EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA: UNA REVISION TEORICA

MELVIN DOKU BICHARA

CORNELIO PACHECO SAAVEDRA

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR BARRANQUILLA

PROGRAMA: ESPECIALIZACIÓN GERENCIA E INNOVACION

BARRANQUILLA-ATLANTICO

2020

EMPRENDIEMIENTO EN COLOMBIA: UNA REVISION TEORICA

MELVIN DOKU BICHARA

CORNELIO PACHECO SAAVEDRA

PROYECTO DE GRADO

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR BARRANQUILLA

PROGRAMA: ESPECIALIZACIÓN GERENCIA E INNOVACION

BARRANQUILLA-ATLANTICO

2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 7
OBJETIVO BENERAL.....8
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....8
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA SITUACION 9
1. LA SITUACION 10
2. JUSTIFICACION 12
3. MARCO TEÓRICO 17
3.1 Marco conceptual. ..... **¡Error! Marcador no definido.**
3.2 Antecedentes 26
3.3 El emprendimiento..... 31
3.4 Compromiso del estado 37
3.5 Perfil del emprendedor. 38
3.6 El emprendimiento y las barreras de entrada……...43
3.7 Emprendimiento corporativo……50
3.8 Emprendimiento Colombiano……..53
3.9 Marco legal……58
3.10 Cambios del emprendimiento en cada país……61
3.11 Ejemplos de emprendimiento……..63
3.12 Modelo propuesto: Modelo intraemprendedor……..71
3.13 Conclusiones……..87
3.14 Recomendaciones……88

3.15 Bibliografía……90

CAPITULO III 91
4. MARCO METODOLOGICO. 93
4.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....

5 RESULTADOS 94

EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA: UNA REVISION TEORICA

INTRODUCCIÓN

Emprendimiento es el camino individual de crear y hacer crecer una empresa; partiendo de este concepto se va a aplicar el emprendimiento como una actividad que también debe aplicarse desde el interior de una empresa ya concebida, y generar el emprendimiento corporativo para darle futuro, éxito y sostenibilidad comercial.

El emprendimiento corporativo existe desde hace 20 años, y consiste en la creación de nuevas ideas y oportunidades de negocio dentro de corporaciones grandes y establecidas; existen muchas formas de hacerlo, pero lo realmente interesante radica en el perfeccionamiento del proceso de transformación de la empresa, sobre la base del personal, junto con la creación de marcos de procedimientos que promuevan el emprendimiento en toda la empresa y a todo nivel.

El tema principal va ser el emprendimiento corporativo, para ser aplicado en las empresas, como una herramienta de creación de nuevos negocios y procedimientos, basado en los componentes básicos de la actividad emprendedora, que son la dirección, el espacio, las fronteras y el apoyo.

Para lo cual se va a utilizar el desarrollo de los principales conceptos para el dominio del tema, identificar las limitantes que tiene el emprendimiento en países como Colombia, relacionar las empresas que lo han aplicado con éxito; y posteriormente desarrollar el texto desde la perspectiva económica nacional, tomando como puntos importantes la creativa, aplicabilidad, ética y sostenimiento de las estrategias, para que sea un diseño piloto que permita su implementación en empresas nacionales, de forma dinámica y triunfante.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar el emprendimiento en Colombia para contribuir al conocimiento general y sus implicaciones empresariales, revisar su teoría como una alternativa de creación de nuevos negocios y diseño de pautas para la sostenibilidad y el éxito.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Analizar los ejemplos de empresas internacionales que han aplicado el emprendimiento como una solución para el rescate y sostenimiento exitoso de sus compañías.

2. Delimitar las características a favor y los limitantes que tiene la aplicación del emprendimiento para el mercado nacional.

3. Identificar las diferentes clases de emprendimiento.

4. Investigar el marco de los negocios y la cultura emprendedora, y ubicarlo en los parámetros de negocios y empresas de Colombia.

5. Estudiar las diferentes estrategias relacionadas con el emprendimiento corporativo a nivel internacional.

6. Generar procesos para mejorar la competitividad de las empresas, a través de la motivación de los empleados, como fuerza administrativa, operativa y conjunto laboral.

.

1 CAPITULO I.

DESCRIPCION DE LA SITUACION

1. LA SITUACION

Cuando se habla de emprendimiento se habla de nuevas oportunidades de negocio y de impulsar a la creación de nuevas empresas grandes, medianas o pequeñas, que generan un crecimiento económico.

En Colombia esta tendencia va en incremento ayudando a la sostenibilidad del país, generando a su vez reducción en los índices de desempleo, teniendo en cuenta que un emprendedor requiere de innovación y constancia para que su nueva oportunidad de negocio llegue al éxito.

El hábito de emprender cada vez toma mayor fuerza ya que Colombia es un país líder en pensamiento y desarrollo empresarial. Actualmente en el país hay empresas o entes específicos que impulsan a nuevos emprendedores; ejemplo de ellos, el SENA con el fondo de emprender encargado de financiar iniciativas empresariales y productivas y la Cámara de Comercio de Bogotá con el Modelo de Servicios Empresariales.

Sin embargo, no es fácil hablar de emprendimiento cuando se requiere de un incremento significativo de inversionistas ya que son ellos quienes impulsan por medio de la financiación dichas oportunidades de negocio, lo que ha obligado a los emprendedores colombianos a buscar la financiación por medio de amigos y/o familiares.

Una de las características principales de un emprendedor colombiano es la actitud, ya que la creación de un nuevo negocio es visto como una oportunidad de desarrollo personal junto con la percepción de lograr todo lo que se quiere hacer. Además, existen diferentes maneras de emprender, unas más garantizadas que otras. Por ejemplo, iniciar una empresa nueva propone la incertidumbre de si resultará o no, pues es un negocio sin reconocimiento ni garantía de ventas o ingresos. Pero emprender con la compra de un negocio ya establecido, con una clientela fidelizada y un movimiento de caja estable, puede garantizar de cierta manera la rentabilidad y prosperidad del emprendimiento.

Y que más reconocimiento puede obtenerse que el que una marca registrada ofrece, es decir, adquirir un negocio con una marca registrada seria la opción de emprendimiento más rentable de todas. Este es el caso de las franquicias, donde una empresa con una marca registrada, un producto estandarizado y un modelo de negocio establecido, probado y garantizado, ofrece el derecho de comercialización de su marca.

Finalmente, un emprendedor colombiano busca los medios y las herramientas necesarias para triunfar en su nuevo modelo de negocio. Sin embargo, cabe resaltar que no siempre una oportunidad de negocio depende de la inversión económica, uno de los requisitos esenciales es la planificación y estrategia que se le dé a este nuevo proyecto y que de no ser planeado se incurrirán en errores los cuales pueden llevar a grandes pérdidas económicas.

2. JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento cumple una base fundamental en el desarrollo económico de los países, pues, de ahí, adhiere futuras y grandes tendencias en lo que resultará, tal vez, una nueva necesidad de involucrar la sociedad sobre este. El mencionado, cumple una gran importancia en todo lo relevante que se dispone dentro del día a día en el mundo comercial, acapara nuevos arropamientos sociales, mejoras y más facilidades, hablando en términos generales de acuerdo a lo que implique al grupo de personas que lo adquiera. También, involucra nuevos prospectos y visiones sobre lo que anteriormente hubo, forja motivación hacía este campo de los que no han decidido adherirlos en su vida, y así, busca terminalmente, nuevos sucesos que tenga que ver con el impacto social y económico. Esto de emprender, tiene que ver con cultura, es de cierta forma una manera de racionalizar y ejecutar, guiada por medio de la motivación y ganas de ser diferente a los demás, pues, a través de este, se aprovechan nuevas oportunidades en lo que intervenga una visualización globalizada, teniendo que tener un liderazgo centrado dentro de la gestión ya establecida de un riesgo, cuyo resultado es el nacimiento de un valor que beneficia a los emprendedores, empresa, economía y sociedad en general.

Por otra parte, podemos decir que el emprender trata de buscar alternativas a lo común, crea y promueve nuevas oportunidades.

Ahora pues, el emprendimiento ha adquirido un puesto muy agradable en el mundo comercial debido a la necesidad que tienen muchas personas para aplicar el grado de independencia laboral y la estabilidad económica propia, pues, los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, ha generado en las personas, el deseo de crear sus oportunidades y propios recursos, empezar sus negocios, y dejar de ser empleados y pasar a ser empleadores; sólo se requiere un espíritu emprendedor, para lograr lo que se quiere, tener determinación para renunciar a la estabilidad remunerativa que se tiene con un empleo y querer ser empresario, sin olvidar que el ingreso del empresario no es el mismo cada mes ni tampoco fijo en determinada fecha, puede ganar mucho más o puede percibir menos, pero en el sentido de superación y las ganas de salir adelante, recibirá como premio a su esfuerzo mucho más de lo que recibía trabajando para una compañía. Así pues, qué, el emprendimiento es el camino para crecer económicamente, para

ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

Hoy en día en Colombia el emprendimiento ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de adquirir independencia en términos económicos, dejar de ser dependientes de un -salario mínimo-, que no ajusta con la inflación que se imparte cada año, y, donde esclarece cada día más la dificultad de las personas que están en situación de pobreza en las adquisiciones de productos básicos para el día a día. Los altos impuestos, y diversificados, en toda contienda, el neoliberalismo aplicado desde tiempos atrás y muchos más detalles que motivan y toman pensamientos de emprender a desarrollar algo distinto a lo comúnmente visto empresarialmente y comercialmente, ha implicado tomar riendas sobre el asunto de muchas personas que ven y visualizan la vida distinta a ser siempre dependiente de un salario fijo en una organización.

Desde el mandato del Gobierno de Juan Manuel Santos, tal vez, se puede decir, que han entendido la relevancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. De su manera, podemos destacar los proyectos de emprendedores forjados dentro del SENA, Fondos de emprendedores, Alcaldías locales, capacitaciones gratis, o hasta los mismos programas que incentivan a los empresarios a seguir capacitándose, como lo es en el Ministerio de las TIC, donde actualmente se mantienen programas que cumplen una gran importancia en la generación de nuevas ideas, fortalecimiento de ideas ya puestas y como obtención de todo esto, tendrá al final reconocimientos, pues, hablando fortuitamente de los programas de Empresario Digital o Vive Digital, que aparte de todo, se realizan concursos para ganar becas de especialización hacía el exterior.
Todo esto está muy bien, y es claro, porque sugiere psicológicamente a través de esas motivaciones a seguir creyendo que se puede emprender de una manera esplendida y garantizada hacía el éxito por medio de la educación que implique tener el Gobierno con los empresarios o futuros empresarios del país, en el léxico de capacitaciones, y así, seguir hacía el camino que genere empleos y fortalezca la economía del país, qué, tan fundida esta. A pesar de esto, no es nada fácil hablar de emprendimiento en Colombia, cuando se necesita de un porcentaje significativo

de inversionistas ya que son ellos quienes impulsan por medio de la financiación dichas oportunidades de negocio, lo que ha obligado a los emprendedores colombianos a buscar la financiación por medio de amigos o familiares.

Podemos decir que una de las particularidades que se destaca o se encuentra en un emprendedor colombiano es la actitud, ya que la creación de un nuevo negocio es visto como una oportunidad de desarrollo personal junto con la percepción de lograr todo lo que se quiere hacer. Aparte de esto, existen diferentes maneras de emprender, tal vez unas con más garantía del éxito, pues, delibera tendencias disyuntivas dentro de los pensamientos de los “millenials”, que hoy en día equivale a muchos cambios constantes en el proceso de la decisión de compra de un producto, por medio de la modernidad de las nuevas redes donde se puede descubrir nuevos prospectos sustanciosos a las necesidades que equivalen lo que realmente desean en ese momento, pues, en su manera más alta, una venta en términos neurológicos, suele ser emocional en su constancia de buscar ganancias sobre todo lo que le compete.

Dando un ejemplo alternativo al emprendimiento del común, el prólogo de una empresa nueva propone la incertidumbre de si resultará o no, pues es un negocio sin reconocimiento ni garantía de ventas o ingresos. Buscando alternativas, muchos forjan la forma de emprender con la compra de un negocio ya establecido, con una clientela fidelizada y un movimiento de caja estable, puede garantizar de cierta manera la rentabilidad y prosperidad del emprendimiento.
Este es el caso de las franquicias, donde una empresa con una marca registrada, un producto estandarizado y un modelo de negocio establecido, probado y garantizado, ofrece el derecho de comercialización de su marca.

Concluyentemente, encontramos que un emprendedor colombiano busca los medios y las herramientas necesarias para llevar a cabo los resultados pertinentes al triunfo totalizado en su nuevo modelo de negocio, como lo anterior expuesto, donde de cierta forma busca una alternativa, intentando emprender por medio de marcas ya establecidas. Sin embargo, cabe resaltar que no siempre una oportunidad de negocio depende de la inversión económica, uno de los requisitos esenciales es la planificación y estrategia que se le dé a este nuevo proyecto y que de no ser planeado se incurrirán en errores los cuales pueden llevar a grandes pérdidas económicas, y allí es donde interviene la planeación del negocio, que

interviene en su gran potencial con destacada participación para el camino que tendrá en el futuro la empresa a desarrollar, implantar y componer, pues, de ahí, impactará todo lo que tenga como misión, visión, objetivos, políticas, financiación, segmentos de mercado, la realización de la autoevaluación interna y externamente, en fin.

Los Planes de Negocio adheridos al Emprendimiento cumplen una gran base para el éxito total en lo que se va a implantar, pues se puede decir que son las características principales a la hora de la aplicabilidad del desarrollo de una empresa diferente y capaz de tornar y transformar el mundo comercial, qué, a su vez propone lo fuera de lo común, y estabiliza y visualiza todo lo que tenga que ver con lo que se va ejecutar en medio de los procesos dentro de la empresa. Este -El Plan de Negocio-, es una herramienta fundamental para alcanzar el éxito deseado en alguna aventura empresarial. Dentro del Plan de Negocio se efectúa una evaluación del contenido del proyecto y de su grado de viabilidad técnica, comercial, económica y humana, y teniendo unido como principal echo, el emprendimiento, compuesto por nuevos productos o servicios, se dispondrá en un alto porcentaje a cumplir con compuestos que lo totalicen para destinar y llegar a las metas en lo puesto en marcha a través de ello.

Los Planes de Negocio como herramienta para constitución de empresas toman una gran relevancia en todo lo ha de implicar en una organización, son principios nacidos de una idea de negocio, qué, a su vez, muestra de qué forma se va a llevar a cabo lo creado, hasta ese momento, por medio de la lluvia de ideas ya establecida y ordenadas de manera esclarecida y expuesta ante los inversionistas, o, en caso dado, así mismo, en términos reflexivos, a través de un estudio de mercado, buscando que tanto tendrá en impactos sociales y económicos durante el día a día de esta.

Estos, componen muchos aspectos dentro de la organización, así pues, como desde la parte productiva hasta la judicial, donde todo compondrá una relación existente y que esta será la organización en fin de cuentas.

Finalmente, se puede decir que el emprendimiento en Colombia y el plan de negocio, como segunda fase, rinden de manera sustancial una gran manera de forjar nuevos sustentos y crecimientos en términos sociales y económicos, donde

delibere, y potencie muchos prospectos que el país siempre ha recurrido, tal vez, en muchos casos no existan oportunidades para evolucionar por medio de esto, pues, existen diversas excusas, qué, de cierta forma son entendibles, como la debilidad en el PIB de Colombia, el neoliberalismo puro que existe desde décadas anteriores, los altos impuestos o la falta de dinero para iniciar una inversión, pero esto, a su vez compone en su prólogo incurrir en estrategias que tenga que ver con la composición de alternativas a todo lo común, donde existe apoyo gubernamental, con los fondos de emprendedores, o en el mismo caso de la entidad del SENA, que tiene concursos anualmente para invertir en nuevos modelos de negocio que tengan mucha nivelación a traer nuevas oportunidades de empleo para los colombianos, y motive, surja y potencie la economía colombiana. En su planeación se debe imponer un modelo de plan de negocio muy elegante y fino, en su concordancia, la proporción de una idea muy interesante para la atracción pura del público objetivo.

3 CAPITULO II.

MARCO TEORICO

3.1 Marco conceptual

DEFINICIONES

AUTONOMIA: es la capacidad de darse a sí mismo la ley; respecto del concepto moderno de autonomía surge principalmente con Kant y da a entender la capacidad del sujeto de gobernarse por una norma que él mismo acepta como tal sin coerción externa, corresponde al acto de gobernarse el mismo, es tener el valor de encontrar un fin que no sea él mismo.

Stuart Mill, en calidad de delegado de la ética denominada utilitarismo, considera la autonomía como la perfecta ausencia de coerción sobre la capacidad de acción y pensamiento del individuo, a este personaje únicamente le interesa que el individuo pueda hacer lo que desea sin ninguna clase de impedimento; plantea la individualidad de la autonomía, su universalidad y el aspecto que es fundamental en Kant.

La conclusión de la autonomía de los sujetos es un derecho que debe ser respetado. Para Kant, no respetar la autonomía sería utilizarlos como medio para otros fines; sería imponerles un curso de acción o una norma exterior que va contra la esencia más íntima del ser humano; se confunde y se superpone el concepto de libertad con el de ser autónomo. De la misma manera que no puede haber un auténtico ser humano si no hay libertad, tampoco puede haber ser humano donde no haya autonomía. Stuart Mill por su parte, también reivindica la importancia de la autonomía porque considera que la ausencia de coerción es la condición imprescindible para que el hombre pueda buscar su valor máximo que sería la utilidad para el mayor número. Una persona autónoma actúa libremente de acuerdo a su plan elegido, en cambio la persona sin ella es controlada por otros o es incapaz de reflexionar y actuar en función a sus propios deseos o planes.

Reglas sobre las teorías de la Autonomía:

Libertad, es el actuar independiente de condiciones o imposiciones

Ser agente, corresponde al actuar intencionadamente respecto de una situación.

Las acciones autonómicas se analizan en función a sus agentes, los cuales actúan:

a) intencionadamente

b) con conocimiento

c) en ausencias de influencias externas que pretenden controlar y determinar el acto.

COMPAÑÍA: se refiere a aquellas sociedades o reuniones de varias personas, que además de elemento humano cuentan con otros elementos como los técnicos y materiales y cuyo principal objetivo radica en la obtención de utilidades o la prestación de algún servicio a la comunidad, es decir, en este caso, la palabra compañía actúa como un sinónimo del concepto de empresa.

COMPETENCIA: es un concepto importante en la determinación del papel que tiene un paciente en la toma de las decisiones médicas que le conciernen. Esto tiene una gran trascendencia, ya que si el individuo es competente, puede tener un papel activo en ellas, pero si es considerado incompetente, son otros los que deben decidir por él. Consiste en la facultad de hacer correctamente una obra o actividad específica.

Criterios de competencia: establecer criterios para algo que ha sido definido en términos generales, es determinar los elementos que deben ser considerados en el orden práctico y concreto para documentar que en un caso particular se realiza lo que la definición propone. Existen dos maneras de abordar los criterios de

competencia: la primera es suponer que somos capaces de evaluar la decisión final del paciente, reconociéndola como correcta o incorrecta, como verdadera o falsa; de esta manera podríamos considerar como incompetentes a todos los pacientes que decidan algo que, desde nuestra perspectiva, es incompatible con sus propios valores, creencias u opiniones.

Podría creerse que las decisiones de un individuo siguen un patrón racional, a través del cual la respuesta a las alternativas que se plantean resulta de un análisis lógico que, partiendo de ciertas premisas, concluye en aquello que se debe realizar; pensar así de las decisiones humanas es no reconocer todo el mundo de la afectividad, de las emociones, de los temores y expectativas que influyen en la voluntad libre del ser humano, es una tarea difícil saber si la decisión de un sujeto o la de un tercero es coherente con principios, valores o creencias, conscientes o explícitas, y es posible que ellas siempre nos resulten misteriosas.

CORPORATIVO: referente a una corporación, conjunto de partes que forman el todo de una empresa.

EMPRENDEDOR: La tecnología y la idea de negocio asociada es clave para la creación de una persona con el perfil de emprendedor; este debe ser la persona que realiza la gestión directiva de los diferentes recursos necesarios para crear la empresa, es el protagonista en la fase de creación de la empresa; la que materializa una idea para que satisfaga las necesidades o deseos de los clientes a través de un producto, sea un bien o un servicio. En la PYME, la estampa del representante, propietario y trabajador a menudo recae en el emprendedor. Se convierte en el punto de partida de la nueva empresa; su figura es condición necesaria, igual que la idea de negocio, y tiene que equilibrar un sistema complejo; al principio debe hacer funciones de hombre-todo; y debe obtener recursos, transfigurarlos en productos y servicios, ofrecerlo a los clientes, obteniendo recursos que le compensen los gastos incurridos y den satisfacción a las partes interesadas.

EMPRESA: es un método que se complementa con su alrededor plasmando una idea, de forma analítica y organizada, en la cual se da satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica; requiere de una razón de ser, una misión, estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación; se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión, la planificación posterior está condicionada por dicha definición.

ESTRATEGIA: el término estrategia, proviene de la palabra griega Strategos, jefes de ejército; tradicionalmente utilizada en el terreno de las operaciones guerreras; y en los últimos años el concepto de estrategia ha evolucionado de forma que, sobre la base de este ha surgido una nueva escuela de administración y una nueva forma de dirigir a las organizaciones, denominada administración estratégica. Las 2 últimas décadas fueron 5 veces más turbulentas que los 80 años anteriores. Los cambios tecnológicos, políticos, la economía global y la crisis social creciente, confirman que el mundo plantea novedad, diversidad y transitoriedad. Este mundo esta lleno de incertidumbre, las variables son cada vez menos controlables, el valor más preciado es la especulación, el manejarse con supuestos, la capacidad de interpretar, estos cambios tienen como límite la creatividad y la innovación de la gente y esto tiene que ver con la estrategia. La estrategia es descubrir, no programar, es guiar, no controlar. Es liderar las ideas. Por estrategia para la administración básicamente se entiende la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando oportunidades y evaluando riesgos en función de objetivos y metas, se recurre a la estrategia en situaciones inciertas, no estructuradas, no controlables, es decir en aquellas situaciones donde hay otro bando cuyo comportamiento no se puede pronosticar.

IDEA DE NEGOCIO: Una buena idea de negocio no lo es, si no puede dar lugar al desarrollo de una iniciativa empresarial plasmada en un plan de empresa viable, desafortunadamente la bondad de una idea de negocio se demuestra siempre a futuro

INICIATIVA: es tener deseos de hacer algo, ponerlo en marcha y procurar que el asunto salga bien, pero no es sencillo describir tan certeramente y en pocas palabras una idea que es compleja. Se trata de un concepto de gran amplitud, pues no basta con tener voluntad de hacer algo, es necesario dar el paso adelante de ponerse manos a la obra y, además, perseverar en el empeño. Es preciso que se den las tres condiciones para manifestar que un sujeto tiene iniciativa; este sujeto, ordinariamente será la persona.

INNOVACIÓN: es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial, no sólo hay que inventar algo, sino introducirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello; también requiere de razón y medida para trasladar las ideas, del campo imaginario o ficticio, al campo de las realizaciones e implementaciones. El concepto Innovar viene del término latín innovare, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad. Son prácticas que, por lo general, se consideran como algo nuevo, ya sea de forma particular para un individuo, o de forma social, de acuerdo al sistema que las adopte, y son:

Competitividad y rentabilidad

Clientes satisfechos

Empleados motivados y comprometidos

Nuevos puestos de trabajo y mejores condiciones de vida

Ampliar y dominar iniciativas, participar la visión con el cliente

Crear en el entorno una cultura que estimule generación de conocimiento.

Innovación es inventar y localizar ideas, elegirlas, efectuarlas y comercializarlas. El desarrollo y la constante investigación, la competitividad, los cursos, las

exhibiciones o ferias, los clientes y todos los empleados de la compañía son un enorme potencial distribuidor de novedosas ideas que generan entradas en el transcurso de la creación; dentro de los procesos de negocio de una empresa se debe considerar el proceso de la innovación que cubre desde la generación de ideas, pasando por la prueba de viabilidad hasta la comercialización del producto o servicio; las ideas pueden referirse a desarrollar o mejorar un nuevo producto, servicio o proceso y para realizar este trabajo de Innovación sistemáticamente nos debemos apoyar en el conocido método de gestión de proyectos.

INTEGRACION: ocupación mediante la cual el director elige y se aproxima de los recursos necesarios para poner en marcha las decisiones previamente establecidas para ejecutar los planes, comprende los recursos materiales y humanos. Sus principios fundamentales son:

El hombre adecuado para el puesto adecuado. Los seres humanos tiene que contar con los aspectos que la compañía asigne para desempeñar un puesto. Los expedientes humanos se obligan a la adaptación de todas las particularidades de la compañía. En los cargos gerenciales altos en los cuales se ubican los puestos directivos y de administración existe adaptación a pasos del hombre hacia la función a realizar, y en los puestos medios e inferiores, es lógico que el hombre se adapte a la función.

Provisión de elementos necesarios. La gerencia debe tomar consciencia de los dispositivos que los puestos requieren para la eficiente realización de su trabajo, debe dotarse a cada miembro de la organización, de los elementos administrativos necesarios para hacer frente en forma eficiente a las obligaciones del puesto.

La importancia de la introducción adecuada. El momento en que el elemento humano ingresa a la empresa es trascendental, pues de él dependerán su

adaptación al ambiente de la empresa, su desenvolvimiento, su desarrollo y su eficiencia dentro de la misma.

NEGOCIOS: consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas. La creación de una página Web es una idea renegocio, en el cual se brinda asesoría gratis sobre negocios, y se gana dinero por la publicidad que se coloca en ella. Un negocio es una objeto fundado o concebido con el fin de obtener dinero a cambio de la realización de determinadas actividades de producción como una fábrica de muebles, comercialización como una tienda de repuestos de autos o una distribuidora, o la prestación de servicios como un restaurante o un taller de mecánica, que beneficien a otras personas.

3.2 ANTECEDENTES

Debemos dejar claro que ser emprendedor y ser empresario no es lo mismo. Ser emprendedor se refiere a ser una persona que siempre busca nuevos retos, que siempre busca nuevos objetivos y trabaja en cumplirlos. Y ser empresario es aquella persona que ve oportunidades de negocio, las lleva a cabo y busca generar sustentabilidad.

Por lo tanto, es claro que para ser empresario, se requiere ser emprendedor ya que este es el primer paso para iniciar un proyecto, pero si eres emprendedor no necesariamente debes convertirte en empresario, ya que los objetivos de un emprendedor pueden ser distintos al objetivo de crear una empresa.

Colombia, tiene que migrar al emprendimiento de alto potencial, innovador y diferenciado. En el 2009, el país ocupaba el tercer lugar en el mundo en materia de emprendimiento, después de Tailandia y Perú. El tercer puesto fue obtenido según

el estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM). A primera vista, esta es una grata noticia pues evidencia el espíritu empresarial de los colombianos y muestra un buen panorama para la siguiente década.

Pero no todas las noticias son favorables, el estudio demuestra que el país enfrenta dos grandes retos: solo el 14% de las nuevas empresas se crean en un marco de formalidad, y la mortalidad empresarial es creciente, pues mientras se da una tasa de creación de empresas de 22,48%, la tasa de cierre de compañías es de 10,52%.

En la última década, el emprendimiento ha sido tema de agenda del país y hay una explosión de jugadores, como el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena); incubadoras de empresa, universidades, cámaras de comercio, cajas de compensación, cooperativas, entes territoriales y nacionales y grandes compañías. Pero el impacto aún es limitado porque los esfuerzos son aislados y por las características propias del emprendimiento: muchos lo ven como una estrategia de subsistencia y no como la posibilidad de crear empresas dinámicas, capaces de crecer y obtener altas rentabilidades que generen valor. Esto significa que las empresas nacen por necesidad y no por oportunidad.

Por esto, el emprendimiento se convierte en una opción para la transformación productiva que permita forjar compañías en sectores donde se tiene potencial internacional y no es coincidencia que instituciones internacionales como Endeavor estén analizando proyectos colombianos con alto potencial para permitirles pasar a siguientes estadios de evolución.

Hacia el año de 1990, de acuerdo al Censo Económico Nacional del DANE, en Colombia existían 948.324 microempresas de menos de 10 trabajadores, que representaban el 94.7% de las 1.001.398 empresas encuestadas, claro que dicho número podría haber sido mayor, pues la cultura de sus propietarios por eludir aspectos legales, los llevaba a desarrollar sus actividades al interior de viviendas o “a puerta cerrada”, sin contar por lo tanto con avisos que permitieran su fácil ubicación. Lo cierto es que el PNDM de alguna manera incidió para que algunas

microempresas se formalizaran, así se evidencia en el estudio de 1995 del extinto IFI y CONFECAMARAS, que del total de 407.235 empresas inscritas en las Cámaras de Comercio del país, 86% eran microempresas. Se podría desde este punto de vista afirmar que Colombia se convirtió en un potencial semillero natural de emprendimientos.

Por su parte, COLCIENCIAS en los inicios de la década del 90, y contando con la posterior Ley de Ciencia y Tecnología, adelanta entre otras importantes actividades, la de promover la constitución de incubadoras de empresas de base tecnológica. La primera hacia 1994 fue INNOVAR en Bogotá y alrededor de esa época se adelantó una experiencia en Pereira que no perduró, luego aparecen la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia, la de Santander y Cali. Hoy gracias al impulso del tema por parte del SENA suman ya 34 de ellas que hacen parte del Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas, algunas en su fase de arranque, a través del cual se ha promovido la conformación de 801 empresas que han aportado 6.901 empleos.

La Cámara de Comercio de Bogotá por su parte, estableció el Centro Nueva Empresa, que en el 2005 obtuvo como resultado la creación de 1.283 empresas, y además incursionó en la realización de la “Feria de Jóvenes Empresarios”, que en sus dos versiones en Corferias ha contado con la participación de 547 emprendedores. Actualmente lidera la constitución del Centro de Emprendimiento de Bogotá.

Complementario a ferias de emprendimiento, un necesario medio de identificar oportunidades de negocio, de mercadeo de productos y servicios con lo cual se actúa en una de las grandes dificultades de las nacientes empresas, se volvió casi una constante en muchas universidades, así como las denominadas Expo emprendimiento con la participación de 9 Regionales del SENA que durante el último año, promovió 200 proyectos emprendedores, con ventas cercanas a los 63 millones de pesos.

También es de reconocer como en contados casos se han producido intentos fallidos como el de Fundaempresa Bogotá, que no dio sus frutos esperados, pero que en su corta existencia aportó al desarrollo del tema, mientras que otros programas como el Presidencial “Colombia Joven”, pretende que 900 empresas estén participando en ruedas de negocios y la sensibilización en emprendimiento de 14.000 jóvenes. Además, ha liderado la constitución de la Corporación Emprendedores Colombia con sus usuarios.

Entretanto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha promovido la Cátedra de Creación de Empresas con Impacto Nacional y Futuro Internacional – CEINFI, que cuenta con 247 instituciones de educación superior inscritas y 15 colegios, 41.379 estudiantes inscritos, y 971 planes de negocios desarrollados, y ha liderado y operativizado junto con la Incubadora de Antioquia la Cátedra Virtual de Creación de Empresas de Base Tecnológica, que ha contado con 2.062 participantes apoyados con TICs. Actualmente el Mincomercio lidera a nivel de los Consejos Superiores de Microempresa y de PYMES, la mesa temática de Emprendimiento y Creación de Empresas.

En virtualización, está el aporte del SENA con la Cátedra de Pensamiento Empresarial que incluye un modelo de plan de negocios que ha generado un hito en un medio donde no existe mayor cultura en la formación virtual, pues con en el uso de la Internet, más de 20 mil emprendedores han participado desde el 2004, Otra manera de sacar a flote son los concursos de planes de negocio, cuyos ganadores han sido favorecidos con llamativos premios, siendo las experiencias más reconocidas la de Ventures, que desde el 2000 ha inscrito en las diferentes convocatorias anuales unos 5 mil emprendedores, y el Desafío SEBRAE originario del Brasil, que es operado en Colombia por ACOPI y el CINSET, logrando que 656 grupos emprendedores compitieran alrededor de una idea de negocio.

No despreciables son tampoco los 331 microemprendimientos con créditos promedio cercanos a los 500 mil pesos, que han generado 897 empleos, a través

del Programa de Promoción de Derechos y Redes Constructoras de Paz liderado por la Consejería Presidencial de Programas Especiales.

Respecto a legislación, se agrega en este recorrido favorablemente la Ley MIPYME que incluye un capítulo referido a la creación de empresas, adicionalmente se cuenta con la Ley 1014 de enero de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento. No es todo lo que se esperaría, pero estas permiten avanzar progresivamente en el proceso emprendedor colombiano.

En los propósitos de difundir cultura emprendedora, teniendo en cuenta que en algunos países desarrollados los medios masivos de comunicación se convierten en fuente de motivación dando a conocer experiencias exitosas de emprendimientos, es loable en nuestro medio la iniciativa y labor, muchas veces limitada por falta de recursos o patrocinadores, de algunos medios como la T.V., radio y prensa, especialmente del nivel local, así como el de algunas entidades, caso SENA con el boletín virtual E-Emprendedor. Igualmente, en campos poco explorados como el teatro, tal es la obra “Cada quien quiere hacer de su empresa la mejor presa” involucra el tema de aprender a desarrollar un plan de negocios, en la que además del humor se ve reflejado el compromiso, dedicación, pasión, perseverancia y creatividad que inspira y motiva a los emprendedores.

3.3 EL EMPRENDIMIENTO

3.1.1 **DEFINICIÓN DE EMPRENDIMIENTO**

El emprendimiento es un concepto muy utilizado actualmente a nivel mundial, no obstante que ha estado todo el tiempo del ser humano presente, en el último siglo se ha desarrollado con más ahínco, es una palabra que ha tomado importancia, ante la necesidad de resaltar los invariables y progresivas dificultades económicas.

Este término viene de la palabra en francés entrepreneur que traduce pionero, reseña la capacidad de una persona para realizar un arrojo adicional para conseguir un objetivo; además es utilizada para reseñarse a una persona que comienza una firma o propósito, después se aplicó a los empresarios que se hicieron los innovadores en una actividad que agrega valor a un producto, proceso o servicio que ya existente.

Entonces el emprendimiento es la actitud y aptitud de la persona o empresa que emprende nuevos retos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso mas, ir más allá de donde ya ha llegado, lo que hace que una persona o compañía esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

3.1.2 **IMPORTANCIA**

En la actualidad la el término emprendimiento ha adquirido un puesto importante debido a la necesidad que tienen muchos individuos para lograr el grado de independencia laboral y la estabilidad económica propia, esto debido a los altos niveles de desempleo, y la baja característica de calidad de los cargos existentes, ha generado en las personas, el deseo de crear sus oportunos y propios recursos, empezar sus negocios, y dejar de ser empleados y pasar a ser empleadores; sólo se requiere un espíritu emprendedor, para que lograr lo que se quiere, tener determinación para renunciar a la estabilidad remunerativa que se tiene con un

empleo y querer ser empresario, sin olvidar que el ingreso del empresario no es el mismo cada mes ni tampoco fijo en determinada fecha, puede ganar mucho más o puede percibir menos, pero en el sentido de superación y las ganas de salir adelante, recibirá como premio a su esfuerzo mucho más de lo que recibía trabajando para una compañía.

En casi todos las naciones Latinoamericanas, muchos profesionales obtener un salario decente se logra solo a través del desarrollo de un plan de su propia iniciativa, debido a que el nivel de desempleo, por sus economías, está alrededor del 20%, por lo que resulta de urgente e importante encontrar alternativas que generen trabajo y permitan que la calidad de vida de la población mejore, para vivir dignamente.

Los estados comenzaron a entender claramente la importancia de este emprendimiento y sus resultados en la economía de un país, de tal forma que actualmente inician programas para brindarle apoyo a emprendedores, y colaborarles con el propósito de crear su empresa, y en casi la mayoría de los países, se han establecido entidades que se dedican con exclusividad a promover la creación de compañías formadas por profesionales, con un objetivo y conocimiento específico para ofertar un producto o un servicio.

El ofrecimiento de la mano de obra, crece a ritmos más acelerados que la economía, por lo que es imposible ofrecer un trabajo para cada miembro de la población; los países latinoamericanos no cuentan con la capacidad para subsidiar el desempleo como lo hacen algunos países de Europa, la única alternativa para garantizar a la

población el camino para que obtenga los recursos necesarios para sobrevivir, es convertir el asalariado en empresario.

Frente a estas características económicas, el emprendimiento es la vía de salvación para muchas personas y sus familias, de tal forma que les permita emprender proyectos productivos para generar sus propios ingresos, acorde con la labor realizada, y poder mejorar su calidad de Vida, importante saber que sólo a través del emprendimiento un individuo será un triunfador ante situaciones críticas, sin importar si cuenta con un gobierno que respaldo esta capacidad y se encuentre en disposición para ofrecer la respectiva ayuda en los momentos difíciles. El emprendimiento es la vía correcta para crecer económicamente, ser independientes, y tener calidad de vida de acuerdo con las expectativas de cada uno, para lo cual debe desarrollarse una cultura de emprendimiento orientada a dominar la obstinación de algunas personas para que dejen de ser dependientes.

3.3.3 LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

La cultura del emprendimiento es una forma de vivir, ganar, pensar y actuar, orientada hacia la formación de riqueza, mediante el aprovechamiento de las oportunidades encontradas, el desarrollo de un objetivo general y global, con un alto sentido de liderazgo equilibrado, el calculo de una gestión de riesgo, del cual el resultado será el nacimiento de un valor agregado que beneficia al emprendedores, su familia, la empresa que crea, la economía y la sociedad.

3.3.3.1. Origen: El emprendimiento se remonta a la historia de la humanidad, ya que en toda su trayectoria ha luchado por la superación, para encontrar óptimas formas para desarrollar sus planes y mejorar su calidad de vida; es un sentimiento propio e innato en el ser humano, siempre lo ha tenido y ha estado presente en su proceso evolutivo, aunque se ha desarrollado más en unos, o no se ha concluido su proceso en todos los hombres; este concepto marca la diferencia entre el hombre y todos los demás seres vivos que habitan el planeta, y la prueba está en que todos los otros seres vivos no han evolucionado, mientras que el hombre si ha progresado rápidamente.

3.3.3.2 Acción emprendedora: el emprendedor es un individuo con posibilidades para innovar, con la suficiente capacidad para generar bienes y servicios creativa, ética, metódica, efectiva y responsablemente; ésta acción emprendedora es toda acción que innova y crea a través de un proceso organizado de relaciones interpersonales, manejo de recursos adecuados, un objetivo orientado con fines lucrativos y de aporte a la sociedad, una acción emprendedora que tenga la capacidad de constantemente crear con características como la utilidad y el valor.

3.3.3.3 Cultura del Emprendimiento: corresponde al conjunto de valores, hábitos, creencias, ideologías, modas y normas, que coopera con el desarrollo de un grupo de personas hacia el emprendimiento, surge entonces la interrelación social, y la generación de patrones de comportamiento en colectividad, con el propósito de establecer una identidad que lo identifique y diferencia de otro grupo.

3.3.3.4 La formación para el Emprendimiento: es la que indaga el progreso de la

cultura del emprendimiento con funciones basadas en la columna de aptitudes básicas, profesionales, ciudadanas, laborales y empresariales en el marco del sistema educativo y su aporte al sector productivo.

3.3.3.5 Principios para el desarrollo de la cultura del emprendimiento:

La implementación completa en características en el adelanto integral del hombre, la comunidad y la sociedad; y la formación de valores como la autoestima, autonomía, sentido de propiedad y arraigo a una comunidad, trabajo en equipo, asociaciones mediante la colectividad definida, solidaridad, desarrollo de la innovación, instigación para iniciar la investigación de mercados y sectores económicos y el constante aprendizaje.

Fortalecer el desarrollo del trabajo en asociaciones o equipos, alrededor de proyectos que sean productivos y que sean de responsabilidad social.

Creencia en la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de los seres humanos como individuos e integrantes de una sociedad.

Ayudar en los procesos de emprendimiento para que sean sostenibles desde lo social, cultural, ambiental, económica, regional y local.

3.3.3.6 Fomento de la cultura el emprendimiento: es cabal iniciar un proceso de desarrollo desde los primeros lapsos de vida de los hombres, para educarlos en estrategias que los encaminen para convencer a la persona que sólo a través de la creación de proyectos que sean realmente productivos se puede alcanzar el triunfo personal y económicamente; desafortunadamente el sistema educativo en Colombia se ha enfocado a formar empleados y asalariados más no empresarios; y no solo el sistema educativo, también la misma estructura familiar y social llevan a

las personas a ser empleados y no emprendedores; e crecer pensando en emplearse y ganar un sustento fijo para sobrevivir, no pensar en crear y a determinado plazo alcanzar metas más rápido que si se es empleado, con ideas innovadoras de empresa sostenible y encaminada al éxito.

3.4. COMPROMISO DEL ESTADO

El emprendimiento, paso a paso se ha convertido en una añadidura a la vida laboral de los trabajadores; aún cuando la articulación económica internacional no es la mejor, el empleo tiende a desaparecer rápidamente, y en parte porque los sueldos de los empleos actuales no se incrementan sino que descienden de a pocos; las personas que quedan sin empleo, muy difícilmente encuentran un nuevo trabajo, y generalmente tienen que recurrir a buscar otras alternativas de ingresos que viene hacer la representación del emprendimiento.

Quienes conservan su trabajo, ven sus sueldos ir en disminución y para mantener un determinado estilo de vida o la capacidad de pago para no faltar a sus obligaciones, adquiridas cuando podían sostenerlas, recurren a esa otra opción de ingresos y trabajo para mantener sus ingresos al mismo nivel, o superior, por lo que actualmente muchas personas aparte de su trabajo regular, tienen otra fuente de recursos como un taxi o un negocio de menudeo, y si bien a esto se le denomina emprendimiento básico, es porque de ahí se da inicio a la cultura del emprendimiento, y el convencimiento de que este es la mejor alternativa para mantener o mejorar los ingresos.

Mientras más cruda sea la crisis económica y laboral a nivel mundial, para Colombia y su población, será una excelente oportunidad para que los grandes

emprendedores inicien otras formas alternativas para obtener ingresos, y sin duda alguna quien siga este camino, aun cuando la crisis haya pasado, será quien mejores resultados obtenga y manifestará sólo argumentos positivos.

3.5. PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Para tener las características de un emprendedor es necesario tener determinado perfil, aptitudes y características en su personalidad, y aunque es difícil identificarlas claramente, los principales aspectos a destacar en un emprendedor, son:

3.5.1. Factores o aspectos más relevantes:

Tener una personalidad idealista y astuta, inquietada por hacer dinero más no obsesionados.

Que se sienta interesado por el poder, la autonomía, los riesgos con medida y planificados, todo esto en conjunto.

Disfrutaren demostrar y demostrarse lo que se puede, sabe y vale como individuo de acciones emprendedores.

Tener la capacidad para concentrarse en la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas, con carisma, mística y esperanza respecto al emprendimiento propuesto.

No tener todo claro, tener miedos y temores como todo ser humano, pero aún así continuar.

Tener la capacidad de sacrificio por sus objetivos y metas sin perder la cordura, ser ansioso y estar en constante búsqueda de un producto o servicio que sea superior, diferente y destacado en calidad.

Sentir gusto por dejar su marca en la vida a través de su emprendimiento, y están convencidos que el éxito es 99% transpiración y 1% inspiración.

Tener plena conciencia que pueden existir equivocaciones paro también la certeza que del fracaso siempre se obtienen excelentes resultados.

3.5.1. Aspectos generales del perfil del emprendedor

Autoconfianza: consiste en la capacidad del individuo en creer en sí mimo, y en la posibilidad de conseguir sus metas personales; la persona emprendedora tiene que tener confianza absoluta en su proyecto y en que está preparada para sacarlo adelante, toma decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí misma, aunque puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado. Debe saber que puede extender su confianza a las personas que van a formar parte de la empresa, esta capacidad está estrechamente relacionada con la autoestima personal y se relaciona directamente con algunas habilidades de liderazgo como la motivación.

Orientación al logro. es la permanencia para conseguir metas y objetivos personales, como emprender un negocio; el emprendedor tiene que saber dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo, por lo cual la orientación se relaciona con capacidades como la voluntad de finalizar correctamente las tareas que se comienzan, con la energía vital y con el entusiasmo, necesarios para conseguir logros de largo recorrido.

Asunción de riesgos: Es la predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial. La persona emprendedora asume riesgos, pero éstos deben ser calculados; el proceso de creación de una empresa no se acomete de manera aleatoria, se analiza el entorno, se diseña el producto o servicio, se analiza la viabilidad del negocio y se establecen unos resultados previsibles para su actividad. A futuro es contraproducente pretender apoderarse de muchos riesgos cuando la realidad manifiesta lo contrario, o desempeñarse en un ambiente inseguro, por lo cual es necesario calcular los riesgos de cada decisión una de las tomadas para evitar molestias futuras.

Expectativa de control. Es la capacidad que tiene la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones. Existen ocasiones en que la persona emprendedora puede culpar de sus propias decisiones a otras personas o circunstancias, esto sucede porque su expectativa de control es externa, es decir que considera que el resultado de sus acciones se debe a la suerte o a causas no relacionadas con su conducta, cuando realmente es necesario que su expectativa de control sea interna y asuma la independencia de sus acciones con respecto al entorno y la relación entre su conducta y el resultado.

Tolerancia a la frustración: Se define como la capacidad de persistir en la conducta encaminada a obtener un resultado, a pesar de las dificultades o retrasos que hayan de enfrentarse; es una cualidad fundamental en la persona emprendedora, porque va a tener que enfrentarse a retrasos, dificultades o imprevistos que le pueden llevar al desengaño y al fracaso; es normal que no todo salga bien al primer intento y tropezar varias veces, pero también es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar.

Orientación comercial: Es la que tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración; las habilidades o competencias más directamente relacionadas con este rasgo son las que tienen que ver con las habilidades de comunicación interpersonal, negociación y venta. La persona emprendedora no actúa alejado, el desarrollo de su proyecto, su puesta en marcha y su crecimiento y éxito van a depender de las relaciones que establezca en diferentes ámbitos, por lo que conviene que tenga facilidad para las relaciones personales, para la comunicación y para la negociación, claro está que debe tener habilidades para la venta y una fuerte orientación al servicio del cliente.

3.5.2 EL EMPRENDIMIENTO NO CUENTA CON UNA RED DE SEGURIDAD

El emprendimiento no cuenta con un sistema de seguridad con el fin de evitar a un plazo determinado que el emprendedor se arruine en el inicio de un proyecto; la red de seguridad que ofrece una profesión, trabajar para una empresa en especial pública, no existe en el emprendimiento; cuando se emprende, si se equivoca se paga y probablemente se fracasa, algo muy diferente a cuando se trabaja para un tercero, donde a mucho lo despiden y luego consigue trabajo en otro lado.

Un emprendedor de tiempo completo, no trabaja a medias, dedica toda su energía al proyecto iniciado, de tal forma que si el proyecto es toda su vida, y lo pierde, se

encontraría en serios problemas; entonces la única red de seguridad que puede construir un emprendedor, es teniendo varios proyectos de emprendimiento, de modo que si uno fracasa, los otros le respaldarán, el problema es que para la gran mayoría de emprendedores, no se tiene sino un solo proyecto, con el que se inicia, de hecho todo emprendedor inicia con un proyecto, de modo que el riesgo de sufrir una caída libre es muy alto, y este riesgo no significa que no se deba emprender, significa que se debe planear y se debe prever el riesgo.

Debe tener conocimiento que el riesgo controlado y calculado, no es malo, lo único verdaderamente malo es reformar, hacer algo para lo que no se está preparado, el riesgo es necesario, de lo contrario no se puede innovar ni enfrentar a la competencia, debida a que el miedo al fracaso es una barrera que le impide a una persona para iniciar un proyecto de emprendimiento, temor que es infundado por un verdadero emprendedor, porque aunque fracase, y no cuente con un sistema de seguridad, encontrará en su fracaso una perfecta oportunidad para comenzar y mejorar; hay que asumir riesgos, y preverlos con la absoluta conciencia que no cuenta con una red de seguridad.

3.6. EL EMPRENDIMIENTO Y LAS BARRERAS DE ENTRADA

Al evaluar el inicio de un proyecto de emprendimiento, uno de los elementos a tener en cuenta son las barreras de entrada que hay en el sector elegido para emprender; algunos sectores económicos presentan elevadas barraras de entrada, por lo que se hace muy difícil la entrada a nuevos competidores. Cuando existen barreras de entrada elevadas, ingresar a ese mercado exige grandes inversiones iniciales, lo

cual puede ofrecer demasiado riesgo para empezar, puesto que una vez se logre ingresar al mercado, se debe seguir luchando por permanecer en él, y no es fácil si de entrada se requirió de buena parte de los recursos disponibles.

Los sectores de alta tecnología, como los farmacéuticos o los mineros, exigen grandes inversiones iniciales tanto económicas como tecnológicas, por lo que se el que desea emprender un negocio se encuentra ante una barrera de entrada supremamente difícil de afrontar. En sectores monopolizados como los grandes centros comerciales, también exigen grandes inversiones para el menos considerar la posibilidad de incursionar en el mercado, y es un hecho verídico que un sector dominado por tres o cuatro grandes empresas, estas mismas harán hasta lo imposible para impedir el ingreso de nuevos oferentes, por lo que pensar en emprender en sectores de este tipo, es exigente y hasta arriesgado.

Para el típico emprendedor que más que dinero tiene buenas ideas y muchas ganas de trabajar, lo mejor es emprender en sectores donde las barreras de entrada sean mínimas, para ello hay que evaluar reflexivamente el nivel de las barreras de entrada, puesto que si se inicia un proyecto sin el conocimiento pleno de lo que se tiene que invertir para ingresar al juego, puede significar que de entrada el emprendedor se vea en graves problemas financieros.

Existen mercados que son engañosos, que en principio parece que no se requiere de mucha inversión para iniciar, pero luego se descubre que para sortear la competencia, los proveedores e inclusive los clientes, se requiere de una gran cantidad de capital de trabajo, lo cual indudablemente que es una barrera de entrada; no es raro por ejemplo encontrar que en el sector elegido para emprender, sólo es posible conseguir insumos con unos pocos proveedores, y resulta que estos proveedores son filiales de la competencia, o tiene acuerdos ocultos con ellos, lo

que es suficiente para desanimar a más de un emprendedor que no tenga los recursos necesarios para hacer frente a una situación así, y esto es sólo un ejemplo de las muchas barreras que se pueden encontrar cuando apenas se inicia.

3.6.1 LA INCONFORMIDAD COMO BASE DEL EMPRENDIMIENTO

El número de personas que nacen con el espíritu emprendedor es mínimo, y ser emprendedor es el resultado de una evolución, en la mayoría de los casos por malas experiencias como dependiente de una compañía; las personas inician como empleados, debido a que la cultura y el sistema educativo en Colombia son diseñados para sacar profesionales universitario al mercado laboral para otros, y no diseñado para crear empresarios de competencia, por la que la gran mayoría de las personas inician como empleados y muy pocas pasan a ser emprendedores, debido que para dar el salto de empleado a emprendedor, es necesario estar inconforme con la situación de empleado; aún cuando en ocasiones la resistencia es tan fuerte, que ni siquiera es suficiente estar inconforme con la vida de asalariado, sino que no se piensa en ser emprendedor hasta no ser despedido del trabajo, y lo que es aún mas preocupante es que existen muchas personas que no ven el emprendimiento como una alternativa de superación ni después de ser despedidos y estar desempleados, porque para muchos, el emprendimiento es la última alternativa posible que podrían considerar, y solo la tendrán en cuenta cuando se encuentren en total inconformidad con la forma como se ganan la vida.

Cuando la persona está conforme en la situación en la que se encuentra, ahí se queda, porque su forma d e pensar no le permite moverse de ahí; lo que lleva al hombre a dar un paso importante es el inconformismo, con un sueldo siempre igual

y que alcanza cada vez para menos, por la rutina en el trabajo, por no poder sobresalir en su labor, y por trabajar más por menos.

El conformismo es el único obstáculo para comenzar la carrera como emprendedor, porque el gusto por estar donde se trabajo, no permite encontrar motivos para querer llegar más lejos o iniciar nuevos desafíos, debe estarse en absoluta inconformidad con todo lo que se hace y aspirar a más de lo que se ha conseguido; cuando se tiene más dinero obviamente se quiere tener más, ya que el dinero es el motivo para el desarrollo económico de las personas y de la sociedad, gracias a que existen personas que a diario quieren aumentar su riqueza, la humanidad siempre está en constante lucha por alcanzar un nivel desarrollo social, académico, económico y estable, el que no quiere tener más, nunca va alcanzar niveles más altos del que tienen en un momento de terminado.

La inconformidad tiene que ser fiel compañera en todo lo que se haga, es el motor que impulsa al hombre para iniciar nuevas actividades y explorar otros horizontes; solo cuando el trabajador se encuentra inconforme con el cumplimiento de horarios, recibir órdenes, memorandos, pedir permiso, y el cumplimiento de la rutina de todos los días, sólo entonces considera la posibilidad de iniciarse como emprendedor; y cuando ya es emprendedor, debe permanecer siempre inconforme con lo que logra, pues sólo así logrará expandir su negocio, alcanzar nuevos clientes, y lograr nuevas y más altas metas que las que se fijó inicialmente.

3.6.2 LA INFORMALIDAD COMO FUENTE INCIPIENTE DE EMPRENDIMIENTO

Cuando el DANE hace públicas los datos estadísticos respecto a la tasa de desempleo en Colombia, se hacen manifiestas las opiniones sobre el alto porcentaje

de subempleo o informalidad en la población activa, que se hace común denominador con la mayoría, lo que se convierte en un grave problema; en Colombia ser o tener la obligación de ser informal, significa dedicarse a lo que comúnmente se denomina el rebusque, que consiste en ganarse la vida con su propio negocio, aunque ser independiente es negativo, y consecuencia de pobreza, pero no tiene que se de esa forma; la informalidad, es una forma de emprendimiento incipiente, no se tiene el pleno conocimiento respecto sobre cómo iniciar, actuar y mantenerse, pero es valioso; todos los vendedores dedicados a la informalidad, tienen esa semilla de emprendimiento, el deseo de ser empresario, sólo que por muchos motivos no lo pueden desarrollar a cabalidad, y esto en vez de ser negativo, es principalmente positivo, un vendedor ambulante es un micro empresario con la habilidad y determinación para obtener sus ingresos sin ser asalariado, y aunque en Colombia esto no es aprobado, en la actualidad existen muchos trabajadores informales, que no se cambian por un asalariado en una empresa, porque independientemente de su carácter de informales, tienen acceso a ingresos aceptables para mantener a su familia, libertad para implementar sus ideas, convirtiéndolos en un gran potencial de generación de empresas, oportunidades y empleos; en lugar de definir políticas orientadas a incorporar estas personas emprendedoras y microempresarias al mercado laboral, lo importante es diseñar e implementar políticas encaminadas al apoyo real y efectivo para estas personas que tienen el privilegio, la capacidad y competencia para hacer negocios.

Vender un producto en un semáforo y venderlo en una cadena de almacenes, tiene el mis procedimiento, y atrás de estas dos situaciones, existen personas con capacidad para el negocio, por lo que no debe desconocerse el gran e innato potencial que poseen estos trabajadores informales para hacer negocios y crear empresa. Es característica de un emprendedor hace de algo negativo algo positivo, es convertir un problema en solución, y es lo que hacen a diario millones de colombianos que tienen en el rebusque su sustento, y tristemente el estado no se ha dado cuenta de esta realidad, porque el mismo Gobierno no tiene el carácter de

emprendedor, no lo es, no hay emprendedores entre sus mandatarios ni gobernantes, y si lo fueran entonces no estarían como funcionarios públicos, sino por el contrario liderando empresas de éxito, entonces no se puede pretender que el Estado busque e implemente apoyos para estas personas, cuando ellos no cuentan con esta cualidad, y lo que han considerad por muchos años como un problema, es un diamante en bruto que se puede convertir en la solución para erradicar o disminuir drásticamente el desempleo, la pobreza y subdesarrollo.

3.6.3 DECIDIR SER EMPRENDEDOR

La decisión para ser emprendedor es una decisión personal, es común hablar con personas que laboran en empresas como asalariados, y se encuentran allí, porque no han tenido otra salida laboral; no se trata de excusar al medio, las circunstancias, la situación económica, en cualquier otra cosa para justificar el hecho de no emprender, porque lo único que se necesita es una idea y obviamente las ganas y la decisión de emprender. Las condiciones nunca serán perfectas y jamás se verá el momento perfecto para emprender; si bien es cierto que el medio puede ser difícil, también es verdad que no puede ser un obstáculo inmovible para iniciar un proyecto, para desarrollar una idea, porque son las dificultades las que generan retos y méritos para el emprendedor. Cuando una persona no está en condiciones de enfrentarse a las dificultades, de sortear situaciones de incertidumbre y presión, no es una persona que tenga un perfil de emprendedor, y cualquier proyecto que iniciara sería seguramente un fracaso, aun si dispusiera de todos los recursos y condiciones necesarias. La disposición para emprender un negocio no es cuestión de disponible, o de tener todo al alcance, es la capacidad y voluntad de una persona para concebir una idea y desarrollarla sin la disponibilidad de óptimos recursos; no existe virtud ni valor cuando se desarrolla una idea y se tiene todo a favor, el emprendimiento es total cuando se inicia con todo en contra y se llega al éxito y permanencia con perseverancia y empeño.

La capacidad real y de valor del emprendedor y de un empresario, es hacer frente a los desafíos con ingenio y constancia, que es una permanente que debe tener presente en todo momento, y sólo los individuos con la habilidad y capacidad para encontrar remedios y alternativas, será el que obtenga el éxito, y no quien sigue pensando que por culpa de los demás, sus temores, el gobierno y sus políticas, la economía, es que no ha podido crear empresa; el único incapaz de crear una posibilidad de negocio y materializarla es el que sigue a la espera que otro lo para luego pedirle la oportunidad de trabajar allí, cuando realmente cada persona es la que toma la decisión de iniciar y crear su propia empresa o por el contrario pasarla de empresa en empresa buscando trabajo.

3.6.3.1 La plusvalía una razón para ser emprendedor: La plusvalía, criticada por todos los anticapitalistas y casi todos los trabajadores, es una razón poderosa para ser emprendedor, es el valor o riqueza generada por el trabajador de la que se apodera el empresario o capitalista, que se queda con parte de la riqueza generada por la fuerza de trabajo de sus empleados, y esa riqueza generada por el empleado de la que se le despoja una parte, es la remuneración del empresario o capitalista. Bien, si no se quiere que el trabajo que las personas ejercen alimente la plusvalía que va a parar al bolsillo del capitalista, es hora de emprender, hacer lo que hacen los empresarios, lo que hace el capitalista, y pasarse al otro lado, de esta forma no existirá plusvalía, puesto que la riqueza generada por el trabajo de cada uno será 100% de él, es decir que toda la plusvalía irá a manos de quien realmente la trabaja; entendiendo con la debida anticipación que ningún empresario, capitalista o emprendedor trabaja gratis, necesita una remuneración para sobrevivir, para mantener el capital que conserva viva la empresa que genera empleo y plusvalía, sin olvidar la responsabilidad social que debe tener todo emprendedor, empresario o capitalista: plusvalía con responsabilidad social.

3.6.3.2 La importancia de conocer el lado negativo del emprendimiento: Al falso emprendedor hay que detectarlo a tiempo, si es que el mismo no se detecta, y eso se logra dejándole claro tanto lo bueno como lo malo de emprender y que él sea quien decida como se inclina la balanza. Las frustraciones en la labor para alcanzar el emprendimiento se dan porque el emprendedor no es competente, o porque no tiene el perfil o aún teniéndolo no es capaz de considerar aspectos relevantes en un determinado proyecto. Un individuo puede realizar una labor que no le agrade y sobrevivir allí, esto es algo que no se puede en el emprendimiento, si alguien se dedica al emprendimiento por las razones que el considere importantes, las probabilidades de fracaso son elevadas, puesto que el emprendimiento es mucho más exigente que cualquier trabajo que se pudiere conseguir en empresa alguna. Si alguien que decide ser emprendedor y no está preparado efectivamente fracasará, y al verse desilusionada renunciará a todo lo que tenga que ver con el emprendimiento y comienza en el proceso de dejar pasar buenas y futuras oportunidades, y se convertirá en un portador del negativismo frente al emprendimiento, logrando desanimar a otras personas que realmente tengan la genuina capacidad, y es precisamente lo que menos se necesita. Es por eso que se considera importante que la gente conozca lo negativo que puede llegar a experimentar cuando se dedica al emprendimiento, y en ese sentido estar publicando algunos documentos sobre ello. Emprender no significa trabajar menos, por el contrario a lo que muchas personas consideran, emprender no significa que se debe trabajar menos, y por el contrario, al iniciar un proyecto de emprendimiento es cuando más se debe trabajar.

3.7. EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO

El emprendimiento corporativo no es fácil, y las compañías enfrentan innumerables barreras, por lo cual debe tenerse perfectamente claro que para ser competitivo, las empresas deben desarrollar nuevos negocios y perfeccionar las técnicas de los

actuales; el éxito requiere de un balance entre las nuevas y viejas características de la organización, y para que prosperen deben mantener estos dos enfoques en equilibrio, balance que se puede conseguir a través de tres estrategias:

Crear una estrategia a través del ensayo y el error, con el fin de estrechar las opciones, aprender de otros ejemplos, hacerse de prototipos para evaluar modelos de negocio, mantener en constante supervisión el progreso a mediante criterios no financieros y saber cómo y cuándo dejar de lado un nuevo negocio.

Indagar respecto de la mejor composición de nuevos y viejos procesos operativos, contratar personal con experiencia, cambiar radicalmente formas antiguas de pensamiento, fusionar épocas y negocios.

Buscar el balance entre integración y autonomía para asignarla al nuevo negocio y crear responsabilidad corporativa y operativa, e implementar las nuevas estructuras organizacionales.

Concepto: proceso mediante el cual se estimula, canaliza y capitalizan las energías y el espíritu emprendedor de los empleados para generar proyectos innovadores, nuevos negocios y mejoras organizacionales que contribuyan a fortalecer la competitividad de la empresa[1]; definido como que el emprendimiento no es únicamente la creación de empresas, sino también para el lanzamiento de iniciativas para encontrar el entorno adecuado para el negocio y que sea el eje y centro de la propia empresa, conocido en el mundo de los negocios como entrepreneurship, y para le empresa para la cual se es empleado se llama intrapreneurship2.

[1] Sergio Drucaroff y Hugo Mantis, libro titulado "Emprendimiento Corporativo en América Latina: conceptos, lecciones del caso coreano y marco estratégico para promover su desarrollo en la región".
[2] María Julia Prats, directora del Departamento de Iniciativa Emprendedora de IESE Business School

3.7.1. Ejemplos de emprendimiento corporativo:

El de dos empleados de Toshiba[3] que fueron en contra de los parámetros de la empresa y decidieron por cuenta propia iniciar en el mercado de los *notebook*, y obviamente triunfaron primero en el mercado europeo y luego en el japonés.

En la multinacional americana denominada 3M[4], su principal misión fue la de convertirse en la empresa más innovadora y competitiva de cualquier mercado.

La organización OCTANTIS[5] promueve el emprendimiento al interior de sus empresas, ya que es la potenciadora de negocios de la Universidad Chilena, y quien recientemente firmó un acuerdo millonario con MoviStar, con el fin de fomentar el emprendimiento entre sus trabajadores, con la finalidad que asuman su trabajo como si fueran propietarios de la firma y de esta forma mantener sólidas y en permanente crecimiento los 30 empresas más importantes que representan como Xerox, Enap, Shell, Gerdau, Cintac y Chilectra.

Por otro lado Manuel Lorenzo[6] de la City off Knowledge, afirma que el verdadero reto está en hacer comprender a las grandes empresas de la región que esto es más una oportunidad que una amenaza, la mayoría de los empresarios latinoamericanos piensa que es preferible mantener al personal de sus empresas lejos del tema del emprendimiento, y esto no es sino una gran oportunidad desaprovechada.

3.11.2. Para lograr esa éxito, se siguen los siguientes lineamientos:

---

[3] www.toshiba.com
[4] WWW.3m.com.
[5] www.organizationsoctantis.com
[6] Presidente de City off Knowledge

El 30% de las ventas debe provenir de productos lanzados en los últimos 4 años.

El 15% del tiempo de los empleados puede usarse en proyectos de su interés sin necesidad de reportar a sus superiores.

Las unidades de negocios deben compartir tecnologías e información.

Se debe proteger la propiedad intelectual.

Cada división debe desarrollar un producto que rompa con los estándares del mercado.

Emprendimiento Corportativo en América Latina: De acuerdo al estudio realizado por la firma Hidalgo y Kantis, con la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad Nacional de General Sarmiento, los países con mayor índice de emprendimiento corporativo son de mayor a menor, Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, México, Costa Rica, Panamá, Venezuela y Colombia, no obstante la investigación también concluye que el potencial emprendedor en las empresas latinoamericanas está siendo bloqueado debido a que los procesos de surgimiento de iniciativas están centralizados en la alta dirección.

El emprendimiento empresarial no es solo trabajo de las organizaciones, la contribución de los programas ejecutivos y de posgrado en el tema es mayor incluso que el de las universidades, y en la actualidad se habla cada vez con más intensidad del concepto denominado Entrepreneurial Management, que se basa en la formación del ejecutivo desde la configuración de la dirección general y co el entendimiento que todo alto directivo debe tener un perfil emprendedor.

Para ser competitivo, las compañías deben desarrollar nuevos negocios, y las nuevas compañías enfrentan innumerables barreras, puesto que el éxito requiere de un balance entre las nuevas y viejas características de la organización, y a menos que las compañías mantengan estas dos fuerzas opuestas en equilibrio, sus nuevos negocios no prosperarán.

3.8. EMPRENDIMIENTO COLOMBIANO

3.8.1. Potencial creativo para el desarrollo nacional: los Colombianos se han caracterizado y han sido reconocidos internacionalmente por ser gente creativa, trabajadora, que ha aprovechado muy bien la iniciativa propia de la cultura, claro que en algunos casos desafortunadamente mal canalizada en actividades ilegales, que si se hubiesen capitalizado en proyectos lícitos, sin embargo la energía generadora de emprendimiento colombiano no ha parado y día a día adquiere mayor relevancia7.

En el pasado siglo es de reconocer el proceso de industrialización del país, que grandes forjadores adelantaron principalmente en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, sin desconocer los emprendimientos propios en otras localidades con participación de pequeñas y medianas empresas, que en muchos casos han sido escuela de aprendizaje de empresas de familia, algunas de las cuales con el tiempo se volvieron grandes, proceso que adicionalmente se complementó con la instalación de contadas empresas extranjeras.

[7] Ing. Juan Bautista Franco, Grupo Emprendimiento y Fondo Emprender SENA.

Otro ejemplo de emprendimiento que es importante y vale la pena darle el reconocimiento respectivo corresponde al de innumerables compatriotas que con gran esfuerzo, con deseos de solucionar problemas de desempleo, de aprovechar algún dominio o conocimiento tecnológico, o simplemente de gozar de independencia al encontrar oportunidades de negocio, casi de manera empírica e informal, adquirió un desarrollo progresivo desde la década del 70, arriesgando pequeños ahorros personales o de familia, capitales logrados con tesón, o que recurriendo a fuentes informales de financiación destinaron a micronegocios, generalmente dedicados a actividades económicas tradicionales, dando inicio a un ejercicio más formal con el apoyo de entidades privadas como la Fundación Carvajal de Cali, a programas de microempresas, que impulsados posteriormente por diferentes gobiernos en alianza público – privada, desencadenó en el Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa – PNDM entre los años 1984 y 1994.

Hacia el año de 1990, de acuerdo al Censo Económico Nacional del DANE, sin incluir el sector primario, en Colombia existían 948.324 microempresas de menos de 10 trabajadores, que representaban el 94.7% de las 1.001.398 empresas encuestadas, claro esta que dicho número podría haber sido mayor, pues la cultura de sus propietarios por eludir ciertos aspectos legales, los llevaba a desarrollar sus actividades en el interior de viviendas o a puerta cerrada, sin contar por lo tanto con avisos que permitieran su fácil ubicación. Lo cierto es que el PNDM de alguna manera incidió para que algunas microempresas se formalizaran, así se evidencia en el estudio de 1995 del extinto IFI y CONFECAMARAS, que del total de 407.235 empresas inscritas en las Cámaras de Comercio del país, 86% eran microempresas. Se podría desde este punto de vista afirmar que Colombia se convirtió en un potencial semillero natural de emprendimientos.

Para la década del ochenta, además un aporte importante es el inicio de actividades y programas de espíritu empresarial, como el caso del ICESI de Cali, la EAN, la Universidad de los Andes y la CUN en Bogotá, y el SENA a nivel nacional con su programa de Formación y Asesoría a Creadores de Empresa – FACE, que buscaban promover cultura hacia lo empresarial, a la generación de nuevas empresas y alternativas de autoempleo. El ICESI por ejemplo realiza desde 1987, de manera periódica y con énfasis en la investigación, el Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial, con 16 versiones en las que han participado aproximadamente 4 mil personas, principalmente estudiantes de pregrado.

Por su parte, COLCIENCIAS en los inicios de la década del 90, y contando con la posterior Ley de Ciencia y Tecnología, adelanta entre otras importantes actividades, la de promover la constitución de incubadoras de empresas de base tecnológica. La primera hacia 1994 fue INNOVAR en Bogotá y alrededor de esa época se adelantó una experiencia en Pereira que no perduró, posteriormente aparecen la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia, la de Santander y Cali. Hoy gracias al impulso del tema por parte del SENA suman ya 34 de ellas que hacen parte del Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas, algunas en su fase de arranque, a través del cual se ha promovido la conformación de 801 empresas que han aportado 6.901 empleos.

La Cámara de Comercio de Bogotá por su parte, estableció el Centro Nueva Empresa, que en el 2005 obtuvo como resultado la creación de 1.283 empresas, y además incursionó en la realización de la Feria de Jóvenes Empresarios, que en sus dos versiones en Corferias ha contado con la participación de 547 emprendedores y en la actualidad es líder de la constitución del Centro de Emprendimiento de Bogotá. Adicional a las ferias de emprendimiento, una forma para identificar las diferentes oportunidades de negocio, de mercadeo de productos y servicios con lo cual se actúa en una de las grandes dificultades de las nacientes

empresas, es una constante en muchas universidades, y se les llama Expo emprendimiento, en esta actividad participan cerca de 9 Regionales del SENA y durante el último año promovieron 200 proyectos emprendedores, con ventas cercanas a los 63 millones de pesos[8]. También es de reconocer como en contados casos se han producido intentos fallidos como el de Fundaempresa Bogotá, que no dio sus frutos esperados, pero que en su corta existencia aportó al desarrollo del tema, por el contrario, la de Pereira se mantiene en sus propósitos, mientras que otros programas como el Presidencial "Colombia Joven", pretende que 900 empresas estén participando en ruedas de negocios y la sensibilización en emprendimiento de 14.000 jóvenes. Además, ha liderado la constitución de la Corporación Emprendedores Colombia con sus usuarios.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo[9], por su parte ha promovido la Cátedra de Creación de Empresas con Impacto Nacional y Futuro Internacional – CEINFI, cuenta con 247 instituciones de educación superior inscritas, 15 colegios en estado actual y educando, 41.379 estudiantes suscritos, y 971 técnicas de negocios desarrollados, y de otra, ha liderado y operativizado junto con la Incubadora de Antioquia la Cátedra Virtual de Creación de Empresas de Base Tecnológica, que en sus cuatro promociones ha contado con 2.062 participantes apoyados con Tics. Actualmente el Mincomercio lidera a nivel de los Consejos Superiores de Microempresa y de PYMES, la mesa temática de Emprendimiento y Creación de Empresas, donde una de las tareas se centra en la reglamentación de la reciente Ley de Emprendimiento.

Respecto de la forma virtual y su procedimiento, incluido lo que se encuentra en las pocas páginas de la Web de las Instituciones Nacionales, se encuentra el valioso

[8] www.sena.gov.co
[9] www.ministeriocomercioindustria y turismo.gov.co

aporte del SENA con la Cátedra de Pensamiento Empresarial que incluye un modelo de plan de negocios que ha generado un hito en un medio donde no existe mayor cultura en la formación virtual, pues con en el uso de la Internet, más de 20 mil emprendedores han participado desde el 2004, lo que sumado a iniciativas particulares como la del estudiante-emprendedor Orlando Ríos Mantilla de Cúcuta, creando la Comunidad Emprendedora SENA, pretende que sea un espacio para congregar a las personas que trabajan la temática del emprendimiento, fortaleciendo de manera constructiva y grupal el pensamiento empresarial. Los concursos en los que se deben plantear planes de negocio, y los ganadores que resulten favorecidos recibirán lucrativos premios, entre los cuales se encuentran las experiencias más reconocidas como la de VENTURES, que desde su inicio en el año 2000 ha logrado inscribir en las diferentes convocatorias anuales cerca de 5 mil emprendedores; otro el Desafío SEBRAE que se originó en Brasil, es operado en Colombia por ACOPI y el CINSET, y logran juntar 656 grupos de emprendedores que compitieron alrededor de una idea de negocio, que propusieron los organizadores en las dos primeras versiones en el país.

Importantes los 331 microemprendimientos con créditos promedio cercanos a los 500 mil pesos, que han generado 897 empleos, a través del Programa de Promoción de Derechos y Redes Constructoras de Paz liderado por la Consejería Presidencial de Programas Especiales. En el departamento de Caldas se de inicio a la creatividad con Iniciativas como la de Caldas Emprendedora, que consiste en una red de entidades relacionadas con la creación y fortalecimiento empresarial para retomar la experiencia de Actuar Antioquia y conseguir la generación de microempresas, con su slogan Todos los sueños hechos empresa ¿cuál es el suyo?, incitan a una creativa nueva clase empresarial para potencializar el desarrollo económico regional, o como el de la Fundación Corona con apoyo del BID en el programa de Jóvenes con empresas, se adicionan en este rápido recorrido por identificar y compartir el emprendimiento colombiano como muestra del potencial creativo disponible para el desarrollo nacional.

3.9. MARCO LEGAL

En cuanto a legislación, se agrega en este recorrido favorablemente la Ley MIPYME que incluye un capítulo referido a la creación de empresas, adicionalmente se cuenta con la Ley 1014 de enero de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento. No es todo lo que se esperaría, pero estas permiten avanzar progresivamente en el proceso emprendedor colombiano.

La Ley de Reforma Laboral 789 de 2002 dio paso a la conformación del Fondo Emprender del SENA, por medio del cual se han beneficiado alumnos de esta entidad, universidades y profesionales egresados con no más de dos años de haber obtenido su primer título profesional, mediante 3.158 planes de negocio avalados a la fecha, beneficiarios de recursos de capital semilla hasta por el equivalente a 224 salarios mínimos legales mensuales vigentes, que en el 2006 representan alrededor de 91 millones de pesos, recursos estos que al igual que los 100 millones de pesos de tope para beneficiar proyectos evaluados y aprobados para la creación de empresas por medio de las incubadoras, deja ver que no estamos tan mal en Colombia, no obstante las limitaciones financieras propias de nuestro entorno, si se compara con la experiencia de la Organización para Pequeñas y Medianas Empresas e Innovación Regional del Japón, que dispone de recursos anuales hasta por el orden de 26 mil millones de dólares, que para el caso de creación de empresas, los emprendedores reciben subvenciones hasta por 50 mil dólares, equivalentes a unos 110 millones de pesos colombianos, los cuales se desembolsan a más tardar en un año después de cumplir con las metas establecidas en el cronograma.

El convenio entre el SENA y la Secretaría de Hacienda del Distrito, con el Programa Bogotá Emprendedora, que dispone de 20 mil millones de pesos para apoyar la creación de microempresas en la Capital del país. Prácticamente los emprendedores colombianos afortunadamente en comparación con los de otros países, han ganado terreno gracias al liderazgo de unos pocos entendedores, apasionados y comprometidos con estos temas, que son los motores desde sus instituciones en diferentes aspectos, pero que apuntando en la misma dirección han contribuido a que en nuestro país el tema haya logrado la preponderancia que estamos evidenciando en los actuales momentos.

Algunos que deben reconocerse y mencionarse son:

Rodrigo Varela Villegas y Melquisedec Lozano del ICESI

Hildebrando Perico y Orlando Salinas por la EAN

Álvaro Sánchez Castro de la CUN

Luis Ernesto Romero de la Universidad de los Andes

Jairo Cadavid por el SENA

Jorge Enrique Jiménez de la Universidad Javeriana de Cali

Mauricio Molina de la Cámara de Comercio de Bogotá

Raúl Alejandro Hoyos de Mincomercio

Y por último Darío Montoya Mejía, que desde el programa denominado La Incubadora de Antioquia, y Director General del SENA plasmó su huella y creó una dinámica nueva necesaria para estimular el potencial creativo, de conocimiento y emprendedor de los colombianos, que estoy seguro no estamos lejos de palpar los

verdaderos resultados de una nueva cosecha de empresas innovadoras en Colombia.

En cuanto a difundir cultura emprendedora, teniendo en cuenta que en algunos países desarrollados los medios masivos de comunicación se convierten en fuente de motivación dando a conocer experiencias exitosas de emprendimientos, contribuyen así a que la sociedad en general se interese por estos temas, es loable en nuestro medio la iniciativa y labor, muchas veces limitada por falta de recursos o patrocinadores, de algunos medios como televisión, prensa, radio, de nivel local, así como el de algunas entidades, caso SENA con el boletín virtual E-Emprendedor. De la misma manera en ramos que no han sido explorados entre los cuales se encuentra el teatro, y destaca la obra Cada quien quiere hacer de su empresa la mejor presa involucra el tema de aprender a desarrollar un plan de negocios, en la que además del humor se ve reflejado el compromiso, dedicación, pasión, perseverancia y creatividad que inspira y motiva a los emprendedores.

Lo anteriormente expuesto permite adelantar una referenciación del caso colombiano frente a lo que arrojó el reciente estudio denominado Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional, financiado por el BID y FUNDES, que no incluyó a Colombia, pero que deja ver que estamos y vamos por buen camino para lograr de los nuevos empresarios de manera competitiva, alrededor de actividades con énfasis en conocimiento, se integren a las corrientes mundiales de la globalización, con ese gran potencial creativo y de generación de valor para el desarrollo nacional, al fortalecimiento de un vigoroso tejido empresarial desde las regiones en consonancia con los encadenamientos productivos, el impulso a la asociatividad empresarial y la sinergia de más y más negocios viables e innovadores que aporten empleo y trabajo digno y bien remunerado, para alcanzar las condiciones socioeconómicas que nuestra población se merece como

recompensa ante tal magnitud de emprendimiento colombiano, que salta a la vista y en lo cual es indudable el papel que deben jugar las universidades en todas sus carreras pero en particular con las ingenierías, las instituciones de carreras intermedias, las de educación no formal, el SENA, y las Cámaras de Comercio entre otras organizaciones.

3.10. CAMBIOS DEL EMPRENDIMIENTO EN CADA PAIS

Los diferentes cambios que se han venido dando con el tiempo en la actividad emprendedora, se pueden diferir entre los países con ingresos medios y bajos y los de ingresos altos; muchas naciones con niveles de ingresos bajos son los que tienen las más altas tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales; a medida que las instituciones evolucionan y el bienestar nacional mejora, aumentando así las posibilidades de industrialización y de generación de economías de escala, el tamaño promedio de las empresas puede aumentar, lo que a su vez deriva en tasas decrecientes de actividad emprendedora en etapas iniciales.

Se hallan altas y decrecientes tasas de acción emprendedora en fases iniciales en países de América Latina, no obstante, algunos de los países de ingresos medios y bajos de Europa Oriental y Asia Central, muestran niveles de actividad emprendedora en etapas iniciales relativamente bajos. Entre los países de ingresos medios y bajos se encuentran Tailandia con el 26,9%, Perú con el 25,9% y Colombia con el 22,7%, estos tres estados tienen las tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales más elevadas; mientras que las tasas más bajas se encuentran en Rusia con 2,7%, Rumania 4,0% y Letonia 4,5%.

En los estados con niveles altos de ingresos, plantean la figura que a medida que los ingresos Per cápita también aumentan y surgen nuevas oportunidades para el emprendimiento, la pauta de prevalencia para la actividad emprendedora en etapas iniciales suele aumentar, no obstante existen factores culturales, demográficos e institucionales que también influyen. Las diferencias radican en Latinoamérica y el Caribe que tienen el más alto nivel de participación de las mujeres en la industria de consumo con 74,3%, mientras que en las más desarrolladas, pertenecen a los sectores de negocios 52,1%; respecto a las características de mujeres y hombres emprendedores, también hay diferencias importantes, por ejemplo en los países menos desarrollados, las mujeres suelen crear su empresa más temprano, entre los 25 y 34 años y a estabilizarse, entre los 35 y 44, y en los países de mayor crecimiento, está entre los 25 y 44 años y los 35 y 54 años.

Los emprendedores tienen menos miedo a las fallas o derrotas que quienes no lo son; emprender es una cuestión de oportunidad y es más probable que la actividad emprendedora en etapas iniciales sea originada por las oportunidades en países con niveles de ingresos altos que en países con ingresos medios y bajos, en los que la actividad empresarial puede ser, en muchos casos, la única posibilidad de ganarse la vida.

En los estados con altos niveles de ingresos, se dan las mayores oportunidades de empleo existentes, como también el sistema de previsión social, proporcionando opciones más amplias para la actividad emprendedora, esta situación también se aprecia cuando se evalúa la actividad emprendedora como una actividad de tiempo completo o de tiempo parcial. Un ejemplo claro es el de Noruega y Suecia, ambos países con altos niveles de ingresos per cápita y generosos sistemas de seguridad social, la mayoría de las actividades emprendedoras en etapas iniciales son a tiempo parcial, y los hombres son más dados a iniciar empresas que las mujeres.

3.11. EJEMPLOS DE EMPRENDIMIENTO

3.11.1. Taiwán: es origen del emprendimiento y el desarrollo en tecnología para el resto del mundo; en la actualidad cuenta con una población que sobrepasa los 23 millones y más de un millón de pequeñas y medianas empresas, muchas de las cuales están enfocadas en emprendimientos desarrollados a partir de competencias enfocadas en promover el talento e innovación. La multiplicidad de oportunidades es grande y tiene muy buena recepción por parte de los taiwaneses, quienes llegan a tener oportunidades especiales para jóvenes, adultos, mujeres o empresas ya desarrolladas10.

Para compartir su experiencia como emprendedor exitoso, Taiwán creó el programa TIC, Talento e Innovación de las Américas, con el fin de promover el emprendimiento en los países de América, para que tengan el conocimiento necesario y creen sus propias fuentes de trabajo, esto convencidos que en este lado del mundo hay potencial humano que bien vale la pena ayudar a surgir, para beneficio propio y de las naciones.

Tabla N.1 Ganadores de TIC Américas

Ganadores de TIC Américas		
Premio	Empresas	País
Nuevos mercados	Nutralif	México

[10] TIC Américas Taiwán

Proceso de negocio	Unima	México
Diseño creativo	Progalu	Colombia
Desarrollo innovador social	Duto	Colombia
E-business	Edge IT	Brasil
Espíritu innovador	Mission Three	Estados Unidos
Tradición y cultura	South Hope	México
Alianza internacional	Da Flea	Taiwán

Actualmente una de las mejores oportunidades de emprendimiento llega al continente Americano por la cuenta de la firma Global Talentrepreneur Innovation & Collaboration (Global TIC Assosaciation), organización que se ha establecido en varios países de Latinoamérica, a través una oficina local para impulsar el desarrollo y la colaboración entre los emprendedores de cada país; además, esta oficina organiza cada año un concurso llamado TIC Américas en el cual se miden las fuerzas entre los representantes de toda la región, se seleccionan ocho representantes, que luego van a competir con seleccionados de Taiwán y otras regiones por una mejor oportunidad de desarrollo de sus innovaciones.

Esta es la oportunidad primera en que este concurso se va a realizar en el continente Americano y el país escogido como sede fue Panamá, es una excelente y novedosa oportunidad para las empresas, cuya participación fue masiva; estuve cerca de las 700 propuestas recibidas para participar en la organización y se seleccionaron 32, de los cuales ocho resultaran ganadores y competirán en Taiwán; por el país

anfitrión, Panamá, estuvo en representación y particpación la compañía denominada Multianuncios, que es una empresa dedicada a la elaboración de vayas publicitarias, que se caracteriza por utilizar paneles de energía solar para permitir la interacción de imágenes.

Como parte de la actividad competitiva, en Panamá hubo representantes de Global TIC Association, quienes son los organizadores de esta y muchas otras competencias en el mundo, y entre ellos estuvo el señor Johnny Su, actual vicepresidente y uno de los fundadores de más importancia de esta organización, señala que la iniciativa se ha convertido en una plataforma en la cual grandes corporaciones del mundo tecnológico van y reclutan cerebros para sus organizaciones; al mismo tiempo que ofrece oportunidades de trabajo, también colabora con muchas personas del mundo tecnológico, que ofrecen su know how, patrocinio y orientación; lo que se considera como el hecho que este tipo de coyunturas coincida con la popularización de Internet, y es un factor detonante para que los emprendedores puedan hacer propuestas de gran impacto.

Para Taiwán, este clase de actividades y en especial la que tiene que ver con el emprendimiento ha terminado con el abismo que existía entre las empresas, la educación y el sector público, aparte de definir un modelo de mentores, que se encargan de preparan a las nuevas generaciones para que contribuyan a mejorar el mercado tecnológico local, que de alguna forma es lo que se quiere lograr en Panamá y en el resto de los países de esta región, aprovechando que la población joven está dispuesta a crear sus empresas propias muy rápido y a muy tempranas edades a grandes velocidades11.

[11] Tiz SU, Presidente de Global Talentrepreneur Innovation & Collaboration

Ho Ming Huang eminencia en el desarrollo de la industria tecnología y quien estuvo pendiente para verificar cómo se llevaban a cabo los procesos en Panamá, su experiencia lo llevó como presidente de Hewlett Packard HP Taiwán y otras empresas tecnológicas, para él, es importante despertar en los jóvenes el espíritu emprendedor, que en la actualidad no forma parte de las iniciativas de los gobiernos, sino que es parte de las empresas privadas, quienes son las que tienen las herramientas para lograr ese modelo; esta clase de concursos son una excelente oportunidad para los jóvenes que deseen tener su propio negocio, y sirve de plataforma internacional12.

Por otra parte el ejecutivo Ting-An Wang, quien es el director ejecutivo de la firma Global TIC, indica que la participación de unos emprendedores, particularmente para esta clase de iniciativas, resulta en oportunidades para que creen e inicien su empresa propia, algunas de las cuales se han convertido en muy fuertes para el sector empresarial; y detalla que muestra de los emprendimientos que se hacen se demuestra con que Taiwán es uno de los mayores productores de circuitos integrados, notebook y productos inalámbricos.

Wang declaró que su conocimiento respecto de la globalización actual, las empresas necesitan de espíritu emprendedor y que la esperanza está en las iniciativas de la juventud; de acuerdo con Su, es importante para Panamá comenzar a fomentar en los jóvenes el emprendimiento; la Universidad Tecnológica y la de Panamá demuestran su interés para fomentar la capacitación en emprendimiento con lo cual se esperan óptimos resultados para un país que está en auge y pleno crecimiento económico, social y tecnológico.

[12] Ming Huang, Presidente Hewlett Packard Taiwan.

3.11.2. Estados Unidos: recientemente en la sección de jardinería de Home Depot o Wal-Mart13, hay en exhibición un nuevo abono para plantas entre las begonias y los productos de jardinería, viene en una botella con una etiqueta amarilla y verde, y con el tipo de atomizador que traen muchos otros productos, con la diferencia que es el primer producto comercial confeccionado por completo a partir de basura. El abono se llama vermicompost tea, y es una mezcla hecha a partir de las heces de gusanos rojos, alimentados con una variedad de deshechos orgánicos; los envases son botellas de gaseosas reusadas, y los atomizadores provienen de los excedentes desechados por los fabricantes de otros productos en aerosol; incluso las cajas en las que es empaquetado el producto son basura correspondiente de las cajas mal impresas y por tanto rechazadas de varias compañías.

Pero lo realmente sorprendente sobre TerraCycle, la compañía que fabrica este producto, es que su cofundador y CEO, Tom Szaky, tiene 24 años de edad, es Húngaro de nacimiento y criado en Canadá, tenía 19 años y estaba empezando a estudiar en la Universidad de Princeton cuando creó la compañía junto a su condiscípulo, Jon Bayer; en aquel entonces, estaba tratando simplemente de ganar una competencia de planes de negocios, en la cual ocuparon el cuarto puesto, pero conservaron permanentemente la idea de que era posible hacer un negocio que vendiera basura, y cinco años después, eso es lo que hacen. En el año 2005, TerraCycle alcanzó el monto por ventas por valor de US$ 461.000, y el mayor porcentaje se dio por cuenta de Canadá, donde el producto fue aceptado por Home Depot y Wal-Mart; y luego con la decisión de ambos minoristas de introducir el

[13] Revista Inc,. Tema: Modelos de Negocios, Julio/2006.

producto en Estados Unidos para el año 2009, la compañía espera obtener ventas cercanas a US$2,5 millones.

3.11.3. Exxon Mobil14: ExxonMobil ha contratado a un aventurero de los viajes en terrenos difíciles para comprobar la efectividad de su aceite sintético ante un frío extremo; debido a que los aceites de motor tienden a solidificarse a temperaturas muy bajas, lo que impide el encendido del vehículo; de allí que la compañía ha diseñado una nueva lubricación que permanece en estado líquido incluso en condiciones climáticas extremadamente frías, y para ello, ExxonMobil invirtió US$ 30.000 en hacer un viaje de 15mil kilómetros, de una duración de un mes, que partió desde Arizona hasta el Círculo Ártico. Al encargado de esta tarea, Scott Brady, se le encomendó la misión de apagar el vehículo y tratar de encenderlo en las partes más frías del viaje, adicionalmente, tenía que elaborar vídeos promocionales del producto, los cuales se publican en la página Web de Exxon, y se han convertido en una estrategia publicitaria exitosa. A través de ellos, se logra llegar a un público amante de los viajes al aire libre y los vehículos a todo terreno. No sólo Exxon ha salido beneficiada con esta idea, también Brady ha logrado promocionar su negocio turístico de expediciones extremas llamado Expedition West, con lo cual ya ha conseguido el patrocinio de empresas importantes del sector automotriz, de tecnología (GPS), camping y vestuario. Sus travesías sirven de medio para darle publicidad a los productos que le ofrecen para ser objeto de pruebas rigurosas. Brady ahora saborea el éxito con orgullo, pues su pequeña empresa recauda ganancias de US$150.000, pesa a un clima económico dramático, y como si esto fuera poco, sus negocios se han expandido hacia áreas como la del periodismo, con la edición de una revista de índole automotriz.

[14] Revista Forbes, Tema: Modelos de Negocio, Febrero 2/2009.

3.11.4. Louvre S.A.15: con la gerencia desbordante en objetivos del señor Henri Loyrette, el famoso museo Louvre no sólo renovó se anticuada gerencia para hacerla más eficiente, está dando pasos agresivos para lograr mayores donaciones de personas y grandes empresas. Las iniciativas incluyen muestras privadas para donantes de más de US$10 mil cada uno, e incluye cena de lujo y acceso a piezas únicas y delicadas no disponibles al público general, el alquiler de sus galerías para la filmación de la película El Código Da Vinci y el apalancamiento de su imagen para obtener beneficios de exhibiciones en diversas ciudades de Estados Unidos de América. La iniciativa más ambiciosa ha sido el trato por US$1,5 mil millones para la creación del Louvre Abu Dhabi, que abrirá sus puertas en el 2012. En los círculos artísticos de Francia esto ha creado un escándalo que ha organizado a miles de personas que se oponen y la principal crítica es que estos súper-acuerdos hacen que para los museos pequeños resulte casi imposible obtener obras prestadas. El Louvre no se puede quedar cruzado de brazos, pues el gobierno francés apenas cubre la mitad del presupuesto anual de US$350 millones cuando entró Loyrette, cubría el 70%. Se espera que el museo obtenga fondos privados para costear nuevas iniciativas, y eso es precisamente lo que está haciendo. Los admiradores de Loyrette afirman que su intelecto y encanto personal lo hacen un buscador de apoyo irresistible.

3.15.5. Google16: Este año, el caso más notable en el mundo de los negocios ha sido Google. La compañía ni siquiera existía hace diez años; pero es hoy en día un gigante temido y admirado; el crecimiento de la compañía ha sido vertiginoso, pues sus ingresos pasaron de menos de US$ 500 millones en 2002 a más de US$ 13,5mil

[15] Revista Business Week. Tema: Modelos de Negocio, Agosto 4/2008.
[16] Revista Strategy + Business. Tema: Modelos de Negocio, Invierno/2007.

millones en 2008. Google es rentable como nunca; de hecho, en 2007 contó con un ingreso neto de US$ 2 mil millones y ventas de US$ 7,5 mil millones. Desde la primera opción pública accionaria en agosto de 2004, sus acciones se han quintuplicado. Cuando una compañía es tan exitosa en un corto período de tiempo, se vuelve objeto de fascinación para los ejecutivos corporativos e, incluso, para el público en general, además, se suele presentar como un nuevo modelo de negocios muy exitoso. Los reporteros y los académicos analizan su historia y métodos para tratar de obtener principios generales que puedan ser implementados por las otras compañías. Y Google no es la excepción en este sentido.

Pero los ejecutivos de negocios tienen al menos dos razones para no montarse en el tren de Google, el primero, a pesar de todo su éxito, Google sigue siendo una compañía joven, que todavía debe ponerse a prueba ante la adversidad, ni siquiera se sabe si su enfoque gerencial es causa de su éxito o producto de su éxito; segundo, no sabemos cómo calza el ejemplo de Google en otros negocios. En todo caso, Google demuestra que las grandes compañías poseen tres cualidades: contratan gente talentosa y le permiten triunfar; miden el progreso y los resultados rigurosamente y corrigen cualquier problema rápidamente; y, mantienen una disciplina de gastos, evitando hacer mucho a una misma vez. Claro está, esto no suena nada radical e innovador; lo que deja otra lección: cuidado con las últimas tendencias, si bien es cierto que los mercados y la tecnología cambian a veces con rapidez devastadora, también es una realidad que por debajo de todo esto, los elementos del éxito continúan siendo bastante estables.

3.12. MODELO PROPUESTO: MODELO INTRAEMPRENDEDOR

Es un modelo teórico que intenta predecir la incidencia de las variables independientes como características organizacionales, características individuales

y la creación del contexto organizacional intraemprendedor, sobre la variable dependiente innovación en las organizaciones.

Variables del modelo Intraemprendedor:

Para la variable características organizacionales, es la sintonía de la organización, para facilitar el impulso de la innovación intraemprendedora.

La segunda variable, características individuales, está orientada a la generación de actitudes en los Intraemprendedores.

La tercera variable busca utilizar los conocimientos para formar y conformar equipos, identificar oportunidades.

La cuarta variable, que además es la dependiente, aborda la innovación radical, gradual, arquitectural y conceptual, para compartir el conocimiento tácito, explícito y virtual.

3.12.1. Perdurabilidad: Una empresa perdurable es aquella que, a través del tiempo, presenta resultados financieros superiores, adecua su manejo a la intensidad de las fuerzas de mercado, se enfoca en espacios no explotados y hace un estudio detallado de sus competidores, diseñando y ejecutando productivamente la cadena de valor; también la que obtiene desempeños conducentes a estados móviles, que dificultan su crecimiento rentable y que puede llegar a estados tanáticos.

Tabla N.2 Conocimiento tácito, explícito y virtual

Conocimiento	Especificación
Sintonizar	Características Organizacionales: ✓ Altos Intraemprendedores. ✓ Los recursos y las capacidades tienen funciones específicas. ✓ Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional. ✓ Cultura organizacional Intraemprendedora.
Generar	Características Individuales: ✓ Espíritu empresarial y prioridad por el proyecto interno. ✓ Visión e imaginación creativa e innovadora. ✓ Necesidad de actuar, alta necesidad de logro. ✓ Dedicación, constancia, persistencia, tenacidad y deseo de autonomía. ✓ Destreza para organizar y trabajar en equipos autodirigidos. ✓ Líder creador de comunidad.
Utilizar	Creación del Contexto Organizacional Intraemprendedor: ✓ Formación para la innovación ✓ Conformación de equipos Intraemprendedores ✓ Identificación de oportunidades ✓ Condiciones Intraemprendedoras
Compartir	Innovación: ✓ Radical ✓ Incremental o gradual ✓ Arquitectural ✓ Conceptual ✓ El clima para la innovación

3.12.2. Características organizacionales: Los altos Intraemprendedores son la primera característica organizacional; estos son definidos por Lombriser17 como los directores generales que tienen bajo su cargo la responsabilidad global de su organización, estos directivos se estudian por su comportamiento durante el desarrollo de un cambio estratégico discontinuo; esto teniendo en cuenta los resultados de la investigación de Lombriser (1999) y el estudio realizado por Garzón (2007), los cuales estudian comportamientos de liderazgo que condujeron a cambios estratégicos en las organizaciones.

Se entiende por estrategia la capacidad de la organización para desarrollar actividades diferentes a la competencia, ser diferente, elegir deliberadamente un conjunto de actividades para prestar una combinación única de valor18, esto se logra configurando el entorno, logrando posiciones competitivas y posicionamiento, afrontando la competencia y siendo flexible. También es importante comprender la eficacia operativa, para evitar confundirla con la estrategia, entendiendo la primera como la realización de actividades similares mejor que la competencia; esto expresado por Porter (1999), es la eficacia y las prácticas para utilizar mejor los recursos, la productividad, la calidad, la rapidez, y el mejoramiento continuo.

El concepto de análisis de convergencia, implica observar el tipo de productos que se ofrecen y sus atributos, las necesidades que desean satisfacer, los canales de acceso, el comportamiento del precio y los niveles de publicidad que se manejan, para desarrollar un análisis de convergencia para establecer los niveles de imitación.

[17] Lombriser, 1999. Comportamientos de Liderazgo, página 27.
[18] Porter, 1999. Competencias organizativas.

De igual forma se aclara que el proceso de percepción contempla la detección y rastreo de las señales débiles. Este aspecto hace referencia a una respuesta activa, que exige la percepción precoz de las señales débiles del mercado en que se desenvuelven las organizaciones, se entiende que una señal débil es un dato en el entorno, que tiene el potencial de impactar en la misma, pero sobre el que apenas se posee información, entonces los cambios estratégicos son liderados por los altos Intraemprendedores, quienes crean y comparten con otros un nuevo modelo de éxito, y desarrollan e implantan en la organización una visión excitante sobre el futuro de la misma, a esto se denomina cambio estratégico. Para conseguir esta visión, alientan y recompensan el comportamiento y la aceptación del riesgo emprendedor, de esta manera, los altos Intraemprendedores rastrean activamente el entorno, para detectar las señales tempranas de nuevas oportunidades y amenazas, buscan esas oportunidades e intentan convertir las amenazas en oportunidades, introducen pronto el cambio, cuando la información es incompleta (Lombriser, 1994, p. 207).

La teoría de recursos y capacidades (RR.CC), que es la segunda característica organizacional, considera a la organización como un conjunto de recursos y capacidades que configuran ventajas competitivas. Esta teoría aparece en la década de los ochenta, en el ámbito académico, y se puede considerar la precursora de la gestión del conocimiento, ya que se centra en analizar los recursos y las capacidades de las organizaciones, como base para la formulación de su estrategia. La teoría basada en los recursos se encuadra dentro del denominado análisis estratégico, y produce un giro del exterior en la organización, en el momento de analizar su situación estratégica.

De esta manera, el intraemprendedor puede realizar su trabajo de innovación con base en los recursos que tienen las organizaciones; entre estos se pueden enumerar los económicos, para el financiamiento de sus ideas como el capital de riesgo y el capital paciente; también la base tecnológica, ya que puede utilizar la planta instalada en su tiempo ocioso para producir un nuevo artículo o servicio (Pinchot, 1985, p. 97); pero la mayor ventaja está en el mercado, la distribución y servicios, que facilitan el proceso de lanzamiento de los nuevos bienes o servicios, utilizando sus canales de distribución.

La tercera característica organizacional es la gestión del conocimiento, que con el advenimiento de la era de la información y de la economía del conocimiento ha transformado al conocimiento en un activo y en un recurso económico básico. El concepto de gestión del conocimiento, como una extensión de la teoría de los recursos y las capacidades, permite analizar cómo van evolucionando los intangibles en el tiempo, es decir, estar informados sobre si los activos intangibles aumentan o disminuyen, entre periodos comparables.

El aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento y la medición del capital intelectual son conceptos relacionados y complementarios, el aprendizaje organizacional es la base de una buena gestión del conocimiento, y la gestión del conocimiento es la base para la generación de capital intelectual y capacidades organizativas. En la propuesta de modelo de aprendizaje organizacional de Garzón (2008) se contemplan cuatro variables:

La primera corresponde a fuentes de aprendizaje, de las cuales se identifican diez:

las crisis y los problemas

los clientes

las unidades especializadas

las adquisiciones

la competencia

la experiencia y los practicantes

la tecnología

Las redes

La historia

Los supuestos.

La segunda, que es sujetos de aprendizaje, determina cuatro

Individual

De equipo

Organizacional

Interorganizacional.

La tercera es la cultura para el aprendizaje, que aborda cuatro aspectos:

El concepto de hombre organización

El clima

El sistema cultural.

La cuarta se denomina condiciones para el aprendizaje, y se aborda desde:

Las competencias

Las comunidades de práctica

Las comunidades de aprendizaje

Las comunidades de compromiso

La memoria organizacional y la estructura.

La cuarta característica organizacional es la cultura, que, teniendo en cuenta los estudios de caso consultados de programas intraemprendedores y los resultados de Garzón (2004), en su constructo revela la esencia de la cultura organizacional intraemprendedora; los resultados obtenidos que facilitan el trabajo intraemprendedor, en orden jerárquico, son:

Tolerancia al riesgo: el grado en que se alienta al intraemprendedor para que sea innovador, agresivo, emprendedor y corra riesgos moderados.

Apoyo: se refiere al lanzamiento de los directivos en las actividades intraemprendedoras.

Identidad: se encuentre relacionada con el sentido de fortuna, herencia, pertenencia, compromiso o ponerse la camiseta de una organización.

Autonomía Individual: incluye la responsabilidad, la independencia, la libertad de fallar, la disponibilidad de tiempo para ejercer la iniciativa que los intraemprendedores tienen en la organización, capacidad y control sobre las decisiones que toman.

Estructura: es la que se relaciona con la plasticidad en los horarios y presupuestos, con una descentralización que acepte el traslado, el desorden, la falta de coordinación, renunciando a un poco de orden, con descripciones amplias de puestos y poca supervisión.

Desempeño-Premio: que requiere recompensas, en capital de riesgo, más tiempo, ascensos, bonos, acciones, promociones, participación de utilidades, reconocimientos personales, entre otros.

Tolerancia al conflicto: principalmente en el trabajo con la agrupación de equipos interdisciplinarios.

Para que el intraemprendedor surja, se requiere que la organización genere una cultura organizacional que ofrezca a los empleados la posibilidad de encontrar las oportunidades de innovación, y a la vez satisfacer los deseos de sentirse propietarios de sus proyectos internos, sin abandonar la organización. Para crear un ambiente propicio para la innovación y el intraemprendimiento, es necesario comprender y transferir el concepto a todas las personas de la organización.

3.12.3. Características individuales: Se ha venido diferenciando entre los conceptos de emprendedor, y el de intraemprendedor, empleándose este último para referirse a aquellos individuos que, por sus particulares conductas y actitudes, cumplen un papel fundamental en el cambio de las organizaciones hacia ambientes creativos, con una estructura descentralizada y de rápida respuesta a los cambios del entorno y capaz de configurar este mismo, reconociendo la capacidad emprendedora de sus colaboradores como un recurso potencial para el incremento de la competitividad y eficacia organizacional.

El término intraemprendedor viene de las raíces francesas de la palabra entrepreneur (emprendedor), que a su vez viene del término empresa y la combinación de en casa, dentro, interno; por tanto, intraemprendedor se llama al emprendedor que reside o está dentro de las fronteras de las organizaciones, y es

una invención social que permitirá a las personas expresar su propio potencial, el término fue usado por primera vez por el periodista de The Economist, Norman Macrae, en 1976, y con el significado que guía este documento por parte de Gifford Pinchot III, fundador de La Escuela de Intrapreneurship, de Tarrytown. .

Al buscar la información para determinar las características individuales del intraemprendedor se encontró que los estudios de caso y las tesis doctorales consultadas presentan diferentes aportes, pero la dificultad para poder unificar criterios radica en que los estudios analizados fueron realizados en países como Estados Unidos, Canadá y Europa, en su mayoría, y en países latinoamericanos como Argentina y Colombia, y además con variables diferentes, razón por la que se formuló una lista de 35 características, que después de un proceso de integración, unión y fusión se unificaron en siete, que fueron empleadas por Garzón (2006) en dos investigaciones experimentales, con resultados satisfactorios en cuanto a validez y confiabilidad estadística, y que demuestran la necesidad de la formación en las organizaciones y en los individuos, para fortalecer este perfil y lograr impulsar la innovación en los individuos.

Características individuales del Intraemprendedor

Espíritu empresarial y prioridad por el proyecto interno.

Visión e imaginación creativa e innovadora.

Necesidad de actuar, alta necesidad de logro.

Dedicación, constancia, persistencia, tenacidad y deseo de autonomía.

Destreza para organizar y trabajar en equipos autodirigidos.

Visión holística de las necesidades del mercado.

Líder proactivo y tolerante al riesgo.

3.12.4. La innovación: es la acción de introducir o producir algo novedoso, alguna idea, método, instrumento, modos de pensar en los negocios, servicios; de entrar en el mercado, de producir, de formar u organizar, solucionar problemas, realizar adaptaciones y modificaciones de bienes y servicios destinados a solucionar necesidades o generar nuevas. La innovación se clasifica, por Garzón (2007), en:

Innovación incremental o de cambios menores, innovación modular por etapas: esto quiere decir que son cambios en el modo en el que los componentes de un producto se vinculan, para integrarse de manera nueva, más eficiente y eficaz.

Innovación radical: entendida como aquella que requiere experimentación y representa los esquemas inaugurales.

Innovación arquitectural: contempla el impacto de los componentes en el sistema, produciéndose significativos cambios en la interacción de los componentes de un producto(Henderson & Clark, 1990, pp. 9-13).

Innovación conceptual: definida como la capacidad de idear conceptos de negocio radicalmente distintos; nuevas maneras de diferenciar los existentes. Estas últimas representan el desarrollo de un nuevo concepto de negocio, más amplio y esencialmente diferente, que mejora drásticamente las funciones del producto, con cambios fundamentales en la esencia del negocio (Hamel, 2000).

3.12.5. Análisis del modelo:

Según Lombriser (1994, p. 207), los altos intraemprendedores planifican la nueva estrategia; están implicados personal y directamente en la planificación de la estrategia, involucrando a todas las personas importantes y con responsabilidad en

la ejecución de ésta. Los altos intraemprendedores, estudiados por Lombriser (1994, p. 208), inician la planificación, pero delegan la planificación detallada, mantienen una visión conjunta del proceso y establecen controles.

Teniendo en cuenta el constructo elaborado por Garzón (2007, p. 51), que revela la esencia de la cultura organizacional intraemprendedora, los resultados obtenidos que facilitan el trabajo intraemprendedor, en orden jerárquico, son: tolerancia al riesgo, apoyo a las ideas innovadoras, identidad y sentido de pertenencia, autonomía, estructura, desempeño-premio, tolerancia al conflicto.

La innovación, según Lombriser (1994, p. 212), es lo importante del proceso, junto con la mentalidad innovadora. Al respecto, los entrevistados plantean que ésta es el aspecto más importante para la innovación generada en sus organizaciones. Otro aspecto identificado como fundamental para la generación exitosa de cambios y el desarrollo de la innovación en sus organizaciones es el aprendizaje organizacional, lo que se confirma en los planteamientos de Garzón (2007).

3.12.6. Fortalezas y debilidades: El modelo, tiene una relación directa con el cambio de actitudes y la innovación generada. El aprendizaje organizacional tiene un papel significativo en la dinámica de las organizaciones y el programa intraemprendedor permite cambios de actitudes y estimula el talento innovador que está en los propios trabajadores, quienes operan sobre las herramientas de la innovación. Uno de los cambios a lograr es que algunos trabajadores o empleados, sin importar el nivel, se transformen en emprendedores de la misma organización, es decir, en intraemprendedores que contribuyan para que éstas logren diversificación, crecimiento o expansión, lo que a su vez se refleja en un incremento de utilidades y nuevas fuentes de trabajo.

Reforzando los planteamientos de Kuatko y Hodgetts (1992), Pinchot (1985, 1987), Garfield (1992), Clagett (1992), Karagazoglú (1993), Horsby (et al. 1993), quienes muestran que las características individuales de los intraemprendedores se pueden enseñar, mediante un programa encauzado al cambio de actitudes y desarrollo de habilidades de los participantes, en iniciativa empresarial, visión e imaginación creativa e innovadora, necesidad de logro, constancia y dedicación al proyecto interno, trabajo en equipo, visión holística de las necesidades del mercado y liderazgo, que corresponden a las características individuales del modelo.

De la misma forma, se puede inferir que existe voluntad por parte del primer nivel directivo de las organizaciones, reforzando los planteamientos de Allaire (et al. 1992, p. 23), Trevenet (1991, p. 7), Kuatko (1992, cap. 4), Pinchot (1985, pp. 281-281), Barth (1988, p. 39); Sykes (1986), en relación con los factores que favorecen el comportamiento intraemprendedor, entre los que se destacan las características organizacionales como la baja centralización, un sistema decisorio de múltiples niveles y el aprendizaje organizacional.

Al decodificar la información se encontró que la cultura organizacional, en el nivel fáctico, es diferente al comportamiento de los individuos al finalizar el proceso, encontrándose, por tanto, un ajuste de la cultura organizacional, manifiesta en el cambio de actitud logrado con la formación en el modelo intraemprendedor; esto demuestra que el proceso propuesto por Trevenet (1992), para generar cambios en la cultura organizacional, a través de la sensibilización entendida como formalización, difusión y formación, y complementada por la acción constituida por el tríptico programación, formación y acción, genera los resultados aludidos.

La elaboración del marco teórico permitió, la aproximación a una definición de innovación y su tipología, y la conceptuación de aprendizaje organizacional permitió diseñar el programa intraemprendedor, y las aproximaciones realizadas al concepto de actitud orientaron el diseño de los instrumentos utilizados, el análisis de la información, la construcción de la relación de variables con los factores que son determinantes en el cambio de actitudes intraemprendedoras, el análisis de la información y la construcción de la relación de variables con los factores que son determinantes en el cambio de actitudes.

Tabla N.3 Fortalezas y debilidades del intraemprendedor

Fortalezas	Debilidades
Observa y monitorea el entorno.	Falta de orientación hacia la innovación conceptual, gradual o arquitectural. Desarrollo de información reactiva, reaccionando ante las amenazas.
Planea, se involucra y prevé, con experiencia y conocimiento.	Falta de visión de largo plazo. Introducción tardía del cambio, cuando las señales ya son fuertes. Generación de hacinamiento por la imitación.
Asume la responsabilidad del éxito o del fracaso.	Centralización en la toma de decisiones.
Asume como prioridad el rasgo de cultura tolerancia al riesgo.	Considera como el menos importante el rasgo de cultura tolerancia al conflicto.

Desarrolla innovación gradual y copia	Este desarrollo lo hace intuitivamente y para sobrevivir.
Hace uso de algunas fuentes y condiciones de aprendizaje. Favorece el nivel de aprendizaje individual.	Sin conocimientos de los modelos teóricos, resultado del ensayo error.

Por tanto, para alcanzar el éxito en las organizaciones se necesita un alto intraemprendedor, que reúna dos cualidades y habilidades básicas:

Capacidad empresarial para visualizar de forma creativa las estrategias que se adoptarán para el futuro.

Habilidad organizativa para crear una cultura organizacional intraemprendedora, caracterizada, en orden de importancia, por: tolerancia al riesgo, apoyo a las ideas innovadoras, identidad y sentido de pertenencia, autonomía, estructura, desempeño-premio y tolerancia al conflicto.

Son los intraemprendedores quienes influyen directamente en la cultura intraemprendedora; y como ésta sugiere creatividad y mucha flexibilidad, incentivar estos elementos requiere de un trabajo constante con las personas, para que logren abandonar los viejos esquemas mentales.

Los altos intraemprendedores pueden clasificarse, con base en Lombriser, como menos eficaces; al establecer como causas internas y externas de la innovación realizada, basándose en el desarrollo de información estratégica reactiva, reaccionando ante amenazas e introduciendo tarde el cambio.

El aprendizaje organizacional debe considerase como una variable clave para el impulso de la innovación, integrando distintas experiencias, conocimientos y habilidades, en torno a una comunidad en la que aprenden unos de otros, modificando la actitud que se refleja en el comportamiento de la persona y el medio donde ésta se desenvuelve, aumentando:

La capacidad estratégica de la organización.

Reforzando la capacidad de cambio.

Mejorando el rendimiento o desempeño de la organización.

El futuro de las organizaciones dependerá de la capacidad que sus altos intraemprendedores tengan para innovar y motivar; la capacidad para olfatear el ambiente detectando señales tempranas, y también la capacidad para realizar la transición de una cultura dada a una intraemprendedora; porque lo que actualmente hacen les permite sobrevivir.

Es necesario desarrollar en los directivos:

Capacidad anticipatoria.

Tres tipos de pensamiento: sistémico, complejo y estratégico.

Capacidad para desaprender y ajustar sus modelos mentales.

3.13 Conclusiones

Se puede decir que los mecanismos actuales para incentivar los procesos de emprendimiento en las empresas colombianas son adecuados para la situación primitiva que actualmente experimenta el país en este aspecto, no obstante el ritmo al cual se mueven algunas estructuras educativas exigen el planteamiento y estructuración de nuevos modelos educativos en Colombia.

Se manifiestan claramente las prácticas de emprendimiento llevadas a cabo por distintos esquemas educativos que reflejan los beneficios socio-económicos, y que no son de resultados inmediatos.

Al establecer los procesos de emprendimiento en las empresas automáticamente se evidencias las fallas en cuanto a conocimiento, aplicación y tecnología, lo que convierte a este concepto en un potencializador de procesos y prácticas de emprendimiento a nivel nacional.

Existe un entendimiento generalizado sobre la importancia y las prácticas de este, como mecanismo para impactar positivamente al ambiente de una compañía, pero el tema no ha tenido la profundidad en cuanto a educación, capacitación y aplicación, y por lo tanto no es prioritario, razón por la cual las mayoría de quienes quieren implementarlo tienen tendencia a fragmentarlo y asignarlo por departamentos, cuando se debe aplicar en conjunto para que los resultados sean óptimos.

El fortalecimiento, desarrollo, y tratamiento de las prácticas internas de emprendimiento en las organizaciones, requieren de la interacción y soporte continuo para poder conjugar espacios e intereses en beneficios del objetivo general de la empresa.

3.14 Recomendaciones

Ser competitivo, significa que las compañías deben desarrollar nuevos negocios, aun a sabiendas que el emprendimiento corporativo no es fácil; las nuevas empresas enfrentan muchos inconvenientes y el éxito necesita un balance entre las nuevas y viejas características de la compañía, y este balance solo se puede conseguir mediante estrategias.

La creación de una estrategia de ensayo y error, que suponga la interactuación de opciones, aprendizaje, prototipos, evaluación de negocios, supervisión del progreso, y saber cómo y cuándo dejar un nuevo negocio o tomar otro.

Combinación nuevos y antiguos procesos de operación con personal profesional y experimentado, en el cual se compartan responsabilidad y toma de decisiones.

Balancear el proceso entre autonomía e integración y asignando responsables corporativos y operativos para cada nuevo negocio.

La efectividad de las prácticas en emprendimiento deben tener un único objetivo general, el cual debe ser propagado a toda la planta de personal, de tal forma que todos estén orientados hacia el mismo reto.

Como los procesos de emprendimiento requieren de disciplina, conocimiento y práctica, se necesita compromiso entre lo académico y la práctica.

La cultura es un factor influyente para la toma de decisiones en cuanto a la participación de prácticas emprendedoras, y estas deben tener incentivos mediante mecanismos sociales internos que generen en los empleados y directivos pertenencia por la compañía, su futuro y beneficio para todos en conjunto.

3.15 Bibliografía

Argyris, Chris. Sobre el aprendizaje organizacional. México D.F., 1999. Editorial Oxford Press.

Beazley, Hamilton. La continuidad del conocimiento en las empresas. Bogotá 2003. .D.C., Editorial Norma.

Clagett, Donald. Harnessing Innovation through Intrapreneuring: a Study of Champion Program in a Large Telecommunications Firms, tesis PhD, Walden University, USA 2002.

Choo, Chun Wei. La organización inteligente. México D.F. 1999. Editorial Oxford Press.

Drucker, Peter. Gerencia para el futuro: el decenio de los noventa y más allá, Editorial Norma. Bogotá D.C., Colombia 1992.

Davenport, Thomas. Conocimiento en acción. Brasil 2001. Editorial Prentice Hall.

Fry, Art. The Post-it Note: An Entrepreneurial Success, Sam Advanced Management Journal, verano. 1987.

Gore, Ernesto. La educación en la empresa, aprendiendo en contextos organizativos. España 1998. Editorial Granica.

Gallo, Silvio. Conocimiento y transversalidad. Theory of Knowledge, Universidad Metodista de Piracicaba. 1999.

Garfield, Charles. Los empleados son primero. Editorial McGraw Hill. México D.F. 1999.

Garzón Castrillón, Manuel Alfonso: The Entrepreneur Innovation: Led by Medium and Small Size Companies Manager (Qualitative research), paper accepted to the 2005 BALAS (The business Association Latin American Studies) Conference. Madrid 2005. Institute of Enterprise Business School.

UAN. Formación de intraemprendedores para la innovación y la creatividad en la educación superior en Colombia. Bogotá D.C. 2002.

IPN ESCA. El programa intraemprendedor: una alternativa para incentivar la innovación, estudio experimental en una gran empresa de energía en México. tesis doctoral. México D.F. 1999.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER - Centro de Innovación y Desarrollo para la Investigación en Ingeniería de Software. Una alternativa para impulsar la innovación intraemprendedora en organizaciones que aprenden, Segundo Congreso Internacional en Gestión del Conocimiento y de la Calidad. Corporación Instituto Tecnológico Iberoamericano de Informática ITI, , Cartagena de Indias, Colombia. 2002.

Lombriser, Roman. Top Entrepreneurs, The Financial Times. Londres. 1994. Pitman Publishing.

Muñoz-Seca, Beatriz. Del buen hacer y el buen pensar. Madrid. 2003. Editorial McGraw Hill.

Porter, Michael. la ventaja competitiva de las naciones, Editorial Vergara, Argentina. 1991.

4 CAPITULO III.

MARCO METODOLOGICO

4.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

Según el nivel de investigación nuestro proyecto se encuentra en el marco de la Investigación descriptiva, dado que consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento en el marco de la sociedad, específicamente en el ámbito empresarial.

Se realizaron por medio de la lectura en donde se recopiló la mayor parte de información a través de libros, investigaciones, dirigiéndose verticalmente a la visión exploratoria de los marcos universales del tema emprendimiento. Lo anterior para para poder obtener la mayor información valiosa posible.

La investigación documental implica seguir ciertos pasos clave como la recolección básica de la bibliografía que trabaja el tema en cuestión, leer la fuente de información, elaborar fichas bibliográficas.

Esta investigación se caracterizó porque en su ejecución recurrimos a diferentes tipos de documentos y a partir de ellos, recolectamos, elegimos y analizamos resultados congruentes con respecto al emprendimiento.

En la actualidad y gracias a los ordenadores y las redes informáticas, la obtención de la información necesaria y suficiente para llevar a cabo una investigación, tarea que tradicionalmente ha constituido una de las mayores dificultades en el trabajo de los analistas e investigadores, resulta hoy en día relativamente sencilla. La informatización de las bibliotecas junto con la creación de bancos de datos y documentales, así como de redes informáticas internacionales, constituyen unos poderosos instrumentos de trabajo que el analista o investigador debe conocer y saber utilizar.

Gracias a ellos, disponemos de una ingente cantidad de información y un acceso rápido a la mayor parte de las investigaciones y análisis que se requieran abordar.

El problema de la información se traslada así a otra importante cuestión de cuya adecuada o incorrecta solución depende, en gran medida, el éxito o fracaso final de la investigación. Se trata de establecer unos criterios claros que nos permitan determinar de la abundante información disponible, aquella que resulta necesaria y suficiente para realizar la investigación.

Nuestro proceso de investigación lo hemos realizado con la búsqueda y análisis de información extraída de fuentes como: libros, Internet, material impreso, entre otras cosas, las cuales han sido registradas por otros investigadores, por tal motivo es catalogado nuestro proyecto como Documental.

Se precisa, a través de este método, las técnicas, estrategias, procedimientos e instrumentos para lograr los objetivos, tales como:

- Análisis de ejemplos de empresas internacionales: Los altos Intraemprendedores son la primera característica organizacional en globalización; estos son definidos por Lombriser.

- Delimitar las características a favor y los limitantes del emprendimiento a nivel nacional: los Colombianos se han caracterizado y han sido reconocidos internacionalmente por ser gente creativa, trabajadora, que ha aprovechado muy bien la iniciativa propia de la cultura, claro que en algunos casos desafortunadamente mal canalizada en actividades ilegales. Lo anterior, tácitamente queda indicado por Ing. Juan Bautista Franco, Grupo Emprendimiento y Fondo Emprender SENA.

- Identificar las diferentes clases de emprendimiento: Claramente al lograr evaluar el cumplimiento de este objetivo, tácitamente se nos vienen al argumento plasmado las diferentes fuentes que definen a lo largo de esta investigación, pero podemos citar a Sergio Drucaroff y Hugo Mantis, y su “Empredimiento Corporativo”, que define en el punto 3.7, apartes de las características de dicho emprendimiento.

- Se buscaron y se mostraron diferentes investigaciones en las cuales se resalta la cultura emprendedora arraigados en los negocios y empresas colombianas, cuyos pilares se sustentan en el emprendimiento e innovación. *Se refleja en lo siguiente: Darío Montoya Mejía, que desde el programa denominado La Incubadora de Antioquia, y Director General del SENA plasmó su huella y creó una dinámica nueva necesaria para estimular el potencial creativo, de conocimiento y emprendedor de los colombianos, que estoy seguro no estamos lejos de palpar los verdaderos resultados de una nueva cosecha de empresas innovadoras en Colombia. En cuanto a difundir cultura emprendedora, teniendo en cuenta que en algunos países desarrollados los medios masivos de comunicación se convierten en fuente de motivación dando a conocer experiencias exitosas de emprendimientos, contribuyen así a que la sociedad en general se interese por estos temas, es loable en nuestro medio la iniciativa y labor, muchas veces limitada por falta de recursos o patrocinadores, de algunos medios como televisión, prensa, radio, de nivel local, así como el de algunas entidades, caso SENA con el boletín virtual E-Emprendedor. De la misma manera en ramos que no han sido explorados entre los cuales se encuentra el teatro, y destaca la obra Cada quien quiere hacer de su empresa la mejor presa involucra el tema de aprender a desarrollar un plan de negocios, en la que además del humor se ve reflejado el compromiso, dedicación, pasión, perseverancia y creatividad que inspira y motiva a los emprendedores.*

5 CAPITULO IIII.

5.1 RESULTADOS

Teniendo en cuenta el trasegar realizado por esta investigación, podemos demostrar que es cierto que las inversiones, la capacidad empresarial, la movilización de recursos y la detección de oportunidades de negocio son totalmente indispensables en un robusto desarrollo del emprendimiento. Sin embargo, no es menos cierto que la demanda efectiva –ya sea ésta proveniente de mercados externos o internos- tiene también un papel por demás significativo. De allí que -cuando de expandir y profundizar los alcances empresariales se trata- el desarrollo del mercado interno de toda economía unido a la demanda internacional, son factores vitales para el desarrollo y consolidación de la capacidad productivo.