

EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA: UNA REVISION TEORICA

Nombre de los estudiantes

**MELVIN DOKU BICHARA
CORNELIO PACHECO SAAVEDRA**

Trabajo de Investigación o Tesis Doctoral como requisito para optar el título de

ESPECIALISTA EN GERENCIA E INNOVACION

Tutores

**Jesus Enrique García Guiliany
Magda Andrea Monsalve**

RESUMEN

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.

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.

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.

Materiales y Métodos:

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 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 “Emprendimiento 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.

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.

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 evidencian 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 la 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.

Palabras clave:

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 stampa 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 máspreciado 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.

REFERENCIAS

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 www.toshiba.com

⁴ WWW.3m.com.

⁵ www.organizationsoctantis.com

⁶ Presidente de City off Knowledge

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

⁸ www.sena.gov.co

⁹ www.ministeriocomercioindustria y turismo.gov.co

¹⁰ Tiz SU, Presidente de Global Talentpreneur Innovation & Collaboration

¹¹ Ming Huang, Presidente Hewlett Packard Taiwan.

¹² Revista Inc., Tema: Modelos de Negocios, Julio/2006.

¹³ Revista Forbes, Tema: Modelos de Negocio, Febrero 2/2009.

¹⁴ Lombriser, 1999. Comportamientos de Liderazgo, página 27.

¹⁵ Porter, 1999. Competencias organizativas.

ABSTRACT

Background: We must make it clear that being an entrepreneur and being an entrepreneur is not the same. Being an entrepreneur refers to being a person who always looks for new challenges, who always looks for new goals and works to meet them. And being an entrepreneur is someone who sees business opportunities, carries them out and seeks to generate sustainability.

Therefore, it is clear that to be an entrepreneur, it is required to be an entrepreneur since this is the first step to start a project, but if you are an entrepreneur you do not necessarily have to become an entrepreneur, since the objectives of an entrepreneur may be different from the objective of creating a company.

Colombia has to migrate to a high potential, innovative and differentiated entrepreneurship. In 2009, the country ranked third in the world in terms of entrepreneurship, after Thailand and Peru. The third place was obtained according to the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) study. At first glance, this is welcome news as it shows the entrepreneurial spirit of Colombians and shows a good outlook for the next decade.

But not all the news is favorable, the study shows that the country faces two great challenges: only 14% of new companies are created within a framework of formality, and business mortality is increasing, because while there is a creation rate of companies of 22.48%, the closing rate of companies is 10.52%.

In the last decade, entrepreneurship has been on the country's agenda and there is an explosion of players, such as the National Learning Service (Sena); business incubators, universities, chambers of commerce, clearinghouses, cooperatives, territorial and national entities and large companies.

But the impact is still limited because the efforts are isolated and due to the characteristics of the venture: many see it as a subsistence strategy and not as the possibility of creating dynamic companies, capable of growing and obtaining high returns that generate value. This means that companies are born out of necessity and not opportunity.

For this reason, entrepreneurship becomes an option for productive transformation that allows forging companies in sectors where there is international potential, and it is no coincidence that international institutions such as Endeavor are analyzing Colombian projects with high potential to allow them to move to subsequent stages of evolution.

Towards the year 1990, according to the DANE National Economic Census, in Colombia there were 948,324 micro-businesses with less than 10 workers, representing 94.7% of the 1,001,398 companies surveyed, of course, that number could have been higher, since the owners' culture of avoiding legal aspects led

them to carry out their activities inside homes or "behind closed doors", without, therefore, notices that allowed their easy location. The truth is that the PNDM somehow influenced so that some micro-businesses were formalized, as evidenced in the 1995 study of the defunct IFI and CONFECAMARAS, that of the total of 407,235 companies registered in the country's Chambers of Commerce, 86% were micro-businesses. From this point of view, it could be affirmed that Colombia became a potential natural seedbed of enterprises.

In the purposes of spreading entrepreneurial culture, bearing in mind that in some developed countries the mass media become a source of motivation, making known successful entrepreneurial experiences, it is commendable in our environment the initiative and work, often limited by lack resources or sponsors, some media such as TV, radio and press, especially at the local level, as well as some entities, SENA case with the virtual bulletin E-Entrepreneur. Likewise, in little explored fields such as theater, such is the play "Everyone wants to make their company the best dam" involves the theme of learning to develop a business plan, in which commitment is reflected in humor, dedication, passion, perseverance and creativity that inspires and motivates entrepreneurs.

Objective:

Analyze entrepreneurship in Colombia to contribute to general knowledge and its business implications, review its theory as an alternative to create new businesses and design guidelines for sustainability and success.

SPECIFIC OBJECTIVES

1. Analyze the examples of international companies that have applied entrepreneurship as a solution to successfully rescue and sustain their companies.
2. Define the characteristics in favor and the limitations that the application of the enterprise has for the national market.
3. Identify the different kinds of entrepreneurship.
4. Investigate the framework of business and entrepreneurial culture, and locate it in the parameters of business and companies in Colombia.

5. Study the different strategies related to corporate entrepreneurship at the international level.
6. Generate processes to improve the competitiveness of companies, through the motivation of employees, as an administrative, operational and workforce force.

Materials and Methods:

Depending on the level of research, our project is within the framework of descriptive research, since it consists of the characterization of a fact, phenomenon, individual or group, in order to establish its structure or behavior within the framework of society, specifically in the business field.

They were carried out through reading, where most of the information was collected through books and research, vertically addressing the exploratory vision of the universal frameworks of entrepreneurship. This is in order to obtain the most valuable information possible.

Documentary research involves following certain key steps such as the basic collection of the bibliography that works on the subject in question, reading the source of information, preparing bibliographic records.

This research was characterized because in its execution we resorted to different types of documents and from them, we collected, chose and analyzed consistent results with respect to entrepreneurship.

Today, thanks to computers and computer networks, obtaining the necessary and sufficient information to carry out an investigation, a task that traditionally has constituted one of the greatest difficulties in the work of analysts and researchers, results today in relatively simple day. The computerization of libraries together with the creation of databases and documentaries, as well as international computer networks, constitute powerful working instruments that the analyst or researcher must know and know how to use.

Thanks to them, we have a huge amount of information and quick access to most of the research and analysis that needs to be done. The information problem is thus transferred to another important question on whose proper or incorrect solution depends, to a large extent, the final success or failure of the investigation. It is about establishing clear criteria that allow us determine from the abundant information available, that which is necessary and sufficient to carry out the investigation.

Our research process has been carried out with the search and analysis of information extracted from sources such as: books, Internet, printed material, among other things, which have been registered by other researchers, for which reason our project is classified as Documentary.

Through this method, the techniques, strategies, procedures and instruments are required to achieve the objectives, such as:

- Analysis of examples of international companies: Senior Intrapreneurs are the first organizational characteristic in globalization; these are defined by Lombriser.

- To delimit the characteristics in favor and the limitations of entrepreneurship at the national level: Colombians have been characterized and have been internationally recognized for being creative, hard-working people, who have made good use of the culture's own initiative, of course, unfortunately in some cases poorly channeled into illegal activities. The above is tacitly indicated by Ing. Juan Bautista Franco, Grupo Emprendimiento and Fondo Empezar SENA.

- Identify the different types of entrepreneurship: Clearly, when evaluating the fulfillment of this objective, we tacitly come to the argument expressed by the different sources that define throughout this investigation, but we can quote Sergio Drucaroff and Hugo Mantis, and their "Corporate Entrepreneurship", defined in point 3.7, apart from the characteristics of said undertaking.

- Different researches were sought and shown, highlighting the entrepreneurial culture rooted in Colombian businesses and companies, whose pillars are based on entrepreneurship and innovation.

Results:

Taking into account the transfer carried out by this research, we can demonstrate that it is true that investments, entrepreneurial capacity, the mobilization of resources and the detection of business opportunities are absolutely essential in a robust development of the venture. However, it is no less true that effective demand - be it from external or internal markets - also has a significant role. Hence, when it comes to expanding and deepening business scope, the development of the internal market of any economy together with international demand, are vital factors for the development and consolidation of productive capacity.

Conclusions:

It can be said that the current mechanisms to encourage entrepreneurial processes in Colombian companies are adequate for the primitive situation that the country is currently experiencing in this regard, despite the rate at which some educational structures are moving require the approach and structuring of new educational models in Colombia. The entrepreneurial practices carried out by different educational schemes that reflect the socio-economic benefits, and that are not of immediate results, are clearly manifested. When establishing the entrepreneurial processes in the companies, the flaws in knowledge, application and technology are automatically revealed, which turns this concept into a potentiator of entrepreneurial processes and practices at the national level. There is a general understanding of the importance and practices of this, as a mechanism to positively impact the environment of a company, but the subject has not had depth in terms of education, training and application, and therefore is not a priority, reason for which the majority

of those who want to implement it have a tendency to fragment it and assign it by departments, when it must be applied together so that the results are optimal. The strengthening, development, and treatment of internal entrepreneurial practices in organizations require continuous interaction and support in order to combine spaces and interests to benefit the general objective of the company.

KeyWords:

COMPETENCE: it is an important concept in determining the role that a patient has in making medical decisions that concern him. This is of great importance, since if the individual is competent, he may have an active role in them, but if he is considered incompetent, others must decide for him. It consists of the power to correctly do a specific work or activity.

Competence criteria: to establish criteria for something that has been defined in general terms, is to determine the elements that must be considered in the practical and concrete order to document that in a particular case what the definition proposes is carried out. There are two ways of approaching the criteria of competence: the first is to suppose that we are capable of evaluating the final decision of the patient, recognizing it as correct or incorrect, as true or false; In this way we could consider as incompetent all patients who decide something that, from our perspective, is incompatible with their own values, beliefs or opinions.

It could be believed that the decisions of an individual follow a rational pattern, through which the response to the alternatives that are proposed results from a logical analysis that, based on certain premises, concludes in what must be done; To think like this of human decisions is not to recognize the whole world of affectivity, emotions, fears and expectations that influence the free will of the human being, it is a difficult task to know whether the decision of a subject or that of a Third, it is consistent with principles, values or beliefs, conscious or explicit, and they may always be mysterious to us.

CORPORATE: referring to a corporation, a set of parts that make up the whole of a company.

ENTREPRENEUR: Technology and the associated business idea is key to creating a person with the profile of an entrepreneur; This must be the person who carries out the management of the different resources necessary to create the company, is the protagonist in the company creation phase; the one that materializes an idea so that it satisfies the needs or desires of the clients through a product, be it a good or a service. In SMEs, the stamp of the representative, owner and worker often falls on the entrepreneur. It becomes the starting point of the new company; his figure is a necessary condition, like the business idea, and he has to balance a complex system; at first he must do man-everything functions; and it must obtain resources, transform them into products and services, offer it to customers, obtaining resources that compensate the expenses incurred and satisfy the interested parties.

COMPANY: it is a method that complements its surroundings, embodying an idea, in an analytical and organized way, in which the demands and desires of customers are satisfied through an economic activity; it requires a reason for being, a mission, strategy, objectives, tactics and action policies; It requires a previous vision and a strategic formulation and development of the company. It must start from a good definition of the mission, the subsequent planning is conditioned by that definition.

STRATEGY: the term strategy, comes from the Greek word Strategos, army chiefs; traditionally used in the field of warrior operations; and in recent years the concept of strategy has evolved in such a way that a new school of management and a new way of directing organizations, called strategic management, has emerged on the basis of this. The past 2 decades were 5 times more turbulent than the previous 80 years. Technological and political changes, the global economy and the growing social crisis confirm that the world presents novelty, diversity and transience. This world is full of uncertainty, the variables are less and less controllable, the most precious value is speculation, dealing with assumptions, the ability to interpret, these changes limit people's creativity and innovation, and this has to do with the strategy. The strategy is to discover, not to program, it is to guide, not to control. It is leading ideas. By strategy for the administration basically it is understood the adaptation of the resources and abilities of the organization to the changing environment, taking advantage of opportunities and evaluating risks based on objectives and goals, the strategy is used in uncertain, unstructured, uncontrollable situations, it is say in those situations where there is another side whose behavior cannot be predicted.

REFERENCES

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 www.toshiba.com

⁴ WWW.3m.com.

⁵ www.organizationsoctantis.com

⁶ Presidente de City off Knowledge

⁷ Ing. Juan Bautista Franco, Grupo Emprendimiento y Fondo Empezar SENA.

⁸ www.sena.gov.co

⁹ www.ministeriocomercioindustria y turismo.gov.co

¹⁰ Tiz SU, Presidente de Global Talentrepreneur Innovation & Collaboration

¹¹ Ming Huang, Presidente Hewlett Packard Taiwan.

¹² Revista Inc.,. Tema: Modelos de Negocios, Julio/2006.

¹³ Revista Forbes, Tema: Modelos de Negocio, Febrero 2/2009.

¹⁴ Lombriser, 1999. Comportamientos de Liderazgo, página 27.

¹⁵ Porter, 1999. Competencias organizativas.