

Capacidades que consideran vitales los empresarios del Municipio de Palmira para lograr
empresas perdurables

Carlos Archila Villalobos

Fabio Alberto Rojas Ledesma

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Palmira, 2019

Capacidades que consideran vitales los empresarios del Municipio de Palmira para lograr
empresas perdurables

Carlos Archila Villalobos

Fabio Alberto Rojas Ledesma

Director Trabajo de Grado

Julio Cesar Montoya

Trabajo de grado para optar el título de Magister en
Administración de las Organizaciones

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Palmira, 2019

Página de Aceptación

Julio Cesar Montoya

Director trabajo de grado

JURADO

JURADO

Palmira, de 2019

Dedicatoria

A nuestro director de trabajo Julio Cesar Montoya

A la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Y a nuestras familias

Tabla de contenido

Introducción	11
1. Descripción del problema	13
1.1 Planteamiento del problema.....	18
1.2 Sistematización del problema	18
2. Justificación	19
3. Objetivos	22
3.1 Objetivo general.....	22
3.2 Objetivos específicos	22
4. Marcos de referencia.....	23
4.1 Estado del arte	23
4.2 Marco contextual	29
4.3 Marco teórico	34
4.4 Marco conceptual.....	43
4.5 Marco normativo.....	46
5. Metodología	49
5.1 Método	49
5.2 Tipo de estudio.....	49
5.3 Recolección de datos.....	50

6. Resultados	53
6.1 Contexto del emprendimiento en el municipio de Palmira en el periodo comprendido entre 2016 y 2018.....	53
6.2 Perfil de empresario para tener empresas perdurables.....	62
7. Conclusiones	82
8. Recomendaciones.....	85
9. Referencias bibliográficas.....	87

Lista de tablas

Tabla 1. Estudios sobre perdurabilidad en las empresas a nivel mundial y en Colombia.	27
Tabla 2. Elementos y capacidades de un emprendedor.	39
Tabla 3. Principales desarrollos sobre la perdurabilidad empresarial en la literatura.	41
Tabla 4. Empresas nuevas y renovadas por municipio.	59

Lista de gráficas

Gráfica 1. Edad, Género y Grado de Escolaridad.	55
Gráfica 2. Tiempo que lleva la empresa o negocio.....	56
Gráfica 3. Sector al que pertenecen..	57
Gráfica 4. Unidades económicas canceladas del 2016 a 2018.....	61
Gráfica 5. Capacidades y conceptos identificados por los empresarios asociados al perfil emprendedor.	65
Gráfica 6. Conceptos que identifican al emprendedor.....	69
Gráfica 7. Factores de perdurabilidad que cumple la empresa.	72
Gráfica 8. Principales capacidades humanas que identifican los empresarios.	75
Gráfica 9. Principales capacidades gerenciales.	78
Gráfica 10. Principales capacidades técnicas.....	80
Gráfica 11. Capacidades emprendedoras Vitales: Humanas, Gerenciales y Técnicas.	81

Lista de imágenes

Imagen 1. Capacidad, Habilidad, Talento y Competencia.	38
Imagen 2. Proceso de formación del emprendedor-empresario.....	44
Imagen 3. El viaje de aprendizaje: De ser emprendedor a ser un emprendedor-empresario exitoso	46
Imagen 4. Perfil del emprendedor.....	63

Resumen

Este trabajo tuvo como objetivo principal identificar las capacidades que consideran vitales los empresarios del Municipio de Palmira para lograr empresas perdurables. Para tal fin se utilizó una metodología mixta, en la que se contó con herramientas tanto cualitativas como cuantitativas, las cuales permitieron dar un óptimo desarrollo al objetivo propuesto. Cabe resaltar que se realizaron 361 encuestas, en donde los resultados permiten identificar cada una de estas capacidades. Igualmente, es clave mencionar que se hizo un análisis documental, el cual sirvió de guía para la elaboración de este trabajo y para confrontar los resultados con la teoría.

Palabras clave: Emprendimiento, empresa, conocimiento, capacidades, emprendedor

Abstract

The main objective of this work was to identify the capacities that entrepreneurs of the Municipality of Palmira consider vital to achieve enduring companies. For this purpose, a mixed methodology was used, in which both qualitative and quantitative tools were available, which allowed for an optimal development of the proposed objective. It should be noted that 361 surveys were conducted, where the results identify each of these capacities. Likewise, it is key to mention that a documentary analysis was made, which served as a guide for the elaboration of this work and to confront the results with the theory.

Keywords: Entrepreneurship, company, knowledge, skills, entrepreneur.

Introducción

En Colombia las pequeñas y medianas empresas enfrentan dificultades para competir, a nivel nacional e internacional, esto se debe a diferentes factores, tanto internos como externos, algunos de esos factores no son controlables, mientras que en otros sí se pueden de alguna manera interceder, con el fin de mejorar la productividad de la empresa, y así, posicionar su negocio. Entre dichos factores, se pueden encontrar la falta de capital para invertir, y sobre todo la escasez de mano de obra calificada que permita diseñar estrategias para alcanzar nuevos mercados (Beltrán, 2018).

De igual forma, existen otros factores, entre ellos los costos por baja calidad, asociados a pérdida de material en los procesos industriales, incremento en los tiempos de operación por errores en planeación, falta de visión por parte de los empresarios para llegar a otros mercados, falta de experiencia de los gerentes en el manejo financiero de las empresas que lideran, etc. Tratándose no solamente de factores materiales, sino también de elementos y cualidades que debe tener la persona que decide emprender un negocio.

En dicho sentido, en la actualidad, los empresarios están inmersos en un mundo dominado por la información, puesto que con el fenómeno de la globalización y el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) se hace necesario que las organizaciones estén al tanto de las nuevas tendencias administrativas, con el fin de gestionar mejor los recursos con los que dispone.

En ese mismo orden de ideas, cabe resaltar que existe un desconocimiento sobre las capacidades y recursos que los mismos emprendedores tienen a la mano, y que podrá mitigar diferentes problemáticas, tanto financieras, como logísticas. Los problemas de acceso a

financiamiento de las Pymes en Colombia se deben a las limitaciones para identificar cuál es la mejor forma de financiamiento, pues no cuentan con la información que les permita optar por una opción de apalancamiento según su capacidad de liquidez. Por otra parte, los empresarios se están autoexcluyendo de la oportunidad de acceder a un crédito formal ya que muchas veces consideran que no lo necesitan o que su petición será denegada por parte de la entidad financiera, esta forma de pensar está estrechamente ligada a la falta de educación empresarial que existe entre los emprendedores, ya que no cuentan con el conocimiento adecuado para formular planes de negocios que permitan obtener flujos de caja rentables para pagar las obligaciones y sostener el negocio por largo tiempo.

Según el estudio de Arboleda (2017), donde tomó como muestra 361 empresas que realizaron el registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Palmira, a lo largo de un año el 43% de las empresas desaparecieron del mercado, lo que permite evidenciar la baja tasa de supervivencia de las empresas en Palmira que son similares al contexto nacional de mortalidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, se hace importante conocer de primera mano cuál es la perspectiva que tienen los empresarios frente al tema, así identificar cuáles son las capacidades que ellos mismos declaran, tendría que contar un empresario o las personas que decidan emprender un negocio, pudiendo hacer un análisis comparativo entre lo mencionado por la teoría y los resultados encontrados después de haber realizado la investigación.

1. Descripción del problema

En la actualidad, las dinámicas sociales a nivel mundial han gestado una evolución de capacidades que los seres humanos deben desarrollar para conseguir su bienestar, por esto cada vez toma más importancia la estrategia del emprendimiento como una opción de vida. La competitividad, el mercado, y la globalización son elementos que contribuyen a que las personas estén en una constante toma de decisiones, las cuales hacen que en muchos casos se planteen la posibilidad de emprender un negocio propio, así hacer frente a las exigencias del contexto, así pues, Audretsch y Thurik, (2001) mencionan que:

Desde la óptica de la creación de empresas se plantea que el papel central de la política económica de un gobierno es el de fomentar la generación, transferencia, producción y comercialización de conocimiento, un conocimiento que emerja y responda a las oportunidades no explotadas del mercado (p. 267).

En dicho sentido, la necesidad que recae sobre las personas para asumir la mejor manera de supervivir, no solamente es cuestión del individuo, también recae en el Estado, dado que los gobiernos tienen que brindar las condiciones para que estas personas puedan desarrollar sus ideas de negocios, presentando así políticas que contribuyan a mejorar los estados económicos y financieros, tanto de los individuos como de la sociedad en general. En Colombia, la revista Dinero (2017) retoma un estudio realizado por el Global Entrepreneurship Monitor “GEM” (2016), la cual tiene el apoyo de aproximadamente 100 universidades alrededor del mundo y con 42 países como miembros, mencionando que:

Colombia es el tercer país del mundo y el primer país latinoamericano con el mayor porcentaje de empresarios intencionales. En 2016, el 53% de la población

colombiana expresó su intención de crear empresa en los próximos 3 años”. Pero lo que realmente preocupa es que tan solo el 16 %, logra pasar de la etapa de “Empresario Intencional” a la etapa de “Empresario Naciente”, este estudio recomienda entonces que todos los actores que tienen la función de motivar la actividad empresarial, lideren estrategias para consolidar las competencias, habilidades y capacidades requeridas para crear empresa. (p. 3).

Sin embargo, se puede apreciar que existe una problemática, ya que para el 2017, el estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2017), revela que la tasa de abandono empresarial o discontinuidad reportada por los colombianos, era del 4,4% comparado con el año 2016 que estaba en 5,3%, en Colombia ha mantenido valores estables en los periodos 2013-2014 y 2015-2017 al no presentar variaciones estadísticamente significativas. En el 2013 y el 2014 la tasa de discontinuos fue de 3,0%, en el 2015 de 4,7%, en el 2016 de 5,3%, y en el 2017 de 4,4%.

Aunque el cambio no fue significativo, para una sociedad es muy importante el aprendizaje acumulado de este grupo de emprendedores, quienes, al decidir volver a emprender, estarán más cerca de lograr su éxito que otros, (GEM 2016). Esta discontinuidad es definida como el porcentaje de adultos que, por cualquier motivo personal, representen falencias en las competencias adquiridas durante el proceso de formación, financiero, mercado, salud, fracaso empresarial, fallecimiento, etc.

También se destaca las apreciaciones planteadas por Julián Domínguez Rivera, presidente de Confecámaras –Red de Cámaras de Comercio en el Congreso Colombia 2022 en Cartagena, donde dice:

“Lo más importante no es solo hacer que se cree una empresa, sino cómo lograr que efectivamente perduren en el tiempo y de una forma mucho más sostenible”

Así mismo, en dicho evento Confecámaras dio a conocer su gran preocupación que de cada 10 empresas creadas en Colombia tan solo sobreviven 3 después de 5 años de su inscripción y comparando con otros países de la región como el caso de Chile en donde de 10 empresas sobreviven 6 tras 5 años de operación, entonces son 7 empresas que van quedando en el llamado valle de la muerte.

Otro dato importante aportado por Confecámaras es que en el 2018 se crearon en el país 328.237 unidades económicas y se registraron 180.507 cancelaciones de unidades económicas, lo que demuestra que estamos frente a una tasa de abandono empresarial o discontinuidad del 54,99% (Confecámaras, 2018), lo que hace evidente que los emprendedores presentan dificultades o carencia de algunas condiciones que les impiden avanzar en su proyecto.

En cuanto a la Percepciones y capacidades acerca del emprendimiento de la población adulta de Colombia, el estudio GEM Colombia 2017-2018, destaca lo siguiente:

Para Colombia, en el 2017 se encuentra que las percepciones de capacidades han presentado tendencias disímiles en el periodo 2013-2017. En el 2017, el 52% de la población adulta colombiana percibió “oportunidades para empezar un negocio” en los próximos seis meses, lo cual contrasta con el 2013, cuando el 68% percibía estas oportunidades. Una tendencia opuesta se observa en la “percepción de capacidades” (conocimientos, habilidades y experiencia necesarios) para emprender de los colombianos, la cual pasó del 58% en el 2013 al 69% en el 2017. Aparentemente este resultado es negativo, sin embargo, la existencia de una mayor cantidad de colombianos con capacidades para emprender puede estar asociada a mayores capacidades para identificar mejores oportunidades de negocio. Se requieren estudios que profundicen en las implicaciones que tiene Actitudes hacia el emprendimiento, el aumento de las capacidades percibidas en otras percepciones y de las actitudes tanto emprendedoras como no

emprendedoras. Por otra parte, el porcentaje de colombianos que considera el “miedo al fracaso” un obstáculo para poner en marcha un negocio ha mantenido niveles por debajo del 30% desde el 2016, a diferencia de años anteriores en los que los niveles están por encima del 34%. Esta tendencia parece evidenciar que los colombianos poseen una mayor confianza en su entorno, resultado de mejores condiciones sociales, económicas, políticas y culturales para emprender un negocio. Son necesarios más estudios que relacionen la aversión al riesgo en el emprendimiento con mejores condiciones sociales y políticas, ya que los estudios a la fecha muestran resultados opuestos (Rose, 2000; Dutta y Sobel, 2016).

En ese orden de ideas, se hace necesario emprender acciones que motiven a elevar la tasa de intencionalidad de ser empresario, lo que hace a su vez indispensable conocer las condiciones de las personas que emprenden negocios, además, conocer las causas del por qué existe abandono de los proyectos que han empezado. De tal manera, poder socializar los casos de éxito empresarial, tanto local como nacional, resaltando esta labor como mecanismo de progreso y ejemplo a seguir, también se hace indispensable impulsar investigaciones que den nuevas herramientas para conseguir emprendimientos perdurables. De dicha manera, superar lo que algunos autores como Musso y Echeopar (2002) llaman el “Valle de la Muerte”, que en sus palabras la definen como “la etapa que va desde que un emprendedor inicia su proyecto y empieza a realizar gastos, hasta que eventualmente logra que su empresa esté en equilibrio, es decir, hasta que consigue al menos tener ingresos iguales a sus gastos”. (Musso y Echeopar, 2012, p. 12)

Sobre esa misma línea Vega et al (2015) comenta que las empresas más antiguas o perdurables, son aquellas, cuyo interés, radica en la experiencia al momento de emprender o reemprendimiento (reestructuraciones o cambios que le permitieron entrar en una etapa de

reaceleración). Cabe resaltar, que el tema de la perdurabilidad empresarial en el país es relativamente nuevo, y dada la importancia del tema, ha generado un nuevo campo de investigación académica y de docencia, por lo que aún existe confusión al emplear la diversidad de los términos, especialmente cuando se pretende abordar el tema de perdurabilidad empresarial tales como, duración, éxito, sostenibilidad, longevidad y supervivencia.

De la misma manera, se evidencia que, en la ciudad de Palmira Valle del Cauca, los empresarios no hablan con propiedad sobre las alternativas que deban seguir sus negocios para poder ser perdurables, pero si aportan en la discusión sobre la relación directa entre la perdurabilidad, el comportamiento estratégico de las empresas y desempeño financiero. Lo anterior, demuestra que existen diferentes problemáticas, especialmente al momento en que los empresarios comienzan sus proyectos de negocio, ya que no logran identificar las capacidades y posibilidades que tienen para llevar sus empresas hacia el éxito. A causa de dicho desconocimiento menciona Beltrán (2018) se presentan diferentes problemáticas, tales como:

Inexistencia de un plan estratégico que le permita desarrollar una gestión gerencial del mediano y largo plazo. Empleo de metodologías inadecuadas de costeo de los productos o servicios ofertados. Desconocimiento de los mercados potenciales por atender, tanto a nivel local como internacional. La contabilidad sólo representa un instrumento útil para cumplir con una obligación fiscal, presenta retrasos y no muestra la situación real económica y financiera de la empresa, por lo tanto, no sirve para tomar decisiones. Financieramente el empresario no proyecta la empresa a mediano y largo plazo. Desaprovechamiento de las líneas de crédito de fomento para la pyme. Desconocimiento de las características del consumidor final. (p. 9)

Así, se hace evidente que las pequeñas y medianas empresas, que son las que interesan al presente estudio, y por supuesto, a aquellos que lideran los procesos, o sea, las personas que se abanderan de los proyectos de negocio están condicionadas por el contexto, sin embargo, más allá del contexto, existen unas herramientas las cuales pueden ser empleadas para mitigar dichas problemáticas. Es necesario pues, hacer un acercamiento a las percepciones que tienen los empresarios de la ciudad de Palmira, con el fin de identificar su perfil.

1.1 Planteamiento del problema

De acuerdo con lo planteado anteriormente surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las capacidades que consideran vitales los empresarios del Municipio de Palmira para lograr empresas perdurables?

1.2 Sistematización del problema

- ¿Cuál es el contexto del emprendimiento en el municipio de Palmira en el periodo comprendido entre 2016 y 2018?
- ¿Qué elementos teóricos, conceptuales y de perfil caracterizan las capacidades de los empresarios del Municipio de Palmira?
- ¿Cuál es el perfil que según los empresarios del Municipio de Palmira se debe tener para lograr empresas perdurables?

2. Justificación

El emprendimiento se ha convertido en un medio de supervivencia excelso, el cual, permite que las personas puedan satisfacer sus necesidades. En un contexto en donde el mercado cada día se dinamiza más, y en donde las nuevas tecnologías hacen que la globalización permita mayores niveles de competitividad, en donde las empresas tienen que contar un determinado número de cualidades para hacer frente a las demandas de unos clientes y consumidores cada vez más exigentes. Es por eso por lo que, en la vida empresarial, es importante tener en cuenta diferentes tipos de variables, tanto internas como externas, así mismo, variables de tipo cuantitativas como cualitativas, estas últimas, corresponden a la capacidad que tienen las personas para desempeñar el cargo que se le ha asignado, teniendo en cuenta sus intereses, virtudes, alcances y límites.

Cabe resaltar que la Fundación Progresamos (2018) menciona que:

la poca dinámica que está tomando la inversión estatal para apoyar proyectos emprendedores en la región, se hace pertinente este proyecto de investigación ya que ofrece la oportunidad de identificar cuáles son las capacidades que consideran vitales los emprendedores del Municipio de Palmira para lograr empresas perdurables. (p. 8).

Además, esta investigación aporta elementos conceptuales y de capacidades para implementar acciones que mejoren la problemática actual que presenta el municipio de Palmira, donde Según datos de la Cámara de Comercio de Palmira en su informe Dinámica Empresarial Primer Semestre 2019, en el 2018 se cancelaron 776 empresas, siendo una cifra preocupante, porque el 52.8% presenta discontinuidad.

En dicho sentido, es importante resaltar que esta investigación contribuye directamente a las soluciones que plantea el gobierno departamental en el Plan de Desarrollo del Valle 2016-2019, especialmente en su pilar de Equidad y Lucha contra la Pobreza, en donde se establece el programa “El Valle que los jóvenes queremos”, donde se promueve, a través del subprograma “Jóvenes integrados en proceso de desarrollo económico” la integración socioeconómica de los jóvenes por medio de proyectos que generen empleo y emprendimientos exitosos, que eliminen las barreras del crecimiento económico.

Igualmente, este proyecto de investigación se convierte en un referente disciplinar que fortalece y contribuye al mejoramiento de una cultura emprendedora basada en la práctica del emprendimiento que impacte en aspectos sociales y económicos de la región tal como lo establece la Política Nacional de Competitividad y Productividad. De la misma manera, desde la práctica, esta investigación pretende aportar desde la concepción del concepto de emprendimiento, perdurabilidad y espíritu empresarial, propuestas y elementos académicos significativos, para que los nuevos emprendedores fortalezcan sus capacidades para generar empresas perdurables, estableciendo que no solo existen objetivos motivacionales para emprender, sino que intervienen otros factores como los sociales, económicos y políticos que impulsan estos proyectos hacia la perdurabilidad.

Por otra parte, pero bajo la misma línea, esta investigación permite que el municipio siga enriqueciéndose desde la teoría, para planear y liderar temas de emprendimiento, innovación y competitividad, desde el marco de los procesos de formación, con el diseño de programas educativos ajustados a las realidades y necesidades actuales.

Finalmente, al desarrollar este proyecto investigativo se hace una contribución a nivel local, pues se fomenta una cultura de emprendimiento más determinante e incluyente, donde se gesten impactos significativos desde las experiencias, conocimientos y capacidades desarrolladas por los emprendedores exitosos, ya que esto contribuye al mejoramiento del talento humano y social del municipio, que al fin de cuentas es la principal riqueza de una nación.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Identificar las capacidades emprendedoras que consideran vitales los empresarios del municipio de Palmira para lograr empresas perdurables.

3.2 Objetivos específicos

- Describir el contexto del emprendimiento en el municipio de Palmira en el periodo comprendido entre 2016 y 2018.
- Identificar elementos teóricos, conceptuales y de perfil que caractericen las capacidades de los empresarios del municipio de Palmira
- Identificar el perfil que según los empresarios del municipio de Palmira se debe tener para lograr empresas perdurables

4. Marcos de referencia

4.1 Estado del arte

Son diferentes los estudios que se han llevado al cabo sobre el tema del emprendimiento y sus diferentes aristas, entre ellos se puede encontrar el realizado por Brunet y Alarcón (2004) titulado “Teorías sobre la figura del emprendedor” donde el objetivo fue exponer el mapa conceptual de una investigación en donde se interrogó acerca de los factores que han contribuido históricamente a que en España predomine una estructura empresarial dominada cuantitativamente por la pequeña y mediana empresa, en detrimento de una estructura de tamaño superior, considerando que esta situación empresarial ha sido contemplada como una desventaja competitiva, por limitar la productividad, dificultar la presencia en mercados exteriores, la financiación ajena, y repercutir negativamente en las inversiones en investigación y desarrollo. Dado este contexto, se plantea cómo y por medio de qué recursos, determinados empresarios han logrado desarrollar proyectos empresariales innovadores.

Por otra parte, se encuentra el texto realizado por Fernández (2016) llamado “la innovación como herramienta de transformación empresarial” En este estudio se analiza la innovación desde esta perspectiva, diferenciándose frente a otros numerosos estudios existentes en el hecho de considerar la innovación a través de toda la cadena de valor, de contemplar los diferentes tipos de innovación posibles y de analizar el “cómo” se aplica la innovación más que centrarse en el “cuánto”. Entre los principales objetivos perseguidos están: Identificar las principales áreas de la empresa en las que se aplica la innovación; Identificar las principales barreras y facilitadores que haya las empresas españolas para llevar a cabo sus innovaciones; Modelar el proceso de innovación seguido por las empresas; Identificar los “ingredientes” de la innovación y las

“habilidades” de la empresa innovadora. Para ello se han analizado las empresas españolas mediante dos aproximaciones: Metodológicamente se ha realizado una encuesta sobre el grado de innovación en las PYMES de las cuatro comunidades autónomas en convergencia (Andalucía, Galicia, Castilla La Mancha y Extremadura). Igualmente Se ha entrevistado a directivos de diferentes grandes empresas españolas pertenecientes a diferentes sectores de actividad.

Por otro lado, Portilla (2010) en su texto “Monografía de emprendimiento basada en la obra de Joseph Alois Schumpeter y David c. McClelland” Este trabajo tiene como objetivo principal abordar el estudio del “espíritu emprendedor” y la actitud frente al autoempleo basado en dos autores fundamentales, Joseph Alois Schumpeter y David C. McClelland, autores clásicos que generan todo un horizonte en cuanto al estudio motivacional y social del emprendedor. Pretendió además estudiar sus teorías acerca del emprendimiento con el fin de concebir un concepto claro y aplicable en todos los documentos y proyectos destinados a la creación de empresa.

En el artículo “Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior” de Cabana et a., (2013) se identificaron cuatro factores que determinan la capacidad emprendedora potencial de un alumno perteneciente a centros de educación superior (atributos del emprendedor, capacidades interpersonales, capacidades frente al riesgo y actitud del emprendedor). Al jerarquizar empleando el método “The Analytic Hierarchy Process” AHP concluyendo que los alumnos que desarrollan o ejecutan emprendimientos, tienen un índice de capacidad emprendedora potencial de un 78% y los alumnos que no lo hacen tienen un índice de un 74%, por lo tanto, no existe una gran diferencia en cuanto a las capacidades emprendedoras potenciales de los alumnos que desarrollan oportunidades de negocio y los que no lo hacen.

Así mismo Montoya et al (2009) en su trabajo “Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano” El artículo tiene como objeto presentar una aproximación al emprendimiento desde el marco teórico del comportamiento humano, visto desde la perspectiva de las teorías Etológicas y principalmente desde el punto de vista psicológico. Se busca mediante el análisis identificar las características internas y las habilidades (competencias) que poseen los emprendedores, respondiendo así a la pregunta de si los emprendedores se hacen o nacen.

Por su parte, Arboleda (2017) en su artículo “El emprendimiento: una respuesta al desempleo en Colombia” menciona que la respuesta al alto desempleo e informalidad empresarial en Colombia no puede ser simplemente a través de medidas macroeconómicas, ya que la economía debe trascender del crecimiento al desarrollo; es decir, debe contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. De acuerdo con lo anterior, el emprendimiento puede ser la alternativa de largo plazo para resolver las graves desigualdades sociales de Colombia, dado que involucra un cambio de mentalidad de las personas para que trabajen por su cuenta (empresarios) y no se dediquen sólo a buscar trabajo (asalariados). Por lo tanto, en Colombia el subempleo y la informalidad no deben mirarse como algo negativo del todo, sino como una tierra fértil donde la semilla del emprendimiento puede dar buenos frutos en el mediano y largo plazo.

El estudio “análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos” de Reina et al., (2018) concluyó que las empresas donde la oferta se diversificó son 1.598 veces menos probables de fracasar, y las empresas que tenían endeudamiento financiero en sus inicios, son 2,759 veces más proclives al fracaso. Los resultados también indican que empresas cuyos empresarios tienen más de 30 años son 1,758 veces menos probables de fracasar, lo cual es evidencia a favor de que personas con mayor experiencia.

Así mismo, Patiño Ruíz y Pitre (2018) en su texto “El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible” menciona que, en la actualidad, la economía se ve sometida a gran cantidad de cambios y contracciones, que obligan a la búsqueda de alternativas que permitan la sostenibilidad, crecimiento e implantación de mecanismos, que generen a futuro soluciones perdurables que arraiguen las bases del desarrollo de cualquier país. En Colombia, el sistema económico se ha visto golpeado por multidiversidad de factores, entre ellos, el conflicto armado interno, que se acerca a un fin concertado, gracias a la gestión del gobierno actual. Todo esto sumado a las exigencias de la globalización, que viene dominando los escenarios de la región, han impulsado en gran proporción el posicionamiento del emprendimiento, como alternativa de productividad, comercialización e innovación.

De misma manera, el trabajo de Torres (2015) titulado “Emprendimiento en Colombia, ¿Cómo vamos? Una revisión al Ecosistema Nacional de Emprendimiento” A través del presente trabajo, después de más de cinco años de la implementación y puesta en marcha del Ecosistema Nacional de Emprendimiento se pretende y hace necesaria una revisión de sus indicadores de alcance y efectividad de implementación a través de indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan contrastar el estado actual frente a modelos de buenas prácticas internacionales, los cuales faciliten la determinación de qué tal está el ecosistema, hacia dónde se dirige, y cuáles son los factores de éxito y fracaso del mismo, el objetivo principal del trabajo fue elaborar un diagnóstico de la situación actual del ecosistema nacional de emprendimiento en Colombia con el fin de establecer una base para la actualización curricular.

Finalmente, Beltrán (2018) menciona en su texto llamado “los 20 problemas de la pequeña y mediana industria” que la actual política industrial, replantea la posición de las pymes en Colombia como un factor potencial de competitividad internacional. Generar Pymes

exportadoras, sólidas y competitivas se convierte en un punto central para insertar nuestra economía en un mundo globalizado. Las Pymes pueden constituirse en fuente de crecimiento de las exportaciones no tradicionales; pueden ayudar a solventar los graves problemas que actualmente atraviesa el país. Sin ir más lejos, uno de ellos, el desempleo encontraría en gran medida la solución en las Pymes. Así mismo menciona que en el año 2001 se continuará con la implementación de la Política Industrial en tres áreas: 1. Contactos empresariales [...] 2. Apoyo a la microempresa [...] 3. Se reglamentará y se pondrá en marcha el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, como un instrumento clave de impulso al desarrollo de las Mipymes en el país, tendiente a aumentar su productividad y mejorar su competitividad.

En cuanto a la perdurabilidad existen varios estudios que concluyen en resaltar algunas capacidades que garantizan el éxito empresarial que los empresarios han utilizado para conseguirlo, en la Tabla 3. Estudios sobre perdurabilidad en las empresas a nivel mundial y en Colombia, se detallan estas capacidades.

Tabla 1.

Estudios sobre perdurabilidad en las empresas a nivel mundial y en Colombia.

ESTUDIOS SOBRE PERDURABILIDAD EN LAS EMPRESAS A NIVEL MUNDIAL		
AUTOR	OBRA/DOCUMENTO	REFERENTES DE LA OBRA
Peters y Waterman (1982)	In search of excellence	Primeros autores en publicar un texto relacionado con el éxito empresarial en referencia a la perdurabilidad de las empresas el cual titularon "In search of excellence" tratando de dar respuesta a los interrogantes "¿Dónde está el secreto del éxito en la administración de empresas?" y Por qué unas empresas sobresalen mientras que otras iguales no rebasan el lindero de la mediocridad? Su estudio se basó en una muestra de 62 empresas. Para estos autores los factores de perdurabilidad empresarial son: Predisposición para la acción, acercamiento al cliente, autonomía y espíritu empresarial, productividad por el personal, movilización alrededor de un valor clave, estructura simple y poco personal, flexibilidad y rigor simultáneos
Jago (1985)	The Winning Corporation management practices that work (La	Los aspectos más importantes que toca el autor para lograr empresas exitosas son el liderazgo para motivar a su equipo de trabajo y facilitar el desarrollo de las mejores prácticas de gestión empresarial para el éxito. Entendiendo la gestión

	corporación exitosa maneja las prácticas que funcionan.)	empresarial como el proceso mediante el cual una empresa logra que sus empleados produzcan los mejores resultados con el menor esfuerzo posible teniendo en cuenta los recursos disponibles.
Collins y Porras (2002)	Empresas que perduran	En la Universidad de Stanford, James C. Collins y Jerry I. Porras centraron su estudio en dieciocho compañías verdaderamente excepcionales y duraderas y analizaron cada una, en comparación directa con uno de sus principales competidores. Se centraron en los interrogantes: "¿Qué hace que las empresas verdaderamente excepcionales sean diferentes de las compañías de comparación y ¿cuáles eran las prácticas comunes que seguían estas empresas tan grandes y duraderas?"
Slywotzky, (1996)	Value migration (Migración de valor)	Se centran en la premisa del mejoramiento continuo, tomando en cuenta que la migración de valor ocurre cuando el cambio en las preferencias de los clientes, la tecnología u otros factores en el tiempo, hacen que donde anteriormente se generaba valor, a futuro este se pierde o se reduce sustancialmente.
De Geus, (1997)	The living company (La empresa viviente)	Arie de Geus, introdujo el concepto revolucionario de la organización de aprendizaje, revelando la clave para lograr una vida organizativa larga y próspera. Concluye en sus estudios que la mayoría de las empresas no logran sobrevivir a los trastornos del cambio y la competencia a largo plazo. Tomando de referencia algunas firmas notables que han perdurado a través de los siglos, plantea en su estudio el interrogante: ¿Qué lecciones ocultas tienen para el resto de nosotros?
ESTUDIOS SOBRE PERDURABILIDAD EN LAS EMPRESAS EN COLOMBIA		
Dávila, 2003	La historia empresarial	Plantea que la historia empresarial, carece de rigurosidad científica, que está alejada de la verdad, además contiene aspectos que en ningún momento aportan al conocimiento de realidades que se configuran en el seno de una organización, ni son reflejo de una interacción que refleje la lógica de la búsqueda de conocimientos y comprensión de fenómenos organizacionales.
Universidad Externado de Colombia, 1990	línea de investigación denominada "Empresas que perduran en Colombia"	El principal propósito de este grupo de investigación se centró en identificar los principales factores que inciden en la perdurabilidad de las empresas. Para cada una de las muestras objeto de investigación se encontraron factores de perdurabilidad empresarial diferentes.
Ramírez, Muñoz y Pulido, 1998	Proyecto "valorar y comprender una característica fundamental de las organizaciones, su capacidad para permanecer en entornos de diferente complejidad y con grados de turbulencia bastante disímiles"	Uno de los principales propósitos de la investigación fue dar solución a la diversidad de términos existentes al referirse al concepto de perdurabilidad, ya que se utilizan de manera indiscriminada términos como supervivencia, éxito, longevidad, sostenibilidad y otros, los cuales, en lugar de aclarar, generan confusión. También hacen referencia, a que no existe evidencia suficiente para sugerir patrones o alternativas que permitan lograr a las empresas en el tiempo ser perdurables, encontrando que se debe hacer referencia a ciertas condiciones que pueden facilitar la perdurabilidad empresarial, aportando de alguna manera avanzar en el estudio de la relación entre la perdurabilidad, el comportamiento estratégico de las empresas y su desempeño financiero.

Universidad del Rosario, 2005	Grupo de investigación en “Perdurabilidad empresarial”	El trabajo del grupo se centra en torno a la identificación de los factores que inciden en la perdurabilidad empresarial, más que en la exploración de la bibliografía sobre el concepto. En el año 2005 y como resultado de la revisión de la bibliografía existente sobre perdurabilidad, el grupo de investigación hace una primera aproximación al concepto de perdurabilidad Este estudio contiene un análisis de los estudios de perdurabilidad realizados en diferentes universidades y centros de investigación, permitiendo a la academia de la administración comprender mejor el significado de este concepto y avanzar en la generación de alternativas para lograr más empresas perdurables.
Castro, Farfán y Olis (2013).	Vida y muerte empresarial. Estudios empíricos de perdurabilidad:	Se plantea un modelo interesante, donde se analiza el comportamiento de las empresas como organismos dinámicos, el biólogo y epistemólogo chileno Humberto Maturana (2010) plantea una analogía entre la teoría de la Biología Cultural, que hace referencia a como los organismos vivos se van modificando ya que requieren adaptarse a los cambios del entorno para poder seguir viviendo. Comparativamente vemos cómo lo mismo sucede con las empresas, que deben adaptarse a su entorno y a sus variaciones en el tiempo para poder sobrevivir. La investigación tomó como marco de referencia varias teorías desarrolladas sobre el concepto de perdurabilidad empresarial las cuales se han asociado con diversos términos como “supervivencia” y con el pensamiento de autores como Peters y Waterman (1982), primeros en publicaron un texto relacionado con el éxito empresarial.
Rivera, (2012) Vélez et al.(2005)	Éxito o perdurabilidad	Hace referencia a que la permanencia de las empresas en el tiempo se traduce en mostrar resultados financieros superiores
Robinson y Sexton (1994). Schiller y Crewson (1997). Levie y Autio (2008). Alemany et al. (2011)	Capital Humano	Estos autores hacen referencia al nivel de estudios como la experiencia o las capacidades que tienen los integrantes del equipo, ya que están relacionados positivamente con el éxito en emprendimientos viéndose a una mayor capacidad para identificar oportunidades en el mercado como también el desarrollo y aplicación de actitudes y comportamientos favorables para emprender.

Fuente: elaboración propia, síntesis del estado del arte

4.2 Marco contextual

Esta investigación se llevó a cabo en la ciudad de Palmira, Valle del Cauca. Actualmente se ha logrado consolidar el ecosistema emprendedor del Valle del Cauca que gracias a la Política

Nacional de Emprendimiento, que establece cinco objetivos estratégicos, especialmente el tercer y cuarto objetivo que enfatizan en que se debe hacer una articulación institucional que gestione la formación de la Red de Emprendimiento I+ para que establezcan los planes de trabajo y programas en beneficio del emprendimiento, y que se fortalezcan los servicios no financieros para el emprendimiento en donde se innove mediante la oferta de un portafolio de servicios de apoyo al emprendimiento, como asesoría, formación, asistencia técnica, acompañamiento, promoción de negocios.

En tal sentido, Osorio y Pereira, (2011). Mencionan que el gran objetivo de la Red de Emprendimiento I+ es estructurar el ecosistema del emprendimiento que acompaña a los emprendedores de esta región y que con este estudio se puede elevar el protagonismo del emprendimiento. Indudablemente, el crecimiento económico a nivel nacional, reflejado en el aumento del número de empleos, innovación tecnológica, generación de riqueza y bienestar, se ve afectado por la dinámica de la actividad emprendedora, que presenta sus tres actores fundamentales: El individuo emprendedor, su actividad y el entorno emprendedores. Así iNNpuls, (2017) menciona que:

En la caracterización de los ecosistemas regionales de emprendimiento de los departamentos de Valle del Cauca (Cali, Palmira, Jamundí, y Yumbo) se puede identificar, localizar y categorizar las diferentes instituciones que dinamizan el ecosistema, así como las alianzas y estrategias implementadas en los PD que poco a poco han presentado iniciativas a fin de consolidar dichos ecosistemas. La consolidación del ERE de Cali y sus municipios cercanos, fundamentalmente Jamundí, Palmira y Yumbo, ha sido posible en gran parte por las distintas

políticas de gobierno que se han venido implementando en los últimos años tanto a nivel nación, como en cada localidad. (p. 217)

El crecimiento económico y social, está estrechamente relacionado con la creación y desarrollo de empresas sostenibles. Distintos estudios aportan evidencias acerca de su contribución a la generación de puestos de trabajo, a la innovación, a la diversificación del tejido productivo, al fortalecimiento del espacio de la pequeña y mediana empresa y a la equidad. La mayoría de los estudios han identificado como principales dificultades para el desarrollo de empresas sostenibles la falta de acceso a la financiación, la infraestructura insuficiente, la inestabilidad política, la normativa jurídica y administrativa, y la disponibilidad de trabajadores competentes. (Organización Internacional del Trabajo, s.f)

A continuación, se presentan los datos de la ciudad de Palmira, con el fin de aclarar mejor el contexto de esta investigación. Cabe resaltar que dicha información se extrajo de la página web oficial de la Alcaldía de Palmira.

- **Posición geográfica:** Palmira se encuentra localizada en la región sur del departamento del Valle del Cauca, Colombia. Su cabecera está situada a 3° 31' 48" de latitud norte y 76° 81' 13" de longitud al oeste de Greenwich.

- **Límites políticos y geográficos:** Norte: municipio de El Cerrito. Este: departamento del Tolima. Sur: municipios de Pradera y Candelaria. Oeste: municipios de Cali, Yumbo y Vijes. De igual forma, la Ley 65 de 1909, modificada por Ordenanza 149 de 1961 dio los límites detallados del Municipio que se fijan así:

Desde el punto de la Cordillera Central, frente a las fuentes del río Flores Amarillas, una línea recta hasta encontrar éstas: este río abajo hasta el río Aguaclara, éste abajo hasta el río Bolo, éste abajo hasta 100 metros hacia el occidente del puente

sobre el río Bolo en la carretera central, de aquí el límite sigue por el Cauca Seco del Bolo Viejo hasta las bocas de Filipí en el Guachal, de donde partiendo hacia el sudoeste se sigue como límite el antiguo cauce del Cauca, llamado Cauca Seco, hasta encontrar el río Cauca, éste abajo hasta las bocas del río Amaime, éste arriba hasta su nacimiento en la Cordillera Central, por el perfil de ésta hacia el sur, hasta el punto de partida. (p. 12)

- **Superficie:** El municipio de Palmira cuenta con una superficie de 1.123 Km², de los cuales 370 Km² corresponden al piso térmico cálido, 234 Km², al templado; 231 Km², al frío y 288 Km², al páramo.

- **División político-administrativa:** El territorio de Palmira en su conjunto (zona plana y zona de ladera), corresponde a un sistema de asentamientos de distinto orden (de población, industriales, institucionales). La división político-administrativa en comunas del municipio de Palmira está conformada por dos sistemas: Uno urbano (barrios) y uno rural (corregimientos). El primero está estructurado por comunas, desde la No. 1 hasta la No. 7 y el segundo desde la No. 8 hasta la No. 16.

- **Corregimientos:** Rozo, La Torre, La Acequia, Matapalo, Obando, La Herradura, Palmaseca, Coronado (rural), Zamorano (rural), La Dolores, Guanabanal, Caucaseco, Juanchito, Bolo San Isidro, Bolo Italia, Bolo Alizal, Amaime, Boyacá, La Pampa, Tablones, Tienda Nueva, Guayabal, Barrancas, La Zapata, Aguacalara, Ayacucho, Combia, Toche, Potrerillo, Caluce y Tenjo.

- **Población:** En el último censo realizado en Colombia en el año 2018, Palmira contaba con una población de 283.431 habitantes. En la actualidad se calcula que cuenta con una población aproximada de 308 700 habitantes.

- **Clima:** Su temperatura media es de 23 grados centígrados y su altura promedio sobre el nivel del mar es de 1.001 metros. En Palmira se distinguen dos zonas localizadas hacia la media ladera en las cuales la precipitación media anual alcanza valores de 2.000 mm y 2.100 mm, convirtiéndose así en las áreas más húmedas del municipio. Dichas áreas son la cuenca media del río Nima y parte alta de la cuenca del río Aguaclara.

- **Hidrología:** El territorio municipal abarca las cuencas de los ríos Nima, Amaime, Aguaclara y Bolo. Estas cuencas son la reserva hidrológica y productiva más importante del municipio de Palmira. La cuenca del río Nima tiene una extensión aproximada de 12.000 hectáreas, caracterizadas, en su mayor parte, por una pendiente pronunciada (con inclinaciones mayores del 70%). La cuenca del río Amaime es la de mayor extensión en el municipio de Palmira. De sus 55.000 hectáreas, 35.000 corresponden al municipio de Palmira y 19.900 al municipio de El Cerrito. La cuenca hidrográfica del río Desbaratado posee una extensión de 14.550 hectáreas; la cuenca hidrográfica del río Frayle, 23.825 hectáreas; y la cuenca hidrográfica del río Bolo, 19.875 hectáreas. La subcuenca hidrográfica del río Aguaclara tiene una extensión de 7.200 hectáreas, localizadas parcialmente en el municipio de Palmira. Su altitud oscila entre los 3.100 y 1.050 m.s.n.m.

- **Actividad Económica Principal:** Agricultura, Ganadería, Centro Comercial, Industrial y Agrícola, Comercio y Minería.

- **Productos Principales:** Plátano, Caña de Azúcar, Panela, Miel, Cacao, Soya y Maíz.

- **Atractivos turísticos:** Transporte en Victorias, Parque de la Caña, Balnearios, Estaderos y Discotecas.

- **Ferias y Fiestas:** Fiesta Nacional de la Agricultura

- **Especialidad Culinaria:** Sancocho de Gallina, Colaciones y Caspiroletas.

- **Infraestructura Básica:** Dispone de todos los servicios públicos, 41 colegios, 92 escuelas bancos, hospital, seguro social, estadio, balnearios y correo.
- **Otras Características:** Es el 2° Municipio más Grande en Población y el 3° en extensión en el departamento.

4.3 Marco teórico

Se puede entender como el éxito y el triunfo que un emprendedor consigue a lo largo de su lucha para sacar adelante su idea de empresa, superando las dificultades que se van presentando con la utilización de sus capacidades emprendedoras. La Perdurabilidad para Collins y Porras (2002) se da gracias a que las empresas logran prosperar en el tiempo aplicando todas sus capacidades durante los diferentes ciclos de vida de sus productos. Asimismo, Vélez, Restrepo, Garzón y Méndez (2005) mencionan que:

Una empresa perdurable es aquella que a través del tiempo presenta resultados financieros superiores. Adecúa su manejo a la intensidad de las condiciones del entorno sectorial y las fuerzas del mercado. Se enfoca en espacios no explotados y hace un estudio detallado de sus competidores diseñando y ejecutando productivamente la cadena de valor. (p. 45)

Ahora bien, cuando se habla de cultura emprendedora, se hace alusión a las capacidades que posee una persona para emprender una idea con éxito, que le produzca beneficios tanto a él como a su entorno o sociedad. Es claro que uno de los principios del emprendimiento es intentarlo, ¿cómo puede alguien pretender implantar una cultura de emprendimiento si nunca ha hecho el intento o ha creado una empresa?, Esto toma mayor fuerza cuando desde la perspectiva educativa se cuestiona la manera es que se está promoviendo la cultura empresarial por parte de

los docentes, promotores y formadores, y el cómo los emprendedores logran descubrir y consolidar las oportunidades que están presentes en su contexto, por esta razón se requiere identificar esas capacidades desde lo procedimental, actitudinal y desde la experiencia; ya que cada vez se hace más evidente la relación que existe entre educación y emprendimiento, la cual está representada en las habilidades, actitudes y comportamientos que tanto docentes, promotores, formadores y estudiantes deben desarrollar. Siguiendo a Vélez, Restrepo, Garzón y Méndez (2005) que menciona a que la acción emprendedora:

Es aquella que obtiene desempeños eficientes en su gestión por la coherencia en su acción, la identificación de su entorno sectorial y sus políticas de gobierno, evitando estados de morbilidad que dificultan su crecimiento rentable y que puede llegar a estados tóxicos. Propicia la alineación de las personas con la empresa, la construcción de conocimiento y la calidad en los procesos de interacción social (p. 48)

En tal sentido, surge una disyuntiva sobre si el emprendedor nace o se hace, ante este dilema los estudios han demostrado que en la mayoría de los casos solo se tiene en cuenta aspectos relacionados con el carácter, dejando de lado aspectos de cómo fue su recorrido y las herramientas formativas o experienciales recibidas por sus docentes, promotores, formadores o referentes de éxito. Entonces, se es emprendedor por necesidad o por motivación intrínseca, lo que, en sí, podría determinar las capacidades emprendedoras que logran emprendimientos exitosos.

Existen muchas teorías al respecto en donde afirman que puede tener algo de lo primero y bastante de lo segundo, por ejemplo, puede nacer con cualidades, habilidades y capacidades, pero es inevitable que deberá aprender a “emprender”, si eso está enmarcado dentro de su

proyecto de vida tomará más relevancia y se conseguirá un mejor perfil del emprendedor. Así mismo, Burnett (2000) menciona que:

Los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Por otra parte, al igual que Mill, aseguró que los emprendedores poseen numerosas habilidades especiales y que son pocas las personas que pueden definirse de esa manera. Sin embargo, reconoce que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades. (p. 34)

Por su parte Rodríguez & Jiménez (2005) resumen las características que deben poseer los emprendedores, así:

- **Para los clásicos:** Tomador de riesgo, innovador, trabajador superior, y sumamente inteligente.
- **En los neoclásicos:** Toma de decisiones (distinguiendo los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable) y el liderazgo.
- **Para Schumpeter:** Persona con la idea de negocio, innovador, el que pone las ideas en movimiento, haciéndolas poderosas y potencialmente rentables (destrucción creativa).
- **Para Kirzner:** Debe estar alerta a los cambios y condiciones del mercado, anticipándolas de la mejor manera posible.

Algunas teorías establecen que la proactividad es una capacidad presente en los empresarios exitosos, como también la necesidad de logro, innovación, independencia, entre otros. Según Bateman y Crant (1993) la proactividad implica tener la capacidad de cambiar las cosas, lanzar nuevas iniciativas, generar cambios constructivos, ser

promotor de nuevas circunstancias. Para Weick (1983), citado por Larson et.al. (1986) p. 385) “las personas proactivas son aquellas que toman el control, tienen iniciativa, son decisivos, firmes y consistentes” (p. 385); en tanto “las personas con proactividad establecen estrategias antes de verse forzados a reaccionar ante las amenazas del entorno” (p.386).

Para López (2010) en la proactividad empresarial, resaltan seis características principales: 1) Buscar Oportunidades: estar siempre alerta con el fin de detectar circunstancias que favorezcan a una empresa; 2) Crear Oportunidades: hacer de las circunstancias una buena oportunidad que difícilmente es destacada por los demás; 3) Iniciativa: actuar por motivación propia; proponer ideas y acciones a ejecutar; 4) Promotor de nuevas circunstancias: crear ideas y acciones distintas a lo tradicional; nuevas formas de operar en distintas áreas de una empresa; 5) Anticipar problemas: prever situaciones difíciles que se puedan suscitar como la situación económica, competencia, clientes, desabastos de materia prima, entre otros; 6) Actitud de control: forma de actuar donde sobresale el deseo de dirigir, mandar y organizar.

Así pues, en la actualidad se analiza el perfil del empresario bajo los criterios de su comportamiento, en lo que sabe hacer, con lo que es y sabe, tomando relevancia sus competencias, capacidades, habilidades, experiencia y talento emprendedor. Los comportamientos del empresario son identificados y explicados en la teoría del comportamiento del empresario, mientras que las características psicológicas que forman parte integra del empresario y que son difíciles de cambiar son la base de la teoría de los rasgos de la personalidad. En dicho sentido Beltrán (2018) indica que una empresa debe ser vista:

Como una comunidad de seres humanos en la que todos sus sistemas y componentes funcionan de manera adecuada, sin caer en la obsolescencia, y con una repulsión innata a conformarse con lo que ha alcanzado, con una alta sensibilidad con el entorno, conservando su ideología central, concentrada en lo que potencialmente puede hacer mejor que todas, con crecimiento rentable y sustentado. (p. 20).

En ese mismo orden de ideas, se tendrían que relacionar cuatro conceptos que se presentan en los postulados teóricos, y que diferentes autores, como ya se ha expuesto, los han mencionado, estos son Capacidad, Habilidad, Talento y Competencia. Para tener na mejor claridad de ellos se presenta la siguiente ilustración que complementa dichos postulados.



Imagen 1. Capacidad, Habilidad, Talento y Competencia. Fuente: elaboración propia basada en los autores referenciados

Igualmente, la siguiente tabla resume lo expuesto por distintos autores, y enseña los elementos y las capacidades con las que un emprendedor debería contar.

Tabla 2.
Elementos y capacidades de un emprendedor.

Elementos, Capacidades	Definición
Fuerza vital.	Entendida como energía, fuerza, coraje, dedicación, emoción para sacar adelante sus ideas.
Deseo de superación y progreso.	Entendido como el principio de mejoramiento continuo, que los lleva a buscar siempre un estadio superior en sus actividades.
Capacidad de identificar oportunidades	Entendido como la capacidad de leer el entorno social, económico, político, cultural, comercial, tecnológico, etc. para poder encontrar nuevas oportunidades.
Visión de futuro	Entendido como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que ocurrirá
Habilidad creadora e innovadora	Entendida como la habilidad de encontrar múltiples formas de solución a los problemas.
Aceptación y propensión al cambio.	Entendida como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno dispone.
Iniciativa.	Entendida como la capacidad de anticipar, de hacer algo antes que otros lo hagan.
Libertad / Autonomía / Autogobierno.	Entendidos como la posibilidad de tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, sean ellos favorables o desfavorables. Es el no estar pensando en culpables o en benefactores.
Capacidad de toma de decisiones con información incompleta.	Entendida como la habilidad de aceptar que en la vida casi nunca se tienen a mano todos los datos, y que especialmente el cambio exige decisiones bajo incertidumbre.
Convicción de confianza en sus facultades.	Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su preparación.
Actitud mental positiva hacia el éxito.	Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.
Compromiso / Constancia / Perseverancia.	Entendidos como la dedicación y el esfuerzo continuo hacia el logro de los objetivos.
Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos.	Entendida como el valor y el arrojo necesario para atreverse, para osar, para jugar en escenarios riesgosos.
Capacidad de realización.	Entendida como el pragmatismo necesario para llevar a cabo los proyectos.
Capacidad de administrar recursos.	Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos de que se disponga.
Practicabilidad y productividad.	Entendida como hacer bien lo que se debe hacer.
Capacidad de control.	Entendida como la capacidad de supervisión y de control de los recursos y las situaciones.
Inconformismo positivo.	Entendido como el aceptar que lo existente es bueno, pero que es sujeto de mejora, es decir, que hay camino de progreso y mejoramiento.
Soluciones y no problemas.	Entendida como la capacidad de pasar de la problemática a la solución, del diseño al hecho, de la teoría a la práctica.

Responsabilidad / Solidaridad / Ética.	Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza, que éste debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social muy diferente al egoísmo que a veces nos cobija.
Capacidad de integrar hechos y circunstancias.	Entendida como la capacidad de percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación, es ser capaz de armar el rompecabezas.
Liderazgo.	Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mi accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y de empatía.

Fuente: Elaboración propia basada en los autores referenciados

La capacidad estratégica del empresario se caracteriza principalmente por sus habilidades frente a diferentes situaciones, estas según Arboleda (2017) son:

- Capacidad de Analizar (Cuando se presenta una oportunidad)
- Capacidad de identificar (los tipos de oportunidad)
- Capacidad de seleccionar (la mejor oportunidad)
- Capacidad de explotar (máximo aprovechamiento de la oportunidad)
- Capacidad de buscar y recoger información
- Ambición y pasión
- Capacidad de tomar decisiones en la ambigüedad y en la incertidumbre
- Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos
- Energía y capacidad de aguante
- Capacidad de establecer relaciones
- Capacidad de comunicación y negociación
- Capacidad de liderazgo
- Capacidad de aprender de la experiencia

Por otro lado para Bechard y Toulouse (1998), es importante establecer programas de enseñanza del emprendimiento que comprendan diferentes niveles como el praxiológico, disciplinar y epistemológico, los cuales fortalezcan las capacidades técnicas, humanas y en habilidades directivas para la generación de ingresos, creación de negocios o puestos de trabajo, estas capacidades influyen en los pensamientos, expectativas y creencias de los emprendedores-empresarios para que logren empresas perdurables.

Para Liouville (2002) existen capacidades que debe ejercer un emprendedor o empresario para sacar adelante su negocio como lo es la de tomar iniciativas, de crear, de motivar a otros para que produzcan, descubrir nuevos mercados.

Existen varias teorías que se enfocan en la personalidad del emprendedor-empresario y en sus características de comportamiento, que lo conciben como un tomador de riesgos (Say, 1852; Knight, 1921; Kirby, 2004.), como un individuo con alto nivel de orientación al logro (McClelland, 1961; Kirby, 2004; Timmons y Spinelli, 2007), con competencia para trabajar en equipo (Sarasvathy, 2001) y con niveles elevados de cambio y actividad, es decir, con una creatividad mayor de la convencional, que le permite ser flexible y capaz de adaptarse (Sternberg, 1999; Kirby, 2004; Gibb, 2005).

En cuanto a la perdurabilidad se destacan algunos autores y teorías que referencian factores o capacidades demostradas para alcanzar la longevidad empresarial, a continuación se presenta la Tabla 3. donde se resumen estos aspectos.

Tabla 3.

Principales desarrollos sobre la perdurabilidad empresarial en la literatura.

Autores	Énfasis	Muestra de estudio	Factores de perdurabilidad.
Peters y Waterman (1982)	Empresas exitosas	62 empresas estudiadas	Predisposición para la acción, acercamiento al cliente, autonomía y espíritu empresarial, productividad por el personal, movilización alrededor de un valor clave, zapatero a tus zapatos, estructura simple y poco personal, flexibilidad y rigor simultáneos.
Jago (1987)	Empresas exitosas	NO	Descubrir nuevas oportunidades de negocio, conservar y motivar empleados valiosos, tecnología, mejorar comunicaciones, aumentar cuota de mercado, aprovechar juntas directivas, planear la sucesión, impartir directrices, optimización de costos, concebir de manera efectiva la misión de la empresa.
Meyer y Zucker (1989)	Organizaciones en permanente quiebra	4 estudios de caso	La rentabilidad no es una condición para la perdurabilidad.
Pascale (1990)	Empresas exitosas	6 estudios de casos	Mejoramiento continuo, tensión adaptativa, autoorganización y emergencia.
Collins & Porras (2002)	Empresas que perduran	18 estudios de casos comparativos	Mantener el núcleo, estimular el progreso, fuerte identidad, misión clara, visión ambiciosa, directivos de la casa, mejoramiento e innovación.

Konz y Katz (2000)	Hiperlongevidad (más de 250 años)	276 órdenes religiosas masculinas	Visión, socialización, adaptación y estructuras.
Hall (1997)	Compañías longevas (más de 200 años)	214 compañías de UK con cuestionario	Estilo tolerante de liderazgo y conservadores financieramente.
Universidad Externado (1997-2000)	Empresas perdurables (más de 25 años)	Estudios de caso (Siemens, Pavco, Davivienda, Seguros Bolívar, Banco Caja Social, Legis, Avesco, Concreto, Banco de Bogotá, Sofasa, Avianza, Super Rica)	En cada caso en particular se encontraron elementos diferentes.
De Geus (1999)	Compañías longevas (long lived) y exitosas	27 estudios de caso de empresas con más de 100 años, fundadas antes de 1883	Sensibilidad al entorno; alto sentido de cohesión e identidad, tolerantes hacia las actitudes conservadoras financieramente.
Montuori (2000)	Empresas longevas		Ajuste y cambio; aprendizaje organizacional, liderazgo.
Bhidé (2000)	Empresas exitosas	No	Continuidad del portafolio de activos; capacidad para brindar a sus accionistas un rendimiento satisfactorio; diversidad de los activos.
Collins (2001)	Empresas sobresalientes	Estudio de caso de 22 compañías comparadas	Liderazgo sobresaliente, Concepto de erizo*, cultura de disciplina, aceleradores de tecnología.
Bhidé (2001)		Reflexión teórica	Continuidad del portafolio de activos, capacidad para generar rendimiento satisfactorio, diversidad de los activos.
O'Hara (2004)	Empresas familiares	20 estudios de casos	Unidad familiar, productos que satisfagan necesidades básicas, primogeniture, el rol de la mujer, compromiso a continuar el legado, adopción de un significado de perpetuidad familiar en la propiedad, servicio al cliente y a la comunidad, gestión del conflicto, planes escritos, sistema de gobierno.
Miller & Le-Breton (2005); Ben Mahmoud-Jouni, Blonch y Mignon (2010)	Grandes empresas familiares perennes	58 grandes compañías	Continuidad (devoción a la misión, implicación emocional durable); sentido de comunidad (valores centrales, lealtad); conexión con stakeholders; comando (libertad de acción de los directivos frente a los shareholders).
Stadler (2007, 2011)	Compañías longevas (enduring/outstanding corporations) y exitosas	9 estudios de caso con empresas europeas de más de 100 años, con desempeño	Explotar antes que explorar, diversificación, aprender de errores, gestión del cambio.

		financiero superior	
Burgelman & Grove (2007)	Dinámica estratégica, procesos estratégicos autónomos e inducidos, liderazgo estratégico.	1 investigación longitudinal de terreno Intel Corp. (1968-2005)	Conjugar ciclos de procesos estratégicos autónomos e inducidos, liderazgo estratégico.
Van Zanden et al. (2007)	Organizaciones complejas exitosas	1 estudio de caso (Shell)	Sentido claro del objetivo, estilo tolerante de gestión, fuerte control financiero, fortaleza tecnológica, vocación global.
ESADE (2009)	Compañías longevas y exitosas	25 empresas de 10 sectores industriales	Filosofía, estrategia corporativa, estrategias de negocio, explotar vs. explorar, diversificación, aprender de errores, gestión del cambio.
De-la-Cerda-Gastelum (2010)	Empresas perdurables y adaptables	Dos grupos de empresas. 150 empresas mexicanas fundadas antes de 1976, y 50 empresas de otros países	Bursatilización, internacionalización, hacer parte de grupos empresariales, diversificación del negocio, alianzas comerciales.

* Las compañías sobresalientes son aquellas que se concentran en una idea clara, coherente y buscan desarrollarla, pero esa idea es el fruto de un trabajo previo; las ideas no son manejadas por “iluminación”, sino por un trabajo previo. Una compañía debe comprender en qué puede ser la mejor; para hacerlo debe tener presente si está preparada, si cuenta con los medios necesarios (empleados, medios económicos, físicos, logísticos, etcétera).

Fuente: Rivera (2012).

4.4 Marco conceptual

Dentro del proceso de formación del emprendedor-empresario aparecen dos elementos fundamentales que son los insumos y los impactos que al desarrollarse ayudan a definir las competencias que debe tener un emprendedor-empresario, como se puede apreciar en la Imagen 2.

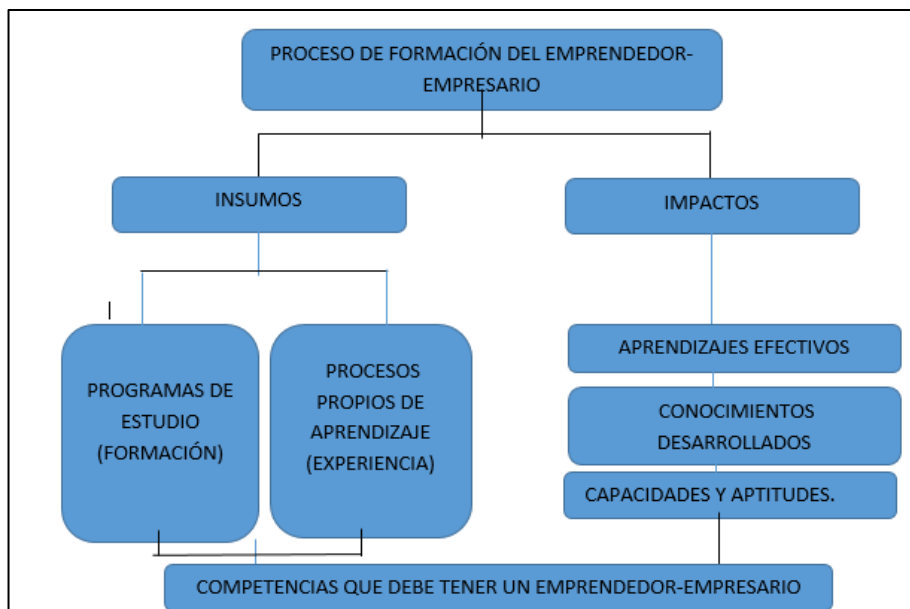


Imagen 2. Proceso de formación del emprendedor-empresario. Fuente: elaboración propia.

Decidir: “Desde una perspectiva antropológica, Aktouf (2001) señala que decidir es transformar una voluntad humana en acto; es el elemento intermediario entre el pensamiento y la acción, es el momento del paso al acto emprendedor propiamente dicho” (Rodríguez, 2009, p.5).

Emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero) siendo inicialmente utilizada para referirse a estados aventureros, que hoy en día es ésta misma actitud la que caracteriza al emprendedor, la capacidad de riesgo, actitud hacia la incertidumbre a lo desconocido (Gutiérrez, Medranda y Zambrano, 2010).

Éxito Empresarial es aquella que vive decenios y que involucra muchas generaciones (longeva) perpetuando su proyecto, que la concibe como una comunidad de seres humanos en la que todos sus sistemas y componentes funcionan de manera adecuada, sin caer en la obsolescencia, y con una repulsión innata a conformarse con lo que ha alcanzado; con una alta sensibilidad con el entorno, conservando su ideología central, concentrada en lo que potencialmente puede hacer mejor que todas, con crecimiento rentable y sustentado. (Rivera, 2008).

Innovación: Drucker (1985) citado por Diez y Said (2016) afirmó: La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente.

Perfil del emprendedor: Son aquellos rasgos positivos que sobresalen en estos personajes, pero que aun así no garantizan el emprendimiento, tal como lo citan Bilbao y Pachano, autoras del estudio sobre los rasgos y actitudes de los emprendedores exitosos en América Latina: "No es suficiente poseer las cualidades de un emprendedor exitoso, se necesita además un contexto mínimamente favorable para el desarrollo de las mismas" (Arraut, Sánchez y Novoa, 2011)

Perdurabilidad Empresarial: Según el grupo de investigación en "Perdurabilidad empresarial" de la Universidad del Rosario, el cual ha realizado varios estudios en relación con este término, en el año 2005, manifestó que una empresa perdurable es aquella que a través del tiempo presenta resultados financieros superiores. Adecúa su manejo a la intensidad de las condiciones del entorno sectorial y las fuerzas del mercado. Se enfoca en espacios no explotados y hace un estudio detallado de sus competidores diseñando y ejecutando productivamente la cadena de valor. Es aquella que obtiene desempeños en su gestión por la coherencia en su acción, la identificación de su entorno sectorial y sus políticas de gobierno, evitando estados que dificultan su crecimiento rentable y que puede llegar a generar incertidumbre y posibles cierres de la actividad empresarial. Propicia la alineación de las personas con la empresa, la construcción de conocimiento y la calidad en los procesos de interacción social (Vélez, Restrepo, Garzón y Méndez, 2005).

Las capacidades que debe tener un emprendedor o empresario para conseguir el éxito empresarial recae sobre el proceso de aprendizaje que ha obtenido a través del tiempo, como lo

muestra la imagen 3.

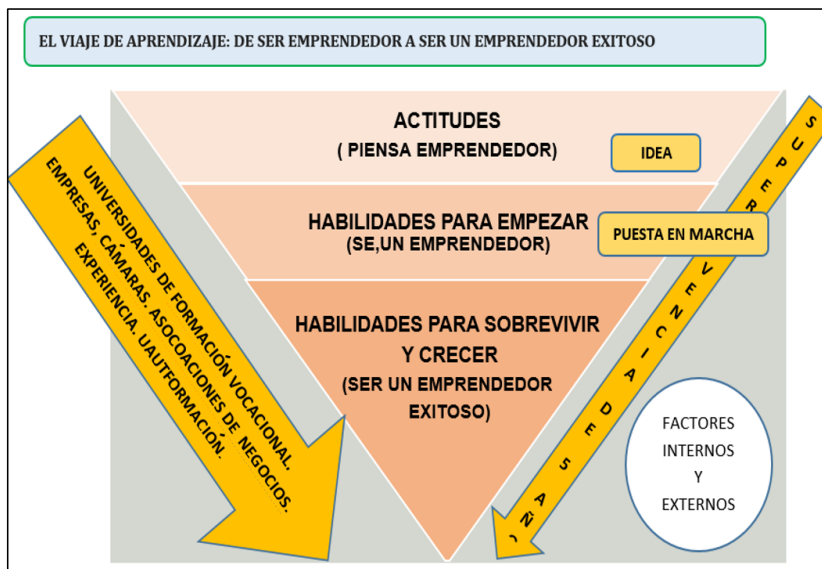


Imagen 3. El viaje de aprendizaje: De ser emprendedor a ser un emprendedor-empresario exitoso. Fuente: OCDE (2011).

4.5 Marco normativo

Constitución política de Colombia: Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia.

Ley 344 de 1996: 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.

Ley 550 de 1999: 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.

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.

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.

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.

Ley 1014 de 2006: Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA

Ley 1258 de 2008: Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.

Sentencia c-392 de 2007: 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.

Sentencia c-448 del 3 de mayo de 2005: Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mipyme.

Código de comercio para guía de emprendimiento

Título iii, artículo 294: Sobre constitución de Sociedades Colectivas.

Título iv, artículo 323: Sobre constitución de Sociedades en Comandita.

Título iv, capítulo ii, artículo 337: Sobre constitución de Sociedades en Comandita Simple.

Título iv, capítulo iii, artículo 343: Sobre constitución de Sociedades en Comandita por Acciones.

Título v, artículo 353: Sobre constitución de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Título vi, artículo 373: Sobre constitución de Sociedades Anónimas.

Título vii, artículo 461: Sobre constitución de Sociedades de Economía Mixta.

Título viii, artículo 469: Sobre constitución de Sociedades Extranjeras.

Título ix, artículo 498: Sobre constitución de sociedades mercantiles de hecho.

5. Metodología

5.1 Método

Mixto, en la medida que lo que se examinaron los valores y comportamientos de los empresarios de Palmira, para lo cual se presenta una encuesta, con la que se pudo establecer diferentes variables, las cuales pueden ser medidas, esto lo convierte en cuantificable, el fin de conocer las percepciones conductas de las personas para que logren identificar las conductas que llevan a la perdurabilidad empresarial. Pues como lo menciona Rodríguez (2011) la mayor parte de los estudios cualitativos:

Están preocupados por el entorno de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos contextos naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador, en los que los seres humanos se implican e interesan, evalúan y experimentan directamente. (p.11)

5.2 Tipo de estudio

El tipo de estudio de esta investigación es descriptivo, por cuanto parte de conceptos y teorías ampliamente estudiadas, como lo es emprendimiento, capacidad, habilidad, empresa, educación entre otros elementos, además, como su nombre lo indica, da la posibilidad de caracterizar, analizar y describir las principales particularidades que tiene un objeto de estudio, es este caso se trata de las capacidades que consideran vitales los empresarios del Municipio de Palmira para lograr empresas perdurables. Rodríguez (2011) menciona que:

La investigación descriptiva la llevamos a cabo cuando queremos mostrar las características de un grupo, de un fenómeno o de un sector, a través de la observación y medición de sus elementos. La información que nos proporciona un análisis descriptivo, además de ser un fin en sí mismo. (p. 12)

Así mismo, partió desde un enfoque cualitativo, pues lo que se buscó fue examinar los comportamientos de los empresarios de Palmira, con el fin de fomentar e incentivar las conductas de las personas que promueven emprendimientos, buscando resolver de manera no violenta sus conflictos y la forma de subsistir. Pues como lo menciona Rodríguez (2011) la mayor parte de los estudios cualitativos:

Están preocupados por el entorno de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos contextos naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador, en los que los seres humanos se implican e interesan, evalúan y experimentan directamente. (p. 7)

5.3 Recolección de datos

En correspondencia con los objetivos de la investigación, se utilizaron las siguientes herramientas para la recolección de información: En primera instancia, se parte del análisis documental con el fin de dar cuenta de por dónde van las investigaciones relacionadas, además de rastrear los elementos teóricos y conceptuales que precisa el desarrollo de esta investigación. Finalmente, se aplica un instrumento a una muestra representativa de la población empresarial.

- **Universo y muestra:** Se tomó como universo todas las empresas que han renovado su matrícula mercantil durante el 2019 en el municipio de Palmira, las cuales tendrán la misma probabilidad de ser escogidas para ser parte de la muestra y, consiguientemente todas las posibles muestras de tamaño (n) tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables. (Espinoza, 2016)

El tipo de muestreo probabilístico escogido es el aleatorio simple con población finita, para definir el tamaño de la muestra.

La muestra partió de una investigación probabilística en donde se tomó en cuenta el documento de la Cámara de Comercio (2019) donde se especifica que, en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Palmira, Palmira registró la mayor variación entre el número de empresas renovadas contando con 5.917, siendo este el universo total. La muestra probabilística fue de 361 empresas, escogidas aleatoriamente.

Para establecer el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N * z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población 5917 empresas $Z_a = 1.96$ (la seguridad es del 95%) p = probabilidad de ocurrencia (50%) q = probabilidad de no ocurrencia (50%) d = margen de error (se toma un 5%)

Reemplazando se obtiene:

$$n = \frac{5917 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (5917 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = \mathbf{361}$$

- **La encuesta:** De acuerdo con Rodríguez (2011) una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. La medición mediante encuesta puede ser efectuada, y de hecho es el procedimiento más frecuente, de modo esporádico y coyuntural con el fin de tantear la opinión pública en relación con algún tema de interés. Con encuestas se puede conocer opiniones, actitudes, creencias, intenciones de voto, hábitos sexuales, condiciones de vida, etc.

En dicho sentido, cabe resaltar que se realizaron 361 en cuentas a diferentes empresarios de Palmira, con el fin de conocer sus perspectivas sobre el tema. Así, se contó con fuentes tanto primarias como secundarias, las primarias proporcionadas por las entrevistas y la observación participante, mientras que las fuentes secundarias se tratarán de revisiones bibliográficas.

6. Resultados

Después de haber realizado la correspondiente investigación, sobre identificar las capacidades que consideran vitales los empresarios del Municipio de Palmira para lograr empresas perdurables, se han encontrado los siguientes resultados, los cuales aparecen en el orden de los objetivos específicos.

6.1 Contexto del emprendimiento en el municipio de Palmira en el periodo comprendido entre 2016 y 2018

Aunque ya se ha se ha hablado del contexto general del emprendimiento a nivel nacional, regional y en Palmira, se hizo un análisis más detallado, el cual tuvo como fin establecer cuál ha sido el contexto del emprendimiento en el municipio de Palmira en el periodo entre el 2016 y 2018 en donde se pudo encontrar que Palmira cuenta con una dinámica importante en cuestiones de emprendimiento, sin embargo, es evidente que los emprendedores desconocen en su gran mayoría los diferentes factores que inciden en el éxito de sus negocios.

Para hablar específicamente del emprendimiento en el municipio de Palmira en el periodo ya mencionado, es necesario mencionar que el contexto local es dinámico, el cual lo afectan otros escenarios, tanto el regional, como el nacional y el internacional. La globalización, las nuevas tecnologías, el desarrollo de nuevos conocimientos en administración, e incluso las crisis económicas en los países potencias, la variación del precio del dólar, del petróleo o del carbón son factores hacen que cualquier economía local se vea afectada, aún más cuando se pretenden realizar nuevos emprendimientos.

Sin embargo, y más allá de todo eso, la encuesta llevada a cabo en esta investigación demuestra que la mayoría de empresarios entrevistados tiene edades entre los 25 y 55 años, lo

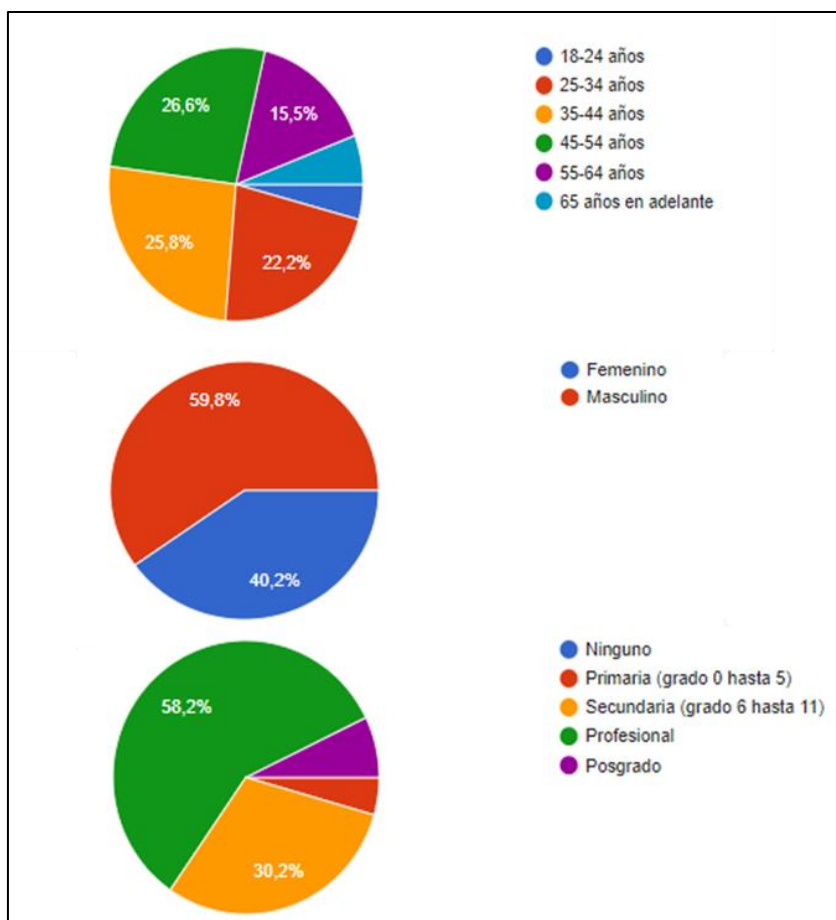
que sugiere que el potencial empresarial radica en personas jóvenes, tanto así que el 22.2% pertenece a gente entre los 25 y 34 años, lo que hace pensar que existe una fuerza que tal vez no esté siendo aprovechada, en el mejor sentido de la palabra, y sea un factor que impida el crecimiento empresarial en Palmira.

La Gráfica 1. da cuenta del resultado del contexto en edades de los encuestados, lo que permite hacer un acercamiento a la realidad de las aptitudes y capacidades que pueden tener las personas en ese rango de edades al momento de percibir las.

Igualmente, se presenta una gráfica en donde se muestra que hay una disparidad entre el género al momento de llevar a cabo emprendimientos pues el 59,8% de los encuestados se declaró masculino, lo que hace percibir que existe aún desigualdad de género y es posible que aún se encuentren diferentes tipos de discriminación, lo que hace que se perciba en la encuesta realizada.

Sin embargo, en la pregunta asociada sobre el grado de escolaridad, es destacable encontrar, que el 58,2% dice tener una formación profesional, indicando que las personas que llevan a cabo emprendimientos cuentan con conocimientos avanzados, esto permite reconocer algunos elementos que influyen positivamente en el desarrollo de los negocios, contando con capacidades intelectuales y analíticas. Igualmente, se puede decir que el 30.2% dice haber cursado el bachillerato, lo que hace suponer que cuentan con las herramientas necesarias para decidir de manera adecuada y oportuna al momento de enfrentarse a emprender un negocio.

A continuación, se presentan las tres gráficas (ver Gráfica 1) que enseñan dicha información, con el fin de tener más claridad, sin embargo, se ha decidido agruparlas, esto para tener una mejor comprensión de los datos y así establecer las variables adecuadas para el análisis.



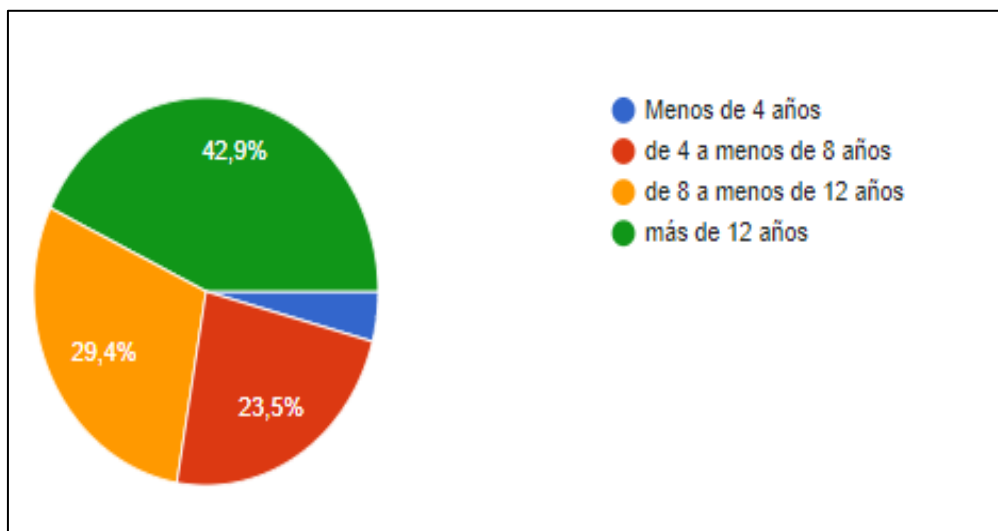
Gráfica 1. Edad, Género y Grado de Escolaridad. Fuente: elaboración propia.

Dentro del contexto encontrado, se puede mencionar que fueron 361 empresas las que se identificaron, lo que hizo posible acceder a los entrevistados.

Se puede ver que el 42% de las empresas tienen más de 12 años en el mercado, esto indica que la actividad empresarial tiende ser estable, pues al tener dicho recorrido se ha podido romper de alguna manera con la brecha que es estipulada crítica al momento de emprender un negocio, sin embargo, otras empresas están entre rangos de los 4 a los 8 años, lo que significa que son empresas muy jóvenes, que aún están encontrando su ritmo y que aún falta consolidar procesos, pues están de alguna manera en un proceso de incursión en el mercado, mientras que el 4,2 % de

empresas están en el proceso de nacimiento y dando sus primeros pasos en un mercado cada día más exigente y competitivo.

La Gráfica 2, explica de manera detallada el anterior análisis:

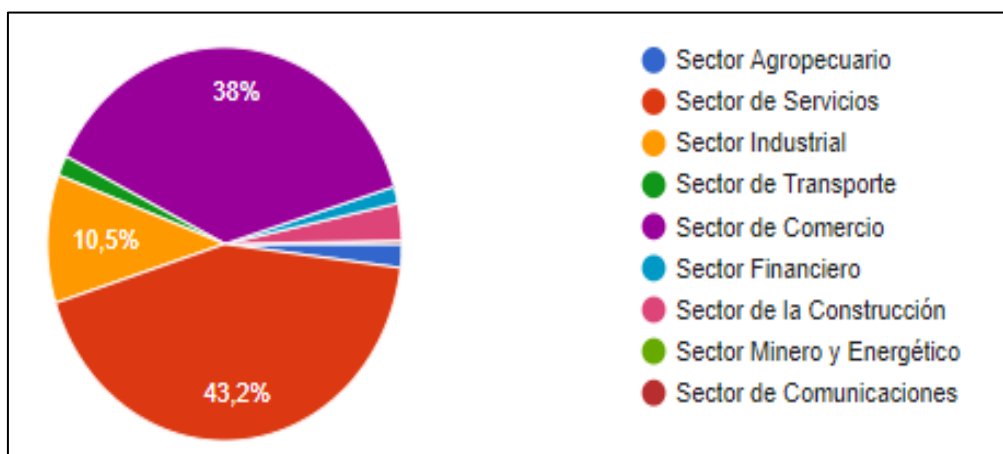


Gráfica 2. Tiempo que lleva la empresa o negocio. Fuente: elaboración propia.

Cabe resaltar que en los resultados se evidencia un comportamiento positivo, pues en todo caso, los empresarios están capacitados en el sentido académico, el 42,9 % de las empresas llevan más de 12 años en competitividad. A pesar de la desigualdad entre géneros, es importante tener en cuenta que las condiciones específicas de trabajo no se investigaron en este trabajo, por lo que sería interesante profundizar sobre sus comportamientos financieros, y sus procesos.

La Gráfica 3, enseña el sector comercial de las empresas encuestadas, teniendo un gran porcentaje, donde el sector comercio (38%) y el sector de servicios (43.2%) suman entre ellos el 81.2%, esto hace que exista un alto nivel de competencia en esos dos sectores, pues ahí se está concentrando el mayor número de empresarios y negocios, otro aspecto a tener presente es a la baja creación de empresas agropecuarias, esto podría ser un indicador que la economía del municipio está olvidando al sector agropecuario, y los pequeños y medianos emprendedores están enfocados a generar otro tipo de servicios, lo que daría lugar a una gran reflexión y estudio

al respecto, debido a que el municipio ha sido conocido históricamente por su gran aporte y producción agrícola. Después nos encontramos con el sector industrial con un nivel de participación considerable llegando a tener el 10,5%, sería interesante llegar a fortalecer este sector, pues en muchos casos, de ahí proviene la innovación en productos y de dicho modo aportar en gran manera al desarrollo económico del país. Para tener una mejor percepción, se presenta la Gráfica 3.



Gráfica 3. Sector al que pertenecen. Fuente: elaboración propia.

Las anteriores gráficas muestran las respuestas que se formularon en la encuesta, correspondientes a las siguientes preguntas: Edad, género, nivel de formación, nombre de la empresa o negocio, tiempo que lleva creada la empresa o negocio, sector al que pertenece la empresa o negocio. Las cuales presentan un contexto que se analiza de una manera detallada, ya que con las respuestas obtenidas se pueden identificar diferentes rasgos, los cuales propician que se puedan desarrollar emprendimientos y alcanzar el éxito.

Así pues, al analizar el contexto, es posible determinar que existe la posibilidad de que haya empresas que por lo menos perduren una década, un dato interesante en el desarrollo de esta investigación, ya que deja un precedente en donde el empresario ha tenido las competencias,

habilidades y destrezas para mantenerse en el mercado, especialmente aquellas que pertenecen al sector comercio y al sector servicios, son estas las que mayor competencia tienen.

De esta manera, al permanecer más de 10 años en alguno de estos sectores, pone en evidencia la necesidad y complejidad de desarrollar un estudio profundo sobre todas las variables que interceden en dicha permanencia. Sin embargo, no cabe duda de que estos empresarios ya tienen una experiencia de éxito, la cual, si se comparte de manera adecuada, podría ayudar a otros emprendedores-empresarios a alcanzar, si bien, no el éxito rotundo, si la posibilidad de ir escalando en la competencia y en la calidad de lo que ofrece el negocio.

Sobre esa misma línea, la investigación permite reconocer que son más los empresarios de género masculino que llevan a cabo el desarrollo de empresarial, lo que puede considerarse como un elemento inspirador para reforzar desde diferentes aristas, pues es importante luchar contra la discriminación por género, además, brindar oportunidades reales a las mujeres para salir del estado de vulnerabilidad en el que se encuentran aún. Es por eso por lo que se debe involucrar a la mujer en procesos cada vez más efectivos y donde se pueda evidenciar un verdadero cambio en las estructuras empresariales.

Del mismo modo, es importante resaltar que los empresarios en su mayoría son personas jóvenes, lo que llama la atención, pues es de esa fuerza y vitalidad donde surgen las ideas y proyectos de negocios, sin embargo, personas con más de 50 años se proyectan de la misma manera, es de interés entonces ahondar sobre las causas que hacen que la población palmirana busque como medio de supervivencia emprender un negocio, sin importar su edad.

En ese mismo contexto, la Cámara de Comercio reportó el número de empresas en la región mostrando para el 2018 un incremento en las nuevas empresas, especialmente en Palmira, esto se debe especialmente porque es la más habitada de los municipios de la jurisdicción de la Cámara

de Comercio de Palmira. A continuación, se presenta la Tabla 4. que permite ver la evolución y la cantidad de empresas que han surgido en Palmira desde el año 2016 al 2018:

Tabla 4.
Empresas nuevas y renovadas por municipio.

Municipio	2016			2017			Variación 2017		2018			Variación 2018	
	Nuevas	Renovadas	Total	Nuevas	Renovadas	Total	Nuevas	Renovadas	Nuevas	Renovadas	Total	Nuevas	Renovadas
Palmira	1.414	6.192	7.606	1.360	6.324	8.684	-3.8%	2.1%	1.469	6.432	7.901	8.0%	1.7%
Candelaria	308	1.290	1.598	312	1.320	1.632	1.3%	2.3%	322	1.349	1.671	3.2%	2.2%
Florida	169	739	908	151	752	903	-10.7%	1.585%	159	724	883	5.3%	-3.8%
Pradera	127	482	609	126	501	627	-0.68%	3.9%	162	522	684	28.6%	4.2%
Total	2.018	8.703	10.721	1.949	8.897	10.846	-14%	10%	2.112	9.027	11.139	8.4%	1.5%
Total año													

Fuente: elaboración propia a partir de los informes de Dinámica Empresarial Cámara de Comercio de Palmira años (2016 al 2018).

Lo que reafirma un contexto competitivo, tal como lo muestra la dinámica de crecimiento en el municipio de Palmira, ya que en términos generales se evidencia variaciones positivas entre las empresas que se matriculan o nacen legalmente y las que se renuevan, podemos ver como entre los años 2017 y 2016 hubo un decrecimiento del -3.8% en las empresas que se matricularon, pero un crecimiento positivo del 2.1% en las empresas que fueron consolidándose en su ejercicio empresarial y decidieron renovar su matrícula mercantil, de igual para el panorama fue satisfactorio para el año 2018, logrando variaciones positivas del 8.0% en matrículas y del 1.7% en renovaciones, lo que ratifica a su vez una permanencia de las empresas, impactando al sistema económico, social y humano del municipio, creando un ambiente propicio y alentador para los nuevos emprendedores-empresarios.

Lo que hace relevante a los emprendedores-empresarios en un sentido simple, es la permanencia en el mercado, esto demuestra que han adquirido diferentes habilidades las cuales permiten que sus negocios aún existan y en muchos casos, a pesar de las dificultades, tropiezos y

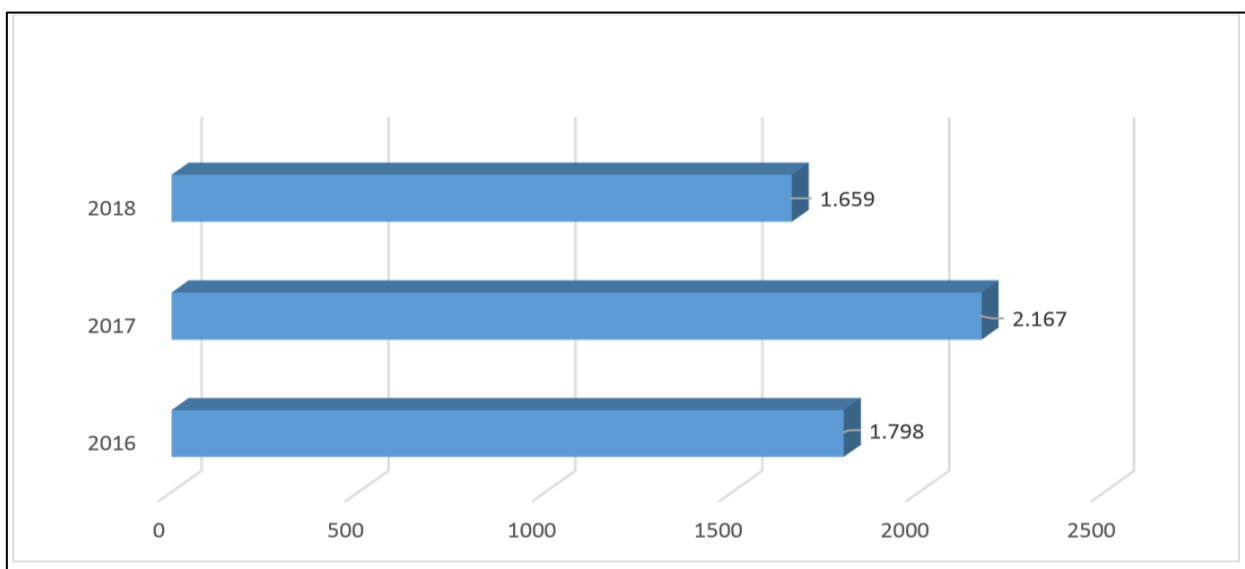
errores que se hayan cometido en el proceso, han sabido mantenerse y sostener un emprendimiento que los convierte en empresarios exitosos.

Finalmente, a modo de conclusión, se puede decir que el contexto en el que están inmersas las empresas de Palmira es un contexto competitivo, sin embargo, hay expresiones de liderazgo, emprendimiento y permanencia de los negocios, lo que hace que se piense sobre fenómenos de sobre oferta o sobre demanda en los sectores comercial y de servicios, en relación con el gran número de emprendimientos y negocios existente en los mencionados sectores. Igualmente, se ve necesario que más personas decidan emprender en otros sectores, para así desarrollar de una manera íntegra la economía de la ciudad. De la misma manera, cabe resaltar que Palmira es una de las ciudades más grandes y habitadas del Valle del Cauca, lo que hace que la población aledaña busque a Palmira como una ciudad con oportunidades para el emprendimiento, es por eso que la Cámara de Comercio (2019) expone que la cantidad de empresas nuevas y renovadas duplica al de las ciudades aledañas.

Si bien, en la encuesta no se estableció el origen de las personas que han emprendido en la ciudad, se tiene que destacar que hay un potencial en la ciudad de Palmira que está en crecimiento y las condiciones en las que están las empresas estudiadas en esta investigación es desconocida, seguramente presentarán grandes falencias en sus procesos, por lo que sería conveniente hacer estudios sobre dichos emprendimientos, ya que como se ha observado, son muchos las pequeñas empresas y negocios que hacen parte del mercado.

Otro aspecto a resaltar en este estudio y que hace parte del contexto del emprendimiento es la cancelación de empresas, ya que nos permite visualizar el comportamiento de la perdurabilidad empresarial y sus implicaciones sociales, económicas y humanas.

Entre los años 2016 y 2018 el panorama de las cancelaciones ha sido fluctuante, en la zona de influencia de la Cámara de Comercio de Palmira, teniendo al año 2017 como el de mayor número con un total de 2.167 cancelaciones, pero para el año 2018 las cosas han venido mejorando, tan solo se presentaron 1.659 cancelaciones, teniendo una disminución de aproximadamente el 23%, de unidades económicas, a comparación del año inmediatamente anterior. Tal como lo muestra el Gráfica 4:



Gráfica 4. Unidades económicas canceladas del 2016 a 2018. Fuente: Cámara de Comercio (2019).

Cabe aclarar que existen dos tipos de cancelación principalmente, la de acuerdo final y la establecida por la ley 1727 de 2014. En la primera circunstancia el ente jurídico decide conscientemente dar fin a la existencia de su empresa. Por otro lado, en la cancelación por la ley 1727 del 2014, se establece que “Las sociedades comerciales y demás personas jurídicas que hayan incumplido la obligación de renovar la matrícula mercantil o el registro, según sea el caso, en los últimos cinco (5) años, quedarán disueltas y en estado de liquidación”. Llevando esto a la cancelación automática de la empresa, en caso de cumplir estas características.

6.2 Perfil de empresario para tener empresas perdurables

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se puede decir que la teoría expuesta anteriormente, si corresponde a las categorías evaluadas en las encuestas. Sin embargo, no abarca su totalidad, pues se identificó que los emprendedores-empresarios, a pesar de contar con diferentes elementos que permiten la perdurabilidad a partir de sus capacidades, también deben tener en cuenta otros conceptos que los perfilen como emprendedores-empresarios y algunos factores relacionados directamente con su empresa que inciden en la perdurabilidad de la misma. Por lo tanto, se puede decir que los empresarios de Palmira cuentan con diferentes capacidades, las cuales hacen parte de su perfil.

Sin embargo, es posible observar, que a pesar de que los resultados arrojan algunas habilidades como indispensables para los empresarios, no se ve evidenciado lo que para Collins y Porras (2002) es fundamental, o sea, tener un control sobre cada uno de los procesos, sacándole el máximo provecho a cada uno de ellos.

El análisis que sigue a continuación está soportado en la información recaudada a partir del instrumento aplicado y que se consolida en la Gráfica 5. Los empresarios encuestados, en este sentido, no presentan muchos indicios de autoconocimiento gerencial pues solo un 49,3% lo califico como relevante, mientras que la negociación y el trabajo en equipo fueron unas de las capacidades más destacadas en la investigación con un 84,2% y 86,7% respectivamente, por lo tanto, el perfil de cualquier empresario tendría que partir, desde una visión global gerencial que contenga estos dos aspectos.

Es a partir del autoconocimiento y del interés gerencial que estos generan que surgen las posibilidades de emprendimiento, si se habla de los procesos de una empresa y de su conocimiento, así mismo, Garzón y Méndez (2005) cuando hablan de los estados financieros y

de la importancia de mantener estados superiores de este. Se ve reflejado que tampoco se realizan estudios sobre el estado financiero, ya que, en lo referente a la importancia de la conservación financiera, solo un 43,21% de los encuestados lo ve como un factor importante en cuanto al tema de perdurabilidad se refiere. Tampoco se evalúan la competitividad en el mercado ya que solo el 49,58% ve como relevante el conocimiento y sensibilización del entorno y el mercado, lo que hace que el interés se centre en otros aspectos, (ver la Gráfica 7). Sin embargo, el perfil competitivo de los empresarios tendía que contar con unas características específicas tal como lo relacionan Garzón y Méndez (2005), dentro del perfil de los empresarios, si bien más del 71,7% reconoce el liderazgo como una capacidad humana para lograr empresas perdurables, cabe resaltar que al no tener en cuenta habilidades como el conocimiento y la preparación académica, se desdibuja el objetivo y en sí, la construcción de un líder.

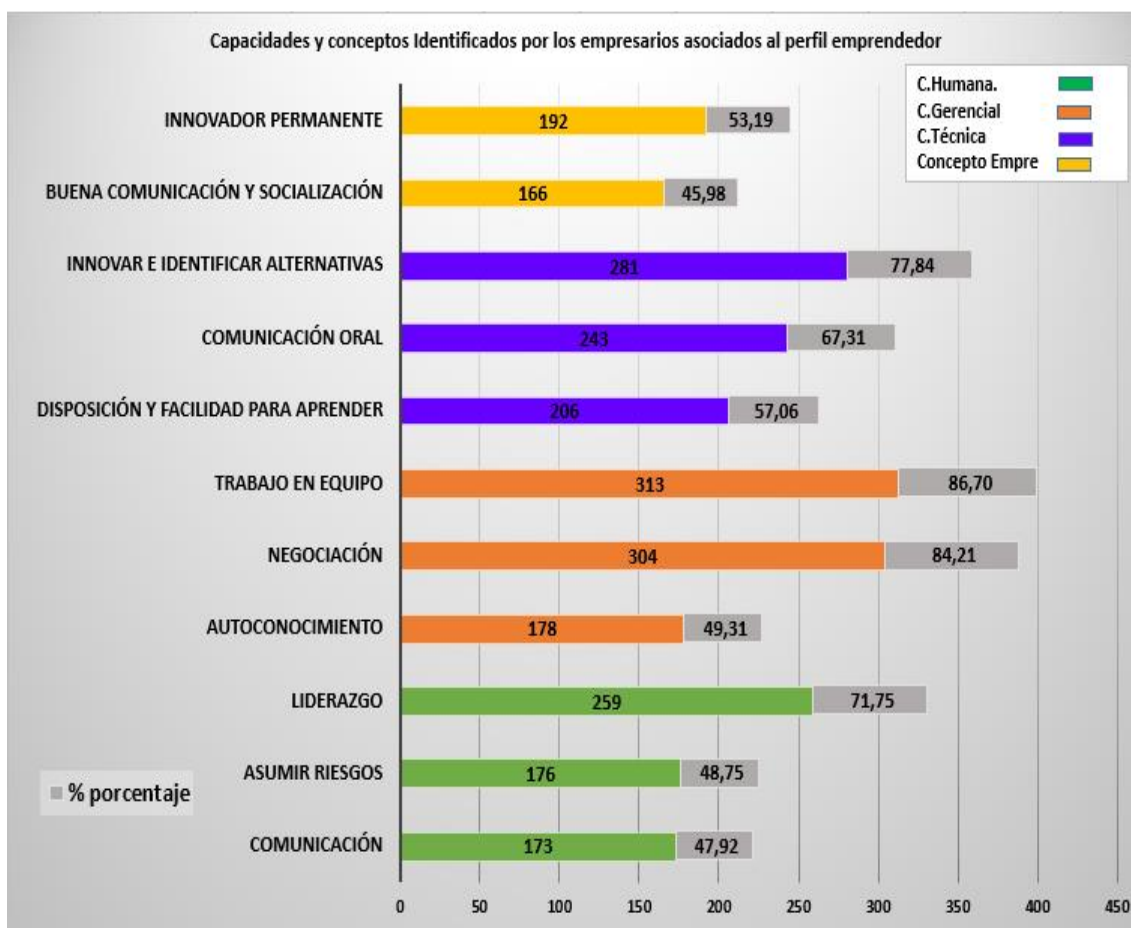
Por lo tanto, para profundizar sobre las características del emprendedor-empresario, se presenta la siguiente imagen, la cual, abarca el perfil que un empresario tendría que establecer en sus conductas:



Imagen 4. Perfil del emprendedor. Fuente: Reina et al., (2018).

Teniendo en cuenta lo expuesto en la anterior imagen, las características del perfil de un buen emprendedor-empresario tienen que ir de la mano con asumir los riesgos, lo que es importante para poder tomar decisiones y salir bien librado de las dificultades (Reina et al, 2018). Esta afirmación coincide con los resultados del trabajo, lo cual se refleja en la investigación con un considerable porcentaje en la “Capacidad humana de asumir riesgos” del 48,75% que equivale a 176 de los 361 encuestados (ver Gráfica 8). El concepto del riesgo como un acto intuitivo hace mucho rato está mandado a recoger y se puede corroborar en el anterior gráfico donde Reina lo describe en el primer nivel como “Administrador de riesgos”, el cual es un término que fácilmente lo podemos asociar a las capacidades gerenciales donde según la investigación los empresarios optaron por darle la calificación más alta a la capacidad de gestionar con un 88,64% de los encuestados, mientras la “Capacidad de negociación, fue calificada por un 84,21% y la “Capacidad en la toma de decisiones” fue evaluada positivamente por un 83,37% de los empresarios encuestados.

Los anteriores resultados, sin temor a equivocación reflejan que los empresarios de Palmira a la hora de pensar en cómo lograr la perduración de sus empresas, ven que es más importante que el mismo riesgo para un emprendedor o para el mismo empresario, el saber aplicar a las diferentes situaciones las capacidades que lo controlan y lo minimizan, según se puede apreciar en la Gráfica 6.



Gráfica 5. Capacidades y conceptos identificados por los empresarios asociados al perfil emprendedor. Fuente: elaboración propia

Los análisis que se hacen a continuación están sustentados en la información que aparece en la Gráfica 6. En los resultados de la investigación, se aprecia que los empresarios durante su proceso no se equivocaron, al darle relevancia a las capacidades gerenciales como herramienta para mitigar el riesgo. Estas capacidades se hacen reales al momento de ver como las empresas seleccionadas para la muestra han logrado superar el periodo inicial de cinco años conocido como “El valle de la muerte”, donde se deben de enfrentar duras pruebas que solo se logran vencer con una acertada administración del riesgo y lo cual se refleja en los resultados, cuando se aprecia que las empresas, tienen un promedio de vida de 8 años, lo que de alguna manera

demuestra que sí existe una relación directa entre la adecuada administración del riesgo que permite la perdurabilidad de las empresas en la ciudad de Palmira.

De la misma manera, un 46,54% de los encuestados, asume la perseverancia como un valor, lo cual puede resultar perjudicial, pues se puede confundir con la obstinación, es decir, mantener excesivamente firme en una idea, intención u opinión, sin tener en cuenta otras posibilidades.

En ese mismo orden de ideas, comparando resultados con el gráfico de Reina et al. el perfil de un buen emprendedor-empresario depende de tener buenas relaciones según las capacidades que posee, en donde la comunicación está directamente relacionada con este aspecto. El estudio arrojó que un 47,92% (ver Gráfica 5) lo considera relevante, el cual es un porcentaje importante, pero al igual que en el gráfico tiene un comportamiento más moderado que las anteriores capacidades analizadas.

En igual posición a lo mencionado hasta el momento, Arboleda (2017) que plantea unas características a partir de las capacidades dándole importancia a los procesos comunicativos, como se puede apreciar en el resultado de las encuestas el 47,92%, considera que las capacidades de comunicación son vitales, mientras que otros elementos como ser resolutivo, la aventura, actuar bajo incertidumbre y la vitalidad, presentan valores porcentuales muy bajos, lo que evidencia que presentan elementos de comunicación moderadamente adecuados, es por eso que se hace necesario pensar sobre cómo mejorar las capacidades que perfilan un buen empresario, a partir de los procesos comunicativos. Relacionando la comunicación con el empresario y los factores de los emprendedores que hacen que las empresas perduren, la comunicación organizacional es en gran medida la clave del éxito, pues una buena comunicación implica buenos procesos de información, de todas las áreas de la empresa, incluyendo las personas que

las integran, sus motivaciones, sus intereses, sus capacidades y habilidades, e incluso sus límites y alcances.

Entonces, es posible observar como lo menciona Sánchez y Campos (2016) que el habla y la escritura no son la única forma de comunicar, ya que el cuerpo, en sí mismo, es una forma de comunicación, en sus palabras “Utilizamos principalmente el lenguaje no verbal para expresar sentimientos, emociones, estados de ánimo. En efecto, nuestro vocabulario expresa ideas, contenidos, pero es la forma de decirlo, nuestros gestos, nuestro cuerpo en conjunto el que enfatiza o niega lo expresado.” Sin embargo, al mirar que ninguno de estos conceptos alcanzo el 20% de preferencia por parte de los encuestados, lo cual hace que vaya en dirección de lo que dice Arboleda (2017), lo que “limita la capacidad de buscar y recoger información, la capacidad de establecer relaciones y se abandona el espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos” (Sánchez y Campos 2016, p. 13) De dicho modo se puede comprender de manera conjunta el proceso de comunicación.

En ese sentido, para comprender un poco más a fondo sobre la codificación de los actos no verbales, pues, los actos verbales y escritos ya son conocidos desde la escuela y el interés de esta investigación se inclina hacia conocer los elementos de la comunicación que contribuyen a caracterizar las competencias y habilidades de los emprendedores-empresarios de Palmira, los cuales en muchos casos no se evidencian a través de la comunicación hablada o escrita, pues como se evidencia en los resultados, los indicadores apuntan a dejar a un lado la solidaridad que representan solo el 15,51 % (ver Gráfica 8) lo considera importante centrándose en actitudes personales, aunque resaltan el trabajo en equipo, lo que hace aún más importante mantener una comunicación efectiva, ya que el 52,35% (ver Gráfica 7) de los encuestados concuerda con la idea de generar lasos o alianzas comerciales, en donde incluso se puedan fusionar con la

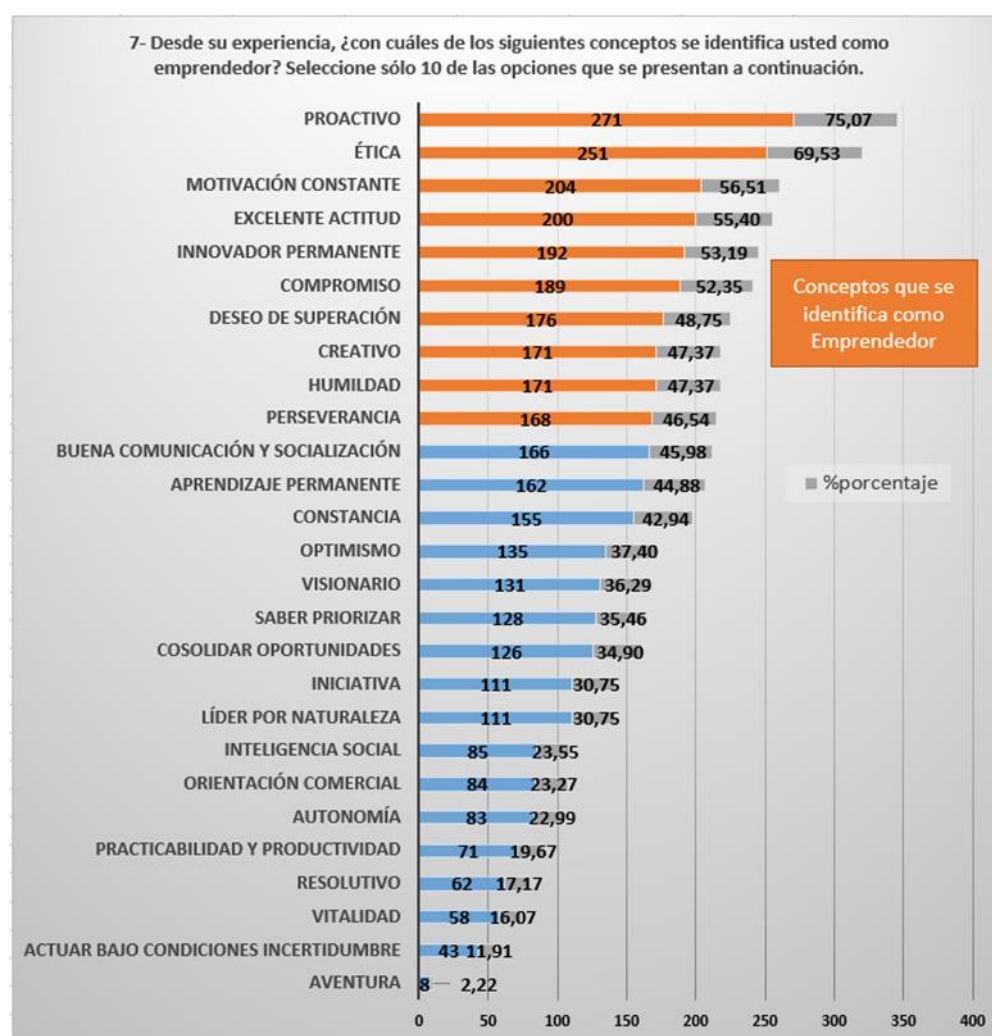
competencia. Los principios éticos, dentro de las capacidades humanas, son elementos que los empresarios de Palmira tienen en cuenta y reconocen como primordiales para poder perdurar sobre unas condiciones adecuadas, del total de los encuestados, el 63.71% así lo ratifican en sus respuestas al ser entrevistados. En este aspecto Reina et al no hace referencia en su análisis.

Son diferentes factores que los empresarios de Palmira tienen como referente para tener emprendimientos perdurables, las siguientes gráficas enseñan de manera detallada cuáles son esos elementos que los empresarios encuestados tienen como principales al momento de llevar a cabo sus ideas de negocio.

En referencia con lo dicho por Bateman y Crant (1993), Para Weick (1983), en la teoría de Glueck y Jauch (1984) y para López (2010), donde destacan la proactividad como un elemento importante y presente en los empresarios exitosos, esta investigación se corresponde con estos postulados ya que fue el concepto con el cual se identificaron el 75% de los empresarios encuestados. La motivación laboral es entendida como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia metas organizacionales, condicionadas por la satisfacción de alguna necesidad individual. Se entiende por necesidad un estado interno de la persona que hace que ciertas acciones resulten más atractivas (Peña, 2015). Su importancia fue evaluada positivamente por el 56,50% de los encuestados.

De la misma manera, resalta el aspecto ético que fue relevante para el 70% de los encuestados, mientras que la actitud, el compromiso y la motivación siguen siendo un elemento que se tiene en cuenta. Desde las teorías analizadas anteriormente, y a partir del capítulo sobre el perfil que deben tener los empresarios, conceptos como deseo de superación, la creatividad, el compromiso, la perseverancia y la buena comunicación hacen que los empresarios tengan un punto de referencia para empezar a poner en vía sus negocios (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017).

Es importante mencionar que estos resultados demuestran la percepción de los empresarios que tienen hacia ellos mismos, por lo que el valor que han antepuesto es por la experiencia que han tenido y sus logros y fracasos en la consolidación de sus negocios, de ahí la importancia de tener en cuenta sus concepciones sobre el asunto, pues es de ahí que parte el progreso y el desarrollo económico de una ciudad tan dinámica como lo es Palmira (Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002). A continuación, se presenta la gráfica que corrobora la información analizada, y a su vez, muestran de una manera clara y ordenada las evidencias y los resultados obtenidos a partir de la encuesta.



Gráfica 6. Conceptos que identifican al emprendedor. Fuente: elaboración propia.

Se puede decir que los empresarios de Palmira tienen un conocimiento previo de tipo profesional, sin embargo, dejan a un lado elementos importantes como el riesgo en relación con la aventura, el actuar bajo condiciones de incertidumbre, pues tan solo un 13% de los empresarios se identificó con dichos puntos (ver Gráfica 6), lo que evidencia una problemática de fondo, especialmente al interior de las empresas pues, en gran medida, son estos elementos los que impulsan el desarrollo y el avance económico. Elementos que los especialistas asumen como vitales para el sostenimiento de un negocio (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017; Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002).

Los empresarios entrevistados, por su parte, prefieren asumir conductas propias de su personalidad, que, si por un lado pueden beneficiarles, por otro lado, los pone en una postura de vulnerabilidad (Vélez, Restrepo, Garzón y Méndez 2005; Burnett, 2000).

Así mismo, se puede observar que en referencia a la pregunta sobre ¿Cuáles de los siguientes factores de perdurabilidad, considera que cumple su Empresa o Negocio? (ver Gráfica 7), el 76,4% de los entrevistados asumieron que el acercamiento al cliente es el más primordial, lo que hace suponer que para los empresarios el cliente es una prioridad, esto puede generar valor extra ya que la vitalidad de un negocio está destinada si existe demanda o no, es decir si el cliente está interesado en adquirir el producto o en recibir un servicio, puede ser uno de los factores más importantes para mantener estabilidad en sus negocios Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002).

De la misma manera, al relacionarlo con las teorías expuestas sobre las características del emprendedor exitoso, (Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002) se demuestra que los elementos de reconocimiento en el sector, de igual la actitud frente al cliente, son condiciones que llevan al éxito, a la perdurabilidad y elementos que tendría que tener el perfil del emprendedor-empresario, destacándose para el 70,3% de los entrevistados, los empresarios que escogieron este

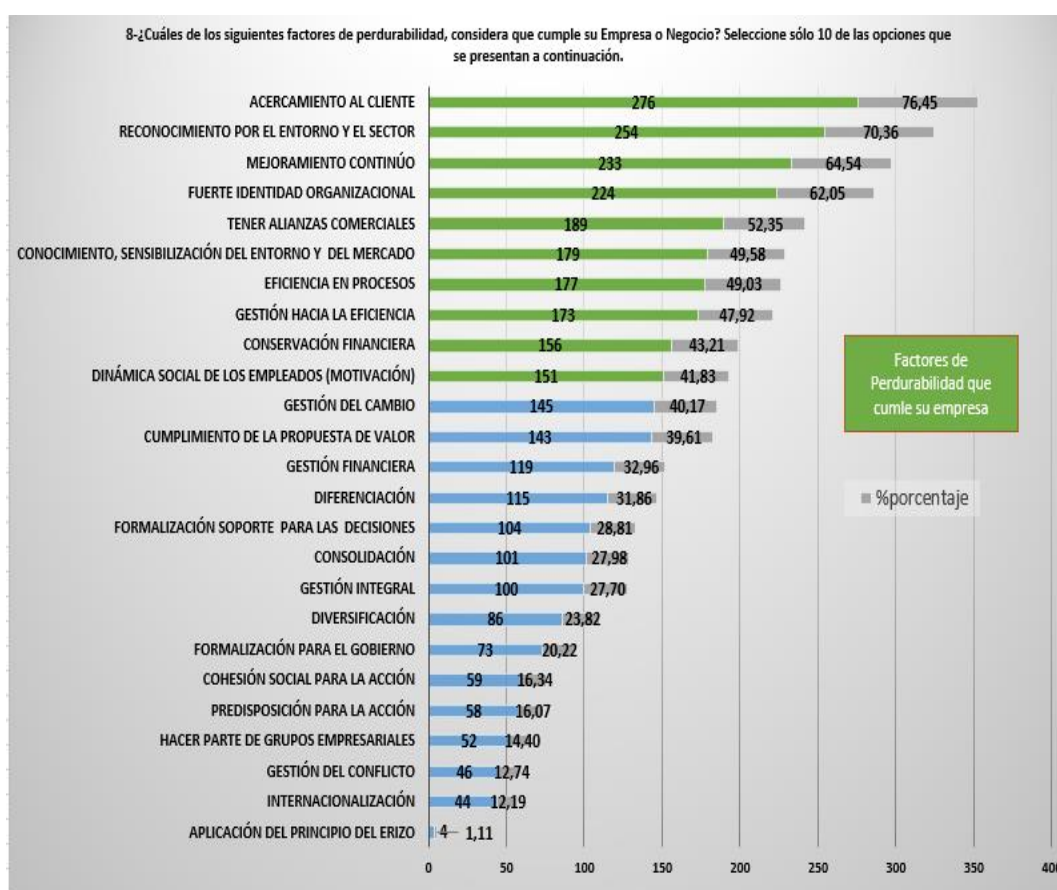
factor creen, que generando dichas habilidades y actitudes se puede dar un plus valor a sus procesos, productos y servicios. En tal sentido, cabe resaltar que el 64.5% tienen en cuenta como tercer factor de perdurabilidad el mejoramiento continuo, lo que parece estar dando buenos resultados, ya que al pensar sobre el mejoramiento continuo se está hablando de la calidad en los procesos de todas las dependencias de la empresa o del negocio (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017).

En cuarto lugar el 62% de los entrevistados se inclinaron por mencionar que tenían una fuerte idea organizacional, así fue como estos empresarios asumieron ese rol, sin embargo, teniendo en cuenta lo mencionado por (Burnett, 2000), la idea de un pensamiento organizacional surge a través de un conocimiento detallado de los procesos que se realizan al interior y al exterior de las empresas, lo que no concuerda con lo mencionado anteriormente, pues como se observó, los empresarios no tienen en cuenta el proceso de comunicación ni el de la aplicación de conocimiento. La identidad corporativa es una asamblea de señales visuales – físicas y comportamentales –por las cuales una audiencia puede reconocer la compañía y distinguirla de las otras y lo cual puede ser usado para representar o simbolizar la compañía. No se trata simplemente de un grupo de características físicas de la organización, sino que involucra toda una serie de comportamientos, que hacen que sea diferente a las demás. (Carvajal, 2014).

El quinto factor de perdurabilidad que perciben de sus empresas al momento de establecer relaciones comerciales, son las alianzas o vínculos que permitan fortalecer sus empresas, esto se hace vital para el 52,3%, y según los planteamientos teóricos, se muestra que de fondo pueden establecerse conductas adecuadas en relación al contexto planteado más arriba sin embargo, al estar inmersos en dos grandes sectores, tanto el comercial como el de servicios, como ya se ha visto anteriormente, el alto grado de competitividad puede que no permita que se desarrollen alianzas con facilidad (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017).

Las dinámicas con los empleados también son un elemento que tienen en cuenta 41.83% de los empresarios de Palmira encuestados, la motivación que tienen los operarios y trabajadores de las pequeñas empresas es fundamental para el cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales, pues sin personas no se puede llevar a cabo ningún tipo de emprendimiento (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017), así que es de resaltar que los empresarios pretenden mantener relaciones de motivación con sus empleados.

La Gráfica 7. enseña de manera detallada las diferentes apreciaciones que se comentaron anteriormente:



Gráfica 7. Factores de perdurabilidad que cumple la empresa. Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, cabe mencionar que los resultados arrojan que dejan a un lado o no tienen muy en cuenta elementos como la formalización para el gobierno, sólo 20.2% de los empresarios seleccionaron como importante mantener en regla las exigencias gubernamentales. Lo que podría significar que no las necesitan para perdurar en el campo comercial, o en su defecto, se están arriesgando a la clausura (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017).

Continuando con los resultados arrojados por la encuesta, al momento de examinar la respuesta sobre ¿Desde su conocimiento, experiencia y perspectiva, ¿Cuáles son las 10 principales capacidades humanas emprendedoras para lograr empresas perdurables? En la Gráfica 5, se puede constatar que el 77.29% de los encuestados se inclinan a responder que una de las principales capacidades humanas es la disciplina , así mismo mencionan que tanto el emprender el cual fue seleccionado por el 76.18% de los empresarios y el liderazgo con una escogencia del 71.75% también son esenciales, las cuales no están fuera de lugar, por el contrario, dichos conceptos se repiten una y otra vez en los libros de teoría empresarial y organizacional (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017; Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002). Otro aspecto importante para resaltar es que solo el 48,75% de los encuestados menciona el riesgo, como elemento importante, lo que significa que están de acuerdo con lo planteado por Arboleda, (2017), que perfila un buen emprendedor-empresario a partir de los procesos de la comunicación.

La disciplina es la capacidad de hacer todo con orden permitiendo así el logro de los objetivos ya sean individuales o grupales. Sin la disciplina es prácticamente imposible poder desarrollar las virtudes, las cuales llevan sin duda alguna a la realización personal, familiar y laboral, (Grupo Vanguardia, 2016). El trabajo arrojó que los emprendedores–empresarios la consideran muy importante con un resultado del 77,29%.

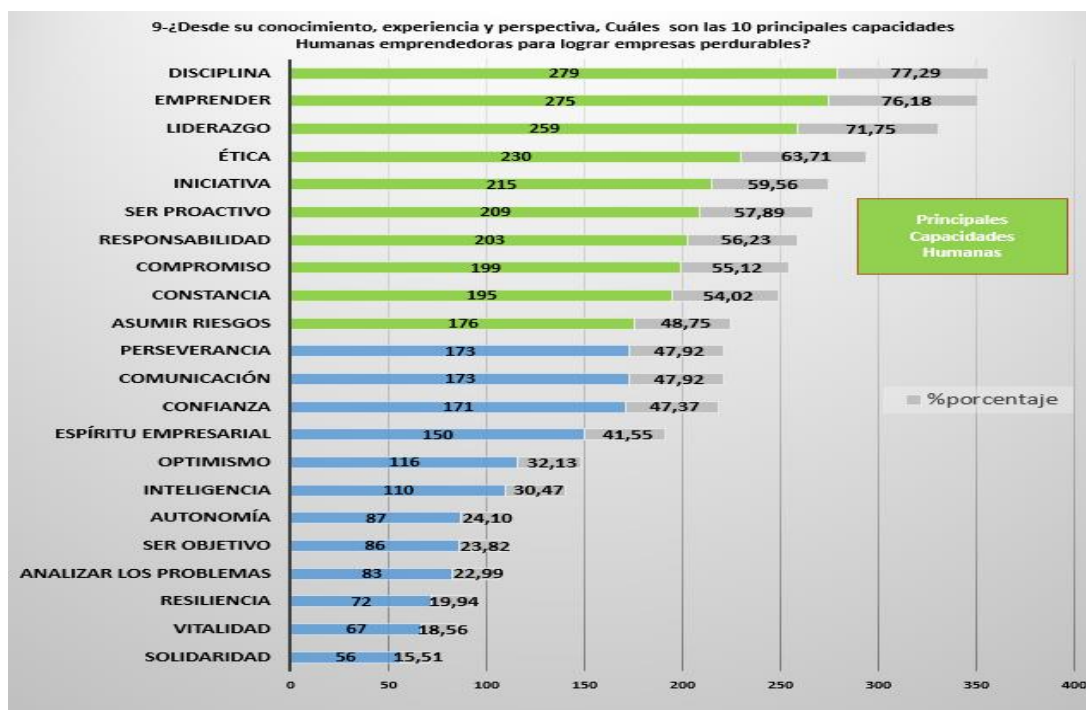
La ética empresarial, entendida esta como reflexión ético-crítica de la actividad empresarial y cuya tarea principal es dar razón de los presupuestos morales que conforman y sustentan la legitimidad de la empresa, su razón de ser ante la sociedad, su pretensión de validez o justicia, (Calvo, 2014). Los emprendedores-empresarios la clasificaron como vital con un 63,71%.

Otra capacidad es la de asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan (ser proactivo); decidir en cada momento lo que quiere hacerse y cómo se va realizar. En otras palabras, el directivo con personalidad proactiva cree que la persona diseña su propio entorno y destino, (Grupo Vanguardia, 2016). Su aceptación entre los encuestados fue del 57,89%

De la misma manera, entre el 48,75% y el 63,71% de los empresarios comparten que la ética, la iniciativa, el ser proactivo, la responsabilidad, el compromiso, el asumir riesgos y ser proactivo han garantizado la permanencia de sus empresas. La constancia y la perseverancia también son elementos que comparten muchos de los teóricos examinados (Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002), lo que hace pensar que en el contexto en el que se están desarrollando los asuntos empresariales se debe tener apropiadas algunas capacidades humanas al momento de emprender. Lo que hace que los empresarios cuenten con herramientas significativamente útiles para mantener sus empresas vivas, ya que a partir de ahí se pueden fortalecer otros aspectos que como se ha visto, están quedando rezagados y no permite que las empresas tengan un funcionamiento óptimo.

Así pues, dichos conceptos que se han mencionado hasta el momento, (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017; Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002) hacen un compendio de virtudes, actitudes, habilidades y principios que los empresarios han reconocido de manera sustancial en los procesos que ellos mismos han desarrollado con sus actividades empresariales, por lo que de alguna manera fueron dichos factores los que por parte del empresario, significan

la perdurabilidad de la empresa, es decir, desde las capacidades expuestas es que se puede pensar en integrar otras como la solidaridad, la resiliencia, el análisis de problemas y la confianza para el mejoramiento de las empresas, como se puede apreciar en la siguiente gráfica.



Gráfica 8. Principales capacidades humanas que identifican los empresarios. Fuente: elaboración propia.

Sobre la misma línea, se puede decir que los empresarios abandonan o no tienen muy en cuenta la solidaridad corporativa, igual que la objetividad, la resiliencia y la inteligencia, entre 50 y 100 empresarios contestan que prefieren no mantener esas actitudes frente a los riesgos empresariales, lo que para los teóricos se convertiría en un límite y en una problemática a solucionar con extrema urgencia, pues sin dichas cualidades, los empresarios no podrán mantener sus empresas en competencia (Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002).

A pesar de ser personas con estudios superiores e intermedios, no valoran esta capacidad, lo que se hace interesante, puesto que dichos elementos, son de consideración en los espacios de discusión académica sobre cómo se deben llevar las empresas. Estos factores mencionados

pueden debilitar las relaciones comerciales y así presentar un estancamiento en los procesos, teniendo que establecer tiempos más largos para el cumplimiento de los objetivos propuestos (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017;). Tal vez sea por esa razón que los empresarios encuestados asumen esfuerzos personales como el liderazgo o la perseverancia.

Por otro lado, sobre la pregunta: Desde su conocimiento, experiencia y perspectiva, ¿cuáles son las 10 principales capacidades gerenciales emprendedoras para lograr empresas perdurables? De acuerdo con la Gráfica 9, se puede identificar que los empresarios encuestados tienden a percibir que los factores asociados a la gerencia de la empresa, para que esta sea perdurable está asociada a gestionar para el 88,64%, a la toma de decisiones para el 83,38%, al trabajo en equipo para el 86,70%, al accionar para el 59%, pensamiento estratégico 65,65% y por último a la negociación para el 84,21%, todos ellos concuerdan que hacer una buena gestión es la clave para que las empresas sean perdurables.

La negociación es un proceso a través del cual dos o más personas -por sí mismas o como representantes de otros- tratan de lograr acuerdos. Ordinariamente, la negociación encierra un acercamiento gradual, a través de concesiones mutuas. La negociación es un medio de resolución de conflictos cuando las partes desean mantener o continuar la relación de intercambio. La negociación existe porque existe un conflicto, de forma que las partes pretenden resolverlo de forma que la solución negociada sea satisfactoria para ambos. (Medina, 2016). Los emprendedores-empresarios la clasificaron como vital con un 84,21%.

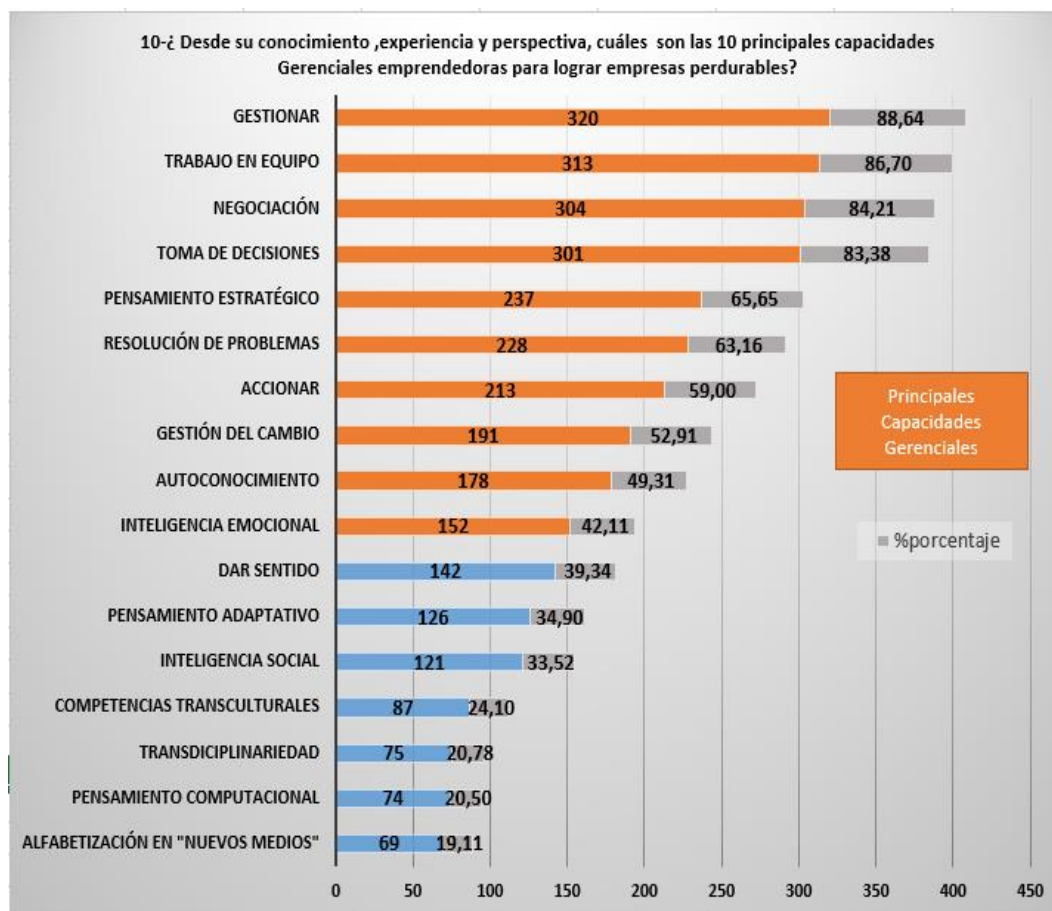
Un equipo es un grupo de personas organizadas, que trabajan juntas para lograr una meta. Un equipo pretende alcanzar unas metas comunes. El equipo se forma con la convicción de que las metas propuestas pueden ser conseguidas poniendo en juego los conocimientos, capacidades, habilidades, información y, en general, las competencias de las distintas personas que lo

integran. El término que se asocia con esta combinación de conocimientos, talentos y habilidades de los miembros del equipo en un esfuerzo común, es sinergia, (Grupo Vanguardia, 2016). El trabajo en equipo como habilidad importante de los emprendedores empresarios, fue evaluada positivamente por el 86,70% de los encuestados.

La Gestión (o Management) es la actividad que desarrollan los directivos en el seno de una empresa u organización. Son los encargados de conseguir un nivel adecuado de eficiencia y productividad. Aunque resulte paradójico, los directivos no desarrollan trabajo en el sentido ordinario de la palabra; lo que hacen es realizar para la organización cinco funciones y, al hacerlo, representan tres importantes papeles y aplican otras tantas capacidades primordiales, (Peña, 2015). Su aceptación entre los encuestados fue del 52,90%.

La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una opción entre las disponibles, a efectos de resolver un problema actual o potencial (aun cuando no se evidencie un conflicto latente), (Carvajal, 2014). En la investigación, los encuestados la evaluaron como vital con un 83,37%.

Estos son elementos de vital importancia para la perdurabilidad de una empresa, que los empresarios de Palmira, han podido canalizar de manera adecuada, siendo estos elementos clave para el progreso de la ciudad, así van de la mano con los planteamientos teóricos, que dicen que la gestión es primordial, pero una gestión se tiene que hacer con información clara y con conocimiento de las condiciones y los procesos, lo que desde los autores mencionados generaría una contradicción, pues cómo gestionar sin asumir el riesgo o sin hacer una gestión del conocimiento (Beltrán, 2018; Arboleda, 2017; Rodríguez y Jiménez, 2005; Collins y Porras, 2002).



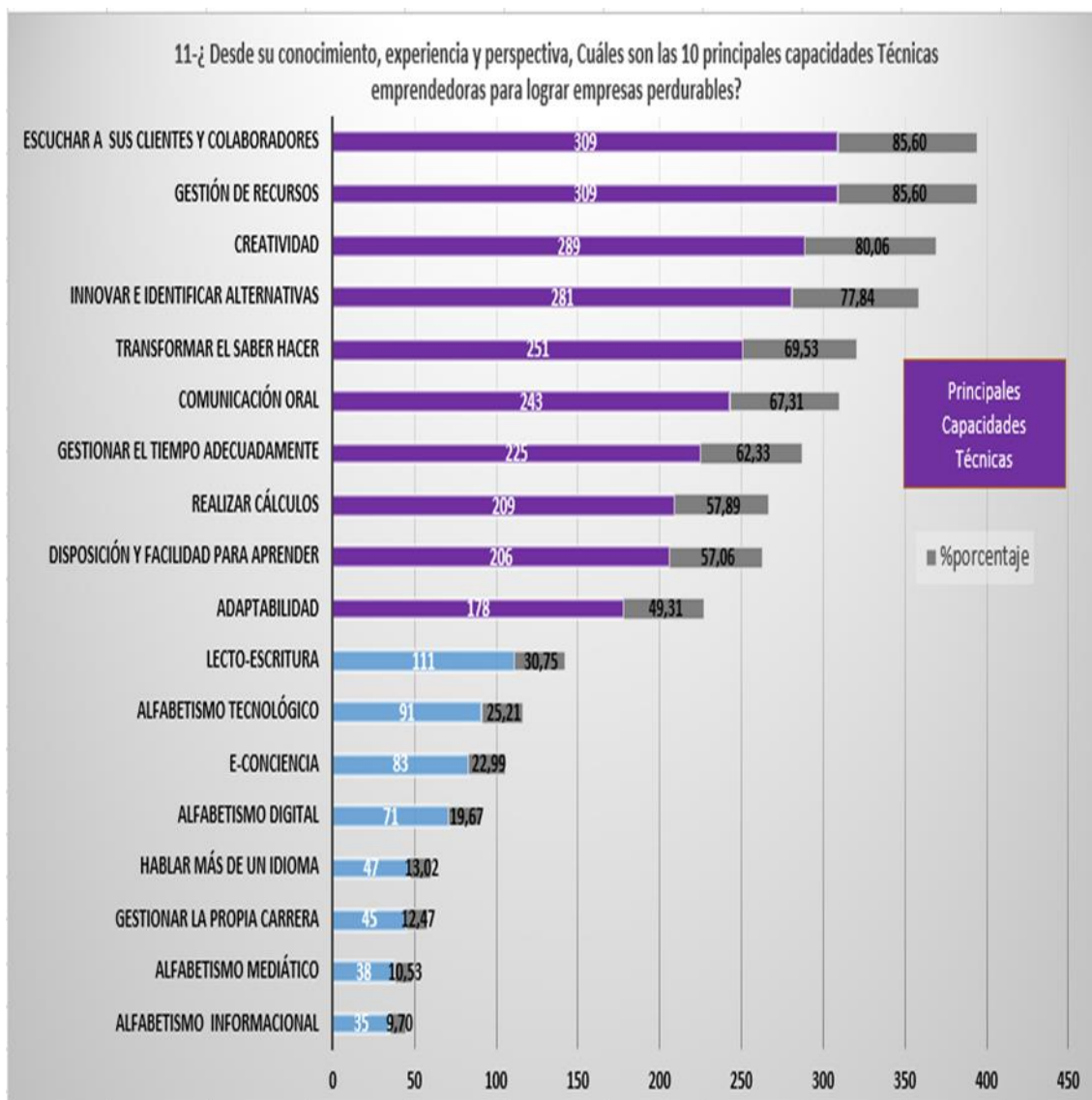
Gráfica 9. Principales capacidades gerenciales. Fuente: elaboración propia.

Finalmente, sobre las respuestas que dieron los encuestados sobre la pregunta: Desde su conocimiento, experiencia y perspectiva, ¿Cuáles son las 10 principales capacidades técnicas emprendedoras para lograr empresas perdurables? Según la Gráfica 10, cabe resaltar que uno de los elementos más importantes, para el 85,59% de los empresarios, son las capacidades técnicas, específicamente en la gestión de recursos, el escuchar a los clientes y colaboradores. Esto demuestra que sigue siendo la gestión, la escucha activa, el saber hacer, la comunicación oral, innovar e identificar alternativas, y la creatividad elementos por excelencia que se incorporan a los perfiles, lo que permite que las empresas sean perdurables (Beltrán, 2018; Collins y Porras, 2002). Lo que completan la carga de capacidades que los empresarios tienen sobre sí mismos y

hace que estos se sientan capaces de emprender nuevos negocios o de mantener y consolidar los ya establecidos (Vélez, Restrepo, Garzón y Méndez 2005; Burnett, 2000), la encuesta arroja como resultado que la innovación también es un elemento importante para los encuestados, ya que un 77,84%, califican esta capacidad como relevante teniendo en cuenta que en un contexto tan competitivo, la innovación se hace vital, para mantener los clientes y para incidir en nuevos sectores del mercado. El servicio al cliente es una potente herramienta de márketing. (Medina, 2016). El servicio al cliente logro una posición importante ya que los entrevistados la evaluaron como vital en un 85,59%.

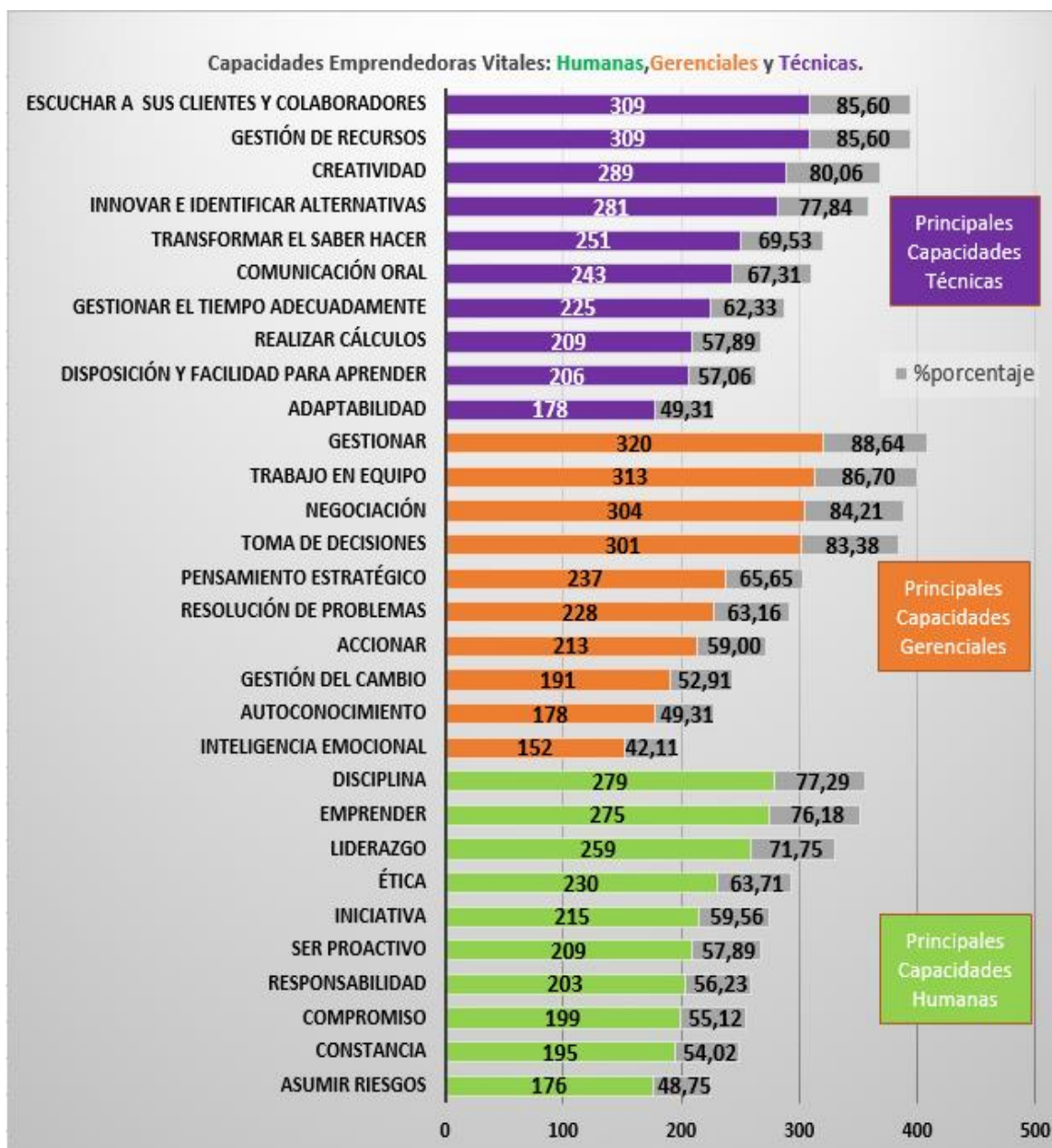
En este aspecto los resultados concuerdan con Reina et al. quien plantea en sus estudios un mayor grado de importancia de la innovación sobre la habilidad de la comunicación, la cual en la investigación alcanzo un 67, 31%.

La Gestión de recursos es aquel componente de la gestión de dirección que incluye la planificación de las necesidades de personal (incluyendo selección, contratación y formación), la promoción de los trabajos y su transferencia de unos departamentos a otros, los despidos y las jubilaciones. También incluye áreas tales como seguridad en el trabajo, bienestar, administración de salarios, negociación colectiva y gestión de la mayoría de los aspectos de las relaciones industriales, (Grupo Vanguardia, 2016). Su importancia fue evaluada positivamente por el 85,59% de los encuestados, según se observa en la Gráfica 11.



Gráfica 10. Principales capacidades técnicas. Fuente: elaboración propia.

En resumen, se puede determinar que, según los 361 empresarios de Palmira encuestados, las capacidades Humanas, Gerenciales y Técnicas que consideran vitales para lograr empresas perdurables son las siguientes:



Gráfica 11. Capacidades emprendedoras Vitales: Humanas, Gerenciales y Técnicas. Fuente: elaboración propia.

7. Conclusiones

Después de haber realizado la correspondiente investigación y de haber analizado los resultados obtenidos, se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- El emprendimiento es un elemento que se ha caracterizado por ser un canal de supervivencia, así como algunas personas deciden ser trabajadores, otros deciden llevar a cabo sus propios negocios, para poder llevar a felices términos sus objetivos, los emprendedores-empresarios deben tener unas capacidades y habilidades que permitan o brinden las posibilidades de estar al tanto del contexto, además de identificar las capacidades que tienen ellos mismos para llevar a cabo sus ideas.

- Son diferentes los teóricos y especialistas que han hablado sobre las cualidades de los emprendedores y empresarios, sin embargo, no existen estándares que permitan establecer generalidades en relación a los requisitos que deba tener uno de ellos, puesto que el contexto determina la composición de cada una de las empresas, en relación con Palmira, se evidenció que dicho contexto es dinámico, competitivo y creciente, especialmente en el sector comercio y en el sector servicios, que es donde más se concentra el interés de las personas emprendedoras o empresarios.

- Igualmente, son muchas las variables que intervienen en la permanencia de una empresa en el mercado, desde los contextos internacionales económicos y políticos, hasta los escenarios nacionales, regionales y locales, por lo que tratar de entender el emprendimiento sólo desde el enfoque que se ha venido trabajando en este trabajo, es insuficiente.

- De la misma manera se concluye que las personas que emprenden en Palmira son personas jóvenes y adultas, las cuales tienen preferencias por dos sectores específicos, el comercial el de servicios, dejando a un lado sectores importantes como el industrial y el

agropecuario, sectores que históricamente son los que más fuerza aportan al desarrollo de las ciudades.

- Es importante mencionar que el género femenino sigue estando por debajo del masculino en relación con el emprendimiento que han realizado cada uno, lo que aún demuestra la diferencia y la desigualdad de género, sin embargo, se abona que la brecha es de casi 9 puntos porcentuales, lo que parece estar disminuyendo cada vez más.

- Los empresarios entrevistados se identifican con diferentes elementos que componen sus personalidades, entre ellos está la capacidad de liderazgo, la perseverancia y la motivación empresarial, elementos que han constituido un referente en todos los estudios analizados, por lo que se corrobora que sin empresarios no hay empresa, y que es el valor humano el que le da vida a cualquier proyecto y el que sostiene cualquier emprendimiento.

- Del mismo modo, la ética empresarial, la disciplina y el compromiso, hacen que los empresarios de Palmira tengan principios que los orientan a consolidar sus empresas en el tiempo, pues hay unas que llevan más de 10 años en el ámbito comercial, factores que influyen directamente a que las empresas perduren.

- Por otro lado, cabe resaltar que los empresarios a pesar de tener un conocimiento académico por ser profesionales o haber cursado el bachillerato, no le dan mucha relevancia a este tipo de conocimiento al momento de identificarlo como un valor para la sostenibilidad de la empresa, yendo en contravía de lo que habla la teoría sobre las empresas, pues el conocimiento es uno de los requisitos para tomar decisiones, por lo que parece que le dan más importancia a otro tipo de conocimiento como el empírico o innato.

- Finalmente, se evidencia que la comunicación arroja de alguna manera la totalidad de los conceptos que categorizan las percepciones que tienen los empresarios sobre sus capacidades,

pues cada una de ellas está relacionada con los procesos de comunicación, tanto internas como externas, como lo es el trabajo en equipo, el manejo de recursos o la atención al cliente.

- Un aspecto relevante para este estudio, son las observaciones que realizaron los empresarios con los cuales se tuvo la oportunidad de compartir durante la aplicación de la encuesta. Se agruparon dichas observaciones en varias frases que a continuación se presentan:

- El que tenga tienda que la atienda, sino que la venda.
- Rodearse de gente positiva y con actitud.
- Usted no sabe todo...hay otros con ideas.
- Mantener conexión con la familia, (para motivarse), escuchar a los veteranos de batallas de la vida.
- Definir su línea de trabajo.
- Mucha humildad, escuchar para aprender.
- Manejo de los tiempos.
- Observar más que ver.
- Reinventarse.
- Atreverse a soñar.
- Volver a empezar las veces que sea necesario.
- Caerse está permitido, levantarse es obligatorio.
- La gente no tiene la paciencia y perseverancia para construir su propio negocio por 3 años, pero sí la tiene para ser empleado por 40 años.

8. Recomendaciones

- Se hace necesario que los empresarios le den un valor integral a las capacidades, habilidades y competencias que permiten que sus empresas perduren. Por lo que se propone que los empresarios se capaciten en instituciones acreditadas sobre las condiciones necesarias para emprender un negocio.

- Como sigue existiendo una brecha entre las mujeres y los hombres emprendedores-empresarios, se propone la realización de ferias empresariales lideradas por mujeres, esto con el fin de visibilizar el avance y abrir oportunidades para que nuevas mujeres decidan desarrollar sus ideas de negocio.

- Un elemento que es importante y que no se ha tenido muy en cuenta es la solidaridad, esta es importante en un ambiente competitivo, por lo que hace falta que se creen espacios en donde los empresarios y emprendedores puedan compartir sus experiencias tanto positivas como negativas, y así hacer una retroalimentación que permita formar alianzas, redes y así fortalecer las empresas.

- Hay sectores que no se tienen en cuenta por los emprendedores-empresarios, este estudio no tubo dichos alcances, por lo que se recomienda hacer más estudios con el fin de identificar el por qué las personas deciden emprender en el sector comercio o servicios.

- Muchas de las empresas han perdurado a pesar de muchas dificultades, algunas siguen presentando grandes falencias, es importante que los emprendedores-empresarios empiecen a reaccionar frente a las circunstancias que pueden estar afectando el desarrollo de los objetivos organizacionales.

- Algunas empresas no cumplen con los requisitos normativos de manera completa, eso hace que se ponga en riesgo su existencia, ya sea porque las clausuren o porque le nieguen

auxilios al momento de concursar por algún estímulo financiero por parte del Estado, esta no sea tomada en cuenta, por lo que la propuesta es que el gobierno implemente capacitaciones sobre los requisitos y las ayudas financieras que este brinda.

9. Referencias bibliográficas

Aktouf, O. (2001). *La administración: entre tradición y renovación*. Cali: Artes Gráficas del Valle.

Alcaldía de Bogotá. (2006). *Ley 1014 de 2006*. Recuperado de:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>

Aleman, F., Álvarez, C., Arasa, M., Casanovas, M... (2011): *Guía práctica de valoración de empresas*. Barcelona: Ed. ACCID.

Arboleda, M. (2017). El emprendimiento: una respuesta al desempleo en Colombia. *Revista Gestión & Desarrollo*, 8(1). Recuperado de:
https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/8_desempleo.pdf

Arias, A y Alvarado S (2015). Jóvenes y política: de la participación formal a la movilización informal. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13 (2). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/773/77340728003.pdf>

Arraut, L, Sánchez, H, y Novoa, K. (2011). Impacto del programa emprendedor en la Universidad Tecnológica de Bolívar mediante un análisis a través de SPSS. *Revista EAN*, 71. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602011000200013

Audretsch, D. y Thurik, A. (2001). What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and corporate change*, 10(1). Recuperado de: <https://academic.oup.com/icc/article-abstract/10/1/267/736973>

Beltrán, A. (2018). Los 20 problemas de la pequeña y mediana industria. *Sotavento MBA*.

Recuperado de:

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/download/1574/1426/>

Bateman, T. y Crant, M. 1993. The Proactive Component of Organizational Behavior: A Measure and Correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14 (2). Recuperado de:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/job.4030140202>

Bechard, J. y Toulouse, J. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 13(4). Recuperado de:

http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/96-11-01-validation-of-a-didactic-model.pdf

Billar, C. (2012). *Liderazgo empresarial*. México: Ed. Red Tercer Milenio. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Liderazgo_empresarial.pdf.

Botero, J. y Zuluaga, D. (2014). *Caracterización del mercado laboral en Colombia. Un estudio desde la perspectiva de la segmentación en empleos del sector primario y secundario*. (Tesis de Maestría en Economía). Manizales: Universidad de Manizales. Recuperado de: <http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/handle/6789/1269>

Brunet, L y Alarcón, B (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers, Revista de sociología*. Vol. 73. Recuperado de: <https://papers.uab.cat/article/view/v73-brunet-alarcon>

Burnett, D. (2000). Hunting for Heffalumps: The Supply of Entrepreneurship and Economic Development (in Technopreneurial.com), *History of Entrepreneurship Theory*, 1-3. Recuperado de: <http://technopreneurial.com/articles/heffalump.asp>

Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M. y Álvarez, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior.

Journal of technology management & innovation, 8(1), 65-75. Recuperado de:

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v8n1/art07.pdf>

Calderón, G. y Serna, H. (2009). Relaciones entre recursos humanos y cultura organizacional: Un estudio empírico. *Acta Colombiana de Psicología*, 12(2). Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/798/79815640010.pdf>

Calderón, G., Álvarez, C., Naranjo, J. (2006). Gestión humana en las organizaciones un fenómeno complejo: evolución, tendencias y perspectivas de investigación. *Cuadernos de administración*, 19(32). Recuperado de: <https://biblat.unam.mx/es/revista/cuadernos-de-administracion/articulo/gestion-humana-en-las-organizaciones-un-fenomeno-complejo-evolucion-retos-tendencias-y-perspectivas-de-investigacion>

Calvo, P. (2014) Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos (México)*, (47). Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/trf/n47/n47a8.pdf>

Cámara de Comercio (2019) *Informe de Dinámica Empresarial*. Recuperado de: <https://ccpalmira.org.co/wp-content/uploads/2019/08/DINAMICAEMPRESARIAL2019.pdf>

Campos, R. (2016). La comunicación no verbal. España: Ed. Universidad de Zaragoza. Recuperado de: <https://lclcarmen1bac.wordpress.com/comunicacion/unidad-1-la-comunicacion/comunicacion-verbal-y-no-verbal-cinesica-proxemica-cronemica-y-paralinguistica/>

Carvajal, A. (2014). *Análisis de la identidad organizacional y su influencia en la imagen de la Universidad Nacional de Colombia - Sede Bogotá*. (Tesis de Maestría en Administración).

Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de:

<http://bdigital.unal.edu.co/46281/1/2637484.2014.pdf>

Castro, A., Farfán, D. y Olis, I. (2013). El Grupo Nutresa. *Revista Lebret (5)*. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás.

Confecámaras. (2018). Creación de empresas en el país aumentó 0,8% durante 2018.

Recuperado de: <http://www.confecamaras.org.co/noticias/675-creacion-de-empresas-en-el-pais-aumento-0-8-durante-2018>

Congreso de Colombia (2002). *Ley 189 de 2002*. Recuperado de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6778>

Congreso de Colombia (2004). *Ley 905 de 2004*. Recuperado de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14501>

Collins, J. y Porras, J. (2002). *Empresas que perduran*. Bogotá: Ed. Norma.

De Geus, A. (1997). *The Living Company*. USA: Ed. Harvard Business School.

De la torre, G. (2015). *Estrategia para el fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento*.

Popayán: Ed. Unicauca. Recuperado de:

http://www.unicauca.edu.co/innovacioncauca/sites/default/files/documentos_comunidad_practica/Propuesta_Estrategia_fortalecimiento_ecosistema%20de%20empendimiento.pdf

Dávila, C. (Ed.). (2003). *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX: una colección de estudios recientes*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, Ediciones Uniandes.

Diez, R. y Said, T. (2016). La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*, 10(2). Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5603317.pdf>

Dinero. (2016). *Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>

Duk, C. y Navarvarte, L. (2008). Evaluar la Calidad de la Respuesta de la Escuela a la Diversidad de Necesidades Educativas de los Estudiantes. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 6(2). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2556536>

Duque, C (2014). *Análisis de la contribución del sector público y privado de frente al desarrollo de la cultura emprenditorial en Colombia*. (Tesis de Especialización en Mercadeo de Servicios). Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/13553>

Dutta, N. y Sobel, R. (2016). Does corruption ever help entrepreneurship?. *Small Business Economics*, 47(1). Recuperado de: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-016-9728-7>

Espinoza, E. (2016). *Universo, muestra y muestreo*. Honduras: Biblioteca Virtual de Salud. Recuperado de: <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf>

Fernández, H. (2016). *La innovación como herramienta de transformación empresarial*. España: Ed. Fundación EOI. Recuperado de: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/19425/la-innovacion-como-herramienta-de-transformacion-empresarial>

Formichella, M. (2002) *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Ed. INTA. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local

Fundación progresamos. (2017). *Red de Emprendimiento I+ define plan estratégico*.

Recuperado de: <http://www.fundacionprogresamos.org.co/noticias-index/661-red-de-emprendimiento-i-define-plan-estrategico-2018>

Fundación progresamos (s.f). *Red de Emprendimiento I+*. Recuperado de:

<http://www.fundacionprogresamos.org.co/emprendimiento>

GEM- Global Entrepreneurship Monitor Colombia (2014). *GEM Colombia*. Recuperado de:

https://www.cecar.edu.co/documentos/centro_de_emprendimiento/GEM-Colombia%202014.pdf

Global Entrepreneurship Monitor “GEM” (2015). *GEM América Latina y el Caribe 2015/16*.

Recuperado de: <http://www.ieem.edu.uy/pdf/noticias/154/resultados-del-global-entrepreneurship-monitor-2015-2016.pdf>

Grupo Vanguardia. (2016). *La disciplina laboral*. Recuperado de:

https://www.vanguardiahn.com/web/images/boletin/boletin_mayo_2016.pdf

Gutiérrez, R., Medranda, M. y Zambrano, I. (2010). *Adecuación de un ambiente pedagógico e implementación de un plan de Capacitación para estructurar proyectos de creación de microempresas agroindustriales en el sitio Lodana del cantón Santa Ana 2009*. Trabajo de grado. Ecuador: Universidad técnica de Manabí

Innpulsa. (2017). *Ecosistemas regionales del emprendimiento en Colombia*. Recuperado de:

https://www.innpulsacolombia.com/sites/default/files/2.2_mapeo_e_infografia.pdf

Jago, A. (1987). *Winning Corporation: Management Practices That Work!* USA: Ed.

Acropolis Books Ltd.

Kelly, J. (1992). *Entrenamiento de las habilidades sociales*. Bilbao: Biblioteca de Psicología Desclée de Brouwer. 3ra. Edición.

Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education + Training*, 46(8/9). Recuperado de:
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00400910410569632/full/html>

Knight, F. (1921). *Enterprise and profit. In risk, uncertainty and profit*. Chicago: Ed. University of Chicago.

Larson, L., Bussom, R., Vicars, W. y Jauch, L. (1986). Proactive versus Reactive Manager: Is the Dichotomy Realistic?. *Journal of Management Studies*, 23 (4). Recuperado de:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-6486.1986.tb00424.x>

Levie, J. y Autio, E. (2008). Entrepreneurial Framework Conditions and National-Level Entrepreneurial Activity: Seven-Year Panel Study”, *Paper for the Third Global Entrepreneurship Research Conference George Mason University, Washington D.C., October 1-3*. Recuperado de:
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.462.6312&rep=rep1&type=pdf>

Liouville, J. (2002). La Fonction d'Entrepreneur. Schumpeter Revisit . Academie de l'Entrepreneuriat, Les actes du 2e congres, Bourdeux

López, A. (2010). La proactividad empresarial como elemento de competitividad. *Ra Ximhai*, vol. 6, núm. 2.

McClelland, D. (1961). *The achieving Society* Princeton: Van Nostrand.

Manucci, M. (2007). Prepararse para lo desconocido: cómo desplegar el futuro cambiando el presente. *Revista Signo y Pensamiento*, 26 (51).

Medina, C. (2016). *Conceptos básicos de servicio al cliente*, Recuperado de:
http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf

Meyer, M. y Zucker, L. (1989). *Permanently Failing Organizations*. Newbury Park, CA: Ed. Sage Publications.

Montoya et al. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano *Revista Escuela de Administración de Negocios 2009*, (66). Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20620269008>

Musso, R y Echeopar, G. (2012). El valle de la muerte: Como superar la partida al emprender. Recuperado de:
http://altair.elo.utfsm.cl/uploads/pdf/Musso2012_cortesia_para_ELO_USM.pdf

Nava, A. (2013). Evolución y cambio de la organización y su administración. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 8(2).

OCDE (2011). El viaje del aprendizaje: desde el emprendimiento hasta ser un emprendedor exitoso. Francia. Ed. OCDE.

Organización Internacional del Trabajo (s.f) Empresas sostenibles: creación de más y mejores empleos. Recuperado de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---ed_emp_msu/documents/publication/wcms_185282.pdf

OSE. (2012) Censo empresarial Palmira – Valle del Cauca – 2011 Resumen ejecutivo. Recuperado de:
http://www.fundacionprogresamos.org.co/images/docs/docuemntos_ob_ose/Censo%20Empresarial%202011.pdf

Osorio, F. y Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de administración*, 24(43). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/205/20521435001.pdf>

Pantoja, O. (2016). *Mentalidad emprendedora - Un proyecto de vida*. Recuperado de: https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/11404/1571/12/SER_EMPRESARIO_No_1.pdf

Pascale, R. (1990). *Dirigir en el filo de la navaja: cómo las empresas de éxito utilizan el conflicto para permanecer en cabeza*. Madrid: Ed. Viking.

Patiño R. y Pitre, L. (2018) El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *Revista Espacios*. Vol. 39 (Nº 14). Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p24.pdf>

Peña, C. (2015) *la motivación laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales*. Madrid, España. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4152/1/TFG001138.pdf>

Peters, T. y Waterman, R. (1982). In search of excellence: Lessons from America's best-run companies. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/In-search-of-excellence%3A-lessons-from-america's-%26-Peters-Waterman/ba371e835c429bb75352136d8638f1ed9dab969e>

Pinzón, M. (s.f). El Emprendedor Siempre Busca El Cambio Responde a Él y Lo Utiliza Como Oportunidad. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/288556449/El-Emprendedor-Siempre-Busca-El-Cambio-Responde-a-El-y-Lo-Utiliza-Como-Oportunidad>

Portilla, P. (2010). *Monografía de emprendimiento basada en la obra de Joseph alois schumpeter y David c. Mccllland*. Universidad de La Salle, Ciencia Unisalle. Recuperado de:

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2267&context=administracion_de_empresas

Pulgarín, S. y Cardona, A. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71).

Ramírez, G., Muñoz, L. y Pulido, E. (1998). Valorar y comprender una característica fundamental de las organizaciones, su capacidad para permanecer en entornos de diferente complejidad y con grados de turbulencia bastante disímiles. Bogotá: Ed. Sotavento.

Real Academia de la Lengua Española. (2010). Diccionario de la Lengua Española. Recuperado de: <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola>.

Reina et al., (2018). análisis semiparametrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Rev.fac.cienc.econ.*, Vol. XXVI (1), junio 2018. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v26n1/0121-6805-rfce-26-01-00163.pdf>

Rivera, H. (2008). Longevidad empresarial. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario

Robinson, P. y Sexton, E. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of business Venturing*, 9(2). Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/088390269490006X>

Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 26

Rodríguez, C. y Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15 (26).

- Rivera, H. (2012). Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. *Cuadernos de Administración*, 28(47). Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v28n47/v28n47a09.pdf>
- Rodríguez, P. (2011). *Métodos de Investigación Cualitativa*. Recuperado de:
<http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>
- Sánchez, L y Campos, M. (2016). La teoría de la comunicación: diversidad teórica y fundamentación epistemológica. *Diálogos de la Comunicación*, (78), 24-38. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3719687.pdf>
- Sarasvathy, D. S. (2001). *What makes entrepreneur entrepreneurial*. USA: Harvard Business Review.
- Say, J. B. (1852). *Premiere Partie. Traité d'économie politique*. Paris: Ed. Guillaumin et Cie.
- Schiller, B. y Crewson, P. (1997). Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. *Economic inquiry*, 35(3). Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1465-7295.1997.tb02029.x>
- Serna, L y Torres, C (2015) Potencial agroindustrial de cáscaras de mango (*Mangifera indica*) variedades Keitt y Tommy Atkins. *Acta Agronómica*. 64 (2): pp 110-115
- Slywotzky, A. (1996). *La migración del valor de la empresa*. Madrid: Paidós Iberica Ediciones S A.
- Sternberg, R. (1999). *Intelligence as Developing Expertise*. Contemporary Educational Psychology.
- Timmons, J. y Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation*. Boston: McGraw-Hill.
- Torres, J. (2015). *Emprendimiento en Colombia ¿cómo vamos?: una revisión al Ecosistema Nacional de Emprendimiento* (Tesis de Pregrado en Negocios Internacionales). Bogotá:

Universidad Piloto de Colombia. Recuperado de:

<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/399/00002622.pdf?sequence=1>

Volodina, Ana. (2010) Aspectos psicológicos de la gestión del cambio organizacional y la gestión del desarrollo. *Psicopedia hoy*, 35-39.

Vélez, Á., Restrepo, L., Garzón, M. y Méndez, C. (2005). *Protocolo de investigación, Grupo de Perdurabilidad Empresarial*. Bogotá, Colombia: Facultad de Administración, Universidad del Rosario.

Wallace, B. (2001) *La psicología en Internet*. Barcelona: Editorial Paidós.