias para entrar en el cambio constante de la economía y generar nuevos proyectos para la creación de empresas.

Por otra parte para Drucker (1986), la compañía innovadora sabe que lo nuevo comienza con una idea, por consiguiente los ejecutivos de la organización deben llevar ese concepto traducido a oportunidades, aunque parezca difícil de ejecutar al hacerlo realidad logra promover el desarrollo de la compañía.

En este orden de ideas se necesita un mecanismo capaz de renovar estos pensamientos tradicionales que convierten a las organizaciones en poco competidoras o que las atrasan en productividad, para ello se busca una “Mente innovadora”, que solidifique a la compañía, para que su estructura sea tan flexible que pueda perdurar a través del tiempo, por lo tanto el concepto de Drucker es que la creatividad no es sinónimo de innovación, ya que la creatividad modifica lo tradicional, y lo que verdaderamente busca la innovación es abandonar lo improductivo y crear nuevas expectativas que generen progreso.

Según esta función se acoge la economía capitalista, donde la mayor parte del capital es privado, como el mejor escenario para el emprendedor por ser un proceso dinámico en el que se compite libremente permitiendo se innove, mientras que en las economías estáticas, es más complejo que los emprendedores surjan con sus ideas innovadoras para el cliente. Se puede observar que en la actualidad el mercado cambia a diario, ya que se generan nuevos productos y servicios, que satisfacen las cambiantes necesidades del cliente, pues la realidad sostiene que el cliente es la razón de ser de la empresa.

Este autor contribuyó sustancialmente al desarrollo de la Teoría Clásica de la Administración, planteado desde su burocrática concepción que una jerarquía definida con reglas, conceptos, procedimientos precisos y escritos; permitirá el desarrollo en las organizaciones. La centralización y el autoritarismo fundamentaban su forma de gerenciar, para la aplicación de la técnica administrativa, planteando que una organización se mantendrá en el largo plazo si funciona bajo estrictos reglamentos. Mas sin embargo la aceptación total de esta teoría, en nuestros tiempos, no es tan aplicable si los funcionarios tienen conocimientos y preparación técnica en general.

El emprendedor siempre busca el cambio, responde ante él y lo explota de la mejor forma posible. La función específica de los emprendedores es “la capacidad para tomar los factores de la producción –tierra, trabajo y capital- y usarlos para producir bienes o servicios nuevos. El emprendedor percibe oportunidades que otros ejecutivos de empresas no ven o no les interesan.” Lo describe así Stoner et al. (1996).

7.1.2 Desde el enfoque económico, el emprendedor busca rentabilidad.

Según el economista austriaco Joseph Alois Schumpeter (1950) el emprendedor debe tener en cuenta el estímulo para invertir y la constante innovación, sin olvidar que los cambios de la vida económica no son impuestos desde el exterior, sino que surgen de la propia iniciativa.

Teniendo en cuenta que el crecimiento de la población y de la riqueza, no definen el crecimiento económico, sino “*el estudio de la transición de un estado de desenvolvimiento a otro*” como lo analiza E. Furio (2005) según (Schumpeter, 1950), el cual se asemeja mucho a la producción en masa que realiza China, donde se producen los mismos tipos de bienes y en idéntica cantidad, volviéndose un acto rutinario, como lo define el autor. En este tipo de economía la innovación no tiene lugar, lo cual significa que no hay desarrollo económico, así exista un crecimiento económico, pero no deja de ser una economía estacionaria así lo analiza E. Furio (2005) citando a Schumpeter (1950), para solucionar esta situación y generar desarrollo, Schumpeter plantea la figura del empresario innovador, que tiene como función, colocar en marcha nuevas combinaciones de factores productivos, esta función distingue al empresario del simple administrador que toma únicamente las decisiones de rutina. Para Schumpeter (1950) tal como lo dice en el libro *Historia del análisis económico*, una innovación consiste en la utilización productiva de un invento. En este sentido, existen cinco posibles tipos de innovaciones:

La primera “Introducción de nuevos bienes o de bienes de nueva calidad. La segunda es la introducción de un nuevo método productivo, ya existente en un sector, que no deriva de algún descubrimiento científico. La tercera es la apertura de un nuevo mercado. La cuarta es la conquista de nuevas fuentes de oferta de materias primas y la quinta es el establecimiento de una nueva organización en una determinada industria” (Schumpeter, 1950: p. 99).

Se tendrán en cuenta tres dificultades que debe vencer el empresario según Schumpeter, las cuales son:

1. La incertidumbre.
2. La psiquis del hombre de negocios debe permitirle superar la repugnancia de la gente por realizar algo nuevo.
3. El empresario debe vencer la resistencia que el medio social puede manifestar ante sus innovaciones.

Aunque se debe partir del hecho, de que el empresario no siempre es el receptor del beneficio de innovar, para conocer quién reviste efectivamente la función de empresario en una economía capitalista y, también, para reconocer a los auténticos receptores del beneficio en la fase de capitalismo competitivo, se puede establecer fácilmente que el accionista está representado por el mismo empresario, generando así que el beneficio se distribuya sin ningún problema.

Según Schumpeter (1950):

“Para crear empresa se tiene en cuenta uno de los factores más importantes que es el dinero, el emprendedor lo debe tener en cuenta para su creación, según Aristóteles su función explícita es que sirve de medio de cambio para obtener mercancías y posee un valor implícito” p 99.

Razón por la cual la economía debe ser dinámica, lo que quiere decir que conecte cantidades económicas referentes a distintos puntos temporales, lleven precios diferentes (Schumpeter, 1950), ya que esto evita dar precios que generen pérdidas a gran escala o ganancias inesperadas que aflijan el negocio, ya que no se está dando un precio justo en el momento, sino maximizando el precio para un periodo, como lo hacen por lo general los monopolistas, dando a conocer la ventaja de fijar un precio.

Algunos autores como Roscher (1843 y 1894) y Schmoller (1900) tomaron como referencia algunos aspectos biológicos para analizar las empresas y los sistemas económicos, sustentaron que las teorías de la evolución muestran que los escenarios evolucionan de manera cíclica, lo que quiere decir que la economía no es una ciencia normativa ni, desde luego exacta. Por otra parte Veblen (1919) analiza a las personas desde el darwinismo, la herencia, los instintos, los hábitos la mutación, entre otros aspectos, que considera, son los que puede determinar el comportamiento de la sociedad y por ende de su economía, la explicación radica en que los cambios individuales dados por la genética, se reflejan en los comportamientos grupales y a su vez en la sociedad a partir de la innovación de ideas y conceptos gracias a la interacción de las partes, esto quiere decir que la economía está en continuo cambio.

Schumpeter (1950) analizó las teorías expuestas, concluyendo que la verdadera innovación se da cuando los empresarios y los consejos administrativos, modifican el orden de las cosas, con el ánimo, desde luego, de aumentar sus utilidades, por lo tanto cambian rutinas lo que a su vez genera la creación de nuevas empresas e instituciones. Concluye Berumen (2007, p.11) en su artículo El Legado Schumpeter a la Administración de empresas *“La destrucción creativa schumpeteriana, refiere que para crear algo nuevo es necesario destruir parte, gran parte o la totalidad de lo viejo...”*

Con respecto a la motivación de beneficio, es preciso considerar que el ser humano siempre hace un sacrificio para obtener a cambio una retribución, busca crear herramientas que minimicen dichos esfuerzos y finalmente lograr su objetivo eficientemente.

El saber coordinar los recursos de los cuales se dispone para desarrollar una idea, por ello es indispensable conocerlos a fondo y comprender como evolucionan a través del tiempo para alcanzar al máximo su beneficio.

Por otro lado se debe conocer muy bien los riesgos que genera el desarrollo de la idea, para crear estrategias que permitan minimizar el impacto de los riesgos tales como: pérdida de dinero, personal no capacitado, productos obsoletos y servicios de poca demanda.

En resumen, desde la economía el emprendedor es aquella persona que siempre está en busca de las oportunidades que le da el mercado, identificando de antemano las amenazas que se presentan en el mismo para desarrollar una idea innovadora que trascienda a través del tiempo, manteniendo el equilibrio en la relación costo-beneficio.

7.1.3 Desde el enfoque Sociológico, la sociedad induce a sus emprendedores.

Maximilian Carl Emil Weber (Érfurt, 21 de abril de 1864 – Múnich, 14 de junio de 1920) *“fue un filósofo, economista, jurista, historiador, politólogo y sociólogo alemán, considerado uno de los fundadores del estudio moderno, antipositivista, de la sociología y la administración pública. Sus trabajos más importantes se relacionan con la sociología de la religión y el gobierno, pero también escribió mucho en el campo de la economía. Su obra más reconocida es el ensayo La ética protestante y el espíritu del capitalismo, que fue el inicio de un trabajo sobre la sociología de la religión”* (Economía y sociedad, 1942).

Para Weber (1942), el estudio de la ética protestante posibilita comprender la radical importancia que el “modo metódico de vida” tuvo para el nacimiento del capitalismo moderno. La ética protestante satisface las condiciones necesarias para el nacimiento de una base motivacional de la acción racional con arreglo a fines Habermas (1981).

En sus obras Maximilian Weber (1942), siempre resaltó el sentido de la cultura, especialmente, la moderna desde un punto de vista más social, recurriendo a la historia de las sociedades para comprender el desenvolvimiento de las mismas.

Esa base motivacional no fue heredada de la cultura greco-romana por Latinoamérica y no está arraigada en el sentido común del hombre de negocios latino. Muchas de las supersticiones, intuición, y misticismo que vemos diariamente para explicar la conducta de nuestra gente pueden estar basadas en una ética no metódica. Porque la reflexión metódica no produce explicaciones místicas. Lo que quiere decir que para tener una buena educación en emprendimiento se debe conocer la cultura en la que se va a ejercer, ya que en todo el mundo los métodos de innovación varían según las costumbres y creencias, circunstancias que deben tener claras las organizaciones para llevar a cabo un proyecto.

Los países han generado disparidad en las creencias, en sus religiones y en sus costumbres, factores que afectan a las personas formándose diferentes perfiles de vida y esto a su vez crea diferencias marcadas a la hora de la generación de riqueza, por lo tanto esto le permite a los emprendedores ver más allá de su entorno.

Según Weber (1977):

“al emprendedor lo caracteriza la disposición que muestra para crear un proyecto que estimule el crecimiento de la sociedad, respetando los recursos que la componen y forjando un desarrollo sostenible que lo hace trascender en el tiempo”.

Para Weber (1942) la Sociología es una ciencia que pretende interpretar, la acción social, para de esa manera explicarla causalmente en su desarrollo y efectos, por ello la acción del ser humano y de un grupo, traza el camino que marca el desarrollo de la sociedad. A través de los años se han estudiado muchas conductas del ser humano para comprender varios efectos que desarrolla la sociedad, pero no se ha podido establecer a ciencia cierta una fórmula para que la acción social mejore en todo el mundo, para comprender a otra persona no es necesario ser ella, simplemente se busca revivir un panorama o una realidad ficticia para explicar sus actos, esto mismo puede pasar con un grupo de empresarios que busquen imitar a la competencia, pero al final no da resultado, porque es imposible que las cosas

salgan igual, este grupo de empresarios pueden tener dos resultados, uno, es que sus proyectos sean mejores de acuerdo con el análisis de la competencia y dos, que no haya un resultado positivo en sus negocios, esta es una de las razones por las cuales un emprendedor debe buscar ideas nuevas y no solo inventar, si no también estudiar muy bien un proyecto o una idea que ya está creada pero que se puede mejorar significativamente para que tenga éxito.

Este autor contribuyó al desarrollo de la Teoría Clásica de la Administración, planteado desde su burocrática concepción que una jerarquía definida con reglas, conceptos, procedimientos precisos y escritos; permitirá el desarrollo en las organizaciones. La centralización y el autoritarismo fundamentaban su forma de *gerenciar*, para la aplicación de la técnica administrativa, planteando que una organización se mantendrá en el largo plazo si funciona bajo estrictos reglamentos. Sin embargo, la aceptación total de esta teoría, en nuestros tiempos, no es tan aplicable si los funcionarios tienen conocimientos y preparación técnica en general. Weber (1942). El emprendedor siempre busca el cambio, responde ante él y lo explota de la mejor forma posible. La función específica de los emprendedores es *“la capacidad para tomar los factores de la producción –tierra, trabajo y capital- y usarlos para producir bienes o servicios nuevos. El emprendedor percibe oportunidades que otros ejecutivos de empresas no ven o no les interesan”* Lo describen así Stoner et al (1996: p173).

El espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, creación de una empresa y toma de riesgos, el afirmar que el emprendedor debe tener confianza en su idea, debe tener conocimientos sobre el tema, una capacidad de convocatoria y de liderazgo alto, debe saber vender las ideas y sobre todo, tener la capacidad de ofrecer resultados. Weber (1942).

Según Weber (1942) el motivo, es el "fundamento" y el sentido de una conducta como lo registra en el libro Economía y Sociedad (p.10), y para el empresario de la actualidad el motivo es la razón para el funcionamiento de su proyecto o empresa, por eso es primordial rescatar en el ámbito estudiantil, la importancia de crear empresa desde temprana edad, para que se convierta en un motivo importante para la sociedad.

Agrega Weber (1977) que la acción “es la orientación significativamente comprensible de la propia conducta”, por ello es tan importante desarrollar valores éticos para crear una empresa, como lo son: La responsabilidad, la honestidad, la comprensión, la tolerancia y el respeto, para que las acciones que se lleven a cabo, estén enmarcadas por un buen proceder, y que las personas que participen en dicha creación manejen un comportamiento que beneficie a la sociedad.

La buena conducta humana, no es solo, responsabilidad de los altos ejecutivos de la

organización, debe ser una tarea de cada uno de los colaboradores de la misma, para que se pueda dar una acción colectiva que beneficie a toda la empresa y no solo una parte de ella.

Según el método de la Sociología “organicista” pretende explicar partiendo de un “todo” el actuar conjunto que significa lo social (Weber, 1977 p. 13), por ejemplo se puede comprender el actuar de un grupo de personas que está realizando una tarea determinada, con un objetivo específico, por el contrario es imposible comprender el comportamiento de las células, si no captarlo funcionalmente determinándolo con la ayuda de las leyes a que está sometido (Weber p.13). Esto convierte a la observación en una de las herramientas más certeras de la sociología, además se puede definir como una verdadera ayuda para los empresarios que desean identificar como se relacionan sus colaboradores y como mejorar su potencial.

Para entender mejor la conducta de los seres humanos se debe saber que una persona según la situación actúa conforme a unos rasgos característicos de su personalidad, por ejemplo en una situación como un partido de fútbol, existen personas educadas que saben perder y ganar, en cambio hay otras que pueden construir acciones de ira dadas por su temperamento personal, que causen la muerte de otros semejantes.

Se debe determinar que muchas de las acciones de los seres humanos están trazadas por el inconsciente, y puede afectar de manera considerable la evolución de los valores en la persona, por ello se debe capacitar muy bien el grupo de trabajo, para que actúen de una manera más racional, destacando al máximo el consiente y poder comprometerse con un buen desarrollo organizacional.

Toda acción social que realiza determinado individuo, debe estar enmarcada por la tolerancia, para conseguir un objetivo, por ejemplo el empresario que sale a buscar nuevos clientes para su negocio: los clientes son indeterminados y desconocidos, pero en un futuro esperado tendrán relaciones comerciales, donde las acciones de ambas partes deben ser tolerantes. Teniendo en cuenta ese escenario, existe gran importancia en las acciones de los terceros, debido a que el empresario busca interactuar con ellos para conocer sus necesidades y sus capacidades económicas, con el fin de manejar una producción en torno a estas variables, por consiguiente se debe conocer muy bien al cliente (tercero), para saber quién es y lo que necesita.

Un emprendedor en ciertas circunstancias se deja influenciar por las acciones de otros mejorando las ideas ya existentes, pero en el mejor de los casos busca ser auténtico y liderar con base en su conocimiento.

La acción social para Weber, 1977 (p. 20) puede ser:

1. *“Racional con arreglo a fines, encaminada al alcance de logros.*
2. *Racional con arreglo a valores, definida por valores.*
3. *Afectiva especialmente emotiva.*
4. *Tradicional, determinada por una costumbre arraigada”*

La acción tradicional según Weber se constituye prácticamente por la imitación, por lo general es una acción que se basa en la experiencia y su importancia define errores cometidos en el pasado para no repetirlos en el presente o el futuro, busca hechos que benefician el desarrollo social a través de la historia.

La acción emotiva, define una sublimación sentimental, que encierra un conjunto de sucesos que marcan la vida de un ser humano y por consiguiente despiertan los sentidos para definir situaciones que se presentan a través de los años, realizando trabajos en grupo o simplemente relacionándose con otras personas.

La acción afectiva y la racional con arreglo a valores, es cuando se demuestran los sentimientos de una forma más consciente y medida para definir la emoción, que integra una parte muy importante en la vida de cada ser humano, empezando desde las enseñanzas del hogar hasta el desarrollo en sí de cada persona (Weber, 1977: p 20).

En su libro *Economía y sociedad* afirma que “la acción afectiva en los últimos años ha perdido importancia, debido a la falta de valores que enfrenta la sociedad actual, ya que la familia, uno de los núcleos más fuertes para obtener valores se está acabando, debido a la falta de tolerancia para mantener un hogar y formar seres humanos con bases morales muy definidas, para construir una mejor sociedad” (Weber, 1977: p 20). Estas forma del desarrollo de la acción, no son una clasificación si no tipos conceptuales que se definen a través del tiempo, donde se destacan de las conductas del ser humano y por ello se busca darle una definición. A las formas de desarrollo de la acción, no se les busca clasificarlas si no entender a través del tiempo como se desarrollan para definir las.

La buena relación social de un emprendedor, le da más categoría al desarrollo de sus ideas y credibilidad, por ello debe demostrarle a un grupo de personas la viabilidad de su proyecto y lograr el desarrollo del mismo. Para este tipo de relaciones se habla también de una conducta social que busca el manejo de situaciones de diferente índole con otras personas, conservando la racionalidad, la experiencia y la moral, para concretar decisiones que generen un bien común.

El principio de la comunicación se puede considerar el punto de partida, sobre todo

para un emprendedor que desea proyectar sus ideas de la forma más clara y sencilla para que sus colaboradores entiendan la importancia de su proyecto y cada uno de ellos pueda desarrollar la parte que le corresponde al conocer muy bien el objetivo. La relación social debe ser genuina no debe buscar intereses particulares, ya que siendo así el contenido del proyecto no concederá beneficios a la sociedad y por el contrario podrá generar inconvenientes para ella, por esto se debe siempre encaminar a la empresa a una participación en pro de un bien común.

Partiendo del concepto de responsabilidad, se obliga a participar adecuadamente en una tarea, implicando un “valor” que debe inculcarse desde temprana edad en el ser humano, como en la Familia, es por esto que se destaca la importancia de los valores, para poder generar un proyecto de vida que constituya un beneficio común. La responsabilidad, es la realización de una tarea asignada en un tiempo otorgado, al establecerla como social, integra a las personas que constituyen la sociedad y los recursos ambientales que la componen, creando una sociedad sostenible, que es la invitación sólida a mejorar el futuro de las generaciones venideras.

Para encaminar sus ideas al desarrollo sostenible, el emprendedor busca la aprobación del grupo de personas que lo rodean, generando más interés y viabilidad en la construcción de sus proyectos, constituyendo una de las herramientas más fuertes en la actualidad para crear empresa. La acción social debe tener validez, esto puede estipularse por normas establecidas, que exigen un cumplimiento riguroso de la ley, dando seguridad y confianza para la sociedad.

En los países desarrollados estas normas se hacen cumplir a cabalidad, en Colombia se está trabajando para que las leyes de emprendimiento y creación de empresa se cumplan y permitan a los emprendedores desarrollarse.

Para Weber (1977):

“La sociedad es una relación social cuando y en la medida que la actitud en la acción social se inspira en una compensación de intereses por motivos racionales (de fines o de valores) o también en una unión de intereses con igual motivación”

La sociedad en el transcurso de los años ha cultivado diferentes culturas, que han manejado siempre un orden, unas normas, un poder, una tradición y sin duda un respeto por la vida, se ha enmarcado un cuadro de vivencias que han tejido los rasgos de cada continente, país, departamento, ciudad que se desprenden de una serie de hechos que construyen y edifican la sociedad.

En conclusión desde el enfoque sociológico el emprendedor es aquella persona que busca por medio de la acción social motivarse para innovar o evolucionar las ideas existentes, y generar bienes o servicios que beneficien a la sociedad en principio y encuentre su propio beneficio.

7.1.4 El enfoque Psicológico, el individuo y sus motivaciones.

A partir del análisis de David McClelland que nació el 20 de mayo de 1917 Nueva York. Él recibió su grado B.A. en 1938 de la Universidad Wesleyan y su M.A. en 1939 de la Universidad de Missouri. Fue recibido de Doctor en Filosofía en psicología experimental de Universidad Yale en 1941. Estuvo en la Universidad de Boston en 1987, donde era un Profesor de Investigación Distinguido hasta su muerte en marzo de 1998, a la edad de 80 años. McClelland recibió numerosos premios por su investigación, incluyendo el Premio de Asociación americano Psicológico para la Contribución Científica Distinguida en 1987. Sus publicaciones incluyen el Alcanzar de la Sociedad (1961), las Raíces de Conocimiento (1964), el Poder: la Experiencia Interior (1975), y el Motivo de Logro con Atkinson, Clark, y Lowell (1953) y Cómo se motiva el éxito económico con David G. Winter (1970). Este autor explica que el empuje del emprendedor por realizar sus proyectos es una de las fuerzas que motiva a un empresario a materializar sus sueños. Por lo tanto es importante analizar cuáles son las principales causas desde el punto de vista psicológico que motivan a un emprendedor a crear empresa.

David McClelland (1970) identifica tres tipos de necesidades, que establecen radicalmente una sensación de carencia en la persona y la conduce, a la búsqueda de satisfacerlas, estas son:

- La necesidad del logro: Es el grado al cual una persona desea llegar al realizar tareas difíciles y desafiantes de alto nivel, McClelland piensa que estas personas son muy buenos líderes, aunque le exigen mucho al personal a cargo porque piensan que tienen el mismo desempeño.
- La necesidad de afiliación: Significa que la gente busca buenas relaciones interpersonales, hacer y preservar relaciones con una alta calidad de confianza y comprensión mutua, obviamente se desempeña bien en situaciones de interacción con clientes y servicio al cliente, esto puede causar que los gerentes sean menos objetivos para tomar decisiones.
- La necesidad de poder: Es típica en la gente que le gusta estar a cargo y tener altos niveles de responsabilidad, esta gente se agrupa en dos tipos: *Poder personal*, que son los que desean dirigir e influenciar a otras personas y el

poder institucional; significa que les gusta organizar los esfuerzos de otros para alcanzar las metas de la organización.

Generalmente estas tres necesidades están presentes en cada individuo.

Por su parte Murray (1938) definió la necesidad como el constructor que representa una fuerza en el cerebro que organiza la percepción, entendimiento y conducta de tal forma que cambia una situación insatisfactoria a una satisfactoria. Una necesidad puede ser provocada por un estado interno, por ejemplo el hambre, o por un estímulo externo, como la comida. A continuación se relacionan algunas de las 20 necesidades referidas por Murray:

Tabla No. 6 Definición de necesidad

Necesidad	Descripción
Afecto	Sentir seguridad, amor, compañía.
Autorrealización	Alcanzar metas.
Autoestima	La fortaleza de quererse así mismo.
Liderazgo	Delegar funciones y organizar.
Incorporación	Trabajo en equipo.
Seguridad	Protección a la integridad
Necesidades fisiológicas	Conservar el cuerpo.

Fuente: Elaboración propia, a partir de López –Ibor Juan José et al, (1999)

Una de las prioridades del ser humano es construir su propio destino, edificar un nivel de vida satisfactorio que garantice un crecimiento económico. Para ello es necesario reconocer la necesidad que tiene el emprendedor de alcanzar el éxito, teniendo en cuenta esto, se identifican los siguientes factores: el conocimiento, la iniciativa, la responsabilidad, entre otros, herramientas que le permiten lograr la satisfacción total o parcial de sus necesidades. Una de las hipótesis de McClelland fue definir la clave del éxito, en la educación de los niños, mediante técnicas de crianza, ¿pero, cuando se verían los resultados?, se debería esperar una generación para conocerlos. A través de los años se han buscado claves para tener éxito, muchas personas creen que para obtener éxito se necesita mucho dinero y se quedan en el camino antes de lograrlo. Todo emprendedor debe reconocer la importancia de cultivar un proyecto, de manejar unas perspectivas a largo plazo, de poseer el conocimiento de las teorías empresariales modernas, para así generar un crecimiento en el negocio y así mismo desarrollar crecimiento económico.

Una de las claves para llegar al éxito podría ser la educación, ya que el

conocimiento cultiva mejores ideas para desarrollar en un mercado cambiante y exigente, por consiguiente un país subdesarrollado como Colombia debe enfocar su atención en generar verdaderas fuentes de conocimiento, incentivar la educación por medio de recursos que beneficien en especial los estratos medios y bajos, sumado a esto la educación todavía no es gratuita, siendo este uno de los principales obstáculos para emprender, por lo tanto las motivaciones de algunos emprendedores han permitido que sin esa educación creen empresa empíricamente y con la ayuda de la imaginación puedan llevar a cabo ideas que en realidad se conviertan en proyectos y a su vez beneficien a la sociedad en general.

Teniendo en cuenta que el segundo gobierno de Uribe -2006, 2010-, muestra la preferencia por comprar y pagar la guerra antes que crear más centros educativos al alcance de todos, razón por la cual la visión que tienen algunos jóvenes y niños de Colombia es seguir una vida violenta para salir adelante, haciendo parte de grupos armados legales e ilegales. Por otra parte, muchos de los jóvenes siguen el ejemplo de sus padres, y si no pueden estudiar deben trabajar para aliviar los gastos del hogar, mientras otros deciden depender económicamente de la familia. Así la ciudadanía debe participar en la elección de sus condiciones de vida digna y la necesidad de fortalecer una cultura que promueva la educación, para obtener éxito. Por su parte el emprendedor debe tener conocimiento acerca de las necesidades de las personas que lo rodean e identificar la demanda de las mismas, desarrollando bienes o servicios que suplan dichas necesidades.

Otro ejemplo dado por McClelland, es el de un joven indio emprendedor, que no puede progresar en su patria por varias razones sociales y económicas, pero una vez que emigra al África oriental, encuentra oportunidades económicas considerablemente mayores y las explota con éxito. Según esto las oportunidades económicas se convierten en motivadores, por lo tanto se entiende el hecho de que en varias empresas nacionales, el incentivo económico se vuelve vital para que la persona se esfuerce más en alcanzar las metas productivas de una organización.

El emprendedor debe conocer el mercado donde pretende desarrollar su idea. Por ejemplo, una persona con su experiencia en el cálculo de riesgos y beneficios, puede identificar cómo obtener mejores resultados invirtiendo aquí en vez de allí. Esforzarse con energía en mejorar la propia suerte, puede ser un factor de éxito, por ejemplo Hiroshima y Nagasaki dos ciudades golpeadas por una bomba atómica, luego de 40 años demuestran un crecimiento económico sorprendente. En muchos casos las crisis se vuelven en motor vital, para que el ser humano manifieste un gran potencial de desarrollo, las situaciones adversas generan en el ser humano la motivación de estar en una mejor posición, brindándole fuerza para mejorar. Según la TEA (tasa de actividad emprendedora), muestra que existe un fuerte espíritu emprendedor en Colombia, Perú y Bolivia, que caracteriza a la cultura, el cual debe considerarse

como un importante activo para el desarrollo económico según el reporte económico según el reporte GEM Bogotá 2009-2010, en este informe se entiende como el ser humano al tener una necesidad busca como satisfacerla. También como emprendedor se debe desarrollar una intuición basada en conocimiento y en experiencias, quienes presentan la mayor actividad emprendedora en el país son las personas entre los 25 y 44 años de edad (GEM 2009-2010: p. 82) donde la persona adquiere fortalezas para desarrollar su proyecto de vida.

En el mejor de los casos el emprendedor debe tener conocimiento de lo que quiere realizar, gozar de bases cognitivas para desarrollar su idea, llevando a cabo la teoría del autor sobre el locus de control.

Desde el enfoque psicológico el emprendedor es aquella persona que se motiva para crear empresa a través de la satisfacción de sus necesidades, ya que el ser humano tiene como obligación en su interior buscar herramientas para sobrevivir y ser reconocido en la sociedad, por lo tanto esta investigación define al emprendedor, como la persona que tiene una necesidad, por ejemplo: desarrollarse profesionalmente, ayudar a la sociedad, o simplemente satisfacer sus expectativas económicas, entre otras; esa necesidad impulsa a esa persona con características especiales como liderazgo, creatividad, valores y entusiasmo, a que de una u otra manera le permita lograr su objetivo, un emprendedor no es necesariamente el gerente reconocido de una empresa, un emprendedor es aquel que a pesar de los inconvenientes que se le puedan presentar hace realidad su idea.

En conclusión el aporte que genera la Psicología al emprendimiento, se define como la transformación del hombre, que a partir de las necesidades busca optimizar su condición y en el mejor de los casos alcanzar estándares de excelencia, que permiten satisfacer sus necesidades.

8 Definición del grupo investigador

A partir de estos esbozos el grupo investigador propone las siguientes definiciones:

El emprendimiento, es el arte de transformar ideas en una realización personal, que ayudan a mejorar la sociedad por medio de la economía y la ética profesional. Y el emprendedor es aquella persona, que identifica una o varias necesidades que le permiten crear un producto o servicio, con características definidas, diferentes, poco convencionales capaces de satisfacer a sus clientes. Por otra parte el emprendedor no necesariamente debe ser un líder innato, tampoco es necesario que tenga altos niveles de ingresos, no es solamente el Director exitoso de una compañía, un emprendedor es aquella persona que tiene metas claras y el cumplimiento de estas le permite a su vez satisfacer sus necesidades personales, beneficiándose no solo

particularmente. De acuerdo con las teorías expuestas por los autores nombrados anteriormente, se concluye:

Tabla 7 Definición de Emprendedor

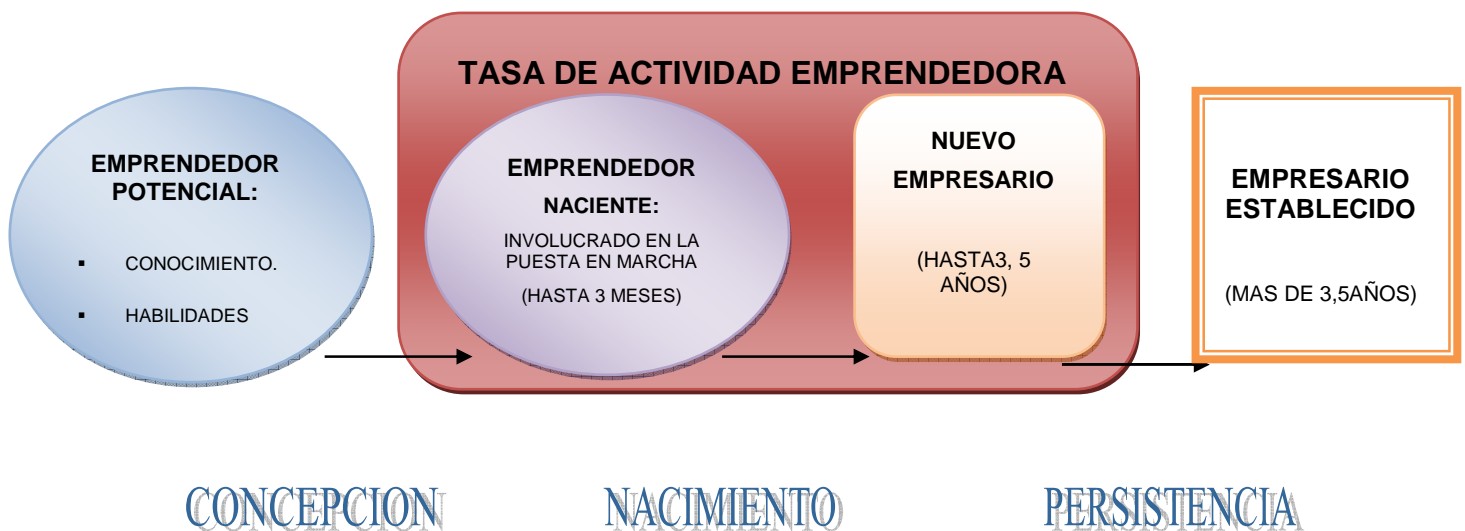
ENFOQUE	CONCEPTO DE EMPRENDEDOR
ADMINISTRATIVO	Es la persona que al ver una necesidad, logra alinear una serie de recursos con el fin de analizar todos los aspectos del mercado para lograr un nuevo producto o servicio, optimizando e innovando constantemente.
ECONÓMICO	Es la persona que siempre está en busca de las oportunidades que le da el mercado, identificando de antemano las amenazas que se presentan en el mismo para desarrollar una idea innovadora que trascienda a través del tiempo.
SOCIOLÓGICO	Es aquella persona que busca por medio de la acción social motivarse para innovar o evolucionar las ideas existentes, y generar bienes o servicios que beneficien a la sociedad en principio y encuentre su propio beneficio.
PSICOLÓGICO	Aquella persona que se motiva por medio de sus necesidades a realizar su proyecto de vida.

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores.

Según el Informe GEM Colombia (2008, p.52),

“El emprendimiento es una actividad que genera reconocimiento social, el 77.5% de los Colombianos ve a los emprendedores como personas que tienen alto estatus y generan respeto dentro del medio”

Gráfica No.1 El Proceso de creación de nuevas empresas y las definiciones operacionales del Proyecto GEM - Modelo Conceptual del GEM.



Fuente: elaboración propia a partir del Informe GEM Reporte Anual Bogotá 2009-2010 y Reynolds *et al* (2005)

Por esta razón al lograr este reconocimiento en teoría también se satisfacen necesidades tales como: autorrealización, autoestima, liderazgo, incorporación y seguridad. La fuerza que emana el ser humano para adquirir lo que necesita, se convierte en herramienta extraordinaria para emprender.

Tabla 8 Etapas del Proceso Emprendedor

ETAPA	NOMBRE	DEFINICIÓN
PRIMERA	GESTACIÓN DEL PROYECTO	Adquisición de la motivación y de las competencias para ser empresario. Cuáles son las motivaciones iniciales, cual es su influencia social, y donde adquiere sus motivaciones y competencias.
		Identificar la oportunidad de negocio y cuáles son sus fuentes.
		Elaboración del proyecto, identificando la información y herramientas para la planificación de la fase inicial del negocio.
SEGUNDA	PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA	Decidirse a iniciar la actividad empresarial y ejecutar la idea de iniciar su negocio.
		Adquirir los recursos financieros y no financieros necesarios para el lanzamiento del negocio.
TERCERA	DESARROLLO INICIAL DE LA EMPRESA	Ingresar al mercado, analizando los factores de la oferta y la demanda.
		Gestión de la empresa durante los primeros años. Cuáles son sus problemas, como los enfrenta para su crecimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de Kantis, Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. (2004 p.26)

9 DISEÑO METODOLÓGICO

Se analizarán los casos de las empresas Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda, con el objeto de identificar cuáles han sido las estrategias que permitieron a sus emprendedores, hacer realidad la idea de crear esta empresa, analizar cuáles fueron las necesidades y expectativas al iniciar su negocio y cuáles fueron las proyecciones para lograr el desarrollo de dichas empresas.

El equipo de trabajo, en este estudio de caso, elaboró una serie de preguntas basadas en las teorías expuestas por los autores en este documento diseño para

aplicar una entrevista a los emprendedores fundadores de las Empresas Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda con el objeto de evaluar si se aplican o no dichas teorías. A continuación se explica el tipo de investigación:

9.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Como lo reporta el Observatorio de Emprendimiento en Bogotá (2008; p. 9) la ciudad tiene 248.00 empresas y cada años se crean en promedio 55.000 por lo tanto se Bogotá es el mejor mercado en Colombia.

Según Gámez (2008):

“Al cerrar el año 2006 se contaron 1.591.043 empresas en el sector formal (DANE) con tasas de mortalidad cercanas al 20% en Bogotá (Cámara de Comercio), y un número incierto en el sector informal que no forma parte de gremios ni asociaciones, y carece de capital humano bien cualificado”

Teniendo en cuenta la teoría de de los autores: Maximilian Weber, Peter Drucker, McClelland y Schumpeter clasificados en los enfoques: económico, sociológico, psicológico y administrativo, se determinará si se aplica o no sus hipótesis del emprendedor y del emprendimiento en cada caso de estudio. Este estudio de caso es una investigación descriptiva, con un enfoque cualitativo (Hernández, 2006), ya que se aplicarán preguntas para la investigación pero no sigue un proceso definido, en este se tiene muy en cuenta las experiencias de las personas a las cuales se les va aplicar una entrevista ó la encuesta para obtener información que permita determinar cuáles son los modelos de emprendimiento que caracteriza a los emprendedores creadores de empresa, objeto de estudio, cómo la idea de creación de empresa del Administrador de Empresas de la Universidad de La Salle y su emprendimiento permitió hacer realidad el funcionamiento de las empresas: Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda., a partir de las teorías de los autores y los enfoques establecidos. Un ejemplo de esto, es cuando el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y concluye, vuelve a entrevistar a otra persona, analiza caso por caso, para llegar a una perspectiva general, (Hernández Sampieri, 2006- p. 8).

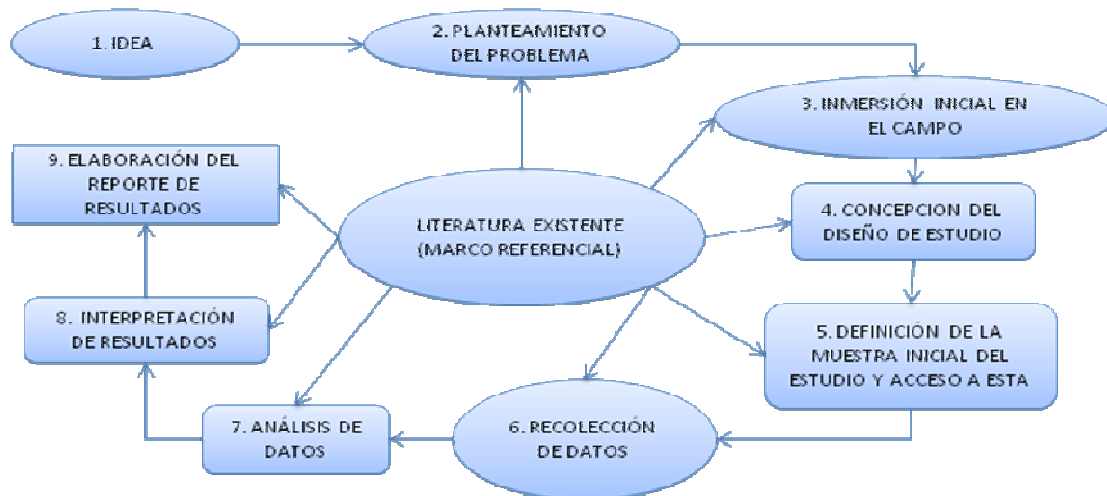
En los estudios cualitativos por lo general no se plantean hipótesis, sino simplemente se van construyendo a medida que pasa la investigación, es muy importante definir que la recolección de datos en el enfoque cualitativo por lo general se basa en creencias, experiencias, percepciones y otros aspectos subjetivos, basándose básicamente en realizar preguntas abiertas a las personas que suministraran la información para la investigación.

Algunas de las herramientas más utilizadas para obtener esta información de carácter cualitativo son:

1. Entrevistas abiertas.
2. Revisión de documentos.
3. Discusión en grupo.
4. Evaluación de experiencias personales.
5. Registros de historias de vida.
6. Interacción con grupos o comunidades. (Hernández Sampieri p.8).

El enfoque cualitativo es flexible cuando se busca extraer la información, ya que no tiene una secuencia definida para seguir un contexto o un procedimiento rígido que evite conocer los datos en su totalidad.

Gráfica No. 2 El proceso cualitativo según Hernández



Fuente: Elaboración propia a partir de Hernández Sampieri (2006)

9.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación está basada en la entrevista realizada al emprendedor creador de empresa egresado de la Universidad de La Salle objeto de análisis en este estudio de caso y las encuestas realizadas a los funcionarios de las empresas Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda., una vez se aplican estas herramientas se busca analizar si en la práctica las teorías expuestas por los autores se aplican o no, es por eso que el método que se utilizará será cualitativo, ya que se basa en variables particulares que permitirán llegar a conclusiones que arrojarán la información requerida para identificar si este creador de empresas tiene las características de un emprendedor.

9.2.1 DISEÑO DE INSTRUMENTOS

Con base en las teorías de los enfoques planteados en el marco teórico, se diseñarán una serie de preguntas con las cuales se entrevistará a los emprendedores que crearon las empresas Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda. y a sus colaboradores.

Las preguntas que se harán a los entrevistados son abiertas y permiten al entrevistado expresarse libremente y con amplitud sobre el tema planteado. Adicionalmente se harán algunas preguntas de sondeo con el ánimo de identificar como, cada enfoque se ve o no reflejado en la realidad de la empresa analizada. La entrevista permitirá al emprendedor expresar claramente cada una de sus respuestas, con el propósito de recibir toda la información requerida para determinar cuáles han sido los factores determinantes que lo motivaron para crear su empresa.

Con la entrevista se determinará la importancia de los enfoques: Económico, sociológico, psicológico y administrativo. Analizando cómo cada uno de ellos está implícitamente relacionado con la decisión del emprendedor para crear su empresa, teniendo en cuenta el punto de vista de los autores: Maximilian Weber, Peter Drucker, McClelland y Schumpeter entre otros, para complementar dicha información.

El cuestionario se elaboró a partir de las teorías de los autores, con el ánimo de identificar características específicas en el modo de actuar del emprendedor entrevistado y verificar si estas teorías son aplicadas o no en la realidad de acuerdo con el marco teórico propuesto, las preguntas son abiertas para que los entrevistados expresen libremente sus pensamientos y anécdotas (ver anexos 2 y 3). Se usará la grabadora con el fin de registrar y no perder ningún detalle de las respuestas. A partir de las respuestas dadas y no de supuestos a priori basados en las teorías, estas preguntas permitirán analizar, cuál es la realidad para la creación de empresa en el país.

Al final de la investigación se busca identificar que recursos que necesitó el emprendedor para iniciar su empresa, cuáles fueron sus motivaciones, quien los apoyo para la creación de su empresa, como financiaron la creación de la empresa y como lo ven sus colaboradores.

Una vez responden la entrevista, se procederá a tabular las respuestas de los funcionarios para analizar las respuestas y confrontarlas con el marco teórico, mediante el análisis de gráficas, comparando las empresas una con otra para identificar que características que describen al emprendedor creador de empresa de

acuerdo con la teoría de los autores citados y demostrar si se ajustan a la realidad o no.

Las entrevistas en profundidad se efectuaron en el siguiente orden: el 14 de julio de 2010 en las instalaciones de Amigo Comunicaciones (ver anexo 3), el 7 de agosto de 2010 Javier el emprendedor de Fambame, respondió la entrevista en su casa en compañía de su esposa y sus colaboradores (ver anexo 4), el 10 de agosto se entrevistó al emprendedor creador de Borda2 Speed Ltda (ver anexo 5) y el 13 de agosto de agosto el creador de Edhra respondió el cuestionario de preguntas (ver anexo 6).

10 RESULTADOS

Después de realizar las entrevistas, se identificaron las diferentes razones para crear empresa, por parte de los emprendedores: El emprendedor de Amigo Comunicaciones creó su empresa para ser dueño, partiendo de la necesidad, como el constructor que representa una fuerza en el cerebro que organiza la percepción, entendimiento y conducta de tal forma, cambia una situación insatisfactoria a una satisfactoria (Murray, 1938) desde el enfoque psicológico y desde el enfoque sociológico se identifica la gran importancia en las acciones de los terceros, debido a que el empresario busca interactuar con ellos para conocer sus necesidades y sus capacidades económicas, con el fin de manejar una producción en torno a estas variables, por consiguiente se debe conocer muy bien al cliente (tercero), para saber quién es y lo que necesita (Weber, 1977).

En el caso de Borda2 Speed Ltda., su emprendedor tuvo la idea de negocio debido a la oportunidad económica que se presentó, ya que su padre al importar máquinas bordadoras, lo financió y respaldó su idea de negocio, desde el punto de vista administrativo los aspectos tales como las estrategias, el análisis de riesgo, la *proactividad*, la gestión, la innovación, la identificación de las ventajas (Gámez, 2008), son herramientas fundamentales a la hora de crear empresa.

El emprendedor de Fambame, se identifica como una persona soñadora que busca la oportunidad de negocio sin detenerse en su realización a pesar del riesgo que le puede generar económicamente, gracias a ese talante ha conseguido establecer su proyecto de vida, porque emprender implica acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, en especial si encierra dificultad o peligro (Gámez 2008)

Edhra Ltda., surge de la búsqueda que realiza el emprendedor para no perder más dinero en su empresa transportadora Cargatrans, ya que el dinero se considera uno de los factores más importantes a la hora de crear empresa (Schumpeter, 1950), estimulando la inversión y la constante innovación, sin olvidar que los cambios de la

vida económica no son impuestos desde el exterior, sino que surgen de la propia iniciativa (Schumpeter, 1950).

Tabla 9 Comparativo Emprendedor frente a los enfoques (%)

ENFOQUE - EMPRESA	AMIGO COMUNICACIONES	FAMBAME	EDHRA LTDA.	BORDA2 SPEED LTDA
ENFOQUE ADMINISTRATIVO	100%	20%	80%	80%
- Estrategia	1		1	1
- Análisis de riesgo	1			1
- Gestión	1		1	1
- Identificación de ventajas	1		1	
-Mente innovadora	1	1	1	1
ENFOQUE ECONÓMICO	100%	75%	50%	75%
- Introduce nuevos bienes y/o servicios	1	1		
- Creación de empresa	1	1	1	1
- Oportunidad en el mercado	1	1	1	1
-Equilibrio costo-beneficio	1			1
ENFOQUE SOCIOLÓGICO	40%	60%	40%	40%
-Motivo fundamentado para crear empresa	1			1
-Buen proceder y beneficio a la sociedad	0	1	1	
-Tolerancia para conseguir un objetivo	1	1		1
-Beneficio social al crear empresa		1	1	
-Buena relación social, comunicación.			1	1
ENFOQUE SICOLOGICO	40%	80%	60%	80%
-La necesidad del logro.	1	1	1	1
-La necesidad de afiliación.		1	1	1
-La necesidad de poder.	1	1	1	1
-La necesidad de incorporación.				
-La necesidad de seguridad.		1		1

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores de los enfoques.

A continuación se hace un resumen de cada una de las empresas objeto de este estudio de caso:

10.1.1 INFORMACIÓN DE AMIGO COMUNICACIONES

Amigo Comunicaciones nació después de Accesorio el Bosque la distribuidora de Comcel allí vendían productos del portafolio de esa empresa. Luego creo las cabinas telefónicas en la Torre Colpatria que fue una oportunidad que le pareció interesante, se hizo un estudio para ver en dónde las podían ubicar y alquiló un espacio en un local donde funcionaba un centro de fotografía en Casa Color, ahí nace Amigo Comunicaciones, el logo ha sido el mismo hasta la fecha.

Luego abrió una sucursal de estas cabinas en la Universidad de la Salle, dándole solución a la situación de los teléfonos dañados de la ETB, para prestarle un servicio de calidad personalizado a la comunidad educativa. Luego se realizan mejoras como el manejo de líneas locales y celulares, en este momento solo se están usando líneas celulares, esto gracias, a los cambios del mercado.

Para poder vender minutos siempre se mantuvo contacto con los distribuidores de minutos, identificando ahí una oportunidad de negocio, por tanto se incursiona empezando a ser distribuidor directo de minutos, esto gracias al conocimiento del mercado de su fundador David Duque.

La empresa Amigo Comunicaciones pertenece al sector de comunicaciones se dedica a proveer de minutos de celular a las diferentes cabinas telefónicas en la ciudad de Bogotá.

Al entrevistar a David Duque, fundador de Amigo Comunicaciones (el 14 de julio de 2010 en las instalaciones de Amigo Comunicaciones, ver anexo), se pretende identificar los motivos que lo llevaron a crear su idea empresarial, las circunstancias en las cuales desarrollo su proyecto de empresa, como logro la evolución de su idea, las dificultades que tuvo y los recursos que necesito para perfeccionar su empresa y llegar a lo que hoy es Amigo Comunicaciones.

David Duque es un emprendedor de nacimiento, ha creado empresas desde el tercer semestre de su carrera profesional, actualmente tiene dos empresas adicionales a Amigos Comunicaciones, en las cuales aporta con sus conocimientos adquiridos durante su carrera y los adquiridos empíricamente en sus empresas, todo esto gracias a su inteligencia emocional y su capacidad de ver las oportunidades donde otro ni siquiera las imagina.

Este emprendedor se caracteriza por moverse de acuerdo con las necesidades del mercado, está pendiente de cuál es la tendencia del mercado en el que se desarrolla la empresa, por lo tanto crea estrategias para recibir esos cambios y estar a la vanguardia de las necesidades de sus empresas y por ende de sus clientes.

Como se referencia en el enfoque administrativo los aspectos tales como las estrategias, el análisis de riesgo, la *proactividad*, la gestión, la innovación, la identificación de las ventajas (Gámez, 2008), son herramientas utilizadas a la hora de crear empresa, dirigir, controlar y mantenerla activa en el mercado. Características determinantes para David Duque a la hora de crear sus empresas, pues le han permitido tener un vasto conocimiento del mercado en el cual se desarrolla Amigo Comunicaciones y ser competitivo.

David Duque como lo expresa Drucker (1986), sabe que lo nuevo comienza con una idea, por lo tanto, el concepto de innovación es traducido a oportunidades, aunque parezca difícil de ejecutar al hacerlo realidad logra promover el desarrollo de la

compañía. Es así como David tiene un mecanismo capaz de renovar estos pensamientos tradicionales que convierten a las organizaciones en poco competidoras o que las atrasan en productividad, para ello el tiene una "Mente innovadora", que solidifica a la compañía, para que su estructura sea tan flexible que pueda perdurar a través del tiempo, por lo tanto el concepto de Drucker es que la creatividad no es sinónimo de innovación, ya que la creatividad modifica lo tradicional, y lo que verdaderamente busca la innovación es abandonar lo improductivo y crear nuevas expectativas que generen progreso.

Según Schumpeter (1950):

"Para crear empresa se tiene en cuenta uno de los factores más importantes que es el dinero, el emprendedor lo debe tener en cuenta para su creación, según Aristóteles su función explícita es que sirve de medio de cambio para obtener mercancías y posee un valor implícito" p 99.

Esta teoría es claramente confirmada con la historia de Amigo Comunicaciones su fundador David Duque al responder a la entrevista realizada el 14 de julio de 2010 donde señala que para iniciar su empresa invirtió inicialmente \$35.000.000 de pesos colombianos, definitivamente para él es muy importante contar con este factor para crear empresa.

De acuerdo con el enfoque sociológico Según Weber (1977):

"al emprendedor lo caracteriza la disposición que muestra para crear un proyecto que estimule el crecimiento de la sociedad, respetando los recursos que la componen y forjando un desarrollo sostenible que lo hace trascender en el tiempo".

Al crear la empresa Amigo Comunicaciones se aporta a la sociedad con al crecer y contratar a más personas generando empleo en una sociedad donde los niveles de desempleo van en aumento.

Y desde el enfoque psicológico David Duque busca satisfacer su necesidad de poder: típica en la gente que le gusta estar a cargo y tener altos niveles de responsabilidad, esta gente se agrupa en dos tipos: *Poder personal*, que son los que desean dirigir e influenciar a otras personas y el *poder institucional*; significa que les gusta organizar los esfuerzos de otros para alcanzar las metas de la organización.

10.1.2 INFORMACIÓN DE FAMBAME

Javier Barros actualmente está en quinto semestre de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle, él se considera un soñador y gracias a esto ha logrado hacer realidad la creación de su empresa Fambame, que significa Familia Barros Mendoza, en compañía de su esposa.

Javier Barros ha trabajado durante 15 años en la *Pastelería Deli* en el área de transporte, lugar en el cual nació su idea para crear empresa, allí vio la necesidad de crear una empresa especializada en transporte de alimentos para la industria de alimentos de una forma muy urbana, al estudiar cómo funcionan las empresas pequeñas que comercializan alimentos para brindarles el servicio de transporte para distribuir sus productos, no en tonelaje, es decir con carros grandes, sino con carros pequeños. Las propietarias de *Deli* accedieron a la idea de Javier de prestarles este servicio con el fin de disminuir los costos de transporte de *Deli*.

Al entrevistar a Javier en su casa el 7 de agosto de 2010 en compañía de su esposa y sus colaboradores, comenta que inició su empresa sin capital, solicitó un préstamo a una entidad bancaria para comprar el primer vehículo con el cual inició su negocio, a los seis meses logró cambiarlo por un vehículo 0 Km. y en la actualidad tiene 4 camionetas, y trabaja con conductores propietarios los contrata con su vehículo, mas sin embargo tiene proyectado que al final del año 2010 tenga 10 camionetas propias.

Siempre ha tenido el apoyo de su esposa fundamentalmente y de la hermana mayor, quien le apoyo para conseguir los créditos, además del apoyo de las dueñas de *Deli*, dado que gracias a ellas tuvieron la oportunidad de crear el negocio.

Su mayor defecto para sus familiares, pero en su opinión personal es su mayor cualidad; es no mirar la parte financiera, él ve un negocio y no analiza si financieramente funciona, lo lleva a cabo sin estudiar esa información, dice que de eso se encarga la esposa. Sólo ve la oportunidad y no mide las consecuencias, por eso cree es su mayor cualidad -Javier dice: "*si no fuera así no estaríamos donde estamos*". Y otro defecto es que le falta ser más estructurado en la parte administrativa por eso decidió estudiar Administración de Empresas, porque era muy empírico (sic), entonces no sabía cómo se manejaba el tema de costos, los recursos, como administrarlos y todas las actividades de una empresa que necesitan una estructura definida.

Actualmente está recibiendo asesoría en la Universidad de La Salle para continuar con la formalización de la empresa al igual su esposa en la Cámara de Comercio de Bogotá.

Le parece muy importante incluir el emprendimiento expresado en creación de empresa en el programa académico de la Universidad de la Salle, para él sería lo mejor, opina que la metodología es demasiado (*sic*) académica y es necesario tener más práctica para enfrentar mejor la vida real.

Cree que heredó las características de emprendedor de su tía, que a pesar de ser desplazada por la violencia fundó un colegio y buscó la forma de ser independiente y de salir adelante sin ser empleada de un tercero. Javier cree que tomó como ejemplo la forma de actuar de la tía, pero que tomó como ejemplo su modo de actuar pues ambos son los primeros creadores de empresa en su familia.

Aunque todavía no son líderes en el mercado están haciendo todo para que sea así, porque al trabajar en *Deli*, han logrado cierto reconocimiento y la experiencia adquirida con importante empresa es su carta de presentación.

Javier vio la oportunidad de negocio y al innovar con su idea por lo tanto identificó que podía crear un nuevo servicio para el transporte de alimentos, confirmando así la teoría de Drucker (1986), donde dice que la compañía innovadora sabe que lo nuevo comienza con una idea, por consiguiente los ejecutivos de la organización deben llevar ese concepto que en oportunidades parece absurdo de realizar a una realidad, que promueva el desarrollo de la compañía.

La teoría de Schumpeter (1950) analizó las teorías expuestas, concluyendo que la verdadera innovación se da cuando los empresarios y los consejos administrativos, modifican el orden de las cosas, con el ánimo, desde luego, de aumentar sus utilidades, por lo tanto cambian rutinas lo que a su vez genera la creación de nuevas empresas e instituciones. En el caso de Fambame esta teoría aplica, dado que Javier alteró el orden de las cosas al ver el funcionamiento del transporte en *Deli* la empresa donde se desarrollaba, vio que había una oportunidad para crear su empresa.

Por su parte Javier busca que sus proyectos sean mejores de acuerdo con el análisis de la competencia y, que haya un resultado positivo en sus negocios, esta es una de las razones por las cuales un emprendedor debe buscar ideas nuevas y no solo inventar, si no también estudiar muy bien un proyecto o una idea que ya está creada pero que se puede mejorar significativamente para que tenga éxito, como lo dice Weber (1942).

10.1.3 INFORMACIÓN EDHRA LTDA.

Javier Andrés Rivera Gómez de la ciudad de Bogotá, exploró sus inicios como emprendedor, con una empresa transportadora llamada Cargatrans, que lamentablemente fue liquidada a finales del 2007, todo esto debido a los inconvenientes que tuvo con los conductores que estrellaban continuamente los furgones y realizaban viajes, fuera de sus labores. Es muy importante saber que Javier, contaba con el apoyo de su esposa que labora en los coches y le ayudó con la adquisición de los dos furgones.

Emprender implica acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, en especial si encierra dificultad o peligro (Gámez 2008), este grado de dificultad puede involucrar que la primera idea de negocio no obtenga ningún éxito, debido a esto Javier perdió dinero en Cargatrans, pero gracias a su espíritu emprendedor y el apoyo de su familia buscó otra oportunidad de negocio.

Este estudiante de Economía de la universidad de La Salle, percibió una nueva alternativa de negocio en la fabricación de sillas, e inició su empresa con las pocas utilidades que tenía de su anterior negocio para crear en el 2008 la empresa Edhra Ltda., ubicada en la Carrera 24 N° 63C-74 en la ciudad de Bogotá.

En Economía y Sociedad la “acción afectiva en los últimos años ha perdido importancia, debido a la falta de valores que enfrenta la sociedad actual, ya que la familia, uno de los núcleos más fuertes para obtener valores se está acabando, debido a la falta de tolerancia para mantener un hogar y formar seres humanos con bases morales muy definidas, para construir una mejor sociedad” (Weber, 1977: p 20), en este caso la acción afectiva para Javier no se ha perdido y está convencido que gracias al apoyo de su familia se motivó para buscar una forma más rentable de negocio, demostrándole a su esposa e hijas, que es capaz de salir adelante y tener su propio negocio.

Javier afirma que esta empresa es su proyecto de vida, a pesar de que no se graduó como Economista en la Salle, y solo terminó noveno semestre, por cuestiones familiares, como lo fue el nacimiento de su primer hija, comenta que tiene 28 años, edad ideal para crear empresa debido a sus conocimientos y experiencias, ya que se encuentra en el intervalo de 25 a 44 años donde se presenta la mayor actividad emprendedora en el país (GEM 2008, p.28).

La idea surge de la angustia desesperada de no perder más dinero con los transportes y se asocia con un conocido que le da información del negocio para que lleve a cabo su proyecto de vida, Edhra Ltda., fabrica y distribuye sillas en la capital, Javier asegura que la mejor oportunidad que tuvo, proviene de excelentes relaciones con las personas que conocen del negocio, pero a su vez sabe que una de sus más

grandes necesidades es la falta de dinero.

El dinero es uno de los factores más importantes para crear empresa (Schumpeter 1950), debido a esto Javier buscó financiación con los bancos para reunir \$30.000.000 millones de pesos, también contaba con dinero de las utilidades que le había generado Cargatrans, para poner en funcionamiento la empresa Edhra Ltda.

En este proceso de creación de empresa Javier considera que nunca descuidó a su familia pero si sus estudios, no tuvo gran ayuda de otras personas, y gracias a uno de sus grandes defectos, la ambición, que ha despertado en él, muchas ganas de crecimiento, ha logrado que la empresa empiece a expandirse, obligándolo a conseguir otro local para almacenar más productos.

La compañía innovadora sabe que lo nuevo comienza con una idea (Drucker 1986), Javier se considera innovador ya que día a día desarrolla un estilo diferente en sillas, para todo tipo de espacios empresariales, educativos y de hogar, también se considera creativo, por que busca alternativas nuevas.

Javier es un emprendedor de tipo privado, (Jorge Gámez Gutiérrez, 2008). El servicio de postventa, es fundamental para su empresa, además cree que la honestidad es fundamental para perdurar en el mercado, aunque se define muy exigente con el personal que tiene a cargo, sus dos colaboradores de planta y una secretaria, cantidad de colaboradores que varía según la producción, ya que cuando tiene un buen contrato maneja de tres a cinco colaboradores más.

El crecimiento que ha tenido la empresa en estos dos años ha sido gracias a la innovación en la gama de productos, ya que goza de nuevos clientes que ayudan a que perdure su negocio, el empresario busca interactuar con ellos para conocer sus necesidades y sus capacidades económicas, con el fin de manejar una producción en torno a estas variables, lo cual se denomina acción social, ya que está enmarcada por la tolerancia para conseguir un objetivo (Weber p.13).

Javier está seguro que su empresa está cogiendo fuerza, pero ratifica que su mayor reto es el posicionamiento en el mercado, aseverando que la razón más importante que él tiene para crear empresa es darle un buen futuro a sus dos hijas y no depender de terceros, esto demuestra cierta necesidad de logro (McClelland 1970) que tiene Javier y la cual lo motiva para satisfacerla.

Javier actualmente no ejerce su profesión de Economía, pero dice que no necesitó los conocimientos de ella para crear empresa, en cuanto al programa, prefiere más la investigación de mercados, que el emprendimiento, expresado en creación de empresas, además dice que lo que estudió está más enfocado al Estado que a la empresa privada y confirma que no adquirió ayuda por parte de la Universidad.

La idea que ha desarrollado Javier en estos dos años lo ha convertido en un empresario que le ha contribuido a la sociedad, generando para los jóvenes de la ciudad de Bogotá un estímulo para crear empresa, ya que al emprendedor lo caracteriza la disposición que muestra para crear un proyecto que estimule el crecimiento de la sociedad, respetando los recursos que la componen y forjando un desarrollo sostenible que lo hace trascender en el tiempo (Weber, 1977)

El cree que heredó características de emprendedor de su mamá, ya que es propietaria de un taller de confecciones.

Javier considera que su mayor fortaleza es la paciencia, está convencido de que no es necesario ser profesional para crear empresa, pero en la actualidad es preciso capacitarse en mercadeo para el mejoramiento de su proyecto de vida y dice que la mujer emprendedora de la actualidad se desempeña mejor que el hombre, en Colombia por cada diez mujeres que están creando empresa hay diez y seis hombres en la misma circunstancia, las mujeres mantiene una tendencia de crecimiento en su participación en la tasa de actividad emprendedora, con un 17.3% en 2006, 18.8% en 2007 y 19.1% en 2008 como se registra en el Informe GEM Colombia (2008: p. 23).

Según Howard H. Stevenson (1999), el emprendedor es un agente de cambio socioeconómico que persigue la oportunidad, está dispuesto al cambio y es responsable según el escenario, perfil que describe a Javier perfectamente, ya que emprendió una empresa de transporte, la cual empezó a desmejorar su economía y ligeramente transformó su idea para mejorar su proyecto de vida.

10.1.4 INFORMACIÓN BORDA2 SPEED LTDA.

Omar Adrián Morales Jiménez es Administrador de Empresas, egresado de la Universidad de La Salle, creador de la empresa de bordados “Borda2 Speed Ltda.” en el año 2006, ubicada en la Carrera 24 N° 63C-72, Barrio siete de agosto.

Es un emprendedor que considera primordial el conocimiento para el desarrollo de su actividad, esto fortalece la importancia de la calidad en la educación, razón por la cual la Universidad de la Salle, ha implementado el proceso de acreditación en sus programas, con el fin de brindar a nuestra sociedad educación integral de calidad, con una clara vocación de volcar todo el conocimiento hacia soluciones y estrategias que beneficien al país, como lo registra en el *Informe Final Autoevaluación Institucional* (2007, p. 14).

Omar tuvo la idea de negocio gracias al apoyo de su familia, ya que su padre importa máquinas bordadoras y fue de gran influencia para la creación de Borda2 Speed Ltda., prácticamente el emprendedor identificó una oportunidad de negocio en la

actividad económica de su padre, desde el punto de vista administrativo los aspectos tales como las estrategias, el análisis de riesgo, la *proactividad*, la gestión, la innovación, la identificación de las ventajas (Gámez, 2008), son herramientas fundamentales a la hora de crear empresa.

La moda es la pionera de sus bordados aunque dice que le falta más comercialización de sus servicios, teniendo en cuenta esto se puede identificar que una de las fortalezas de la idea de negocio de Omar es la originalidad de sus bordados, se debe tener en cuenta que la creatividad no es sinónimo de innovación, ya que la creatividad modifica lo tradicional, y lo que verdaderamente busca la innovación es abandonar lo improductivo y crear nuevas expectativas que generen progreso (Drucker, 1986).

Omar afirma que nunca descuidó a su familia que está conformada por sus padres y hermana, por el contrario fue fundamental el apoyo de ellos, para el desarrollo de su negocio, el emprendedor al encaminar sus ideas de desarrollo sostenible busca la aprobación del grupo de personas que lo rodean (Weber, 1977: p 20), generando más interés y viabilidad en la construcción de sus proyectos, constituyendo una de las herramientas más fuertes en la actualidad para crear empresa.

El capital que utilizó para crear su empresa fue de \$30.000.000 millones de pesos, dinero que obtuvo gracias a su padre debido a la venta de una propiedad y otra parte fue financiada por el banco.

Omar inicialmente trabajó en dos empresas familiares, una de estampados y un almacén de ropa deportiva, las cuales se liquidaron por inconvenientes familiares, esto refleja claramente que Bogotá siendo el centro empresarial de Colombia con 230.000, empresas, que equivale al 27% registrado en el país, en el cual se crean anualmente cerca de 56.000 empresas y se liquidan 16.000, (folleto del Observatorio de 2007, p.22), lo cual confirma que existe un problema al crear y desarrollar empresa.

Se considera creativo, comentó que el nombre de la empresa fue dado por gusto propio, también, que si un emprendedor no innova, sale fácil del mercado, además que debe tener ganas, estar convencido de lo que hace, pero ante todo debe hacer muy bien los cálculos matemáticos y financieros para que sea rentable.

En la actualidad Omar tiene nueve personas a cargo, una secretaria, un diseñador y siete operarios que tienen turnos de día y de noche para cumplir con la producción, antes los operarios trabajaban al destajo, pero tenía muchos problemas porque se generó inasistencia de personal y poca puntualidad en los pedidos, ya que si un operario se gana en un día lo de dos días, no iba a trabajar, debido a esto firmó contratos a término definido, con turnos para cubrir las 24 horas y dice que mantiene una excelente relación con ellos.

En los últimos cinco años, ha implementado tecnología para sus bordados, corte de apliques y técnicas de bordados, su empresa tiene reconocimiento en el mercado pero no es líder, ya que le falta más capacidad de producción.

En la actualidad Borda2 Speed Ltda., enfrenta una disminución en ventas, ya que están entrando al mercado las bordadoras chinas por valor de \$20.000.000 y \$30.000.000 millones de pesos, generando más competencia, porque dice que cualquier persona las puede adquirir, a diferencia de las que tiene que son de Corea y Japón, que son de \$90.000.000 y \$80.000.000 millones de pesos. Según el nivel de producción, se contratan desde siete a quince operarios.

Omar define tres claves para que su empresa perdure:

- La calidad.
- La innovación del diseño.
- Los mejores insumos.

Con estas tres claves puede manejar muy bien los precios.

El creó su empresa basado en el reto personal, ya que dice que tuvo la mala experiencia de ser empleado y esto lo motivó a independizarse. Terminó el programa de Administración de Empresas en la Universidad de la Salle en el 2006, fundamenta que la carrera le proporcionó criterios de decisión, considera que es muy importante incluir el emprendimiento expresado como creación de empresas como tema académico.

En octavo semestre inició su proyecto de grado, con la creación de una empresa de ropa interior para exportar y fueron avalados por el ministerio, lamentablemente tuvo problemas con su socia, debido a diferencias de ideales y se disolvió la sociedad.

Omar cree que las características de emprendedor no las heredó, sino que las formó, siempre buscó esa independencia ya que trabajó en el Banco Agrario y no estuvo satisfecho siendo empleado, porque todas sus ideas e iniciativas se veían limitadas.

La fortaleza que tiene es la perseverancia, debido a su constante búsqueda para satisfacer su necesidad de autorrealización, también ha tenido obstáculos financieros para desarrollar su proyecto porque en principio entregó mercancía a personas que no le pagaron y esto afectó su economía. Con respecto al personal tuvo inconvenientes ya que antes trabajó al destajo con sus empleados y esto generó pérdida ya que no cumplían un horario laboral y la producción no era satisfactoria con la demanda de los clientes.

Considera necesario ser profesional para crear empresa, ya que dice que es una de las metas que deben cumplirse y que genera satisfacción personal, pero reconoce y aprecia a los emprendedores empíricos. Basado en la experiencia de su proyecto de grado, dice: que a la mujer le falta más carácter para crear empresa, para dicho proyecto tuvo el apoyo de la Universidad y del ministerio de Comercio Exterior, mientras que para la creación de Borda2 Speed Ltda. no buscó el apoyo de la Universidad.

Omar omitiría Cultura religiosa del programa académico de Administración de empresas¹. *El equipo de investigación de acuerdo con la misión y la visión de la universidad de La Salle resalta la importancia de mantener en el programa de administración de empresas la Cultura religiosa, ya que ésta asignatura, forma al emprendedor para que busque en su interior la fortaleza y los valores necesarios para enfrentar a la sociedad que día a día es más corrupta.*

Omar está convencido de seguir capacitándose, le gustaría hacer un postgrado de Comercio Exterior, porque para él es muy importante formarse intelectualmente.

En los casos anteriormente expuestos y con base en las teorías de los autores nos permitirán identificar cuáles han sido los enfoques que le permitieron cada uno de los fundadores, hacer realidad la idea de crear su empresa, como los aspectos sociales, personales, económicos y administrativos que afectaron positiva y negativamente cada uno de los pasos que dieron.

Al terminar las entrevistas, se procederá a realizar el análisis correspondiente con el fin de verificar cuales son las motivaciones, las necesidades, expectativas e inconvenientes que tienen los emprendedores a la hora de crear sus empresas.

Omar, se puede definir como un emprendedor que no genera turbulencias en el mercado, por lo contrario mejora y hace más eficiente el mercado (Schumpeter 1950), buscando siempre estrategias para mejorar su negocio, fortaleciendo su tecnología para entregar productos de calidad.

Omar es un emprendedor de tipo privado, (Jorge Gámez Gutiérrez, 2008), que demuestra la necesidad de autorrealización ya que busca siempre alcanzar sus metas, por ejemplo terminar sus estudios profesionales en la universidad de la Salle, manifiesta también una necesidad de logro debido a aquellas tareas difíciles y desafiantes en un alto nivel McClelland (1970), buscando bordadoras de mejor tecnología y que mejoran la definición de sus bordados.

¹ A juicio de los Hermanos de las Escuelas Cristianas estos espacios contribuyen en la formación de seres humanos de manera integral, y destacan que es su sello.

11 ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS

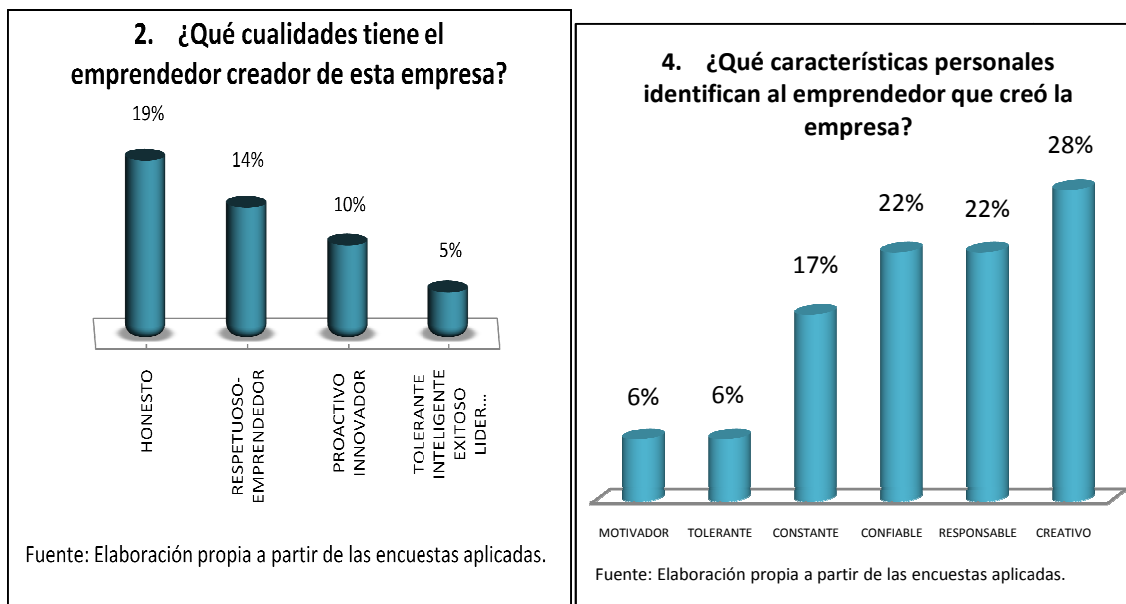
Al realizar las entrevistas a los colaboradores de Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda. se analiza su percepción de los creadores de estas empresas, para identificar si estos emprendedores tiene en realidad las características dadas por los autores referenciados en el marco teórico.

Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores de Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Ltda.:

El 40% y 100% de los funcionarios laboran en estas empresas hace más de un año, lo que les permite conocer algunas características de los emprendedores creadores de estas empresas.

Están en una etapa donde ya son nuevos empresarios (Tomado del Informe GEM Colombia 2008 - Reynolds et al. [2005] Pagina 14, consultada 18 de noviembre de 2009), al lograr este reconocimiento, en teoría también se satisfacen necesidades tales como: autorrealización, autoestima, liderazgo, incorporación y seguridad.

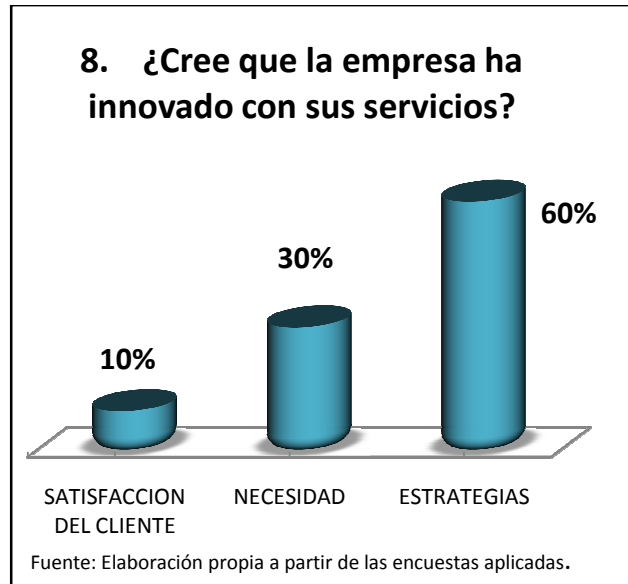
Gráfica No. 3 Pregunta No. 2- Amigo Comunicaciones Gráfica No. 4 Pregunta No. 4- Amigo Comunicaciones



Por su parte en Amigo Comunicaciones el 19% (ver gráfica 3) de los funcionarios consideran que el emprendedor debe ser honesto, en algunos casos no debería ser tan confiado ni flexible y hacer más presencia en la empresa, pues por sus ocupaciones sienten su ausencia, el 28% de los funcionarios consideran que este emprendedor es creativo y gracias a ello genera las estrategias necesarias para ir un paso adelante en el mercado, como se muestra en la gráfica No. 4, gracias a su creatividad, como se muestra en la gráfica No. 5, el 60% de los funcionarios

consideran que la innovación en la empresa se da gracias precisamente, a su creatividad.

Gráfica No. 5 Pregunta No. 8 Amigo Comunicaciones



David Duque según la percepción del 60% de sus colaboradores creó la empresa para ser dueño de empresa, el 30% considera que la creó para ser líder en el mercado y mejorar sus ingresos.

Es tal, el conocimiento que tienen los funcionarios de su jefe que todos saben que es Administrador de Empresas y que ha creado dos empresas más, las encuestas demuestran que la relación de este emprendedor con sus colaboradores es de Comunicación en un 45% y amable y respetuosa en un 55% y a su vez el 70% opina que trata al personal de una manera amable, cordial y afable. Adicionalmente todos sus colaboradores están satisfechos con su salario y consideran que no debe cambiar nada en su modo de actuar.

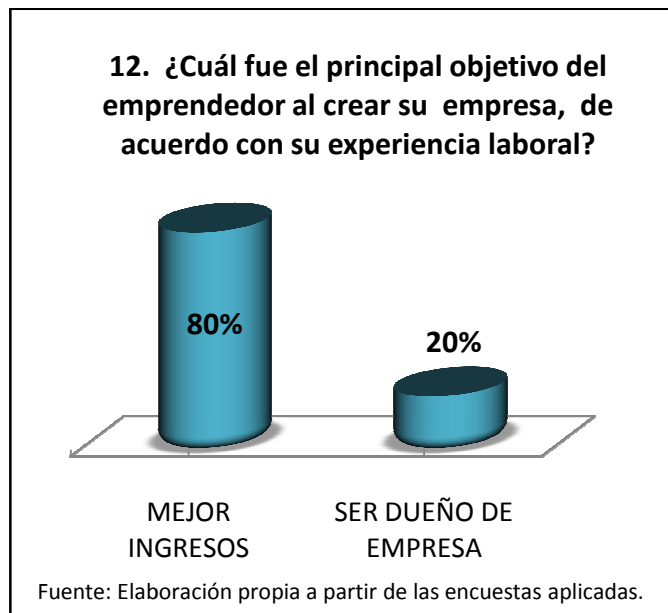
En FAMBAME el 30% de los funcionarios ven en el creador de empresa que es emprendedor, el 20% innovador y el 10% consideran que es honesto, soñador, inteligente y líder. El 20% de los funcionarios consideran que emprendedor no debe sentir temor y debe tener buena comunicación con sus colaboradores. La objetividad es la principal característica que identifican los colaboradores de Javier Barros con 29%, además ven que es líder, ambicioso, perseverante comprometido y dinámico cada uno con 14%. Al igual que en Amigo Comunicaciones todos los funcionarios saben que el emprendedor es estudiante de Administración de Empresas en la Universidad de La Salle, igualmente todos están satisfechos con su salario y consideran que la empresa ha innovado con los servicios que presta y por lo tanto están logrando ser líder en el mercado, adicionalmente sienten que su relación con el emprendedor creador de empresa es agradable y respetuosa.

Por otra parte para Drucker (1986), la compañía innovadora sabe que lo nuevo comienza con una idea, por consiguiente los ejecutivos de la organización deben llevar ese concepto traducido a oportunidades, aunque parezca difícil de ejecutar al hacerlo realidad logra promover el desarrollo de la compañía. Como lo muestra la gráfica N° 4, la innovación trasciende como una de las características más importantes que definen al emprendedor, sin importar los productos o servicios que se realicen.

El 80% de los colaboradores perciben que el emprendedor creó su empresa para mejorar sus ingresos y el 20% restante considera que lo hizo para ser dueño de su empresa (ver gráfica No.6). El emprendedor de acuerdo con las encuestas es exigente, respetuoso y compromete a sus colaboradores con su forma de tratarlos esta opinión corresponde al 75% de las personas encuestadas, el 25% restante opina que es amable, cordial y afable al tratarlos. Por otra parte el 20% del personal considera que es apresurado y tranquilo defectos que han identificado durante el tiempo laborado 40% restante de los colaboradores no ven ningún defecto en él.

Para crear empresa según Schumpeter (1950), se tiene en cuenta uno de los factores más importantes que es el dinero, el emprendedor lo debe tener en cuenta para su creación, demuestra lo significativo que es para FAMBAME, la adquisición continúa de capital.

Gráfica No. 6 Pregunta No. 12 Fambame



Por su parte en *Edhra Ltda.* el 67% de los funcionarios considera que el emprendedor es honesto el 33% restante considera que es cumplido, el 100% de los colaboradores creen que no debe cambiar ningún comportamiento y todos opinan

que es constante, adicionalmente todos consideran que los productos han innovado en el mercado de acuerdo con la necesidad de los clientes, la totalidad de los funcionarios sienten que la relación con el emprendedor creador de la empresa es agradable y respetuosa, también están enterados que la empresa ha lanzado más de dos productos al mercado en los últimos años y sin embargo saben que aún no son la empresa líder en el mercado, todos los colaboradores los consideran despistado y le sugieren ser más tolerante.

La mitad de los funcionarios no están satisfechos con su remuneración salarial, igualmente el 50% de los colaboradores perciben que el emprendedor al crear la empresa buscaba mejorar sus ingresos y el otro 50% consideran que busca ser dueño de empresa, en las mismas proporciones una parte de los funcionarios consideran que trata al personal de una manera fuerte, ordena sin consultar y es avaro, la otra mitad creen que es exigente, respetuoso y compromete.

En *Borda2 Speed Ltda.* El 33% de los funcionarios considera que el emprendedor es comprensivo, el 25% respetuoso y en la misma proporción del 8% consideran que es líder, honesto, tolerante, cumplido, alegre (Ver gráfico 7). La totalidad de los colaboradores opinan que no deben cambiar nada en su comportamiento. El 80% de los funcionarios están enterados de la preparación profesional de este emprendedor.

El 40% de los funcionarios consideran que el emprendedor es confiable, y en proporciones iguales del 20% consideran que es motivador, responsable y constante.

Gráfica No. 7 Pregunta No. 2 Borda Speed Ltda.



En Edhra Ltda. El 40% de los colaboradores no está satisfecho con su remuneración salarial el 60% restante sí. Al preguntar ¿cree que la empresa ha innovado con sus productos? El 60% de los funcionarios consideran que si al satisfacer a sus clientes y el 40% restante considera que ha sido por las estrategias del emprendedor. Estas mismas proporciones consideran que la relación con el emprendedor creador de empresa es agradable y respetuosa en 60% y de buena comunicación en un 40%. La totalidad de los funcionarios reconocen que se han lanzado más de dos productos en los últimos cinco años.

Todos los funcionarios consideran que la empresa es líder en el mercado. Omar Morales respeta a sus empleados, comprometiéndolos con el mejoramiento de su entorno, para Weber (1977), el emprendedor lo caracteriza la disposición que muestra para crear un proyecto que estimule el crecimiento de la sociedad, respetando los recursos que la componen y forjando un desarrollo sostenible que lo hace trascender en el tiempo.

El 60% de los funcionarios creen que el emprendedor creó su empresa para ser líder en el mercado y el 40% restante considera que lo hizo para crecer profesionalmente. En las mismas proporciones consideran que el emprendedor es exigente, respetuoso y compromete con el 60% y actúa de acuerdo con su estado de ánimo con el 40% al tratar su personal. Adicionalmente el 60% de los funcionarios encuestados considera que el emprendedor es apresurado y es el único defecto que tiene y no consideran necesario que cambie alguna característica en su modo de actuar.

Tabla 10 Comparativo entre el emprendedor y los enfoques.

ENFOQUE - EMPRESA	AMIGO COMUNICAC.	FAMBAME	EDHRA LTDA.	BORDA2 SPEED LTDA
ENFOQUE ADMINISTRATIVO				
- Estrategia	✓		✓	✓
- Análisis de riesgo	✓			✓
- Gestión	✓		✓	✓
- Identificación de ventajas	✓		✓	
-Mente innovadora	✓	✓	✓	✓
ENFOQUE ECONÓMICO				
- Introduce nuevos bienes y/o servicios	✓	✓		
- Creación de empresa	✓	✓	✓	✓
- Oportunidad en el mercado	✓	✓	✓	✓
-Equilibrio costo-beneficio	✓			✓
ENFOQUE SOCIOLÓGICO				
-Motivo fundamentado para crear empresa	✓			✓
-Buen proceder y beneficio a la sociedad		✓	✓	
-Tolerancia para conseguir un objetivo	✓	✓		✓
-Beneficio social al crear empresa		✓	✓	
-Buena relación social, comunicación.			✓	✓
ENFOQUE SICOLOGICO				
-La necesidad del logro.	✓	✓	✓	✓
-La necesidad de afiliación.		✓	✓	✓
-La necesidad de poder.	✓	✓	✓	✓
-La necesidad de incorporación.				
-La necesidad de seguridad.		✓		✓

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores de los enfoques.

Al realizar el análisis de las encuestas y las entrevistas realizadas en las diferentes empresas, se define la caracterización dada en la tabla No. 10 de los emprendedores creadores de empresa de los estudios de caso objeto de este proyecto de acuerdo con cada enfoque y de acuerdo con la teoría de los autores.

Por lo tanto desde el enfoque administrativo David Duque, creador de Amigo Comunicaciones, cuenta con todas las motivaciones, es decir, que es estratégico, analiza el riesgo antes de entrar a crear una empresa y por lo tanto antes de todo identifica sus ventajas, tiene claro el seguimiento que debe tener en cada una de sus actividades, adicionalmente tienen una mente innovadora capaz de identificar las oportunidades y los cambios del mercado en el cual se desempeñan sus

empresas. Lo mismo ocurre en el enfoque económico David es una persona que tiene todas las características dadas. Mientras que desde el enfoque sociológico tiene entre sus motivaciones Crear empresa y la tolerancia para crear empresa y desde el enfoque psicológico el busca satisfacer la necesidad del logro y del poder de acuerdo con las encuestas.

Por su parte Javier Barros creador de Fambame se caracteriza principalmente por tener una mente innovadora, desde el enfoque administrativo. Mientras que se caracteriza por introducir nuevos servicios al mercado, crea empresa y busca las oportunidades en el mercado, todo esto analizado desde el enfoque económico. Para Javier es primordial el buen proceder y beneficio a la sociedad, la Tolerancia para conseguir un objetivo y el Beneficio social al crear empresa, todo esto visto desde el enfoque sociológico. Por último desde el enfoque psicológico este emprendedor busca satisfacer la necesidad del logro, de afiliación, del poder y la seguridad.

Al analizar al creador de Edhra Ltda. Javier Rivera, se caracteriza por analizar el riesgo antes de tomar sus decisiones, identificando las ventajas y la gestión que le permite evaluar sus actividades, todo esto es resultado de su mente innovadora, todo esto visto desde el enfoque administrativo. Mientras que desde el enfoque económico Javier se motiva por la creación de empresa y la búsqueda de oportunidades en el mercado. En el enfoque sociológico busca tener un Buen proceder y beneficiar a la sociedad para así lograr un beneficio social al crear su empresa para obtener entre otras ventajas como buenas relaciones sociales y comunicación.

Desde el enfoque psicológico la necesidad del logro, la necesidad de afiliación y la necesidad del poder para Javier son las principales motivaciones para crear empresa.

Para Omar Morales emprendedor creador de Borda2 Speed Ltda. las principales motivaciones y características del emprendedor para crear sus empresas son: desde el enfoque administrativo es ser estratégico, analizar el riesgo, realizar gestión en todos sus procesos administrativos y tener una mente innovadora. Desde el enfoque económico para Javier es importante la creación de empresa, ver las oportunidades del mercado, e identificar el equilibrio costo-beneficio en las actividades que le permitieron crear y mantener su empresa activa en el mercado. Desde el enfoque sociológico se motiva en la fundamentación para crear empresa, la tolerancia para conseguir un objetivo y la buena relación social y comunicación. Y desde el enfoque psicológico este emprendedor busca satisfacer la necesidad del logro, de afiliación, del poder y la seguridad.

Tabla 11 Cualidades, Competencias y Perfil del Emprendedor

CUALIDADES DEL EMPRENDEDOR			
PETER DRUCKER	DAVID MCCLELLAND	JOSEPH SCHUMPETER	MAXIMILIAM WEBER
Innovador	La perseverancia	Asumir riesgos	Sociable
Positivo	Iniciativa	Capacidad de transformar	Conocer la Cultura
Compromiso	Arriesgado	Autoestima	Compromiso con la sociedad
Explotar Oportunidades	Cumplido	Responsable	Honestidad
Actuar ante lo inesperado	Persuasivo	Visualiza metas	Respeto por el medio ambiente
Comprender los cambios demográficos	Autoconfianza		Respeto por la vida
Optimizar recursos	Reconocimiento		
Ganas de aprender			
COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR			
Dirigir	Sociabilidad	Toma de decisiones	Tiene en cuenta la acción social para desarrollar sus ideas.
Coordinar	Conocimientos	Administrar dinero	Generar bienes o servicios en peo de la sociedad.
Sistematizar	Habilidades	Oportunidades en el mercado	La prelación del interés social por encima del particular.
PERFIL DEL EMPRENDEDOR			
Personalidad visionaria	Motivación	Orientación a la utilidad	Solidaridad Social
Autonomía	Satisfacción de Necesidades	Capacidad de Capitalizar	Aceptación de Autoridad
Enfrentan el miedo	Espíritu Emprendedor		Importancia de la familia
			Comprender las tradiciones

Fuente: elaboración propia a partir de los autores de los enfoques.

12 Discusión

Para Schumpeter la verdadera innovación se da cuando los empresarios y los consejos administrativos, modifican el orden de las cosas, con el ánimo, desde luego, de aumentar sus utilidades, por lo tanto cambian rutinas lo que a su vez genera la creación de nuevas empresas e instituciones. Se sugiere que en otra investigación se aborde el tema de la innovación a fondo para validar si los empresarios tienen dicha característica dado que no se demuestra en los estudios de caso de Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda.

Adicionalmente se sugiere investigar a futuro lo que Weber (1942) propone: el estudio de la ética protestante posibilita comprender la radical importancia que el “modo metódico de vida” tuvo para el nacimiento del capitalismo moderno. La ética protestante satisface las condiciones necesarias para el nacimiento de una base motivacional de la acción racional con arreglo a fines Habermas (1981). Dado que no se corroboraron estas teorías en este trabajo.

Y por su parte Drucker (1984) sustenta que la economía de los productos primarios se ha disociado de la economía industrial, en la economía industrial misma, la producción se ha disociado del empleo, el motor y la fuerza de la economía mundial, ya no están constituidos por el comercio de bienes y servicios sino por los movimientos de capital. En el trabajo no se tenía como objetivo analizar los sectores primarios razón por la cual no se comprueba esta teoría.

Se recomienda para la realización de nuevos trabajos:

- ❖ Las estrategias que contemplan los emprendedores para permanecer en el tiempo.
- ❖ Las ventajas y desventajas, que presentan los emprendedores al liquidar una empresa.
- ❖ Los riesgos que presentan los emprendedores de la actualidad con respecto a los tratados de libre comercio, quiénes se benefician y quiénes no.
- ❖ Que impacto tiene el comercio informal en las nuevas empresas.
- ❖ Como deben ser las relaciones con el personal que se tiene a cargo.

Los estudio de caso de las empresas: Amigo Comunicaciones, Fambame, Edhra Ltda. y Borda2 Speed Ltda., proporcionan información acerca de creación de empresas, el desarrollo de la idea y sus motivaciones. Falto profundizar en las estrategias que día a día generan estas empresas para ser rentables.

Se identificó que en el marco teórico el sociólogo Weber, relaciona la religión con la sociología, sin embargo este estudio de caso no comprueba dicha teoría.

13 CONCLUSIONES

- a. Se definió el marco teórico de emprendimiento y creación de empresa desde los enfoques Económico, Sociológico, Psicológico y Administrativo, lo cual permitió identificar cuáles son las principales características que motivan a los emprendedores creadores de empresas, analizados desde los enfoques y las teorías de los autores. Se determinó que los emprendedores buscan satisfacer sus necesidades de logro, poder y necesidad de seguridad, de acuerdo con las teorías descritas en el enfoque psicológico, además se identificó que el emprendedor utiliza herramientas o recursos tales como la creación de estrategias, el análisis de riesgo, la proactividad, la gestión, la innovación, la identificación de las ventajas y su mente innovadora, como se justifica en el enfoque administrativo, adicionalmente se identifica que los emprendedores tienen entre sus capacidades la estructuración de las organizaciones, su coordinación, el trabajo en equipo, la toma de decisiones y la búsqueda constante de oportunidades de negocio.

El emprendimiento, como lo define el equipo de trabajo, es un arte que le permite al emprendedor crear empresa, ver el escenario o mercado donde se desarrolla, como lo describen los autores del enfoque económico. Al emprendedor lo caracteriza la disposición que muestra para crear un proyecto que estimule el crecimiento de la sociedad, respetando los recursos que la componen y forjando un desarrollo sostenible que lo hace trascender en el tiempo, identifica la importancia de las relaciones interpersonales, el emprendedor se caracteriza, de acuerdo con los estudios de caso, por ser tolerante a la hora de conseguir un objetivo. Como lo refieren el enfoque sociológico. El emprendedor es visionario, al ser empleado de una compañía puede ver la oportunidad de crear una empresa con la cual pueda proveer servicios que complementarían los productos distribuidos por la empresa contratante.

Los emprendedores son organizados y planificadores, para ellos las relaciones sociales son muy importantes y confirman que la tolerancia es la base para conseguirlas, gracias a estas relaciones han conseguido más clientes y en otros casos los colaboradores de las empresas se sienten motivados por el buen trato de sus gerentes, también la experiencia del emprendedor es de gran importancia ya que define errores del pasado para no repetirlos en el futuro,

Cuando el emprendedor establece una buena relación social, le da más categoría al desarrollo de sus ideas y credibilidad, por ello debe demostrarle a un grupo de personas la viabilidad de su proyecto y lograr el

desarrollo del mismo.

En algunos casos las ideas absurdas son el punto de partida del emprendedor, sin embargo se convierte en una oportunidad, para crear una empresa innovadora, ya que el emprendedor busca el cambio, responde ante él y le saca lo que más le sirva para su idea de empresa, percibiendo oportunidades que otras personas no ven.

El administrador por lo general toma decisiones cotidianas y repetitivas, el empresario innovador busca poner en marcha nuevas combinaciones de factores productivos, para ello debe tener en cuenta, la creación de nuevos bienes o servicios de calidad, mejoramiento en la producción, conocer nuevos mercados, tener buenas fuentes de materia prima y por ultimo establecer una nueva organización.

- b. Al realizar el análisis de cada una de las empresas objeto de esta investigación se determinó que las principales motivaciones para que un emprendedor cree su empresa son:

Realizar tareas difíciles y desafiantes de alto nivel para satisfacer su necesidad de logro, buscar buenas relaciones interpersonales para desarrollar una buena interacción con sus clientes con el fin de satisfacer su necesidad de afiliación o estar a cargo y tener altos niveles de responsabilidad ya sea a nivel personal o institucional para satisfacer la necesidad de poder.

Todo emprendedor debe reconocer la importancia de cultivar un proyecto, de manejar unas perspectivas a largo plazo, de poseer el conocimiento de las teorías empresariales modernas, para así generar un crecimiento en el negocio y así mismo desarrollar crecimiento económico.

Por su parte el emprendedor debe tener conocimiento acerca de las necesidades de las personas que lo rodean e identificar la demanda de las mismas, desarrollando bienes o servicios que suplan dichas necesidades.

Desde el punto de vista del enfoque psicológico el emprendedor es aquella persona que se motiva para crear empresa a través de la

satisfacción de sus necesidades, ya que el ser humano tiene como obligación en su interior buscar herramientas para sobrevivir y ser reconocido en la sociedad, por lo tanto esta investigación define al emprendedor, como la persona que tiene una necesidad, por ejemplo: desarrollarse profesionalmente, ayudar a la sociedad, o simplemente satisfacer sus expectativas económicas, entre otras; esa necesidad impulsa a esa persona con características especiales como liderazgo, creatividad, valores y entusiasmo, a que de una u otra manera le permita lograr su objetivo, un emprendedor no es necesariamente el gerente reconocido de una empresa, un emprendedor es aquel que a pesar de los inconvenientes que se le puedan presentar hace realidad su idea. El emprendedor de manera natural tiene la capacidad de análisis de la realidad del entorno y de sus necesidades, siendo pragmáticos al tomar sus decisiones, en algunos casos miden la realidad antes de arriesgarse en otros sencillamente actúan.

- c. Se identificaron los recursos con los cuales se iniciaron las empresas, la puesta en marcha de la empresa, donde se decide iniciar la actividad empresarial y pasar de la idea al proceso, teniendo en cuenta las etapas del proceso emprendedor que culmina en creación de empresa, la primera denominada: Gestación del proyecto, es donde se adquiere la motivación y las competencias para el empresario, cual es su influencia social y donde adquiere sus motivaciones y competencias, se identifica la oportunidad de negocio y se realiza la planeación para llevarlo a cabo, la segunda: Puesta en marcha de la empresa, donde se toma la decisión de iniciar la actividad empresarial, estableciendo la idea de negocio y adquiriendo los recursos financieros y no financieros para la apertura del negocio y por último: Desarrollo inicial de la empresa, analizando los factores de oferta y demanda para ingresar al mercado y la gestión de la empresa durante los primeros años, teniendo en cuenta los problemas que enfrenta y como los soluciona para su crecimiento.

La motivación principal de Javier Andrés Rivera Gómez, emprendedor de Edhra Ltda., es garantizarle un futuro próspero a su familia, esto lo ha llevado a crear dos empresas: Cargatrans, liquidada a finales de 2007 y Edhra Ltda., constituida a principios de 2008, buscando mejorar su economía, como lo indica el análisis a la encuesta realizada, ya que el 50% de los colaboradores perciben que el emprendedor al crear la empresa buscaba mejorar sus ingresos, al igual Javier Barros emprendedor de Fambame, ya que el 80% de los colaboradores perciben que el emprendedor, creó su empresa para mejorar sus ingresos. por otro lado Omar Adrián Morales Jiménez, emprendedor de

Borda2 Speed, está motivado por la necesidad de autorrealización, ya que el 80% de los funcionarios confirman su preparación profesional, al igual que David Duque, emprendedor de Amigo Comunicaciones, debido a que el 60% de sus colaboradores opinan que creó la empresa para ser dueño, lo que demuestra la necesidad constante de alcanzar metas.

En el caso de los emprendedores de la muestra se encontró que los aspectos que permitieron hacer realidad la idea de negocio. Entre ellos se encontró que el emprendedor busca ser dueño de empresa, satisfacer sus necesidades económicas, adicionalmente se proyecta como líder en el mercado y a su vez crecer profesionalmente para mantener su empresa actualizada y competitiva.

Se identificaron los recursos con los cuales se iniciaron las empresas, Una de las claves para llegar al éxito podría ser la educación, ya que el conocimiento cultiva mejores ideas para desarrollar en un mercado cambiante y exigente, por consiguiente un país subdesarrollado como Colombia debe enfocar su atención en generar verdaderas fuentes de conocimiento, incentivar la educación por medio de recursos que beneficien en especial los estratos medios y bajos, sumado a esto la educación todavía no es gratuita, siendo este uno de los principales obstáculos para emprender, por lo tanto las motivaciones de algunos emprendedores han permitido que sin esa educación creen empresa empíricamente y con la ayuda de la imaginación puedan llevar a cabo ideas que en realidad se conviertan en proyectos y a su vez beneficien a la sociedad en general.

- d. Las condiciones en las cuales se crearon las empresas de la muestra: Amigo comunicaciones, Borda2 Speed, Fambame y Edhra Ltda., crean sus empresas sin recursos, donde inicialmente su idea es un sueño que materializan con la solicitud de préstamos en entidades bancarias en la mayoría de los casos, otros ya cuentan con un capital de anteriores negocios y consideran una inversión la creación de empresa. Se identificó además que se necesita un capital representativo a la hora de crear empresa, como se ve en las empresas analizadas.

Las condiciones de la estructura empresarial de Bogotá, destaca que predominan las microempresas y las pymes, las cuales representan cerca del 99% de las empresas de la ciudad, un número importante de estas empresas realizan sus actividades en condiciones de informalidad, con grandes costos y obstáculos para la sostenibilidad y crecimiento de las mismas.

La alta participación del Comercio y los servicios, frente a la baja participación de la industria, es debido al fuerte impacto que han tenido los textiles y el calzado, frente a la fuerte competencia de países como China, donde su mano de obra es tan baja que permite vender más barato, también se debe tener en cuenta que en el 2008, algunos de los problemas con Venezuela, generaron estancamiento en la exportación de químicos industriales, papeles, electrodomésticos, productos alimenticios, medicamentos, licores, aceites, aparatos de telecomunicación, de cómputo y partes, al vecino país, lo que produce menos participación de la *mipyme* en el sector industrial.

Según Gámez (2008):

“Al cerrar el año 2006 se contaron 1.591.043 empresas en el sector formal (DANE) con tasas de mortalidad cercanas al 20% en Bogotá (Cámara de Comercio), y un número incierto en el sector informal que no forma parte de gremios ni asociaciones, y carece de capital humano bien cualificado”

Estas cifras demuestran que aún sigue faltando el componente clave para que las leyes sean para el beneficio de todos los niveles existentes en la sociedad colombiana. El gobierno Distrital, la Cámara de Comercio y ACOPI, son algunos de los principales entes que buscan apoyar al micro, pequeño y mediano empresario, que para la economía Bogotá son parte importante del desarrollo de la misma, tanto así que Bogotá durante el último año se ubica en el octavo puesto en América latina cuando en el 2007 estaba en el puesto once, según la revista América Economía Intelligence y el informe del Ministro de Comercio, Industria y Turismo el doctor Luis Guillermo Plata Páez, gracias a estas estrategias y a las mismas necesidades empresariales en La Salle hay unidad de emprendimiento y ha logrado pasar cuatro proyectos al fondo emprender, este es un buen punto de partida, para los emprendedores que actualmente se están formando.

En Colombia por cada diez mujeres que están creando empresa hay diez y seis hombres en la misma circunstancia, las mujeres mantienen una tendencia de crecimiento en su participación en la tasa de actividad emprendedora, con un 17.3% en 2006, 18.8% en 2007 y 19.1% en 2008 como se registra en el Informe GEM Colombia (2008,p.23), la mujer tiene una participación muy activa en el desarrollo cultural colombiano, esto puede consolidarse como una de las bases más sólidas de cambio organizacional que se ha manejado a través de los años, aunque los emprendedores de la muestra del estudio de caso, son hombres, pero identifican a la mujer como persona activa en la creación de empresa.

14 RECOMENDACIONES

Se recomienda en futuras investigaciones analizar la evolución de las empresas objeto de este estudio de caso, para determinar cómo se han mantenido en el mercado, si son productivas, si necesitaron nuevos inversionistas, si con el tiempo son o se mantienen siendo líderes en el mercado, como se consolidan en su estructura administrativa, si tienen procesos de gestión de calidad, entre otros temas administrativos propios de una empresa. Consolidar una base de datos donde se registren los emprendedores creadores de empresas de la Universidad de La Salle con el fin de tener más información y un registro fidedigno. Analizar la posibilidad de incluir el emprendimiento y la creación de empresas en las cátedras de los diferentes programas de la Universidad de La Salle. Realizar más investigaciones con muestras más grandes, que permitan determinar las principales características de las empresas creadas por los emprendedores lasallistas, como la estructura administrativa, financiera, la eficiencia y calidad, todos aquellos aspectos que hacen que cada empresa sea única.

BIBLIOGRAFÍA

Andalaft Chacur Alejandro, Álvarez Uslar Cécil y Concha Astudillo Alejandro (2004). *Aportes de la Escuela de Pensamiento Basada en el Emprendimiento y Desafíos en el Desarrollo de un Proyecto Universitario para el Fortalecimiento de Competencias Emprendedoras*. Universidad de Concepción. (Chile). Capítulo 28 Página 456.

Berumen, Sergio A. (2007). *“El Legado Schumpeter a la Administración de empresas”*. Edición digital a texto completo consultada junio 14 de 2009. p1.

Castillo Alicia (1999) *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. FirstPublicInc Chile S.A., Chile, 21p.

Drucker Peter F., (1986) *Una nueva dimensión de la administración*. Editorial Norma; Bogotá. D.C., 19p

Furio Blasco E. (2005). *Los lenguajes de la Economía*. Edición digital a texto completo consultada enero 19 de 2009, disponible en www.eumed.net/libros/2005/efb/

Engler Bárbara (1996) *Teorías de la Personalidad*. 4ª edición, McGrawHill.

EstupiñánTiuso María Paula y Vacca Ovalle Astrid Carolina (2008). *Proyecto de Grado: “Clasificación y Caracterización de las Empresas de Familia de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de la Salle”*. Bogotá, Colombia.110p.

Gámez Jorge (2007). *Perfil de los jóvenes emprendedores y la creación de empresa, Avances del proceso investigativo*. Bogotá. 16p.

Gámez Jorge (2008). *Emprendedores Hacia una definición y caracterización*. Bogotá. 5p.

Hernández Sampieri Carlos (2006). *Metodología de la Investigación*. 4ª edición, McGrawHill, México. Pág, 8.

Kantis, Hugo, Angelelli, Pablo López-Ibor, Juan José, ORTIZ ALONSO Tomás, LÓPEZ-IBOR Alcocer María Inés. *Lecciones de Psicología Médica*. Barcelona (España) 1999. Masson. S.A

Medina Echavarría, José. Traducción de *Economía y sociedad esbozo de sociología comprensiva Max Weber*; edición preparada por Johannes Winckelmann.

McClelland David y Winter David (1970), *Como se Motiva el Éxito Económico*. Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana, México.

Méndez A Carlos (2001), *Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Bogotá. McGraw Hill. 136-137p

Reynolds, Bosma, Autio et al. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998-2003*, p. 209. *Small Business Economics* 24 (3): 205-231p.

Schumpeter, Joseph A. (1950) *Historia del análisis económico*, 99p

Weber, Maximilian. "Economía y sociedad". Fondo de cultura económica. México, 1977.

Stoner, James a. F.; Freeman, R. Edward y GILBERT, Daniel R. *Administración*. Sexta Edición. Editorial Person. México, 1996. Pág. 173

Artículos de Revistas

ADN 2009 *Incentivos para la Formalidad*. Artículo publicado el 21 de diciembre de 2009 p.8.

Cámara de Comercio de Bogotá (2008). *Folleto Observatorio del Emprendimiento de Bogotá - Entorno para el Emprendimiento en Bogotá y la Región 2007-2008*– Bogotá.

Gestión & Sociedad (2009). Universidad de la Salle – Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.

Internet

_____ (2008) Estadísticas del desempleo en Colombia. Recuperada el 10 de octubre de 2008. Disponible en:
www.elpais.com.co/paionline/notas/Marzo312008/desempleocol.html.

_____ www.lasalle.edu.co/informaciongeneral.htm consultada el 2 de octubre de 2008.

_____ <http://unisalle.lasalle.edu.co/index.php/content/view/85/286/>

consultada 2 de octubre de 2008.

_____ Concepto de Schumpeter 2009 consultada el 22 de octubre de 2008. Disponible en:

www.cdeubb.cl/dhe/descargas/Desarrollo%20del%20Esp%EDritu%20Emprendedor,.

_____ www.12manage.com/methods_McClelland_theory_of_needs_es.html consultada el 29 de enero de 2009.

_____ <http://carlosalbornoz.com/2008/05/22/emprendimiento-cultura-y-educacion/>. Pagina consultada el 23 de febrero de 2009.

_____ <http://unisalle.lasalle.edu.co/index.php/content/view/86/286/> - Consulta realizada el 27 de febrero de 2009.

_____ (2002). *La ética de la competencia*. *Revista de Economía Institucional*, 4 (7), 132-164. Recuperado el 18 de septiembre de 2009, disponible en www.economiainstitutional.com/pdf/No7/tnight7.pdf

_____ <http://unisalle.lasalle.edu.co/index.php/content/view/85/286/> - Consulta realizada el 22 de octubre de 2009.

_____ www.dane.gov.co/index.php?searchword=desempleo&option=com_search&Itemid=. Pagina consultada el 22 de agosto de 2009.

_____ 2009 *Doing Business 2009: Colombia se constituye en uno de los líderes globales en reformas normativas destinadas a mejorar el clima de negocios*. P.2 consultada 3 de noviembre 23 de 2009 www.proexport.org/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10085DocumentNo7894.PDF

_____ 2009 www.gemcolombia.org/noticias.htm Pagina 4. Noticias consultado 18 de noviembre de 2009.

_____ 2009 www.gemcolombia.org/doc/GEM-Colombia08.pdf. consultado 18 de noviembre de 2009.

_____ www.ciad.mx/desarrollo/publicaciones/PUBLICACIONES/Produccion%20Academica/Articulos/2009/153.pdf. Consultada el 8 de febrero de 2010.

_____ [http:// McClellandrrhh.blogspot.com/](http://McClellandrrhh.blogspot.com/)(biografía de McClelland)
consultada el 8 de febrero de 2010.

_____ www.biografiasyvidas.com/biografia/s/schumpeter.htm (biografía
schumpeter) consultada el 8 de febrero de 2010.

_____ www.biografiasyvidas.com/biografia/w/weber_max.htm(biografía
Weber) consultada el 8 de febrero de 2010.

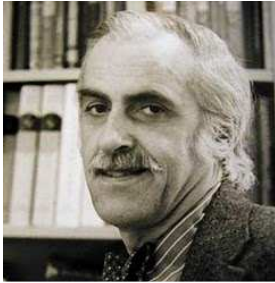
_____ Bibliografía de Maximilian Weber: <http://www.alcoberro.info/V1/web>
er.htm. Recuperado el 8 de febrero de 2010

_____ Informe Final Autoevaluación Institucional Universidad de la Salle,
<http://atenea.lasalle.edu.co/eventos/avisosad/pdf/LAUNIVERSIDADDELASALLE.pdf>
consultada el 3 de mayo de 2010.

ANEXOS

Anexo No. 1 Biografía de los Autores

DAVID MCCLELLAND



Fuente: www.visualstatistics.net
consultado agosto 21 de 2010

McClelland nació el 20 de mayo de 1917 en Mt. Vernon, Nueva York. Él recibió su grado B.A. en 1938 de la Universidad Wesleyan y su M.A. en 1939 de la Universidad de Missouri. Fue recibido de Doctor en Filosofía en psicología experimental de Universidad Yale en 1941. Él enseñó en el Colegio del Connecticut, para Mujeres en Londres, y la Universidad Wesleyan antes de que lo aceptaran en Harvard en 1956. Después de 30 años en Harvard, se trasladó a la Universidad de Boston en 1987, donde era un Profesor de Investigación Distinguido de Psicología hasta su muerte en marzo de 1998 a la edad de 80 años. Aunque McClelland sea el más conocido por su investigación sobre la motivación de logro, sus intereses de investigación recorriendo de la personalidad al conocimiento. Con John Atkinson, él desarrolló el sistema de anotar para la Prueba de percepción Temática que fue usada en la investigación de motivación de logro. Más tarde, él se hizo interesado en la relación entre la motivación de logro y el desarrollo económico. Antes de su muerte, condujo la investigación sobre influencias fisiológicas sobre la motivación de logro. McClelland recibió numerosos premios por su investigación, incluyendo el Premio de Asociación americano Psicológico para la Contribución Científica Distinguida en 1987. Sus publicaciones incluyen el Alcanzar de la Sociedad (1961), las Raíces de Conocimiento (1964), el Poder: la Experiencia Interior (1975), y el Motivo de Logro (1953, con Atkinson, Clark, y Lowell).

PETER F. DRUCKER

Drucker nació en 1909 en Austria, después de trabajar como periodista en Londres se trasladó a EE.UU. en 1937 y publicó Concept of the Corporation en 1946, desde entonces sus obras, más de 30 han aparecido regularmente (tiene más de 30) A lo largo de su vida ha acuñado frases como privatización y trabajador del conocimiento y ha defendido conceptos como la administración por objetivos. Ha sido profesor durante tres décadas desde 1971 en la escuela para graduados de Claremont, California.



Fuente: www.churchleadergazette.com
consultado agosto 21 de 2010.

Ningún otro autor ha contribuido tanto a la profesionalización de la gestión, su

compromiso con la disciplina de la gestión arranca de su pleno convencimiento de que las organizaciones industriales iban a ser las organizaciones sociales más importantes del mundo y que se mantendrían como tales; más influyentes, más absorbentes y frecuentemente más entrometidas que la iglesia o el estado. Une lo teórico con lo práctico, lo analítico con lo emotivo, lo privado y lo social con más perfección que cualquier otro escritor de temas de gestión.

Uno de los párrafos más célebres de toda su producción bibliográfica se encuentra en THE PRACTICE OF MANAGEMENT: "solamente hay una definición válida de la finalidad de la empresa: crear un cliente. Los mercados no los crea Dios, la naturaleza o las fuerzas económicas, sino los hombres de negocios.

La carencia que satisfacen incluso la puede haber sentido el cliente antes de que se le ofrecieran los medios para satisfacerla. De hecho puede haber dominado la vida del cliente y llenado todos sus momentos de vigilia. Pero antes se trataba de una carencia teórica; solamente cuando la acción de los hombres de negocios la convierten en una demanda efectiva hay un cliente, un mercado".

Los libros más importantes de Drucker, aunque todos son importantes son: The future of the industrial man; Concept of the corporation; The practice of management; The age of discontinuity; Innovation and entrepreneurship; Adventures of a bystander; The effective executive; Managing for results; Management challenges for the 21st century; Managing oneself and others.

JOSEPH A. SCHUMPETER



Schumpeter nació en Trest, Moravia, 1883-Salisbury, Connecticut, 1950. Economista y sociólogo austríaco. Inició su formación superior en Viena, en donde fue discípulo de los principales representantes de la escuela austríaca, F. von Wieser y Von Böhm-Bawerk. En 1907 continuó sus estudios en Gran Bretaña. Ministro de Hacienda austríaco (1919), se dedicó principalmente a la enseñanza, siendo profesor en Bonn y Harvard. En 1932 se instaló definitivamente en EE UU.

Fuente: www.oasis.lib.harvard.edu
consultado agosto 21 de 2010

Su obra es una de las más vastas que se han producido en el siglo XX, con gran influencia en el pensamiento económico y las ciencias sociales en su conjunto. Destacó la influencia de los empresarios, la creación del crédito y la técnica en el desarrollo económico, además de polemizar con el socialismo. Uno de los conceptos introducidos por Schumpeter que más influencia ha tenido es el de innovación. Según él, existe un estado de no crecimiento, el «circuito» económico, y un estado de crecimiento, la «evolución». El paso del «circuito» a la «evolución» se efectúa por medio de las innovaciones, que constituyen el motor del crecimiento.

Es autor, entre otros trabajos, de *Teoría de la evolución económica* (1912), *Ciclos económicos* (1939), *Capitalismo, socialismo y democracia* (1942), *Historia del análisis económico* (1954) y el ensayo *Diez grandes economistas: de Marx a Keynes* (1951).

MAX WEBER

Sociólogo alemán (Erfurt, Prusia, 1864 - Múnich, Baviera, 1920). Max Weber era hijo de un jurista y político destacado del Partido Liberal Nacional en la época de Bismarck. Estudió en las universidades de Heidelberg, Berlín y Gotinga, interesándose especialmente por el Derecho, la Historia y la Economía.



Fuente: tomado de www.biografiasyvidas.com
consultado agosto 21 de 2010

Las primeras investigaciones de Max Weber versaron sobre temas económicos, algunas de ellas realizadas por cuenta de los intelectuales reformistas conocidos como «socialistas de cátedra». Desde 1893 fue catedrático en varias universidades alemanas, fundamentalmente en Heidelberg, salvo los años 1898-1906 en que, aquejado de fuertes depresiones, dejó la enseñanza para dedicarse a viajar y a investigar.

En 1909 fundó la Asociación Sociológica Alemana. Fue un gran renovador de las ciencias sociales en varios aspectos, incluyendo la metodología: a diferencia de los precursores de la sociología, Weber comprendió que el método de estas disciplinas no podía ser una mera imitación de los empleados por las ciencias físicas y naturales, dado que en los asuntos sociales intervienen individuos con conciencia, voluntad e intenciones que es preciso comprender. Propuso el método de los *tipos ideales*, categorías subjetivas que describen la intencionalidad de los agentes sociales mediante casos extremos, puros y exentos de ambigüedad, aunque tales casos no se hayan dado nunca en la realidad; Weber puso así los fundamentos del método de trabajo de la sociología moderna -y de todas las ciencias sociales-, a base de construir modelos teóricos que centren el análisis y la discusión sobre conceptos rigurosos. El primer fruto de la aplicación de este método fue la obra de Weber sobre *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (1905); trabajando sobre los tipos ideales del «burgués», la «ética protestante» y el «capitalismo industrial», estudió la moral que proponían algunas sectas calvinistas de los siglos XVI y XVII para mostrar que la reforma protestante habría creado en algunos países occidentales una cultura social más favorable al desarrollo económico capitalista que la predominante en los países católicos.

Anexo No. 2 Formato de Encuesta a los Funcionarios

Encuesta de emprendimiento a los funcionarios Estudio de Caso: emprendedor creador de empresa.

Datos del funcionario			
Nombres y apellidos			
Lugar de nacimiento		Edad	
Estado civil		Sexo	
Cargo que desempeña/área:		Fecha de la encuesta:	

Agradecemos responda las siguientes preguntas en la Hoja de respuestas adjunta:

Emprendedor

- ¿Hace cuánto trabaja en esta empresa?
- ¿Qué cualidades tiene el emprendedor creador de esta empresa?
- ¿Cuáles comportamientos considera que no debería tener de creador de esta empresa?
- ¿Qué características personales identifican al emprendedor que creó la empresa?
- ¿Sabe usted que estudios profesionales tiene este emprendedor?
- ¿Sabe si el emprendedor ha creado más empresas?
- ¿Está satisfecho con su remuneración salarial?
 SI NO
- ¿Cree que la empresa ha innovado con sus productos?
 SI NO
- ¿Por qué?
Explique su relación con el emprendedor que creó esta empresa:
- ¿Cuántos productos nuevos se han lanzado al mercado en los últimos cinco años?

0-2 más de 2

- ¿Considera que es una empresa líder en el mercado?

SI NO

- ¿Cuál fue el principal objetivo del emprendedor al crear su empresa, de acuerdo con su experiencia laboral?

- El emprendedor que creó la empresa como es al tratar al personal:

- Amable, cordial, afable.
 Exigente, Respetuoso, compromete.
 Fuerte, Ordena sin consultar, es avaro.
 Actúa de acuerdo con su estado de ánimo.
 Ambicioso, egoísta y agresivo.

- ¿Cuáles defectos ha identificado en él durante el tiempo que ha laborado en esta empresa?

- ¿Qué le sugeriría cambiar en su modo de actuar?

Observaciones: _____

Anexo No. 3 Formato de encuesta a los funcionarios

Entrevista al emprendedor creador de la empresa

Estudio de caso: emprendedor creador de empresa.

Datos del emprendedor			
Nombres y apellidos:			
Lugar de nacimiento:		Edad :	
Estado civil:		Sexo:	
Lugar que ocupa en la familia:		Fecha de la encuesta:	

Emprendedor

1. ¿En qué año creó su empresa?
 - a. ¿Pensó que duraría tanto?
2. ¿De dónde salió la idea para darle el nombre a su empresa?
3. ¿Cuál es la idea de negocio?
4. ¿Cuáles fueron las oportunidades que tuvo para crear la empresa?
5. ¿Qué necesidades descubrió para poder lograrlo?
6. ¿Tuvo el apoyo de otras personas para crear su empresa?
 - a. ¿Su familia estuvo ahí?
7. ¿Cuáles son sus defectos?
8. ¿Considera que para crear empresa, descuidó su familia al no dedicarle el tiempo suficiente?
9. ¿Con cuánto capital emprendió su empresa?
 - a. ¿Cómo logro ese capital?
10. ¿Ha creado más empresas, cuáles?
11. ¿Usted es creativo?
12. ¿El emprendedor es Innovador?
13. ¿Cuáles valores son importantes?

Empresa

14. ¿Cree que ha innovado con sus servicios?
15. ¿Su relación con el personal que tiene a cargo, es satisfactoria? Explique.
16. ¿Cuántos servicios nuevos se han lanzado al mercado en los últimos 5 años?
17. ¿Considera que su empresa es líder y que tiene reconocimiento en el mercado?
18. ¿Buscó asesoría externa para crear su empresa?
19. ¿Cómo cree que sus empleados lo ven en este momento?
20. ¿A medida que pasa el tiempo, qué cambios ha tenido su empresa?

21. ¿Con cuántas personas empezó su negocio y qué características profesionales tenían?
22. ¿Cuál considera el mayor reto para que la empresa perdure?
23. ¿Cuáles considera son las principales razones para crear empresa en un país como Colombia?

Educación

24. ¿Cuál es su profesión?
25. Hable de su profesión y para qué le sirve.
26. ¿Considera necesario incluir el emprendimiento expresado en creación de empresa como tema académico?
27. ¿Considera que heredó las características de emprendedor?
 - a. ¿De quién?
28. ¿Cuál es su mayor fortaleza emprendedora?
29. ¿Fue necesario terminar sus programas académicos para crear su empresa?
30. ¿Conoce más compañeros egresados de su Universidad, que hayan creado empresa?
31. ¿Cómo ve a la mujer emprendedora en la actualidad?

Apoyos universidad

32. ¿Tuvo el apoyo de la universidad para emprender su idea?
33. ¿Lo aprendido en la universidad ha sido aplicado en la práctica?
34. ¿Buscó apoyo económico del estado para crear su empresa?
35. De acuerdo con el plan de estudio de su profesión ¿Qué le quitaría o que le agregaría como herramienta para crear empresa?
36. ¿Considera necesario seguir capacitándose? ¿En cuáles áreas?

Anexo No. 4 Encuesta emprendedor David Duque – Amigo Comunicaciones

Entrevista de Emprendimiento Estudio de Caso: Emprendedor creador de empresa.

Datos del emprendedor			
Nombres y apellidos:	David Duque Olaya		
Lugar de nacimiento:	LA DORADA CALDAS	Edad :	30 AÑOS
Estado civil:	SOLTERO	Sexo:	MASCULINO
Lugar que ocupa en la familia:	TERCER HIJO	Fecha de la encuesta:	14 DE JULIO DE 2010

Emprendedor

1. ¿Cuál es el nombre de la empresa que creo?

R/ta David Duque (DDO): Amigo Comunicaciones, y pertenece a un grupo que se llama Grupo Comercial Amigo.

2. ¿En qué año creó su empresa?

R/ta DDO: La empresa se creó en el año 1999 que principalmente fue de comunicaciones

a. ¿Pensó que duraría tanto?

R/ta DDO: Si, correcto. Me podía ir adaptando a los cambios del sector y de esa forma me he mantengo en el sector.

b. ¿A qué sector pertenece la empresa?

R/ta DDO: Al sector de comunicaciones, si correcto.

3. ¿De dónde salió la idea para darle el nombre a su empresa?

R/ta DDO: Inicialmente me apalanque mucho en el tema del nombre de Comcel y los productos que ellos manejaban, por eso desarrolle Amigo Comunicaciones, para ellos es muy imponente el tema de la palabra AMIGO, tarjeta AMIGO, el KIT AMIGO, si entonces, de ahí apalanque mucho mi imagen corporativa en relación con el sector y los operadores, como por ejemplo el color azul de Comcel, tu lo identificas muy fácilmente al verlo sabes que es un punto de Comcel, por esta razón en mi publicidad hay mucho color azul para identificar las marcas.

4. ¿Cuál es la idea de negocio?

R/ta DDO: Este, posicionarme en el sector de comunicaciones, en la medida que el negocio valla cambiando y el sector valla haciendo los cambios, para ir delante de estos cambios para liderar los servicios que se prestan en comunicaciones, que en su momento iniciamos con los centros de comunicaciones o cabinas telefónicas y fueron cambiando y yo me convertí en proveedor de servicios minutos para esas cabinas telefónicas.

5. ¿Cuáles fueron las oportunidades que tuvo para crear la empresa?

R/ta DDO: Cuando yo empecé con la compañía Comcel, yo trabaje solamente un mes con un distribuidor y en ese mes me fue muy bien y yo en lugar de pensar que en el siguiente mes me iba a ir mejor como piensan muchos empleados, pensé si yo me gané eso cuanto se ganó el distribuidor, me di cuenta que era muy interesante y con uno de mis primeros clientes hice mi primera sociedad, que se llama ACCESORIOS ESTRUCTURALES EL BOSQUE, que es un punto de distribución de Comcel ubicado en el edificio El Bosque ubicado en 134 con carrera 9 y ahí inició la oportunidad después de haber trabajado un mes en el medio ví la proyección de las comunicaciones en el medio luego en tres meses empecé con las cabinas telefónicas que también cuando empezó y luego también fue cambiando el mercado y entre en el sector de los proveedores de los minutos y luego fue cambiando y así mismo me iba acomodando.

6. ¿Qué necesidades descubrió para poder lograrlo?

R/ta DDO: Inicialmente con el punto de distribución de Comcel cuando yo trabajé que me fue muy bien identifiqué el tema de servicios y asesorías en edificios empresariales para vender planes ahí entonces eso fue lo principal, cuando creamos Accesorios Estructurales el Bosque era para vender planes corporativos, luego cuando me metí en el negocio de las cabinas acabe de empezar, realice un estudio de mercado para ubicarlas e identifiqué un punto en la Torre Colpatria dentro de un Casa Color arrende un espacio donde hay un buen flujo de personas por lo tanto vi esa ventaja para las cabinas telefónicas, y luego yo empecé a proveerme de minutos a través de terceros, y entonces identifique ahí otra oportunidad de negocio y entonces empecé a montar mi propio negocio de alquiler de minutos actividad principal que tenemos ahora.

7. ¿Tuvo el apoyo de otras personas para crear su empresa?

R/ta DDO: si, claro de terceros, familiares otros

empresarios, gente que me asesoro.

a. ¿Su familia estuvo ahí?

R/ta DDO: dos hermanos de los tres los mayores son empresarios entonces todas las decisiones de negocios las compartimos.

8. ¿Cuáles son sus defectos?

R/ta DDO: No es como lo que uno definiera como defectos, pero no me enfoco en mirar mis defectos más bien me enfoco en mirar cuales son mis fortalezas para aprovecharlas.

9. ¿Considera que para crear empresa, descuidó su familia al no dedicarle el tiempo suficiente?

R/ta DDO: No, no es más gracias a Dios lo pude hacer y lo estoy haciendo ahora que estoy soltero entonces no

a. ¿Es muy equitativo el tiempo que le dedicas a tu familia y a tu trabajo?

R/ta DDO: Pues mi familia son padres y hermanos y es diferente de pronto no es la familia de la esposa y los hijos que es mayor el tiempo que necesitan, si hay momentos que por estar frente de la empresa uno deja de hacer viajes para visitar a mi familia, pues no soy de Bogotá, pero no, creo pues hay esfuerzos que se hacen, igualmente no han sido tan perjudicial como para decir que he descuido a mi madre o a mis hermanos.

b. Digamos que la ventaja es que en este momento eres soltero?

R/ta DDO: Si, de pronto en este momento si es una ventaja, pues el tema de tener los espacios para compartir un fin de semana con la esposa y los hijos es más exigente.

10. ¿Con cuánto capital emprendió su empresa?

R/ta DDO: Realmente cuando empezamos era un capital de trabajo muy básico y se iba capitalizando con los mismos recursos que iba dejando la empresa. En las cabinas la inversión inicial fue como de \$5.000.000 y lo de las simcards fue como de \$30.000.000 y en los dos nuevos negocios en el de las Galletas fueron \$50.000.000 y la empresa de publicidad fue una inversión de \$12.000.000.

a. ¿Cómo logro ese capital?

R/ta DDO: Con capitalización, prestamos sector financiero, capitalización de las utilidades de las otras empresas.

11. ¿Ha creado más empresas, cuáles?

R/ta DDO: Si he creado más empresas, la de cabinas, en este momento estoy inyectando capital a la empresa de publicidad y a la de galletas.

12. ¿Usted es creativo?

R/ta DDO: Si soy muy creativo.

13. ¿El emprendedor es innovador?

R/ta DDO: Soy muy innovador, me gusta la innovación, la innovación no es crear cosas de la nada, es identificar que existe y de que otra forma lo puedes hacer.

14. ¿Cuáles valores son importantes?

R/ta DDO: Valores, la dedicación, La honestidad, la transparencia en los negocios es decir nada de ambición, siendo ambicioso no lleva a nada, los beneficios vienen solos.

Empresa

15. ¿Cree que ha innovado con sus productos?

R/ta DDO: Si correcto porque he estado al tanto del mercado para hacerlo.

16. ¿Su relación con el personal que tiene a cargo, es satisfactoria? Explique.

R/ta DDO: Si correcto, muy bien con ellos igualmente, no lo hago tan abiertamente, sino que procuramos que los colaboradores de la empresa sean personas que lleguen a través de otros colaboradores de la empresa, por lo tanto son personas conocidas.

17. ¿Cuántos servicios nuevos se han lanzado al mercado en los últimos 5 años?

R/ta DDO: más que servicios nuevos son estrategias que se han desarrollado para mantenerse en el mercado y posicionarlos.

a. Háblenos del servicio que prestan a las cabinas y cómo funciona el negocio actualmente.

R/ta DDO: En este momento el servicio que maneja AMIGO COMUNICACIONES del Grupo Comercial Amigo, es el alquiler de minutos para las cabinas telefónicas, es decir le proveemos los minutos que ellos venden; inicialmente cuando arranque el negocio de las cabinas se proveían directamente de Telecom a través de la línea telefónica de la ETB o de Telecom, luego el negocio fue cambiando entonces era post-pagado pagabas después de que consumías, esto genero muchas pérdidas a estos proveedores por que las administradores de las cabinas se gastaban la plata y no pagaban sus facturas situación por la cual los nueve distribuidores autorizados por estas empresas empezaron a quebrar. Luego entonces COMCEL y MOVISTAR sacaron unos servicios de unas líneas autorizadas para la reventa de minutos las cuales eran pre-pagadas es decir pagas antes de consumir, luego empezaron unos planes más interesantes que esos pero para uso corporativo y esos planes fueron los que empezamos a identificar nosotros como distribuidores y empezamos a sacar esos planes a través de unas empresas para realquilar esos minutos entonces en este momento ya el 90% que se venden en cabinas telefónicas son vendidos a través de proveedores de minutos para cabinas telefónicas que ya no son ni COMCEL ni MOVISTAR ni ETB directamente si no a través de proveedores como nosotros que a través de empresas sacamos planes corporativos especiales a muy buenos precios que alquilamos más barato a esas empresas o a esas cabinas en comparación con los precios que COMCEL o MOVISTAR les puede dar,

nosotros sacamos 100 o 200 líneas y le llegamos al cliente con una, dos o cinco líneas para poder adquirir un buen precio la persona tendría que adquirir las 100 líneas pero realmente una cabina necesita máximo 5 líneas para funcionar, a un precio más económico. Realmente el proveedor principal no está perdiendo.

18. ¿Considera que su empresa es líder y que tiene reconocimiento en el mercado?

R/ta DDO: si, por servicio y por precio.

19. ¿Buscó asesoría externa para crear su empresa?

R/ta DDO: No, ya había creado empresas entonces ya sabía cómo diligenciar los documentos.

20. ¿Cómo cree que sus empleados lo ven en este momento?

R/ta DDO: soy ejemplo para varias personas, me respetan a pesar de que no soy imponente, tienen mucha libertad, con base en las políticas toman decisiones, para un momento dado de negociar con un cliente, o tomar una decisión de un precio o servicio. Esto genera mucha responsabilidad y compromiso con la compañía.

21. ¿A medida que pasa el tiempo, el proceso para la prestación de servicios en su empresa ha cambiado, a que se deben esos cambios?

R/ta DDO: Los operadores hacen cambios en el mercado, cambian los planes, y estos son más favorables que los que tengo me puedo quedar fuera del mercado, por lo tanto tengo que estar al tanto de esos cambios, por eso debo ir ajustando las estrategias, si yo mantengo siempre la misma estrategia me puedo quedar fuera del mercado.

22. ¿Con cuántas personas empezó su negocio y qué características profesionales tenían?

R/ta DDO: empecé con dos personas, en un momento dado fue un socio que fue cliente del sector financiero casa de cambios. Luego en las cabinas conté con simplemente unos empleados con perfiles sencillos que manejaran computadores, altos niveles de honestidad y confianza para administrar los puntos. Ya en el tema de los minutos me apoye en una persona que trabajo en Comcel empezó a Trabajar conmigo.

23. ¿Cuál considera el mayor reto para que la empresa perdure?

R/ta DDO: Conocer a la competencia, si la conoces sabes que está pasando en el medio para saber cómo actuar en un momento dado de acuerdo con esos cambios.

24. ¿Cuáles considera son las principales razones para crear empresa en un país como Colombia?

R/ta DDO: De pronto poder uno consolidar una empresa, para capitalizar para después uno con esos capitales empezar a establecer unas inversiones en empresas de pronto más estables y cada vez pues buscando esa estabilidad financiera que todos buscamos, y que a veces al ser empleado es un poquitico más difícil de llegar y esa estabilidad se logro de pronto haciendo carrera en una empresa se puede llegar a algo interesante. Uno como

empresario uno crea muchas empresas pequeñas, y la idea es llegar a consolidarlas para logra algo más interesante mejores niveles de facturación, de rentabilidad interesantes, etc. Y la idea es que esos recursos se puedan diversificar en portafolio para que no dependan solamente de un ingreso porque de un momento dado los sectores son muy fluctuantes, con el cambio de presidente, las relaciones con Venezuela, muchas compañías que estaban muy bien y por los inconvenientes que tenemos con ese país se han ido a la quiebra.

Educación

25.Cuál es su profesión?

R/ta DDO: Administrador de Empresas de la Universidad de la Salle

26. Hable de su profesión y para qué le sirve.

R/ta DDO: Los empresarios o creadores de empresas unos somos administradores y tomamos un producto o servicio y lo desarrollamos o somos especialistas de un producto, pero se necesita el apoyo de terceros y hay muchas personas que son arquitectos, ingenieros pero les falta el conocimiento para administrar su negocio. Como administrador tengo la facilidad de aplicar el conocimiento de mi vida empresarial para otros negocios, como en este momento aplicar conocimientos a otros sectores.

27. ¿Considera necesario incluir el emprendimiento expresado en creación de empresa como tema académico? 00:20:39

R/ta DDO: El tema de creación de empresa es un tema interesante de analizar e identificar. El emprendimiento preguntan si nace con la persona o se desarrolla, se puede desarrollar, pero no todos tienen la habilidad de llevarla a cabo el emprendimiento y la creación de empresa no puede ser solamente subjetivo e impulsivo y de pronto solo ver los beneficios y ver la utilidad y de pronto se ciega uno de ver las debilidades y los inconvenientes que puede generar la creación de empresas si, en vez de uno identificar, la utilidad el dinero todos los negocios son rentables, todos los negocios dan plata, lo que se debe identificar como hacer ese negocio realmente rentable identificar en donde están las debilidades o en donde están los factores de riesgo, si tu identificas los factores de riesgos, y los canalizas y los controlas puedes hacer que tu empresa sea muy rentable, uno solamente se fija en el recurso compro esto y lo vendo en tanto y me gano esto, pero de pronto tu compraste ese producto pero no sabías que para venderlo tú estabas en ese sector, de pronto hay mucha gente que puede decir compro un carro y lo consigue en 10 y lo vendo 20 millones, le estas ganando el doble, pero yo no estoy en el sector de los carros y seguramente no me doy cuenta que en la revista motor esta en 20 millones y puede que ese carro por ser importado en el mercado se consiguen a15 millones y de pronto en el mercado hay mucha oferta y entonces me puedo demorar más vendiendo el carro y como no estoy en el sector porque yo no vendo carros, porque fue solo una oportunidad que se presentó entonces me demoré tres meses en venderlo, lo

que invertí y el valor del dinero en el tiempo seguramente no le voy a ganar lo que esperaba o no le gano nada, lo importante es identificar los riesgos y los traemos a la empresa podemos hacer algo muy rentable, **¿Es decir que en lugar de adicionar una materia que se llame emprendimiento o creación de empresa, lo que sugiere con su ejemplo es crear una materia como el ANALISIS DEL RIESGO EN LOS NEGOCIOS?**

Si, análisis del riesgo de los negocios en el mercado, es un sistema, muchas personas crean empresa y muchas personas, cuántas empresas se crean diariamente, pero también cuantas empresas se cierran diariamente.

28. ¿Considera que heredó las características de emprendedor?

R/ta DDO: Si, porque hay algo que me pareció muy interesante durante el tiempo que realice mi carrera era que en la medida que iba estudiando ya tenía mi empresa, entonces muchas cosas las iba llevando a la práctica y las iba entendiendo desde otro punto de vista, no desde el punto de académico, sino desde el punto de vista empresarial como vivencia, y no como empleado sino como creador de empresa y Gerente. Mis hermanos son empresarios también.

a. **¿De quién?** R/ta DDO: Mis hermanos.

29. ¿Cuál es su mayor fortaleza emprendedora?

R/ta DDO: Liderazgo, innovación en estrategias.

30. ¿Fue necesario terminar sus programas académicos para crear su empresa?

R/ta DDO: No, la cree antes de terminarla, estaba en tercer semestre cuando cree la primera empresa, las empresas no necesariamente se crean solo con el apoyo académico, porque hay personas desarrollan cierto conocimiento empírico de un producto y crean empresas y crean grandes negocios, eso lo vemos en la central de abastos muchas personas son muy fuertes con sus productos y lo que hacen es apoyarse en otras áreas, buscan un administrador, un contador, un jurídico todo ese apoyo necesario para mantener su empresa, lo que se necesita es tener la chispa para negociar y crear empresa.

31. ¿Conoce más compañeros egresados de su Universidad, que hayan creado empresa?

R/ta DDO: Si, conozco un compañero que tiene empresa de equipos de comunicaciones de radios tipo Avantel, conozco una compañera que vende básculas, otra que también tiene una empresa de teléfonos monederos y básculas, conozco varias personas de la universidad que han creado empresa.

32. ¿Cómo ve a la mujer emprendedora en la actualidad?

Con muchas fortalezas y cada vez con más posicionamiento, son ordenadas por sus características que tienen como mujer a nivel empresarial tienen muchas fortalezas por sus mismas características.

Apoyos universidad

33. ¿Tuvo el apoyo de la universidad para emprender su idea?

R/ta DDO: Si, no tanto para emprender, pero para el desarrollo de la empresa si, para establecer el centro de comunicaciones en la sede Centro de la universidad que es mío, ese negocio fue apoyado por la universidad, porque el objetivo es prestar un servicio que solucionará los problemas que se tenía con los teléfonos de la ETB. Servicio que beneficia en general a toda la comunidad lasallista.

34. ¿Lo aprendido en la universidad ha sido aplicado en la práctica?

R/ta DDO: Si, en la medida que recibía la información de la universidad la iba aplicando a empresa.

35. ¿Buscó apoyo económico del estado para crear su empresa?

R/ta DDO: NO. Pero en este momento estoy en el Fondo Bogotá Emprende y Bogotá innova para la empresa de las galletas, para Amigo Comunicaciones no se requiere.

36. De acuerdo con el plan de estudio de su profesión ¿Qué le quitaría o que le agregaría como herramienta para crear empresa?

R/ta DDO: Incluir más casos para analizar, casos actuales de todos los cambios que se están presentando, cuando sale alguna reforma tributaria, casos que en la actualidad están afectando a las compañías, y no de pronto casos que ocurrieron hace 20 años aunque es bueno tocarlos porque se tiene la evolución completa.

37. ¿Considera necesario seguir capacitándose? En qué áreas?

R/ta DDO: si, de acuerdo con el área de la empresa que estas desarrollando o creando. De acuerdo con lo que exija la empresa.3:07

Anexo No. 5 Encuesta emprendedor Javier Barros – Fambame

Entrevista de Emprendimiento Estudio de Caso: Emprendedor creador de empresa.

Datos del emprendedor			
Nombres y apellidos:	José Javier Barros Rodríguez		
Lugar de nacimiento:	BOGOTA	Edad :	36 AÑOS
Estado civil:	CASADO	Sexo:	MASCULINO
Lugar que ocupa en la familia:	SEGUNDO HIJO	Fecha de la encuesta:	7 DE AGOSTO DE 2010

Emprendedor

1. ¿Cuál es el nombre de la empresa que creo?

R/ta Javier Barros (JV): FAMBAME

2. ¿En qué año creó su empresa?

R/ta JV: La empresa se creó en el año 2004.

a. ¿Pensó que duraría tanto?

R/ta JV: Si, por la proyección que hemos logrado durante este tiempo.

b. ¿A qué sector pertenece la empresa?

R/ta JV: Transporte

3. ¿De dónde salió la idea para darle el nombre a su empresa?

R/ta JV: FAMBAME, significa Familia Barros Mendoza

4. ¿Cuál es la idea de negocio?

R/ta JV: Es brindarles transporte a un sector de la industria de alimentos de una forma muy urbana, estudiar cómo funcionan las empresas pequeñas que comercializan alimentos para brindarles el servicio de transporte para distribuir sus productos, no en tonelaje, es decir con carros grandes, sino con carros pequeños.

5. ¿Cuáles fueron las oportunidades que tuvo para crear la empresa?

R/ta JV: La oportunidad que me dieron en Deli una empresa de repostería que funciona en Bogotá, que me permitió distribuir sus productos.

6. ¿Qué necesidades descubrió para poder lograrlo?

R/ta JV: Que muchas empresas, trabajan de una manera muy informal, en la parte de transporte algunas contratan a personas independientes otras compran sus vehículos pero no es la razón de ser de la empresa como producir

alimentos, y no saben transportar ciertos productos, esa fue la principal necesidad, formalizarlo.

7. ¿Tuvo el apoyo de otras personas para crear su empresa?

R/ta JV: De mi esposa fundamentalmente y de mi hermana mayor, ella nos ha apoyado para conseguir los créditos y el apoyo de la dueña de Deli , ellas nos dieron la oportunidad de crear el negocio.

a. ¿Su familia estuvo ahí?

R/ta JV: si.

8. ¿Cuáles son sus defectos?

R/ta JV: Mi mayor defecto, pero para mí es mi mayor cualidad es no mirar la parte financiera, yo veo un negocio, yo veo un negocio y no analizo si financieramente funciona, lo hago sin estudiar esa información, de eso se encarga mi esposa. Veo la oportunidad y no mido las consecuencias, para mí esa es mi mayor cualidad si no fuera así no estaríamos donde estamos. Y otro es que me falta ser mas estructurado en la parte administrativa por eso decidí también estudiar Administración de Empresas, porque era muy empírico, entonces no sabía cómo se manejaba el tema de costos, los recursos como administrarlos como llevarlos a un bien económico.

9. ¿Considera que para crear empresa, descuidó su familia al no dedicarle el tiempo suficiente?

R/ta JV: No, porque hemos trabajado con mi esposa y mis hijos, de pronto cuando estoy en la empresa donde laboro si me quita un poco el tiempo para mi familia, pero nuestra empresa como tal nos quita tiempo porque estamos todos involucrados, creo que es una ventaja y

estamos mirando al mismo punto.

10. ¿Con cuánto capital emprendió su empresa?

R/ta JV: Con dos préstamos en los bancos uno de \$3.200.000 y otro de \$ 2.200.000 para comprar el Renault 18 con el que empezamos a transportar alimentos.

a. ¿Cómo logro ese capital?

R/ta JV: Prestamos de entidades bancarias.

11. ¿Ha creado más empresas, cuáles?

R/ta JV: No, pero estoy pensando en crear una empresa dedicada a la construcción.

12. ¿Usted es creativo?

R/ta JV: si, bueno más que creativo soy soñador, yo me pongo una meta trato de pensarla y soñarla y decir esto no es tan irreal, hagámoslo a ver cómo nos va. Y si funciona, soñar en tener una carrera, ya estoy estudiando, tener una familia, que ya la tengo. Llegar a tener una empresa con un solo carro es más que ser creativo, eso a mi manera de verlo es ser soñador.

13. ¿El emprendedor es Innovador?

R/ta JV: Si, a partir de su vida, todos tenemos espíritu de emprendedores, por ejemplo si tu quieres tener un hogar lo emprendes, quieres estudiar lo haces, todos somos emprendedores.

14. ¿Cuáles valores son importantes?

R/ta JV: El respeto, la lealtad, la confianza confiar primero en uno y segundo en las personas que lo rodean tanto en la familia como las personas que uno contrata, la amistad.

Empresa

15. ¿Cree que ha innovado con sus productos y/o servicios?

R/ta JV: Yo pensaba prestar mis servicios únicamente a Deli y quedarme ahí, y gracias a la asesoría de un profesor de la Salle y el programa de emprendimiento me hicieron caer en cuenta de que si algún día Deli se acaba se acabaría mi negocio, veo que el negocio tienen futuro las personas no están organizadas en ese sector, yo compro mi carrito y busco donde ponerlo a trabajar pero no hay una empresa que diga yo le ofrezco tantos carros para transportar su producto. La mayoría de empresas tienen carros de altos tonelajes.

16. ¿Su relación con el personal que tiene a cargo, es satisfactoria? Explique.

R/ta JV: Yo creo que sí, lo he venido viendo, uno de nuestros conductores empezó muy informal, y le pudimos colaborar para solicitar un crédito. Y eso es una satisfacción

para nosotros poder apoyar a un colaborador para que logre conseguir lo que sueña.

17. ¿Cuántos servicios nuevos se han lanzado al mercado en los últimos 5 años?

R/ta JV: N/A

a. Háblenos del servicio que prestan con las camionetas y cómo funciona el negocio actualmente.

R/ta JV: Actualmente nuestras camionetas transportan los productos de Deli y de otras empresas pequeñas a sus puntos de ventas.

18. ¿Considera que su empresa es líder y que tiene reconocimiento en el mercado?

R/ta JV: Estamos haciendo todo para que sea así, por trabajar en Deli, hemos logrado cierto reconocimiento es nuestra carta de presentación.

19. ¿Buscó asesoría externa para crear su empresa?

R/ta JV: Estoy recibiendo asesoría en la Universidad de la Salle para continuar con la formalización de esta empresa y mi esposa está recibiendo un asesoría en la Cámara de Comercio.

20. ¿Cómo cree que sus empleados lo ven en este momento?

R/ta JV: Creo que ven una oportunidad para crecer juntos, me ven como una persona seria y le ofrezco un ingreso seguro, una empresa proyectada.

21. ¿A medida que pasa el tiempo, el proceso para la prestación de servicios en su empresa ha cambiado, a que se deben esos cambios?

R/ta JV: ha cambiado bastante, inicialmente era un Renault 18 como para salir a pasear con mi esposa y con mis hijos y ahora son 4 camionetas y nos estamos proyectando a tener en diciembre 10 camionetas la idea es seguir creciendo económico y geográfico cubriendo mas ciudades, si esa necesidad existe en la capital en otras ciudades debe existir la misma necesidad.

22. ¿Con cuántas personas empezó su negocio y qué características profesionales tenían?

R/ta JV: realmente empezamos con el sueño mi esposa y yo y éramos bachilleres y la persona que manejo el primer carro también era bachiller en realidad en este negocio no necesitaba tener alguna calificación específica, en este momento consideramos que deben tener crecimiento y otro nivel educativo.

23. ¿Cuál considera el mayor reto para que la empresa perdure?

R/ta JV: Mantener satisfechos a los clientes, la competencia, y crecer.

24. ¿Cuáles considera son las principales razones para crear empresa en un país como Colombia?

R/ta JV: Ver la oportunidad, los colombianos podemos tener muchas ideas de negocio, pero no las queremos ver, todos tenemos la oportunidad pero nos que damos limitados y no confiamos en nuestras cualidades. Confiar que podemos crecer.

Educación

25. ¿Cuál es su profesión?

R/ta JV: Administrador de Empresas de la Universidad de la Salle

26. Hable de su profesión y para qué le sirve.

R/ta JV: Llevo 5 semestres de Administración y me he estructurado para saber hacia dónde voy, como lo puedo lograr, que debo como los recursos que tengo los puedo aprovechar en beneficio no solo de la empresa y de mis colaboradores sino en beneficio personal. Cuanto me cobra un banco en intereses, si me sirve tener un cliente o no. Esto también ayuda a reducir gastos porque no necesitamos contratar un administrador.

27. ¿Considera necesario incluir el emprendimiento expresado en creación de empresa como tema académico?

R/ta JV: si, sería buenísimo, sería lo mejor somos demasiado académicos, es necesario tener más práctica para enfrentar mejor la vida real.

28. ¿Considera que heredó las características de emprendedor?

R/ta JV: Si

¿De quién?

R/ta JV: de mi tía ella es desplazada de la violencia del Tolima, fundó un colegio trato de no ser independiente. Siempre se debería tener la visión de tener un negocio propio

29. ¿Cuál es su mayor fortaleza emprendedora?

R/ta JV: No veo las dificultades, todo es una oportunidad.

30. ¿Fue necesario terminar sus programas académicos para crear su empresa?

R/ta JV: No. Ni siquiera los había empezado.

31. ¿Conoce más compañeros egresados de su Universidad, que hayan creado empresa?

R/ta JV: No, es mas el profesor Gámez me invitó a una entrevista para mostrar el proceso que he llevado.

32. ¿Cómo ve a la mujer emprendedora en la actualidad?

R/ta JV: Yo creo que son la base de la economía colombiana es informal, las dueñas de restaurante las mujeres, la venta de arepas en las esquinas, cualquier negocio que podemos ver yo creería que la mayoría son mujeres, son muy emprendedoras.

Apoyos universidad

33. ¿Tuvo el apoyo de la universidad para emprender su idea?

R/ta JV: No sabía que la universidad tiene los programas para apoyar a los estudiantes, no se conocen mucho a nivel interno, deberían informar más a los estudiantes.

34. ¿Lo aprendido en la universidad ha sido aplicado en la práctica? R/ta: si, totalmente.

35. ¿Buscó apoyo económico del estado para crear su empresa?

R/ta JV: No, pero queremos buscar el apoyo necesario, solo buscábamos el apoyo de los bancos. En ese sentido las universidades deberían informar a las personas.

36. De acuerdo con el plan de estudio de su profesión ¿Qué le quitaría o que le agregaría como herramienta para crear empresa?

R/ta JV: Mas práctica, son clases muy teóricas y hay profesores muy teóricos, la teoría es buenísima pero sin la práctica no se puede perder el miedo a enfrentar la realidad empresarial.

37. ¿Considera necesario seguir capacitándose? En qué áreas?

R/ta JV: Yo creo que es necesario capacitarse en todas las áreas, contaduría, mercadeo, etc.

Anexo No. 6 Encuesta emprendedor Omar Morales Jiménez - Borda2 Speed

Entrevista de Emprendimiento

Estudio de Caso: Emprendedor creador de empresa.

Datos del emprendedor			
Nombres y apellidos:	Omar Adrián Morales Jiménez		
Lugar de nacimiento:	TUNJA (BOYACÁ)	Edad :	29 AÑOS
Estado civil:	SOLTERO	Sexo:	MASCULINO
Lugar que ocupa en la familia:	PRIMER HIJO	Fecha de la encuesta:	10 DE AGOSTO DE 2010

Emprendedor

1. ¿Cuál es el nombre de la empresa que creo?

R/ta Javier Barros (OM): Borda2 Speed Ltda.

2. ¿En qué año creó su empresa?

R/ta OM: la empresa se creó en el año 2006.

a. ¿Pensó que duraría tanto?

R/ta OM: Si, por el negocio tan rentable de los bordados.

b. ¿A qué sector pertenece la empresa?

R/ta OM: Textil.

3. ¿De dónde salió la idea para darle el nombre a su empresa?

R/ta OM: Gusto propio.

4. ¿Cuál es la idea de negocio?

R/ta OM: Es garantizar bordados de calidad a un buen precio, ya que la materia prima, que son los hilos es muy económica y genera casi la rentabilidad de 100%.

5. ¿Cuáles fueron las oportunidades que tuvo para crear la empresa?

R/ta OM: La oportunidad, se da gracias a mi padre, ya que él importa máquinas bordadoras y de allí se dio la idea de negocio, también me apoyó económicamente, además antes era muy rentable el negocio.

6. ¿Qué necesidades descubrió para poder lograrlo?

R/ta OM: Debido al cambio de la moda, él confirma la necesidad que ha presentado para comercializar sus productos.

7. ¿Tuvo el apoyo de otras personas para crear su empresa?

R/ta OM: No tuvo apoyo de otras personas.

a. ¿Su familia estuvo ahí?

R/ta OM: si, afirma que su familia ha sido el principal apoyo, está conformada por sus padres y hermana.

8. ¿Cuáles son sus defectos?

R/ta OM: Dice que le hace falta la comercialización de su servicio, visitar más al cliente, en cuanto a lo personal no responde.

9. ¿Considera que para crear empresa, descuidó su familia al no dedicarle el tiempo suficiente?

R/ta OM: No, por el contrario los unió más.

10. ¿Con cuánto capital emprendió su empresa?

R/ta OM: Inició su negocio con un capital de \$30.000.000 millones de pesos.

a. ¿Cómo logro ese capital?

R/ta OM: Prestamos de entidades bancarias y apoyo de mi padre..

11. ¿Ha creado más empresas, cuáles?

R/ta OM: Si, una empresa de estampado y una de comercialización de ropa, pero ya no las tiene por qué no le generó la rentabilidad esperada y además descuidaba mucho este negocio.

12. ¿Usted es creativo?

R/ta OM: si claro, mi negocio lo exige.

13. ¿El emprendedor es Innovador?

R/ta OM: Si, es fundamental innovar de lo contrario en este tipo de mercado no perdura.

14. ¿Cuáles valores son importantes?

R/ta OM: Ganas de llevar a cabo su idea, estar convencido de lo que hace y sobre todo hacer muy bien los cálculos matemáticos, para que le genere rentabilidad.

Empresa

15. ¿Cree que ha innovado con sus productos y/o servicios?

R/ta OM: Si, obviamente.

16. ¿Su relación con el personal que tiene a cargo, es satisfactoria? Explique.

R/ta OM: Considero que mi relación con el personal es totalmente satisfactoria, tengo muy buena relación con cada uno de ellos.

17. ¿Cuántos servicios nuevos se han lanzado al mercado en los últimos 5 años?

R/ta OM: Varios.

a. Como cuáles?

R/ta OM: Actualmente se habla de nuevas técnicas de bordados y corte de apliques.

18. ¿Considera que su empresa es líder y que tiene reconocimiento en el mercado?

R/ta OM: Tiene reconocimiento, más no soy el líder, ya que le falta más capacidad en producción.

19. ¿Buscó asesoría externa para crear su empresa?

R/ta OM: No, para nada, prácticamente mi única asesoría es mi padre.

20. ¿Cómo cree que sus empleados lo ven en este momento?

R/ta OM: Yo tengo una relación muy buena con ellos y creo que me ven como un buen líder.

21. ¿A medida que pasa el tiempo, el proceso para la prestación de servicios en su empresa ha cambiado, a que se deben esos cambios?

R/ta OM: En cuanto a la maquinaria que yo manejo es la mejor porque vienen de Japón y corea, lamentablemente llegaron las máquinas bordadoras de la China a un menor costo, pero no brindan un producto de calidad, pero hay personas que buscan economía por encima de la calidad.

22. ¿Con cuántas personas empezó su negocio y qué características profesionales tenían?

R/ta OM: Empezamos seis personas.

23. ¿Cuál considera el mayor reto para que la empresa perdure?

R/ta OM: La calidad, también la innovación en los diseños y la utilización de mejores insumos, gracias a esto puede manejar buenos precios.

24. ¿Cuáles considera son las principales razones para crear empresa en un país como Colombia?

R/ta OM: Yo realmente me incentive propiamente, lo hice como un reto personal, alguna vez trabajé como empleado y eso me ayudó a convencerme de crear empresa, no me fue mal, si no que me sentí acaparado, como frenado, ante muchas cosas que quería hacer.

Educación

25. ¿Cuál es su profesión?

R/ta OM: Administrador de Empresas de la Universidad

de la Salle , en el año 2006.

26. Hable de su profesión y para qué le sirve.

R/ta OM: Fundamenta mi labor, me ha dado criterios de decisión y también me da parámetros para muchas cosas en mi negocio.

27. ¿Considera necesario incluir el emprendimiento expresado en creación de empresa como tema académico?

R/ta OM: si, es algo muy útil además yo en décimo semestre ya estaba haciendo mi tesis, era la creación de una fábrica de ropa interior para hombre, tipo bóxer para exportación, nos fue muy bien y nos aprobó el ministerio, pero debido a diferencias con mi compañera no se realizó, y no tome la idea solo porque después iba a tener problemas con ella.

28. ¿Considera que heredó las características de emprendedor?

R/ta OM: No yo creo que más bien las formé, ya que cuando uno está en el colegio sueña con trabajar y no con crear.

¿De quién?

R/ta OM: De mi padre creería yo, pero pienso también que eso se va formando, que le vas cogiendo el gusto hacer esto.

29. ¿Cuál es su mayor fortaleza emprendedora?

R/ta OM: Tenía muchas ganas de desarrollar mi idea a pesar de los obstáculos financieros, también con el personal ya que son prácticamente una familia por el tiempo que compartes con ellos.

30. ¿Fue necesario terminar sus programas académicos para crear su empresa?

R/ta OM: Es mejor terminar los estudios, aunque es respetable la creación de empresas en personas no estudiadas que tienen mucha experiencia y les va muy bien, pero en lo personal creo que se deben cumplir las metas trazadas.

31. ¿Conoce más compañeros egresados de su Universidad, que hayan creado empresa?

R/ta OM: Si, a uno no le ha ido muy bien , pero conozco dos que si están muy bien.

32. ¿Cómo ve a la mujer emprendedora en la actualidad?

R/ta OM: Yo creo que a la mujer le falta más carácter para desarrollarse como emprendedora, lo digo por mi mala experiencia con la compañera de tesis, de pronto puedo estar errado pero eso es lo que pienso.

Apoyos universidad

33. ¿Tuvo el apoyo de la universidad para emprender su idea?

R/ta OM. Cuando tuve mi idea con la tesis si tuve el apoyo de la universidad y del ministerio de comercio exterior, pero para mi negocio de bordados no.

34. ¿Lo aprendido en la universidad ha sido aplicado en la práctica?

R/ta OM: si, claro.

35. ¿Buscó apoyo económico del estado para crear su empresa?

R/ta OM: Si, lo busqué para el proyecto de mi tesis con Incomex, pero para Borda2 Speed, no lo hice.

36. De acuerdo con el plan de estudio de su profesión ¿Qué le quitaría o que le agregaría como herramienta para crear empresa?

R/ta OM: Si, esta materia de cultura religiosa, me parece que no debe estar en el Pensum.

37. ¿Considera necesario seguir capacitándose? En qué áreas?

R/ta OM: Si, es mas yo quiero hacer un postgrado de comercio exterior, porque quiero superarme.

Anexo No. 7 Encuesta emprendedor Javier Rivera –EDHRA Ltda.

Entrevista de Emprendimiento

Estudio de Caso: Emprendedor creador de empresa.

Datos del emprendedor			
Nombres y apellidos:	Javier Andrés Rivera Gómez		
Lugar de nacimiento:	BOGOTÁ	Edad :	28 AÑOS
Estado civil:	CASADO	Sexo:	MASCULINO
Lugar que ocupa en la familia:	SEGUNDO HIJO	Fecha de la encuesta:	13 DE AGOSTO DE 2010

Emprendedor

1. **¿Cuál es el nombre de la empresa que creo?**

R/ta Javier Rivera (JR): EDHRA Ltda.

2. **¿En qué año creó su empresa?**

R/ta JR: La empresa se creó en el año 2008.

a. **¿Pensó que duraría tanto?**

R/ta JR: Si, por que es mi proyecto de vida.

b. **¿A qué sector pertenece la empresa?**

R/ta JR: Industrial.

3. **¿De dónde salió la idea para darle el nombre a su empresa?**

R/ta JR: EDHRA Significa silla en griego.

4. **¿Cuál es la idea de negocio?**

R/ta JR: Fabricar y distribuir sillas.

5. **¿Cuáles fueron las oportunidades que tuvo para crear la empresa?**

R/ta JR: La oportunidad que se me da, es conocer a las personas que me hablaron del negocio y tener una buena relación con ellos.

6. **¿Qué necesidades descubrió para poder lograrlo?**

R/ta JR: Mi principal necesidad es el flujo de caja

7. **¿Tuvo el apoyo de otras personas para crear su empresa?**

R/ta JR: No tuve apoyo de otras personas.

a. **¿Su familia estuvo ahí?**

R/ta JR: si, siempre fueron el motor de toda mi actividad.

8. **¿Cuáles son sus defectos?**

R/ta JR: Mi mayor defecto, es la ambición.

9. **¿Considera que para crear empresa, descuidó su familia al no dedicarle el tiempo suficiente?**

R/ta JR: Para nada, mis dos hijas y mi esposa me

motivaron para desarrollar mi proyecto.

10. **¿Con cuánto capital emprendió su empresa?**

R/ta JR: Con \$30.000.000 millones de pesos.

a. **¿Cómo logro ese capital?**

R/ta JR: Prestamos de entidades bancarias.

11. **¿Ha creado más empresas, cuáles?**

R/ta JR: Si, una de transportes llamada Cargatrans, la terminé para crear Edhra, además tuve muchos inconvenientes con los conductores que estaban dándole un mal manejo a los tres carros que tenía.

12. **¿Usted es creativo?**

R/ta JR: si, por que estoy siempre en busca de cosas nuevas.

13. **¿El emprendedor es Innovador?**

R/ta JR: Si, por lo mismo.

14. **¿Cuáles valores son importantes?**

R/ta JR: La honestidad se me hace fundamental a la hora de crear empresa.

Empresa

15. **¿Cree que ha innovado con sus productos y/o servicios?**

R/ta JR: Totalmente además considera que su servicio de post venta es excelente.

16. **¿Su relación con el personal que tiene a cargo, es satisfactoria? Explique.**

R/ta JR: Mi relación con ellos, creo que es buena, habría que preguntarles.

17. **¿Cuántos servicios nuevos se han lanzado al mercado en los últimos 5 años?**

R/ta JR: han crecido la gana de productos, es decir los diseños de las sillas.

18. ¿Considera que su empresa es líder y que tiene reconocimiento en el mercado?

R/ta JR: Está cogiendo fuerza, pero todavía le falta mucho para ser líder.

19. ¿Buscó asesoría externa para crear su empresa?

R/ta JR: Prácticamente la de mi socio que tiene mucha experiencia, aunque él no se la pasa aquí.

20. ¿Cómo cree que sus empleados lo ven en este momento?

R/ta JR: La verdad no sé cómo me ven ellos, en estos momentos tengo otras prioridades y la verdad tendrías que preguntarles Paula.

21. ¿A medida que pasa el tiempo, el proceso para la prestación de servicios en su empresa ha cambiado, a que se deben esos cambios?

R/ta JR :Se ha movido, ya que hemos tenido más clientes y la ventaja es que se ha mantenido en equilibrio.

22. ¿Con cuántas personas empezó su negocio y qué características profesionales tenían?

R/ta JR: Tres personas entre ellas un profesional.

23. ¿Cuál considera el mayor reto para que la empresa perdure?

R/ta JR: Prácticamente que se posicione en el mercado, porque después de esto no hay quien la pare.

24. ¿Cuáles considera son las principales razones para crear empresa en un país Colombia?

R/ta JR: Para mí la principal razón es darle un buen futuro a mis dos hijas y no depender de terceros.

Educación

25. ¿Cuál es su profesión?

R/ta JR: No me he graduado de Escomía, estudié en la Universidad de la Salle.

26. Hable de su profesión y para qué le sirve.

R/ta JR: Actualmente no me desempeño como economista, pero me ha servido para algunas cosas.

27. ¿Considera necesario incluir el emprendimiento expresado en creación de empresa como tema académico?

R/ta JR: No lo veo importante, pienso más bien en una investigación de Mercados, aunque creo que ya es una materia.

28. ¿Considera que heredó las características de emprendedor?

R/ta JR: Si

¿De quién?

R/ta JR: De mi mamá, que creó una empresa de confecciones, aunque en la actualidad no existe esa empresa, pero siempre la he visto como una emprendedora.

29. ¿Cuál es su mayor fortaleza emprendedora?

R/ta JR: Creo que la paciencia.

30. ¿Fue necesario terminar sus programas académicos para crear su empresa?

R/ta JR: No, además no los he terminado.

31. ¿Conoce más compañeros egresados de su Universidad, que hayan creado empresa?

R/ta JR: Si, Omar de Borda2 Speed.

32. ¿Cómo ve a la mujer emprendedora en la actualidad?

R/ta JR: Pienso que la mujer se desempeña mejor que el hombre, la considero más eficiente.

Apoyos universidad

33. ¿Tuvo el apoyo de la universidad para emprender su idea?

R/ta JR: No.

34. ¿Lo aprendido en la universidad ha sido aplicado en la práctica?

R/ta JR: No mucho, tenía algunas bases.

35. ¿Buscó apoyo económico del estado para crear su empresa?

R/ta JR: No.

36. De acuerdo con el plan de estudio de su profesión ¿Qué le quitaría o que le agregaría como herramienta para crear empresa?

R/ta JR: Que se enfoque más al sector privado y no al público, en cuanto a la carrera de Economía.

37. ¿Considera necesario seguir capacitándose? En qué áreas?

R/ta JR: Si, en mercadeo