

**SEGURIDAD NACIONAL QUE GARANTICE EL
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL COMO FORMA
DE PARTICIPACION EN EL DESARROLLO
PRODUCTIVO DEL PAIS EN EL MARCO DEL
POSCONFLICTO**



FRANCISCO YESID VILLAMIL MORA

Código: d5200277

Bogotá, D.C. Colombia

2015

SEGURIDAD NACIONAL QUE GARANTICE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL COMO FORMA DE PARTICIPACION EN EL DESARROLLO PRODUCTIVO DEL PAIS EN EL MARCO DEL POSCONFLICTO

FRANCISCO YESID VILLAMIL MORA, Universidad Militar Nueva Granada

RESUMEN

La presente investigación está orientada a evidenciar que en la actualidad el emprendimiento representa un elemento fundamental para el desarrollo del país toda vez que coadyuvan a renovar el tejido productivo de la sociedad y ofrecer nuevas oportunidades de desarrollo socio-económico que potencien el desarrollo de empresas que propendan por alcanzar niveles de productividad acorde a las necesidades apremiantes del país. En este ensayo, se evidenciará el primera medida, una reflexión y análisis del concepto del Emprendimiento desde lo conceptual y epistemológico que permitirá ir avanzando a la definición del emprendimiento empresarial, teniendo en cuenta que el modelo económico y la situación colombiana, presenta la potestad de dinamizar la economía a las empresas y personas; que con los procesos de integración económicas obliga para lo local y también con una visión global. El modelo económico actual, es catalogado como neoliberal, impregnado de máximas como: competitividad, productividad, rentabilidad; significando para algunas empresas y personas: absorción de mercados, alianzas, fusiones; y, para muchos, fracaso, fragmentación, exclusión y pobreza, entre otros flagelos. Lo cierto es que las tendencias son la integración y globalización de las economías y los mercados. Ante esa realidad, se describe la situación del caso colombiano, como sigue: el mercado, marca la diferencia entre países desarrollados, y los llamados “subdesarrollados” o en palabras de (Drucker’s, 2006) “mal administrados”, por muchas razones, sobresaliendo sus condicionamientos históricos, acentuado por procesos de violencia, migración, asilo interno o desplazamiento ante la colonización que según las épocas, se ha disfrazado con diferentes palabras y actores.

PALABRAS CLAVES: Seguridad nacional, militar, desarrollo, creatividad, administración emprendimiento, emprendedor, empresa, innovador.

NATIONAL SAFETY THAT THE MANAGERIAL EMPRENDIMIENTO GUARANTEES AS FORM OF PARTICIPATION IN THE PRODUCTIVE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY IN THE FRAME OF THE POSCONFLICTO

ABSTRACT

The present investigation is orientated to demonstrate that at present the entrepreneurship represents a fundamental element for the development of the country although they contribute to renewing the productive fabric of the company and offering new opportunities of socio-economic development that promote the development of companies that they tend for reaching levels of identical productivity to the urgent needs of the country. In this test, there will be demonstrated the first measure, a reflection and analysis of the concept of the entrepreneurship from the conceptual thing and epistemology that will allow to be advancing to the definition of the managerial entrepreneurship, bearing in mind that the

economic model and the Colombian situation, presents the legal authority to stir the economy into action to the companies and persons; that with the processes of integration economic forces for the local thing and also with a global vision. The economic current model, is catalogued as neoliberal impregnated with maxims as: competitiveness, productivity, profitability; meaning for some companies and persons: absorption of markets, alliances, mergers; and, for many, I fail, fragmentation, exclusion and poverty, between other scourges. The certain thing is that the trends are the integration and globalization of the economies and the markets. Before this reality, there is described the situation of the Colombian case, as it continues: the market, it marks the difference between developed countries, and the so called "underdeveloped ones" or in words "badly administered" (Drucker's, 2006), for many reasons, standing out his historical conditionings, accentuated by processes of violence, migration, internal asylum or displacement before the settling that according to the epochs, has disguised itself with different words and actors.

JEL: A1, D0, D1, D2, E6, G0, G1, G3, M0, M2, O0, P0, Z1.

KEYWORD: National Security, Military man, development, creativity, administration, entrepreneur, company, innovator.

INTRODUCCIÓN

Son múltiples los elementos que cuestionan la capacidad de Colombia, para impulsar su dinámica de desarrollo económico y social, porque está limitada por su incapacidad tecnológica para responder a la demanda nacional e internacional; su política educativa orientada una formación integral por competencias, formar en el emprendimiento y el empresarismo, es relativamente joven, por tal motivo se encuentra en la educación superior gran distancia en la gestión y experiencia que llevan diferentes instituciones, en virtud que indican avances para unos y atraso para otros.

El desempleo en Colombia es una manifestación evidente de los desajustes entre la oferta y la demanda, de los puestos de trabajo causados por factores demográficos, de violencia y económicos. Una estrategia válida para contrarrestar este índice desempleo es facilitar su proceso de inserción laboral, la generación de autoempleo o la creación de unidades productivas, mediante programas de formación que desarrollen las competencias necesarias para tal fin y un seguimiento adecuado a dicho proceso para asegurar su inserción en el mercado laboral y/o empresarial. Es prioridad de las instituciones, velar por la formación de las competencias que permitan el ejercicio de estas actividades, de manera que se aporte al desarrollo del país, a través de un robusto sector productivo, involucrando la academia y las políticas de orden nacional.

La formación para el trabajo y el desarrollo humano plantea un reto interesante, en cuanto al desarrollo del emprendedor y es aquí donde comienza a tener sentido para las fuerzas militares mostrar nuevas formas de trabajo productivo y articulado a los procesos de formación. Es este tipo de formación para el emprendimiento es donde se definen los aspectos académicos, valores, actitudes y comportamientos propios de su disciplina, para dar respuesta a las necesidades del sector productivo.

Esta característica ofrece una valiosa oportunidad para el ejercicio de la creación de nuevas empresas, en un sentido que permita conocer, de primera mano, dichas necesidades para generar así soluciones que impulsen el emprendimiento al interior de las mismas.

En la actualidad, el emprendimiento representa un elemento fundamental para el desarrollo del país y un elemento que ayuda a renovar el tejido productivo de la sociedad. Se pretende brindar los fundamentos epistemológicos y procedimentales para la comprensión del proceso emprendedor de tipo aplicado y desde un nivel exploratorio, prestando especial interés en el perfil de los emprendedores para promover la

creación de empresas, teniendo en cuenta que existe una brecha importante entre la academia y el sector productivo, y esta misma genera inconsistencias en la aplicación de los conocimientos adquiridos, teniendo en cuenta que la falta de apropiación de los conceptos hace que los proyectos e ideas de negocio estén destinados al fracaso desde su planteamiento y es por ello la importancia de concientizar a los miembros de las fuerzas militares frente a la necesidad de trabajar u orientar sus proyectos desde el emprendimiento empresarial.

¿Identificar cuál o cuáles son las mejores estrategias que se debe utilizar con el fin de brindar una seguridad nacional para la formación empresarial en los miembros de las fuerzas militares mediante la formulación de planes de negocios como respuesta a la necesidad del desarrollo productivo del país en la etapa del postconflicto?

REVISIÓN LITERARIA

El desarrollo y progreso de un país depende básicamente de la capacidad investigativa de su población”.
Carlos Enrique Cajamarca Rey

Este proyecto, pretende brindar a los miembros de las fuerzas militares, la motivación y capacitación necesaria para desarrollar proyectos empresariales exitosos, por medio de la apropiación de conceptos, que permitan el desarrollo de un plan de negocios efectivo, que apoyado en procesos de innovación y el desarrollo de la creatividad, para que sean aplicados acorde a la realidad económica del país en el marco de la etapa del postconflicto.

A partir de la apropiación del perfil del emprendedor, se pretende generar la capacidad para planear y formalizar una empresa perdurable que responda a las necesidades del entorno socio-económico del sector en concordancia con las necesidades de formación militar.

Para dar inicio a este proceso investigativo, se partió de la pregunta que condujo a realizar esta investigación y fue: ¿Identificar cuáles son las estrategias que se deben utilizar con el fin de brindar una seguridad nacional para la formación empresarial en los miembros de las fuerzas militares mediante la formulación de planes de negocios como respuesta a la necesidad del desarrollo productivo del país en la etapa del postconflicto?

Y para dar respuesta a este interrogante, me propuse los siguientes objetivos que de alguna manera guiaron el desarrollo de la misma y propuse un objetivo general: Formular planes de negocios que respondan a la formación militar en el marco del desarrollo productivo de Colombia en la etapa del postconflicto. A su vez, unos objetivos específicos que permitieron el acercamiento a la pregunta de investigación:

Identificar el perfil emprendedor como parte de su proyecto de vida personal y profesional al interior de las fuerzas militares.

Analizar la importancia de las competencias emprendedoras y las habilidades que se necesitan para estructurar ideas innovadoras y creativas.

Dinamizar el emprendimiento en el medio en el que se encuentra inmerso el militar, identificando su perfil emprendedor y articulando las políticas existentes para participar en el desarrollo productivo de Colombia.

Identificar los elementos que conforman un plan de negocios, aplicándolos en un entregable real y articulado al desarrollo social y económico del militar.

Identificar los requerimientos técnicos y administrativos necesarios para poner en marcha un plan de negocio, determinando la capacidad de producción y recursos de acuerdo a los requerimientos de la empresa en el marco del postconflicto.

Una vez formulado el problema y los objetivos que en rutan esta propuesta, se presentó una justificación integradora de la pertinencia e importancia de realizar la misma y que permitió un esquema de conciliación de los elementos centrales a tratar.

Ya propuestos los objetivos, se desarrolló la justificación desde la perspectiva conceptual que de alguna manera tuviera en cuenta, la pertinencia de la misma.

Cuando se habla de la pertinencia para la sociedad económica, el modelo económico Colombiano, se está planteando para lograr el desarrollo vía a las exportaciones, dado que el Gasto Público, está bastante comprometido. De alguna manera, se deja la potestad de dinamizar la economía a las empresas y personas. Colombia, desde que inició su proceso de apertura, continúa con un perfil exportador. Existen acuerdos de integración económica en proceso de negociación como el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, otros ya en ejecución como la CAN, G-3, y, en los que no participa directa o individualmente como el Mercosur.

Luego, es importante formar para lo local y también con una visión global. Dada la experiencia del país en el sector empresarial, el plan económico del gobierno: Crear y fortalecer las Mipymes Colombianas, se espera reducir la alta tasa de mortalidad de las empresas por su incapacidad de formular un plan de negocios acorde con sus necesidades, implementando la creatividad y la innovación y especial, las de menos de seis años de constituidas.

En referencia a la pertinencia para la sociedad civil, se debe tener en cuenta que la mirada económica obliga necesariamente a una mirada social, en este sentido, no sólo el abordar esta investigación sino el lograr hacer intervención. Así, se trabajará sobre el eslabón de elevar el nivel de ocupación de las personas para que a mediano o largo plazo se contribuya a disminuir en parte las tasas de desempleo, capacitar a quienes hacen parte del sector de la economía informal, y, si estructuralmente, hay mejor armonía en las políticas y empresas, que puedan aliviar la inconformidad laboral.

Por otra parte, la pertinencia para la comunidad científica y académica se ve reflejada en la medida que un país y las empresas realicen investigación, tiene más posibilidad de progresar. Esto hace inminente que la comunidad académica no solo profundice en las áreas que le son inherentes, también, se requiere de preparación en lo científico y en lo investigativo con pertinencia y sentido de la responsabilidad social del conocimiento.

En cuanto a la pertinencia profesional, se puede apreciar la responsabilidad de la Academia es alta, y más urgente, cuando coexisten tantas barreras culturales de la sociedad, como la baja visión de negocios, divorcio de los procesos de formación con el contexto a transformar. Así, se va perfilando la justificación de desarrollar un modelo de emprendimiento empresarial para ser aplicado al interior de los procesos de formación en las fuerzas militares.

Por último, la pertinencia para las Fuerzas Militares se observa de cara al postconflicto, se hace necesario dotar a los miembros de las fuerzas militares de nuevas alternativas de desarrollo profesional que den respuestas a los interrogantes de estos en la sociedad civil y potenciar su accionar en el mundo económico

y productivo que jalone procesos de desarrollo económico y fomenten el proyecto de vida del militar en todas y cada una de las esferas de desempeño.

Para alcanzar estos objetivos que de alguna manera dilucidan la pregunta propuesta, desarrolle la siguiente metodología: una investigación de carácter cualitativo aplicada de exploración de fuentes primarias y secundarias. Su fundamentación se basó en conocer la estructura sobre la cual se elabora un plan de negocio y su posterior implementación para la consecución de recursos por parte de entidades cofinancadoras.

La Metodología empleada se fundamentó en plantear y argumentar las formas para desarrollar ideas de negocio para ser analizadas, evaluadas y plasmadas en un documento y evidenciadas en un plan de negocios en el marco de lo militar.

Con el propósito de avanzar en el desarrollo de la investigación, tuve en cuenta los siguientes referentes conceptuales que de alguna manera guiaron en el proceso de formulación:

Conceptos y definición de emprendimiento

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; y es lo que permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Se denomina emprendedor/a, a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios, decide organizarla, conseguir los recursos necesarios para comenzarla y luego llevarla a su realización.

Emprendimiento, Manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Plan de Negocio, Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

Innovación: es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea

comercialmente aceptado. Existen varias formas de innovación que para efectos de este estudio, serán de vital importancia:

La creación de un nuevo producto o alteración de sus características físicas o de servicio.

Desarrollo de un nuevo proceso.

Apertura de un nuevo mercado.

Empresa: es un sistema con su entorno materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial

Asociación: son agrupaciones de personas físicas o jurídicas constituidas para realizar una actividad colectiva de forma estable, organizadas y democráticamente.

Creatividad: es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales. Creatividad es pensar en cosas nuevas e Innovación es hacer cosas nuevas. Las ideas son inútiles a menos que sean usadas. La prueba de su valor está en la implantación.

Administración: es la ciencia social aplicada o tecnología social que tiene por objeto de estudio las organizaciones, y la técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo de los fines perseguidos por dicha organización.

Propuesta de Valor: es una estrategia empresarial que maximiza la demanda a través de configurar óptimamente la oferta.

Por otra parte, el emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso que le permite sobrevivir.

En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población. Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

En Colombia, aparece la Ley 1014 del 26 de enero del 2006 en donde se determina “Fomento a la cultura del emprendimiento”. Se puede decir que en casi todos los países de América Latina, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

En Colombia encontramos: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bancóldex, Fondo Emprender, Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas, Tecno Parque, Fundación Coomeva, Fundación Santo Domingo entre otros. La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población.

Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida. Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis.

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

La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

Es así que el emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, puesto que ésta en toda su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque claro está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres.

Quizás el emprendimiento ha sido la diferencia entre el hombre y los demás seres vivos, pues éstos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario al sorprendente progreso de la humanidad, y todo gracias al espíritu emprendedor que el caracteriza.

Cuando se habla de acción emprendedora, se debe tener en cuenta que el emprendedor es una persona con posibilidades de innovar, o sea con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Acción emprendedora es toda acción innovadora que, a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación de recursos, se orienta al logro de un determinado fin. La acción emprendedora tiene que ver con la capacidad de crear algo nuevo y con la creación de un nuevo valor.

Principios para el desarrollo de la cultura del emprendimiento

1. Formación integral en aspectos y valores como: el desarrollo integral del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, desarrollo del gusto por la innovación, el estímulo a la investigación y el aprendizaje permanente.
2. Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo, en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.

3. Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.
4. Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde las perspectivas: social, económica, cultural, ambiental, regional y local.

Para fomentar la cultura del emprendimiento es preciso que se inicie un proceso desde los primeros años de vida de las personas. Este proceso debe contemplar estrategias encaminadas a llevar a la persona al convencimiento que mediante la creación de proyectos productivos se puede llegar a triunfar tanto personal como económicamente. Lamentablemente nuestro sistema educativo se ha enfocado a formar empleados y asalariados más no empresarios. Y no solo el sistema educativo, también la misma estructura familiar y social llevan a las personas a ser empleados y no emprendedores

En razón a lo anterior, la cultura del emprendimiento debe ser una política y un compromiso de estado, como lo es la educación en general. El emprendimiento debe estar dentro de los programas educativos de la población, desde los primeros años hasta la educación superior. El emprendimiento es la única forma de salir del atraso en el que nos encontramos, de modo que resulta incomprensible que el estado no le haya dado importancia a este tema. Las personas, desde su más temprana edad, deben ser formadas con ese espíritu emprendedor que les permita en un futuro ser empresarios, generadores de riqueza y de empleo.

El sistema educativo tiene como objetivo el formar las mentes y las habilidades de la población, así que porque no formar la población con una mentalidad emprendedora, empresarial; sería la solución definitiva a nuestra problemática económica. Históricamente, el sistema educativo ha sido diseñado para formar asalariados, empleados, pero no para formar empresarios, generadores de riqueza. Para solucionar esta falencia, debe existir primero un convencimiento de los gobernantes de la importancia del emprendimiento, y luego asumir un compromiso serio que permita el diseño y la implementación de las estrategias encaminadas a fomentar la cultura del emprendimiento en la población.

El problema, es que en el gobierno no hay emprendedores ni empresarios, solo hay políticos que lo único que saben y pretenden, es vivir del estado como un asalariado más, o peor aún, como un parásito, por lo que hay muy poca probabilidad de que comprendan la importancia de la cultura del emprendimiento, puesto que carecen de ella. Mientras el estado sea manejado por políticos y no por empresarios o emprendedores, será muy difícil que alguna vez el estado le dé importancia a la cultura del emprendimiento, a la cultura empresarial, algo que los políticos ni entienden ni les interesa.

Así mismo, se debe tener en cuenta la importancia de conocer el lado oscuro del emprendimiento, teniendo en cuenta que el emprendimiento es una muy buena alternativa, pero de igual forma, también tiene sus aspectos negativos y responsablemente hay que decirlos para no crear falsas expectativas.

No conocer lo malo que le puede pasar al emprendedor, hace que se lancen al emprendimiento personas que no tienen el perfil necesario para tener éxito, o por lo menos para sobrevivir, y el resultado será un estruendoso fracaso. Entre las características de un emprendedor podré decir las siguientes:

Identifica oportunidades

Las transforma en proyectos

Asume riesgos

Negocia

Autónomo y trabajo en equipo.

Lidera y motiva.

Tolera la frustración.

Trabajo en equipo

Creativo e innovador
Comunicación asertiva.

Es importante tener claro que al falso emprendedor hay que detectarlo a tiempo, si es que el mismo no se detecta, y eso se logra dejándole claro tanto lo bueno como lo malo de emprender y que él sea quien decida cómo se inclina la balanza. Los fracasos en el emprendimiento se dan no porque este sea malo, sino porque el emprendedor no ha sido lo suficientemente competente, ya sea porque no tiene el perfil o porque teniéndolo no considero aspectos relevantes en un determinado proyecto.

Una persona puede hacer un trabajo que no le guste y sobrevivir con él, algo que no se puede en el emprendimiento. Si una persona se dedica al emprendimiento por razones diferentes a su pasión por él, las probabilidades de fracaso son elevadas, puesto que el emprendimiento es mucho más exigente que cualquier trabajo que se pudiere conseguir en empresa alguna.

Cuando una persona que no estaba preparada para ser emprendedor fracasa, desilusionada renuncia a todo lo que tenga que ver con el emprendimiento dejando pasar futuras oportunidades, y además se convertirá en una emisora de negativismo frente al emprendimiento y en algún momento puede llegar a desanimar a otras personas que sí tienen esa capacidad, y es precisamente lo que menos se necesita.

Es por eso que consideramos importante que la gente conozca lo negativo que puede llegar a experimentar cuando se dedica al emprendimiento, y en ese sentido estaremos publicando algunos documentos sobre ello.

En razón a lo expuesto con anterioridad, surge la pregunta si el emprendedor nace o se hace? Y se define que el emprendedor se hace, por su necesidad de supervivencia, de su escasez, de las limitaciones, por buscar nuevos estilos de vida, o después de atravesar una crisis económica. El emprendedor se hace por motivación en buscar nuevos horizontes, nuevas estrategias y proyectos productivos con los que pueda generar sus propios recursos para bien propio y de la sociedad; lo cual exige un gran esfuerzo, obstinación, apasionarse por lo que se hace para no llegar al fracaso, todo depende de la capacidad de la persona emprendedora para buscar alternativas que generen ingresos, para convertir las posibilidades en éxito y superar situaciones no deseables o que no se sienta cómodo.

Es tener la capacidad de visualizar, romper paradigmas, barreras emocionales, culturales, sociales y adoptar nuevas formas de ver las cosas. Los empresarios tienen la capacidad de visualizar algo que todavía no existe en el mercado, por lo tanto es preciso mantener el rumbo y la visión para llevar a cabo la idea original y posicionarlo.

Otro factor importante, es la toma de decisiones acertadas e identificar los riesgos y aprovechar las oportunidades, es generar nuevas formas competitivas, generar nuevos mercados, nuevos productos, servicios y nuevas formas de hacer las cosas. Sólo cuando los emprendedores decidan las metas que desean alcanzar de sus empresas podrán determinar qué clase de compañía han de crear, lo que están en disposición de arriesgar, y si tienen una estrategia bien definida.

Deben adquirir nuevas aptitudes continuamente y también continuamente se deben preguntar dónde desean ir (meta) y cómo llegará allí (visión). Es importante destacar, la Globalización o Economía Global, debido a que entra hacer parte de una nueva etapa de desarrollo de la sociedad capitalista, de los mercados sin fronteras; por esta razón, el emprendedor debe incorporar conceptos de exportación. Se debe generar un pensamiento global, olvidarnos de los límites impuestos por las fronteras y la división política y generar un pensamiento libre que nos permita hacer intercambios con varios países del mundo con el único fin de lograr una ventaja competitiva sostenible que permita el desarrollo de nuestra sociedad.

De igual importancia es la creatividad, que es abrir la mente a nuevas posibilidades, no basta con una idea creativa, es indispensable la acción creativa que transforma esa idea en algo útil para la sociedad con procesos permanentes de innovación. La creatividad se puede definir como:

Ver lo que todos nos ven; imaginarse lo que nadie más ha imaginado y hacer lo que nadie ha hecho antes.
Adoptar un nuevo enfoque al considerar un problema.
Diseñar o modificar un proceso o sistema
Inventar un nuevo producto o servicio.
Encontrar nuevos usos para cosas existentes, mejorar las cosas.
Inventar o redefinir un concepto.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que no se debe olvidar que el miedo a equivocarnos nos sujeta a estar haciendo siempre las mismas cosas, a mantenernos en terrenos conocidos y seguros, negándonos a la posibilidad del cambio y al aprendizaje estar en una zona de confort, se podría decir que tener una actitud emprendedora es salir a una zona de aprendizaje. Dentro de las características que todo emprendedor de tener son:

Cualidades: Liderazgo, Adaptación al cambio, trabajo en equipo, conocimiento del negocio, competente e innovador.

Actitudes: Pro-actividad, puntualidad, fiabilidad, presentación y autónomo.

El emprendimiento como complemento de la vida laboral

El emprendimiento, poco a poco se irá convirtiendo en un complemento a la vida laboral de muchos trabajadores. Hoy, cuando la coyuntura económica a nivel mundial no es la mejor, el empleo está desapareciendo rápidamente; además los salarios de los empleos que sobreviven descienden poco a poco.

Quienes quedan desempleados, difícilmente podrán conseguir un nuevo trabajo, por lo que tendrán que recurrir a lo que popularmente se conoce como “rebusque” que no es otra cosa que una representación incipiente del emprendimiento.

Pero quienes conservan el empleo, han visto o verán sus salarios disminuirse, y si desean mantener su estilo de vida o mantener su capacidad de pago para responder por sus obligaciones adquiridas en los tiempos de las “vacas gordas”, tendrán que recurrir al “rebusque” para nivelar sus ingresos.

De hecho, actualmente son muchas las personas que además de trabajar para una empresa, tienen un taxi, algún local arrendado o cualquier otra fuente de ingresos adicional, que aunque no se le puede llamar emprendimiento, si es un gran paso hacia la cultura del emprendimiento, hacia el convencimiento de que el emprendimiento es una gran alternativa para mejorar los ingresos.

Entre más se acentúe la crisis laboral, veremos más personas recurriendo a formas alternativas para obtener ingresos, lo cual al final descubrirá grandes emprendedores, y quien tenga ese perfil, esa inclinación, sin duda que seguirá por ese camino, aun después de superada la crisis, por lo que al final de cuentas la crisis dejará mucho de positivo. El emprendimiento no es basura barata, ni humo; tampoco es una panacea ni la solución definitiva para el desempleo y la pobreza; no, el emprendimiento es lo que cada quien pueda ser.

Nada es blanco o negro. Las posibilidades existen, y depende de la capacidad de cada uno convertir esas posibilidades en éxitos. Se puede fracasar y también se puede tener éxito. Eso debe estar claro. Por

supuesto que emprender tiene grandes riesgos y exige grandes sacrificios. La gran mayoría de proyectos de emprendimiento fracasan, pero eso no debe ser utilizado como justificación para “tirar la toalla” y dejar de hacer algo por cambiar una situación con la que no estamos cómodos.

Idear un proyecto de emprendimiento es difícil. Financiarlo es aún más difícil, pero aún más difícil es ejecutarlo, y todavía más difícil es sobrevivir el primer año, pero la posibilidad existe, y esa posibilidad es directamente proporcional a las competencias del emprendedor, a su empeño, a su perseverancia y quizás obstinación. El emprendimiento no debe ser vendido como la solución final, pero tampoco como algo imposible. Es simplemente una alternativa que puede ser mejor o peor que ser asalariado, y todo dependerá de las decisiones que cada quien tome.

Para los negativos, y también para los positivos, existe un gran libro llamado “El libro negro del emprendedor” escrito por Fernando Trías de Bes, economista y profesor español, que ha plasmado en él muchas de las causas y razones por las que un emprendedor fracasa, y que debería ser de obligatoria lectura para todo aquel que quiere incursionar en el emprendimiento. Así como es bueno saber cuáles son las “claves del éxito”, también es bueno saber cuáles son las “claves del fracaso”; de esa forma podremos saber qué se debe hacer y qué no se debe hacer, las dos caras de la moneda, puesto que cualquier cosa puede suceder en un proyecto de emprendimiento, y entre más conocimientos tengamos, más posibilidades hay de evitar las claves del fracaso. Argumentos para perder hay muchos, pero también hay muchos para ganar. Depende de la habilidad que cada persona tenga para identificar los riesgos y tomar las decisiones adecuadas, lo mismo que para detectar las oportunidades y aprovecharlas en el momento indicado.

El emprendimiento es tan bueno o malo como cualquier profesión. Ser abogado, contador público o economista, por ejemplo, no garantiza el éxito. Hay más abogados, economistas o contadores fracasados que emprendedores quebrados, de eso no debería haber duda. Importante tener en cuenta que ninguna profesión es mala; los malos son algunos profesionales. Igualmente el emprendimiento no es malo, los malos son algunos emprendedores. Cada quien marcará su propia diferencia.

Para continuar el proceso de desarrollo de este ensayo que da cuenta del proceso investigativo adelantado, me permito remitirme a la pregunta de investigación propuesta:

¿Identificar cuál o cuáles son las mejores estrategias que se debe utilizar con el fin de brindar una seguridad nacional para la formación empresarial en los miembros de las fuerzas militares mediante la formulación de planes de negocios como respuesta a la necesidad del desarrollo productivo del país en la etapa del postconflicto?

La tesis a desarrollar es: la formación empresarial en los miembros de las fuerzas militares para formular planes de negocios como respuesta a la necesidad de desarrollo productivo en Colombia de cara al postconflicto.

Es importante resaltar el estado de la investigación en el campo del emprendimiento empresarial y para ello se tuvo en cuenta el avance de la revisión bibliográfica que se hiciera en el año 2014, y se reseña la explicación teórica, enfoques o modelos que algunos autores han trabajado sobre el emprendimiento. A continuación presento algunas reflexiones frente al tema:

De acuerdo con la participación de (Radrigán, 2006, p.15), en Jornadas de Investigación Social en Chile, señaló que una primera referencia del concepto de “emprendedor” se puede encontrar en la obra de

Cantillon, y también, en académicos tan respetables como Max Weber o Joseph Schumpeter, que constituyen obras clásicas en la investigación de la sociedad capitalista o de mercado, y, es solo en épocas recientes que se desarrolla una investigación más fondo sobre las características y cualidades del emprendedor, distinguiendo dos grandes enfoques sobre las teorías explicativas del desarrollo empresarial y de la conducta emprendedora:

Uno, es el enfoque psicológico, que se centra en las características de personalidad de los potenciales o reales emprendedores.

El otro, es el enfoque socio-cultural, o medioambiental, que analiza las variables del contexto que facilita o inhibe las conductas emprendedoras.

De igual forma y para efectos de este estudio se tuvo en cuenta las ciencias administrativas y afines que tienen como objeto las organizaciones, su estructura y comportamiento y se consultó autores que definen al emprendimiento, el empresario innovador o emprendedor, en este sentido: así, se sabe que (Formichella, 2004, p. 10), en el siglo XVIII introduce por primera vez en el lenguaje económico el término de entrepreneur, y lo define, como el agente que asume y soporta todos los riesgos del mercado, compra los factores de producción a ciertos precios y los combina para obtener un nuevo producto. En el año 1735 con su “Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general”, destaca las características individuales de racionalidad y gusto por la incertidumbre (propias también de las acciones bélicas).

El economista (Schumpeter, 2008, pp.13-20), en el análisis de las empresas en la economía de mercado resalta que la combinación de medios productivos que crean nuevos productos, procesos, mercados y fuentes de materias primas la hacen los “entrepreneurs” o empresarios innovadores, quienes causan inestabilidad en el mercado en su constante búsqueda de obtener un lugar monopólico.

A su vez, (Marshall, 1963), al citar en sus Principios de economía sobre los distritos industriales, señala que las organizaciones - en especial las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES – tendrán mayores ventajas al aglomerarse en una región, es decir, con identidad socio-cultural; en torno a una industria específica; capacidad organizativa para mejorar; fuerte colaboración interempresarial; así mismo, la competencia este basada en la innovación; y, si además cuenta con apoyo y un decisivo aporte del gobierno; logran crear un ambiente negocio más favorable con talento humano capacitado, acceso a materias primas especializadas, difusión constante del conocimiento y mayor capacidad para innovar. Marshall, en el año 1980, reconoce la necesidad del entrepreneurship para la producción, al agregar un nuevo factor productivo, la organización que coordina, atrae otros factores y los agrupa.

Los emprendedores son líderes por naturaleza y trabajan aún en condiciones de incertidumbre, poseen numerosas habilidades, pocos se pueden definir así, pero, también hay posibilidad de aprender a adquirir tales destrezas. El gurú de la Administración, (Drucker, 1985) hace distinción de los términos entrepreneur y entrepreneurship, como empresario innovador y empresariado innovador, respectivamente. Así mismo, aclara que cualquier negocio pequeño y nuevo, aunque esté sujeto a riesgos, no representa por sí solo un emprendimiento. Tampoco la habilidad del emprendedor, corresponde a un rasgo de carácter o personalidad, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede llegar a ser un empresario innovador.

El emprendedor observa el cambio como una oportunidad que puede explotar. En este sentido, la base del emprendimiento es teórica, no intuitiva, y tal concepto no puede limitarse dinámica económica, sino en todas las actividades humanas.

A propósito de lo dicho por Drucker, puede referirse a (Kizner, 1998) afirmó que el elemento empresarial está presente en la acción individual humana, que da impulso y perspicacia para alcanzar los fines y medios que la hacen posible; estos, no se pueden analizar en términos de eficiencia económica o en la

racionalidad en la toma de decisiones. El sujeto cobra importancia en la medida que puede estar alerta a las nuevas e inexploradas oportunidades.

También, (Stevenson, 2011) llegó a concluir en un análisis de la mentalidad del emprendedor, que es un ser innovador (crea una nueva organización, nuevas formas de producción, o forma de realizar una tarea o gestión, un nuevo producto); se basa más en las oportunidades que en los recursos, crea nueva riqueza. En virtud de las tendencias mostradas a finales del Siglo XX, se puede hablar de tres enfoques:

Estático: Desarrollado durante los años 70 a 80, donde la productividad era el determinante de eficiencia.

Dinámico: Aparece en los años noventa, y responde al aumento de la innovación con énfasis en la especialización de los factores y la diversificación del conocimiento.

Complementariamente a lo anterior, en el nuevo milenio se han venido prestando una mayor atención a los rasgos de los emprendedores según el tipo de contexto empresarial-organizacional en el cual estos desarrollen sus iniciativas emprendedoras. Siguiendo en esto a (Levesque, 2002, pp.9-22), distingue tres grandes tipos de emprendedores:

El emprendedor capitalista, tiene los atributos clásicos de capacidad de innovación, desarrollo de ideales centrados en un proyecto con ánimo de lucro, racionalidad instrumental y capacidad de asumir riesgos.

El emprendedor social, con un objetivo centrado en el desarrollo de la comunidad a través de la provisión de un bien o un servicio que no se encuentra disponible para un colectivo de la población. Habitualmente, pero no siempre este tipo de iniciativa se concretiza a través de una organización sin ánimo de lucro. Sin embargo, aunque el emprendedor social sea capaz de movilizar activamente diversas energías y recursos de su entorno, su “empresa social”, estará centrada en su persona y sus capacidades, a lo menos inicialmente.

Emprendedor colectivo o asociativo: en este caso el emprendedor colectivo, sumará a las características anteriormente descritas, dos rasgos particulares:

Primero, un desarrollo en el marco de un colectivo de personas, que hará que el concepto de emprendedor siempre tenga un carácter plural, aunque se pueden identificar liderazgos claros a su interior.

Segundo, una gestión centrada en la democracia y en la búsqueda de consensos que permitan el desarrollo de la iniciativa empresarial con el máximo de recursos posibles.

Retomando el enfoque socio-cultural, planteado por (Radrigán, 2006, p. 15), se pueden distinguir las siguientes teorías generales:

Teoría institucional, hace énfasis en las condiciones del ambiente general en el cual se puede desenvolver las empresas: normas, leyes, ordenamiento administrativo.

Teoría de la marginación, resalta los eventos que desencadenan las iniciativas emprendedoras, que muchas veces implican una crisis o un quiebre con una situación anterior: desempleo, quiebra y migración.

Teoría de la organización incubadora, tiene en cuenta el contexto organizacional en cual se pone en marcha una iniciativa emprendedora, ya sea está una empresa previa o un ente promotor externo.

Teoría del rol, considera las dimensiones territoriales y de especialización geográfica para el desarrollo de iniciativas emprendedoras.

Teoría de las redes, enfatiza en los niveles y tipos de vínculos en los cuales las personas se mueven, y que pueden ser un factor vital a la hora de generar un emprendimiento.

Para poder argumentar lo anterior, se debe tener en cuenta que el desempleo en Colombia es una manifestación evidente de los desajustes entre la oferta y la demanda, de los puestos de trabajo causados por factores demográficos, de violencia y económicos.

Una estrategia válida para contrarrestar este índice desempleo es facilitar su proceso de inserción laboral, la generación de autoempleo o la creación de unidades productivas, mediante programas de formación que desarrollen las competencias necesarias para tal fin y un seguimiento adecuado a dicho proceso para asegurar su inserción en el mercado laboral y/o empresarial. A su vez, desarrolla unos saberes propios en la formación militar como son:

Afianzar el perfil del emprendedor: Identifica el perfil emprendedor como parte de su proyecto de vida, analizando la importancia de las competencias emprendedoras y las habilidades que se necesitan para estructurar ideas innovadoras y creativas.

Identificar ideas de negocio a partir de su campo de acción, identificando ideas de negocio innovadoras a partir del eje temático a partir de la segmentación de mercados, los segmentos de interés, según eje temáticos dentro de su formación militar.

Estructurar un plan de negocios, incluyendo entre otros lo siguiente: análisis del sector, análisis del mercado, análisis de competencia, estrategias de precio, estrategias de distribución, estrategias de comunicación, estrategias de logística, identificando los componentes del sector al cual va dirigido el plan de negocios generando estrategias corporativas a partir del análisis del sector e identificando la viabilidad del plan de negocios. Identificando los elementos que conforman un plan de negocios, aplicándolos en un entregable concreto.

Aplicar el análisis financiero en el marco del plan de negocio, definiendo la estructura de costos de un plan de negocio y los componentes de un análisis financiero y aplicando el análisis financiero a una idea de negocio.

Dimensionar las diferencias de los entes gubernamentales y no gubernamentales que fomentan el emprendimiento en Colombia Identificando las diversas entidades cofinancadoras; estructurando y argumentando la viabilidad de su plan de negocio.

Sustentar planes de negocio de acuerdo con los parámetros definidos por entidades cofinancadoras reconocidas. Estructurar la argumentación necesaria de un plan de negocios, identificando las amenazas y oportunidades de un plan de negocios y los principales puntos de negociación de un plan de negocio.

En el proceso de formación disciplinar del militar se hace necesario incluir la formulación de planes de negocios como una herramienta fundamental para el proceso de creación de empresa, lo cual que le va a permitir fortalecer el proyecto de vida profesional del militar para tener alternativas laborales distintas a las que comúnmente realiza y llevarlo a formular planes de negocios prósperos y de esta forma se prepare a la etapa misma del postconflicto.

Es importante tener en cuenta que un plan de negocios tiene unas etapas y para ello se contemplan:

Definición del producto o servicio, donde se orienta al lector en el proceso de transformar una idea básica en una oportunidad de negocio.

Equipo de trabajo, es importante establecer la importancia de convocar un equipo estratégicamente conformado y que explica cómo se deben exponer sus bondades de cara a un inversionista.

Plan de mercado, donde se esbozan los aspectos más importantes para determinar si la iniciativa empresarial tiene oportunidad real en el mercado y la forma como se le presentará al cliente.

Sistema de negocio, sección en la cual se identifican el sistema de negocio de la industria y de la empresa, y se determinan el enfoque de la empresa y sus competencias principales, variables clave para establecer el diseño de la organización.

Análisis de riesgos, donde se muestra cómo integrar las amenazas del entorno y los riesgos internos a los procesos de planeación.

Plan de implementación, donde se expone la importancia de realizar una planificación sistemática y de identificar la ruta crítica de procesos antes de crear la empresa. •Plan financiero, donde se sabrá cuánto capital es necesario para poner en marcha el negocio y determinar la viabilidad económica del mismo.

Resumen ejecutivo, donde se explica la importancia de presentar de forma clara, concisa y atractiva los aspectos más relevantes de la iniciativa empresarial en la parte introductoria de la misma. Si bien el resumen ejecutivo se explica al final porque ya el emprendedor ha resuelto todos los componentes del plan, éste deberá ubicarse al principio del plan de negocios.¹

El primer paso para realizar un plan de negocios es definir cuál es el producto o servicio que se va a vender y existen dos temas claves: Cómo convertir la idea básica en oportunidad de negocios y cómo presentar la oportunidad de negocios.

Pero; antes de responder a la pregunta propuesta se hace necesario, evidenciar el perfil emprendedor como parte de su proyecto de vida personal y profesional al interior de las fuerzas militares y para ello, se trabajará desde la perspectiva que un emprendedor identifica oportunidades de negocios a partir de identificar el problema a solucionar o la necesidad a satisfacer, un emprendedor plantea metas a alcanzar en relación a la solución del problema o en atención a una necesidad.

Es importante tener en cuenta que un emprendedor identifica de maneras preliminar alternativas básicas de solución en función de las metas planteadas y finalmente plantea las mejores alternativas a estudiar más profundamente. Antes de hablar de la formulación de un plan de negocios, entraré a identificar los saberes esenciales que se deben desarrollar en un militar para desarrollar el emprendimiento como acción en su etapa productiva:

Del ser:

Mostrar una actitud positiva y trabajar en el desarrollo de los temas relacionados con el emprendimiento empresarial, social, cultural.

Tener iniciativa para apropiarse el perfil emprendedor.

Mostrar interés en apropiarse las competencias del emprendedor.

¹ Manual para elaborar planes de negocios. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Editorial VENTURES. 2010.

Mostar interés por conocer, indagar sobre lo que sucede en los países de nuestra región en temas de emprendimiento.

Tomar la iniciativa y genera ideas para identificar las diferentes políticas de desarrollo productivo.

Generar discusión sobre la situación general de las pymes y el sector productivo.

Mantener una actitud positiva frente al tema.

Mostar interés por conocer las entidades participantes en los procesos emprendedores y su desarrollo social.

Mostar interés por conocer cuáles han sido los sectores más crecientes en nuevas empresas según los sectores.

Del Conocer:

Cultura emprendedora.

Características y cualidades del emprendedor.

Los actores del ecosistema emprendedor y los fundamentos del sistema económico “el capitalismo”.

El entorno empresarial y social del país.

Los perfiles del emprendedor.

Las dimensiones de la persona y formas para el desarrollo personal.

Visión de negocios (creatividad).

Persistencia, Cumplimiento, Exigencia (disciplina) y liderazgo.

Toma de riesgos calculados.

Fijación de metas.

Persuasión y gestión de redes.

Independencia y autoconfianza.

Comunicación efectiva.

Responsabilidad social empresarial y profesional.

Realiza investigación de los diferentes países para saber sobre el proceso emprendedor.

Conoce la importancia de entender las políticas sobre emprendimiento que rigen en nuestro País

Apropia el concepto de pyme y sus diferentes clasificaciones.

Diferencia los tipos de empresas de la tradicional a la dinámica.

Características de las nuevas empresas emprendedoras.

Apropia las características de estos emprendedores.

Del Hacer:

Analiza las características del emprendedor.

Identifica los actores del ecosistema emprendedor.

Define los perfiles del emprendedor.

Hace una relación entre los perfiles del emprendedor.

Establece metas, planifica actividades, define y asigna recursos, hace seguimiento y ajusta desvíos de los resultados en el mejoramiento personal.

Explica y argumenta la importancia de cada uno de las competencias principales de los emprendedores.

Identifica las situaciones de cada país y hace comparaciones con nuestro país.

Realiza consulta en internet para apropiar conocimiento referente a las políticas de emprendimiento.

Desarrolla e indaga en las políticas de emprendimiento y revisa que se estén cumpliendo en los diferentes programas.

Verifica y analiza la información que dan estas instituciones.

Realiza ensayos argumentativos sobre el tema del emprendimiento como motor de desarrollo social sostenible.

Consulta sobre las nuevas empresas en los diferentes sectores productivos del país.

METODOLOGIA

En la parte metodológica se debe tener en cuenta que es una investigación de carácter cualitativo aplicada de exploración de fuentes primarias y secundarias. Su fundamentación está basada en conocer la estructura sobre la cual se elabora un plan de negocio.

En razón a lo anterior se van a analizar algunas estrategias para la formación empresarial en los procesos formativos de un militar frente al postconflicto, con el propósito de dar respuesta al problema de investigación, presento algunas acciones a desarrollar para llegar a la formulación de planes de negocio:

ESTRATEGIA No 1. TEST DE EMPRENDIMIENTO.

Pregunta 1 ¿Necesitas estar seguro de que algo va a funcionar antes de intentarlo?

- a. Si mi instinto me dice que sí, puedo implementar una idea rápidamente, aunque sea algo radical que no he hecho antes.

- b. Soy una persona que planifica todo y necesito examinar cada detalle antes de actuar. Es una manera para incrementar la posibilidad de éxito.
- c. Siempre tengo nuevas ideas pero no las hago realidad hasta no probarlas bien.

Pregunta 2 ¿Cómo te sientes cuando sabes que no eres la persona más inteligente en un grupo?

- a. Bien. Pienso que la gente más inteligente podrá hacer las cosas que yo no puedo.
- b. Me afecta un poco al ego, pero lo manejo bien.
- c. Casi siempre soy la persona más inteligente

Pregunta 3 ¿Cómo es tu conducta en la oficina?

- a. Generalmente estoy feliz pero me altero si tengo que trabajar hasta tarde y no puedo hacer mis cosas personales.
- b. Amo lo que hago y siempre estoy de buen ánimo, mis colegas dicen que es una actitud contagiosa.
- c. No expreso cómo me siento, sea bien o mal, lo guardo en mi interior.

Pregunta 4 ¿Cómo reaccionas si fallas?

- a. Soy cauteloso por naturaleza porque el fracaso me afecta. He abandonado proyectos cuando he visto que no funcionan.
- b. El fracaso me sacude pero sigo adelante, no hay nada más que se pueda hacer.
- c. Es un golpe, pero es la manera más poderosa para aprender.

Pregunta 5 ¿Cada cuánto tiempo aprendes algo nuevo?

- a. Todos los días. Dedico tiempo a leer o a tomar cursos gratis por internet para conocer áreas que son nuevas para mí.
- b. Cada semana. Aprendo cosas nuevas viendo la televisión o navegando en internet.
- c. Cada mes porque trabajo mucho tiempo.

Pregunta 6 ¿Cómo te relacionas con otros?

- a. Me gusta un ambiente donde me conecto con gente dentro y fuera de mi campo de trabajo. Cada encuentro es una oportunidad para intercambiar ideas. Además uso redes sociales en internet.
- b. Los contactos me parecen un poco superficiales, prefiero discusiones reales que se den de manera natural.
- c. Uso redes sociales en internet y reparto mis tarjetas de presentación en reuniones.

Pregunta 7 ¿Cuál es tu idea de diversión después de un largo día?

- a. Ir a conocer un nuevo restaurante.
- b. Ver mis programas de televisión favoritos.
- c. Hacer algún deporte con un amigo.

Pregunta 8 ¿Cómo describes tus hábitos de gastos personales?

- a. Aunque tenga dinero extra prefiero ahorrarlo que gastarlo.
- b. Cubro mis gastos fijos y deudas y lo que me sobra lo gasto como quiero.
- c. Vivo y gasto en el momento, el dinero no se irá conmigo

Pregunta 9. Si alguien expresa interés en trabajar contigo, ¿cómo le haces seguimiento?

- a. Soy persistente por teléfono, por correo o en persona. El contacto constante da resultado.
- b. Le busco una o dos veces por semana, no quiero ser una molestia.
- c. Una vez después de un contacto inicial, luego dejo que venga a mí.

Pregunta 10. ¿Alguna vez has trabajado en ventas?

- a. Sí. Me gustó conversar con clientes, conocer sus necesidades y satisfacerlas con los productos que mejor les servían.
- b. Sí. Me fue bien pero el concepto de “ventas” me parece un poco manipulador.
- c. No. La presión de vender una cantidad determinada en un tiempo límite no me gusta.

Pregunta 11 ¿En qué tipo de ambiente trabajas mejor?

- a. Soy productivo en un ambiente estructurado, con objetivos, cronogramas y tiempos límites claros.
- b. Me gusta hacer varias cosas a la vez y es mejor si puedo hacerlas según mis propios términos.
- c. Es mejor si un superior me desafía a alcanzar mi mejor potencial.

Pregunta 12. Si estás trabajando en un proyecto con un plazo apretado y aparece otro proyecto con un plazo más apretado aún, ¿cómo lo manejas?

- a. Cambio mi cronograma sobre la marcha para terminar los dos a tiempo.
- b. Pido más tiempo para el segundo proyecto.
- c. Le digo al cliente que no tenemos el tiempo necesario para cumplir.

RANGO DE EVALUACIÓN AL TEST DE EMPRENDIMIENTO

Si contestas “a” en la mayoría. Tienes las cualidades para emprender, la habilidad para venderte a ti y a tu idea, y pones el bienestar del negocio encima de tu ego. De todas maneras, nada de esto servirá si no te organizas. Debes combinar tus cualidades con la planificación.

Si contestas “b” en la mayoría. Tienes lo básico para emprender: pasión, tomar riesgos y persistencia. Para perfeccionar estas cualidades trata de prepararte un poco más, amplía tus relaciones, investiga sobre emprendimiento, crea tu propio capital.

Si contestas “c” en la mayoría. Sigue practicando tus cualidades. Trabajas mejor en ambientes estructurados y prefieres tener un ingreso fijo. Tu visión frente al riesgo es conservadora, te gusta estar seguro antes de hacer cambios.

ESTRATEGIA No 2. IDENTIFICACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS:

1. Identificar el problema a solucionar o la necesidad a satisfacer.
2. Plantear las metas a alcanzar en relación a la solución del problema en atención a la necesidad.
3. Identificar de manera preliminar alternativas básicas de solución o de atención en función de las metas planteadas.
4. Proponer las mejores alternativas a establecer más profundamente.

Es importante tener en cuenta que para generar ideas de negocios, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Los generadores de ideas deben estar conscientes de una verdad universal. Hay solamente seis preguntas que una persona puede contestarle a otro:

| | |
|-----------|---------|
| ¿Qué? | ¿Dónde? |
| ¿Cuándo? | ¿Cómo? |
| ¿Por qué? | ¿Quién? |

ESTRATEGIA No 3 GENERAR IDEAS DE NEGOCIOS

(Una Idea puede surgir de manera fortuita sin embargo existe un proceso teorizado por expertos compuesto por cinco fases).

1. “Recoger Información: (Entorno + Innovación)
2. Digestión Mental (El reto + Necesidades cubiertas con la idea).
3. Incubación (Enviar al inconsciente mientras descansa. Dejar la idea para asentar y dejar volar creatividad).
4. Iluminación: surge en las tres B (Bed, Bus, Bath)
5. Traslado a la Realidad: Compartir la idea, constante su solidez”. Fundación Innovación Bankinter. (2014)

Es importante tener en cuenta en estos procesos de creación de una mentalidad emprendedora y empresarial, desarrolla algunos aspectos que nos convoca a la reflexión:

“La creación y consolidación de una empresa es similar a una proyección sobre la amplia pantalla o espejo del mercado. Prueba la capacidad de relación y de escucha, obligando al emprendedor a poner en práctica su capacidad de convencimiento para implementar su proyecto, a vender su idea, a utilizar una denominación con significantes. El proyecto de empresa entraña significantes. El conjunto de significantes constituye una cultura, es decir, un registro simbólico ofrecido al individuo por la sociedad que lo acoge, fundamental para el desarrollo de la persona en el curso de su evolución para “salir” de su relación consigo mismo, y por ende adoptar comportamientos emprendedores”.

Por medio del lenguaje las personas toman forma y gusto por crear, inventar, crecer y progresar. Se puede hacer una analogía con la organización donde los símbolos reúnen las individualidades, obedeciendo ellos mismos a una dinámica que instituye su valor.

De esta manera, el emprendimiento aparece como resultante de la capacidad de hacerse su lugar, de afrontar la mirada de los otros, de tomar el poder, en suma de persistir en el juego de ser emprendedor.” Rodríguez, R. (2009) Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pág. 113. Editorial, pensamiento & gestión, 26. Universidad del Norte.

ESTRATEGIA No 4. FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO

A partir de la idea de negocio que se ha definido y teniendo en cuenta las habilidades y destrezas, la invitación es para que formule un Pla de Negocios , teniendo en cuenta el cómo se genera riqueza en Colombia y la forma de participación de las Fuerzas Militares en la tarea de consolidar una nación productiva y con la capacidad de producción que supere los límites de lo laboral, cconsolidando la capacidad productiva, propiciando una mayor dinámica económica, fortaleciendo la iniciativa privada, a su vez fomentando la economía solidaria, potenciando la capacidad emprendedora de las personas, ser consciente de la vvelocidad en el Aprendizaje y para ello, es necesario realizar acciones conducentes a que hayan más y mejores ciudadanos y empresas en cada municipio, ciudad y región.

Colombia, uno de los países con mayor biodiversidad, posee una situación privilegiada (Zona Tórrida), posee todos los climas. Es el noveno país en agua dulce, rico en minerales, piedras preciosas, combustibles fósiles.

Por qué Colombia? Área: El tamaño de Francia, Portugal y España juntos, punto medio entre Norte y Sur América. Esmeraldas: 1o en el Mundo. Flores: Productor #1 en el Mundo. Rosas: 1o en el Mundo. Claveles: # 1 en el Mundo. Guadua (Bambusa Angustifolia): Primer Productor en el Mundo. Exportación de productos agrícolas a los EEUU desde Latinoamérica: #2. Café: 3er productor y una de las marcas más reconocidas. Ropa Interior Femenina: 3o en el Mundo. 3o en promoción de las Exportaciones entre las 59 economías más desarrolladas del mundo. Carbón: 4o Productor Ferróniquel 4o en el mundo (Materia Prima de los Chips).

Lo anterior evidencia el potencial de desarrollo que tenemos en Colombia y una oportunidad de negocios y con ello alcanzar la independencia financiera en la etapa del postconflicto.

Plan De Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

Concepto del negocio: nombre comercial, descripción del producto/ servicio, localización/ubicación de la empresa, objetivos del proyecto/ empresa.

Presentación del equipo emprendedor: nombre, datos personales, perfil de cada integrante y experiencia laboral.

Potencial de mercado en cifras.

Ventaja competitiva y propuesta de valor.

Inversiones requeridas.

Proyecciones de ventas y rentabilidad.

Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad.

MERCADEO

Investigación De Mercados:

Análisis del Sector:

Diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos.

Desarrollo tecnológico e industrial del sector.

Importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países).

Análisis del mercado:

Mercado objetivo.

Justificación del mercado objetivo.

Estimación del mercado potencial (consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro).

Estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento).

Análisis del Consumidor / Cliente:

Perfil del consumidor

Localización del segmento

Elementos que inciden / influyen en la compra (ritual de compra y frecuencia)

Aceptación del producto (opiniones de clientes que han mostrado interés y los que no han mostrado interés)

Factores que pueden afectar el consumo

Tendencias de consumo y producción en el mercado objetivo.

Análisis de la competencia:

Identificación de principales participantes y competidores potenciales

Análisis de empresas competidoras

Relación de agremiaciones existentes; Costo de mi producto/servicio

Análisis de productos sustitutos

Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia

Imagen de la competencia ante los clientes

Segmento al cual está dirigida la competencia

Posición de mi P/S frente a la competencia.

Estrategia De Mercadeo

Concepto del producto o servicio:

Descripción básica

Especificaciones o características

Aplicación/ uso del producto o servicio

Diseño

Calidad

Empaque y embalaje

Fortalezas y debilidades del Producto o servicio frente a la competencia.

MARKETING MIX:

Estrategia de producto:

Marca

Ciclo de vida (acciones estratégicas)

Presupuesto

Tácticas relacionadas con el producto.

Estrategia de distribución:

Alternativas de penetración

Alternativas de comercialización

Distribución física internacional

Estrategias de ventas

Presupuesto

Tácticas relacionadas con distribución.

Estrategia de precios: (Análisis competitivo de precios)

Punto de equilibrio
Condiciones de pago
Seguros necesarios
Impuestos a las ventas
Costo de transporte
Riesgo cambiario
Preferencias arancelarias
Tácticas relacionadas con precios
Posible variación de precios para resistir guerra de precios.

Estrategia de Promoción: promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción.

Estrategia de Comunicación: selección de medios, medios masivos, tácticas relacionadas con comunicaciones.

Estrategia de Servicio: garantía y servicio postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.

Proyección de ventas: proyectar ventas a tres años

ANALISIS TECNICO - OPERATIVO

Ficha técnica del producto o servicio.

Estado de desarrollo.

Descripción del proceso: En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer flujograma).

Necesidades y requerimientos:

Materias primas e insumos

Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas, capacidad instalada, mantenimiento.

Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas.

Localización y tamaño

Presupuesto de producción

Plan de producción

Análisis de costos de producción

Plan de compras

Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; pago a proveedores planeación de compras.

Control de calidad: procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.

Organizacional Y Legal Organizacional

Concepto del negocio – función empresarial.

Objetivos de la empresa / proyecto.

Análisis MECA (Mantener, Explorar, Corregir, Afrontar).

Grupo emprendedor.

Estructura organizacional: equipo directivo, líneas de autoridad, nivel de participación en la Junta Directiva, mecanismo de participación y control, organigrama.

Gastos de administración y nómina (incluir parafiscales, tener en cuenta).

Organismos de apoyo.

Constitución Empresa y Aspectos Legales:

Tipo de sociedad

Legislación vigente que regule la actividad económica y la comercialización de los P/S (urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental)

Gastos de constitución

Financiero

Principales supuestos

Sistema de financiamiento: capital de trabajo que se requiere para montar el negocio, inversiones previstas en bienes de capital, necesidades de capital para crecer al ritmo que lo demandan las ventas, fuentes de financiación que se consideran necesarias (capital propio, socios inversionistas, endeudamiento). Flujo de caja y estados financieros: flujo de caja, balance general, estados de resultados, presupuestos de producción (costos), presupuesto de nómina, presupuesto de gastos administrativos, presupuesto de ingresos. Proyecciones a tres años: mes a mes el primer año y los otros dos totalizados. Flujo de caja con período de pagos descontados.

RESULTADOS

RANGO DE EVALUACIÓN AL TEST DE EMPRENDIMIENTO

Si contestas “a” en la mayoría. Tienes las cualidades para emprender, la habilidad para venderte a ti y a tu idea, y pones el bienestar del negocio encima de tu ego. De todas maneras, nada de esto servirá si no te organizas. Debes combinar tus cualidades con la planificación.

Si contestas “b” en la mayoría. Tienes lo básico para emprender: pasión, tomar riesgos y persistencia.

Para perfeccionar estas cualidades trata de prepararte un poco más, amplía tus relaciones, investiga sobre emprendimiento, crea tu propio capital.

Si contestas “c” en la mayoría. Sigue practicando tus cualidades. Trabajas mejor en ambientes estructurados y prefieres tener un ingreso fijo.

Tu visión frente al riesgo es conservadora, te gusta estar seguro antes de hacer cambios.

ESTRATEGIA No. 2

Es importante tener en cuenta que para generar ideas de negocios, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Los generadores de ideas deben estar conscientes de una verdad universal. Hay solamente seis preguntas que una persona puede contestarle a otro:

¿Qué? ¿Dónde?

¿Cuándo? ¿Cómo?

¿Por qué? ¿Quién?

ESTRATEGIA No. 3

Es importante tener en cuenta en estos procesos de creación de una mentalidad emprendedora y empresarial, desarrolla algunos aspectos que nos convoca a la reflexión:

“La creación y consolidación de una empresa es similar a una proyección sobre la amplia pantalla o espejo del mercado. Prueba la capacidad de relación y de escucha, obligando al emprendedor a poner en práctica su capacidad de convencimiento para implementar su proyecto, a vender su idea, a utilizar una denominación con significantes. El proyecto de empresa entraña significantes. El conjunto de significantes constituye una cultura, es decir, un registro simbólico ofrecido al individuo por la sociedad que lo acoge, fundamental para el desarrollo de la persona en el curso de su evolución para “salir” de su relación consigo mismo, y por ende adoptar comportamientos emprendedores”.

Por medio del lenguaje las personas toman forma y gusto por crear, inventar, crecer y progresar. Se puede hacer una analogía con la organización donde los símbolos reúnen las individualidades, obediendo ellos mismos a una dinámica que instituye su valor.

De esta manera, el emprendimiento aparece como resultante de la capacidad de hacerse su lugar, de afrontar la mirada de los otros, de tomar el poder, en suma de persistir en el juego de ser emprendedor.”
Rodríguez, R. (2009) Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pág. 113. Editorial, pensamiento & gestión, 26. Universidad del Norte.

ESTRATEGIA No. 4

Evaluación del proyecto: TIR, VPN. Punto de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión.

Otros Indicadores Financieros:

- Endeudamiento
- Capital de trabajo
- Rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional
- Pasivo Financiero / Ventas
- Gasto Financiero / Ventas
- Análisis de riesgo
- Análisis de sensibilidad y plan de contingencia.

Resultados: Impacto Del Proyecto

Finalmente, quiero hacer una reflexión en torno “El docente como ciudadano emprendedor en la sociedad del conocimiento, la educación tiene como misión formar al individuo de manera amplia, pertinente y con calidad en una sociedad.

Es por ello que no sólo se debe pensar la educación con una visión única externa del proceso de enseñanza-aprendizaje, sino también como una condición interna del docente. Por lo tanto, la educación

debe facilitar el desarrollo de nuevas habilidades personales, como la capacidad de innovar, encontrar soluciones creativas y adaptarse al cambio.

Lo anterior, nos lleva a pensar que el docente es un ciudadano de la sociedad del conocimiento que asume el reto ante los cambios, respondiendo de manera positiva con nuevas ideas y formas de hacer las cosas, con iniciativa y decisión ante las distintas circunstancias. Estamos hablando de un docente emprendedor que ha desarrollado unas competencias para el desempeño ciudadano. Una persona competente que sabe y sabe hacer, permitiendo un aprendizaje continuo a lo largo de la vida y para el desarrollo de competencias específicas.

Es decir, se necesita desarrollarse como persona para luego tener las competencias profesionales o específicas. El desarrollo de tales competencias debe estar en un marco contextualizado en el ámbito en que se desenvuelve la persona; debe ser un aprendizaje activo y significativo porque, en últimas, es lo que permitirá el uso de las competencias en otros espacios, es la manera de poder transferir lo aprendido. Jaramillo, L. (2008) Concepto básico en competencias. Instituto de estudios en educación. Universidad del Norte.

CONCLUSIONES

Desde mi perspectiva, considero fundamental, incentivar los procesos de formación empresarial militar como parte de las competencias profesionales de los oficiales para ser líderes integrales, humanistas con visión emprendedora. Se debe propiciar la formación para:

Creación de Empresas: La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su auto sostenibilidad, buscando mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.

Brindar capacitación Empresarial y Sostenibilidad: Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo.

Para terminar este ensayo que da cuenta del proceso investigativo y aplicado, se hace necesario generar una reflexión y análisis en torno a lo que me convoca y es que existe una coincidencia, más allá del dinero y la fama, entre los grandes deportistas, las estrellas del cine o la música y los empresarios ilustres.

A todas estas personas las vemos a diario en TV, en prensa y revistas o escuchamos en la radio o en sus CD's, las admiramos, son ídolos, nos queremos parecer a ellas y pensamos que son superdotados con talentos y dones únicos proveídos por un Dios que, al parecer, los quiso más a ellos que a nosotros cuando repartió las características propias de cada cual.

Pues estas personas tan admiradas sí tienen un "don" que no todos los demás poseen, se trata de la fe y la tenacidad. No sé si se trata de un don que Dios les quiso proporcionar o si es un gen que se hereda y que muy pocos poseen, pero lo que sí sé es que es la clave para sacar adelante sus propósitos.

La combinación de estas dos características da como resultado el éxito. Y no se trata de éxito = fama, se trata de todo, nuestros pequeños propósitos y metas se pueden alcanzar si utilizamos esta receta, creer en nosotros mismos y esforzarnos por alcanzar lo que anhelamos.

La mayoría de los emprendimientos empresariales, en mi concepto, se quedan a la mitad del camino por falta de fe y tenacidad. Incluso muchos se quedan sólo en ideas por esta causa. Hoy vi en TV, en el show netcafe.com dos entrevistas a un par de emprendedores exitosos el primero de ellos es fundador

de un sitio llamado ebooole.com, que en menos de tres meses fue comprado por un jugador grande de la internet y el segundo es fundador y director de elance.com, un sitio especializado en servicios profesionales a free lance.

Estos personajes arrancaron desde cero, su oficina inicial era el cuarto de su casa, el escritorio de su computador era la misma caja en la que venía empacado, lo único que tenían era muchas dificultades, una idea y sus brazos para trabajar. Ambos coincidieron en que el secreto de su éxito era la fe en sí mismos y en sus proyectos y el esfuerzo y la tenacidad que imprimen a su trabajo.

En un momento dado, me pregunté por qué todas las demás personas que emprenden algo no alcanzan el éxito y me di cuenta que lo que sucede es que se dejan vencer muy pronto por las dificultades, quién ha dicho que hacer empresa es fácil, quién ha visto que un campeón de boxeo o un medallista olímpico ha alcanzado sus triunfos sin entrenar todos los días, sin dedicarse de lleno a lo que quieren, sin creer en ellos mismos.

Teniendo en cuenta que no todas las iniciativas empresariales son viables, lo que se trata de decir es que para alcanzar lo que queremos hay que luchar bastante, hay que ponerle la cara a los problemas, tarde o temprano se llegará a la cima, o quién mientras estaba aprendiendo a montar en bicicleta no se cayó, pero ¿quién logra aprender a montar?, el que se cae y dice "yo no lo intento más porque me caí y eso duele mucho" o el que se cae y después vuelve a intentarlo.

REFERENCIAS

- ALCARAZ RODRÍGUEZ, Rafael. El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios. 2 ed. Mc Graw-Hill.
- DRUCKER, Peter. Destacan el desarrollo alcanzado por Corea. En : ABC Digital. Tomado de Internet: <http://www.abc.com.py> [Economía: Asunción, Paraguay/ 25/10/2006].
- ESCRIBANO, Gonzalo. Desarrollo económico y cooperación. Las teorías políticas y sociológicas del desarrollo. Tomado de Internet: http://www.uned.es/deahe/doctorado/gescribano/desarrollo_economico_y_cooperacion.pdf. México. P.212-219.
- FERRARO, C.; Stumpo, G. (compiladores) (2010) "Políticas de apoyo a las pymes en América Latina. Entre avances innovadores y desafíos institucionales." CEPAL, Santiago de Chile
- FORMICHELLA, María Martha. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA, 2004, p.11-14.
- INSTITUTO DE CIENCIA POLÍTICA Hernán Echevarría Olózaga. Cartilla como crear su propia empresa. Graficas Gilpor Ltda. 2009
- KANTIS, Hugo; ANGELELLI, Pablo y MORI, Virginia. Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional. Bogotá: Alfa omega Colombiana S.A.
- MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS. Ministerio de Comercio, industria y Comercio. Ed Ventures. 2010.
- MATEO DUEÑAS, Ricardo. Creación de empresas. Teoría y práctica. Mc Graw-Hill.

OLLÉ, Montserrat; PLANELLAS, Marcel; MOLINA, Jordi y otros. El plan de empresa. Cómo planificar la creación de una empresa. Bogotá: Alfa omega Colombiana S.A.

RADRIGÁN RUBIO, Mario. Juventud y desarrollo de la capacidad emprendedora asociativa en Chile, análisis y proyecciones de una experiencia. En: JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN ECONOMÍA SOCIAL. (Taller general: 2006: Santiago de Compostela). Resumen de las XI Jornadas Nacionales de Investigadores en Economía Social, 2006. 15 p.

RAMÍREZ PADILLA, David Noel, CABELLO GARZA, Mario A. Empresas competitivas. Una estrategia de cambio para el éxito. Alfa omega.

ROSTOW, Walt Whitman. Las etapas del crecimiento económico. México: Fondo de Cultura Económica, 1963. 206 p.

RECONOCIMIENTO

CAROLINA LOPEZ MOYANO
ANA SOFIA VILLAMIL LOPEZ
ALEJANDRO VILLAMIL LOPEZ

BIOGRAFIA

ALCARAZ Rodríguez Rafael Eduardo, Tecnológico y Estudios Superiores de Monterrey, ingeniero agrónomo zootecnista. Realizó estudios de Maestría en Educación en la Universidad Autónoma de Guadalajara (1983-1984) y la Maestría en Ciencias con especialidad en administración de la producción en Colorado State University (1989-1991). Doctorado en Ciencias Económicas y Dirección de Empresas (doctorando) de la Universidad de Deusto, España. Director Asociado de Emprendimiento, Dirección de Investigación y Emprendimiento del Campus Monterrey del ITESM. <http://www.sife.org>

DRUCKER, Peter. (1909 – 2005) Está considerado como el analista más prestigioso en gestión y dirección de empresas. Es autor de más de una treintena de libros, y sus ideas han tenido un enorme impacto en la estructuración de la economía moderna. En el año 2002 recibió la Medalla Presidencial de la Libertad. Fue escritor, profesor, filósofo, asesor y catedrático de la Peter F. Drucker and Masatoshi Ito Graduate School of Management de la Claremont Graduate University, Estados Unidos.

ESCRIBANO Francés Gonzalo, Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y profesor titular de Política Económica en el Departamento de Economía Aplicada de la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Ha sido investigador visitante en Florida State University y la Universidad Autónoma de Madrid, e investigador asociado del Centro Español de Relaciones Internacionales de la Fundación Ortega y Gasset. Ha participado en diversos proyectos de investigación internacionales, como el VII Programa Marco de la UE y cuatro proyectos FEMISE de la Comisión Europea, o el premio de investigación del Consejo Económico y Social.

FORMICHELLA, María Martha, Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires. *f* 07 de Abril de 1978. Argentina. Trabaja en Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS) – Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur (UNS) – (CONICET). Licenciada en Economía, Universidad Nacional del Sur (UNS), Febrero 1996 – Agosto 2002. Doctora en Economía (2005-2010).

MATEO DUEÑAS, Ricardo; 15/11/2011. Organismo: Universidad de Navarra Facultad, Escuela o Instituto: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Doctor en Administración de Empresas y

Contabilidad, Master in Business Administration, Ingeniero Superior Industrial, Correo electrónico: rmateo@unav.es.

OLLÉ, Montserrat, Director de Producto y Nuevos Mercados en Prestamos y Pagos Simple, Naucalpan de Juárez y alrededores, México.

RADRIGÁN RUBIO, Mario. Doctor en Economía Aplicada, Universidad de Valencia España. Magíster en Administración y Gestión de RRHH, Universidad de Santiago de Chile. Licenciado en Antropología Social, Universidad de Chile. Facultad de administración y economía, Universidad de Santiago. Antropólogo, ex director de ProAsocia en la Universidad de Chile, Magister en Administración y Gestión de RRHH, y Doctor en Economía Aplicada

KANTIS, Hugo. Universidad Nacional de General Sarmiento. Especialidades: Entrepreneurship, innovación y desarrollo empresarial. innovador. Diseño y evaluación de programas. Estudios aplicados. Universidad autónoma de Barcelona. WWW.PRODEN.UNRGS.EDU.AR

RAMÍREZ PADILLA, David Noel. Rector del Tecnológico de Monterrey desde el 1 de enero de 2011. En 1967 inició sus estudios profesionales como alumno becado en el Campus Monterrey del Tecnológico de Monterrey. Debido a su desempeño académico, en 1972 recibió el título de Contador Público con mención honorífica de excelencia. Posteriormente, en 1974 obtuvo el grado de Maestría en Administración con especialidad en Finanzas con mención honorífica por parte del mismo Tecnológico de Monterey.

CABELLO GARZA, Mario A. Tecnológico de Monterrey. Departamento Académico de Contabilidad. **Estudios:** Maestro en Ciencias con especialidad en Sistemas de Información (Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey). Maestro en Ingeniería con especialidad en Investigación de Operaciones (Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey). Contador Público (Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey). **Contacto:** +52(81) 8358-2000 Ext.4315. mcabello@it esm.mx.

ROSTOW, Walt Whitman. (Nueva York, 1916 - 2003) Economista e historiador estadounidense. Profesor de economía e historia en el Instituto Tecnológico de Massachusetts y en la Universidad de Texas, fue asesor del presidente Kennedy y consejero especial de su sucesor, Lyndon Johnson. En su obra Las etapas del crecimiento económico (1960) expone las cinco fases por las que deben pasar todas las economías en su desarrollo: la sociedad tradicional, las condiciones previas al despegue (preconditions), el despegue (take off), el proceso hacia la madurez y la era del consumo en masa.