

Teoría del emprendimiento: aproximación desde un estudio de casos en la ciudad de Yopal, Colombia

Silvia Patricia Barrera Malpica*

PALABRAS CLAVE

emprendimiento, organización, Yopal, empresario

KEY WORDS

entrepreneurship, organization, Yopal, businessman

Resumen

El emprendimiento es una actividad fundamental para el crecimiento y progreso de las naciones. Su estudio permite conocer los rasgos de aquellos individuos que han logrado crear una organización y mantenerla en el mercado. El método de estudio de casos es una excelente herramienta para obtener

información de tipo cualitativo en campos de ciencias sociales como el emprendimiento. Con la información recopilada con empresarios de la ciudad de Yopal, se proponen diversas variables que han guiado la toma de decisiones y han determinado que las organizaciones sean líderes en su sector.

Abstract

Entrepreneurship is an essential activity for the nation's growing and progress. The investigation about entrepreneurship let's know the entrepreneur's features, because they have achieved create an organization and keep it in the market. The case studies methodology

is an excellent tool to obtain qualitative information in the social sciences, such entrepreneurship. The information collected with Yopal's entrepreneurs, the author proposes some decision making variables to the exit of their organizations.

* Administradora Industrial. Especialista en Gerencia Financiera. Magíster en Administración (c). Docente tiempo completo de UNISANGIL, sede Yopal, en las áreas: Teoría de la Organización, Preparación y Evaluación de Proyectos, Finanzas Empresariales y Matemática Financiera. sbarrera@unisangil.edu.co

† Llaneros al atardecer. (Fotografía de Otoniel Castañeda).



Introducción

El emprendimiento es un campo que ha despertado un amplio interés en las últimas décadas. Se considera que su conocimiento y la masificación de sus conceptos permitirán que el número de empresas que se crean y se mantienen en el mercado vaya en aumento. El incremento en el número de empresarios contribuirá con la generación de empleo, la dinamización de la economía y el progreso del país. Desde un estudio de casos, la autora espera encontrar aspectos que no se han tratado en otros estudios sobre el tema, analizando a los creadores de empresas reconocidas de Yopal, la capital del departamento de Casanare.

¿Por qué el emprendimiento?

La creación de nuevas empresas es una fuerza crítica que conduce al crecimiento económico, crea cientos de miles de trabajos, mejora los ingresos estatales y locales por concepto de impuestos, impulsa las exportaciones y, generalmente, incrementa la productividad nacional (Low y MacMillan, 1988). Esta es la razón fundamental por la que el emprendimiento es un interesante campo de investigación.

Si el incremento en la creación de empresas mejora la productividad nacional, se puede inferir que el progreso de los países va

a ser mayor. Caminando unos pasos más adelante, ampliando el campo del emprendimiento, si una empresa supera la etapa de introducción en el mercado, si logra alcanzar el crecimiento y la madurez, va a determinar el futuro de una nación. El individuo que en alguna etapa fue un emprendedor, se convierte en un empresario y los factores que determinan su permanencia en el mercado pueden ser incontables. Entonces, el estudio de las motivaciones del emprendedor y de las estrategias que implementa en la toma de decisiones, emergen construyendo la sociedad y mejorando la calidad de vida de cientos de personas. Los emprendedores mueven el mundo.

Esta investigación adelanta estudios en el campo del emprendimiento con empresarios ubicados en el departamento del Casanare. Pero para que un estudio en el campo de las ciencias sociales sea útil, debe tener un marco conceptual que explique y prediga un grupo de fenómenos empíricos no explicados o prediga marcos conceptuales ya existentes en otros campos (Shane y Venkataram, 2000).

Entonces, partiendo de las investigaciones realizadas a la fecha respecto al emprendimiento, se busca crear un marco que permita describir a los empresarios y sus procesos de toma de decisiones; y se intentará que, a través de la investigación realizada por medio del estudio de

casos, se contribuya con el avance en el campo del emprendimiento.

Descubriendo y definiendo al emprendedor

A lo largo de la historia empresarial, han existido organizaciones que sobresalen en el desarrollo de su actividad, logrando crecimiento gracias a sus productos y servicios de calidad. Estas organizaciones, en muchas ocasiones, han sido creadas por visionarios que no contaban con conocimientos teóricos en el área administrativa, de mercadeo o financiera.

La historia de vida de esos empresarios que establecieron una organización, su carácter y la influencia del entorno en el desarrollo de dicha actividad, reúnen información supremamente valiosa para el análisis del ambiente empresarial. Dicha información ha sido analizada en el marco de la teoría del emprendedor por diversos autores, enfocando el análisis en organizaciones en países desarrollados. Los enunciados de estos autores se encaminan a definir quién es un emprendedor, a demarcar las

corte neoclásico), o a la mayor dificultad de obtención de datos de variables no fácilmente observables y cuantificables, caracterizadoras de la figura del empresario (Baumol, 1993 citado por Tabuenca, Crespo, Martí & Crecente, 2008, p. 52).

En la ciudad de Yopal, capital del departamento de Casanare, se han creado organizaciones que tienen éxito en el desarrollo de su objeto social, son líderes a nivel regional y algunas a nivel nacional (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2008). Las historias empresariales de estas organizaciones no han sido documentadas ni se ha realizado un análisis de los creadores, de la forma en que iniciaron sus empresas, sus características personales, ni de la forma en que toman decisiones.

En los últimos años, el *entrepreneurship* ha pasado a ser un tema de gran interés para académicos y directivos, al ser considerado como un factor clave de generación de crecimiento económico (Veciana, 1999 citado por Villar, Toral & Puig, 2006); por esta razón, es impulsado ampliamente por las instituciones educativas. En Colombia, el SENA, las universidades e institutos tecnológicos propenden por el apoyo técnico y financiero a proyectos emprendedores, los cuales son avalados normalmente mediante planes de negocio.

Richard Cantillon, en su *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*, el cual fue publicado en forma póstuma en el año 1755, fue quien introdujo el término *entrepreneur* en la literatura, y fue el primero en considerar su papel dentro de la economía (Tarapuez & Botero, 2007).

Bygrave y Hofer (1991) definen el proceso de creación de empresas como un conjunto de actividades y acciones asociadas con la percepción de oportunidades de negocio y la creación de organizaciones para buscarlas. Para Gartner (1988), el emprendedor es "quien crea organizaciones" (p. 62). Aunque existen muchas definiciones sobre el *entrepreneurship* en la literatura, el elemento común entre todas es la visión de una oportunidad de negocio donde los demás no la perciben (Villar et al., 2006).

Aunque existen muchas definiciones sobre el entrepreneurship en la literatura, el elemento común entre todas es la visión de una oportunidad de negocio donde los demás no la perciben

actividades que ejecutan al interior de sus organizaciones y el proceso de toma de decisiones, analizando, además, las ocasiones en las cuales el empresario es a la vez propietario y administrador.

Sin embargo, tradicionalmente, en el análisis económico de la actividad empresarial se ha puesto mayor énfasis en el conocimiento de la empresa y sus resultados, que en las características y papel del empresario. Ello ha sido debido a las hipótesis de partida del modelo utilizado (de

Cómo conocer al emprendedor

Para la ejecución del trabajo, se realizó una investigación cualitativa de tipo exploratorio-descriptivo mediante el método de estudio de caso.

El método de estudio de caso es una herramienta valiosa de investigación, y su mayor fortaleza radica en que a través del mismo se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado, mientras que los métodos cuantitativos sólo se centran en información verbal obtenida a través de encuestas por cuestionarios, además, ha sido una forma esencial de investigación en las ciencias sociales y en la dirección de empresas (Yin, 1989 citado por Martínez, 2006, p. 167).

No es conveniente determinar el tamaño de la muestra en los estudios de caso mediante selección al azar de la población, tal como lo menciona Eisenhardt (1989). En vez de esto, sugiere tomar casos específicos con características extremas y que permitan replicar la teoría emergente.

Según Martínez (2006), "en el estudio de caso no se selecciona una muestra representativa de una población sino una muestra teórica" (p. 183). El tamaño de la muestra para el presente trabajo de investigación es de seis empresarios, quienes fueron seleccionados consultando diversas fuentes de información con el objetivo de encontrar las empresas más representativas en cada campo.

Esta muestra parte de los constructos propuestos por Eisenhardt (1989), quien sugiere tomar entre cuatro y diez casos para este tipo de investigaciones, afirmando: "Mientras no existe un número ideal de casos, con un rango entre cuatro y diez casos se trabaja bien. Con menos de cuatro casos, es difícil generar teoría con mucha complejidad, y es empíricamente inconveniente" (p. 545).

Empresarios seleccionados

Los parámetros para la selección de las empresas fueron:

1. Trayectoria y reconocimiento en el mercado regional y/o nacional.
2. Más de 5 años de creación.
3. Interés de compartir su historia para su divulgación.
4. Empresarios reconocidos por honestidad y responsabilidad social.
5. Provisión de productos o servicios que aportan al desarrollo económico y social al departamento.

Luego de un proceso de selección, y de acuerdo a la disponibilidad de los empresarios, se seleccionaron los que se nombran a continuación:

- Rafael Falck, de FALCK SERVICES LTDA; se dedica al servicio de hotelería industrial y alquiler de campamentos.
- Rosa Margarita Serrano, de ARROZ CASANARE; su objeto es el procesamiento y comercialización de arroz.
- Luis Germán Camargo, de LA MAMONA S.A.S, cuyo objeto es el servicio de restaurante, eventos y alimentos procesados.
- Adolfo Durán, de DUFLO S.A.; la empresa se dedica al suministro de alimentación y administración hotelera.
- Otoniel Castañeda, de la CORPORACIÓN EL GRAN LLANERAZO; su objeto es el turismo, la producción de televisión y la organización de eventos culturales y recreativos.

El estudio de las motivaciones del emprendedor y de las estrategias que implementa en la toma de decisiones, emergen construyendo la sociedad y mejorando la calidad de vida de cientos de personas

Los empresarios desarrollan competencias especiales, que deben ser reforzadas en los planes académicos de colegios y universidades

Las preguntas centrales que guiaron la investigación fueron:

1. ¿Por qué los empresarios crearon su organización?
2. ¿Cómo crearon los empresarios su organización?
3. ¿Cómo influyó el entorno y la formación de los empresarios en la creación de su organización?
4. ¿Por qué crecieron las organizaciones de los empresarios?

Se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con cada uno de los empresarios, en citas independientes. A partir de la información recopilada en cada entrevista, se procedió a organizar y analizar los datos. A partir de estos, se detectaron ciertas determinantes que enmarcan a los empresarios analizados.

Hallazgos en el campo del emprendimiento

Determinantes de un emprendedor

- **Necesidad de autosostenimiento:** una variable tan básica como es encontrar una fuente de ingresos para el sostenimiento propio y el de una familia, indudablemente mueve a una persona a encontrar formas creativas de "buscar dinero".
- **Incumplimiento de condiciones del sistema laboral:** el sistema laboral requiere que el individuo cuente con cierta capacitación y que acepte todas las condiciones del empleador. Si la persona no cumple con esas dos condiciones, no creará una relación laboral; entonces, se presionará a sí mismo a emprender un proyecto laboral personal.
- **Habilidad para comunicarse eficazmente:** un emprendedor usualmente no cuenta con los recursos físicos o financieros para la creación de su organización, pero logra transmitir sus ideas con total claridad y a las personas adecuadas. De esta manera, logra vincular y comprometer personas con su organización, así como obtener los recursos físicos y financieros para el desarrollo de la misma.
- **Aplicación de experiencia o conocimientos previos:** al iniciar el proyecto de una nueva empresa, el emprendedor se basa en la experiencia y/o conocimientos con los que ya cuenta. Raramente, un individuo creará una organización de la cual no tenga nociones acerca de su operación, proveedores, materia prima, clientes potenciales.
- **Esfuerzo y sacrificio:** la mayor determinante para que un individuo se convierta en empresario es el esfuerzo que se debe realizar para que una organización salga adelante. El empresario sacrifica "con gusto" horas de sueño, horas destinadas a las comidas, días de descanso, reuniones familiares, etc. El trabajo físico y mental que exige la dirección de una empresa no tiene horarios ni límites.
- **Alto sentido de responsabilidad:** el empresario tiene bajo su responsabilidad la dirección de la organización; esto es: pagos a proveedores, obligaciones financieras, compra de insumos, manejo del talento humano; pero además de esto, sus decisiones determinan el sustento de su propia familia y el de las familias de todos sus colaboradores.
- **Calidad en productos y servicios:** el empresario se esfuerza por "hacer las cosas bien". La calidad se resume en esa frase, clave distintiva de un empresario exitoso, quien se esfuerza por que todas las áreas de la organización cumplan eficazmente con sus funciones y superen las expectativas de los clientes.
- **Aprendizaje y cambio continuo:** la mejora y el cambio constante son determinantes en un empresario. Dentro de las prioridades del empresario está el aprendizaje continuo, tanto personal como de la organización. Las empresas que se mantienen en el mercado son aquellas en las cuales la innovación es

constante, evolucionan con el transcurso del tiempo y esto es gracias a que su líder también es así.

- **Fe y confianza:** el empresario siempre va a poseer una fe y confianza más fuertes que cualquier persona de su organización. Fe y confianza en sí mismo, en su empresa, en el mercado, o si se quiere, en una Fuerza Superior. Este pensamiento le permite continuar adelante en los momentos de crisis y mantener la mansedumbre para tomar decisiones en momentos difíciles, así como la fuerza para cumplir sus metas.

Conclusiones

Una de las conclusiones importantes de la investigación es que los empresarios desarrollan competencias especiales, que deben ser reforzadas en los planes académicos de colegios y universidades que buscan promover la mentalidad empresarial, así como el fomento de la creación de empresas.

El estudio permitió hallar información muy valiosa para el análisis empresarial, entendiendo los pasos que siguió cada empresario para lograr el crecimiento de su organización.

Para conocer los resultados completos del estudio se invita al lector a conocer el contenido del libro *Ideas Empresariales*, que UNISANGIL publicará en el segundo semestre del 2011.

Referencias

- Bygrave, W. & Hofer, C. (1991). Theorising about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(2), 3-22. Consultado el 10 de mayo de 2010 en EBSCOhost.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2008). *Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento del Casanare*. Bogotá D.C.: Departamento de Documentación y Editorial Banco de la República.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review* 14(4), 532-550. Consultado el 10 de mayo de 2010 en EBSCOhost.
- Gartner, W. (1988). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12, 11-32.
- Low, M. & MacMillan, B. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión*, 20, 165-193.
- Shane, S. y Venkataram, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Tabuenca, A., Crespo, J., Martí, F. & Crecente, F. (2008). Emprendedores y empresas en España. Un enfoque ecléctico. *Economía Industrial*, 367, 51-65.
- Tarapuez, E. & Botero, J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 39-63.
- Villar, C., Toral, D. & Puig, F. (2006, octubre). *Corporate Entrepreneurship en Sectores Maduros: Un análisis de la Industria Europea*. Ponencia presentada en el II Congreso Internacional y X Seminario Iberoamericano MOTIVA. Valencia, España.