

CARACTERÍSTICAS DEL CREADOR DE PEQUEÑA EMPRESA EN MANIZALES

GREGORIO CALDERÓN HERNÁNDEZ *

INTRODUCCIÓN

Manizales, al igual que muchas otras en el país, es una ciudad de pequeñas empresas, las cuales casi siempre son analizadas con parámetros que no corresponden a su tamaño, estructura, idiosincracia o características culturales.

Cómo se generan estas pequeñas unidades productivas es una cuestión que interesa a las diversas instancias impulsoras del desarrollo empresarial : entidades de fomento, instituciones formadores de futuros empresarios, financiadores de proyectos de generación de empresas y potenciales empresarios.

El evento de creación de empresa no es algo espontáneo y natural sino que está mediado por condiciones del entorno, por circunstancias socioeconómicas del medio, por características psicológicas y situacionales del emprendedor y por factores económicos que lo facilitan o entorpecen. Su conocimiento y caracterización podrían hacer más eficaces los esfuerzos para apoyar e impulsar su gestación y desarrollo.

Lo anterior motiva el presente artículo el cual se elabora con base en la investigación *Las características del creador de empresas manizaleño* enmarcada dentro de la línea de investigación La Administración y el Administrador de Empresas en Colombia y que se efectuó con el apoyo del programa de Desarrollo Empresarial

* Profesor Universidad Nacional de Colombia - Sede Manizales

del SENA; el trabajo fue dirigido por quien escribe este artículo y realizado por las Administradoras de Empresas Martha Isabel Cairasco y Dulgenia Cano.

El trabajo de campo se realizó en el año 1995; se asumió como objeto de estudio el creador de pequeña empresa, entendiendo por tal aquella con menos de 40 trabajadores en el momento de su creación y con algún nivel de consolidación al efectuar la investigación: que estuviera registrada en la Cámara de Comercio y que estuviera operando normalmente.

La Muestra seleccionada correspondió a 46 creadores de empresa y la aproximación al objeto de estudio se hizo mediante encuesta estructurada y confrontada entre los investigadores y los creadores.

CONSIDERACIONES CONCEPTUALES BÁSICAS

El estudio tiene una fundamentación básica en la teoría de Alberto Shapero (Citado por Varela, 1991) quien considera que en el proceso de formación de empresas intervienen por lo menos cuatro tipos de variables.

La variable situacional: conformada por una serie de fuerzas que obligan a la persona a cambiar su trayectoria de vida, por ejemplo quedar desempleado, emigrar a otro sitio, tener un bajo nivel de ingreso, terminar estudios; la invitación de un socio o de un inversionista, la presión de la familia o la solicitud expresa de un cliente necesitado de un producto o servicio.

Variable psicológica: que lleva al individuo a tomar la iniciativa con respecto a su futuro, por la convicción que tiene de que es capaz de modificar y afectar los eventos y el mundo que lo rodea. Son las personas con autonomía e independencia o autosuficiencia, con motivación al logro, factores normalmente ligados a valores culturales y que constituyen algunas de las características del creador de empresas.

Variable socio-psicológica: o de credibilidad en la acción, esto es, seguridad de que podrá empezar y operar una nueva organización; hacen parte de ellas el efecto demostración y la identificación con sus pares en lo cual inciden los modelos en la familia, los amigos, los compañeros de trabajo o el grupo social.

Variable económica: el futuro empresario debe tener habilidad para identificar fuentes de recursos y su negociación.

En esencia el proceso empresarial comprende tres elementos: el cambio de trayectoria de vida por factores que determinan los desplazamientos influido por variables situacionales, la percepción de conveniencia influido por valores del medio la formación y las experiencias personales, etc. y por último la percepción de factibilidad, relacionada con disponibilidad de recursos, existencia de proyectos, de socios o de fuentes financieras.

En cuanto al concepto de empresario, el aportado por Varela puede sintetizar los elementos fundamentales a considerar:

“El empresario es la persona o conjunto de personas que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor incremental para la economía genera trabajo para él y muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo el empresario invierte dinero, tiempo y conocimientos y participa activamente en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos y su prestigio personal, pero buscando recompensas monetarias y personales.” (1991)

Es pertinente recordar que empresario no es lo mismo que inversionista o gerente. Muchas veces las políticas gubernamentales se orientan a motivar a inversionistas que generen empresas grandes, por su capacidad de crear empleo, pero la realidad es que en un medio con las condiciones actuales del país y la región esto no es lo más común y el empleo se genera en gran proporción por las empresas pequeñas y medianas.

El empresario es quien integra los recursos, es un operador de la tecnología, da vida a la innovación, es un aprovechador de oportunidades y maximizador de ellas, fuente de inspiración de la nueva empresa, creador de riqueza. Una condición de desarrollo es la capacidad que se tenga para detectar oportunidades y aprovecharlas e incluso buscarle alternativas innovadoras.

El empresario requiere ciertos atributos empresariales que pueden ser adquiridos y comportamientos que pueden aprenderse. El espíritu y la mentalidad empresarial implican la posibilidad de aprovechar esas oportunidades, actitud positiva ante el cambio, motivación frente al logro, deseo de autonomía e independencia, superación y progreso, capacidad de asumir riesgos.

El desarrollo económico está ligado a la creación de riqueza y ésta se encuentra unida a la actividad empresarial. El entorno es determinante para el desarrollo de la actividad empresarial: se requiere de apertura social y cultural para que la comunidad acepte y reconozca al empresario, además políticas gubernamentales que motiven la inversión, reduzcan las cargas tributarias, faciliten los procesos burocráticos, así mismo infraestructura científico tecnológica para formar los recursos humanos, fabricar prototipos y adelantar investigación aplicada, y por último sistema financiero que esté dispuesto apoyar al emprendedor con capital de riesgo, financiación de estudios y proyectos y crédito para el nuevo empresario.

CARACTERIZACIÓN DEL CREADOR DE PEQUEÑA EMPRESA EN MANIZALES

El creador de pequeña empresa en la ciudad normalmente inicia con unidades productivas de menos de 5 trabajadores, pero una vez estabilizada y superada la primera crisis de crecimiento se puede llegar a empresas con un promedio de 13 trabajadores. En un comienzo su portafolio de servicios es restringido a 3 o 4 productos o servicios pero llega a alcanzar un promedio de 16 productos.

La dinámica de las empresas de la muestra puede observarse en los siguientes indicadores, anotando que por tener diferentes años-base no puede tomarse como índice de crecimiento sino tan sólo de tendencia.

Indicadores (Promedios)	Inicial	Actual
No. Trabajadores	3	13
No. productos	4	16
No. clientes	4	23
No. máquinas o equipos	1	7
Activos (miles de pesos)	1.992.5	38.831.7

Fuente : Encuesta a empresarios

Entre las empresas creadas hay variedad de actividades, pero prevalecen aquellas que demandan poca inversión y tecnología, en su orden : sector comercio (52.1% de la muestra) tales como almacenes, librerías, ferreterías, papelerías, depósitos y distribuciones, sector servicios (37.0%) representadas en turismo, transporte, floristerías, hoteles y restaurantes y en menor proporción el sector industrial (10.9%), especialmente confección, fabricación de muebles, marroquinerías y tipografías.

El creador Manizaleño de pequeña empresa es relativamente joven (el 89% tenía entre 20 y 40 años en el momento en que creó su empresa y el 52% era menor de 30 años); la mayor proporción son hombres, casados y con buen nivel académico (la mitad de los encuestados tenía título profesional).

Las profesiones que están relacionadas con las áreas administrativas son las que más aportan profesionales creadores de empresa; se espera que esta tendencia se acentúe pues en los cambios curriculares que han tenido algunos programas en los últimos dos años se ha hecho énfasis en aspectos tales como mentalidad y espíritu empresarial, así como un mayor acercamiento de las carreras al sector productivo.

El 54% de los creadores provienen de fuera de Manizales, lo cual ratifica lo expresado en algunos estudios sobre las características emprendedoras del inmigrante así como la receptividad de la ciudad.

En el momento de crear la empresa el 83% estaban laborando bien como asalariados (52%), bien como trabajador independiente (31%); esto contradice la idea que los potenciales creadores de empresa son los desempleados (tan solo uno lo era cuando se decidió a crear su organización).

Es pertinente considerar que estas actividades productivas antes de fundar su propia empresa, se constituyeron en hechos motivadores para la búsqueda de una actividad independiente. En qué se habían desempeñado: ventas, docencia, finca raíz, trabajador en cargos administrativos o bien había sido contratista o comerciante.

MOTIVACIONES DEL CREADOR DE EMPRESAS

La primera condición para el creador en concepto de ellos mismos no es, como pudiera pensarse, el dinero; anteponen a ello el espíritu empresarial, pero todos han considerado importante iniciar su negocio con una proporción de recursos propios, recurriendo en segunda instancia al crédito bancario; pocos recurren al aporte de familiares para ello. Hay que recordar que todos han tenido un recorrido por el mundo productivo sea como empleados o como independientes.

Los factores motivadores de primer orden para crear la empresa son el deseo de independencia medidos tanto en el aspecto económico como en la autonomía personal de acción y decisión; en esta misma categoría manifestaron que resultó motivador la identificación de oportunidades.

En una segunda categoría está la influencia del ambiente cercano, la familia y los amigos que modelan y refuerzan conductas orientadas a la creación de empresas. El 57% de ellos tenían familiares empresarios.

En un proceso de autopercepción consideran que los rasgos de su personalidad que les facilitó el ser creadores son la responsabilidad, la constancia, la independencia y la decisión. Sus mayores logros como empresarios: el posicionamiento social, el crecimiento y la estabilidad económica, logros que relacionan con la honradez, la personalidad y la experiencia; no valoran en esta primera categoría el estudio.

Consideran que las señales de éxito del empresario son en su orden: posicionamiento en el mercado, utilidades, imagen de calidad y logros personales. Tienen en un alto concepto el rol del empresario en cuanto lo consideran el gestor de desarrollo para el país, pues son generadores de riqueza, de empleo y fuente de la productividad nacional.

LA GESTIÓN EMPRESARIAL

En su gestión consideran cuatro actividades muy importantes: las ventas, la gestión, el personal y la investigación de mercados; la herramienta más utilizada para su análisis gerencial son los estados financieros y al momento de planear

piensan en primera instancia en el cliente, en segundo lugar en los proveedores y por último en la competencia.

Las expectativas para los próximos cinco años en la vida empresarial son: crecimiento como factor básico, productividad y eficiencia, posicionamiento, éxito y supervivencia como factores intermedios y son poco expectantes frente a la generación de empleo, la estabilidad económica, el bienestar personal y social y la rentabilidad.

Sin duda que el emprendedor debe asumir riesgos, lo cual no significa aventurarse (aunque el 56% de los encuestados dicen hacerlo); es ante todo un comportamiento racional de búsqueda de información y consulta de expertos para reducir la incertidumbre, aunque un porcentaje significativo (83%) afirma guiarse por la intuición y la experiencia. Es importante mencionar que un 33% de los creadores de empresa reconoce que no evalúa la posibilidad de fracaso.

Consideran que las políticas gubernamentales y el crédito de fomento no son factores que favorecen la creación de empresas en la región; incide más el desarrollo económico y tecnológico en la zona.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Las entidades formadoras y de fomento para la creación de empresas, podrían considerar algunos elementos para orientar sus programas. Entre ellos:

- La política de fomento no solamente debe orientarse a la creación de la empresa sino también a su estabilización y supervivencia, pues las crisis iniciales suelen ser fatales para la nueva empresa.
- Los clientes potenciales para sus programas no deben buscarlos entre los desempleados, bachilleres o profesionales recién egresados, pues es más probable encontrarlos en personas empleadas con deseo de independencia o en trabajadores independientes que buscan perspectivas más halagadoras.
- Uno de los buenos servicios que deben ofrecer al futuro empresario es la elaboración de bancos de oportunidades empresariales, pues por falta de esta información se orientan a actividades tradicionales generalmente muy competidas.
- Parece lógico impulsar la creación de pequeñas unidades productivas y establecer programas que los apoyen en los primeros años en los cuales se presentan las denominadas crisis de crecimiento.
- Los cursos de espíritu y mentalidad empresarial que se dictan en las Universidades no deben pretender que el candidato termine con la empresa funcionando, pues el fruto se verá años más tarde entre los participantes.

- Algunos tópicos que deben contener los programas: investigación de mercados, análisis estratégicos que permitan la visualización de oportunidades y amenazas del entorno y de la competencia. Una vez se ha avanzado en el proceso el empresario requiere: servicio al cliente, ventas, gestión gerencial, manejo financiero, gestión tecnológica y organización de la producción.
- Se debe integrar el desarrollo de proyectos con el desarrollo integral de empresarios.

BIBLIOGRAFÍA

ECHEVERRI, José Fernando. *Perfil del Empresario Manizaleño*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia, 1992

GAITAN, Roberto. *Perfil del Empresario Creador de Empresas*. Bogotá. SENA, 1986.

KENNET, Albert. *Cómo iniciar su propio negocio*. McGraw Hill, 1987

RONSTADT, Robert. *El Ser y el Hacer Empresarial: sus mitos y perspectiva empresarial*. Massachussetts, 1984.

SENA. *Documentos de Referencia del Manual FACE*. Bogotá, 1993.

SERNA, Humberto. *La gestión empresarial*. Santafé de Bogotá: Legis, 1993.

SILVA, Jorge Enrique. *El perfil del empresario: como iniciar su propio negocio*. Bucaramanga: Universidad Autónoma, 1988.

VARELA, Rodrigo. *Innovación Empresarial, un Nuevo Enfoque de Desarrollo*. ICESI. Cali, 1991.