

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás**

GENERACIÓN DE MENTALIDAD Y CULTURA EMPRESARIAL MEDIANTE EL
ESTUDIO DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO EN BUCARAMANGA

JOHAN REYNALDO MANTILLA LEÓN

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

BUCARAMANGA

2018

GENERACIÓN DE MENTALIDAD Y CULTURA EMPRESARIAL MEDIANTE EL
ESTUDIO DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO EN BUCARAMANGA

JOHAN REYNALDO MANTILLA LEÓN

Trabajo de grado para optar el título de

INGENIERO INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

BUCARAMANGA

2018

A Dios

*Solo tengo agradecimientos señor por brindarme
el amor, y la sabiduría de mis padres, personas
maravillosas con las que he podido compartir
éxitos y mis más grandes anhelos, siempre les
estaré en deuda.*

Contenido

1	Descripción del problema.....	9
1.1	Formulación de la pregunta	15
2	Justificación	15
3	Objetivo General.....	19
3.1	Objetivos Específicos	20
4	Marco Teórico	20
5	Marco Conceptual.....	23
6	Marco Legal.....	24
7	Marco Histórico	27
8	Estado del Arte	29
9	Metodología.....	32
9.1	Diseño de la Investigación	33
9.1.1	Tipo de Investigación	33
9.1.2	Fases del Proyecto	34
9.1.2	FASE I. REFERENTES DE EMPRENDIMIENTO EN BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA.	34
9.1.3	FASE II SELECCIÓN Y ANÁLISIS DE CASOS DE ESTUDIO DE EMPRENDIMIENTO	34

9.1.4	FASE III DOCUMENTACIÓN Y DIFUSIÓN DE CASOS DE ESTUDIO EN EMPRENDIMIENTO	35
10	Fase I. Referentes de emprendimiento en Bucaramanga y su área metropolitana.	35
11	Fase II Selección y análisis de casos de estudio de emprendimiento	38
12	Fase III Difusión y documentación de casos de estudio en emprendimiento	42
12.1	Introducción	43
12.2	Objetivo	44
12.3	Entrevista realizada a la empresa La Chispa al Rojo para la generación de mentalidad y cultura empresarial mediante el estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga	44
12.4	Entrevista	44
12.5	Introducción sobre el modelo de negocio o empresa realizada por el profesional para contextualizar y orientar a las partes interesadas.	44
12.6	Preguntas.....	45
12.6.1	¿Cuál fue el impulso para poner en marcha esta idea de negocio?	45
12.6.2	¿Con cuanto apoyo personal y económico inicio?	45
12.6.3	¿En qué momento se hace necesario contar con personal profesional para seguir creciendo?	45
12.6.4	¿Qué cualidades y habilidades cree que son imprescindibles para un emprendedor?	45

12.6.5	¿Por qué es vital para una empresa el control de la estructura financiera y como encontró esta cuando entro a conformar dicha empresa?	45
12.6.6	¿Qué herramientas en innovación y tecnología ha implementado y que consecuencias ha obtenido?	45
12.6.7	¿Cuentan con un plan estratégico, si es así que se prevé en el futuro de la Chispa al Rojo?	45
12.6.8	¿Cuáles fueron los obstáculos al momento de buscar una expansión a nivel nacional?	45
12.6.9	¿Qué cualidades y habilidades cree que son imprescindibles para un emprendedor?	45
12.7	Análisis y síntesis de la información	46
12.8	Entrevista realizada a la empresa La Milkeria para la generación de mentalidad y cultura empresarial mediante el estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga.	46
12.9	Entrevista	46
12.10	Introducción sobre el modelo de negocio o empresa realizada por el profesional para contextualizar y orientar a las partes interesadas.	46
12.11	Preguntas	47
12.11.1	¿Cuál fue el impulso para poner en marcha esta idea de negocio?	47
12.11.2	¿Con cuanto apoyo personal y económico inicio?	47
12.11.3	¿Cómo valido el mercado para conocer la viabilidad de su emprendimiento?	47

12.11.4	¿Contaba con un plan estratégico al momento de iniciar dicha empresa? ..	47
12.11.5	¿Cuál ha sido el impacto social generado por su emprendimiento?	47
12.11.6	¿Qué herramientas en innovación y tecnología ha implementado y que consecuencias ha obtenido?	47
12.11.7	¿Qué tan importante es el reconocimiento y posicionamiento para una nueva empresa y como ha sido su trayectoria para obtenerlo?	47
12.11.8	¿Cuáles factores o competencias son imprescindibles para una empresa de productos que se encuentra en crecimiento?	47
12.11.9	¿Cómo ha sido la expansión a nivel regional, departamental y nacional? .	47
12.11.10	¿Qué habilidades y competencias cree que son importantes para un emprendedor?	47
12.11.11	¿Basado en su experiencia y trayectoria cual opina que es la clave para emprender con éxito?	47
12.12	Análisis y síntesis de la información	47
13	Conclusiones	49
14	Recomendaciones	51
15	Anexo	52
16	Bibliografía	53

1 Descripción del problema

La palabra emprendimiento tiene sus raíces en el francés entrepreneur que significa pionero, palabra con la cual se referían a la acción aventurera de adentrarse en nuevos horizontes y descubrir nuevos lugares, como lo hizo Cristóbal Colon al descubrir el nuevo mundo sin tener la certeza de saber lo que descubriría, lo que caracteriza al emprendedor y al pionero es la actitud con la cual afrontan la incertidumbre, con el pasar del tiempo el termino fue acoplado junto a la innovación y a la acción de crear empresa o ejercer alguna acción comercial sostenible y rentable en el tiempo que en un principio no se vislumbraba con facilidad.

Algunos teóricos se contraponen a esta posición como es el caso del profesor Schumpeter de la universidad de Harvard, quien fue el primero en utilizar el término emprendedor para referirse a las personas que por su actitud pionera creaban inestabilidad en el mercado, la escuela austriaca opina lo contrario debido a que señalan como responsable al emprendedor de la eficiencia en la red comercial creando nuevas riquezas y abriendo nuevos horizontes comerciales, debido a estas posturas hoy en día son aceptadas ambas teorías como verdaderas aunque sus patrones de enseñanza sean diferentes. [1, pp. 10-15].

En Colombia las empresas y la economía nacional han sentido el impacto que genera el emprendimiento y la innovación, a tal punto que se hace necesario implementar estos términos en todas las acciones comerciales, buscando el actuar adecuado para que un país como Colombia obtenga los resultados anhelados en materia de emprendimiento e innovación.

La evidencia arroja datos contundentes sobre la relación del desarrollo en los países que ejercen el emprendimiento y la innovación de forma constante. En con relación generando buenas consecuencias económicas y fortaleciendo el aparato financiero, un país como Colombia es considerado como un país lejano de establecer esta relación de forma constante, y acercarse a este camino de fortalecimiento económico mediante el emprendimiento y la innovación no es del todo claro, para abordar este problema de forma objetiva se tomaran en cuenta tres niveles mediante los cuales se manifiesta de forma constante el emprendimiento y la innovación, los cuales son: nivel macro, nivel intermedio y nivel básico. En el nivel macro está comprendido el entorno del país, políticas y demás variables que afectan el territorio nacional, en el nivel intermedio están comprendidas las empresas y el entorno regional, y en el nivel básico está comprendido el individuo y su actitud frente a esta materia. [1, pp. 20-24]

El emprendimiento es una actitud de afrontar el entorno por parte de los individuos, que pueden llegar a valerse de herramientas para generar un cambio al interior de una empresa mediante la innovación o al crear un proyecto, esta actitud tiene una relación directa con el nivel intermedio que observa un desarrollo aportado por las personas que se toman la tarea de aventurar e indagar en nuevos campos, lo cual al juntar estos impactos regionales que aunque pueden mostrarse de forma individual terminan ejerciendo una consecuencia nacional o afectación al nivel macro. Estos tres niveles están relacionados entre sí, por lo cual las variables a considerar generan del emprendimiento un concepto complejo, los riesgos que afronta el individuo y como se desenvuelve frente a ellos hace del emprendedor una pieza importante en el desarrollo y la sostenibilidad de cualquier empresa.

Hoy en día se ha logrado establecer la innovación como el desarrollo de nuevos productos, servicios y técnicas de negocio que aumentan el valor de las empresas, la innovación se abre paso entre las economías a altas velocidades, esto se debe a la difusión de la información, afectando positivamente a las empresas que se acoplan rápidamente ante los cambios. [2, pp. 7-12]

La escuela de Schumpeter observa al emprendedor como la persona encargada de reformar o revolucionar el patrón de producción para un nuevo producto o para la creación de uno antiguo mediante un modelo distinto teniendo como característica la eficiencia. Se observa al proveer la producción de nuevos insumos o materiales, no probados antes, estas actividades innovadoras son las responsables de la positiva o negativa afectación económica al interior de la industria, afirma Schumpeter, este cambio percibe cierta resistencia contra la cual debe luchar el emprendedor asumiendo el riesgo que con lleva caer en un error.

La economía capitalista abarcada por la escuela de Schumpeter reseña que la competencia actúa de forma dinámica, la naturaleza de este sistema no permite el equilibrio estático y rutinario, sino por el contrario se ve constantemente influido por el ejercicio emprendedor de abrirse a nuevos horizontes económicos mediante la innovación constante, esta actividad es incentivada por el aumento en ingresos económicos que servirían para futuras innovaciones debido a que con el pasar del tiempo las innovaciones ya establecidas serían difundidas e imitadas por la competencia.

La ausencia de tratamiento de desarrollo estratégico presente en la constante innovación realizada por parte de los emprendedores, debido a la incertidumbre y al riesgo

de probar las posibilidades por parte de la intuición, genera un punto clave en la postura de Schumpeter, la afectación económica guiada a la maximización de las utilidades mediante los esfuerzos económicos, presenta un riesgo más para el ejercicio emprendedor.

Otros autores no apoyaban la teoría de la escuela de Schumpeter con respecto al emprendimiento, entre ellos Ludwig von Mises, Friedrich Hayek e Israel Kirzner, aunque comprendían y estaban de acuerdo con el impacto que genera el emprendimiento al interior de las organizaciones y su consecuencia en la economía, diferían en su concepción del ejercicio del desarrollo capitalista por parte del emprendimiento, y lo que abarcaría el futuro ejercicio del mismo.

Ludwig von Mises considera que el ejercicio emprendedor está presente en todos los contextos donde el hombre encuentre incertidumbre, y su ejercicio no está limitado a un tipo de persona, esta acción se antepone a los cambios del mercado respondiendo a las necesidades mediante la especulación, si lo hace de forma correcta genera ganancias para sí mismo, por el contrario si se equivoca asume las consecuencias económicas de sus acciones, pero la consecuencia a largo plazo de estas acciones es el conocimiento, que genera afrontar las incertidumbres por parte del emprendedor la cual se ve reducida a través del tiempo, mejorando la capacidad de satisfacer las necesidades.

Israel Kirzner observa la incertidumbre que afronta el emprendedor como una oportunidad, la cual es bien aprovechada si el emprendedor esta alerta, de esta forma percibe ganancias, prever los cambios futuros y la misma monotonía ofrecen la ocasión para ejercer la acción emprendedora, para lo cual no es necesario tener un mayor conocimiento del mercado como receta para afrontar la incertidumbre con éxito, aunque una variable clave sean la cantidad de oportunidades que observe el emprendedor para así disminuir el riesgo,

por lo cual se hace imperativo un agudo sentido de la alerta. Kirzner enfatiza en la importancia de la competitividad la cual es inherente al mercado, mediante la cual se resalta el ejercicio por parte del emprendedor como herramienta clave en la distinción de la competencia capitalista.

Schumpeter enfatiza el hecho de que el emprendedor promueve la economía en un sentido contrario al equilibrio, mientras que la escuela austriaca piensa que el ejercicio emprendedor se antepone a los cambios del mercado reduciendo la incertidumbre mediante la experiencia encontrando satisfacción a las necesidades de forma gradual.

Por otra parte, Howard Stevenson de la universidad de Harvard en el año de 1980 establece la acción emprendedora se apoya más en las oportunidades que en los recursos, haciendo alocución a los emprendedores que hicieron lo imposible por hacer sus sueños realidad, sueños realizados con sus propias manos y un capital insignificante, también es el caso de empresarios que convirtieron sus empresas en referentes internacionales como es el caso de la compañía Coca-Cola.

Howard Stevenson considera que la enseñanza del emprendimiento es fundamental en la formación de líderes comerciales, como la implementación de esta catedra en las principales instituciones de formación, basada en dos alternativas. La alternativa tradicional que muestra al emprendedor que inicia su ejercicio en un escalafón inferior de las organizaciones, que mediante el esfuerzo y el trabajo constante logra subir hasta los escalafones superiores como es el caso de la mayor cantidad de emprendedores de Estados Unidos. Por otro lado, está la alternativa de crear generadores de riqueza, la cual se enfoca en pequeños grupos de personas donde existe un líder, que es el mayor emprendedor que impulsa una iniciativa, la cual con el tiempo toma forma y fuerza hasta el punto de

consolidarse como una empresa sostenible que sirve como generadora de empleo para otras personas en este caso el desarrollo personal y empresarial van tomados de la mano, es el caso de Steve Jobs y Apple Company.

El precursor del enfoque del modelo aplicado a la práctica, Jeffrey Timmons profesor en emprendimiento en Babson College, Harvard Business School y Northwestern University, ofrece tres pilares claves para disminuir el riesgo en el momento de emprender, estos pilares son: el mercado, las personas y los recursos, estos pilares tienen una relación entre sí, apoyando la cualidad fundamental que es la actitud del emprendedor frente a las empresas, y como las ideas se transforman para convertirse en oportunidades y de esta forma se evalúan las oportunidades en relación a los recursos con los que cuenta dicha empresa para tomar la decisión más viable en los campos a considerar. [1, pp. 14-18].

Todo lo anterior como marco de referencia y basados en la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento, decretada por el congreso de Colombia *“La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo”*. [3]. La cual expresa que desde el año 2006 en las instituciones de formación y educación colombianas se hace imperativo el fomento de la cultura emprendedora como herramienta clave en el desarrollo de la nación.

1.1 Formulación de la pregunta

¿Cuáles serían las pautas necesarias para formar y capacitar al emprendedor a través del análisis de casos de emprendimiento en Bucaramanga para el fomento de la mentalidad y cultura en la creación de empresas?

2 Justificación

En el siguiente proyecto abarcaremos el tema de emprendimiento como herramienta pedagógica al servicio de la comunidad académica, para el ejercicio de la creación y conformación de nuevas empresas, su sostenibilidad y rentabilidad a través del tiempo, lo cual es un factor clave en el progreso de la región en cuanto a su crecimiento económico y la conformación de nuevos empleos, debido a esto surge la necesidad de obtener una herramienta que nos permita conformar un banco de información acerca de los casos emprendedores de la ciudad de Bucaramanga, proceso y aprendizaje en la trayectoria transcurrida.

El siguiente proyecto surge de la necesidad de obtener una herramienta que nos permita conformar un banco de información acerca de los casos emprendedores de la ciudad de Bucaramanga, su proceso y aprendizaje como instrumento pedagógico para el ejercicio de la creación de nuevas empresas.

La ciudad de Bucaramanga cuenta con 528.269 habitantes que junto a Floridablanca, Girón y Piedecuesta conforman el área metropolitana con un total de 1'132.339 habitantes, y cuenta con 17.532 empresas en ejercicio de acción comercial, número de empresas que crece con el pasar del tiempo de forma constante, razón por la cual la noción de emprendimiento toma un lugar fundamental en el desarrollo de la población.

Dentro de este planteamiento, la estructura de las firmas se hace más dinámica, las instituciones burocráticas son reemplazadas por soluciones emprendedoras y de mercado, la innovación es buscada como un objetivo explícito de negocio, por su capacidad para transformar las reglas del juego.

Por lo cual se entiende que las políticas deberían ajustarse a una economía del emprendimiento, así mismo las estrategias empresariales por parte de las organizaciones van dirigidas a dicha economía como eje fundamental que afecta todos los aspectos del entorno, no solo a nivel económico, también cultural. Esta cultura del emprendimiento a nivel personal para la creación de empresas o en el crecimiento y desarrollo al interior de las organizaciones estipula unas reglas de juego en las cuales todos los actores comerciales se ven inmiscuidos, por lo tanto, no existe opción de no participar, la opción a conocer es como jugar, de la forma más eficaz posible para permanecer en la vanguardia o logrando ser líder entre la competencia. [2, pp. 16-21]

Para comprender la relación beneficio económico-emprendimiento se necesita conocer las variables que afectan el resultado de las decisiones tomadas, para reducir la incertidumbre y conocer de forma más objetiva como se puede implementar el emprendimiento en un contexto como el que viven los pobladores de la ciudad de Bucaramanga, llamaremos variables del entorno a las variables que no hacen parte del sujeto emprendedor, estas variables en la mayoría de los casos no dependen del sujeto y este debe adecuarse a estas variables para disminuir la incertidumbre y actuar de forma objetiva, estas variables son:

- El grado de desarrollo económico: Está demostrado que los países con mayor capacidad de producto per cápita poseen mayor grado de emprendimiento e innovación, pero no obstante esta variable puede ser tomada como una oportunidad para tomar decisiones que se adelanten al desarrollo del momento.
- El tamaño de los mercados: En cuanto más grande sea el tamaño del mercado en una región más empresas acudirán a formar parte de este.
- La intensidad de la competencia: Cuanto más libre sea la competencia, y mayores garantías tengan las empresas pequeñas frente a las grandes, mayor será la innovación presente en el mercado.
- Prevalencia de la tecnología: Las empresas que cuentan con un fuerte factor tecnológico, acompañado de efectivas tecnologías de la información presenciara mayor innovación.
- Diversidad demográfica: La composición demográfica en una región compuesta por cultura, edad y educación, como su flujo migratorio con poblaciones con altos niveles de educación, fomentan la innovación y el flujo de ideas basadas en los diferentes pre saberes.
- Estrategia empresarial: La planeación adecuada de objetivos estratégicos al interior de las organizaciones, a mediano o largo plazo promueven la innovación como medio eficiente, para lograr de forma sostenible resultados previamente propuestos.
- Recursos y capacidades: Los recursos y capacidades son herramientas para la implementación de ideas innovadoras, la tarea del emprendedor es observar las oportunidades para implementar dichos recursos en la innovación que mayores beneficios ofrezca a la compañía.

- Cultura organizacional: La innovación como producto del ejercicio emprendedor encuentra dificultades en organizaciones de estructura jerárquica descendente, por el contrario, encuentra mayor fluidez en organizaciones de estructura jerárquica plana, donde el error es bien aceptado siempre y cuando sea parte del proceso de aprendizaje.

Estas variables mencionadas sirven de oportunidad para la acción emprendedora por parte del individuo, no encierran sus posibilidades solo sirven de herramienta para disminuir la incertidumbre, de esta forma se actúa bajo la mayor capacidad de certeza y se disminuye el riesgo de cometer errores o caer en ellos. ([4, pp. 6-10]

Las variables a continuación comprenden al individuo, forman parte de su actitud para hacerle frente a la incertidumbre, están bajo su control y puede afectarlas para conseguir el beneficio deseado, estas variables son:

- El nivel de educación: los individuos que generan mayor aporte en innovación, son aquellos con grados de educación más alto, la acumulación de pre saberes y el conocimiento de experiencias ajenas generan una visión más amplia del panorama, y de las oportunidades para actuar frente a este.
- El desarrollo de habilidades: esta variable está relacionada de forma directa con la educación, pero se basa en la experiencia del individuo para hacer, las actividades que desarrollan las habilidades del individuo se fundamentan en la acción del pre saber.
- La capacidad para identificación de oportunidades: Esta es la capacidad que tiene el individuo de observar el medio en el cual piensa desenvolverse, para articular un orden a partir del caos, y satisfacer las necesidades de las partes interesadas.

- La preferencia individual por el riesgo: Los emprendedores se caracterizan por tener alta disposición individual a la toma de riesgos, pues están dispuestos a aceptarlo en situaciones donde consideran que pueden obtener amplias ganancias.

Estas variables mencionadas anteriormente son herramientas que el individuo emprendedor puede mejorar para reducir la incertidumbre, y adoptar la innovación de forma más acertada [5, pp. 15-22].

El conocimiento para la formulación del presente proyecto, observando diferentes puntos de vista, y de partida a través del tiempo, como la postura de diferentes escuelas (Shumpeter, austriaca, clásica) e investigadores como lo son Freidrich Hayek, Ludwig von Mises, Israel Kirzner, Howard Stevenson, Jeffrey Timmons entre otros con respecto al tema de emprendimiento como un ejercicio necesario para las empresas que buscan rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo, son de suma importancia para un futuro ingeniero industrial, y para cualquier profesional que tenga la actitud de tomar acciones en el entorno comercial, o de ser generador de riqueza haciendo un sondeo profundo de las variables mencionadas para no solo reducir el riesgo e incertidumbre sino para asegurar el éxito de lo que será su proyecto de vida, todo lo mencionado comienza a formar parte de la cultura en la ciudad de Bucaramanga por su talante empresarial, lo cual ofrecerá desarrollo y crecimiento a la región.

3 Objetivo General

Analizar casos de emprendimiento en Bucaramanga para el fomento de la mentalidad y cultura en la creación de empresas.

3.1 *Objetivos Específicos*

- Identificar los referentes de mentalidad y cultura emprendedora en la ciudad de Bucaramanga.
- Analizar emprendimientos exitosos en Bucaramanga teniendo en cuenta la metodología de estudio de caso para emprendimiento.
- Realizar la documentación y difusión de los casos analizados para que sirvan como insumo en la generación de mentalidad y cultura emprendedora.

4 Marco Teórico

Siguiendo la teoría de Joseph Schumpeter se puede observar su trabajo en cinco fases diferentes divididas en periodos de tiempo, la primera fase llega hasta el año de 1909, en este periodo se centra en el fundamento metodológico del análisis económico. En la segunda fase (1909-1918) Schumpeter asume el reto de formular una teoría económica del desarrollo independiente de la teoría del equilibrio general walrasiana. En esta época emerge la teoría del desarrollo económico como disciplina separada, al estilo de la teoría y la historia, y define los elementos más importantes de su análisis: la figura del emprendedor, el concepto de innovación y la teoría de los ciclos. En la fase tres que tiene un periodo de (1918-1933) Schumpeter examina su posición metodológica y une las tres teorías, económica con la historia, la sociología y la estadística bajo un mismo enfoque integrándolas, en la fase de la metodología socio-económica, la economía es el plano sobre el cual se van a levantar las

disciplinas como la teoría económica, la historia entre otras, que complementan a la economía.

La cuarta fase se caracteriza por tomar una extensión de su enfoque económico desde la teoría del desarrollo económico hasta el análisis del proceso capitalista evento que ocurre en (1933 – 1942). La quinta y última fase que tiene lugar en (1942 – 1950) en la cual el pensamiento de Schumpeter gira hacia el análisis histórico y elabora su concepto de socio-economía mostrando su desaprobación hacia la ineludible intriga y desacierto que genera aventurarse a enfrentar la incertidumbre como base del progreso económico, basado en las experiencias negativas que se pueden desprender, y la inestabilidad que genera en la economía basarse en modelos de emprendimiento de tiempo y acción no estructurados.

Para Schumpeter el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve. Los emprendedores no son managers (al estilo de Marshall) ni inversores, son un tipo especial de personas (Schumpeter, 1934, páginas 77-78). No obstante, Schumpeter (1934, página 90) rechaza explícitamente la asunción esencialista e individualista del hedónico hombre-económico, que guía su comportamiento por el equilibrio entre el beneficio marginal y el coste marginal. El emprendedor schumpeteriano también se guía por emociones, para poder introducir sus innovaciones, el emprendedor tiene que romper las inercias del entorno y vencer su oposición, pues, normalmente, el entorno es hostil a comportamientos novedosos: toda desviación del comportamiento de un miembro de la comunidad será desaprobada por

los restantes miembros. También tendrá que gastar energías físicas y psíquicas en abandonar la senda de la familia. Pero en esta oposición, el emprendedor encuentra deleite. El emprendedor es un creativo inconformista. Es el elemento dinámico del capitalismo. El hecho de romper con las sendas tradicionales y de abrir nuevas posibilidades de negocio, supone romper con el «flujo circular de la economía», que se corresponde con un estado estacionario en el que los procesos económicos se repiten período tras período. [6, pp. 23-28].

Ludwig Von Mises consideraba la teoría económica como la más moderna de todas las ciencias, en el momento que brotó dicha disciplina numerosas ramas del saber se desprendieron de esta, dejando subdividir el campo de la investigación para examinarlo de mejor manera, en este punto observo el trabajo del emprendedor y su efecto en la economía como motor fundamental del progreso capitalista, que busca mediante la innovación adentrarse y enfrentar la incertidumbre, ante la cual otros no se atreven a tomar acciones, el deja ver el trabajo del emprendimiento como una acción que nutre la economía y una de sus bases más sólidas como modelo progresista que hasta ese momento se valía de empirismo.

A un lado se situaban aquellos naturalistas y físicos que la censuran por no ser una ciencia natural y por prescindir de las técnicas de laboratorio. Constituye uno de los objetivos del, presente tratado evidenciar el error que tal pensamiento encierra. En estas notas preliminares bastará con aludir al fondo psicológico de dicho ideario. Las gentes de estrecha mentalidad suelen criticar las diferencias que en los demás observan. El investigador de laboratorio considera su método el más perfecto, estimando las ecuaciones diferenciales como la única forma adecuada de reflejar los resultados de la investigación. Incapaz es de apreciar la

epistemológica procedencia del estudio de la acción humana. La economía, en su opinión, debiera ser una parte de la mecánica. [7, pp. 15-19].

5 Marco Conceptual

Emprendedor una persona de creación, invención, descubrimiento e innovación necesariamente transforma bienes y servicios; procesos; crea o se expande en el mercado, y por lo tanto, crea valor. Aunque dicho valor no siempre es económico o financiero, pues existe una clase de emprendedor social sin ánimo de lucro que crea otro tipo de valores. Pero al final, sea el emprendedor lucrativo o no, siempre genera valor agregado por el sólo acto de su actividad innovadora. [8, pp. 15-22]

El acto de emprendimiento es convertir los recursos tangibles e intangibles con miras a fundar cualquier tipo de riqueza, lícita o ilícita; social, altruista o lucrativa. También emprender es el arte o técnica para transformar una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los diferentes recursos necesarios para crear, inventar, descubrir o innovar nuevas formas de solucionar problemas de su entorno específico. [8, pp. 32-34]

Innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado. [9, pp. 9-10]

6 Marco Legal

En la constitución política colombiana se plantean derechos para ciudadanos derechos fundamentales como lo son la educación y el trabajo, bajo la intención de mejorar la calidad de vida que sirvan como garantía para el progreso social, cultural y económico del país. El emprendimiento como base para el desarrollo y sostenibilidad de un país al interior de una empresa o mediante la creación de empresa, como generador de empleo, por esto el Estado ve imperativa su necesidad y compromiso de fomentar el empleo y hacerlo ley, para el aseguramiento de su cumplimiento como motor de la economía de mercados.

La LEY 29 DE 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.

El DECRETO 393 DE 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.

El DECRETO 585 DE 1991, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otra disposición.

LA LEY 344 DE 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se concede unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas

correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

LA LEY 550 DE 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010.

LA LEY 789 DE 2002, Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. Norma por la cual se crea el FONDO EMPRENDER (Art.40).

EL DECRETO 934 DE 2003, Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). El artículo 40 de la Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

LA LEY 905 DE 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

LA RESOLUCIÓN 470 DE 2005 de la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.

LA LEY 1014 DE 2006, Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

El DECRETO 4466 DE 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

El DECRETO 2175 DE 2007, sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP).

LA SENTENCIA C-392 DE 2007 DE LA CORTE CONSTITUCIONAL, La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

LA LEY 1286 DE 2009, por la cual se modifica la LEY 29 DE 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

El DECRETO 525 DE 2009 por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.

El DECRETO 1192 DE 2009, por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones. [10].

7 Marco Histórico

El emprendimiento en Colombia se dio a conocer por sus mujeres en el siglo XIX, mujeres que en la época de la colonia se dedicaban con gran esfuerzo a generar una actividad económica, entre sus casos más destacados se encuentra el caso de las Clarisas, las cuales se valían de una organización administrativa compleja, de esta forma María Centeno fue la primera mujer con reconocimiento en los tiempos de la colonia debido a su ejercicio empresarial, su destacada actividad económica le dio un lugar no solo en la colonia sino en la historia de Colombia, su actividad concentrada en la minería, de esta forma enfrente a las normas morales, sociales y jurídicas establecidas por los españoles y sus leyes.

En tiempo de la colonia principalmente las mujeres viudas que asumían la responsabilidad de sus bienes y los de su familia, en medio de leyes y un entorno sociocultural que las limitaba, las obligaba a encargarse del patrimonio familiar hasta el punto de administrarlo, la precaria realidad de una sociedad jerarquizada les imponía un sin número de obstáculos ante los cuales decidían hacer frente. [11]

Acerca de los primeros hombres emprendedores sobre los cuales se documentó en Colombia, esta Gumercindo Gómez, persona que actualmente es el dueño de Colchones el Dorado, quien inició su carrera en la fabricación de colchones como un operador en medio del proceso, llegan hoy día a posicionar su propia marca como una marca líder en el mercado, aprendiendo el oficio mediante la observación hasta crear su primer colchón.

Esto permite observar la fuerza motivacional que caracteriza a los colombianos y como esa cualidad toma partida en el ejercicio emprendedor siendo una herramienta para quien la posee, Jesús Guerrero Hernández, fundador de Servientrega empresa de mensajería que fundo y consolido a las 31 años de edad, siendo hoy día la empresa líder en mensajería, en todo el territorio colombiano, Jesús Guerrero Hernández inicio su vida en el comercio vendiendo cilantro en el mercado de su pueblo, debido a su labor era la persona encargada de ir a los bancos, Cámara de Comercio y demás, en ese momento observo una necesidad a la cual él podría satisfacer mediante la conformación de una empresa.

La participación de mujeres en el campo del emprendimiento en Colombia parece notable aunque escasa por los paradigmas culturales y sociales que obstaculizan el crecimiento de la misma, sin perder así el protagonismo que caracteriza a la mujer colombiana en su función emprendedora, un claro ejemplo es la señora María de Chávez quien “nació en Barranquilla y es la creadora y propietaria de la firma de cosméticos Jolie de Vogue, empresa que empezó con su esposo en un garaje del barrio Santafé, en Bogotá, donde preparaban esmaltes para uñas en ollas de cocina. Hoy su nómina es de 1.050 empleados, tiene cobertura nacional y exporta sus productos a varios países. Con una clara actitud emprendedora y una visión definida no fue conforme únicamente a seguir fabricando únicamente en la línea popular sino se especializo en líneas elegantes con las cuales expandió su nicho de mercado además de ampliar la venta de su producto al mercado internacional con respecto a esto ella aclara: “María le entusiasmó la idea de sacar una línea bien fina, empezó a importar estuches de calidad, solicitó fragancias y hubo una que le impactó particularmente: Jolie. Ya mismo vamos a sacar esa línea, dijo. Fabricó unos cientos y gracias a sus excelentes relaciones comerciales, los almacenes de las grandes cadenas se la Monografía de

Emprendimiento 51 codificaron como producto nuevo, fino y elegante, a partir de ese momento dejó de ser María a secas. Ya era doña María de Chávez, cabeza de Jolie de Vogue., quienes facturan más de cinco millones de unidades al año. [12, pp. 50-51]

8 Estado del Arte

El emprendimiento es un área del conocimiento sobre el cual se ha realizado un particular énfasis partiendo desde el siglo pasado, buscando mediante el método científico caracterizar su conocimiento, generando respuestas específicas y objetivas a situaciones particulares del ambiente económico. Aunque su tiempo de investigación es relativamente corto comparado con otras áreas del conocimiento no se puede ignorar el hecho de que gran cantidad de intelectuales y académicos, se han enfocado en este tema como objeto de estudio, por lo tanto se concluyó que el emprendimiento como objeto de estudio se encuentra en una etapa adolescente. [13, pp. 23-25]

Uno de los motores más influyentes en cuanto a interés e inversión ha sido el mismo Estado, debido a que reconoce su particular importancia como relevante eje económico en la sociedad, por su capacidad de mejorar la calidad de vida del entorno basándose en revoluciones empresariales que generan empleo y satisfacen las necesidades actuales de la sociedad, por lo tanto el Estado muestra interés en el emprendimiento como factor cultural que forme y eduque a los posibles emprendedores, para que estos se enfrenten a la incertidumbre con herramientas que apoyen sus decisiones, para ser objetivos y no fallar en su búsqueda de conquistar lo desconocido. [14, p. 12]

“Personas raras que cuentan con la habilidad para darle visión a una invención, adquirir los recursos para poner la invención de una forma útil, comenzar una nueva empresa, y usar la innovación para el crecimiento exitoso de la misma, y afirmó: „esos individuos son emprendedores.” [15, p. 26]

Aunque se logra describir el ejercicio del emprendimiento este no es fácilmente descriptible, debido a que puede ser objeto de estudio desde diferentes niveles, personal, grupal y organizacional, también es campo variable en cuanto al contexto, y políticas que rodean al individuo, por esto se hace imperativo identificar las variables más relevantes que rodean el ejercicio del emprendimiento. También puede ser objeto de estudio a partir el individuo, como ser psicológico formado por habilidades, cualidades y adquisición de conocimientos que ofrecen herramientas para ejercer el trabajo emprendedor, esto hace más complejo el caso de estudio de lo que se pensó en la década pasada. [16, pp. 18-20]

Se piensa que estas herramientas pueden ser adquiridas junto a los pre saberes y experiencias de otros emprendedores que han logrado disminuir la incertidumbre en diferentes casos para ser objeto de enseñanza dando lugar a la enseñanza del emprendimiento como lo planteo Howard Stevenson, quien se enfoca en el impacto que puede generar la formación de líderes comerciales por lo cual se considera imprescindible su enseñanza en la academia, en el momento que se observa las alternativas que poseen los líderes del futuro y se encuentra con dos grandes caminos, uno de ellos es el camino tradicional mediante el cual se han formado la mayor cantidad de líderes que contiene la sociedad, mediante el desarrollo personal en la escalera empresarial con mucho esfuerzo mediante pequeños pasos que generan desarrollo al interior de las organización y subiendo paulatinamente en la escala jerárquica. [17, p. 9]

El segundo camino es mediante generadores de riqueza que observando una oportunidad comienzan un pequeño proyecto el cual crece con fuerza y dinamismo hasta consolidarse como una gran empresa que mediante modelos innovadores se concentra en el crecimiento personal ligado o de la mano del crecimiento empresarial, como es el caso de compañías exitosas que tomaron un lugar en el mercado mundial de la mano de un joven emprendedor como es el caso de Apple. [18, p. 17]

La conformación y crecimiento de nuevas empresas es un proceso complejo, por lo cual muchas investigaciones han abordado el tema buscando comprender el proceso de forma lógica creando marcos de referencia dinámicos que se adecuen y moldeen a experiencias similares para que haciendo uso de medidas correctivas se reduzca de forma significativa la incertidumbre que lleva en muchos casos al fracaso, los primeros modelos de estudio concluyeron que el ejercicio del emprendimiento dependía de las características del individuo y su forma de observar el entorno para sacar provecho de este, observando oportunidades en las cuales pudiera desenvolverse encontrando retos que terminaba superando basado en actitudes y posteriores aptitudes que lo conducían a enfrentar los riesgos de forma decidida. [19, pp. 13-16]

Aunque todo lo dicho anteriormente hace referencia al emprendedor y al emprendimiento estos temas van de la mano con la innovación como herramienta que favorece el desarrollo de la sociedad empujando la economía a un nuevo nivel donde el emprendedor encuentra un instrumento de progreso a nivel organizacional afectando todo su entorno y mejorando la calidad de vida, del entorno empresarial, debido a que la era de la información hace su papel en circulación de información, poniendo a competidores por igual en la vanguardia permitiéndoles avanzar en un desarrollo general. [1, p. 21]

9 Metodología

Esta investigación fue iniciada con la búsqueda de material bibliográfico relacionado con emprendimiento como foco de investigación para lograr establecer parámetros que ofrecieran un entorno sobre el trabajo particular sobre el cual se estableció la actual investigación.

La actual investigación se realiza para abarcar el tema de generación de mentalidad y cultura empresarial mediante el estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga. Por lo cual se hace imperativo abarcar temas como emprendimiento e innovación, sus teóricos más renombrados, y el contexto de la sociedad colombiana como factor clave que afecta directamente dicho ejercicio.

Para ello se accedió a material bibliográfico obtenido de la herramienta google académico, mediante un ejercicio investigativo para conocer todas las variables del contexto al cual requerimos acceder, conocer la historia y los estudios más sobresalientes con respecto al emprendimiento, como lo establecido por diferentes pensadores a través del tiempo y las conclusiones que se han logrado obtener de las cuales algunas son utilizadas hoy en día, por parte de las empresas de algunas personas así como del mismo Estado con el fin de obtener resultados productivos a nivel económico.

Después se procederá con la búsqueda de información acerca de los casos de emprendimiento más relevantes en la ciudad de Bucaramanga para una posterior selección mediante la matriz de priorización basándonos en lineamientos establecidos bajo la síntesis de la investigación general, creando marcos de referencia que ayuden a seleccionar bajo criterios académicos, los casos de emprendimiento más convenientes, para realizar una

posterior investigación con permiso de dichos emprendedores, analizando los factores y decisiones más influyentes durante su transcurso en la materia de emprendimiento.

La investigación será debidamente documentada y difundida, con la intención de crear referencias que promuevan y fomenten la cultura emprendedora, eliminando y reduciendo la incertidumbre ante la cual se enfrentan muchos emprendimientos, los cuales por falta de experiencia o conocimiento terminan en fracaso, de esta manera se busca apoyar el emprendimiento como motor empresarial y económico de la nación, ayudando a mejorar la calidad de vida, el progreso y desarrollo de la población.

9.1 *Diseño de la Investigación*

9.1.1 *Tipo de Investigación*

El diseño de esta investigación sobre generación de mentalidad y cultura empresarial mediante el estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga puede tener dos componentes fundamentales, para obtener los resultados esperados en cuanto a conocimiento y comprensión del tema emprendimiento, por lo cual en un principio puede comportarse como una investigación exploratoria en cuanto desea estudiar el fenómeno de emprendimiento en la ciudad Bucaramanga, como una ciudad altamente comercial, y empresarial, para llevar acabo y consecuentemente una investigación descriptiva, con la cual podremos conocer los componentes, variables y demás herramientas que tiene lugar en las experiencias emprendedoras de los casos que resultarían ser nuestro marco de referencia para obtener un profundo análisis del objeto en cuestión.

La información proveniente de los casos de estudio es altamente cualitativa por lo tanto la interpretación y el contexto de las experiencias son fundamentales para analizar las

consecuencias de los hechos ocurridos en cada emprendimiento, las consecuencias están arraigadas al desarrollo del emprendedor y su método para abordar los obstáculos y obtener el mejor provecho de las herramientas que posee.

9.1.2 Fases del Proyecto

9.1.2 FASE I. REFERENTES DE EMPRENDIMIENTO EN BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA.

La primera fase comprende la búsqueda de emprendimientos exitosos con la trascendencia y el tiempo de desarrollo necesario, que permitan al emprendedor sobre pasar obstáculos y dificultades adquiriendo la experiencia necesaria para percibir, analizar y enfrentar los posibles retos futuros.

Para ello se acudirá a bases de datos presentes en el CENTRO DE EMPRENDIMIENTO de la Universidad Santo Tomas enriquecida mediante Seminarios de Emprendimiento, congresos y otros espacios que permiten el reconocimiento y flujo de información por parte de los diferentes emprendedores.

9.1.3 FASE II SELECCIÓN Y ANÁLISIS DE CASOS DE ESTUDIO DE EMPRENDIMIENTO

En el momento de obtener la información necesaria sobre referentes de emprendimiento del área de Bucaramanga se estipularán los parámetros determinantes que mediante una matriz de priorización facilitaran la selección objetiva de los emprendedores.

Seleccionados los emprendimientos se analizará la trascendencia, el impacto socioeconómico, crecimiento, y desarrollo afrontando la incertidumbre, superando los

obstáculos presentados en el tiempo para abstraer herramientas y experiencias útiles para los futuros emprendedores.

9.1.4 FASE III DOCUMENTACIÓN Y DIFUSIÓN DE CASOS DE ESTUDIO EN EMPRENDIMIENTO

La última fase comprende la documentación y difusión del proyecto mediante herramientas físicas y tecnológicas que permitan un flujo correcto y seguro de información en cuanto al conocimiento y experiencias captados u ofrecidos por parte de los emprendedores para finalmente ser puestos a disposición académica de las partes interesadas.

La gestión del proyecto y su alcance se relacionan con la correcta documentación de información, análisis, y resultados que transmitan de forma clara y concisa el conocimiento captado.

10 Fase I. Referentes de emprendimiento en Bucaramanga y su área metropolitana.

El desarrollo de esta fase comprende la obtención de bases de datos sobre emprendedores que hayan realizado el ejercicio con éxito o se encuentren en el proceso en el área de Bucaramanga, para acceder a estas bases de datos se solicita información en la Universidad Santo Tomas seccional Bucaramanga y empresas como Suricata Labs, por su amplio conocimiento sobre el tema y el trabajo de enriquecer con congresos y grupos de investigación la cultura emprendedora de las partes interesadas.

El objetivo de esta fase es obtener la mayor cantidad de prospectos posibles, sin importar su objeto social o económico, trayectoria e impacto, su formación académica y crecimiento económico, tener una vasta cantidad de candidatos ofrece al proyecto la capacidad de enfocar

objetivamente el estudio y seleccionar más enriquecedoras basados los elementos de análisis propuestos.

La recolección de información se realizará de forma digital, por medio de correo electrónico respetando la ley de habeas data con respecto a los intereses de los involucrados. Los requisitos para formar parte de la lista de referentes de emprendimiento en el área de Bucaramanga serán que el emprendimiento en cuestión tenga presencia en dicha ciudad con un tiempo de acción comercial mayor a un año, con un impacto social positivo, y por último para conocer la cantidad real de personas para realizar el proyecto se realizará una llamada informativa para conocer la disposición y disponibilidad en el enriquecimiento de este tema, debido a que suelen ser personas con poco tiempo disponible o que en su caso no se encuentren interesados en realizar un aporte para fines académicos sin ánimo de lucro, en este caso aunque cumplan con los parámetros establecidos no formarán parte del proyecto y como referentes su aporte no será significativo.

Para la eficiente recolección de información se usaron herramientas tecnológicas en bases de datos dirigidas hacia emprendedores en el área local, y se realizaron búsquedas en la información retenida por parte de la Universidad Santo Tomás acerca de los congresos realizados en el año 2015 y 2016, eventos para el cual se contó con la presencia de emprendedores como, Luis Alfredo Torres fundador y miembro del grupo de emprendimiento Éxito y Poder, grupo en el cual hace investigación sobre los factores influyentes o relevantes de emprendimientos realizados por sus miembros o terceros, para de esta forma lograr un crecimiento sostenible en empresas ya conformadas, o apoyar ideas innovadoras que conlleven al desarrollo de la región.

Debido a la trascendencia de este grupo y la trayectoria de sus miembros se decidió focalizar en un emprendimiento obteniendo el primer caso de estudio sobre el cual se pondrían en práctica todas las herramientas y análisis anteriormente mencionados, buscando mejorar la mentalidad y cultura emprendedora de aquellos interesados en afrontar la incertidumbre mediante la creación de riqueza.

Para la recolección de información precisa acerca de emprendedores en la región de Bucaramanga fue imprescindible la ayuda y asesoría de una empresa especializada en este campo, empresa dada a conocer por el Ingeniero Edwin Flórez, docente de la Universidad Santo Tomas y tutor de este proyecto, esta empresa es Suricatalabs, empresa enfocada en ofrecer los servicios de asesoría y consultoría con amplia experiencia en el apoyo a emprendedores y organizaciones, formulando proyectos y estrategias de mercadeo. Esta empresa subdivide su asesoría en cuatro áreas fundamentales las cuales son, apoyo emprendedor, formulación de proyectos, dirección y ejecución de proyectos y consultoría organizacional, para complementar la ejecución de la fase 1, se realizó contacto con el miembro y cofundador de esta empresa, Julián Martínez quien ofreció toda su colaboración y disposición para poyar este proyecto, con información clave que por razones legales respetando la ley de confidencialidad de habeas data no será registrada, pero gracias a esta información se obtuvo una gran proporción sobre muchos de los emprendedores de Bucaramanga y de otras ciudades de Colombia, emprendimientos que fueron analizados bajo factores en la matriz de priorización para la selección de los casos de estudio.

Tabla 1.

Referentes regionales de Bucaramanga en la materia de emprendimiento

REFERENTES REGIONALES DE BUCARAMANGA EN LA MATERIA DE EMPRENDIMIENTO			
Grupos de emprendimiento	Teléfono	e-mail	Dirección
Suricata Labs	6059150	julian@suricatalabs.com	Cra. 31 #51 31,
Éxito y poder	313 4339002	l.torresfinanzas@gmail.com	
Centro de emprendimiento (CEDE) Johan Mantilla León	6800801	empnredimiento@ustabuca.edu.co	Cra. 18 #9-27

11 Fase II Selección y análisis de casos de estudio de emprendimiento

El siguiente paso es crear parámetros que sirvan como guía para conocer las variables que estuvieron involucradas en cada proceso emprendedor, debido a que consideramos que nunca existen dos procesos de emprendimiento idénticos, por lo cual se hace importante determinar estas variables y como los sujetos emprendedores se valieron de estas para usarlas a su favor, al mismo tiempo conocer que obstáculos afrontaron y de qué forma consiguieron salir adelante tomando en cuenta los medios de los que disponían, para hacer este estudio observaremos el emprendimiento partiendo de tres enfoques, enfoque personal, empresarial y organizacional, se optara por formular entrevistas particulares para cada caso de emprendimiento las cuales se ejecutaran con herramientas de medios audiovisuales para documentar la información ofrecida por los individuos emprendedores, información que será analizada para estudiar y concluir sobre los factores involucrados en cada caso y la relevancia que le dieron estos sujetos logrando los procesos de emprendimiento que los desarrollo a nivel personal y empresarial.

También se considera importante hacer una pequeña investigación sobre el entorno socioeconómico y cultural que rodea los emprendimientos basados en que autores ya citados en este trabajo lo consideran un factor relevante que limita y sirve como herramienta a los sujetos emprendedores, aunque estos muchas veces no observen la influencia que este factor ejerce en su proceso emprendedor.

Una vez establecidos los parámetros, el contexto y el estado de desarrollo del individuo, se analiza el proceso de la empresa para desarrollar su giro comercial y la confrontación de dificultades en el proceso de crecimiento, la síntesis de las acciones y consecuencias de estos sucesos ofrecen la información que enriquece el estudio de esta temática, al ser proceso basado en la experiencia que puede presentarse en el panorama de los futuros emprendedores.

Para el desarrollo de la segunda fase se usaron herramientas tecnológicas, como grabadoras digitales para la recolección de la información, y se formularon entrevistas con preguntas precisas que permitieron analizar los factores influyentes en cada caso de emprendimiento, resultando en la conformación de pautas para la elaboración de casos de estudios de emprendimiento, la cual es una herramienta metodológica para el análisis y síntesis de información compleja de forma objetiva y concisa, para la comprensión académica de todas las partes interesadas en la materia de estudio.

Nombres	Apellidos	Emprendimiento	Celular	Mail
William	García Muñoz	Caudata	3125574736	wilfer.sis@gmail.com
Nelson	González Prada	Arte y Animación	3164429786	Ngonzalez@locmovil.co
Óscar Armando	Lozano Avellaneda	Verifiquese cédula	3002192169	Oscar.lozano@venko.co
Andres Fernando	Castro Vesga	Bookstar	3187663990	andrex_defedec@msn.com
Dorian Ferney	Rallón Galvis	Biofile - Software para el sector salud	3164717146	dorian.rallon@tik.com.co
Alejandra Natalie	Contreras Rodríguez	AskingRoom	3166615553	ale94.cr@hotmail.com
Cristian Camilo	Becerra Urcua	ABOGADOSYA	3174292369	kmi-bu@live.com
Jose Maria	Garcia Baute	Alkilautos - Car Rental Hub	3125151234	jgarcia@alkilautos.com



Julián Martínez

Dirección Suricata

☎ (7) 6059150

📍 Carrera 31 # 51 - 31. Bucaramanga

🌐 www.suricatalabs.com

Tabla 2.

Información sobre emprendedores

Suricata Labs

Factores de la matriz de priorización

- **Impacto social:** Es el cambio que genera un proyecto a través del tiempo en un grupo de personas afectando su convivencia.
- **Impacto económico:** Es el efecto sobre la producción, la renta y el empleo asociado a una actividad cuantificable.
- **Innovación:** Es el cambio obtenido de las modificaciones de elementos o modelos ya existentes.
- **Crecimiento y desarrollo:** Es el avance y fortalecimiento generado a través del tiempo, observado desde las partes que componen un todo.

- Valoración del mercado: Asignación estimada que ofrece el mercado por la obtención de un bien o servicio.

EMPRENDIMIENTOS/FACTORES	IMPACTO SOCIAL	IMPACTO ECONOMICO	INNOVACIÓN	CRECIMIENTO Y DESARROLLO	VALORACIÓN DEL MERCADO	TOTAL	PONDERACIÓN CRITERIO
CAUDATA	2,5	2	3,5	3	1,8	12,8	7,89%
ARTE Y ANIMACIÓN	2	2,8	3,8	2,5	2	13,1	8,08%
VERIFIQUESE CEDULA	3,5	2,5	3,9	2	2	13,9	8,57%
BOOKSTAR	3,8	3,6	4,2	2	3,8	17,4	10,73%
BIOFILE-SOFTWARE	4	3,3	4	2,5	2	15,8	9,74%
LA CHISPA AL ROJO	4,5	4,8	4	5	5	23,3	14,36%
ABOGADOSYA	3,5	3,8	2,5	3	3,2	16	9,86%
ALKILAUTOS-CAR	3,5	2,8	2,5	3	3	14,8	9,12%
ASKING ROOM	3	2,5	3,5	2,8	2,6	14,4	8,88%
LA MILKERIA	4	4,2	4,4	4	4,1	20,7	12,76%
TOTAL	34,3	32,3	36,3	29,8	29,5	162,2	1

Tabla 2. Matriz de priorización para la selección de emprendimientos

Johan Mantilla León

12 Fase III Difusión y documentación de casos de estudio en emprendimiento

La documentación y difusión de la información y conocimiento contenidos en el presente proyecto debe ofrecer accesibilidad a todas las partes interesadas y seguridad sobre la veracidad de la información contenida, para promover de forma exitosa una herramienta pedagógica que sirva como motor para la generación de mentalidad y cultura emprendedora.

Por lo cual se hace imperativo que el presente documento se encuentre en archivo físico y en archivo digital, para lograr su promoción a través de grupos de emprendimiento a nivel regional como nacional, haciendo uso de herramientas tecnológicas como internet para su rápido acceso y difusión siempre salvaguardando la información de algún tipo de cambio.

Este aspecto es el encargado de dar cumplimiento al objetivo principal abarcando la mayor población interesada posible desde el aspecto académico y práctico para la creación de empresa o para el crecimiento de la misma, como eje innovador generando un impacto positivo en la región. La información debe llegar a partes académicas que vislumbren el desarrollo de conocimiento necesario en esta temática acorde al contexto de nuestro país, alimentando los pre saberes que fortalecen el aparato económico y comercial para apoyar indicadores de crecimiento sostenible y desarrollo empresarial.

A continuación se dará a conocer la formulación de las entrevistas realizadas en cada caso, cabe recalcar que las preguntas en cada entrevista presentan algunas variaciones debido a que el enfoque cambia con respecto al objeto comercial, trascendencia, impacto socioeconómico y trayectoria propio de cada emprendimiento, esto con el objetivo de ofrecer amplia información para realizar análisis que contribuya a las múltiples partes interesadas.

12.1 Introducción

La entrevista dirigida por el estudiante de ingeniería industrial de la Universidad Santo Tomas de Bucaramanga Johan Reynaldo Mantilla León, a empresarios y profesionales en el ejercicio del emprendimiento como proyecto de vida, ofrece un enriquecimiento intelectual basado en la experiencia, el cual promoverá la formación y fundamentos de futuros emprendedores.

Para llevar a cabo este proyecto se realizó la investigación correspondiente con respecto a la temática de emprendimiento y generadores de riqueza, seleccionando variables de incertidumbre críticos en la acción del emprendimiento, facilitando la adquisición puntual de conocimiento mediante experiencias reales que sirven de antelación a eventualidades futuras para las partes interesadas.

El empresario elegido para realizar el estudio de casos es Luis Alfredo Torres, fundador de LA MILKERIA, y gerente financiero de la línea de restaurantes LA CHISPA AL ROJO, quien al ser el hijo del fundador de este exitoso modelo de negocio nos ofrece la experiencia y el enriquecimiento practico de su padre, un emprendedor no académico que forjo una empresa de miles de millones que hoy en día es un referente a nivel nacional, y por su lado con la formación académica y una cantidad considerable de conocimiento empresarial un nuevo modelo de negocio que ha logrado gran acogida en un tiempo relativamente corto realizando el cumplimiento de un sueño personal.

12.2 Objetivo

Vislumbrar los factores que rodearon los ejercicios del emprendimiento, midiendo los impactos y consecuencias que otorgan una contribución significativa al momento de reducir la incertidumbre que afrontaron los profesionales en el ejercicio, ofreciendo herramientas mediante el análisis de las experiencias compartidas, para mejorar la posición del emprendedor al momento de efectuar su idea de negocio.

Proveer conocimientos que otorgue soluciones a las posibles dificultades que enfrentan los nuevos emprendimientos y las empresas ya establecidas, estas dificultades consolida el cementerio empresarial para el 70% de las nuevas empresas en los primeros 5 años de vida.

[20]

12.3 Entrevista realizada a la empresa La Chispa al Rojo para la generación de mentalidad y cultura empresarial mediante el estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga

12.4 Entrevista

12.5 Introducción sobre el modelo de negocio o empresa realizada por el profesional para contextualizar y orientar a las partes interesadas.

12.6 Preguntas

- 12.6.1 *¿Cuál fue el impulso para poner en marcha esta idea de negocio?***
- 12.6.2 *¿Con cuanto apoyo personal y económico inicio?***
- 12.6.3 *¿En qué momento se hace necesario contar con personal profesional para seguir creciendo?***
- 12.6.4 *¿Qué cualidades y habilidades cree que son imprescindibles para un emprendedor?***
- 12.6.5 *¿Por qué es vital para una empresa el control de la estructura financiera y como encontró esta cuando entro a conformar dicha empresa?***
- 12.6.6 *¿Qué herramientas en innovación y tecnología ha implementado y que consecuencias ha obtenido?***
- 12.6.7 *¿Cuentan con un plan estratégico, si es así que se prevé en el futuro de la Chispa al Rojo?***
- 12.6.8 *¿Cuáles fueron los obstáculos al momento de buscar una expansión a nivel nacional?***
- 12.6.9 *¿Qué cualidades y habilidades cree que son imprescindibles para un emprendedor?***

12.7 Análisis y síntesis de la información

Para finalizar la fase 2 del proyecto en mención se realizó un análisis y síntesis de la correspondiente entrevista, para conceptualizar de forma clara y objetiva los factores que ejercieron relevancia en el emprendimiento en cuestión, esto se llevó a cabo mediante la herramienta pedagógica de formato de estudio de casos, dando solución a las pautas que lo conforman, para lograr el objetivo de análisis y síntesis de la información deseados.

12.8 Entrevista realizada a la empresa La Milkeria para la generación de mentalidad y cultura empresarial mediante el estudio de casos de emprendimiento en Bucaramanga.

12.9 Entrevista

12.10 Introducción sobre el modelo de negocio o empresa realizada por el profesional para contextualizar y orientar a las partes interesadas.

12.11 Preguntas

12.11.1 ¿Cuál fue el impulso para poner en marcha esta idea de negocio?

12.11.2 ¿Con cuanto apoyo personal y económico inicio?

12.11.3 ¿Cómo valido el mercado para conocer la viabilidad de su emprendimiento?

12.11.4 ¿Contaba con un plan estratégico al momento de iniciar dicha empresa?

12.11.5 ¿Cuál ha sido el impacto social generado por su emprendimiento?

12.11.6 ¿Qué herramientas en innovación y tecnología ha implementado y que consecuencias ha obtenido?

12.11.7 ¿Qué tan importante es el reconocimiento y posicionamiento para una nueva empresa y como ha sido su trayectoria para obtenerlo?

12.11.8 ¿Cuáles factores o competencias son imprescindibles para una empresa de productos que se encuentra en crecimiento?

12.11.9 ¿Cómo ha sido la expansión a nivel regional, departamental y nacional?

12.11.10 ¿Qué habilidades y competencias cree que son importantes para un emprendedor?

12.11.11 ¿Basado en su experiencia y trayectoria cual opina que es la clave para emprender con éxito?

12.12 Análisis y síntesis de la información

Para finalizar la fase 2 del proyecto en mención se realizó un análisis y síntesis de la correspondiente entrevista, para conceptualizar de forma clara y objetiva los factores que ejercieron relevancia en el emprendimiento en cuestión, esto se llevó a cabo mediante la

herramienta pedagógica de formato de estudio de casos, dando solución a las pautas que lo conforman, para lograr el objetivo de análisis y síntesis de la información deseados.

13 Conclusiones

- Bucaramanga como ciudad comercial, económicamente sostenible que fomenta el desarrollo empresarial, ofrece una gran variedad de referentes significativos en la materia de mentalidad y cultura emprendedora, mediante herramientas de bases de datos académicas ofrecidas por la Universidad Santo Tomas junto empresas del sector de emprendimiento y desarrollo se logró identificar a nueve emprendedores, conocer su trascendencia, giro comercial de sus empresas y posición frente al tema mentalidad y cultura emprendedora.

La información ofrecida acerca de los emprendedores facilitó la comunicación y el contacto para manifestar la intención del proyecto en marcha, tener un mayor acercamiento a sus empresas y propuesta de negocio y lograr de forma objetiva la selección de los emprendimientos para realizar los casos de estudio.

- Se analizaron emprendimientos que por su trascendencia e impacto socio económico a nivel nacional se convierten en un marco de referencia para nuevos proyectos como lo es RESTAURANTE LA CHISPA AL ROJO, una propuesta de negocio que en sus inicios carecía de planeación estratégica y hoy en día está cerca de tener presencia internacional, aporta a este proyecto experiencias y valores fundamentales enfocadas al individuo como sujeto emprendedor.

Conocer como el contexto afecta la percepción de un emprendedor como sucede en el caso de Luis A. Torres, quien toma la decisión de convertirse en profesional en gerencia financiera para direccionar la empresa familiar LA CHISPA AL ROJO, este cargo le permite tomar la experiencia necesaria que junto a su conocimiento académico, y un deseo por cumplir da apertura a la empresa LA MILKERIA, una propuesta innovadora

en un contexto de constante cambio, que ha reflejado crecimiento y fortalecimiento en su trayectoria.

- Se logró documentar la información directamente de la fuente quien con toda la voluntad del caso ofreció sus experiencias, conocimientos y consejos para los futuros emprendedores, dicha información fue plasmada de forma textual y analizada, basada en una serie de preguntas formuladas para abstraer las mejores lecciones que estos dos emprendimientos nos pueden brindar desde sus diferentes posiciones y desarrollo.

14 Recomendaciones

El CEDE debe continuar realizando los casos de estudio involucrando el semillero de emprendimiento, analizando características propias de los emprendedores con una clara formación académica y los emprendedores empíricos o autodidactas, observando las consecuencias, altibajos o aciertos encontrados en su ejercicio.

Utilizar herramientas que permitan abrir el panorama de casos de estudio analizando emprendedores a nivel nacional bajo diferentes conceptos como, la creación de empresa, el generador de riqueza mediante ideas innovadoras y el desarrollador de empresa, observando e identificando las cualidades, aptitudes, actitudes, conocimientos y experiencia que se destacan entre los diferentes tipos de emprendedores, su percepción y destrezas para afrontar la incertidumbre y los resultados obtenidos.

Formar parte activa de los grupos de emprendimiento e innovación a nivel regional como lo es el grupo éxito y poder, para fomentar la retroalimentación y mejorar el proceso de conocimiento acerca de la temática, mejorando la objetividad de los resultados y el alcance del análisis realizado.

Los próximos casos de estudio deben tener dos componentes uno cualitativo y uno cuantitativo que sean complementarios y permitan al interesado realizar una observación específica sobre las consecuencias de las acciones realizadas por los emprendedores.

15 Apéndice

1. Metodología para el proceso del emprendimiento como parte específica del proyecto, que sintetiza el conocimiento teórico-práctico mediante el uso de herramientas y procesos que mejoran la obtención de resultados vinculados a la generación de mentalidad y cultura empresarial.

16 Bibliografía

- [1] A. CASTILLO, ESTADO DEL ARTE EN LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO, SANTIAGO DE CHILE, 2005.
- [2] R. VESGA, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN COLOMBIA, BOGOTA, 2008.
- [3] C. D. COLOMBIA, LEY 1014, BOGOTA, 2006.
- [4] Michella, EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, BUENOS AIRES, 2004.
- [5] J. M. DANIEL LEDERMAN, El emprendimiento en AMERICA LATINA, CIUDAD DE MEXICO, 2011.
- [6] P. G. M. a. J. G. Milios, Joseph Schumpeter and the German Historical School, Londres : Oxford University Press, 2009.
- [7] L. V. MISES, LA ACCION HUMANA, Madrid : UNIO N EDITORIAL , S . A . , 1986.
- [8] D. urbano, Invitación al emprendimiento, Barcelona: UOC, 2008.
- [9] A. I. M. (CV), EMPRENDIMIENTO PARA CREACIÓN DE EMPRESAS CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, Medellín, 2012.
- [10] W. H. ESCOB..., Las oportunidades pequeñas, Bogota , 2013.

- [11] J. M. Londoño, Emprendimiento factor Economico, Buenos Aires, 2013.
- [12] H. P. LINARES, MONOGRAFÍA DE EMPRENDIMIENTO, Bogota, 2010.
- [13] S. P. B. Malpica, INVESTIGACIÓN EN EMPRENDIMIENTO: ESTUDIO DE, Bogota, 2011.
- [14] R. Alcaraz, El Emprendedor de éxito, Mexico, 2006.
- [15] M. M. T. ARROYAVE, PRÁCTICAS DISCURSIVAS Y CAPACIDAD DE AGENCIA PARA EL, Manizales, 2013.
- [16] C. Shepherd y P. y. R. L. Ahmed, Administración de la Innovación, Mexico, 2012.
- [17] R. Hisrich, Entrepreneurship. Emprendedores., Madrid, 2005.
- [18] A. & M. C. Anderson, Humano y sociedad capital del emprendimiento, Mexico, 2003.
- [19] L. Bertalanffy, Teoria general del sistema, Roma, 1984.
- [20] «EL PORTAFOLIO,» 7 SEPTIEMBRE 2016. [En línea]. Available: <http://www.portafolio.co/negocios/el-numero-de-empresas-que-fracasan-en-colombia-500176>.
- [21] J. MANTILLA, FOTOGRAFIA DESDE GOOGLE MAPS, BUCARAMANGA, 2016.
- [22] J. M. León, Presupuesto del Recurso Humano, Bucaramanga, 2016.
- [23] J. M. León, Presupuesto de Material, Bucaramanga, 2016.

[24] J. M. León, Cronograma de actividades, Bucaramanga, 2016.