

**“ANALISIS DE LAS CONDICIONES DEL EMPRENDIMIENTO
EN EL MUNICIPIO DE FLORIDA VALLE”**

**ALBA FIGUEROA SALAZAR
CODIGO 0245451**

**Trabajo de grado presentado como requisito
para optar al título de
Administradora de Empresas**

**Asesor: ALVARO CUADROS
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PALMIRA 2010**

Nota de Aceptación

Este trabajo de grado fue aprobado por el asesor y jurado asignados por la universidad de acuerdo al cumplimiento y los requisitos establecidos para optar al título de Administradora de Empresa

**Ingeniero Álvaro Cuadros
Presidente del Jurado**

**Álvaro Garcés
Jurado**

**Manuel Salazar
Jurado**

Palmira, Enero 26 de 2010

DEDICATORIA

A Dios pilar fundamental de mi vida

A mi familia que los amo con todo mi corazón.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la vida y la capacidad necesaria para iniciar y culminar mis estudios.

A mi familia por su apoyo y amor Incondicional, a mis amig@s que siempre me brindaron su ayuda.

A los profesores Víctor Mondragón y Álvaro Cuadros por brindarme las bases y la guía para el desarrollo del presente trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
0. INTRODUCCIÓN	11
1. ANTECEDENTES.....	12
2. JUSTIFICACION	19
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
3.1 DELIMITACION DEL PROBLEMA	22
3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	23
3.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	23
4. OBJETIVO GENERAL	24
4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS	24
5. METODOLOGIA.....	25
5.1 TIPO DE ESTUDIO	25
5.2 MÉTODO	25
5.2.1 Encuesta.....	26
5.2.2 Entrevista.....	27
5.2.3 Muestra.....	27
6. MARCO DE REFERENCIA	30
6.1 MARCO TEORICO.....	30
6.2 MARCO CONCEPTUAL.....	42
6.3 MARCO CONTEXTUAL	43
6.4 MARCO LEGAL	44
7. ANALISIS DEL PERFIL DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE FLORIDA	50
8. ANALISIS DEL SECTOR	56
8.1 CONDICIONES DEL SECTOR	56

8.2 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR	63
9. PROMOCION DE PROGRAMAS PARA LA FORMACION DE UNA CULTURA EMPRENDEDORA	70
9.1 LEY 905 DE 2004. LEY MIPYME.....	70
9.2 LEY 789 DE 2002.	72
9.3 LEY 1014 DE 2006. LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO	74
9.4 LEY 1286 DE 2009. LEY DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA	74
9.5. REDES NACIONALES DE EMPRENDIMIENTO.....	76
9.6 CAMARAS DE COMERCIO	77
10. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	82
10.1 CARACTERISTICAS DEL PERFIL	82
10.2 CARACTERISTICAS DEL ENTORNO	85
10.3 INCENTIVOS Y APOYOS GUBERNAMENTALES	88
11. CONCLUSIONES	91
12. RECOMENDACIONES.....	93
BIBLIOGRAFIA.....	95
ANEXOS.....	98

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Grafica 1. Relación edad y género	50
Grafica 2. Relación Origen de los comerciantes con el nivel de escolaridad	51
Grafica 3. Nivel de estudios y permanencia en el mercado de los negocios	52
Grafica 4. Trayectoria de los comerciantes y negocios que han establecido	53
Grafica 5. Clasificación de actividades Municipio de Florida Valle	65
Grafica 6. Clasificación por actividad económica para microempresas en la jurisdicción de Palmira para el año 2007	65
Grafica 7. Número de empleos generados según la actividad desempeñada	66
Grafica 8. Volumen de ventas en relación a la inversión realizada.	67

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Análisis empresarial Florida, Pradera	23
Cuadro 2. Muestra población finita	28
Grafica 3. Aspectos generales de las leyes para la creación de empresas en Colombia	46

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Formato de la encuesta realizada a la muestra de Comerciantes de Florida.	98
Anexo 2. Formato de entrevista.	99
Anexo 3. Graficación de los resultados de las encuestas.	100
Anexo 4. Relación de comerciantes ubicados en el sector escogido.	107

RESUMEN

La presente investigación se realizó en el Municipio de Florida Valle del Cauca, tomando como referente de análisis la zona comercial del municipio ubicada en la calle 9 entre carreras 13 y 20.

Las variables analizadas fueron las características de los negociantes del municipio, con el propósito de conocer el perfil de los emprendedores asentados en esta zona, así como las condiciones en que establecen sus negocios y su influencia en la generación de empleo.

Para tal fin se sustenta en las teorías relacionadas con la evolución del emprendimiento, citando para ello algunos exponentes como Albert Shapero, Timmons y Varela entre otros, así mismo se realiza trabajo de campo, empleando para ello la observación y aplicación de una encuesta conformada por 18 preguntas abiertas y cerradas a una muestra de 61 comerciantes.

Este trabajo concluye con los resultados obtenidos que muestran emprendedores concentrados en pequeñas unidades de negocio, que les permite crecer en un mercado pequeño pero con alto nivel de competencia, en un sector que por desconocimiento no se hace uso de los incentivos establecidos por el gobierno local y nacional que les permitiría tener acceso a recursos para financiar proyectos que puedan tener un impacto para el desarrollo económico y social del Municipio.

Palabras Clave: EMPRENDEDOR, NEGOCIANTE, CREACIÓN DE EMPRESAS, APOYOS E INCENTIVOS, DESARROLLO REGIONAL.

0. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un término que como concepto toma fuerza en la actualidad, sin embargo este siempre ha acompañado la evolución del hombre, mostrando su mayor potencial ante la necesidad de superar o mejorar las situaciones económicas que se presentan en la vida de los individuos.

Generalmente este termino está referido a la capacidad que tienen las personas para alcanzar metas u objetivos, así como para iniciar proyectos, planes de negocios que les permitan ser independientes, ser generadores de empleo.

Se hace importante conocer cuales son las condiciones en las que se da el emprendimiento, conocer las características de los individuos que se mueven en un mercado de continuos cambios y de mayores retos, saber su utilidad, ventajas y desventajas, mas cuando se trata de un sector pequeño que presenta una dinámica comercial constante como es el comercio de Florida Valle.

Para el desarrollo del trabajo se citan los principales componentes que requieren los comerciantes del municipio de Florida para la instalación de un negocio en este sector, entre ellos los conceptos de emprendimiento, las estrategias establecidas a nivel local para el fomento y apoyo a creadores de empresas, el marco legal local y nacional para incentivar y apoyar la creación de las mismas.

Se realizan encuestas a una muestra de 61 negociantes para analizar y conocer el perfil y la situación real vivenciada por los emprendedores, las condiciones en que establecen sus negocios y la percepción que tienen para la creación de empresas en este lugar, caracterizado por el creciente establecimiento de locales comerciales y no de empresas que puedan crear impacto en la generación de empleo y del desarrollo de la región.

1. ANTECEDENTES

Hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor y del riesgo, recién a principios de siglo, Joseph Schumpeter en su obra *Teoría del desenvolvimiento Económico* (1912) reconoce al emprendedor como centro del sistema económico y del cambio que es producido por el empresario innovador, así mismo define la función del empresario como *“la reforma o revolución del esquema de producción bien sea explotando una invención o usando una tecnología no tratada para elaborar un nuevo producto”*¹, para este economista la innovación era la razón de ser del *entrepreneur*.

Las generalidades del emprendimiento estaban inicialmente referidas a la capacidad o actitud que tienen las personas para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo o formar una nueva empresa o proyecto, posteriormente fue aplicado para identificar mas que nada a empresarios innovadores o que agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

Con el tiempo este termino toma mayor fuerza e importancia, se ve en el emprendimiento una alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento tratando de convertir al asalariado en empresario, lo anterior teniendo en cuenta que generalmente la oferta de mano de obra crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía y como consecuencia resulta difícil ofrecer empleo a toda la población, especialmente en los países latinoamericanos quienes no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos.

¹ VARELA Rodrigo. Innovación empresarial: un nuevo enfoque de desarrollo. Colombia, Icesi 1998. Pág. 60

De igual manera influye la necesidad que ven las personas cuando quieren lograr una independencia, estabilidad y/o crecimiento económico viendo en el emprendimiento posibilidades de acceder a un mejor nivel de vida.

Estas son algunas de las razones que han llevado a los gobiernos a iniciar programas de apoyo a emprendedores a través de instituciones y entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan el conocimiento suficiente para poder ofertar un producto o un servicio, contribuyendo así con el propósito de crear unidades productivas.

A continuación se presenta brevemente como los gobiernos y otras entidades han contribuido con la evolución de este concepto.

A nivel internacional se crea en 1999 el proyecto The Global Entrepreneurship Monitor - GEM, una red mundial coordinada por el Babson College y London Business School, que enfoca sus investigaciones al tema de creación de empresas en los diferentes países, en sus estudios realizan observaciones puntuales como características y condiciones en que se desenvuelve este tema tanto a nivel de emprendedor como de la región en que se presenta, percepciones, características individuales y regionales, campos de acción, etc.

En Colombia este proyecto se realiza a partir del 2006², liderando este proceso las universidades Javeriana Cali, Icesi, Universidad del Norte y de los Andes, llevando al país a ser parte de los 42 países estudiados hasta ese momento.

El propósito de la investigación GEM se concentró en profundizar el estudio de las variables asociadas al proceso de creación y evolución de las nuevas empresas establecidas en el territorio nacional, obteniendo resultados por medio de

² GEM Colombia: Reporte de resultados Colombia 2007, elaborado en Cali 2008, disponible en: <http://www.gemcolombia.org/doc/GEM%20Colombia07.pdf>

encuestas a través de una muestra estadísticamente significativa, teniendo en cuenta las diferentes fases de desarrollo como es la gestación, sostenibilidad o posible discontinuidad.

Este avance se complementa con el inicio de actividades y programas de “espíritu empresarial”, a nivel nacional el SENA con su programa de Formación y Asesoría a Creadores de Empresa, que busca la promoción de una cultura para la generación de nuevas empresas, en Bogotá con la Escuela de Administración y Negocios (EAN), la Universidad de los Andes y la CUN y en Cali se dio inicialmente con la universidad ICESI.

En el 2007 se presentan los resultados del estudio realizado en Colombia que se llevó a cabo gracias a la financiación del sector privado y gubernamental, en este caso el SENA y Comfenalco Valle, se tiene la convicción de que estos resultados son de *utilidad para contribuir a la formulación de políticas que promuevan y faciliten la creación de empresas exitosas, sostenible y de alto impacto en el país.*

Uno de los indicadores evaluados por el GEM es la “Tasa de creación de nuevas empresas”, arrojando un 23% de empresas que se sostienen por mas de tres meses, ubicando el país entre los primeros países a nivel mundial en la creación de nuevas empresas.

Ejemplo de ello se ve reflejado en los datos arrojados por el Censo Económico Nacional realizado por el DANE, en los años 90 existían en Colombia 948.324 microempresas de menos de 10 trabajadores, representando el 94.7% de las 1.001.398 empresas encuestadas sin incluir el sector primario³, se da un pequeño aporte no solo reflejado en la economía nacional, sino además en la disminución del desempleo del país, las cifras arrojadas no incluyen las PYMES informales, las

³ SENA Virtual: Boletines de emprendimiento, disponible en: <http://www.sena.edu.co>

que normalmente surgen de manera espontánea ante una necesidad u oportunidad que brinda el entorno.

Continuando con los resultados obtenidos en el 2007, se destacan otros aspectos importantes que sirven como base para el desarrollo de la presente investigación, entre ellos se tiene:

- Rango de edades: Se ubica en grupos entre los 25 y 34 años, encontrando un comportamiento similar a nivel global que se ubica en estas mismas edades.
- Motivación: El predominio para llevar a cabo iniciativas empresariales esta representado por el nivel de ingresos esperado y de independencia laboral.
- Genero: Hubo un incremento en la creación de empresas por parte de las mujeres, sin embargo sigue estando por debajo del porcentaje de hombres.
- Mercado: Enfocado a nivel local, se tiene en cuenta en este sentido que Colombia es un país con poca vocación exportadora.

En relación al tema de mercados externos, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo busca promover la vocación exportadora en el país, como consecuencia crea el Proyecto Emprendedores Colombia, Cree en Colombia, Crea Empresa, liderado por la Dirección de promoción y Cultura Empresarial, fomentando un espíritu empresarial que lleve a la constitución de empresas que cumplan con los estándares necesarios para generar impacto a nivel nacional e internacional, siendo innovadoras, creativas y sostenibles⁴.

A este programa tienen acceso todas aquellas personas que hayan obtenido título en el nivel superior, tecnológico o técnico, así como los estudiantes de pregrado, que tengan una idea de negocio viable.

⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Programa Emprendedores Colombia

De este proyecto nace la Corporación Emprendedores Colombia Hecho a Mano – CEC, derivada del IV encuentro del PEC, corporación sin ánimo de lucro que busca agremiar, apoyar y fortalecer a los nuevos emprendedores de diferentes sectores económicos buscando la sostenibilidad y competitividad de los mismos con una política de responsabilidad social, ambiental y de ética profesional.

Los resultados de esta asociatividad iniciada por las empresas Arte Tierradentro Ltda., Ecofakto Ltda. y Natural Exports C.I, se han visto reflejados en la consecución de clientes efectivos y percepción de recursos económicos por parte del Banco Mundial.

En Cali, se da un caso parecido con la Fundación Parque Tecnológico del Software, crea en 1999 y liderada por Orlando Rincón, fundador de Open Systems Ltda, Parquesoft es una incubadora que se crea con el objetivo de generar espacios para emprendedores enfocados al desarrollo de empresas que provean el mercado de productos y servicios en ciencia, tecnología informática y de comunicaciones.

Hasta el momento esta fundación ha sido pionera en el campo informático nacional, que también busca desarrollar proyectos que sean competitivos y que estén dirigidos al mercado global.

Las universidades también juegan un papel importante en la evolución de este concepto en Colombia, en este sentido la Universidad Icesi ha sido pionera en el desarrollo de grupos de investigación, foros y conferencias dirigidos al fomento del emprendimiento, uno de ellos es el grupo de espíritu empresarial⁵ liderado por Rodrigo Varela Villegas, proponiendo procesos de educación empresarial por medio de la formación y preparación de la comunidad, fortaleciendo así el papel en el sistema educativo.

⁵ Pagina Universidad Icesi: Grupos de investigación, disponible en <http://www.icesi.edu.co/investigaciones>

La universidad del Valle por su parte cuenta con el El Programa Institucional “*Emprendedores Univalle*”⁶ creado mediante resolución del Consejo Superior No. 073 de diciembre de 2005, el fin de este programa esta dirigido a fortalecer el potencial emprendedor de los estudiantes de la Univalle, desarrollando desde el nivel educativo habilidades que permitan concebir, planear y poner en marcha nuevas organizaciones.

Este programa realiza asesorías y acompañamiento permanente a los estudiantes hasta consolidar la idea, esto ha sido posible gracias al programa Jóvenes con Empresa que empezó a operar en mayo de 2006.

También presta asesorías a estudiantes que quieran participar al fondo emprender, dando guías y seguimiento en la formulación del plan de negocios, lo anterior con el fin de apoyar iniciativas empresariales dirigidas a la búsqueda de soluciones para la problemática de desempleo que se vive actualmente en el país.

Finalmente se tiene en cuenta el marco normativo Nacional, en este sentido se han desarrollado leyes que buscan fomentar una cultura emprendedora en el país, entre ellas se encuentra la ley 905 de 2004 o Ley Mipyme, creada con el objeto de establecer las condiciones necesarias para la creación de empresas en el territorio nacional.

El Congreso de la República de Colombia expide la Ley 1014⁷ del 26 de enero de 2006, que tiene por objeto promover el espíritu emprendedor en las instituciones educativas del país, impartiendo para ello una cátedra de emprendimiento desde las aulas de clase.

⁶ Pagina de Extensión de la Universidad del Valle: Grupos de investigación, disponible en: <http://extension.univalle.edu.co/emprendedores.php>

⁷ Ministerio de Educación: Ley de emprendimiento 1014 de 2006

Recientemente se modifica la ley 29 de 1990 dirigida al fomento de investigación científica y desarrollo tecnológico, promocionando empresas basadas en innovación y con valor agregado a los productos y servicios de la industria nacional.

Se resalta así la importancia que toma actualmente este tema para la formación de una cultura de emprendimiento y como las instituciones publicas y privadas buscan aportar herramientas que permitan el desarrollo de nuevas unidades productivas de negocio.

2. JUSTIFICACION

El gobierno del Municipio de Florida ve como una de las necesidades más apremiantes la generación de empleo, ya que la falta de este no ha permitido un buen nivel de crecimiento económico, por tanto se presenta una limitada capacidad de satisfacción de necesidades básicas en la parte urbana y rural.

Esta situación amplía el rango de población con ingresos que no alcanzan el mínimo vital, acompañado de un capital cultural y escolar deficiente⁸ para una población que cuenta con aproximadamente 54.426⁹ habitantes.

Por otra parte no se cuenta con empresas a su alrededor que puedan satisfacer la demanda de empleo, en un sector que además se ha caracterizado por la industria azucarera que para el 2008 reportó aproximadamente 8.858 empleos¹⁰, desempeñando principalmente labores de campo, corte y servicios de transporte.

Esta realidad conlleva al establecimiento de unidades productivas como una salida ante la necesidad de subsistencia de algunas personas, teniendo como consecuencia la concepción de crear empresas, este factor esta influido en gran medida por la visión que tienen los emprendedores, su formación, sus percepciones y las motivaciones que los llevan a tomar el riesgo de crear un negocios.

Este municipio no escapa a esta realidad, sus pobladores a través del tiempo han visto oportunidades de negocio buscando un desarrollo comercial que constituye fuentes de ingreso no solo para los dueños de negocio del municipio sino para

⁸ Datos tomados del Plan de Desarrollo Florida 2008-2011

⁹ DANE. Proyecciones Censales 2005-2011.

¹⁰ Datos extraídos de los reportes de Responsabilidad y Desarrollo social del ingenio Incauca y Río Paila.

población en general ya que estos pueden ofertar entre 1 y 3 empleos en actividades diferentes a las azucareras.

Se fundamenta este estudio en la necesidad de determinar cual es el perfil de los comerciantes de este municipio, para analizar así la dinámica que se encuentra detrás de ese proceso comercial y como este contribuye con población y la generación de empleo.

Así mismo se crea la necesidad de desarrollar esta clase de investigaciones en poblaciones pequeñas, para que a partir de este estudio se pueda aplicar a otras con características similares, teniendo en cuenta que normalmente estas se desenvuelven en poblaciones grandes y que presentan mayor nivel de desarrollo.

Para finalizar, este trabajo contribuye al aval del emprendimiento desde una perspectiva micro, generando un impacto de responsabilidad económica y social.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las PYMES constituyen una de las principales fuentes de empleo evidenciando con ello su importancia tanto económica como social, sin embargo, existen factores que limitan el crecimiento y estabilidad, entre estos la falta de una planeación adecuada donde no se han teniendo en cuenta aspectos del sector escogido como: mercado, percepción y gustos de los clientes, políticas sociales, económicas etc.

Así mismo es relevante el papel que juega el emprendedor, sus factores psicológicos, sociales, culturales y económicos que posee así como su experiencia, conocimiento y motivaciones, los cuales influyen en la estabilidad y crecimiento del negocio.

En Florida a través del tiempo se han establecido negocios que tratan de satisfacer las diferentes necesidades básicas de los habitantes, no solo del municipio, sino también de los corregimientos aledaños.

Según datos entregados por la cámara de comercio de Florida en los últimos 5 años se han matriculado 813 establecimientos de comercio¹¹, entre los que se tienen: supermercados, restaurantes, tiendas de ropa, calzado, y accesorios, venta de insumos agrícolas, implementos plásticos, elementos para el hogar, discotecas, servicios de asesoría, implementos para la construcción... etc.

Estos establecimientos han logrado sostenerse a pesar del incremento de la competencia, sin embargo es necesario preguntarse cuales son los factores o razones que influyen para que las personas se arriesguen a montar un negocio y

¹¹ Información suministrada por la Cámara de Comercio de Florida: Numero de establecimientos matriculados en Florida en los últimos 5 años. (El total incluye los establecimientos de los corregimientos que pertenecen al municipio de Florida).

cuando lo tienen no se interesan por crear una empresa que pueda abastecer no solo el mercado local sino también regional, generando un impacto económico, comercial y laboral

De acuerdo a lo referenciado, este trabajo está dirigido a realizar un análisis de los negociantes del municipio de Florida, identificando las razones que determinan el desarrollo de sus negocios y como se han establecido modelos de empresas que permiten desarrollar proyección y competitividad.

3.1 DELIMITACION DEL PROBLEMA

El número de negocios formales que se encuentran asentados en un municipio denota el empuje de las personas que lo habitan y las condiciones de vida que existen en la población.

Para el caso del municipio de Florida – Valle del Cauca-, al analizar el índice de negocios existentes frente al numero de hogares, la ciudad presenta un índice ligeramente superior que Pradera (4.8% frente al 3.7%), pero alejado frente a Palmira (4.8% frente a 8.6%), lo cual afecta los índices de desarrollo municipal (ver cuadro No. 1).

Estos índices están representados en: nivel de empleo, calidad de vida, población afiliada a sistema general de seguridad social en salud, aportes a fondos de pensiones, pago de aportes parafiscales, entre otros indicadores.

Una de las probables causales del bajo índice de negocios comparado con el numero de hogares del municipio podría analizarse desde la perspectiva del perfil emprendedor del empresario Floridano, lo cual es el objeto de este trabajo, mediante la realización de un estudio exploratorio que brinde información de su perfil y cómo éste influye en la creación de empresas y la generación de empleo en la ciudad.

Cuadro No. 1

ANÁLISIS EMPRESARIAL DE FLORIDA, PRADERA Y PALMIRA					
No.	CIUDAD	TOTAL HAB	HOGARES	NEGOCIOS*	IND; NEG/ HOG
1	Palmira	278.358	74.948	6.479	8,6%
2	Pradera	47.755	12.907	484	3,7%
3	Florida	54.626	14.764	705	4,8%

Fuente; Cámara de Comercio de Palmira
Cálculos; Autora del proyecto
* Con registro mercantil renovado desde enero de 2006

3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

De acuerdo al análisis anterior, la investigación se basa en identificar ¿Cuál es el perfil emprendedor que han desarrollado los dueños de negocio del municipio de Florida Valle y cual ha sido el impacto en la creación y generación de empresas y empleo?

3.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las características que determinan perfil actual de los dueños de negocio del municipio de Florida?

¿Cuáles son las condiciones que presenta el sector para el desarrollo de una empresa en este municipio?

¿Cómo contribuyen actualmente las diferentes entidades gubernamentales para la formación, capacitación y apoyo de los nuevos emprendedores en esta zona?

4. OBJETIVO GENERAL

Analizar cuales son los factores que inciden en el desarrollo del espíritu emprendedor de los dueños de negocio en el municipio de Florida Valle y su impacto en la generación de empresas y empleo.

4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Establecer las características del perfil emprendedor de las personas que inician negocios en el municipio de Florida.

Identificar las condiciones que promueve el sector para el asentamiento de empresas en este municipio.

Exponer como están contribuyendo las diferentes entidades gubernamentales en los programas de gobierno nacional para la formación y desarrollo de nuevos emprendedores.

5. METODOLOGIA

La metodología es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr el objetivo de la investigación, utilizando para ello un tipo de estudio, métodos y técnicas, para propósitos de esta investigación se tienen en cuenta los modelos que se detallan a continuación:

5.1 TIPO DE ESTUDIO

La investigación se realiza inicialmente con un estudio de tipo exploratorio, *“una investigación preliminar de la situación, se apoya para ello en fuentes primarias como es el caso de encuestas a individuos, y de fuentes secundarias como: bancos centrales, centros de información, estadísticas...etc.”*¹².

Este tipo de estudio se escoge con el fin de profundizar los conceptos teóricos relacionados con el tema de emprendimiento, tratando de adecuar y relacionar los principales aportes, su comportamiento y desarrollo en el sector de estudio escogido: El municipio de Florida Valle.

5.2 MÉTODO

Teniendo en cuenta que *se va a trabajar con una población pequeña y el interés es abordar el fenómeno desde la perspectiva del actor*¹³, en este caso los dueños de establecimiento del municipio de Florida, se escoge el método cualitativo, apoyado para ello en la observación del mercado, refiriéndose en este caso a las

¹² JANY C. José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, McGraw Hill. Pág. 7.

¹³ *Ibíd.*, Pág. 7.

características que presenta el entorno y las condiciones en que se da el emprendimiento y el desarrollo comercial de la población.

Se utiliza el método de estudio descriptivo “...*buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido a análisis...*”¹⁴, para definir las cualidades más representativas de los comerciantes del sector escogido analizando los factores que inciden en el desarrollo del perfil emprendedor de este municipio.

Estos métodos se apoyan en la recolección de información por medio de fuentes primarias, en este caso encuestas y entrevistas (detalladas mas adelante), y fuentes secundarias como políticas económicas, marco legal y normas instituidas a nivel local y nacional, para este caso se recurre principalmente a leyes establecidas que fomentan la creación de empresas en Colombia, el Plan de Desarrollo 2008-2011 aprobado por Alcaldía Municipal de Florida, y a la Cámara de Comercio de Palmira Valle.

5.2.1 Encuesta

En este caso se realizó un cuestionario que inicia con preguntas cerradas, formuladas teniendo en cuenta los factores socioeconómicos, educativos, culturales, intereses y motivaciones, directamente relacionados con el tema de investigación.

Así mismo se incluyeron preguntas encaminadas a conocer cuales son las condiciones del mercado para establecer unidades de negocios (Inversión, Ingresos, empleos generados, etc.), la tercera parte del cuestionario se concluyó con preguntas abiertas que buscan mayor alcance, en este caso relacionado con

¹⁴ RODRIGUEZ. Alba Nubia y CARVAJAL. Arizaldo, Guía para la elaboración de proyectos de investigación social, segunda edición. Pág. 34.

la actitud que toman los comerciantes ante posibles situaciones que pueden haber afrontado o las que se pueden presentar en el desarrollo de su actividad.

Se busca con esta técnica clasificar los resultados obtenidos, analizarlos y especificar el perfil de los negociantes del municipio.

5.2.2 Entrevista

Como complemento se elaboró una entrevista con preguntas abiertas, dirigidas a siete comerciantes que también diligenciaron la encuesta, el propósito es profundizar la información obtenida con los demás negociantes, además, permite conocer más a fondo la visión de los emprendedores, sus expectativas, opiniones y percepciones.

5.2.3 Muestra

Para propósitos de este estudio y la determinación de la muestra representativa del total de empresarios descrito en el numeral 3.1, se toma este total como universo muestral los 705 negocios que tienen renovada su matrícula mercantil desde el año 2006, y por efectos de la complementación de esta muestra¹⁵, a la cual se les aplicaron las encuestas, con las entrevistas, se utilizó un índice de confianza del 90% y un margen de error muestral del 10%.

El resultado de la muestra, de acuerdo con los parámetros de confianza y margen de error arrojó que se deben aplicar 61 encuestas, las cuales se aplicaron en la zona de mayor representatividad empresarial del municipio, la cual está ubicada en la calle 9, entre carreras 13 y 20, en cuyos negocios (109 en total) se encuentra

¹⁵ Rubiano, Javier Fernando. 2007.

concentrado el 19.4% del empleo formal registrado en la Cámara de Comercio (383 empleos de 1971).

Se tomó como referente una varianza de 0.5, por cuanto el universo muestral es finito y los datos que se requiere analizar la ocurrencia o no del evento tiene dos posibilidades (si o no) de respuesta, se toma $\frac{1}{2} = 0.5$

La combinación de los factores anteriormente descritos, hacen que se eleve el nivel de confianza total del estudio, frente a solo mirar la aplicación de las encuestas.

Cuadro No. 2

MUESTRA POBLACIÓN FINITA			
n	?	TAMAÑO DE LA MUESTRA	$n = \frac{\sigma^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sigma^2}{N}}$
N	705	TAMAÑO DE LA POBLACION	
Z	1,64	# DE DESVIACIONES ESTÁNDAR	
σ^2	0,25	VARIANZA MUESTRAL	
E	10,0%	ERROR MUESTRAL	
n = 61			

Por otro lado, se realizaron 7 entrevistas que permiten profundizar más en relación al perfil y a la percepción que tienen los comerciantes de la zona para la creación de empresas, sus experiencias y estrategias que los han llevado a sostenerse como comerciantes en este sector.

Sabiendo que se tienen preguntas bajo una estructura de entrevista abierta dirigida a la muestra escogida de negociantes, se pretende determinar causas, motivos, circunstancias por las que quieren seguir siendo negociantes o empresarios o cual es su visión de empresa y como se identifican con este tema.

Finalmente la recolección de la información es codificada y tabulada para su análisis y respectivas conclusiones relacionadas con el perfil de los emprendedores y su desarrollo en este municipio.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO

A través de los tiempos se ha venido presentando una evolución constante en cuanto a teorías y métodos que buscan maximizar la productividad y eficiencia en las organizaciones, inicialmente se tenía una concepción de negocio centrada en el factor económico, donde los procesos productivos eran el centro de atención de los empresarios de la época.

Así, se hablaba de la capacidad de trabajo con la visión de hombre-máquina¹⁶, que llevaba a cabo actividades rutinarias, con unos estándares establecidos para efectuar un proceso dado en busca de una producción eficiente, esta concepción propuesta por Taylor era una técnica mas enfocada a los procesos empresariales que a las personas.

Otros autores se enfocaron en los ambientes y relaciones dentro de la empresa¹⁷, este es el caso de Elton Mayo quien establece *las relaciones humanas como una filosofía de desarrollo de la administración*; Abraham Maslow por su parte postula la Jerarquía de las Necesidades, estudio dirigido a el factor humano partiendo de la satisfacción de las necesidades básicas hasta las de autorrealización.

Otras teorías mas recientes se enfocan en los sistemas, comprenden un estudio interdisciplinario que trata de encontrar las propiedades comunes a entidades y su entorno, percibiendo a la empresa como unidad productiva, el factor humano como

¹⁶ CHIAVENATO, Adalberto. Introducción general de la administración, Bogota, McGraw Hill, Cuarta edición, pág. 39-40

¹⁷ CLAUDE. S, George, Historia del pensamiento administrativo, Capitulo III, Editorial Pearson. (2005). Pág. 160-172

complemento de la misma y al medio como determinante de desarrollo, crecimiento y competitividad.

Todos estos conceptos han procurado la eficiencia de las empresas, así como un acoplamiento a los grandes y acelerados cambios que viene teniendo el mercado a través del tiempo, así mismo, se puede observar en estas teorías una preocupación por encontrar métodos adecuados para la ejecución de labores y procesos en pro de las organizaciones, de las percepciones y motivaciones del personal en busca de un desempeño óptimo de funciones en beneficio de la empresa en general, sin embargo, poco se habla del fundamento de la actividad emprendedora, hasta el momento no había tenido mucha repercusión en la áreas de administración y del sector empresarial.

Actualmente los diferentes países se ven en la necesidad de fomentar la creación de unidades productivas de negocio, dando importancia al desarrollo de la iniciativa empresarial en busca de generación de nuevos empleos así como de nuevas alternativas innovadoras, ello implica tener en cuenta las actitudes y las características que influyen en las acciones del emprendedor, así como el fomento de un entorno favorable para el desarrollo de las mismas.

Se hace necesario hacer un análisis de los factores que influyen al momento de llevar a cabo la actividad emprendedora, para este caso, esta investigación se realizará bajo los lineamientos del campo del conocimiento de administración de empresas, abordando principalmente temas de Emprendimiento Empresarial, y/o espíritu empresarial, citando diferentes conceptos en relación a las características tanto de empresarios como de emprendedores, como se desarrolla a continuación.

Inicialmente se habla del empresario caracterizado por un sistema doméstico, de poca producción, con la revolución industrial se pasa a hablar de un mercader sedentario sustituido por una noción más amplia, *“la de empresario industrial”*¹⁸

¹⁸ CLAUDE. S, George, Historia del pensamiento administrativo, Capítulo III, Editorial Pearson. (2005)

representando una mayor separación de la administración y la mano de obra, “se empieza a pasar del enfoque cotidiano para solucionar contingencias a un enfoque mas general y a largo plazo”, caracterizado además por una producción a mayor escala.

De igual manera se atribuía a los empresarios la toma de decisiones, además de las funciones de dirección, organización y control de los diferentes procesos, estableciendo objetivos empresariales y estrategias para alcanzarlos, en este sentido Frank Knigh¹⁹ (citado por Carlos Rodríguez y Manuel Jiménez en su trabajo “Emprenderismo, acción gubernamental y academia”) distingue entre riesgo asegurables e incertidumbre no asegurable, relacionando esta con el veloz cambio económico y con las diferencias de la habilidad empresarial, ve el papel del empresario como el de “asegurar las rentas de los factores productivos soportando el riesgo de la actividad económica de la empresa”, .

Así, poco a poco se van atribuyendo nuevas nociones en relación al empresario hasta adoptar el término de emprendedor, generalmente se coincide en que este proviene del francés *Entrepreneur* (pionero), en otros casos se toma esta expresión como sinónimo de empresario, hay autores para quienes este término encierra un significado mas complejo, este es el caso de Joseph Schumpeter quien ha sido catalogado como el pionero en utilizarlo en sentido económico, para este autor el empresario “es la persona con la idea del negocio, el innovador, el que pone las ideas en movimiento, haciéndolas poderosas y potencialmente rentables”²⁰, también habla de “emprender” desligándolo de la visión de control de recursos e incluye 3 fases o etapas de los emprendedores:

¹⁹ RODRIGUEZ Carlos. JIMENEZ Manuel (Diciembre 2005) “Emprenderismo, acción gubernamental y academia”, consultado en la base de datos de la pagina de la Universidad el Valle.

²⁰ *Ibíd.* Numeral 13

- “Invención: creación de nuevos productos o procesos productivos,(no exclusivo del empresarios, sino de inventores y de la creatividad.
- Innovación: Aplicación de la invención a usos comerciales o industriales (Innovación como función principal del empresario innovador)
- Imitación: Realizada por empresarios conservadores favoreciendo la competencia (Imitan o copian la innovación haciendo que los beneficios extraordinarios del empresario innovador desaparezcan)”.

Se encuentra en esta concepción nuevos aportes para la teoría administrativa, se habla no solo de los factores de producción y control sino de “*creación e innovación*” caracterizadas por Schumpeter como componente esencial de los emprendedores.

En 1984 Albert Shapero²¹ se refiere al tema citando un evento empresarial, compuesto por cinco características básicas que constituyen el concepto de innovación empresarial, llevando a las personas a tomar el reto de crear empresas.

Las características formuladas por Shapero se señalan a continuación:

- “Toma de iniciativa: identifica necesidades para llevar a cabo una oportunidad de negocio.
- Acumulación de recursos: Determinar necesidades y asignar recursos físicos, humanos y financieros y tecnológicos requeridos.
- Administración: Capacidad de dar una organización y una dirección a una nueva empresa y llevarla a cabo por aquellos que toman la iniciativa.
- Autonomía relativa: Libertad de los empresarios para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización.

²¹ CALDERON Julieth Y RAMIREZ Ángel, Formación Teleológica y Administrativa, Universidad de Pamplona, 2006. Pág. 20.

- Toma de riesgos: Disposición a enfrentar recompensas o pérdidas que la empresa produzca”.

Así mismo indica cuatro elementos o variables esenciales en la acción del empresario²²:

1. Desplazamiento del empresario (Variable Situacional): Relacionado el motivo o impulso que lleva a un cambio de vida, a emprender una nueva actividad, estos desplazamientos pueden ser positivos o negativos, los primeros derivados de una invitación por parte de un socio o inversionista, los negativos están relacionados con pérdida de empleo, inconformidad laboral, problemas personales, bajos niveles de ingreso entre otros.
2. Disposición para actuar (Variable Psicológica individual): La convicción que tiene el individuo para tomar la decisión, confiando en su capacidad para afectar eventos de su mundo exterior, percepción del *“control de su vida”*.
3. Credibilidad en la acción (variable socio psicológica): En este sentido juega un papel importante la formación del empresario a nivel familiar y educacional, de aquí parten los modelos creados por el emprendedor que lo llevan a creer en sus posibilidades y por tanto a involucrarse con el desarrollo de su idea.
4. Disponibilidad de recursos (variable económica): Se desprende aquí la capacidad del empresario para la consecución de los recursos necesarios para llevar a cabo el proceso empresarial, identificar fuentes de suministro, y negociación con proveedores para acceder a los recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos.

²² VARELA Rodrigo. Innovación empresarial: un nuevo enfoque de desarrollo. Universidad Icesi, Cali Colombia 1998. Pág. 74-75

Este autor tiene en cuenta aspectos que van mas allá de la idea del negocio o del perfil, incluye en sus postulados los recursos necesarios para llevar a cabo la función empresarial y los riesgos que trae consigo, se desliga un poco de la visión única del perfil o los rasgos que debe poseer el emprendedor, esta noción esta mas enfocada al emprendedor dentro de la unidad de negocio.

Peter Drucker²³ (1986) afirma que la innovación es un proceso normal y saludable, coincide con schumpeter en que el *desequilibrio dinámico producido por el empresario innovador es la norma de una economía sana y la realidad central de la teoría económica y de su practica*, se aleja de los postulados para la optimización de lo existente, ya que para el los recursos económicos son los mismos para todas las actividades del ser humano (capital, tierra, trabajo, dirección tiempo), da importancia al “empresario innovador” que ve el cambio como una oportunidad de explotación y crecimiento.

Rodrigo Varela cita en su libro innovación empresarial dos estudios que hacen aportes significativos a esta investigación, el estudio de Ronstadt y de otro lado el estudio de Timmons, a continuación se hace un breve resumen de cada uno de ellos.

Ronstadt estructura el concepto de “Perspectiva Empresarial”, entendiéndola como la capacidad para evaluar varias áreas o eventos, reconociendo elementos únicos y comunes en cada proyecto, no habla del análisis únicamente del negocio, del ambiente o del empresario sino de la Carrera Empresarial, donde intervienen varios negocios, diferentes empresarios y diversos ambientes.

El estudio derivado de este autor determina algunas características que poseen los empresarios (características personales, experiencias, objetivos iniciales, habilidades y recursos), teniendo en cuenta además que el análisis de estos factores no se puede aislar del negocio, y las condiciones que puedan afectarlo.

²³ VARELA. Op. Cit Pág. 62-63

- En primer lugar se marca la diferencia entre edad empresarial y edad cronológica, dando mayor importancia a la experiencia empresarial que soporta mayor probabilidad de éxito.
- Coincide con los resultados del proyecto GEM al indicar que el rango de edades de las personas para empezar carreras empresariales generalmente es desde los 25 años de edad.
- Afirma que normalmente los negocios se conciben en pequeñas unidades que implican menores riesgos, con la posibilidad de recuperarse fácilmente si este llega a fallar, iniciando uno nuevo o encontrando una nueva alternativa de trabajo,
- Menciona los rangos críticos de la carrera empresarial ubicados entre los años 3, 5, 6, 10 y 11.
- Entre las características que considera importantes para el éxito empresarial se encuentra la creatividad, búsqueda de la verdad, capacidad de consecución de recursos y tolerancia a la ambigüedad.
- Otro aspecto importante derivado de este estudio es el apoyo recibido por parte de la familia y la red de apoyo que el empresario pueda constituir en relación a su negocio.

Jeffrey Timmons por su parte ve el espíritu empresarial como la habilidad de crear y construir, tomando riesgos calculados haciendo lo posible para no fallar, plantea un esquema de tres fuerzas que involucra el proceso de creación de nuevas empresas, ellas son:

Los fundadores, enfocado al empresario o líder, poseedor habilidades y competencias con metas, características y roles establecidos.

La oportunidad encierra la identificación de posibilidades de explotación, de crear ventajas competitivas y de hacer evaluaciones económicas que permitan riesgos calculados.

Los recursos necesarios hablan de la financiación, expansión del grupo, planes de negocio y estrategias.

Para este autor la evaluación de estos elementos da paso a mejorar las posibilidades de éxito del negocio, así mismo plantea tres categorías derivadas de sus estudios realizados:

- Deseables y adquiribles, en este aspecto menciona el compromiso, la motivación al logro y al crecimiento, orientación a oportunidades y metas responsabilidad personal, capacidad para resolver problemas, tolerancia por la ambigüedad, presión e incertidumbre, paciencia por el logro, capacidad de trabajar y aprovechar fallas, capacidad de conformar grupos y construir héroes dentro del mismo.
- Atributos no tan aprendibles: en este punto nombra características mas personales, que no pueden ser adquiridas fácilmente y que podrían llamarse inherentes al emprendedor, entre ellas la salud física y emocional, creatividad innovación, inteligencia y habilidad conceptual, visión y capacidad de inspirar.
- Actitudes y filosofías empresariales, en este caso se habla de la posición y actitud frente al reto que se esta asumiendo: imaginación sobre como hacer el trabajo, todo es posible si se piensa que se puede hacer, tener la

concepción de que la copa esta a medio llenar y no vacía, contagiar de logros propios a los demás.

Se destacan los estudios realizados por Rodrigo Varela, llevados a cabo en la ciudad de Cali, se trata de resultados cercanos al objeto de estudio que pueden servir como punto de partida o referente para el desarrollo del presente trabajo, además como fuente de apoyo en relación a la cultura de emprendimiento que se esta desarrollando en la región Vallecaucana.

Los aspectos más importantes para resaltar en los resultados del estudio de Varela son:

- El 22% de los empresarios eran menores de 29 años.
- El 57% inicio su actividad empresarial antes de los 30 años.
- Entre las habilidades básicas se encuentra la habilidad comercial, gerencial, y habilidad para manejo de personal.
- Los factores motivacionales están relacionados con independencia, confianza en la capacidad, deseo de desarrollar una iniciativa.
- El 72% de los empresarios no percibió riesgo de quiebra cuando iniciaron sus negocios.
- El 76% coincide en que si fracasa su empresa volvería a montar otra.
- El 94% considero que existían buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas en Colombia.

Andre Julien Pierre (2005), en su libro *Emprendimiento Regional y Economía del Conocimiento* cita a Fillion y Chell, estos autores sostienen que el emprendimiento difiere teniendo en cuenta el territorio y la época en que se desarrolla: *“La creación de empresas no puede ser concebida por fuera de la sociedad en la cual se desarrollan, ni fuera de la cultura que las rodea”*, así mismo Pierre afirma que esta concepción emprendedora proporciona mas dinamismo a la región en la que se establece.

Para este autor se hace necesario tener una visión general del emprendimiento considerando los diferentes tipos de individuos y sus características, es decir, edad, sexo, origen y formación del empresario, las formas de organización propias del sector (Tamaño de la empresa, Industria o vínculos con otras empresas), además de los diversos entornos socio-económicos: el medio, el mercado y la época²⁴, radica aquí la importancia del aporte de Pierre quien concibe el emprendimiento según el periodo y sitio en el cual se presenta, así como las características del mercado las que difieren según el medio en el cual se desenvuelve.

Julieth Calderón y Ángel Ramírez (2006) citan a *David McClelland (1971)* refiriendo que la acción económica y empresarial de las personas esta ligada a las motivaciones humanas, caracterizada por tres necesidades:

- “Necesidad de logro: Impulso por destacar, por el logro en relación con una serie de estándares (normas).
- Necesidad de poder: Necesidad de hacer que otros tengan ciertos comportamientos que de otra manera no tendrían.
- Necesidad de afiliación: Es el deseo de relaciones amistosas e interpersonales cercanas”.

Estas necesidades son comunes en todas las personas, sin embargo hace énfasis que en algunas personas se desarrollan más que en otras, así mismo influyen en el desempeño, actitudes y actuaciones del emprendedor. Los experimentos desarrollados por este autor demostraron que las personas que poseen mas necesidad de logro tienen mayor posibilidad de éxito en actividades empresariales y en la dirección de negocios propios, o manejo de unidades independientes en las organizaciones, de igual manera sostiene que el emprendedor *es el hombre que organiza la unidad comercial y/o aumenta su capacidad productiva*”.

²⁴ PIERRE Andre Julien, *Emprendimiento Regional y Economía del conocimiento*, Sello Editorial Javeriano, Cali, 2005. Pág. 19.

Otros aportes conceptuales de McClelland a los conocimientos sobre emprendimiento son²⁵:

“El empresario no realiza su actividad económica simplemente por el afán de lograr resultados monetarios, ya que hay un componente motivacional mucho mas fuerte que es el deseo de logro, de hacer un buen trabajo...”

“Las personas con motivación al logro se caracterizan porque presentan en sus formas de pensar una secuencia lógica para lograr que las cosas se hagan: definición del problema, deseo de resolverlo. Identificación de medios para resolverlo, comprensión de las dificultades para solucionarlo, visualización de las personas que pueden colaborar y participación de lo que ocurrirá si es exitoso o se falla”

Finalmente se cita uno de los postulados más recientes, el de Rafael Alcaraz (2006)²⁶ quien clasifica a los emprendedores relacionándolos en dos aspectos:

El primero caracterizado por una oportunidad, en este caso cuando se presenta una necesidad insatisfecha o nicho de mercado desatendido o por que tiene una buena idea y desea desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.

El otro factor expuesto se representa cuando las personas pasan por una situación desfavorable como puede ser desempleo, despido o simplemente decide independizarse para tener alguna forma de ingreso económico.

Se hace importante tener en cuenta estos aspectos para conocer las razones que han llevado a los dueños de establecimiento de Florida a tomar la iniciativa de crear un negocio, determinar si fue por una necesidad (al encontrarse en una situación desfavorable) o por una oportunidad que vio reflejada en ese momento.

²⁵ CALDERON Y RAMIREZ Op. Cit Pág. 10.

²⁶ ALCARAZ. Rafael, El emprendedor de Éxito, tercera edición, Mc Graw Hill. Pág. 2 a 5.

El conocimiento y la formación de emprendedores se convierte en un tema de actualidad y de importancia para el desarrollo de las regiones, se desprende aquí la importancia de la investigación acerca de este tema.

Teniendo en cuenta lo anterior expuesto, en este trabajo se hablara de emprendimiento haciendo referencia a las personas que hacen uso de sus capacidades, que tienen la actitud para iniciar y concretar actividades empresariales respondiendo a las oportunidades y/o necesidades que le ofrece el entorno.

Para el desarrollo de esta investigación y teniendo en cuenta que se busca analizar el perfil de los negociantes del municipio de Florida Valle, se toma como referente teórico los postulados de Timmons, identificando como se han desarrollado las variables o “fuerzas” que involucran el proceso emprendimientos en este sector.

Inicialmente se busca analizar el perfil de los negociantes (fundadores), destacando aspectos como: género, edad, educación, experiencia, características que desarrollan estas personas y que les permiten reconocer oportunidades y actuar con base en las mismas.

Es importante resaltar el papel del factor ambiental (oportunidad), conocer las condiciones del sector, para ello se recurre a las políticas encaminadas al establecimiento de unidades productivas, conocer si realmente el gobierno local promulga y contribuye con el establecimiento de empresas en este sector.

Para finalizar se recurre al análisis del establecimiento del Marco Legal Nacional que fomenta el desarrollo de una cultura emprendedora, proporcionando las bases necesarias para el acceso a programas de apoyo y capacitación, así como a recursos financieros para poner en marcha nuevos proyectos.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

Acto Emprendedor: Creación de valor a través del desarrollo de una oportunidad de negocio o de conversión en una empresa que generará bienes o servicios, produciendo riqueza para la comunidad y beneficio empresarial.

Comerciante: El artículo 10 del código de comercio define a los comerciantes como las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

Cultura Emprendedora: Cambio de mentalidad de una cultura empleadora por la cultura emprendedora, caracterizada por la motivación para la generación de habilidades requeridas para crear empresas y nuevas alternativas de negocios innovadores.

Emprendedor: Personas que hacen uso de sus capacidades y tienen la actitud para iniciar y concretar actividades empresariales respondiendo a las oportunidades y necesidades que le ofrece el entorno.

Emprendizaje: Caracterizado por el desarrollo habilidades esenciales de los emprendedores teniendo entre otros: Creatividad (desarrollo del talento innovador), Observación (detectando oportunidades o utilidades), Competencias (voluntad de asumir riesgos) y la Visión de conjunto (relación de gestiones, motivación de personas cooperantes, descubrir faltas de coordinación o carencias de eficacias).

Empresa: El artículo 25 del código de comercio hace referencia al término empresa como toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios, que se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Empresario: Perciben, organizan, gestionan y asumen los riesgos que trae consigo las oportunidades de negocio y la puesta en marcha de proyectos empresariales, crean valores agregados, económicos y sociales para él y para el entorno en general.

Idea o Proyecto Innovador: Ideas creativas que generan productos o servicios que atiendan necesidades en el mercado, que generalmente surgen de las necesidades que no están del todo atendidas.

6.3 MARCO CONTEXTUAL



La investigación se realizó en el municipio de Florida Valle, fundado el 22 de septiembre de 1882 por los señores Pantaleón Bedoya y José Joaquín Echeverri.

Está localizado al Sureste del Departamento y tan solo a 42 Km. de la capital del departamento, Santiago de Cali, colinda al norte Municipio de Pradera al sur con el municipio de Miranda –Cauca, al este con el municipio de Río Blanco - Tolima y al oeste con el municipio de Candelaria.

Comprende un área de 395 km², cuya distribución demográfica se localiza principalmente en el área urbana representada en un 73,5%, de 54.426²⁷ habitantes, el 26,5% restante de la población se encuentra en la zona rural

²⁷ DANE. Proyecciones Censales 2005-2011.

compuesta de 12 corregimientos, 25 veredas, 3 resguardos y 2 cabildos indígenas.

Su ubicación geográfica le permite la variedad de climas: Cálido en la zona plana, clima medio en las estribaciones de la cordillera y frío en el páramo, con una economía basada principalmente en la agricultura y la ganadería, sus principales cultivos son la caña de azúcar, seguido de las frutas, especialmente los cítricos, el sorgo, el maíz, la caña panelera, plátano y la soya.

6.4 MARCO LEGAL

La importancia que se ha dado actualmente a la constitución de unidades productivas generadoras de ingreso y alternativas de empleo, ha llevado al fomento y estimulación de las mismas, los gobiernos han contribuido en este campo con la formulación de leyes y políticas a lo largo del tiempo, por ello es necesario conocer los fundamentos del marco legal establecidos en nuestro país para la creación de empresas.

Inicialmente La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de La Hacienda Pública, en el Artículo 333, establece: *“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común...”* así mismo instituye la libertad económica y considera: *“La empresa como base para el desarrollo con una función social que implica unas obligaciones. El estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial...”*

En 1996 se aprueba La ley 344 que dicta las normas que tienden a la racionalización del gasto público, los temas relacionados con programas de emprendimiento y competitividad son tratados en el Art. 16, que obliga al SENA a destinar el 20% de sus ingresos para el desarrollo de programas de competitividad y de desarrollo productivo, el Artículo señala: *De los ingresos correspondientes a los aportes sobre las nóminas de que trata el numeral cuarto del Artículo 30 de la Ley 119 de 1994, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, destinará un 20% de*

dichos ingresos para el desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo”

Como complemento, el artículo 40 de la Ley 789 de 2002 crea el Fondo Emprender “FE” adscrito al Sena, cuyo objeto exclusivo es el de financiar iniciativas empresariales desarrolladas por aprendices, universitarios o profesionales de instituciones reconocidas por el Estado.

Así mismo, se expiden las leyes 905 de 2004 o ley mipyme, la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento y la Ley 1286 de 2009 de Ciencia y Tecnología, que modifica la Ley 29 de 1990.

A continuación se destacan los aspectos mas relevantes de cada una de las leyes mencionadas, en relación a su objeto, funciones establecidas y entes encargados para el funcionamiento, control y ejecución de las mismas.

Este tema se amplía en un capítulo posterior con el fin de conocer cual es el apoyo a la promoción del espíritu emprendedor que se esta dando en el país por parte de las entidades gubernamentales.

Cuadro NO. 3 ASPECTOS GENERALES DE LAS LEYES QUE FOMENTAN LA CREACION DE EMPRESAS EN COLOMBIA		
LEY 905 DE 2004	LEY 1014 DE 2006	LEY 29 1990-LEY 1286 2009
DISPOSICIONES GENERALES		
Se creo con el objeto de establecer mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia, las que deben estar contempladas en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno.	Busca Fomentar la Cultura del Emprendimiento, y por tanto una reducción en las tasas de desempleo, tiene como objeto <i>“Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país”</i> .	El objeto de esta Ley es el Fomento a la Investigación científica, desarrollo, innovación y desarrollo tecnológico para darle valor agregado a los productos y servicios de la economía colombiana volviéndolos competitivos no solo a nivel nacional sino internacional.
OBJETIVOS ESPECIFICOS		
Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional y la integración entre sectores económicos	Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, disponiendo de una conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico institucional que promuevan el Emprendimiento y la creación de empresas.	Fortalecer una cultura basada en la apropiación y divulgación de conocimiento e investigación científica, desarrollo tecnológico, innovación y aprendizaje permanente.
Contribuir en el desarrollo de las organizaciones empresariales con esquemas de asociatividad empresarial y alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a Mipymes	Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.	Articular y enriquecer la investigación, el desarrollo científico, tecnológico y la innovación con el sector privado, especialmente el productivo.

Facilitar el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales	Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación y operación de nuevas empresas competentes y con alto nivel de planeación y visión a largo plazo.	Promover la calidad de la educación particularmente media, técnica y superior para estimular la participación y desarrollo de las nuevas generaciones de investigadores y emprendedores, orientando el fomento de actividades científicas, tecnológicas y de innovación hacia el mejoramiento de la competitividad nacional.
Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento permanente de creación de la mayor cantidad Mipymes	Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando condiciones competitivas en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, generando trabajo de mejor calidad, y un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.	Desarrollar sectores productivos, económicos, sociales y ambientales formando ciudadanos integrales, creativos, críticos, proactivos e innovadores que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas que influyan en el desarrollo económico, cultural y social.
Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.	Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.	Fortalecer el desarrollo regional a través de políticas integrales de descentralización e internacionalización de las actividades científicas, tecnológicas y de innovación, de acuerdo con las dinámicas internacionales.
Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales.	Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.	Integrar esfuerzos de los diversos sectores y actores para impulsar áreas de conocimiento estratégicas para el desarrollo del país.

ENTES ENCARGADOS		
Sistema Nacional de Mipymes, integrado por los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, de Protección social, Agrícola, Departamento Nacional de planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías y FINAGRO.	La Red Nacional para el Emprendimiento adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita a la gobernación departamental	Departamento Administrativo de CT+I "Colciencias", es el encargado de formular, orientar, dirigir, coordinar, ejecutar e implementar la política de Estado en la materia en concordancia con los planes y programas de desarrollo.
Adicional estará conformado por los consejos superior de pymes, mipymes y consejos regionales integrados por: • Los Ministros de Desarrollo Económico, Comercio Exterior, Agricultura y Desarrollo Rural, de Trabajo Seguridad Social y de Medio Ambiente. • Director General del SENA y del Departamento Nacional de Planeación El Presidente de Acopi, FENALCO y Confecámaras. • • Un Representante de las Universidades, designado por el Ministro de Desarrollo Económico, Uno de los Consejos Regionales de Pymes y Mipymes, Un alcalde designado por la Federación Colombiana de Municipios, Un gobernador designado por la Conferencia Nacional de Gobernadores, (en ambos casos se trata de aquellos	La Red para el emprendimiento esta integrada por: • Los Ministros de Comercio, Industria y Turismo, de Educación Nacional y de Protección Social. • Por la Dirección General del SENA, el Dpto. Nacional de Planeación, Colciencias, el Programa presidencial Colombia Joven, Acopi y FENALCO. • Un Representantes de cada una de las siguientes instituciones: Banca de Desarrollo y Microcredito, Asociación de Jóvenes empresarios, Caja de Compensación Familiar, Fundaciones dedicadas al emprendimiento y representante de las incubadoras de empresas	Colciencia cuenta con un Consejo Asesor de ciencia integrado por el director del Departamento Colciencias y por las siguientes instituciones: • Los Ministros de Educación Nacional, Comercio, Industria y Turismo, Agricultura y Desarrollo Rural, Protección Social. • El Director del Dpto. Nacional de Planeación, Director del SENA, • 4 personas con trayectoria de cada sector académico-científico y productivo, designadas por el Presidente de la Republica y propuestas por Colciencias. • 2 personas con trayectoria científica regional de departamentos diferentes a los seleccionados en el ítem anterior.

municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas)	del país.	
FUNCIONES		
Promoción empresarial de las pequeñas y medianas empresas en un ambiente competitivo en mercados de bienes y servicios, así como establecimiento de políticas regionales para el desarrollo de las mismas.	Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas Ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a nuevas empresas.	Promover, articular y proyectar esquemas organizacionales del conocimiento, departamentales y municipales de CT+I, para potenciar su propio desarrollo y armonizar la generación de políticas.
Proponer políticas y mecanismos de fortalecimiento para la competitividad de los mercados, así como para la promoción de exportaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas.	Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora por medio de Ferias juveniles, macrorueda de negocios y de inversión para nuevos empresarios.	Explorar, investigar y proponer de manera continua, visiones y acciones sobre la intervención de país en los escenarios internacionales, así como los impactos y oportunidades para Colombia
Desarrollar políticas para el desarrollo tecnológico y transferencia de tecnología y mejoramiento de competitividad de las microempresas.	Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos.	Coordinar la política Nacional de CTI con las políticas nacionales, regionales y sectoriales del Estado en los diferentes sectores económicos, sociales, políticas exteriores, etc.
Promoción de la concertación con alcaldes y gobernadores, de planes integrales para apoyo a las Mipymes.	Buscar acuerdos con entidades financieras para que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.	Formular e impulsar políticas a corto, mediano y largo plazo del Estado en CT+I, para la formación de capacidades humanas y de infraestructura, inserción y cooperación internacional.

7. ANALISIS DEL PERFIL DE LOS COMERCIANTES DEL MUNICIPIO DE FLORIDA

Este capitulo se enfoca al análisis de las características de los dueños de negocio, se recurre para ello a los resultados obtenidos de las encuestas, relacionando variables complementarias entre si y que proporcionan una información más amplia en relación al tema.

Grafica 1. Relación edad y género

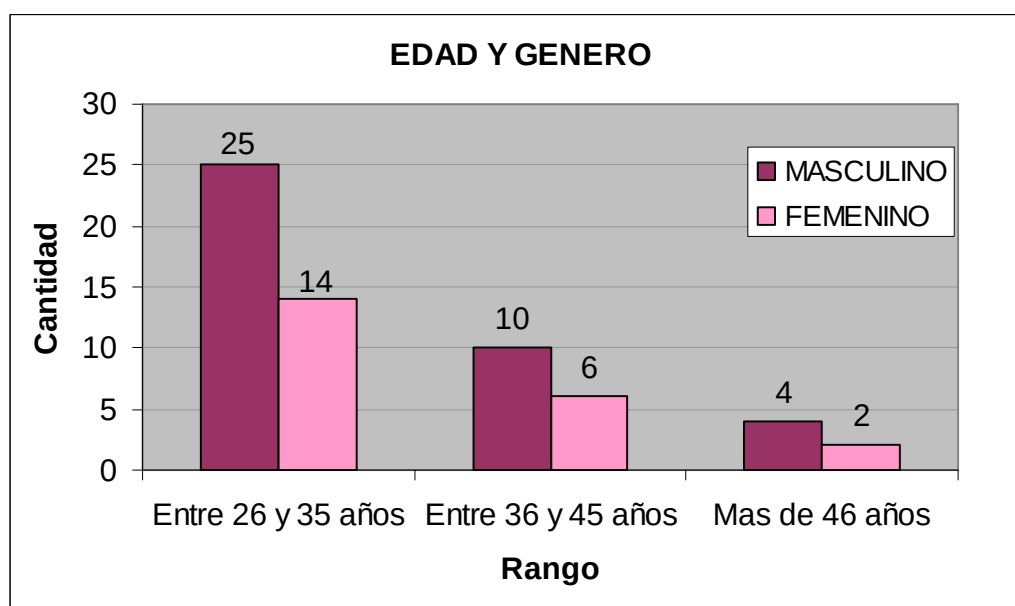


Grafico realizado para propósitos del estudio.

En los resultados se puede observar el predominio que hay en este sector para emprender negocios por parte de los hombres, el porcentaje es casi el doble de la cifra de mujeres emprendedoras, sin embargo, la edad no es una variable que influya en el genero para emprender negocios, en ambos casos está concentrada en un rango entre 26 y 35 años.

Así mismo se puede decir que las oportunidades de negocio del sector toman fuerza con personas que probablemente ya han terminado estudios o que han tenido alguna experiencia laboral y que probablemente no tenían como primera opción la de crear una empresa, de lo contrario hubiesen clasificado negociantes con edades entre los 18 y 25 años, en este caso no clasifiqué ninguno.

Grafica 2. Relación Origen de los comerciantes con el nivel de escolaridad.

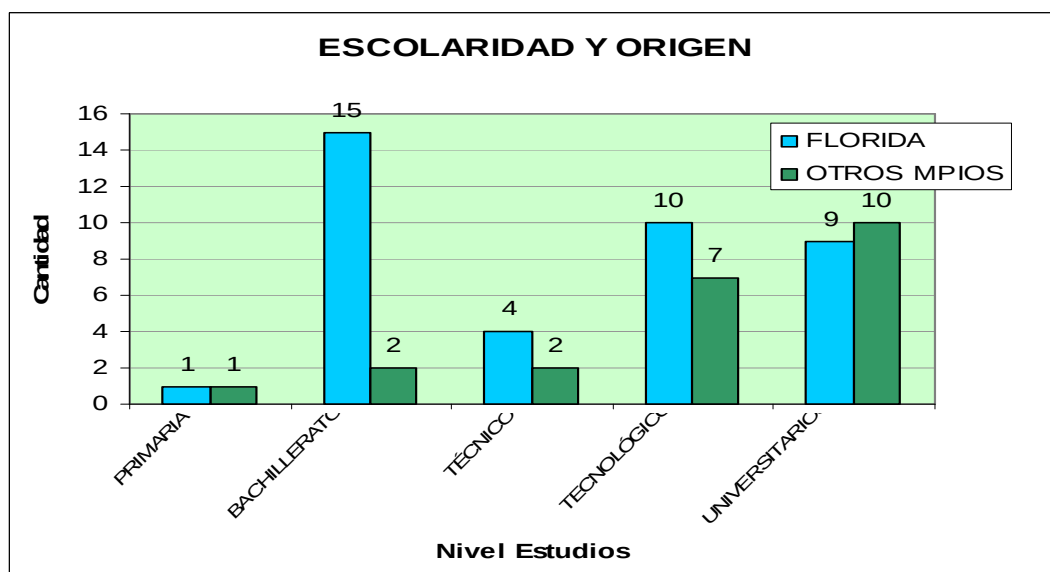


Grafico realizado para propósitos del estudio.

También es importante destacar el origen de los emprendedores, en su mayoría los comerciantes son originarios del municipio, vieron la oportunidad de negocio que les ofrecía su lugar de origen, ejemplo de ello son los Almacenes Veraos y Tu Música que cuentan con una larga trayectoria en el mercado.

Sin embargo se destacan tres propietarios de almacenes con más tiempo en este sector que no son oriundos de Florida y lograron establecerse y mantenerse, ellos son: Herpo, Leo Papatos y Agrotécnico, procedentes de municipios aledaños y de otras regiones, viendo en este lugar oportunidades de crecimiento comercial.

Los datos arrojan que más de la mitad de los emprendedores se han preocupado por adquirir alguna formación, en este sentido predominan las formaciones en áreas administrativas para almacenes de ropa y cacharrerías y algunas enfocadas a la labor desempeñada como es el caso de sistemas para servicios de Internet, fotografía y salud que deben conocerse para su desempeño.

El predominio en el nivel de formación esta en las personas que no son oriundas del municipio, de las cuales diez realizaron estudios superiores de 19 que aplicaron en este nivel, en la parte tecnológica se ubicaron 7, solo 2 para bachillerato y 1 para primaria.

Grafica 3. Nivel de estudios y la permanencia en el mercado de los negocios.

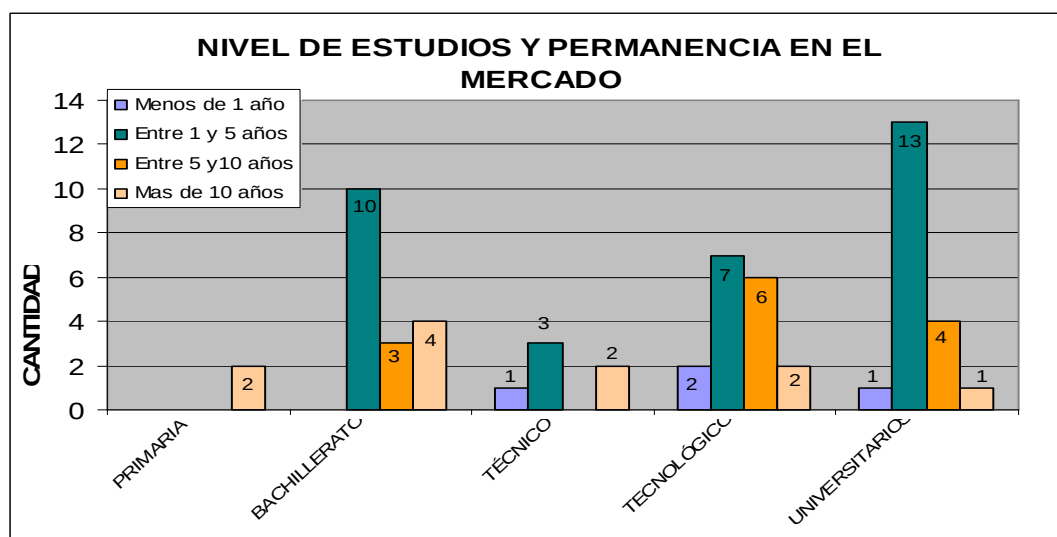


Grafico realizado para propósitos del estudio.

Los comerciantes hicieron énfasis en el hecho de sostenerse y mantenerse en el mercado gracias a la experiencia adquirida, para ellos el nivel educativo ayuda pero no es garantía del sostenimiento de sus negocios, puede decirse que estos negocios son relativamente nuevos, tienen una trayectoria en el mercado concentrada entre 1 y 5 años, están en la etapa en la que generalmente las empresas logran sostenerse y crecer o terminar actividades.

Quienes mas énfasis hicieron en la experiencia adquirida son los comerciantes con mas de 10 años, lo que les ha permitido sostenerse y crecer aun en situaciones difíciles que manifestaron haber pasado, este es el caso de los propietarios de los almacenes Veraos, Leo Papatos y Agrotécnico.

Es importante destacar que los establecimientos con más tiempo en el mercado pertenecen a comerciantes que no tienen estudios universitarios o tecnológicos, sin embargo los negocios que están creciendo o expandiéndose actualmente son los dirigidos por emprendedores con mayor nivel de estudio.

Esta situación tal vez puede explicarse por el grado de competencia que hace unos años este no era tan elevado como el que se presenta actualmente, era un mercado más amplio y con pocos oferentes que les llevo a ganar crecimiento y estabilidad.

Grafica 4. Trayectoria de los comerciantes y negocios que han establecido.

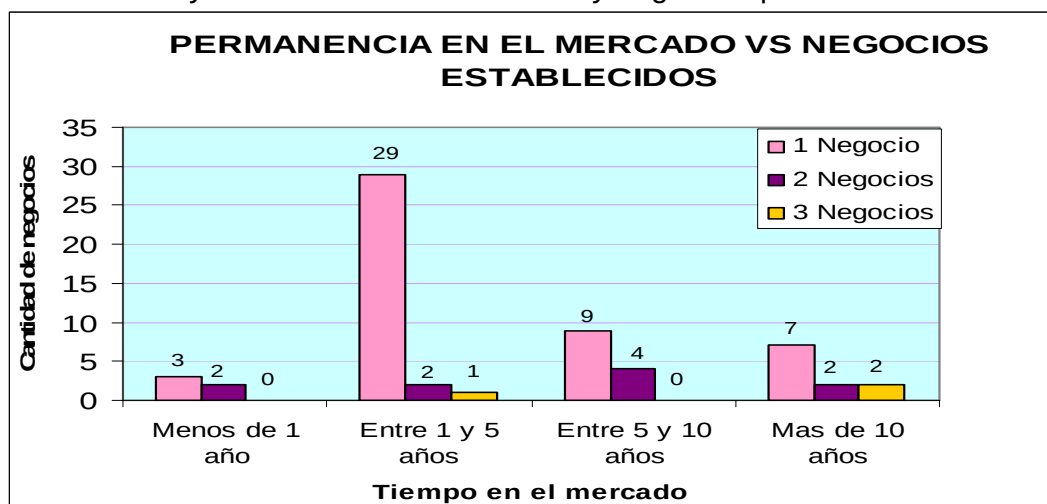


Grafico realizado para propósitos del estudio.

El tiempo de permanencia también influye en la cantidad de negocios creados por los comerciantes, para este caso, las personas que llevan poco tiempo en el mercado están en busca de solidez para su negocio, quienes mas trayectoria llevan son quienes se arriesgaron con otras alternativas.

Este es el caso de Veraos Sport dedicado inicialmente a la comercialización de ropa, actualmente se encuentra en el mismo sitio muebles para el hogar, se puede decir que hay una concepción de nuevas líneas pero no de expansión, ya que estos productos se comercializan en el mismo almacén de ropa.

Otros comerciantes por el contrario han decidido arriesgarse expandiéndose con nuevos locales en el mismo municipio, como la propietaria de Toque Sport que cuenta con 3 locales de la misma rama, su propietaria argumenta *“que le ha dado buenos resultados tomar esta iniciativa”*, razón por la que no se ha inclinado por otra actividad.

La información recopilada en las entrevistas complementa lo expuesto, en este caso, los negociantes manifiestan haber tomado la iniciativa gracias a una oportunidad que vieron en el mercado, la que aprendieron a manejar y sostener gracias a la experiencia que han adquirido.

Así mismo son conscientes de su condición de negociantes sustentando que *compran para vender y recuperar la inversión rápidamente*, relacionan el concepto de empresa por su estructura y los empleos que generan, por lo que no se catalogan como empresarios.

La visión que tienen a mediano plazo está enfocada a cambios en el local e incremento de productos y ventas, a largo plazo se visionan con mayor solidez y expansión a otros lugares, para ello tienen en cuenta las oportunidades que ofrece el sector, refiriéndose sobre todo a la variedad de clientes, que más allá de Florida se extienden a otros municipios como Miranda, Pradera, Puerto Tejada y Santander de Quilichao entre otros.

Finalmente los comerciantes ven en este lugar disposición de mano de obra responsable y capacitada de la que pueden disponer en cualquier momento,

también hicieron énfasis en el desarrollo comercial y competitivo que ha presentado este sector, en este sentido argumentan que pueden competir con precios, calidad y variedad.

8. ANALISIS DEL SECTOR

En este capítulo se realiza una investigación exploratoria²⁸ en busca de identificar cuales son las condiciones que ofrece el sector para llevar a cabo proyectos de emprendimiento.

Para este contexto se divide el capítulo en dos partes, la primera dirigida a conocer las políticas por parte del gobierno municipal en relación al tema y la segunda enfocada a conocer las condiciones actuales en que se desenvuelven los negocios.

8.1 CONDICIONES DEL SECTOR

En primer lugar se estudia las políticas establecidas en el municipio para incentivar y apoyar la creación de empresas y volver atractivo el lugar tanto para inversionistas locales como externos.

Con el objetivo de conocer estas políticas se recurre a información de la Alcaldía Municipal de Florida y que se encuentra estipulada en el Plan de Desarrollo para el periodo 2008-2011, estas se detallan en el capítulo 2 titulado Eje de municipio emprendedor y competitivo en el que sustenta²⁹:

"Direccionar las políticas de fortalecimiento interinstitucional e intersectorial a favor de una cultura de emprendimiento empresarial, comercial, de servicios, agropecuaria, minera y turística, a través del fomento y promoción de nuevas empresas, creación de un ambiente propicio para los negocios, en un entorno favorable de seguridad... Generará canales de

²⁸ "La investigación exploratoria es la Identificación de problemas y/o alternativas... una investigación preliminar de la situación, se apoya para ello en fuentes primarias como encuestas a individuos y fuentes secundarias como bancos centrales, centros de información, estadísticas, etc." JANY C. José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, McGraw Hill. Pág. 7.

²⁹ Extraído del Plan de Desarrollo Florida 2008-2011

acompañamiento que permitan establecer espacios de encuentro para la búsqueda de soluciones conjuntas a temas como la planificación de la zona industrial y comercial de Florida...Art. 47"

"Mejorar el nivel de satisfacción de las necesidades básicas de la población Floridana y el grado de equidad en la distribución del ingreso, la riqueza y los resultados del desarrollo, propendiendo en la determinación de acciones encaminadas en la generación de empleo y al aumento de ingresos de los floridanos, estableciendo estrategias que dinamicen los sectores económicos propios de la municipalidad, favoreciendo la creación de micro y famiempresas, incluyendo la nueva tendencia vocacional del municipio en el sector turístico, aprovechando las ventajas comparativas del ambiente, el ecosistema y la diversidad étnica en búsqueda de la consolidación de Florida como municipio competitivo en el sector ecoturístico Art. 49".

Están estipuladas aquí las estrategias para combatir una de las principales problemáticas que afectan al municipio representada en el desempleo, combatiéndolo con el fomento a la creación de empresas en un ambiente seguro.

Se propone para ello la gestión de recursos nacionales e internacionales para fomentar el Emprenderismo y la Competitividad de la región, así como la promoción para la formalización y acceso a servicios financieros y de desarrollo empresarial que mejoren la productividad y competitividad de las nuevas empresas.

Lo anterior acompañado de programas de capacitación a la comunidad que permitan la optimización de recursos así como la creación de organizaciones productivas comunitarias, además de asociaciones entre mipymes y grandes empresas.

El tema de innovación y tecnología es tratado en el artículo 51 promoviendo programas comunitarios de acceso a nuevas tecnologías con el propósito de generar empleo y autoempleo con innovaciones dirigidas al sector productivo que fortalezcan la competitividad del municipio.

Se contempla la posibilidad de realizar convenios con el SENA llevando a cabo programas de formación técnica, en concordancia con los programas y proyectos

del área agropecuaria y turística, sectores a los que se ha enfocado el desarrollo económico del municipio.

Entre las metas trazadas en el Plan de Desarrollo y que se relacionan con el tema de emprendimiento se encuentran las siguientes:

- Financiar dos microcréditos por cada año del período para las dos mejores alternativas de emprendimiento.
- Gestionar con el sector privado la realización de concursos para la creación de empresas en el municipio de Florida.
- Realizar campañas promocionales y educativas para la promoción y fomento de creación de empresas.
- Apoyar la iniciativa de creación de nuevas empresas, gestionados a través de los fondos de emprendimiento nacional.
- Vincular el municipio a los sistemas nacionales e internacionales de cooperación, para el desarrollo y a la agenda pública internacional, en busca de efectuar enlaces de hermanamiento entre ciudades afines.
- Implementar políticas de exoneración de impuestos a empresas nuevas.

En el sector agropecuario se estipula el desarrollo de capacidades competitivas por medio de tecnificación del sector para enfrentar los retos del nuevo milenio promoviendo el sentido de pertenencia con el campo y la conservación del medio ambiente, además de asociaciones comunitarias en pro del fortalecimiento del sector productivo rural del municipio y por tanto de nuevos ingresos y disminución de necesidades básicas insatisfechas, las estrategias para lograr estos objetivos se resumen en:

- Capacitación para la implementación de buenas practicas agrícolas y pecuarias.
- Procesos de planificación concertados para un sector agropecuario y ambiental sostenible y sustentable.

- Asistencia Técnica especializada para el desarrollo agro empresarial competitivo para pequeños productores del sector rural local.
- Tecnificación de la producción elevando la competitividad en los mercados, desarrollando catorce cadenas agroalimentarias (café, panela, hortofrutícola, cacao, mora, flores exóticas, follajes tropicales, guadua, plantas aromáticas y condimentarias), mediante asistencia técnica orientada a el uso racional de los recursos naturales con tecnologías.
- Programar mínimo cuatro (4) Ferias Agropecuarias en el Municipio de Florida y alianzas entre el sector productivo y pequeños productores con el propósito de establecer redes de emprendimiento, fortaleciendo las cadenas productivas y posicionamiento de los productos agrícolas a nivel departamental, nacional e internacional.
- Fortalecer proyectos productivos del sector pecuario: avícola, piscícola y porcino.

Teniendo en cuenta la tendencia actual a la conservación del medio ambiente el plan de gobierno local busca establecer una política en beneficio del cuidado del medio ambiente, apoyando iniciativas dirigidas al enfoque de ecociudad y ecoturismo, para ello plantea Implementar el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos – PGIRS, fortalecer las cuencas hidrográficas y fortalecimiento de los sistemas productivos sostenibles, a través de la priorización de proyectos para elevar el uso sostenible y la conservación de suelo y agua.

La idea del gobierno municipal ha dado importancia al posicionamiento a nivel Nacional de Florida como un municipio estratégico y con ventajas comparativas teniendo en cuenta su posición geográfica y diversidad de suelos para la producción, comercialización, exportación e importación de bienes, productos y servicios.

A largo plazo se ha centrado la atención en la nueva vocación económica que se piensa dar a la zona y es la de la industria turística viendo en esta un motor de desarrollo regional.

Se puede observar en el Plan de Desarrollo medidas encaminadas a establecer unas condiciones favorables para el establecimiento de unidades productivas, entre ellas gestión de recursos para microcreditos, alianzas estratégicas y exoneración de impuestos, sin embargo hasta la fecha no se han promocionado incentivos para los nuevos emprendedores.

Así mismo se recurre a la Alcaldía para obtener mayor información para saber cual es el procedimiento para acceder a los planteamientos establecidos, no fue posible obtener la información ya que hasta el momento no se ha designado un funcionario que se encargue del área de emprendimiento y desarrollo empresarial.

Hasta el momento la información ha sido proporcionada por el encargado de Macroproyectos a quien no fue posible ubicar, en las demás dependencias dicen no tener conocimiento del proceso, razón por la que no se pudo obtener documentación referente al tema.

A nivel regional, el gobierno departamental otorgó capital semilla para la creación de Fondos Rotarios Agropecuarios que busca apoyar proyectos e iniciativas de organizaciones agrícolas y pecuarias para pequeños productores, generando proceso de desarrollo productivo con visión empresarial.

Es una opción para los pequeños agricultores que no tienen fácil acceso a créditos bancarios, especialmente de la zona rural, ofrece recursos de capital de trabajo retornable con interés blando, para financiar procesos productivos.

Así mismo impulsa una cultura de ahorro como instrumento de sostenibilidad financiero y de desarrollo integral y auto gestión familiar, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del pequeño y mediano productor.

La inversión del departamento asciende a \$173.931.00 millones de pesos, alcanzando un total de 28 fondos trabajando, que entre otros municipios beneficia

la localidad de Florida para los pequeños productores que tengan proyectos que necesiten de financiación.

No se conoce de otros avances en alianzas estratégicas con el gobierno regional, nacional o con entidades privadas que además estén encaminadas a fortalecer a los actuales comerciantes o nuevos creadores de empresas.

Tampoco hay una divulgación adecuada de los planteamientos del plan de desarrollo para que la comunidad tenga conocimiento y pueda acceder a estos recursos.

Los entes privados también hacen un aporte importante a las condiciones del sector, la Cámara de Comercio por su parte se ha destacado por establecer programas de capacitación dirigidos a los comerciantes, generalmente capacitaciones gratuitas para que puedan asistir el mayor número de comerciantes.

Para el conocimiento de la programación mensual de capacitaciones se envía invitación a los comerciantes al domicilio principal de su negocio, también se encuentra la información impresa en la sede en Florida y en la pagina de Internet de la fundación progresamos.

Los bancos por su parte ofrecen créditos a los comerciantes que como ellos sustentan no son suficientes para desarrollar empresas que requieran de maquinaria, tecnología o montajes con inversiones elevadas.

Con el propósito de conocer cuales son las facilidades y apoyos que ofrecen los bancos locales para el otorgamiento de créditos, se recurre a información proporcionada con un asesor comercial de Bancolombia en relación a trámites, requisitos y montos otorgados.

Requisitos

Para empleados:

- Carta laboral
- Certificado de ingresos
- Fotocopia de Cedula Ampliada
- Diligenciar los formularios establecidos por el banco.

Para independiente

- Certificado de Cámara y Comercio
- Certificado de ingresos
- Fotocopia de Cedula Ampliada
- Declaración de Renta o Certificado de no Declarante
- Estados Financieros
- Extractos bancarios si los tiene.
- Diligenciar formularios del banco

En ambos casos se deben justificar Ingresos superiores a dos salarios mínimos vigentes (Para el año en curso \$1.003.000 pesos.)

Montos desembolsados: Cuando el solicitante no tiene historia crediticia se le presta hasta un millón de pesos si presenta codeudor, este valor puede ser mayor teniendo en cuenta la capacidad de endeudamiento del mismo y las garantías que pueda presentar como prendas o hipotecas, estos elementos son determinantes para el valor del desembolso de los créditos.

Estos créditos se otorgan con un porcentaje de interés del 26% Efectivo anual, 2 puntos por encima de la tasa para consumo normal, según establece el banco por que los créditos a comerciantes son considerados de mayor riesgo, el estudio para su aprobación se demora en promedio una semana.

A nivel local no se tiene la modalidad de realizar desembolsos presentando como garantía el proyecto de crear un negocio, como se menciono anteriormente deben ser garantías reales, para el caso contrario los trámites deben realizarse a través de Bancoldex.

8.2 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

Para conocer las características del sector se extrae información de las encuestas, se tiene como propósito conocer cual es la situación real en la que se desenvuelven los negocios, cuales son las condiciones, predominio de actividades, entre otras.

En primer lugar se clasifican los datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Florida, en relación a las unidades creadas en los últimos cinco años, dando información del capital inicial requerido para el establecimiento de estos negocios, y la tendencia de actividades que vienen predominando en el mercado.

Tabla 1. Clasificación de actividades para los establecimientos ubicados en el sector de estudio: Municipio de Florida Valle calle 9 entre carreras 13 y 20.

No.	CLASIFICACION DE ACTIVIDADES	Cantidad de Establecimientos
1	Comercio al por mayor y en comisión o por contrata	2
2	Comercio y servicios de reparación	72
3	Construcción	2
4	Hoteles y Restaurantes	18
5	Otras actividades empresariales	6
6	Otros servicios	13
7	Servicios sociales de salud	5
8	Transporte, almacenamiento y comunicación	10

Fuente: Cámara de Comercio de Palmira – Valle. Tabla realizada para propósitos del estudio.

Los datos muestran una parte representativa del sector enfocada al comercio y servicios de reparación con 72 establecimientos, este concepto abarca elementos o artículos de uso personal como ropa, calzado, accesorios, cacharrerías, electrodomésticos, mueblerías, compraventas y misceláneas en general.

La inversión para estos negocios está entre \$1.000.000 y \$1.750.000, sin embargo hay 4 locales que salen de estos rangos, ellos son Veraos Sport con un capital de \$12.500.000, Miscelánea Piolin con \$14.656.000, Almacén Agrotécnico con \$104.068.000 y Arabescos con \$139.388.017.

La segunda actividad predominante en el sector es la de Hoteles y Restaurantes con 18 locales, aquí se encuentran bares, discotecas, restaurantes y negocios de comidas rápidas con un rango de inversión entre \$1.000.000 y \$7.500.000.

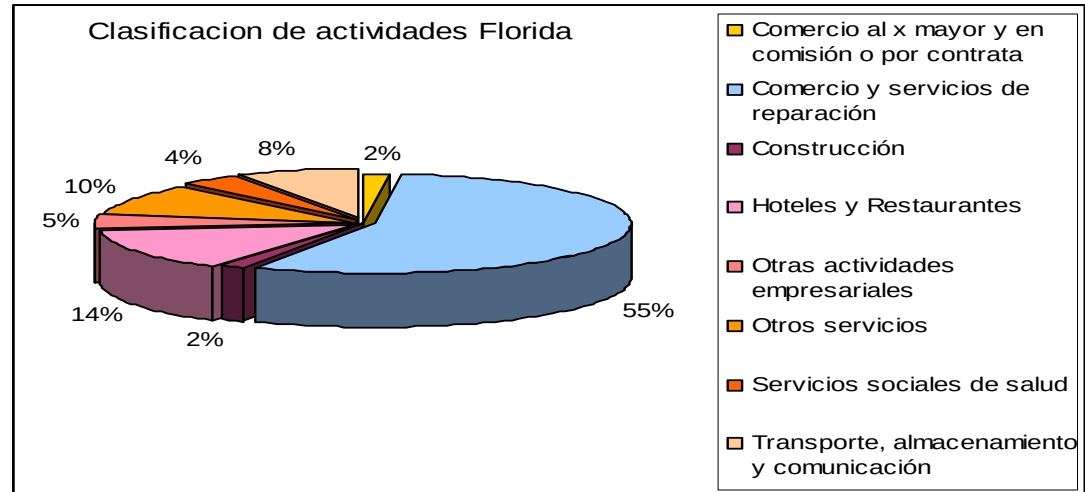
En tercer lugar se posicionan otros servicios con 13 establecimientos, incluye gimnasios, centros fotográficos, juegos de azar y entretenimiento, para este caso el capital esta entre \$1.000.000 y \$3.400.000, solo Cosmo Bingo se destaca por una inversión superior con \$19.685.428.

El área de transporte, almacenamiento y comunicación cuenta con 10 locales, el promedio de inversión es de \$1.150.000; en menor cantidad se encuentran otras actividades empresariales con 6 lugares dedicados a la prestación de servicios, asesorías, venta de motos y vehículos, su matrícula está estipulada entre \$1.000.000 y \$8.500.000 como la mayor inversión.

Los servicios sociales y de salud están representados por 5 establecimientos con un capital entre \$1.020.000 y \$4.304.000, finalmente se encuentran las actividades de comercio al por mayor, en comisión o por contrata, donde se ubica Créditos Linares y el Deposito el Rendidor, distribuidores al por mayor y detal, su inversión se sitúa en \$52.000.000, en la misma cantidad se encuentran los negocios de construcción con un capital de \$1.000.000 y \$1.250.000.

La clasificación anterior muestra una tendencia de actividades igual a la de Palmira, representada en mayor porcentaje por el ítem de comercio y servicios de reparación como se puede observar a continuación.

Grafica 5. Clasificación de actividades Municipio de Florida Valle



Grafica realizada para propósitos del estudio, se toma como fuente los datos de la Cámara de Comercio de Palmira Valle.

Grafica 6. Clasificación por actividad económica para microempresas en la jurisdicción de Palmira para el año 2007.



Fuente: Anuario estadístico de Palmira 2007, Fundación Progresamos: Inversión neta de capitales en las sociedades de Palmira, Candelaria, Pradera y Florida 2007

Ahora se tiene en cuenta las respuestas dadas por los comerciantes en las encuestas para establecer las características del establecimiento de sus negocios y el sostenimiento de los mismos.

A continuación se presentan las más relevantes:

Grafica 7. Numero de empleos generados según la actividad desempeñada

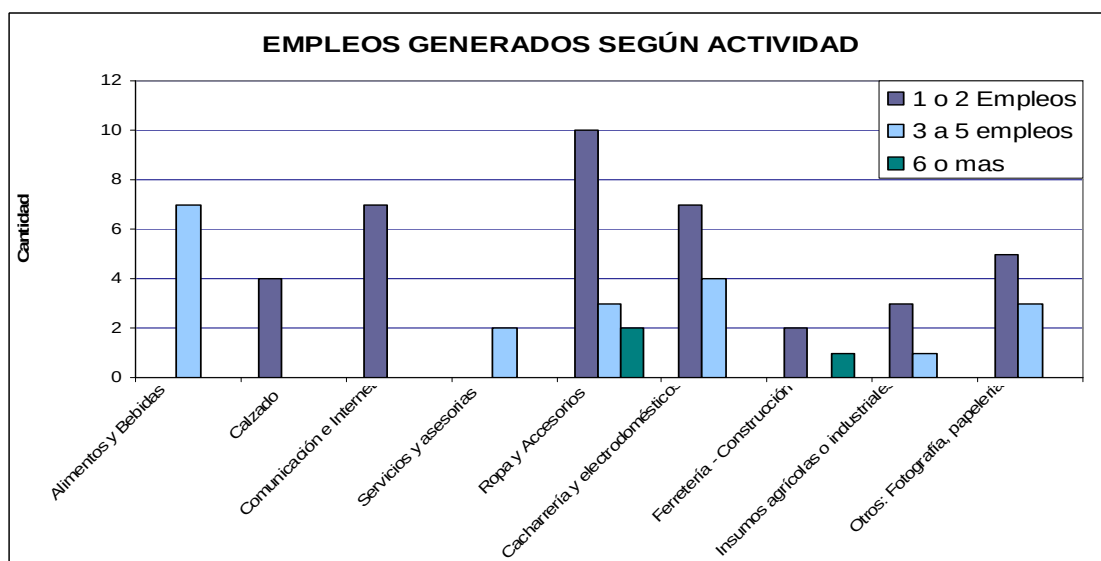


Grafico realizado para propósitos del estudio.

Igual que en los datos proporcionados por la Cámara de Comercio, se observa predominio en la comercialización de productos de primera necesidad, no hay empresas o fabricas que se dediquen a la producción o transformación de materias primas y que por tanto demanden mano de obra representativa.

La mayoría de locales genera de uno a tres empleos y el doble del personal para fechas especiales, lo que lleva a pensar que los establecimientos están concebidos prácticamente solo para el sostenimiento de su propietario.

A lo anterior se suma la carga prestacional que trae consigo tener empleados, algunos comerciantes como los propietarios de Modding PC y Leo Papatos manifestaron que ello también los ha detenido para contratar personal.

Podría decirse que no hay en este momento una concepción de empresa por parte de los comerciantes de este sector, quienes ven en sus negocios una oportunidad de sostenimiento e independencia sin entrar en responsabilidad laboral y económica en mayor grado.

Así mismo, se ha podido observar establecimientos que por su tamaño y actividad superan en ingresos a otros, sin embargo estos no influyen en los empleos que puedan generar, este es el caso de Créditos Linares y Veraos Sport en la rama de mueblerías y electrodomésticos con una sola persona laborando, quienes mas personal demandan son los establecimientos como restaurantes, cacharrerías y discotecas, (para el ultimo caso solo laboran el fin de semana sin un contrato establecido).

Grafica 8. Volumen de ventas en relación a la inversión realizada.

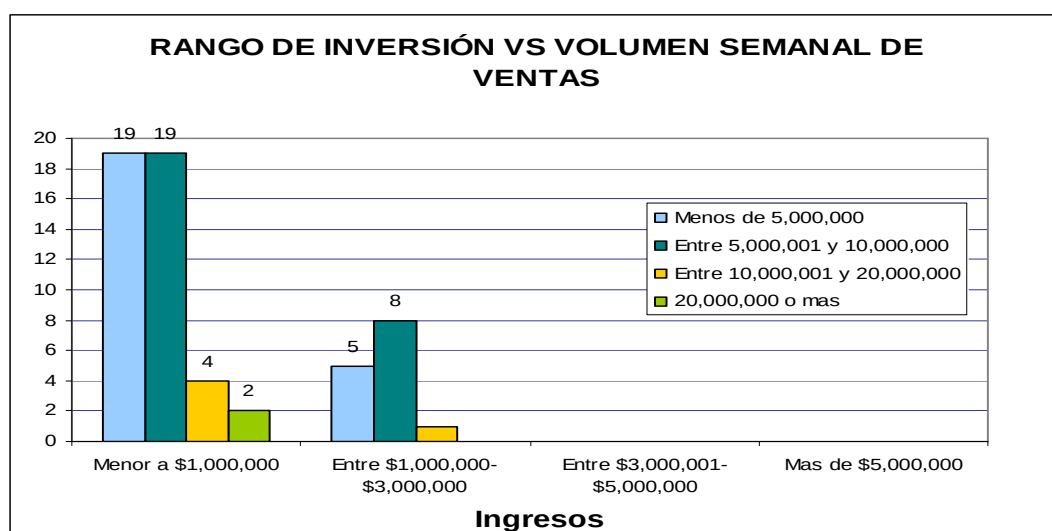


Grafico realizado para propósitos del estudio.

Complemento a la actividad están los ingresos que perciben los comerciantes, las respuestas dadas se concentraron en valores mensuales inferiores a cuatro (\$4.000.000) millones de pesos, entre los establecimientos que aceptaron ingresos semanales entre \$1.000.000 y \$3.000.000 se encuentran Almacenes Herpo y Ferdizcoms dedicado a comercializar implementos de construcción.

Como ya se mencionó, estos tampoco se reflejan directamente en la generación de empleo, solo en el primer caso hay una cantidad representativa, 14 empleos, en el segundo figura solo con dos empleos.

El nivel de inversión también influye en la creación del negocio, en este sector los datos más representativos para crear un negocio se concentran en el rango entre cinco y diez millones de pesos, el nivel de ingresos por su parte se ubicó en valores semanales inferiores a un millón de pesos (\$1.000.000).

En estos casos los negociantes manifestaron empezar con surtido pequeño que han ido ampliando, así como la inclusión de nuevas líneas, por tanto no fue una inversión inicial representativa, el valor más alto en activos se reflejó en Arabescos dedicado a la comercialización de electrodomésticos, según los datos de Cámara de Comercio cuenta con \$139.388.000 millones de pesos en capital y Agrotecnico con implementos agrícolas e industriales matriculado con un capital de \$104.068.000 millones de pesos.

Así mismo se puede relacionar esta variable con la proveniencia de los recursos, los establecimientos anteriores clasificaron en el rango de las personas que recurrieron a prestamos bancarios, además de otros como Almacén Tu Música Masai Sport y Modding PC que para su creación hicieron uso de estos créditos, otros por el contrario hicieron uso de recursos propios y familiares.

Es importante destacar que predomina la búsqueda de recursos por cuenta propia mas que a entidades financieras, en este sentido algunos comerciantes como el

propietario de Leo Papatos que tiene entre sus ideas a largo plazo ser un comercializador al por mayor de zapatos en el municipio, manifestó *no hacer uso de crédito que le ofrecen los bancos del sector por las tasas de interés, por las garantías que requieren las entidades y por que el monto ofrecido no es suficiente para llevar a cabo su idea de negocio.*

Finalmente están las desventajas que ven reflejadas en este sector, para algunos negociantes están relacionadas con el miedo a invertir, ello como consecuencia de la delincuencia común y la estigmatización de Florida como zona guerrillera, otros hacen énfasis a los impuestos que deben pagar y la falta de apoyo por parte del gobierno local.

Hay quienes opinan que la no inversión se debe a la cultura que se ha creado de formación para ser empleados y no empresarios, a esto debe sumarse desconocimiento de entidades que pueden apoyar la puesta en marcha de nuevas alternativas de negocio.

9. PROMOCION DE PROGRAMAS PARA LA FORMACION DE UNA CULTURA EMPRENDEDORA

Como ya se había mencionado el marco legal nacional ha desarrollado programas en pro del desarrollo de una cultura emprendedora, en este sentido se han formulado leyes y proyectos que promulgan el fomento de creación de nuevas unidades productivas.

En los resultados obtenidos en las entrevistas se notó que hay desconocimiento de las leyes establecidas y de cómo acceder a estos programas, razón por la que se busca en este capítulo ampliar el tema.

A continuación se hace un breve resumen y análisis con las disposiciones legales establecidas para este propósito.

9.1 LEY 905 DE 2004. LEY MIPYME

Esta ley modifica la ley 590 de julio 10 de 2000 o Ley Mipyme creada con el objeto de establecer mejores condiciones para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia, las cuales deben estar contempladas en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno.

Las principales disposiciones enmarcadas dentro de la Ley Mipyme se relacionan a continuación.

Inicialmente se aclara el concepto de Mipymes el Artículo 2 define: *“se entiende por Micro toda unidad de explotación económica realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o*

de servicios, rural o urbana”, incluye famiempresas, pequeña y mediana empresa, además establece los siguientes parámetros para su clasificación según el tamaño:

Mediana Empresa: Cuenta con una planta de personal entre (51) cincuenta y uno y (200) doscientos trabajadores y/o sus activos totales están entre (5001) cinco mil uno y (15.000) quince mil salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Pequeña Empresa: Su planta de personal esta entre (11) once y (50) cincuenta trabajadores y/o los activos totales entre (501) quinientos uno y menos de (5.000) cinco mil salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Microempresa: La planta de personal no supera (10) diez trabajadores y/o sus activos totales (excluida la vivienda) son menores a (501) quinientos uno salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Establece el Registro Único Empresarial a cargo de las Cámaras de Comercio que tiene validez para trámites, gestiones y obligaciones en materia tributaria, arancelaria y sanitaria, a cargo de las mipymes, se busca mayor eficacia con la reducción de trámites ante el Estado.

Crea el Fomipyme que nace como una cuenta adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, su objeto principal es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción, así como la incorporación al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y a la Red de Centros de Desarrollo Tecnológico coordinada por Colciencias contemplado en el art. 29.

De igual manera se crea el Fondo de Inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Emprender, adscrito al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, con el objeto de apoyar a los micro, pequeños y

medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales.

Se busca lograr este objetivo mediante el aporte de capital social y el financiamiento de la preinversión, en asocio con los productores y las entidades territoriales, también da paso al establecimiento de parques industriales, tecnológicos, centros de investigación, incubadoras de empresas, centros de desarrollo productivo, centros de investigación, centros de desarrollo tecnológico y bancos de maquinaria, para el fomento de las Mipymes.

En cuanto a regímenes tributarios especiales, faculta a los gobiernos locales para establecer regímenes especiales sobre los impuestos, tasas y contribuciones de orden territorial, pueden establecer medidas como: exclusiones, períodos de exoneración y tarifas inferiores a las ordinarias, reducciones en el pago de aportes parafiscales con un Setenta y cinco por ciento (75%) para el primer año, cincuenta por ciento (50%) para el segundo año y veinticinco por ciento (25%) para el tercer año de operación, entre otras.

9.2 LEY 789 DE 2002.

La Ley 789 de 2002, dirigida a establecer las normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social, el artículo 40 de la presente ley estipula la creación del Fondo Emprender, como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, con el objetivo de financiar iniciativas empresariales, en los términos allí dispuestos.

Para acceder a los programas del Fondo se requiere:

Ser alumnos o egresados del Sena o institución educativa aprobada por el Estado que certifiquen el curso o la culminación de un programa de formación en los últimos 24 meses, o la salida parcial con una duración mínima de 440 horas.

En el caso de estudiantes universitarios deben encontrarse cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado, quienes hayan concluido materias en los últimos doce (12) meses y profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses.

Los recursos que otorga el fondo pueden llegar hasta doscientos veinticuatro (224) salarios mínimos mensuales legales vigentes, tienen la calidad de capital semilla³⁰ no reembolsable siempre y cuando la destinación corresponda a lo establecido en el plan de negocios aprobado por el Consejo Directivo del SENA y se cumpla con los indicadores de gestión que se hayan formulado.

En la asignación de recursos se tiene en cuenta el número de empleos directos a generar y mantener, también se da prioridad a los proyectos que desarrollen su actividad en municipios donde el Índice de desarrollo humano es más bajo o en los sectores priorizados en el Plan Nacional de Desarrollo y/o planes regionales.

Para la evaluación y aprobación de los proyectos o planes de negocios tienen en cuenta: viabilidad técnica, operativa y medición del riesgo del plan de negocio, viabilidad financiera y jurídica, generación y sostenibilidad de empleo productivo de manera directa, estudios de mercado, justificación, resultados esperados, esquema de ejecución del presupuesto y compatibilidad con el desarrollo sostenible del país, generando alternativas que favorezcan la preservación del medio ambiente.

El Fondo también cumple con funciones de acompañamiento, control y seguimiento con el fin de garantizar el cumplimiento de los indicadores de gestión establecidos en el proyecto avalado, este se realiza a través de unidades de emprendimiento, departamentos, facultades, profesores, instructores o asesores

³⁰ El capital semilla es No reembolsable si se da cumplimiento a los indicadores de gestión pactados

vinculados a las mismas, el acompañamiento técnico-operativo se realiza durante el primer año de ejecución de los plan de negocio avalado.

9.3 LEY 1014 DE 2006. LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO³¹

Esta ley promueve la concepción de una cultura para el emprendimiento y no para el trabajo, para ello se imparte una cátedra desde las instituciones educativas, bien sea públicas o privadas, en este sentido el Art. 13 señala: *“En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica primaria, secundaria y media...”*, se busca promocionar en los estudiantes una mentalidad empresarial que le permita ser generador de empleo mas no demandadores de empleo.

También propende una cooperación entre el sector educativo e industrial como se contempla en el Art. 16 y 17 con la opción de realizar planes de negocio o voluntariados empresariales a cambio de trabajo de grado.

El Estado se obliga a garantizar el cumplimiento de la Ley por medio de estrategias como: fomento de una cultura de cooperación del sector educativo e industrial, asignación de recursos públicos dirigidos al apoyo de redes de emprendimiento que estén registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo así como acuerdos con entidades financieras para que los planes de negocios sirvan como garantía del crédito solicitado.

9.4 LEY 1286 DE 2009. LEY DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

³¹ Ministerio de Educación: Ley de Emprendimiento

Modifica la ley 29 de 1990; esta dirigida al fomento de investigación científica y desarrollo tecnológico, así como la promoción de empresas basadas en la innovación, para este propósito se designa al Estado, que además esta en la obligación de incorporar este concepto en los planes y programas de desarrollo económico y social del país.

La ley 1286 busca *“fortalecer el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y a Colciencias para lograr un modelo productivo sustentado en la ciencia, la tecnología y la innovación, para darle valor agregado a los productos y servicios de nuestra economía y propiciar el desarrollo productivo y una nueva industria nacional”*, así mismo transforma Colciencias creado como establecimiento publico en Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Básicamente las políticas que enmarca esta ley están referidas al refuerzo de la concepción de una cultura emprendedora e innovadora que pueda ser competitiva no solo a nivel local sino internacional, para lo cual el Departamento Administrativo de Ciencia y Tecnología debe generar estrategias que permitan la consolidación de una *“...nueva sociedad y economía basada en el conocimiento”*, como se estipula en el artículo 7, numeral 4, así como la búsqueda de condiciones de los mercados locales para que estas puedan darse en pro de un desarrollo económico, social, ambiental y por tanto de la mejora de los niveles de calidad de vida de los ciudadanos.

En el plano financiero se crea el Fondo Francisco José de Caldas, cuyos recursos se administran a través de un patrimonio autónomo, entre otros rubros se destaca el artículo 26 donde se indica que se destinaran cien mil millones de pesos a la financiación de proyectos regiones de inversión en CT+I³², distribuidas a través de convocatorias orientadas a fortalecer estas capacidades.

³² Entiéndase CT+I como Ciencia, Tecnología e Innovación

9.5. REDES NACIONALES DE EMPRENDIMIENTO

El 11 de septiembre de 2008 se crea la Red Nacional para el Emprendimiento formulando un plan nacional para el desarrollo integral de la cultura emprendedora, hasta la fecha se han creado 16 redes regionales entre las que se encuentra la Red para el Valle del Cauca.

Las redes realizan funciones de acompañamiento a las regiones en los planes departamentales de emprendimiento, de igual manera formulan estrategias encaminadas al fortalecimiento de las mismas, entre las que se tiene:

- Fortalecimiento del Sistema Nacional de Incubación y de las unidades de emprendimiento del SENA y de las Universidades.
- Ventures, Concurso Nacional de Emprendedores 2009.
- Programas de formación de formadores.
- Programa de acompañamiento a emprendedores (Instituto de Emprendimiento de Cisco, Programas de las Cámaras de Comercio.
- Desarrollo de eventos y talleres de promoción al emprendimiento.

Para el fortalecimiento de las redes se están promoviendo fondos de capital semilla y de riesgo, para ello se estableció el Programa Piloto de Financiamiento de Empresas en Etapa Temprana.

El programa busca facilitar el acceso a capital a emprendedores y empresas creadas en un máximo de 3 años, inicio convocatorias el 27 de abril del presente año y estará abierta hasta que se comprometan la totalidad de recursos disponibles dentro del fondo, con una cobertura nacional.

Para la financiación de este programa el consejo Administrador de FOMIPYME aprobó el 14 de diciembre de 2008 \$3.000 MM de la vigencia de 2009, también se

definieron las condiciones y procedimientos para que FOMIPYME determine la postulación y participación en los fondos de capital semilla.

Las consultas para trámites y convocatorias están disponibles en la pagina del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia: www.mincomercio.gov.co.

9.6 CAMARAS DE COMERCIO

En el sector privado se encuentran las Cámaras de Comercio, entidades sin ánimo de lucro que establecen los lineamientos necesarios para trámites, registro y constitución legal de las empresas, orientan el proceso de creación y consolidación de las mismas, brindan capacitaciones en temas específicos de creación de empresas y acompañamientos para la realización de planes empresariales.

A continuación se relacionan los requerimientos básicos para el establecimiento y registro de nuevas empresas:

Inicialmente se debe realizar la matricula de las empresas, para ello debe tenerse en cuenta las características y responsabilidades que implica el tipo de empresa, dependiendo de si se trata de personas Naturales o Jurídicas como se detalla a continuación³³:

Persona Natural: No requiere desarrollar estructuras jurídicas ni de administración complejas, responde con su patrimonio ante cualquier acción realizada.

³³ Cámara de Comercio de Florida: Requisitos para Matricular y Crear Empresas

Persona Jurídica: En este caso se tienen en cuenta siete tipos de empresa clasificadas como sociedades:

Sociedad Limitada: Mínimo dos socios, máximo veinticinco, el capital esta representado en cuotas iguales, responden con sus respectivos aportes, el nombre de la sociedad debe estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda." que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente, se puede delegar la representación legal y administración en un gerente, con funciones establecidas en los estatutos.

Empresa Unipersonal: Solo una persona que se constituye como empresario, el Registro Mercantil lo acredita como persona jurídica, responde limitadamente con los activos, cuotas de igual valor nominal, descritos en el documento constitutivo. Corresponde al constituyente, administrar la empresa o delegar a un tercero, si es el caso, el empresario inicial no podrá realizar actos ni contratos a nombre de la empresa unipersonal. Podrá tener razón social seguida de la frase "Empresa Unipersonal" o su abreviatura "E.U" so pena de que el empresario responda ilimitadamente con su patrimonio.

Sociedad Anónima: Mínimo cinco accionistas quienes responden hasta por el monto o aporte de capital suministrado para la sociedad, el capital se representa en acciones de igual valor que son títulos negociables, todo ello es el capital autorizado y se debe aclarar cuánto de esto es capital suscrito y cuánto capital pagado. Su razón social debe ir seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o su abreviatura "S.A.".

Sociedad Colectiva: Dos o más socios que responden solidaria, ilimitada y subsidiariamente por todas las operaciones sociales, cada socio deberá entregar sus aportes en capital, especie o con trabajo, sin tener un mínimo ni un máximo según la ley comercial.

La razón social se forma con el nombre completo o solo apellido de uno de los socios, seguido de la palabra "y compañía", "hermanos" o "e hijos", se puede delegar la administración de la sociedad en otras personas extrañas, pero perdiendo así la posibilidad de diligenciar o gestionar negocios.

Sociedad Comandita Simple: Se constituye de uno o más socios gestores que responden solidaria, ilimitada y directamente por las operaciones y uno o más socios comanditarios o capitalistas que solo responden por sus respectivos aportes, solo los socios gestores podrán administrar la sociedad o delegar esta administración en terceros, los socios capitalistas o comanditarios aportan capital mientras los gestores aportan la administración de los capitales y el desarrollo de los negocios.

La razón social de estas sociedades, la cual se forma exclusivamente con el nombre completo o solo apellido de uno o más socios colectivos comanditarios o gestores; seguido de la palabra "y compañía" o su abreviatura "& Cia" y seguido de la abreviación "S. en C".

Sociedad Comandita por Acciones: Constituida por uno o más socios gestores y por lo menos 5 socios capitalistas o comanditarios, el capital se representa en acciones de igual valor, que son títulos negociables aportados por los capitalistas e inclusive por los socios gestores, quienes separan su aporte de industria el cual no forma parte del capital.

La razón social de estas sociedades, la cual se forma exclusivamente con el nombre completo o solo apellido de uno o más socios colectivos, seguido de la palabra "y compañía" o su abreviatura "& Cia" seguido en todo caso por las palabras "Sociedad en Comandita por Acciones" o su abreviatura "SCA".

Empresa Asociativa de Trabajo: Sus miembros son mínimo tres y máximo diez, si es para producciones de bienes, pues si es una empresa de servicios sus

socios serán máximo 20. Todos ellos representados por su aporte laboral, de tecnología, propiedad industrial o intelectual debidamente registrada, en activos y dinero, responden de acuerdo a la norma del Código de Comercio. Particularmente ésta empresa constituida con su persona jurídica debe registrarse ante el Ministerio de Protección Social. La razón social debe acompañarse con la denominación "Empresa Asociativa de Trabajo".

Así mismo se tienen en cuenta unos requisitos necesarios para matricularse como Persona Jurídica:

- ✓ Verificar el nombre Comercial, para confirmar que no haya otra empresa ya registrada con ese nombre.
- ✓ Verificar el uso de suelo, para constatar que el establecimiento puede desarrollar su actividad en la dirección escogida, cumpliendo con el Plan de Desarrollo Territorial del Municipio (POT).
- ✓ Constituirse como sociedad por medio de escritura publica ante notaria, teniendo en cuenta el tipo de sociedad.
- ✓ Pago de Impuesto de Registro, debe realizarse en Rentas Departamentales presentando la copia del documento de constitución.
- ✓ Diligenciar formulario RUT de la DIAN, se realiza para obtener la asignación del NIT, en la DIAN o en la pagina www.dian.gov.co .
- ✓ Realizar la Matricula Mercantil, diligenciar el Formulario Único Empresarial, en este se relacionan los datos del comerciante y del establecimiento, el cobro de la matricula se realiza de acuerdo a los activos reportados y se debe anexar carta de solicitud del servicio y de aceptación de cargos por parte de las personas designadas para los cargos directivos.

Otros trámites para la matricula de la empresa están relacionados con el funcionamiento de la misma, entre ellos se tiene:

Sayco y Acinpro: Requerido para establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales, causante de pago por derechos de autor.

Registro INVIMA: Relacionado con las condiciones sanitarias que deben cumplir las empresas dedicadas al proceso o manipulación de alimentos.

Registro de Marcas y Patentes: Para quienes deseen proteger su propiedad industrial.

El registro en Cámara y Comercio le proporciona a la empresa: Matricula Mercantil, Inscripción al RUT de la DIAN; inscripción en Industria y Comercio para pagos posteriores de impuesto y Notificación en Planeación Municipal, Secretaria de Salud y Bomberos.

Finalmente la constitución de la empresa trae consigo obligaciones laborales como son:

- ✓ Suscripción de Contratos de trabajo
- ✓ Garantizar la seguridad social de los empleados: Afiliación a Salud (EPS), Riesgos profesionales (ARP), Fondos de pensiones (AFP), administradores de Cesantías (AFC) y Caja de Compensación Familiar.
- ✓ Cumplir con las prestaciones sociales de los empleados: Prima de servicios, calzado y vestido de labor, Pago de cesantías, Intereses de cesantías, Vacaciones y Auxilio de transporte
- ✓ Cumplir con obligaciones laborales periódicas: Pago de aportes parafiscales y de seguridad social, Obligación de deducir y retener ingresos de asalariados y expedir certificados de ingresos y retenciones.

10. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para este análisis se tiene en cuenta los resultados obtenidos a partir de los objetivos propuestos que permiten establecer el enlace con el marco teórico presentado, teniendo en cuenta su visión, antecedentes de la creación de sus negocios y las características socioeconómicas de los comerciantes como origen, edad, formación académica entre otras.

10.1 CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL

En primer lugar se retoma a Jeffrey Timmons que habla de una toma de riesgos calculados, en este sentido los negociantes del municipio inician sus actividades sin establecer planes de negocios que les permita establecer que tan viable puede ser su negocio, talvez teniendo como precedente que no hicieron uso de altas sumas de dinero para el establecimiento de los mismos.

Sus habilidades están enfocadas a la inversión y rápida recuperación de la misma para poder seguir invirtiendo, como se ha hablado a lo largo del trabajo cumpliendo con una concepción de “negociantes”, mas no de empresarios o de emprendedor innovador.

En este sentido simplemente se identifican oportunidades de inversión orientadas al comercio de bienes y productos de primera necesidad, aquí tampoco se cumple uno de los planteamientos de Timmons como es la de “crear ventajas competitivas que les permitan riesgos calculados” y por tanto mayores niveles de inversión, crecimiento y aporte a la economía regional.

De otro lado se encuentran los elementos que mejoran las posibilidades de éxito del negocio de Timmons, se evidencia que se cumplen unas características

deseables y adquiribles reflejadas en el compromiso, motivación y orientación a oportunidades y metas de responsabilidad personal, desarrollando con su experiencia capacidades para resolver problemas ante las situaciones difíciles que han tenido que afrontar.

Así mismo se destaca la actitud de los negociantes frente al reto que asumieron, lo que les da una convicción de estar en la capacidad de enfrentar retos mayores representados en crecimiento económico y personal, tienen visión de negocio, asumen responsabilidades concientes de sus habilidades, sin embargo se han enfocado en un mercado pequeño si se compara con poblaciones como Cali o Palmira, donde existe un mayor nivel de competencia y que por tanto demanda mayores retos y rangos de inversión.

En relación al nivel educativo se puede evidenciar que son pocos los negociantes que han culminado carreras profesionales, en su mayoría son empíricos, personas que iniciaron sus negocios cuando no había tantos competidores como ahora lo que les permitió establecerse y sostenerse, puede decirse que esta es la razón por la que no ven otras oportunidades de crecimiento mas que la ampliación de sus negocios, sin tener que acceder a tecnología e innovación.

Lo anterior también los hace concientes de la responsabilidad que han adquirido con ellos y con el desarrollo de la comunidad en general, basados en los empleos que puedan llegar a ofrecer con el crecimiento de sus negocios o con la consolidación de una empresa, haciendo mención a las oportunidades que aun ven reflejadas en este municipio.

La percepción para reconocer oportunidades, así como las condiciones del mercado están circunscritas a la observación del mercado, de los clientes y de sus necesidades, en pocos casos los comerciantes se dirigen a otros entornos para retroalimentarse y aplicar en su lugar de origen.

Se evidencia en este aspecto falta de investigación para llevar a cabo proyectos innovadores, se están limitando a establecer lo ya existente compitiendo con precios y calidad, lo anterior también los hace concientes de su condición de negociantes sustentando que *compran para vender y recuperar la inversión rápidamente*.

Finalmente se hace un comparativo con los rasgos más característicos presentados por el proyecto GEM Colombia planteados en los antecedentes del presente trabajo.

RESULTADOS GEM COLOMBIA 2007	RESULTADOS ENCUESTAS A NEGOCIANTES DE FLORIDA
➤ Rango de edades ubicado en grupos entre los 25 y 34 años. ➤ Emprendedores motivados a crear iniciativas empresariales representada en independencia laboral y nivel de ingresos. ➤ Incremento en la participación del género femenino que sigue estando por debajo del porcentaje de hombres. ➤ El Mercado se ha enfocado a nivel local, teniendo en cuenta que Colombia es un País con poca vocación exportadora.	➤ Rango de edades concentrado en grupos entre 26 y 35 años. ➤ Emprendedores motivados a crear iniciativas empresariales gracias a la oportunidad que vieron reflejada en el mercado local. ➤ Participación del genero femenino por debajo del porcentaje de hombres (36% y 64% respectivamente). ➤ Comerciantes enfocados al mercado local que busca satisfacer las necesidades de la región.

Como se puede observar las características de los negociantes del municipio no son ajenas a la realidad nacional, con emprendedores que inician actividades a temprana edad, motivados ante una oportunidad reflejada en el mercado que les permite ganar independencia laboral y económica.

En relación al género difiere un poco teniendo en cuenta que el porcentaje de hombres es casi el doble que el de mujeres, reflejando sin embargo una participación considerable.

También se puede detallar la tendencia existente por un enfoque al mercado local, en este caso cabe destacar que si el mercado de Florida se ha enfatizado en el comercio de bienes y servicios tendrá pocas posibilidades de visionarse en un mercado externo, teniendo en cuenta que para este caso es mas representativo ser un productor que comerciante.

Se destaca en los negociantes un impulso por crear negocios con los cuales sus propietarios puedan sostenerse y crecer económicamente, sin embargo no hay una cultura de creación de empresas de mayor envergadura, en parte esta concepción ha sido frenada por la situación de orden publico que ha marcado a la región desde hace algún tiempo.

En este caso el perfil se ajusta a emprendedores que se arriesgaron a crear sus negocios ante una “oportunidad” que vieron relegada en el mercado y que trae consigo reconocimiento social, pero como ya se menciona no se evidencia Innovación que involucre establecimiento de tecnología e investigación que permita acceder a otros mercados con nuevos productos.

10.2 CARACTERISTICAS DEL ENTORNO

Puede decirse que los emprendedores de este municipio aprovecharon las oportunidades que vieron reflejadas, que lo han hecho en un marco jurídico, legal y financiero que no han aprovechado por desconocimiento y que por tanto no es favorable para ellos, aun así han logrado sostenerse en condiciones adversas y con un entorno sociocultural que los detiene a pensar en crear empresas que tengan mayor repercusión en el desarrollo económico de la región.

También se observa predominio en el sector por las actividades comerciales que signifiquen una recuperación rápida de la inversión realizada, es decir una rotación constante de inventarios, así mismo, se refleja una correspondencia entre la inversión realizada y los ingresos percibidos, independiente de la actividad que se esté desempeñando.

Estos conceptos muestran que son pocos los establecimientos que tienen un capital representativo así como ingresos que les permitan ofertar empleo, en su mayoría los negocios se establecen con la intención de ser atendido por su propietario, quienes poseen otros locales han logrado vincular personal adicional (entre 2 y 3 empleados).

Caso parecido se presenta en actividades como restaurantes y bares que vinculan personal por la atención que debe ofrecerse y las labores desempeñadas, razón por la que requieren tener alguien mas diferente al dueño o administrador, pero como se menciono y sustentándose en las respuestas obtenidas, estos datos no son muy representativos para la generación de empleos.

Los negocios se establecen en un medio donde tanto medianos como pequeños establecimientos deben competir al mismo ritmo de los grandes, con precios y calidad, en este caso se encuentran en desventaja si se tiene en cuenta que las ventas de un pequeño comerciante no se comparan con otros que compran y venden en volúmenes mas altos, razón por la que pueden adquirir sus productos a precios mas favorables, aun así, han logrado crecer en un mercado donde las posibles innovaciones que se hagan son fáciles de copiar.

Las encuestas y las entrevistas realizadas evidencian la “oportunidad” que vieron los emprendedores para crear una unidad de negocio en este sector, que desafortunadamente no ha estado favorecida por políticas reales que permitan el desarrollo de grandes empresas.

A lo anterior debe sumarse la búsqueda de capital, los negociantes manifiestan que el entorno para la financiación de los negocios no favorece la creación de nuevos proyectos o constitución de una empresa.

Para el caso anterior, un joven emprendedor que desee adquirir un crédito debe tener un respaldo económico, bien sea una propiedad o un codeudor con experiencia crediticia, si no la posee difícilmente podrá adquirir uno, en caso contrario el primer desembolso es por montos pequeños entre 3 y 5 millones de pesos.

Para los comerciantes ya establecidos, ofrecen créditos que normalmente no superan los diez millones de pesos (\$10.000.000), así mismo afirman que las tasas de interés son altas, razón por la que deciden no hacer uso de entidades financieras.

Adicionalmente se debe tener en cuenta la situación presentada con el municipio, que ha sido catalogado como zona roja, además de ser propuesto para un posible despeje militar, los comerciantes aseguran que este es un riesgo no solo para ellos sino además para quienes contemplen la posibilidad de crear unidades productivas en este sector.

Como complemento al análisis regional es importante tener en cuenta la información de la Cámara de Comercio relacionadas con la inversión neta de los sectores económicos para la jurisdicción de Palmira (Palmira, Pradera, Florida y Candelaria)³⁴.

Los datos que arrojan para el año 2007 la industria se ubicó en primer lugar con una participación del 42.9%, como ya se mencionó en Florida en este aspecto solo se cuenta con ingenios azucareros: Central Castilla y Maria Luisa, en este sentido

³⁴ Fuente: Cámara de Comercio de Palmira, Fundación Progresamos: Inversión neta de capitales, mayo de 2007

la zona se encuentra en desventaja con otros municipios como Candelaria que cuenta con la zona industrial la Nubia, además del ingenio Mayagüez.

En segundo lugar se ubicó el sector de Comercio de Servicios y Reparación, como se pudo observar esta es la actividad que mas predomina en Florida, en este caso se puede decir que se ajusta a la tendencia regional.

En menor cantidad se encuentran actividades de agricultura, caza y pesca, inmobiliarias y servicios de salud, Florida queda en desventaja en estos aspectos, ello debido al desarrollo que ha presentado el municipio y que se ha enfocado a la satisfacción de necesidades básicas, como es la de hoteles, restaurantes, y servicios de transporte y comunicación, las que aportan en menor cantidad a la inversión de los sectores económicos en esta jurisdicción.

Se observa que a pesar de las condiciones presentadas el sector parece adquirir una cultura de emprendimiento, lo que ha llevado a establecer pequeñas unidades productivas tratando de satisfacer las necesidades básicas de sus pobladores y de habitantes de municipios aledaños, con la visión de sostenerse ante las posibles situaciones criticas que puedan afrontar, además de crecimiento bien sea en el mismo sector o en otros lugares mas desarrollados como Cali y Palmira.

10.3 INCENTIVOS Y APOYOS GUBERNAMENTALES

Para que se de un entorno favorables al crecimiento de nuevas empresas se requiere contar con unas condiciones políticas, sociales y económicas, que favorezcan el establecimiento de las mismas, políticamente el municipio no tiene establecido un procedimiento claro para incentivos que fomenten la creación de nuevas empresas.

El plan de gobierno 2008-2011 establece mejorar las condiciones para la atracción de inversionistas y de apoyo a nuevos emprendedores, sin embargo no hay una

promulgación adecuada de esta información, razón por la que la población no conoce ni hace uso de estos alicientes.

Socialmente los entrevistados han señalado que se han forjado una cultura de empleado y no de empresario, en este aspecto también juega un papel importante el gobierno, las medidas tomadas en este caso se hacen evidentes con la ley 1014 de 2006, implementando la cátedra de emprendimiento en las instituciones educativas, la que pretende fomentar una cultura enfocada a la formación de empresarios.

Se destaca el fomento de la cultura y la capacidad emprendedora a nivel local, regional y nacional, que además crea una conciencia de espíritu innovador entre los individuos, encabezado por entidades como Universidades, Cámaras de Comercio y SENA, sin embargo, el cambio a una concepción emprendedora no se vera refleja a corto plazo.

Además se nota un grado de desconocimiento para el acceso a estos programas por parte de los negociantes del municipio, por otra parte, los requisitos de la ley impedirían para algunos comerciantes el acceso a los recursos teniendo en cuenta que uno de ellos es el hacer parte de un programa educativo a nivel técnico, tecnológico o profesional, o haber terminado estudios en un lapso menor a 2 años.

Como se pudo observar en el resultado de las encuestas los comerciantes que lograron terminar sus estudios se dedicaron al establecimiento y sostenimiento de sus negocios, otros solo culminaron la parte primaria, razón por la que varios de ellos estarían fuera de estos programas.

Así mismo escapan de los objetivos de la ley de Ciencia y Tecnología dirigida a la promoción de empresas basadas en innovación, el foco de atención de los comerciantes esta centrado en el desarrollo de sus negocios, pocos contemplan otra posibilidad que les permita acceder a nuevas tecnologías y por tanto a

productos que requieran de una vocación innovadora, que se desligue de la actividad comercial.

11. CONCLUSIONES

Después de conocer los resultados en el desarrollo de la presente investigación se logra concluir:

El perfil de los comerciantes de Florida está caracterizado por personas pujantes que vieron oportunidades y se arriesgaron a crear negocios en un mercado aparentemente pequeño pero con un alto nivel de competencia, no tienen un nivel académico alto y sin embargo lograron sostenerse y crecer, factores que atribuyen a “la experiencia que han logrado adquirir”, definiéndose a si mismos como negociantes y no como empresarios.

El sector se ha enfocado a la comercialización de bienes y servicios de primera necesidad, se puede decir en este sentido que no hay una concepción de empresa, tienen recursos suficientes para fundar el negocio o disponen de financiación por parte de los bancos gracias al respaldo que han ganado y que es acorde a los requisitos del mercado para crear un nuevo establecimiento, pero que no es suficiente para crear una empresa, en casos de inversión privada, hacen uso de recursos de familiares cercanos, ya que no conocen entidades concebidas para este fin como son las incubadoras o el fondo emprender.

Se destaca el establecimiento de leyes como la ley Mipyme, Ley de emprendimiento y la Ley de Ciencia Tecnología e Innovación, que propenden por unas condiciones favorables para la creación de empresas, sin embargo no hay una promulgación adecuada de las mismas para el conocimiento de pequeños emprendedores como es el caso de Florida, donde la mayoría no conocen de ellas y de cómo aprovechar los beneficios o incentivos que brindan.

Los comerciantes no contemplan en sus posibilidades la de crear una empresa que pueda generar impacto en el desarrollo económico del municipio y que por

tanto aporte significativamente a la generación de empleo, no basta con la motivación y el empuje con que cuentan estas personas, es necesario además un entorno económico, político y social, así como una oportunidad real de negocio, disponer de recursos suficientes para aprovecharla, sumado a las habilidades y conocimientos que sustentan tener los comerciantes.

12. RECOMENDACIONES

Es necesario que el gobierno municipal sea consciente de la importancia de crear y fomentar una cultura basada y enfocada a la creación de unidades productivas, desligada de una idea de negocio únicamente de establecimientos de comercio para productos de primera necesidad, es importante aprovechar el potencial de estos emprendedores, encaminándola a la innovación y creación de empresas que puedan competir a nivel local, regional e internacional.

A pesar de los esfuerzos del gobierno local por cambiar la imagen de Florida, el sector aun se ve limitado por la estigmatización que tiene de zona roja, es un temor que no solo se refleja en los emprendedores locales, sino además en los posibles inversionistas externos, en este caso es importante implementar nuevas estrategias por parte de la Alcaldía Municipal para seguir mejorando la imagen del Municipio catalogarlo como una zona segura para el establecimiento de empresas.

Se requiere de una colaboración constante de las grandes empresas consolidadas a nivel regional, sector publico y entes no gubernamentales, con las pequeñas empresas y/o negociantes, así como con la comunidad en general para conocer las necesidades que aun existen en la población y que no han sido satisfechas hasta el momento, buscando un beneficio para nuevos inversionistas y para los emprendedores actuales.

Para el caso anterior se pueden crear alianzas entre el sector publico y privado, para la producción y comercialización de productos que complementen los existentes y que puedan llegar a mayor numero de hogares del municipio y de los municipios cercanos sin tener necesidad de trasladarse a ciudades como Cali o Palmira.

Aunque la Ley MIPYME establece Regímenes Especiales Tributarios en los municipios o departamentos, hasta la fecha no hay evidencia de su implementación en este sector, no hay una promulgación adecuada por parte de los entes públicos ni tampoco preocupación por parte de los pobladores para conocer más a fondo los beneficios a los que podrían acceder.

Se requiere de un trabajo conjunto de pobladores y entidades publicas y privadas que permita conocer y establecer Regimenes Especiales Tributarios que busquen el desarrollo de la Región, ofreciendo alicientes que logren atraer capital, destacando además las ventajas de la región como es variedad de climas, mano de obra disponible y sobre todo su ubicación que le permiten fácil comercialización con municipios cercanos.

BIBLIOGRAFIA

- ALCARAZ. Rafael, El emprendedor de Éxito, tercera edición, Mc Graw Hill, México, 2006. Capitulo I.
- ARMSTRONG. Gary - ESCALONA. Roberto - KOTLER Philip, Fundamentos de Marketin, sexta edición, Editorial Pearson, Pág. 115.
- BERNAL T. Cesar Augusto, Metodología de la Investigación para Administración y Economía, Prentice Hall.
- BAPTISTA. Lucio – FERNANDEZ. Carlos – HERNANDEZ. Sampieri., Metodología de la Investigación, Cuarta Edición, Mc Graw Hill, México, (2006).
- BERENSON. Mark y LEVINE. David, Estadística para administración, segunda edición, Pearson Prentice Hall, pág. 11.
- CALDERON. Julieth y RAMIREZ- Ángel, Formación Teleológica y Administrativa, Ministerio de Educación Nacional, Universidad de Pamplona (2006).
- CHIAVENATO, Adalberto, Introducción general de la administración, Cuarta edición, McGraw Hill, Bogota, 1996.
- CISNEROS. Mireya, Como elaborar trabajos de grado Ecoe Ediciones (2006).
- CLAUDE. S George, “Historia del pensamiento administrativo” Editorial Pearson. Capitulo III (2005).
- GUIZAR. M Rafael, Desarrollo Organizacional, Principios y Aplicaciones, Mc Graw Hill Capitulo 5 (2000).

- JANY C. José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, Decisiones sin Incertidumbre, Tercera Edición, McGraw Hill.
- PIERRE. Andre Julien, Emprendimiento Regional y Economía del conocimiento, Pontificia Universidad Javeriana (2005).
- RODRIGUEZ. Alba Nubia y CARVAJAL. Arizaldo, Guía para la elaboración de proyectos de investigación social, segunda edición.
- VARELA. Rodrigo. Innovación empresarial: un nuevo enfoque de desarrollo. Colombia, Icesi 1998.

Referencias electrónicas:

- Ministerio de educación: Ley de emprendimiento, disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-94653.html>.
- Anuario Estadístico de Palmira. Estudio de Inversión neta de Capitales en sociedades 2007. Disponible en: <http://www.fundacionprogresemos.org.co>
- Artículo de Análisis de la actividad emprendedora en Iberoamérica, disponible en: <http://www.revistadeempresa.com/REVISTA/Public>.
- Artículo Boletines de emprendimiento, disponible en: <http://www.sena.edu.co/downloads/2008/Boletines/Mayo/Emprendimiento%20en%20Colombia.pdf>.
- Pagina Dirección de Planeación Nacional: Leyes y Decretos: Ley de 1286 de 2009, disponible en:

[http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DDE/Ley_1286 de 2009.pdf](http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DDE/Ley_1286_de_2009.pdf)

- Leyes para creación de empresas en Colombia, Ley mipyme disponible en:
<http://www.acopi.org.co/images/stories/leymipyme0905.doc>
- Artículo Definición de empresarios, disponible en:
<http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-empresarios.html>:
- Reporte de resultados GEM Colombia 2007. Disponible en:
<http://www.gemcolombia.org/doc/GEM%20Colombia07.pdf>

ANEXOS

1. Formato de Encuesta

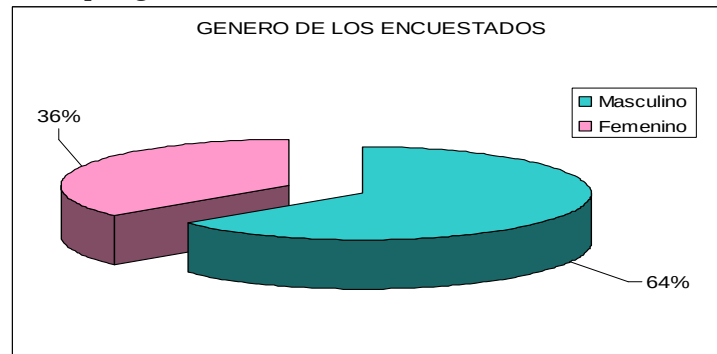
1. ENCUESTA "CLASIFICACION DEL PERFIL DE LOS COMERCIANTES DE FLORIDA-VALLE" NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO _____ EDAD _____ GENERO: Masculino _____ Femenino _____ FECHA _____													
1 Hace cuanto vive en Florida? _____ 2 De donde es oriundo? _____ 3 Señale los estudios que ha realizado <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;">☐ Primaria incompleta</td> <td style="width: 33%;">☐ Primaria completa</td> <td style="width: 33%;">☐ Bachillerato incompleto</td> </tr> <tr> <td>☐ Bachillerato completo</td> <td>☐ Técnicos</td> <td>☐ Tecnológico</td> </tr> <tr> <td>☐ Universitario</td> <td>☐ Otros</td> <td>☐ Mencione Cual?</td> </tr> </table>				☐ Primaria incompleta	☐ Primaria completa	☐ Bachillerato incompleto	☐ Bachillerato completo	☐ Técnicos	☐ Tecnológico	☐ Universitario	☐ Otros	☐ Mencione Cual?	
☐ Primaria incompleta	☐ Primaria completa	☐ Bachillerato incompleto											
☐ Bachillerato completo	☐ Técnicos	☐ Tecnológico											
☐ Universitario	☐ Otros	☐ Mencione Cual?											
4 Hace cuanto constituyo su negocio? _____ 5 Cuantos negocios ha tenido? _____													
6 Señale la actividad de su negocio: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">☐ Alimentos y Bebidas</td> <td style="width: 50%;">☐ Ropa y accesorios</td> </tr> <tr> <td>☐ Calzado</td> <td>☐ Cacharrería/Electrodomésticos</td> </tr> <tr> <td>☐ Comunicación/Internet</td> <td>☐ Ferretería-Construcción</td> </tr> <tr> <td>☐ Servicios - asesorías</td> <td>☐ Insumos agrícolas o industriales</td> </tr> <tr> <td>☐ Otro? Cual</td> <td></td> </tr> </table>				☐ Alimentos y Bebidas	☐ Ropa y accesorios	☐ Calzado	☐ Cacharrería/Electrodomésticos	☐ Comunicación/Internet	☐ Ferretería-Construcción	☐ Servicios - asesorías	☐ Insumos agrícolas o industriales	☐ Otro? Cual	
☐ Alimentos y Bebidas	☐ Ropa y accesorios												
☐ Calzado	☐ Cacharrería/Electrodomésticos												
☐ Comunicación/Internet	☐ Ferretería-Construcción												
☐ Servicios - asesorías	☐ Insumos agrícolas o industriales												
☐ Otro? Cual													
7 Con que recursos financio su inversión inicial? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">☐ Recursos propios</td> <td style="width: 50%;">☐ Recursos Familiares</td> </tr> <tr> <td>☐ Préstamo bancario</td> <td>☐ Otro? Cual ? _____</td> </tr> </table>				☐ Recursos propios	☐ Recursos Familiares	☐ Préstamo bancario	☐ Otro? Cual ? _____						
☐ Recursos propios	☐ Recursos Familiares												
☐ Préstamo bancario	☐ Otro? Cual ? _____												
8 Señale el rango en que se encuentra la inversión inicial de su negocio: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">☐ Menos de 5,000,000</td> <td style="width: 50%;">☐ 5,000,001 a 10,000,000</td> </tr> <tr> <td>☐ 10,000,001 a 20,000,000</td> <td>☐ 20,000,001 o mas</td> </tr> </table>				☐ Menos de 5,000,000	☐ 5,000,001 a 10,000,000	☐ 10,000,001 a 20,000,000	☐ 20,000,001 o mas						
☐ Menos de 5,000,000	☐ 5,000,001 a 10,000,000												
☐ 10,000,001 a 20,000,000	☐ 20,000,001 o mas												
9 Señale el volumen semanal de ventas del negocio? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">☐ Menos de 1,000,000</td> <td style="width: 50%;">☐ 1,000,001 a 3,000,000</td> </tr> <tr> <td>☐ 3,000,001 a 5,000,000</td> <td>☐ 5,000,001 o mas</td> </tr> </table>				☐ Menos de 1,000,000	☐ 1,000,001 a 3,000,000	☐ 3,000,001 a 5,000,000	☐ 5,000,001 o mas						
☐ Menos de 1,000,000	☐ 1,000,001 a 3,000,000												
☐ 3,000,001 a 5,000,000	☐ 5,000,001 o mas												
10 Cuantos empleos genera actualmente su negocio? _____													
11 Cambiaria de negocio? SI ☐ NO ☐													
12 Cómo ve el cambio y la innovación en los negocios? _____													
13 Que ideas tiene para que su negocio crezca? _____													
14 Cuales considera que son las posibilidades del sector para el desarrollo de su Negocio? _____													
15 En qué lugar le gustaría tener una empresa? _____													
16 Como reconoce las oportunidades de negocio que se presentan en este sector? _____													
17 Cuál es su posición ante situaciones difíciles o conflictivas relacionadas con su negocio? _____													
18 Conoce las entidades que apoyan la creación de nuevos proyectos? SI ☐ NO ☐ Mencione cuales _____													
MUCHAS GRACIAS													

Anexo 2. Formato de entrevista

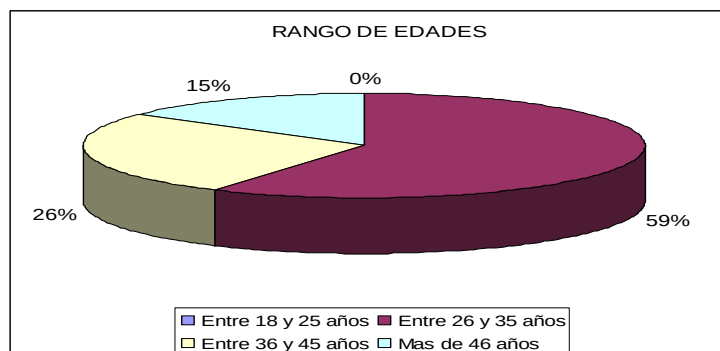
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO			
EDAD		GENERO:	☐ Masculino ☐ Femenino
FECHA			
1	Señale que lo impulso a desarrollar este negocio: ☐ Oportunidad ☐ Necesidad		
2	Quien le enseñó o como aprendió a manejar este negocio? _____		
3	Que es para usted una empresa? _____		
4	Por que le gustaría tener una empresa? _____		
5	Como se considera ☐ Empresario ☐ Microempresario ☐ Negociante Por que? _____		
6	Como se ve a Mediano y Largo Plazo? _____		
7	Cuales son ventajas y oportunidades que le ofrece el entorno para que su negocio pase a convertirse en empresa? _____		
8	Cuales son las desventajas y amenazas que usted ve reflejadas para que no se hayan creado empresas en este sector? _____		
9	Por que estableció su negocio en Florida? _____		
10	Como compite con los demás establecimientos de la misma razón? _____		
11	Que cambios a establecido en su negocio? _____		
12	Tiene ideas nuevas para desarrollar en su negocio o para crear otro? SI ☐ NO ☐ Mencione cuales: _____		

ANEXO 3. Tabulación y graficación de encuestas

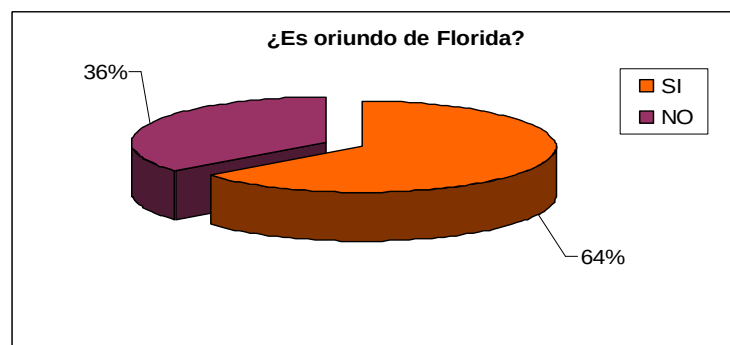
3.1 Clasificación por género de los encuestados



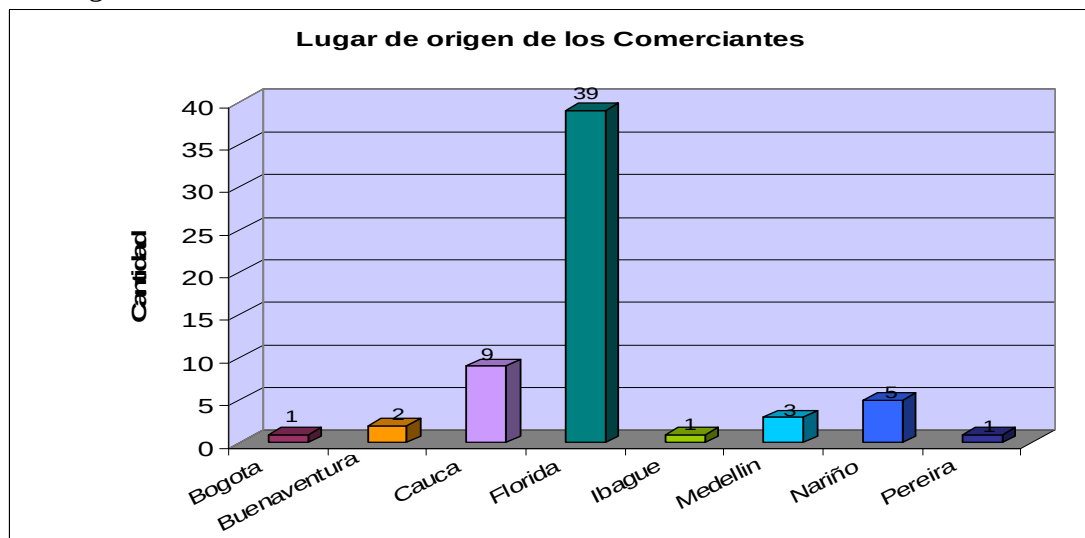
3.2 Rango de Edades de los negociantes



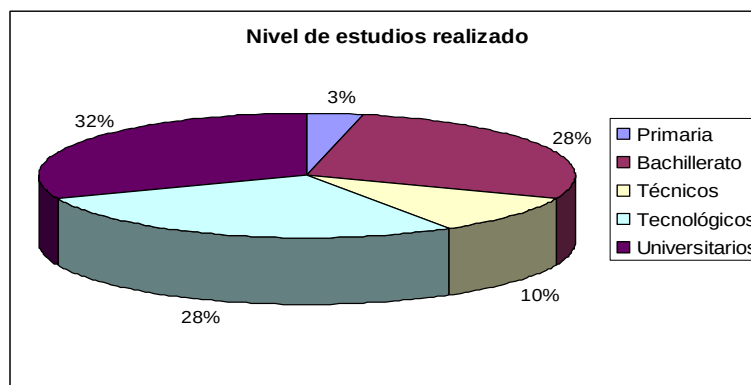
3.3 Origen de los comerciantes



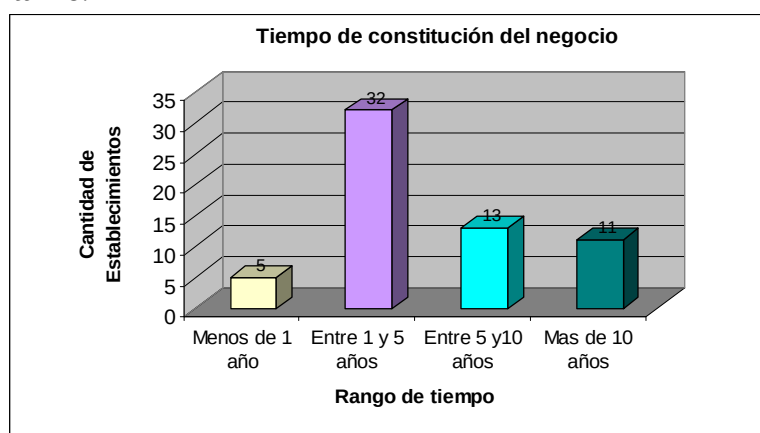
3.4 Pregunta No. 2



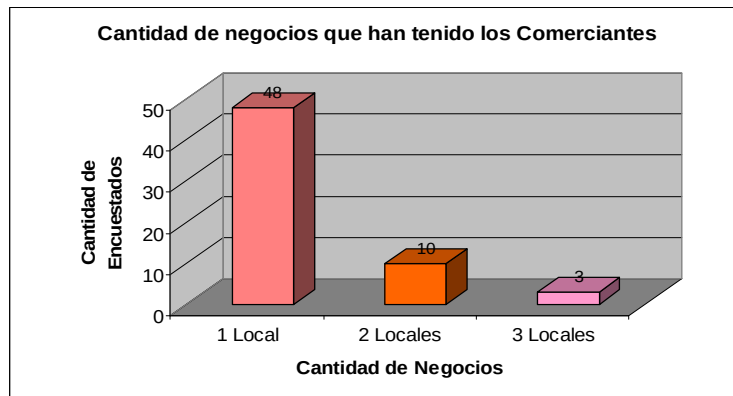
3.5 Pregunta No. 3



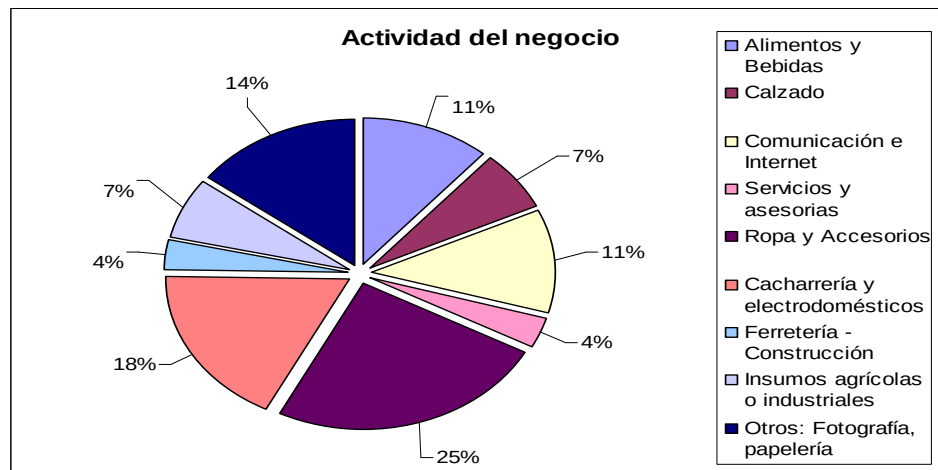
3.6 Pregunta No. 4



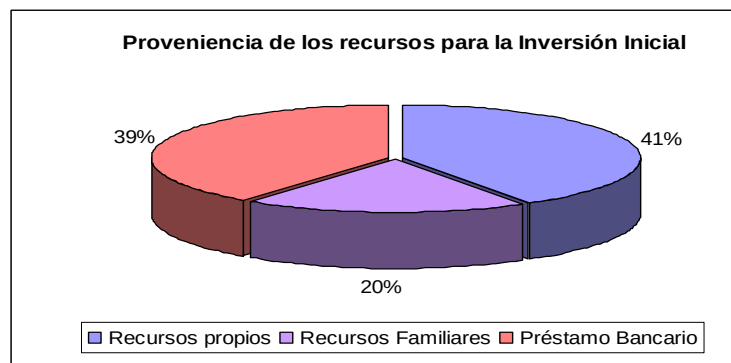
3.7 Pregunta No. 5



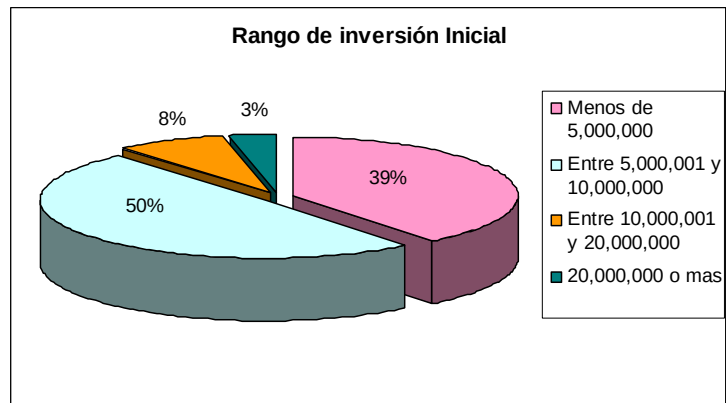
3.8 Pregunta No. 6.



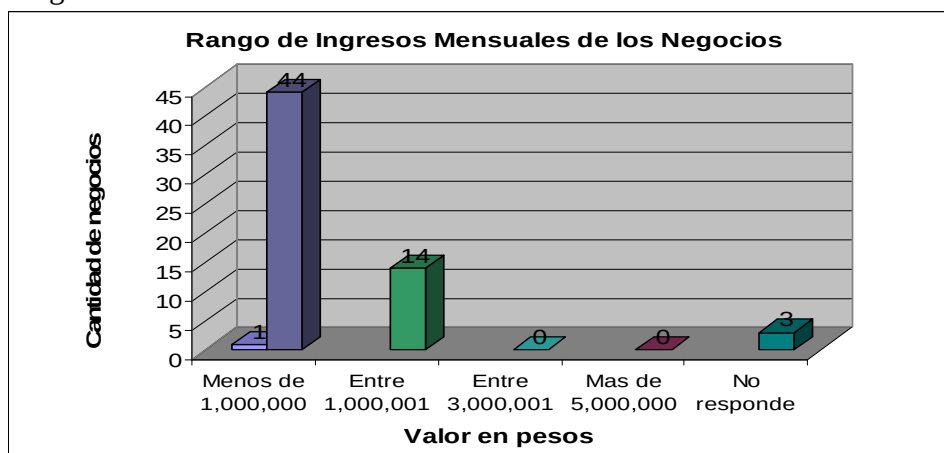
3.9 Pregunta No. 7.



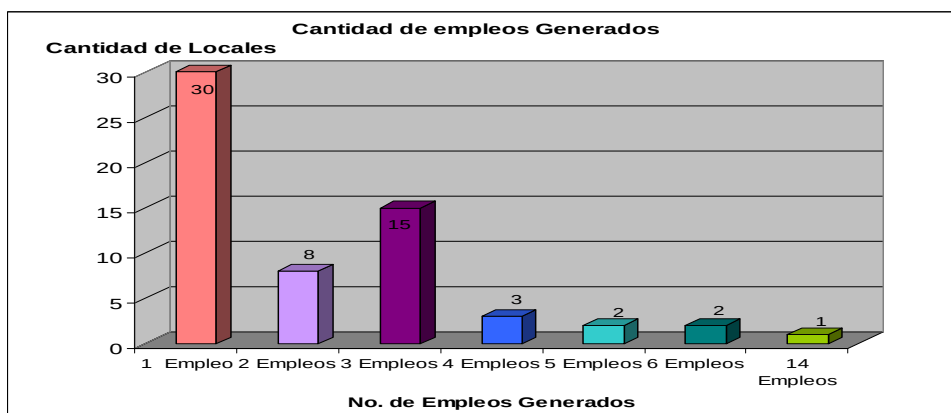
3.10 Pregunta No. 8.



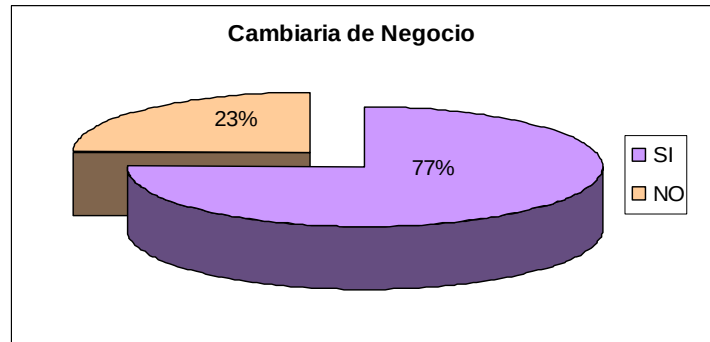
3.11 Pregunta No. 9.



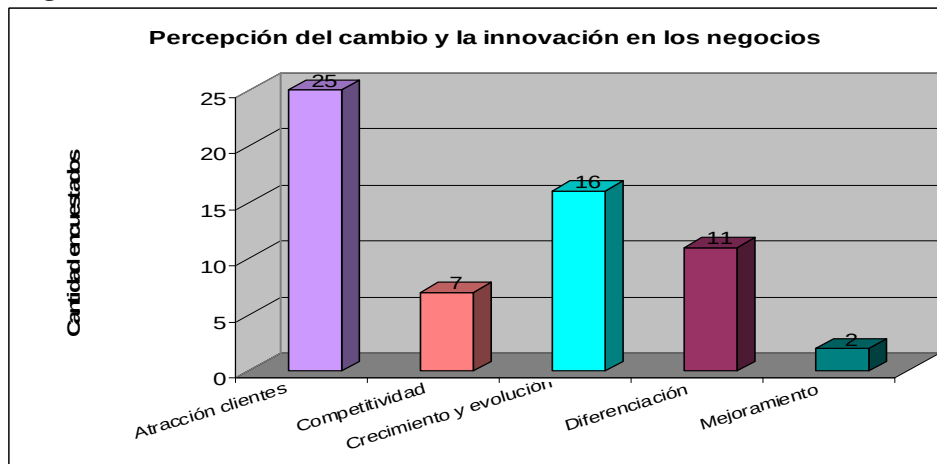
3.12 Pregunta No. 10.



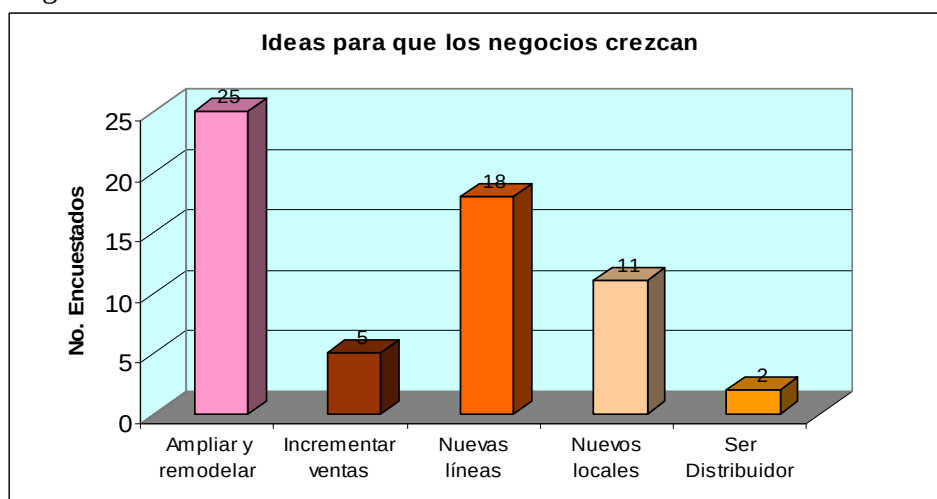
3.13 Pregunta No. 11



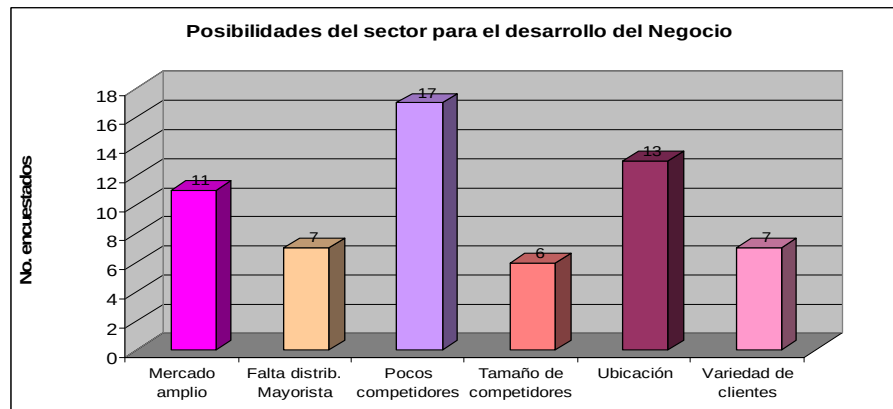
3.14 Pregunta No. 12



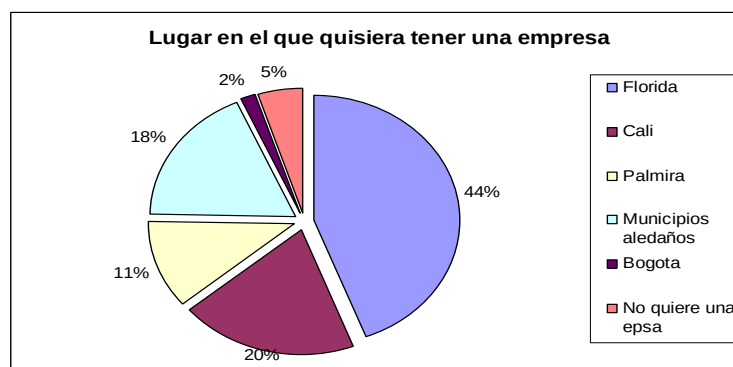
3.15 Pregunta No. 13



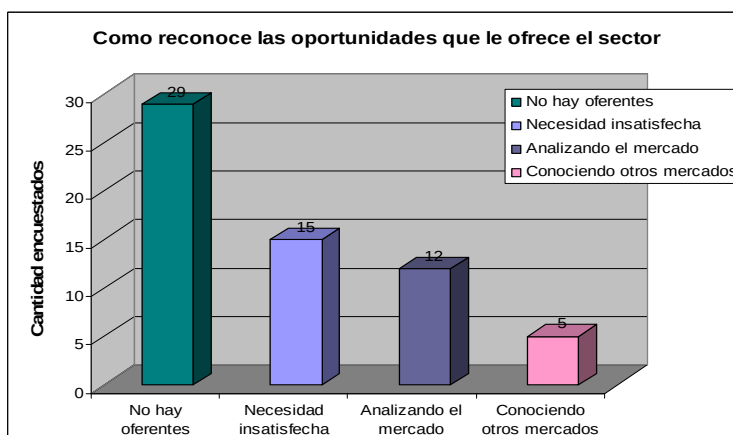
3.16 Pregunta No. 14.



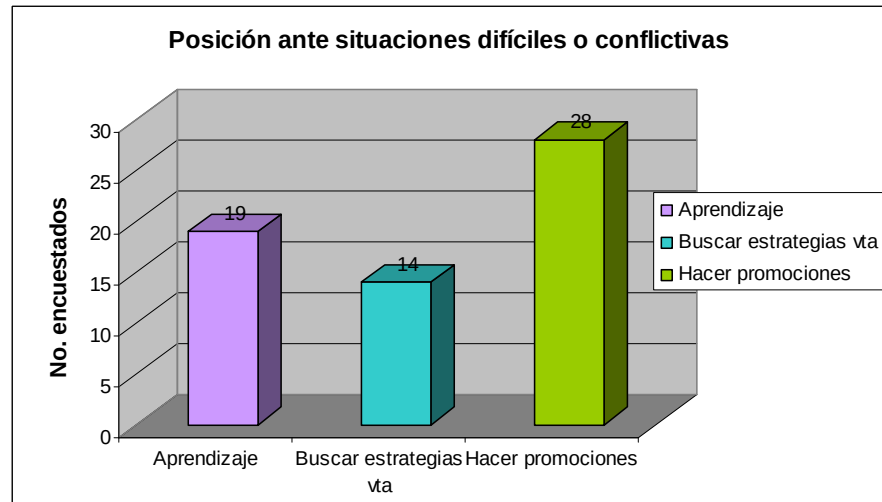
3.17 Pregunta No. 15.



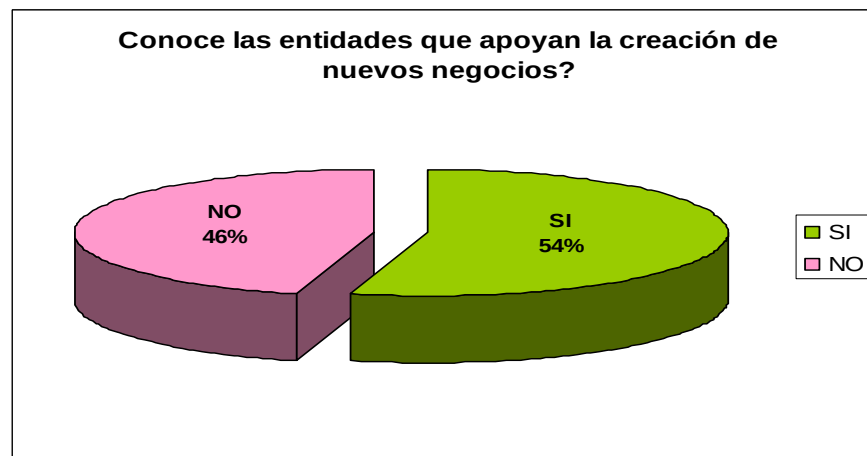
3.18 Pregunta No. 16.



3.19 Pregunta No. 17



3.20 Pregunta No. 18.



Anexo 4. Lista de Comerciantes

TOTAL COMERCIANTES CALLE 9 ENTRE CARRERAS 13 Y 20			
RAZON SOCIAL	FECHA MATRICULA	DIRECCION	ACTIVOS
CIO AL MAYOR Y EN COMISION Y CONTRATA			
LINARES GUTIERREZ DEIBY ALEXANDER	06/02/2008	CL 9 No. 17-68 BRR PUERTO NUEBO LC 32	1.000.000
CORREA SALAS JOSE ALEJANDRO	26/10/2004	CLL 9 No 13-20	52.100.000
BERMUDEZ CAICEDO JOIMER	10/11/2006	CL 9 # 13-34	2.200.000
CAIZA CALVACHE MARIA ELENA	16/11/2005	CL 9 # 13-58	2.000.000
REVELO ORFILIA SALDANA DE	25/04/2003	CL 9 # 14-56	1.750.000
QUITUMBO CAMPO JOSE LUIS	30/06/2005	CL 9 # 14-63 BRR PUERTO NUEVO	1.100.000
CAMACHO CEREZO DIANA	24/02/2006	CL 9 # 15-19 BRR PUERTO NUEVO	1.500.000
BASTIDAS FAVIO ANTONIO	30/06/2005	CL 9 # 16-22	1.200.000
HAMAD NADA	19/09/2005	CL 9 # 16-63	9.005.000
OSSA BENJUMEA MARTIN ALONSO	05/07/2005	CL 9 # 17-02 BRR PUERTO NUEVO	14.656.000
GONZALEZ SALCEDO RUBEN DARIO	24/05/2006	CL 9 # 17-11	1.362.000
LOPEZ LOPEZ LORENA	04/07/2006	CL 9 # 17-25	1.200.000
VALENCIA MARIN RUBEN ANTONIO	22/01/2008	CL 9 # 17-26	1.000.000
CAJIAO CASTRO ALEXANDER	06/11/2007	CL 9 # 17-68	1.000.000
RODRIGUEZ MARTINEZ MARIA SENIDES	29/06/2005	CL 9 # 18-04	1.050.000
CRUZ POTES ANGELA XIMENA	31/01/2005	CL 9 # 18-31	1.200.000
ARENAS RIVERA LEYDI JOHANA	01/02/2006	CL 9 N o. 16-30	1.200.000
CORREA REYES MARLENE	31/03/2008	CL 9 N° 14 - 24	104.068.000
TORRES BUSTAMANTE ROBERTSON EDUARDO	02/02/2007	CL 9 NO. 13-28	1.040.000
GRUESO LEMOS AMALFI	01/10/2007	CL 9 No. 13-42	1.100.000
MORALES RAIGOZA BLANCA NUBIA	22/07/2005	CL 9 No. 13-52	4.450.000
OCAMPO JARAMILLO YAMIR ALFONSO	16/02/2005	CL 9 No. 14-14	2.000.000
ROMO LOPEZ YAMILE ALEXANDRA	12/02/2007	CL 9 No. 14-31	1.100.000
RIVERA PIZARRO JHONNY	31/10/2008	CL 9 No. 14-36	1.000.000
MUNOZ OSORIO ALEXANDER	30/01/2006	CL 9 No. 14-88	1.100.000
ROJAS RIVEROS ALDIVER	19/01/2005	CL 9 No. 15-15	1.300.000
SUAREZ ROSALES ANTONIO	12/09/2008	CL 9 No. 15-19	6.000.000
ESCOBAR CALDERON BERTHA CECILIA	11/07/2008	CL 9 No. 15-61 BRR PUERTO NUEVO	1.000.000
BARRETO HORTUA LILIAN JANETH	30/07/2008	CL 9 No. 15-73 BRR LOPEZ	3.000.000

CASTANEDA GOMEZ FABIAN	12/06/2008	CL 9 No. 15-75 BRR PUERTO NUEVO	2.000.000
CARDENAS VARGAS WILDER	13/07/2007	CL 9 No. 15-84	1.050.000
RODRIGUEZ ATENCIO NIBIA DEL CARMEN	05/07/2005	CL 9 No. 16-12	1.300.000
ROMO PANTOJA MILDRE SORAIDA	24/06/2008	CL 9 No. 16-14	1.300.000
GIRONZA BONILLA MARIA FERNANDA	04/01/2008	CL 9 No. 16-29 BRR LOPEZ	1.500.000
ZAPATA FLOREZ OLIVIA DEL SOCORRO	27/04/2004	CL 9 No. 16-32	1.200.000
MIRANDA BOHORQUEZ LILI TATIANA	09/04/2007	CL 9 NO. 16-35	7.422.000
ALVAREZ MARTINEZ OLGA LUCIA	08/09/2008	CL 9 No. 16-66	1.500.000
GIRON OMAIRA	18/01/2006	CL 9 No. 16-80	1.100.000
GOMEZ BENAVIDES UBERNEY	06/07/2007	CL 9 No. 17-10	1.770.000
MARULANDA HENAO PASTORA	08/03/2005	CL 9 No. 17-14	20.895.000
MOSQUERA DE IBARRA MARIA ENELIA	15/05/2007	CL 9 No. 17-17	1.500.000
CUERO MANCILLA KELLY JOHANNA	30/08/2007	CL 9 No. 17-68 LC 12	1.000.000
LINARES ORTIZ LUIS ENRIQUE	01/10/2007	CL 9 No. 17-68 LOCAL 01	1.100.000
DIAZ TORRES YIMMY FERNANDO	19/06/2008	CL 9 No. 18-15 BRR PUERTO NUEVO	1.000.000
YUSTI SHAIK ADRIANA	11/04/2005	CL 9 No. 18-32 PISO 2	1.300.000
MARIN URREA HERNAN	18/09/2008	CL 9 No. 18-69	1.500.000
ZAPATA QUINTANA GLORIA AMPARO	22/01/2007	CL 9 NO. 19-05	2.500.000
LEMON PADILLA AYDA LILIANA	30/01/2007	CL 9 NO. 19-15	1.100.000
GONZALEZ ESCUDERO OVEIMAR	25/10/2007	CL 9 No. 19-20	1.000.000
OROZCO DIEGO DE JESUS	15/01/2007	CL 9 No. 19-47	2.600.000
SALAMANCA SANABRIA ALBA ENEIDA	11/01/2006	CL 9a # 19-50	1.000.000
CARDENAS VARGAS HERMINSUL	01/02/2007	CL 9a CR 13 ESQUINA	4.100.000
QUIZOBONI HERRADA HECTOR FABIO	05/10/2005	CL 9a No. 15-31	1.250.000
OSPINA RESTREPO WILSON HAROLD	18/05/2007	CL 9a No. 17-56	1.060.000
ECHEVERRI DE GUEVARA DOLLY	26/02/2008	CL 9a No. 18-47	1.000.000
GARZON GUERRERO HELMAR FERNANDO	28/09/2007	CL. 9 # 16-54	1.000.000
PERDOMO RAMOS MARIA FERNANDA	30/11/2006	CL. 9 # 18-16	1.100.000
LOPEZ QUINONEZ OMAR DE JESUS	12/03/2004	CL. 9# 16-03	1.400.000
GUTIERREZ MARIN JHON GUSTAVO	14/04/2008	CL.9 # 14-90 BRR. LA CABANA	10.000.000
HURTADO POSSO MARIA DOLORES	24/09/2003	CLL 9 # 14-02	4.150.000
OSORIO GOMEZ MARIA DEL CARMEN	09/01/2003	CLL 9 # 14-95	3.950.000
NAGI SALMAN ASAD	26/06/2003	CLL 9 # 15-15	4.800.000
MARTINEZ CUELLAR DIEGO FERNANDO	24/02/2004	CLL 9 # 15-35	1.350.000
CASTRO TOVAR MARIA ANGELA	01/09/2003	CLL 9 # 17-60 LOCAL 40	1.200.000
LOPEZ SALAZAR EDUARDO GUILLERMO	29/04/2003	CLL 9 # 18-35	12.500.000
ECHEVERRI BERMUDEZ DEIDAMIA	11/05/2004	CLL 9 # 19-20 LOCAL 3	500.000

MANTILLA DELGADO JESUS ALBERTO	21/01/2003	CLL 9 # 19-30	2.000.000
SALAMANCA CARRILLO EUSEBIO	03/09/2003	CLL 9 # 19-50	1.500.000
LOZADA SOTO GEORGINA	05/04/2004	CLL 9 CRA 18 CTRO CIAL L 35	1.600.000
ABDALLAH MENDOZA HAYATH LAMIA	05/05/2004	CLL 9 No 14-20	139.388.017
DELGADO POTES BIKI MARIA	15/12/2004	CLL 9 No 19-51	1.100.000
MOSQUERA GUERRERO ALEXIS	19/11/2004	CLL 9 No. 14-50	1.300.000
MEAZAD FOUAD	11/11/2004	CLL 9 No. 18-16	3.100.000
MONTOYA GOMEZ PAOLA ANDREA	16/11/2004	CLL 9 No. 20-73	21.920.000
GARZON GUERRERO EDUARD OCTAVIO	20/04/2005	CL 9 NO 15-13	1.500.000
CONSTRUCCION			
VILLADA HOLGUIN MARIO DE JESUS	18/01/2005	CLL 9 No. 13-11	1.250.000
TORRES HERNANDEZ BLANCA STELLA	22/11/2004	CLL 9 No. 20-69	1.000.000
HOTELES Y RESTAURANTES			
FERNANDEZ HERNANDEZ MAURICIO	25/08/2004	CL 9 # 17-68 LOC. 41	950.000
ARIAS ROSA ESMERALDA	03/02/2006	CL 9 # 19-11	4.100.000
MUNOZ INES ELVIRA	03/03/2005	CL 9 # 20-47	1.350.000
CASTRO GONZALEZ ELY	07/02/2008	CL 9 CR 17 No. 9-02	1.000.000
CAMACHO NARVAEZ GRACIELA	15/05/2008	CL 9 No 15-48	1.000.000
LOPEZ ZARATE MAURICIO ALEJANDRO	17/04/2007	CL 9 NO. 16-29	10.614.000
PIZARRO CARRILLO ANA MARIA	28/07/2008	CL 9 No. 18-31	1.000.000
GIL ARIAS MARIA CECILIA MC	23/10/2008	CL 9 No. 18-68 BRR PUERTO NUEVO	1.000.000
MUNARES ASCUNTAR CLAUDIA OLIVIA	03/10/2007	CL 9 No. 18-75	1.000.000
RENGIFO DE MONTANO DEYANIRA	28/03/2008	CL 9 No. 19-11 BRR PUERTO NUEVO	1.000.000
GARCIA MORALES BERTHA EILLEM	03/10/2006	CL 9 No. 19-46	1.400.000
ORTIZ POLANIA DIANA LORENA	01/07/2005	CL. 9 No. 16-51 BRR. PUERTO NUEVO	1.050.000
SANCHEZ SILVA MANUEL SALVADOR	21/02/2003	CLL 9 # 19-89	1.800.000
GARCIA ELVIA RAMIREZ DE	28/07/2003	CLL 9 CRA 17 # 17-05	1.500.000
CALVO BELTRAN LUIS ALFONSO	19/11/2004	CLL 9 No. 17-63	7.500.000
MORALES TRUJILLO JHON EDINSON	20/01/2005	CLL 9 No. 17-65	4.000.000
ECHEVERRY NARANJO WILLIAM	24/11/2004	CLL 9 No. 17-75	1.200.000
GARCIA RAMIREZ LUIS ENRIQUE	07/12/2006	CLL 9 No. 19-87	1.300.000
OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES			
EMPRESA DE AUDITORIA Y PROMOCION DE LA SALUD E U	14/07/2006	CL 9 # 20 - 19	8.160.000
VERGARA CASTRO OSCAR	20/02/2007	CL 9 No. 15-10 apto 303	4.320.000
MARIN GIRALDO VIVIANA	27/02/2007	CL 9 No. 18-21	1.000.000
SHAIK OSPINA CAROLINA	19/07/2005	CL 9 No. 18-44	1.200.000

NIEVA DE BORRERO MARIA ALEJANDRINA	08/06/2007	CL 9 No. 20-69	1.000.000
OSPINA DE SHAIK MAPPY	14/09/2004	CLL 9 No. 16-47	8.500.000
OTROS SERVICIOS			
BARALT ZUNIGA MARTA CECILIA	17/03/2006	CL 9 # 18-30	1.050.000
INVERSIONES HURTADO BARON E U	02/01/2004	CL 9 # 19-23	19.685.428
DIAZ ANTURI JOSE ALBERT	17/01/2007	CL 9 No. 14-45	1.000.000
NARVAEZ RANCRUEL EDDIER FERNANDO	08/09/2008	CL 9 No. 15-54 P 2 BRR PUERTO NUEVO	1.000.000
TOVAR VILLALOBOS ROBERT	18/09/2006	CL 9 No. 18-78	2.000.000
ARDILA ANA TILCIA	12/06/2006	CL 9 NO. 19-77	2.100.000
RIVEROS DORA MARIA	22/01/2004	CL. 9 · 20-59	1.300.000
CASTANO ALVAREZ JOSE JANER	06/06/2004	CLL 9 # 16-70	1.200.000
RODRIGUEZ QUENGUAN JAVIER	23/05/2003	CLL 9 # 17-68 LOCAL 3	3.400.000
PAREJA SANCHEZ NELSON	29/09/2003	CLL9 # 14-16	1.150.000
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD			
GUZMAN ORTEGA FERNANDO ALEXANDER	24/05/2005	CL 9 # 20-17	1.400.000
PINTO RIVEROS MARIA LEONOR	12/05/2005	CL 9 No. 19-32	3.500.000
YAT WALA EMPRESA UNIPERSONAL	28/06/2006	CL 9#14-95	4.304.381
LEDEZMA TOVAR HERALDO ALIRIO	11/07/2005	CL.9 # 14-74 BRR. PUERTO NUEVO	1.020.000
GONZALEZ MOSQUERA DORA LIZ	16/07/2003	CLL 9 # 17-68 LOCAL 26	1.700.000
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES			
HOLGUIN OSORIO JHON BRAINER	23/08/2005	CL 9 # 16-07 BRR PUERTO NUEVO	1.200.000
TRANSPORTES ESPECIALES REPUBLICA LTDA	14/06/2006	CL 9 # 16-51	123.000.000
RAHIN ABDUL ALEXEY	04/05/2006	CL 9 # 18-67	1.500.000
RENGIFO HERRERA LUIS EDUARDO	30/09/2005	CL 9 # 20-69	1.000.000
OSSA ANCIZAR	12/07/2007	CL 9 No. 17-46	1.050.000
CORDOBA CORTES GERARDO EGIDIO	13/07/2006	CL 9 NO. 17-68	1.200.000
ROMERO DE BELTRAN MARIA ROMELIA	12/06/2008	CL 9 No. 17-68 C C FLORIDA LC 29	1.300.000
LOPEZ GONZALEZ WILSON	07/06/2004	CLL 9 No. 15-20	1.000.000
LONDONO GONZALEZ LUZ ESTELA	30/06/2004	CLL 9 No. 18-65	1.000.000
OSORIO LOZANO ANGELICA MARIA	27/07/2004	CLL 9 No. 19-40	1.200.000
SIERRA GOMEZ MONICA ANDREA	03/05/2007	CL. 9# 22-03	1.000.000
BEJARANO ONATE EDWIN DONEY	24/10/2006	CL.9 # 18-65	1.123.000