

JHON JAIME ARANGO BENJUMEA



EDICIONES
UNIVERSIDAD
COOPERATIVA
DE COLOMBIA

FACTORES DETERMINANTES DEL PROCESO

DE CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN

DE EMPRESAS

**FACTORES DETERMINANTES
DEL PROCESO DE CREACIÓN Y
CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS**

UNA PERSPECTIVA SOCIAL Y ECONÓMICA
DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

RESUMEN

El presente texto es el resultado de una investigación realizada en Medellín sobre los factores que influyen en la creación y la consolidación de una empresa. Los resultados aquí presentados tienen el propósito de animar a los emprendedores para que continúen con su proyecto de vida empresarial y a las instituciones y al Estado para que apoyen el fortalecimiento de los programas de creación y consolidación de empresas. El emprendimiento se ha establecido en los últimos tiempos como una alternativa viable para el desarrollo y el crecimiento económico y social de las regiones, por eso, el interés de estudiar aquellos factores que mayor relevancia tienen en la creación y la consolidación de una empresa. Si bien el estudio se centró en el contexto de Medellín, los resultados presentados podrán servir de base para el fortalecimiento de los programas de emprendimiento en otros contextos nacionales, regionales e internacionales, mediante la canalización de mejores esfuerzos y recursos para que el proceso de creación y consolidación de las empresas se ajuste en mejor medida a las características sociales, económicas y culturales de cada localidad en particular. El texto se desarrolla en cinco temas que se presentan en cinco capítulos que respectivamente son casos de emprendimiento, aspectos conceptuales del proceso de creación de empresas, resultados estadísticos de la creación de empresas, aspectos conceptuales del proceso de consolidación de empresas y resultados factoriales de la consolidación de empresas. En la parte final del texto se presentan las conclusiones y las recomendaciones. Como contribución y conclusión, los factores relevantes en la creación de empresas son los contactos, la educación, el capital y la capacidad de negociación. En cuanto a la consolidación de empresas los factores más relevantes son el riesgo, la perseverancia, la estrategia, el personal y el crecimiento.

PALABRAS CLAVE: emprendimiento, creación, consolidación, empresa.

¿Cómo citar este libro?

How to cite this book?

Arango Benjumea, J. J. (2022). *Factores determinantes del proceso de creación y consolidación de empresas. Una perspectiva social y económica del emprendimiento empresarial*. Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. <https://doi.org/10.16925/9789587603668>

ABSTRACT

This text is the result of an investigation carried out in the city of Medellín on the factors that influence the creation and consolidation of a company. The results presented here are intended to encourage entrepreneurs to continue with their business life project and institutions and the State to support the strengthening of business creation and consolidation programs. Entrepreneurship has been established in recent times as a viable alternative for the development and economic and social growth of the regions, so the interest of studying those factors that have more relevance in the creation and consolidation of a company. Although the study focused on the context of the city of Medellín, the results presented may serve as a basis for strengthening entrepreneurship programs in other national, regional and international contexts, through the channeling of better efforts and resources so that the process of creation and consolidation of companies is better adjusted to the social, economic and cultural characteristics of each particular locality. The text is developed in five themes that are presented in five chapters that are respectively cases of entrepreneurship, conceptual aspects of the business creation process, statistical results of business creation, conceptual aspects of the business consolidation process and factor results of business consolidation. The conclusions and recommendations are presented in the final part of the text. As a contribution and conclusion, the relevant factors in the creation of companies are contacts, education, capital and negotiation capacity. As regards the consolidation of companies, the most relevant factors are risk, perseverance, strategy, personnel and growth.

KEYWORDS: entrepreneurship, creation, consolidation, company.

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a Dios por sus permanentes bendiciones. A mi padre y a mi madre a quienes Dios guarda en el Seno de Su Misericordia. A mi amada esposa Paula por su apoyo y comprensión durante todo el proceso de estudio. A mi querido hijo Samuel porque siempre me inspiró a seguir adelante. A mi querido hermano Carlos quien siempre ha sido un modelo digno de imitar. A mis queridas hermanas Libia, Adriana y Doria por su amor y cariño. A todos mis queridos sobrinos y sobrinas por ser la alegría y el futuro de la familia.

Jhon Jaime

**FACTORES DETERMINANTES
DEL PROCESO DE CREACIÓN Y
CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS**

UNA PERSPECTIVA SOCIAL Y ECONÓMICA
DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

Jhon Jaime Arango Benjumea

Factores determinantes del proceso de creación y consolidación de empresas. Una perspectiva social y económica del emprendimiento empresarial

- © Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá, julio de 2022
- © Jhon Jaime Arango Benjumea

ISBN (IMPRESO): 978-958-760-364-4

ISBN (PDF): 978-958-760-365-1

ISBN (EPUB): 978-958-760-366-8

DOI: <https://doi.org/10.16925/9789587603668>

Colección de investigación en economía social y solidaria

- Recepción: junio de 2020
- Evaluación de contenidos: noviembre de 2020
- Corrección de autor: diciembre de 2020
- Aprobación: enero de 2021

Fondo Editorial

- Director Nacional Editorial*
Julián Pacheco Martínez
- Especialista en Gestión Editorial*
Daniel Urquijo Molina
- Especialista en Producción Editorial (libros)*
Camilo Moncada Morales
- Especialista en Producción Editorial (revistas)*
Andrés Felipe Andrade Cañón
- Analista Editorial*
Claudia Carolina Caicedo Baquero

Proceso editorial

- Corrección de estilo y lectura de pruebas*
María Elvira Mejía Pardo
- Diseño y diagramación*
Juan Pablo Rátiva González
- Ilustración de portada*
Cigarra Entinta
- Impresión*
Shopdesign S.A.S.

Impreso en Bogotá, Colombia. Depósito legal según el Decreto 460 de 1995

Nota legal

Todos los derechos reservados. Ninguna porción de este libro podrá ser reproducida, almacenada en algún sistema de recuperación o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio –mecánicos, fotocopias, grabación y otro–, excepto por citas breves en revistas impresas, sin la autorización previa y por escrito del Comité Editorial Institucional de la Universidad Cooperativa de Colombia.

Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia

Arango Benjumea, Jhon Jaime, autor

Factores determinantes del proceso de creación y consolidación de empresas. Una perspectiva social y económica del emprendimiento empresarial / Jhon Jaime Arango Benjumea -- Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, 2022

160 páginas. – (Investigación en economía social y solidaria)

Incluye referencias bibliográficas -- Texto en español con resumen en inglés

ISBN 978-958-760-364-4 (impreso) - 978-958-760-365-1 (pdf) - 978-958-760-366-8 (e-pub)

1. Emprendimiento - Investigaciones - Colombia 2. Nuevas empresas - Investigaciones - Colombia 3. Compañías consolidadas - Investigaciones - Colombia

CDD: 633.73891109861 ed. 23

CO-BoBN- a1096184

Contenido

Presentación	15
Concepción del emprendimiento	15
Contexto regional	19
Estructura del texto	21
Metodología de investigación	22
Creación de empresas	22
Consolidación de empresas	24
Parte I. El proceso de creación de empresas	28
Capítulo 1. Programas de emprendimiento	29
Presentación	29
Emprendimiento Cultura E	29
Emprendimiento SENA	30
Antioquia Emprendedora	31
Jóvenes con Empresa	32
Emprendimiento Ciudad E	32
Emprendimiento Ruta N	33
Emprendimiento Universidad de Medellín	33
Emprendimiento Universidad EAFIT	34
Emprendimiento Universidad Nacional	35
Emprendimiento Universidad de Antioquia	36
Emprendimiento Universidad Cooperativa de Colombia	36
Emprendimiento Parque E	37
Capítulo 2. La creación de empresas	41
Presentación	41
El emprendedor en su faceta de empresario	41
El proceso de creación de una empresa	46
El evento empresarial	47
La motivación al logro	49
La perspectiva empresarial	51
El espíritu empresarial	52
Cultura y educación empresarial	55
El establecimiento de una empresa	56
Resumen comparativo	59

Capítulo 3. Resultados descriptivos de la creación de empresas	61
Presentación	61
Los emprendedores y la creación de empresas	61
Condiciones necesarias para la creación de empresas	67
Nivel educativo de los emprendedores	67
Motivo del emprendimiento	68
Estado del emprendimiento	69
Tiempo del emprendimiento	70
Características de un emprendedor	71
Factores determinantes del emprendimiento	72
Apoyos recibidos en el emprendimiento	74
Agentes influyentes en el emprendimiento	75
Mayores dificultades del emprendedor	76
Gestión de acompañamiento de nuevas empresas	78
Estado del proyecto de empresa	78
Universidad a la que pertenecen	79
Sector económico del emprendimiento	80
Número de emprendedores por proyecto	81
Forma jurídica del proyecto	82
Percepciones del emprendimiento	84
Líder AACE	84
Gerente de empresa	86
Síntesis de las entrevistas	88
Síntesis de factores	90
Optimización del tiempo para crear empresas	93
Parte II. El proceso de consolidación de empresas	98
Capítulo 4. La consolidación empresarial	99
Presentación	99
El emprendedor y su relación con la consolidación de empresas	99
La empresa y su relación con el proceso de consolidación	104
Influencia del entorno en el proceso de consolidación de la empresa	109
La consolidación de una empresa: un enfoque integrador	114

Capítulo 5. Resultados factoriales de la consolidación de empresas	118
Presentación	118
Fase de modelación	118
Modelos de medida	119
Modelo estructural	121
Fase de ajuste	124
Comprobación estadística de las hipótesis	126
Factores del emprendedor (FER)	128
Factores de la empresa (FEM)	129
Factores del entorno (FET)	131
Consolidación de una empresa (CEM)	133
Propuesta del modelo teórico de consolidación de una empresa	135
Conclusiones y recomendaciones	138
Sobre el proceso de creación de empresas	139
Recomendaciones	140
Conclusiones sobre el proceso de consolidación de empresas	141
Recomendaciones	143
Referencias	146
Anexos	152
Perfil del autor	159

Anexos	152
Anexo A. Modelo de cuestionario sobre emprendimiento	152
Anexo B. Modelo de encuesta sobre emprendimiento	153
Anexo C. Matriz de operacionalización de la variable FER	155
Anexo D. Matriz de operacionalización de la variable FEM	156
Anexo E. Matriz de operacionalización de la variable FET	157
Anexo F. Matriz de operacionalización de la variable CEM	158

Índice de tablas

Tabla 1.	Programa Cultura E	30
Tabla 2.	Programa Antioquia Emprendedora	31
Tabla 3.	Programa Jóvenes con Empresa	32
Tabla 4.	Programa de Emprendimiento de la Universidad de Medellín	34
Tabla 5.	Programa de Emprendimiento de la Universidad EAFIT	35
Tabla 6.	Programa de Emprendimiento de la Universidad Nacional	35
Tabla 7.	Programa de Emprendimiento de la Universidad de Antioquia	36
Tabla 8.	Programa de Emprendimiento de la UCC	37
Tabla 9.	Fases del programa de apoyo a la creación de empresas	38
Tabla 10.	Medios técnicos y recursos del programa de creación de empresas	38
Tabla 11.	Definiciones clásicas del empresario y de la función empresarial	42
Tabla 12.	Principales características del empresario	45
Tabla 13.	Impulsos que influyen en el cambio de trayectoria vital	48
Tabla 14.	Elementos básicos del establecimiento de una empresa	57
Tabla 15.	Modelo para el establecimiento de una empresa	58
Tabla 16.	Aportes teóricos sobre el proceso empresarial	59
Tabla 17.	Factores determinantes y grado de relevancia del emprendimiento	87
Tabla 18.	Síntesis de factores determinantes en el emprendimiento	90
Tabla 19.	Síntesis de la caracterización del emprendimiento	92
Tabla 20.	Factores de consolidación desde la perspectiva del emprendedor	103
Tabla 21.	Factores de consolidación desde la perspectiva de la empresa	108
Tabla 22.	Factores de consolidación desde la perspectiva del entorno	113
Tabla 23.	Factores que facilitan y dificultan la consolidación de la empresa	116
Tabla 24.	Índices de bondad de ajuste de los modelos de medida	125
Tabla 25.	Resumen estadístico de comprobación de hipótesis	127

Índice de figuras

Figura 1.	El proceso de creación de nuevas empresas	20
Figura 2.	Cadena de valor del emprendimiento	21
Figura 3.	Elementos del evento empresarial	49
Figura 4.	Sentido de integralidad de la motivación al logro	52
Figura 5.	Perspectiva empresarial de Ronstadt	55
Figura 6.	El proceso empresarial de Timmons	57
Figura 7.	Los componentes básicos del modelo de Gibb	58
Figura 8.	Representación gráfica del establecimiento de una empresa	61
Figura 9.	Nivel de educativo de los emprendedores	69
Figura 10.	Motivo del emprendimiento	70
Figura 11.	Estado del emprendimiento	71
Figura 12.	Tiempo invertido en el emprendimiento	72
Figura 13.	Características de un emprendedor	73
Figura 14.	Factores determinantes del emprendimiento	74
Figura 15.	Factores determinantes de la creación de la empresa	75
Figura 16.	Apoyos recibidos en el emprendimiento	76
Figura 17.	Agentes influyentes en el emprendimiento	77
Figura 18.	Mayores dificultades del emprendedor	78
Figura 19.	Estado del proyecto de empresa	81
Figura 20.	Universidad a la que pertenece	82
Figura 21.	Sector económico del emprendimiento	83
Figura 22.	Número de emprendedores por proyecto	84
Figura 23.	Forma jurídica del proyecto	85
Figura 24.	Microentorno del emprendedor	87
Figura 25.	Fases del emprendimiento universitario	97
Figura 26.	Optimización del tiempo del emprendimiento	98
Figura 27.	Modelos de medida de FER, FEM, FET y CEM	122
Figura 28.	Modelo estructural de FER, FEM, FET y CEM	125
Figura 29.	Modelo teórico de consolidación de una empresa	138

PRESENTACIÓN

Concepción del emprendimiento

El emprendimiento se ha establecido como una alternativa social y económica que promueve la creación y la consolidación de nuevas empresas en diversos contextos empresariales. Según la Real Academia Española (RAE, 2004), el término *emprendedor* deriva de la voz castellana *emprender*, que proviene del latín *in*, en, y *prendĕre*, y significa acometer y comenzar una obra, empresa o empeño, especialmente, si encierra dificultad o peligro. La palabra fue definida por primera vez en el *Diccionario de Autoridades* de 1732 de la RAE, como quien emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua.

A principios de siglo XVI, en Francia se utilizó el vocablo *entrepreneur*, para designar a los aventureros que se arriesgaban a explorar el nuevo mundo en busca de mejores oportunidades, sin saber qué les depararía el futuro. El término también fue asociado con militares expedicionarios, constructores de vías terrestres y arquitectos. El sentido del vocablo francés se relaciona con la persona que obtiene un contrato con otros y que está a cargo de su ejecución. El riesgo no es mayor, dado que tales personajes financiaban sus actividades sobre el hecho de la existencia de un contrato con algún nivel de autoridad y sus ingresos estaban, en general, asegurados.

El término *emprendedor* también ha sido relacionado con la voluntad o la capacidad que tiene un individuo para enfrentar la incertidumbre. El emprendedor asume riesgos con la esperanza de obtener una recompensa en el futuro. En este sentido, el emprendedor deja de ser un tomador de contratos para ser un tomador de riesgos. En su evolución, el término ha pasado de aventurero,

empresario que asume riesgos a innovador que genera transformaciones económicas y sociales. En la concepción clásica, el emprendimiento hace referencia a un agente que usa los medios de producción para fabricar nuevos productos; este agente es un líder y previsor que moviliza recursos en medio del riesgo y la incertidumbre para alcanzar altos niveles de productividad.

En la concepción contemporánea, el emprendedor pasa de ser un tomador de riesgos a un agente innovador y dinamizador del desarrollo económico y social. En la actualidad, el emprendedor es un agente capaz de introducir innovaciones y cambios que modifican profundamente la sociedad. En esta concepción, quienes copien o adapten las innovaciones de otros, aunque también asumen riesgos, no son considerados emprendedores, sino empresarios. Los emprendedores son aquellos que, superando resistencias y asumiendo riesgos, son capaces de incorporar de manera práctica innovaciones a los procesos del mundo real.

Dentro de múltiples acepciones, el emprendimiento se relaciona con el tránsito que hace una idea de empresa hasta su puesta en marcha, crecimiento y consolidación. Al emprendimiento por condición natural están asociados conceptos como emprendedor, empresa y entorno; en consecuencia, el emprendimiento es el proceso mediante el cual un emprendedor crea y consolida una empresa en un entorno que la moldea y la estructura. El emprendedor es el agente creador, la empresa la unidad económica y social y el entorno el contexto en el que nace, crece y se consolida la empresa. Entre otras, la tarea central del emprendedor es estructurar la empresa e interpretar el entorno para alcanzar su crecimiento y consolidación.

Para lograrlo, el emprendedor cuenta con competencias relacionadas con el ser, saber y hacer. Con el ser, el emprendedor tiene la capacidad de autocrítica para reconocer errores, de innovar y responder a la adversidad, de reconocer debilidades y fortalezas, de independencia para tomar decisiones, de socializar e interactuar con otros, de creer en sí mismo y en su proyecto de empresa. Con el saber, el emprendedor tiene la capacidad de entender procesos legales, administrativos, financieros y productivos, de adaptarse a situaciones diversas, de entender y manejar tecnologías referidas a la empresa

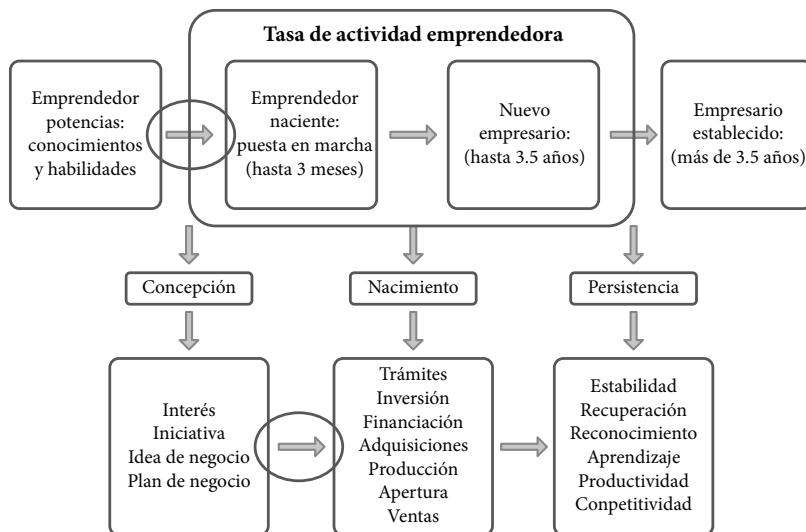
y de identificar el mejor camino para sacar adelante su empresa. Con el hacer, el emprendedor tiene la capacidad de orientar y liderar personas y procesos, de analizar y sintetizar información interna y externa, de trabajar en equipo, de anticiparse a situaciones diversas, de generar e implementar nuevas ideas, de asumir riesgos y medir sus consecuencias.

Sin embargo, dada la complejidad que tiene el proceso de creación y consolidación de una empresa, cualquier lista sobre las competencias del emprendedor no será lo suficientemente precisa para describir el sinnúmero de cualidades y habilidades que debe reunir aquella persona que tenga la iniciativa, el deseo, la persistencia y la motivación para crear y consolidar una empresa. En efecto, el nacimiento y el establecimiento de una empresa en un determinado contexto es un proceso dinámico que implica una permanente realimentación en sus componentes y variables, y que involucra una serie de etapas que incluyen idea, plan, montaje, puesta en marcha, crecimiento y consolidación. Todo esto se logra con las competencias adecuadas y con una eficiente gestión de los recursos disponibles dentro y fuera de la empresa.

Según la RAE (2014), la creación hace referencia a la acción de establecer, fundar o introducir por primera vez, así como a la capacidad de dar firmeza y solidez a algo. Esta definición es apropiada para entender que la creación de una empresa está relacionada con su nacimiento y establecimiento en un mercado y con su capacidad de sobrevivir en el tiempo desarrollando su objeto social en condiciones normales de productividad y competitividad empresarial. En este sentido, según la Escuela de Empresa Industrial (EOI) y el Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa (INCYDE), existen factores asociados al emprendedor, a la empresa y al entorno que determinan la creación y la consolidación empresarial (EOI, 2006; INCYDE, 2001).

En efecto, el emprendedor, a partir de las oportunidades que el entorno le ofrece, es el agente que concibe, crea y consolida una empresa, mediante la cual ofrece productos y servicios para satisfacer necesidades humanas y a cambio obtener beneficios económicos. La figura 1 muestra el proceso de creación de una empresa.

FIGURA 1. EL PROCESO DE CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS

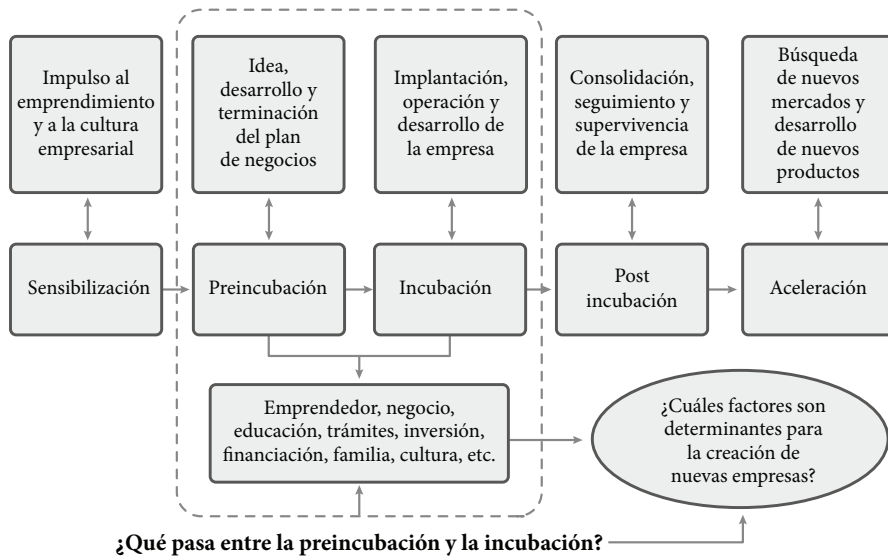


Fuente: adaptado de GEM Colombia (2008).

Por otro lado, el emprendimiento está inmerso en una cadena de valor que consta de las etapas de sensibilización, preincubación, incubación, postincubación y aceleración. En la sensibilización se impulsa el emprendimiento y la cultura empresarial; en la preincubación se concibe la idea y se formula el plan de empresas; en la incubación se hace un acompañamiento a las empresas en el proceso de implantación, operación y desarrollo. En la postincubación ocurre la consolidación, el seguimiento y la supervivencia de la empresa. Por último, en la aceleración se buscan nuevos mercados y se desarrollan nuevos productos. La figura 2 muestra la cadena de valor del emprendimiento, según Escobar (2012), en la que se observa la relación continua entre sus diferentes etapas.

Según la cadena de valor del emprendimiento de Escobar (2012), la creación de la empresa ocurre en la fase de incubación, mientras que su consolidación ocurre en la fase de postincubación. Debido a que estas fases son las más críticas para la mayoría de las empresas, es importante hacer énfasis en la correlación que debe existir entre el emprendedor, la empresa y el entorno para lograr su establecimiento y consolidación en el tiempo.

FIGURA 2. CADENA DE VALOR DEL EMPRENDIMIENTO



Fuente: adaptado de Escobar (2012).

Contexto regional

En el ámbito de los países latinoamericanos, para muchos profesionales y familias la única alternativa de obtener un ingreso es mediante la creación de una empresa. Los Gobiernos de la región han entendido la importancia que tiene el emprendimiento en este propósito y, por lo tanto, cuentan con programas de apoyo a emprendedores para ayudarles en su objetivo de crear su propia empresa. Algo que alienta es que en la mayoría de los países de la región existen entidades dedicadas a promover la creación de empresas entre profesionales y entre todos aquellos que tengan habilidades y motivación para ofrecer productos y servicios por cuenta propia.

La oferta de mano de obra, por lo general, crece a un mayor ritmo de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que muchos Gobiernos de la región no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo, una alternativa para ayudar a la población para

que tengan acceso a los recursos básicos es a través del emprendimiento el cual les permite a muchos profesionales y familias emprender proyectos productivos con los que puedan generar ingresos propios y mejorar su calidad de vida.

El emprendimiento es un camino mediante el cual se puede crecer económicamente, ser independiente y tener una calidad de vida acorde con las expectativas individuales y familiares. En este sentido, se espera que del emprendimiento surjan empresas que se consoliden y generen empleo y bienestar al emprendedor, a su familia y a su comunidad. Sin embargo, son pocas las empresas de profesionales y de familias que logran su consolidación y, en consecuencia, el impacto del emprendimiento en el desarrollo económico y social de las regiones es menor al esperado.

Particularmente, los jóvenes son una población crítica por sus altos niveles de desempleo, inclusive después de terminar una carrera técnica o profesional. En el caso colombiano, se estima que por año cerca de trescientos mil jóvenes buscan empleo sin lograr que los contraten, a la vez que una gran porción de esta fuerza laboral no cuenta con las destrezas básicas para un buen desempeño laboral. Por esto, el emprendimiento, que combina educación y habilidades técnicas emerge como una alternativa válida para promover la creación de nuevas empresas, a través de las cuales se genera empleo, se crea riqueza y se consigue mayor bienestar económico y social.

En las regiones donde surgen más empresas, el crecimiento económico y las condiciones de vida de la población suelen ser superiores al de las regiones donde la creación de nuevas empresas es menor. Promover la cultura del emprendimiento contribuye a que las redes económicas y sociales sean más densas y estables beneficiando a más emprendedores, empresas y entornos. En efecto, el emprendimiento es un elemento integrador y coordinador de las acciones que llevan a cabo los diferentes agentes que intervienen en el proceso de creación y consolidación de empresas.

Particularmente, el gobierno municipal de Medellín, a través de convenios de cooperación internacional, ha impulsado la cultura del emprendimiento como una alternativa económica y social para la generación de empleo. En la ciudad han surgido programas como Ciudad E que tiene como propósito aportar en el refinamiento de los programas de emprendimiento de las instituciones de

educación superior. En efecto, las universidades han desarrollado programas y unidades de emprendimiento para apoyar a los estudiantes que desean crear sus propios negocios.

Medellín se ha destacado por ser una ciudad que promueve el emprendimiento y la innovación empresarial. Desde diversos enfoques, los programas de emprendimiento se han centrado en la sensibilización, la capacitación, la ideación y los planes de empresa, como requisitos previos para la creación e instalación de nuevas empresas. En efecto, el resultado natural del emprendimiento es una nueva empresa, a través de la cual se genera crecimiento, desarrollo, producción, riqueza, empleo, bienestar y mejores condiciones de vida.

El emprendimiento favorece al emprendedor, la empresa y su entorno. El emprendedor logra independencia, autonomía e ingresos, la nueva empresa fortalece el tejido empresarial y el entorno se vuelve más dinámico y genera mejores opciones laborales y productivas. No obstante, el proceso de creación y consolidación de nuevas empresas requiere emprendedores que equilibren sus objetivos personales y empresariales, que sean creativos, innovadores y que enfrenten con determinación las variaciones y las presiones del entorno económico y social. En efecto, el éxito del emprendedor depende, en gran medida, de sus condiciones humanas, técnicas y empresariales.

Estructura del texto

El presente texto es el resultado de una investigación realizada en Medellín, en dos momentos continuos entre el 2011 y 2018, sobre los factores que determinan tanto la creación como la consolidación de una empresa con apoyo de la estadística descriptiva y factorial. Los resultados aquí presentados tienen el propósito de animar a los emprendedores para que continúen con su proyecto de vida empresarial, a las instituciones y al Estado para que apoyen y fortalezcan los programas de emprendimiento.

Determinar los factores que influyen en la creación y la consolidación de una empresa es importante en el ámbito local, regional, nacional e internacional, pues con ello se aportan elementos que permitirán enriquecer los avances que en materia de emprendimiento se han dado en los últimos tiempos. Con

la determinación de dichos factores, las diferentes instituciones que impulsan y apoyan el emprendimiento en diferentes localidades podrán canalizar mejor sus esfuerzos y recursos para que el proceso de creación y consolidación de una empresa se ajuste en mejor medida a las características económicas, sociales y culturales de cada localidad, en particular. Se espera que los resultados de investigación contribuyan al fortalecimiento de los programas de emprendimiento en diferentes localidades, así como al refinamiento de las metodologías y las técnicas de orientación de consultores y asesores con ajuste a los deseos y las motivaciones del emprendedor.

El texto está compuesto por dos partes, la primera hace referencia al proceso de creación de empresas que contiene el capítulo uno en el que se presentan casos de emprendimiento de ciudad; en el capítulo dos se presentan aspectos conceptuales del proceso de creación de empresas; y en el capítulo tres se presentan los resultados estadísticos descriptivos de la creación de empresas. La parte dos hace referencia al proceso de consolidación empresarial compuesta por el capítulo cuatro, en el que se presentan aspectos conceptuales del proceso de consolidación de empresas y el capítulo cinco en el que se presentan los resultados estadísticos factoriales de la consolidación de empresas. En la parte final del texto se presentan las conclusiones y las recomendaciones relacionadas tanto con el proceso de creación de empresas, como con su proceso de consolidación.

Metodología de investigación

Creación de empresas

Con respecto al proceso de creación de empresas se utilizó la estadística descriptiva para identificar los factores relevantes en las etapas del establecimiento de nuevas empresas, explorando la naturaleza y las causas de dicho proceso, con el fin de obtener ideas o respuestas sobre su desarrollo. Igualmente, se utilizó la investigación descriptiva, para describir los factores del emprendimiento empresarial y su relevancia en la creación de empresas.

En dicha investigación se utilizó el método de análisis, para distinguir y separar los componentes del problema de investigación, con el fin de conocer

mejor su comportamiento y dinámica, además, del método de síntesis para plantear una mejor articulación entre dichos componentes, como producto del análisis realizado. La población objeto de investigación se conformó por los emprendedores empresariales que han logrado crear una nueva empresa con el apoyo y la orientación del Área de Apoyo a la Creación de Empresas (AACE) del Parque del Emprendimiento, en Medellín.

El marco muestral se conformó por una lista suministrada por el AACE, correspondiente a los emprendedores que han participado en el proceso de creación de nuevas empresas y que han recibido apoyo y orientación. El tamaño de la muestra fue de veinticuatro personas, conformados por cinco emprendedores, quienes realizaron un cuestionario (Anexo A), por diecisiete emprendedores, quienes respondieron una encuesta (Anexo B) y por dos funcionarios del Parque del Emprendimiento, a quienes se les hizo una entrevista.

La unidad de análisis fue el AACE y las unidades de observación fueron los emprendedores que lograron crear una nueva empresa con el apoyo de dicha área. El tiempo de recopilación y análisis de la información transcurrió entre el segundo semestre del 2010 y el primer semestre del 2011. La unidad muestral corresponde a cada uno de los emprendedores empresariales que han logrado crear una nueva empresa con el apoyo y la orientación del AACE. El método de muestreo es el no probabilístico, debido a que las unidades de la muestra no tienen probabilidad conocida; el muestreo se realizó por conveniencia o por selección.

Como metodología de investigación se utilizó el estudio de caso, el cual es una técnica que se inserta en la perspectiva cualitativa de la investigación social. El estudio de caso se complementa con el método estadístico descriptivo, ya que provee las bases para la identificación de los casos particulares y la posterior tabulación, procesamiento y análisis de resultados. El estudio de caso es una estrategia de investigación global que involucra el diseño y los momentos del proceso investigativo. En el estudio de caso es particular y no general; la información obtenida de los participantes no está sujeta a criterios de verdad o falsedad, sino al criterio de credibilidad que permite interpretaciones desde diferentes lógicas y diferentes puntos de vista.

En la presente investigación se utilizó un estudio de caso intrínseco y descriptivo. Estos, en su orden, permiten una mejor comprensión del caso en particular y la presentación de un informe básico sobre la situación del objeto de estudio. Las fuentes primarias fueron los emprendedores, los líderes y el grupo de consultores del AACE; las fuentes secundarias se conformaron por las revisiones de textos y documentos, publicaciones en internet y bases de datos que traten algún asunto relacionado con el tema del emprendimiento empresarial.

Como técnicas de recolección de información, se realizó un cuestionario (Anexo A) a cinco emprendedores empresariales, una encuesta (Anexo B) a diecisiete emprendedores empresariales que reciben orientación y apoyo del AACE, una entrevista al líder del AACE, una entrevista a un emprendedor-gerente de una empresa que desarrolla su actividad empresarial en el AACE y un análisis documental mediante el cual se obtuvo información adicional analizando una base de datos suministrada por el AACE.

Consolidación de empresas

Con respecto al proceso de consolidación de empresas se utilizó la estadística factorial como complemento a la estadística descriptiva para determinar los factores más influyentes en la consolidación empresarial, a partir del proceso de creación de empresas, como una unidad que se entiende con base en la estadística descriptiva y factorial y que trasciende el proceso empresarial.

La investigación sobre los factores determinantes de la consolidación empresarial corresponde a un diseño de investigación no-experimental, transeccional y correlacional-causal. Es no-experimental, porque las variables objeto de estudio no son manipuladas deliberadamente, son observadas como tal en su contexto natural, para luego describirlas y analizarlas. En los estudios no experimentales las variables ya ocurrieron. Es transeccional, porque su intención es analizar el nivel, el estado o la modalidad de una o diversas variables en un momento dado, en un tiempo único. Es correlacional-causal, porque describe las relaciones entre las variables que son objeto de estudio, en términos de la correlación (correlacionales) y en términos de la relación causa-efecto (causales). La causalidad implica correlación, pero no toda correlación significa causalidad.

En cuanto a la delimitación del problema, este se aborda desde el objeto de estudio, la perspectiva teórica y las unidades de análisis. El objeto de estudio está conformado por aquellas empresas que han logrado su consolidación empresarial, lo cual ocurre en la fase de postincubación, según la cadena de valor del emprendimiento. Estas empresas han logrado superar obstáculos y dificultades, y han perseverado hasta alcanzar un reconocimiento y posicionamiento en el mercado en el cual actúa.

La perspectiva teórica parte de teorías y factores relacionados con el emprendedor, con la empresa y con el entorno, se plantea un enfoque integrador para determinar la consolidación empresarial, la cual se define en términos de la dimensión social, económica, ambiental e institucional, que hacen relación con un grupo de indicadores que permiten identificar el grado de consolidación de una empresa. Por otra parte, la unidad de análisis se conforma por pequeñas y medianas empresas de diversos sectores económicos, que sean personas jurídicas y que se encuentren afiliadas a las Cámaras de Comercio.

El propósito de la investigación es identificar los factores del emprendedor, de la empresa y del entorno que determinan la consolidación empresarial, la cual se desarrolla en el marco de la investigación cuantitativa social y de la investigación empírica confirmatoria que está estructurada por un problema de investigación, un marco teórico, un marco metodológico, los resultados y la corroboración de la hipótesis, las conclusiones y las recomendaciones.

El problema de investigación se planteó a partir del interés de identificar los factores que determinan la consolidación empresarial en términos del emprendedor, de la empresa y del entorno, mediante el diseño de un enfoque integrador. Lo anterior está relacionado con el deseo de profundizar en las razones por las cuales las empresas no perduran en el tiempo. A partir de esto se construyeron los antecedentes del problema, la pregunta los objetivos, las hipótesis y la justificación de la investigación.

La población objeto de estudio fueron grandes, medianas, pequeñas y microempresas en el contexto latinoamericano. Para la selección de la muestra se consideran criterios estadísticos, que guardan relación con el tipo de investigación exploratoria confirmatoria y, para ello, es necesario utilizar una muestra

representativa, con el fin de dar validez externa a los resultados obtenidos, los cuales deben poderse extrapolar a otras situaciones.

Las unidades de análisis se seleccionaron mediante el método de muestreo aleatorio simple, en el cual todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser estudiados. El error muestral es el error que se comete por estudiar únicamente parte de la población. Con una población finita, un nivel de confianza del 95% y máxima varianza, el error muestral fue del 6,32%. El cuestionario se difundió a través de correos electrónicos a 1800 empresarios, directivos y jefes de áreas de empresas comerciales, industriales, de servicios y agropecuarias. El tiempo de recolección de la información fue de 8 meses, entre el 2018 y 2019 con una tasa de respuesta del 11,78%, correspondiente a 212 encuestados.