

**ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA SOCIEDAD  
GIRARDOTEÑA.**

**NATALIA SANTAMARIA CORTES**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES, FINANZAS Y CIENCIAS ECONOMICAS  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
SEMILLERO DESREGEM  
2019-II**

**ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA SOCIEDAD  
GIRARDOTEÑA.**

**NATALIA SANTAMARIA CORTES**

**Trabajo de Grado para optar el título Administradora de Empresas**

**Director - Asesor**

**MARLEN DEYANIRA MELO ZAMORA**

**SEMILLERO DE INVESTIGACION DESREGEM**

**CORPORACION UNIVERSITARIA DE DIOS**

**FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES, FINANZAS Y CIENCIAS ECONOMICAS**

**ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**2019-II**

**Nota de aceptación**

-----  
-----  
-----  
-----

**Presidente del Jurado**

-----

**Jurado**

-----

**Jurado**

-----

**Jurado**

*Agradezco de antemano a la vida por darme muchas coincidencias agradables en el transcurso de ella, a lo místico más allá de lo comprensible por poner en mi destino las mejores oportunidades, personas y experiencias, y por la más importante de todas; mi madre MARIBEL CORTES MORENO, por ser siempre mi apoyo y creer en mí, acompañándome en el transcurso de mi formación y de la vida misma, en cada uno de sus altibajos que se trae en el largo camino de alcanzar los sueños.*

***Natalia Santamaria Cortes***

## CONTENIDO

	Pág.
<b>Resumen</b> .....	07
<b>Abstract</b> .....	08
<b>Introducción</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 9
<b>1. Título</b> .....	10
<b>2. Formulación del problema</b> .....	10
2.1 Descripción del Problema.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 0
2.2 Pregunta de investigación.....	11
<b>3. Justificación</b> .....	12
<b>4. Objetivos</b> .....	13
4.1 Objetivo General .....	13
4.2 Objetivos Específicos .....	13
<b>5. Marco Referencial</b> .....	14
5.1 Marco Conceptual .....	14
5.2 Estado del Arte.....	15
5.3 Marco Legal.....	18
5.4 Marco Teórico.....	20
<b>6. Metodología</b> .....	26
6.1 Diseño comprobatorio .....	26
6.2 Tipo de estudio .....	26
6.3 Enfoque de la Investigación .....	27
6.4 Variables e indicadores.....	27
6.5 Procesos y procedimientos .....	28
6.6 Fuentes Primarias. . . . .	29

6.7 Fuentes secundarias . . . . .	29
6.8 Fase de estudio de campo. . . . .	29
6.9 Tamaño de la población. . . . .	29
6.9.1 Muestra.....	30
<b>7. Resultados de la encuesta</b> . . . . .	<b>31</b>
<b>8. Analisis de los resultados</b> . . . . .	<b>45</b>
9.Conclusiones.....	<b>¡Error! Marcador no definido.7</b>
<b>10.Recomendaciones</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.8</b>
<b>11.Referencias Bibliográficas</b> .....	<b>49</b>
<b>12.Anexos</b> .....	<b>52</b>

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal una evaluación del emprendimiento empresarial, basado en el análisis de los resultados de trabajo de campo por medio de fuentes primarias como lo son las encuestas virtuales con el fin de agilizar la recolección de información aprovechando las TIC'S , en la ciudad de Girardot Cundinamarca así como bases de datos y estadísticas locales, evidenciando las causas y consecuencias de la problemática del emprendimiento en la sociedad Girardoteña que afecta directamente el comercio y la economía de cada uno de sus habitantes; a partir de esto generar sugerencias de posibles soluciones alternativas que sean efectivas y que logren un aporte significativo a la satisfacción de las necesidades que se detecten en el proceso de la investigación. Esta investigación se realiza bajo una metodología de investigación descriptiva con un enfoque cualitativo y cuantitativo esto permitiendo adecuada información fiable y exacta que permita establecer las variables que están relacionadas y que afectan las condiciones del emprendimiento y desarrollo en la ciudad.

## **Abstract**

The main objective of this research is an assessment of entrepreneurship, based on the analysis of fieldwork results through primary sources such as virtual surveys in order to expedite collection of information taking advantage of ICT'S, in the city of Girardot Cundinamarca as well as local databases and statistics, highlighting the causes and consequences of the problem of entrepreneurship in the Girardoteña society that directly affects trade and the economy of each of its inhabitants; from this generate suggestions of possible alternative solutions that are effective and that achieve a significant contribution to the satisfaction of the needs that are detected in the research process. This research is carried out under a descriptive research methodology with a qualitative and quantitative approach allowing adequate reliable and accurate information to establish the variables that are related and that affect the conditions entrepreneurship and development in the city.



## INTRODUCCIÓN

La propuesta de investigación “*Análisis de la perspectiva del emprendimiento en la sociedad girardoteña*” se enfoca directamente en el análisis de los factores que afectan el emprendimiento en la ciudad de Girardot y la región, direccionado al impacto económico y social que de él se desglosa, en cuanto al desarrollo empresarial, teniendo como área de estudio Girardot Cundinamarca, la cual, según DANE es un municipio con aproximadamente de 106.000 habitantes de los cuales el 97% es urbano y el 3% es rural, y el cual según información que presenta la alcaldía de la ciudad en su página oficial dice que su economía se basa en una parte en la agricultura, y el turismo debido su gran capacidad hotelera; establece al turismo como principal promoción económica que fomenta la creación de micro empresas artesanales y familiares; pero donde se evidencia notoriamente la informalidad del trabajo, y la escasas o nula presencia de empresas en el sector, el comercio del centro de la ciudad se concentra en locales de comercio al detal y negocios pequeños que tienen su mayor aprovechamiento en festividades, puentes festivos y fines de semana debido a la llegada de turistas de ciudades cercanas.

## **1. TITULO**

Análisis de la perspectiva del emprendimiento en la sociedad girardoteña.

## **2. Formulación del problema**

### **2.1 Descripción del problema**

El interés por el campo del emprendimiento inicia con la participación adquirida para esta área dentro de la universidad, teniendo como ejemplo las experiencias y vivencias de las personas que lograron realizar emprendimientos, observando además que en la ciudad de Girardot los jóvenes en su campo de estudio plantean diferentes propuestas emprendedoras las cuales no se materializan en la vida real manteniéndose en el aula y en un escrito.

Girardot es una ciudad cuya población es de 107.324 habitantes (DANE, 2019), con personas y jóvenes muy innovadores a la hora de realizar un proyecto de emprendimiento, generando ideas nuevas con resultados positivos dentro de su estudio de mercado , pero porque no existen estas ideas puestas en marcha en el municipio, actualmente las universidades buscan que los futuros profesionales creen sus propias empresas generando una contribución a la sociedad, pero estos son proyectos que se quedan en las aulas sin un impacto real en contexto.

Actualmente desde la alcaldía de Girardot y sus oficinas como la de Desarrollo económico generan opciones para la población Girardoteña con el fin de movilizar recursos y opciones que permitan generar proyectos de emprendimiento, exponer ideas innovadoras y gestionar los recurso necesarios para que éstas se lleven a cabo, permitiendo el desarrollo económico de la

región, y el beneficio a personas y comunidades para hacer realidad su emprendimiento, llevándola a cabo en la ciudad y contribuyendo a la sociedad.

La oportunidad para los emprendedores en la ciudad de Girardot es atractiva, pero la falta de comunicación de estos espacios, hace que la comunidad no tenga conocimiento de ello, dejando pasar oportunidades de crecimiento profesional y personal, La ciudad actualmente requiere capacitaciones y oportunidades como las que ofrece la alcaldía, universidades y Sena, pero la falta de motivación, capacitaciones dentro de estos espacios genera que aquí en la ciudad haga falta que los proyectos e ideas sean aplicados a la realidad en contexto, Girardot no cuenta con grandes empresas ni multinacionales y según (DANE, 2016) solo el 20% de la población tiene un empleo formal alrededor de 18.580 personas, por lo que el camino del emprendimiento puede ser la solución a esta escases y falta de oportunidades laborales que tiene la ciudad.

## **2.2 Pregunta de la investigación**

Teniendo en cuenta la problemática presente, se establece una pregunta puntual para la investigación: ¿Qué perspectivas tienen los habitantes de Girardot sobre el emprendimiento?

### 3. JUSTIFICACIÓN

Con la presente investigación se pretende evaluar a Girardot en su crecimiento económico, teniendo en cuenta que en la ciudad no existen grandes empresas o multinacionales que generen puestos de trabajo a los profesionales y egresados de las Instituciones locales fomentando el desempleo y el incremento de pequeños negocios comunes, trabajo informal y proliferación de vendedores ambulantes, debido a lo anterior que se observa en el comercio y mercado laboral de Girardot, se plantea la realización de una investigación direccionada hacia el emprendimiento el cual se asume que debe promover desde la academia por parte de los colegios y universidades, ya que la finalidad es que los estudiantes pongan en marcha sus proyectos de emprendimiento generando un impacto favorable en el sector económico y bajando los niveles de desempleo en la ciudad.

Este estudio se basa principalmente en identificar las necesidades de emprendimiento que se encuentran en la sociedad Girardoteña, realizando un trabajo de campo que permita abordar la problemática basándose en las teorías del empresario innovador de Schumpeter, teoría de la innovación de Peter Drucker, la teoría del triángulo del emprendedor de Andy Freire, entre otras teorías que se presenten en el transcurso de la investigación las cuales permiten tener claridad sobre los conceptos básicos sobre el emprendimiento, las cuales se pueden tomar como referencia para el mejoramiento de la problemática detectada y a partir de la evaluación realizada aportar alternativas de solución al desarrollo del emprendimiento y la económica de Girardot Cundinamarca.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo General**

- Analizar las perspectivas de los habitantes sobre el emprendimiento en la sociedad Girardoteña.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los factores que afectan el emprendimiento en el municipio de Girardot.
- Evidenciar los puntos de vista, opiniones y perspectivas de la sociedad Girardoteña respecto al emprendimiento.
- Establecer sugerencias para la promoción del emprendimiento y fomento de la creación de empresa en Girardot Cundinamarca.

## 5. MARCO REFERENCIAL

### 5.2 Marco Conceptual

El concepto de **emprendimiento** según (Raffino, 2019) viene de la mano de la innovación y la creatividad, puesto que la palabra emprendimiento viene del francés “*entrepreneur*” que significa pionero, y etimológicamente hablando también refiere a la capacidad de alcanzar una meta u objetivo; es decir, que emprender no solamente es la acción de comenzar y desarrollar un negocio, sino que lleva consigo el adicional de aportar una idea novedosa que nunca se ha desarrollado o el mejoramiento de algo que ya está establecido, lo que logre un cambio en lo habitual y genere soluciones a las problemáticas que se captan en la sociedad y que genere rentabilidad.

En cuanto a la **innovación**, (Cavasos, 2016) establece que son todas aquellas transformaciones que tengan originalidad ya sea enfocado a mejoramiento de servicios o de productos, dando soluciones a necesidades especificadas puestas en el mercado, estos dos conceptos van de la mano para lograr un modelo de negocio exitoso y rentable, influyen directamente en la economía y el desarrollo social de un país, de la mano con las capacidades y conocimientos previos de la persona que quiere emprender, desarrollados eficientemente. Los emprendimientos deben ofertar ventajas comparativas y competitivas sobre los demás modelos de negocio comunes; las ventajas comparativas hacen referencia a producir bajo la eficiencia, es decir, producir más con menos o con igual coste generando mayor rentabilidad que la competencia, así como la ventaja competitiva es tener un atributo o valor agrado que resalte o brinde superioridad en cualquier aspecto, como la calidad o el servicio.

### 5.3 Estado del arte

El auge del emprendimiento a nivel nacional ha venido en aumento en los últimos años y según (Herrera,2012) dentro de la investigación de emprendimiento donde realiza la *caracterización del emprendedor* en el Instituto colombiano de bienestar familiar en Bogotá; muestran un perfil de hombres, de edad joven, con formación universitaria, innovadores, alerta a las oportunidades, motivados por la generación de empleos, con ingresos mensuales menores a tres salarios mínimos, y no presentan dedicación exclusiva a la empresa creada; y menciona que el emprendimiento es una estrategia utilizada por organizaciones públicas y privadas para disminuir la tasa de desempleados, hacer empresas autosostenibles y generar una cultura en la nueva generación.

Evidencia que en Colombia, las universidades han mostrado un especial interés al crear redes de emprendimiento e incentivar a sus estudiantes en la participación de estas redes. El Fondo Emprender es una iniciativa del Estado colombiano, el cual les permite a los emprendedores acceder a una amplia red, donde encuentran asesoría, asistencia y capital semilla. Para esto se debe cumplir con todos los requisitos legales, como ser estudiante del Sena, estar cursando los dos últimos semestres en una carrera universitaria, o haber cursado el postgrado hace menos de un año.

Los resultados de la encuesta aplicada a los emprendedores del Fondo Emprender Sincelejo revela cuales son las características que posee un emprendedor son: la formación académica, la cual es requisito indispensable para ser candidato a la convocatoria que presenta el sena, la innovación en lo que se desea ofrecer, y la motivación, sea por crear su propio empleo, o el de otros.

\*Por otra parte según el *Análisis del emprendimiento en las principales ciudades de Colombia*, realizada en Bogotá en el 2013, el 23% de los encuestados está de acuerdo en que existe suficiente disponibilidad de fondos para crear nuevas empresas. Este anterior porcentaje se ve opacado frente al 60% que está en desacuerdo, lo que quiere decir que la mayoría de los encuestados piensa que en Colombia no existen suficientes fondos disponibles para emprender.

Frente al capital de riesgo (Venture Capital) y los capitales semilla, existe una muy mala percepción dentro del país. Especialmente en Bucaramanga y Medellín, en las cuales un promedio del 75% está en desacuerdo de la existencia de estas dos formas de financiación. Según (Estrada & Uribe, 2013) esto demuestra la falencia que existe en el país en general con respecto al tema de inversionistas que estén dispuestos a destinar sus fondos a las empresas nacionales nacientes y en fase de crecimiento; y se concluye que Bogotá, es la ciudad que cuenta con mayor número de organizaciones y empresas dedicadas a la asesoría y gestación de nuevas empresas.

En cuanto a la percepción del emprendimiento Medellín y Bucaramanga fueron las ciudades en las que sus habitantes tienen mayor percepción de este aspecto, teniendo para la primera un 9% de acuerdo, neutro 10% y en desacuerdo 81%, y en la segunda un 6% de acuerdo, 6% neutro y un 89% en desacuerdo. Estas dos ciudades tienen tasas mayores a las del promedio nacional que son 5% de acuerdo, 10% neutro y 85% en desacuerdo.

Finalmente se concluye que un mayor número de empresarios han emprendido por oportunidad, esto quiere decir que la percepción de oportunidades les ha permitido desarrollar sus ideas, y no han tenido que hacerlo por la necesidad de encontrar un sustento económico.

\*De acuerdo con la investigación realizada en el 2015 llamada *Emprendimiento en Colombia, ¿Cómo vamos? Una revisión al Ecosistema Nacional de Emprendimiento*, encuentra que en



Colombia pese que se han reducido los trámites para la creación de empresas aún hay informalidad el cual es un problema por afrontar para mejorar la competitividad. Según (Chaparro, 2015) hace falta implementar la cátedra de emprendimiento en todos los niveles educativos sin excepción y a falta de este recurso se enfrentan al principal obstáculo que enfrentan los emprendimientos para su adecuada realización. Menciona que *“a través del estudio se ha podido determinar que la cantidad de recursos financieros es suficiente para cubrir la demanda del ecosistema. El problema radica en la promoción, información y distribución de estos recursos entre los segmentos poblacionales”*.

### 5.3 Marco legal

Según la constitución política de Colombia es derecho fundamental el empleo y la educación las cuales son la base para generar condiciones de vida digna, siendo el emprendimiento parte esencial del desarrollo económico y social. Dentro de estas de la normatividad se encuentran las siguientes leyes:

- La LEY 29 DE 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.
- El DECRETO 393 DE 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.
- El DECRETO 585 DE 1991, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones.
- LA LEY 344 DE 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se concede unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.
- LA LEY 550 DE 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por

la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010.

- EL DECRETO 934 DE 2003, Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). El artículo 40 de la Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.
- LA LEY 1014 DE 2006, Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.
- El DECRETO 1192 DE 2009, por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomenta la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

## 5.4 Marco teórico

El emprendimiento es la base fundamental de la cual se desarrolla la presente investigación, ligada a los diferentes aspectos que lo conforman, ventajas competitivas, comparativas, segmentación del mercado, competencia; las cuales afectan de manera directa el desarrollo económico del país, como aumento de puestos de trabajo por consiguiente mayores ingresos y dinero circulante en la economía.

Según (Freire, 2010) en su Teoría del Angulo invertido, menciona tres componentes muy importantes para poder realizar el emprendimiento; como lo son el PROYECTO, el CAPITAL para llevar a cabo dicho proyecto y los más importante, el EMPREDEDOR, esta combinación de componentes da como resultado un modelo de negocio exitoso. Según Freire *“Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.”* Mas sin embargo el pilar importante es el emprendedor puesto depende de su firmeza para que su idea de negocio no se derrumbe.

### Ventajas competitivas

Dentro de lo que es el emprendimiento, las ventajas competitivas son un elemento clave para el éxito de todo emprendedor o negocio, (Porter, 2010) afirma que dicha ventaja competitiva *“es el valor que cada empresa es capaz de generar”* en sus productos o servicios lo que significa que tanto los compradores o consumidores están dispuestos a pagar, es decir ofertar con precios más bajos en relación a con los competidores por beneficios equivalentes, superiores o proporcionar beneficios únicos y exclusivos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados que la competencia, generando un alto porcentaje de ganancia. Para esta generación de valor, Michael Porter establece 2 tipos de ventajas que se pueden presentar en el mercado; el liderazgo en costos como la capacidad de realizar un producto a un precio inferior a

nuestros competidores y la diferenciación del producto, o la capacidad de ofrecer un producto nuevo, diferente y más atractivo para los consumidores frente a los productos ofertados por nuestros competidores.

### **Ventajas comparativas**

Como se expone anteriormente, las empresas emprendedoras generan un valor agregado, pero adicional a esto también pueden generar riqueza, si se tiene un enfoque especializado en sus productos o servicios. Según (Ricardo, 1817) nos expone en su teoría de La ventaja comparativa o coste de oportunidad, *“generan mayor riqueza cuando se especializan en producir aquello en lo que son más productivos y comercializan con ello”* es decir aquello que nos genere menos costos de oportunidad frente a otras empresas de nuestra competencia para generar mayor margen de utilidad y por consecuencia un rango y porcentaje de ganancia mucho mayor generando riqueza; esto último como prioridad debido a que una empresa existe para generar dinero el cual, incrementa significativamente los ingresos y por consecuencia la calidad de vida de los involucrados.

### **Segmentación de mercados**

La segmentación de mercados es pieza clave para identificar hacia donde está direccionado el emprendimiento o el producto, esto según (Klother, 1984) consiste en dividir el mercado en grupos bajo criterios básicos como la posición geográfica, etnia, culturas, gustos entre otros, los que hacen establecer hacia qué tipo de clientes será dirigido y que necesidades entra a satisfacer según el tipo de producto que se pretenda comercializar. Klother También menciona que dicha segmentación del mercado es *“un esfuerzo por mejorar el marketing de una empresa”*, establece que una empresa puede optar por atraer su mercado objetivo mediante enfoques como los son los segmentos, nichos, localidades, individuos o de manera masiva.

El marketing se segmenta, para Klothier se establece como la identificación de grupos con características similares dentro de un mercado; este permite la fijación de precios para cada segmento con una oferta de productos adecuada para cada uno.

El marketing de Nichos lo plantea como un grupo de consumidores aún más estrecho en donde las necesidades se encuentran insatisfechas los cuales suelen atraer menos competidores y tienen necesidades bien definidas por lo tanto son más rentables y demandan una especialización.

Marketing local sucursales, barrios o vecinos étnicos, considerados grupos pequeños con variables específicas que requieren una mezcla de mercado técnica.

Marketing individual lo establece Klothier como especializado o “uno a uno”. Este adapta oferta a acuerdo a la exigencia de la demanda de cada individuo. Al identificar estos segmentos se selecciona los que se tiene como objetivo según el tipo de producto o servicio que la empresa oferte al mercado.

### **Análisis del mercado y la competencia**

En las 5 fuerzas de Porter nos menciona los puntos clave y el análisis de la competencia de la empresa dependiendo del sector económico al que pertenezca. Porter establece 5 apartes que son: 1. Poder de negociación del cliente 2. Poder de negociación del proveedor 3. Amenaza de nuevos competidores 4. Amenaza de productos o servicios sustitutos 5. Rivalidad entre los competidores existentes. Para (Porter, 1979) el análisis de estas 5 fuerzas nos permite comprender el grado de competitividad de la empresa para así mismo formular las estrategias adecuadas para el crecimiento de esta, aprovechando las oportunidades que los proporcione el mercado y proteger la empresa de las amenazas detectadas en el entorno.

Poder de negociación del cliente, en esta el cliente tiene la autoridad de elegir productos o servicios de la competencia, y es más visible cuando hay más empresas potenciales y es cuando

los clientes tienen más posibilidades de no elegir nuestra empresa. Porter menciona que *“los clientes también tienen la oportunidad de organizarse entre ellos para acordar qué precio máximo están dispuestos a pagar por un producto o servicio, o incluso, aumentar sus exigencias en cualquier otra materia”* lo que representaría alteración en el margen de utilidad.

Poder de negociación del proveedor para los proveedores de la empresa es fácil tener cambios en los precios, plazo de entrega de mercancías, acuerdos de pago y en algunos de los casos cambiar la calidad de los materiales; Cuanta menor base de proveedores, menor poder de negociación tendrá la empresa, según (Porter,1979) hay que tener en cuenta 5 factores fundamentales “volumen de compra, la existencia de proveedores potenciales, la situación del mercado, el nivel de organización de los proveedores, la importancia relativa del producto o lo que nos costaría cambiar de proveedor”.

Amenaza de nuevos competidores, aquí nos establece que entra mayor sea el número de empresas similares a la nuestra empresa mayor será la competencia y amenaza representa.

Para esto Michael Porter establece las barreras más importantes a tener en cuenta para mantener nuestra participación en el mercado: Menor coste, canales de distribución, identificación de a marcar por parte de nuestros clientes, diferenciación de los productos, inversión inicial, experiencias acumuladas y movimientos de las empresas u organizaciones ya posicionadas.

Amenaza de productos sustitutos, esta aparece cuando los clientes pueden cambiar la decisión de compra si hay un producto igual que el nuestro más económico o nos les ofrece mayores beneficios o mayor calidad; la presencia de estos productos tiene influencia en el precio máximo que se puede cobrar por el producto, ya que si el precio es mayor al producto sustituto el cliente optara por cambiar de marca.

Rivalidad de competidores, Porter concluye que este componente es el resultado obtenido de las anteriores fuerzas, esto proporciona a la empresa los datos suficientes para establecer estrategias de posicionamiento en el mercado. “La rivalidad entre los competidores aumenta especialmente cuando el producto es perecedero, la demanda disminuye o no existe una clara diferenciación entre los productos”.

Michael Porter con las 5 fuerzas, nos permite desarrollar estrategias de negocio de diferenciación y establecer el nivel de competencia de la empresa en el sector específico al cual pertenece.

### **Planificación estratégica**

Henry Fayol menciona en su teoría de la administración que los administradores deben planificar sus actividades a futuro, con el fin de garantizar el logro de sus objetivos y evaluar futuras inconvenientes que se presenten y que pueden afectar directamente la empresa; según (Fayol, 1916) *“se debe planificar todas las actividades basados en condiciones futuras, se establecen los objetivos estratégicos y se asegura el logro de estos”*. Establece elementos fundamentales para la planeación estratégica como:

### **Organización**

De esta manera plantear una función administrativa para el logro de objetivos es organizar la fuerza de trabajo de manera eficiente para orientar las actividades de todos los departamentos de la organización, la iniciativa para aumentar el rendimiento es contratar personas capacitadas para el trabajo e incrementar la capacitación de estas a través de cursos y estudios especializados, y así garantizar mano de obra calificada y eficiente.



## **Dirección**

Una tarea de los administradores es supervisar el trabajo de sus subordinados en el ejercicio diario e incentivarlos y motivarlos a alcanzar las metas de la empresa y es su responsabilidad de transmitir y comunicar los objetivos y políticas de la empresa a sus colaboradores. Fayol menciona que una manera para realizar una dirección es *“supervisar a los trabajadores en su trabajo diario e inspirarlos a lograr las metas departamentales, se deben establecer orientaciones de acuerdo a las necesidades de cada trabajador y cada departamento a fin de que las tareas resulten eficientemente realizadas”*.

## **Coordinación**

Según (Fayol, 1916) es responsabilidad del administrador *“observar y reportar las desviaciones de los planes y objetivos, y coordinar las tareas para corregir posibles desviaciones”*.

El objetivo de esta función es de lograr que las todas las actividades de la empresa se cumplan y enriquezcan el trabajo de otros unificando los esfuerzos de estas actividades con un logro en común, buscando el beneficio de la empresa.

## **Control**

Por último, Henry Fayol establece al control como la forma de revisar y verificar que todas las actividades se hagan de acuerdo a las estrategias y reglas establecidas, según las órdenes dadas a los diferentes departamentos y colaboradores de la empresa.

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1 Diseño comprobatorio

Encuesta estructurada virtual de preguntas abiertas y cerradas de única respuesta y justificación, con respectiva tabulación de la información en gráficas y estadísticas exactas.

### 6.2 Tipo de estudio

*Descriptivo:* Basado en una metodología descriptiva según (Miró, 1994) el objeto de una investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades objetos procesos y personas. La meta no se limita a la recolección de datos sino también a la predicción e identificación de la relación que existe entre dos o más variables de la investigación.

### 6.3 Variables e indicadores

Variables	Dimensión	Indicadores	Tipo	Valor
Sociales	Características de los habitantes de Girardot	*Genero *Edad *Nivel educativo	cualitativo	*Mujer /Hombre *Grupo etareos *Estudiante/ Egresado /Ninguno
Laborales	Entorno laboral	*ocupación	Cualitativo	Independiente / Empleado / Ninguno

**Fuente:** elaboración propia 2019

### 6.4 Enfoque de la investigación

Dado que el proyecto de investigación es un estudio de investigación en el que se abarca un análisis detallado que determina las características del mercado potencial y competencia. El procedimiento para llevar a cabo esta investigación tiene que ver con una metodología descriptiva con enfoque mixto.

**Descriptiva:** permite determinar actualmente el sector económico de Girardot frente a su innovación, fuentes de empleo y demás áreas que permiten la evolución del sector económico.

**Cuantitativa:** ponderación de la información recolectada por medio del instrumento de investigación, que permite respaldar en cifras y en porcentajes los resultados descriptivos de manera más exacta.

**Cualitativo:** con el propósito de establecer las variables que afectan directamente el objeto de estudio.

## 6.5. Procesos y procedimientos

Procesos	Procedimientos
Establecer título de la investigación	Delimitación del tema de investigación
*Planteamiento del problema *Pregunta de investigación	Revisión bibliográfica
Justificación	
Establecer objetivos generales y específicos	
Redacción del marco conceptual	Definición de conceptos básicos.
Estado del arte	Recopilación de antecedentes
Realización del marco legal	Indagación de leyes
Marco teórico	Recopilación de teorías relacionadas.
Establecer metodología de investigación	Tipo de estudio Establecer variables Enfoque Fuentes de información
Realización de la encuesta	Establecer preguntas objetivas Estructuración Elaboración virtual
Trabajo de campo	Aplicación del instrumento
Ponderación de información recolectada	Realización de gráficas

Resultados	Análisis de cada una de las preguntas de la encuesta
Conclusiones	Análisis general de los resultados
Establecer sugerencias	

**Fuente:** elaboración propia 2019

### **6.6. Fuentes Primarias**

La población seleccionada para aplicar el instrumento es el municipio de Girardot dirigida a la población en general que comprenda clase trabajadora, empresarios, estudiantes y graduados de la ciudad, con la información que se recopile a través de la encuesta de manera virtual, realizando un análisis que permita tomar acciones de mejora ante la situación económica del municipio en cuento el emprendimiento.

### **6.7 Fuentes secundarias**

Los repositorios institucionales, libros, páginas web, datos estadísticos del DANE y la alcaldía del municipio.

### **6.8. Fase de Estudio de campo:**

La información suministrada por los habitantes del municipio Girardot través de encuesta virtual se analiza y se identifica la problemática.

### **6.9. Tamaño de la Población:**

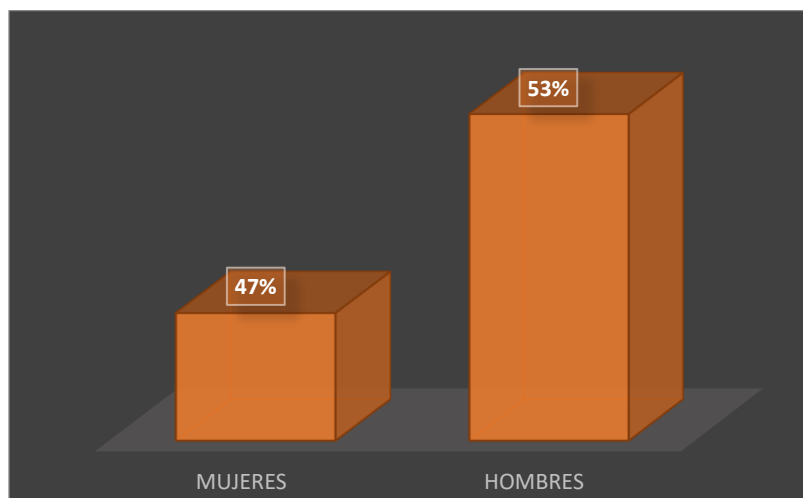
100 personas dentro de los cuales se encuentran: estudiantes, profesionales, empresarios, empleados del municipio de Girardot- Cundinamarca.

### 6.9.1. Muestra

**No probalística- Diversa:** se establecen las características puntuales de los encuestados mencionados anteriormente con el fin de recopilar información de manera más exacta que arroje los resultados esperados para el análisis preciso que oriente al objetivo general de la investigación; con una muestra diversa que permita evidenciar las diferentes perspectivas y los patrones más relevantes presentes en la sociedad Girardoteña respecto al emprendimiento y el desarrollo económico del municipio.

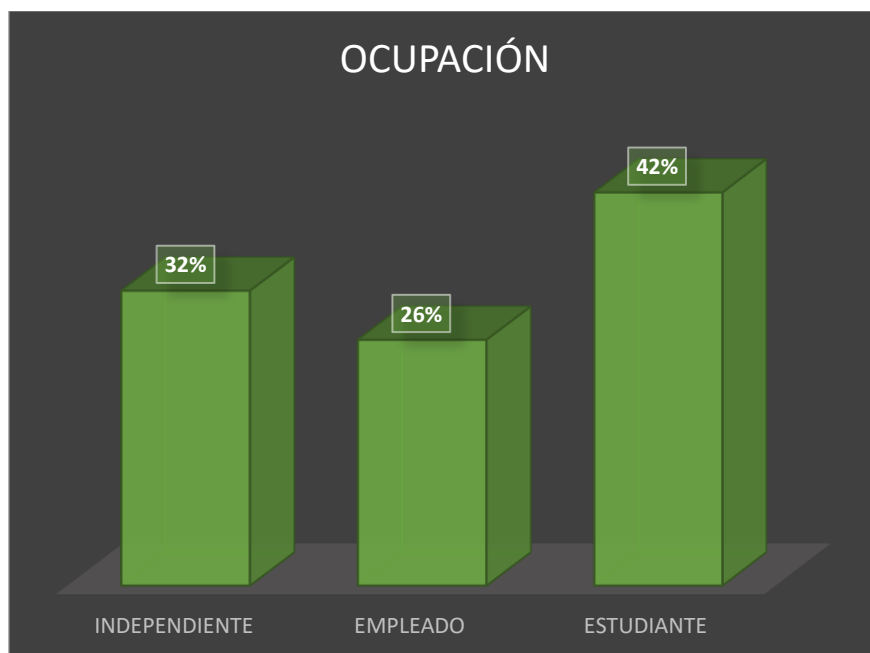
## 7. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### DATOS DE LA POBLACIÓN



**Fuente:** elaboración propia 2019

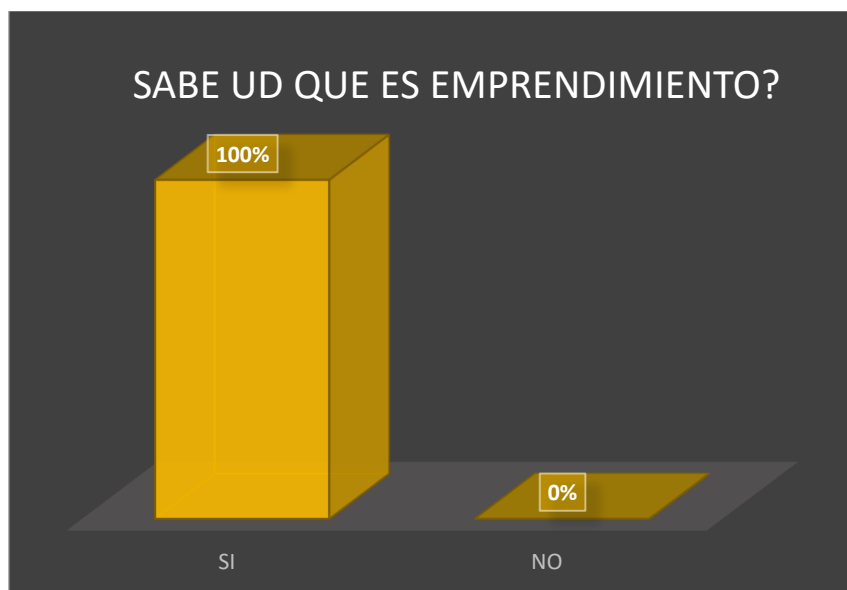
Dentro de la muestra de objeto de estudio se tomaron 100 personas del municipio de Girardot -Cundinamarca para la realización de la encuesta, de edades entre los 18 a 50 años dentro de las cueles hay un porcentaje mayor de participación de hombres que mujeres.



**Fuente:** elaboración propia 2019

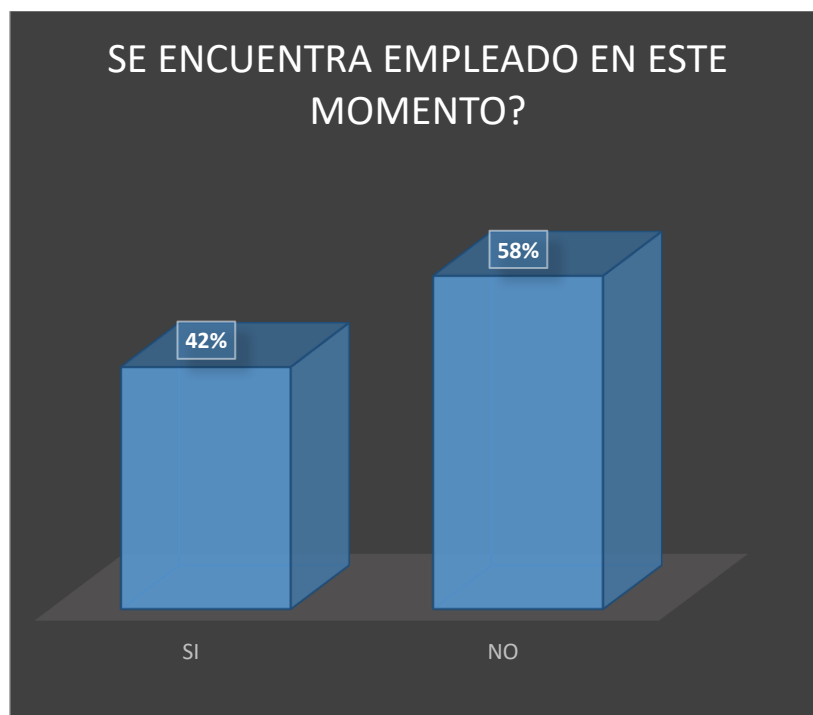
Dentro de la población encontramos un alto porcentaje de estudiantes debido a la presencia de instituciones universitarias y educativas con un 42% de personas estudiantes y de las cuales no se encuentran trabajando en el momento, solo un 26% es empleado y un 32% es independiente, tiene una microempresa, negocio o ingresos no formales.





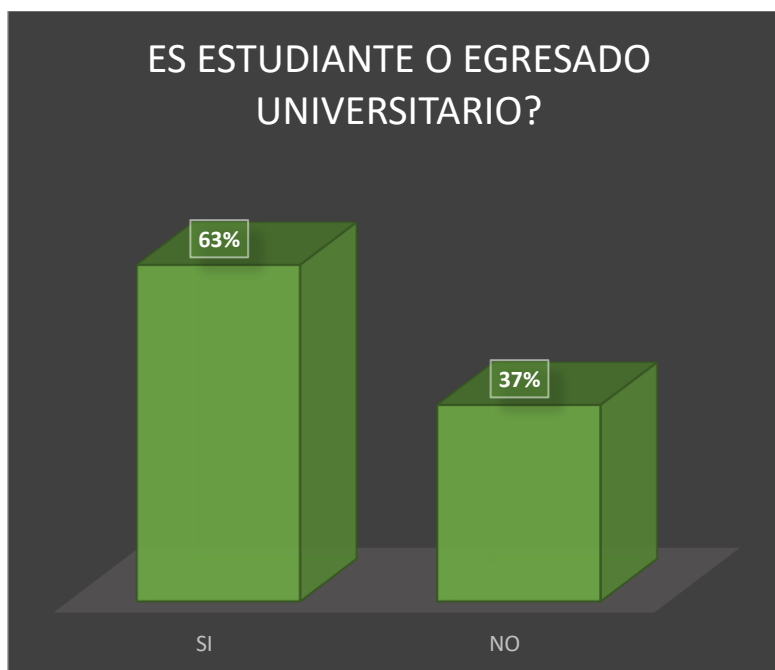
**Fuente:** elaboración propia 2019

El 100% de los encuestados afirman saber del concepto de emprendimiento o tienen una idea sobre que es o han escuchado de que se trata; esto es un factor positivo debido a que afecta directamente el comportamiento de las personas que se visionan en algún momento de su vida a emprender ya sea solos o asociados con familiares y/o amigos.



**Fuente:** elaboración propia 2019

Se evidencia que en su mayor parte se encuentra desempleado, solo un 42% menciona que tiene un trabajo estable o temporal, el 58% esta solamente estudiando y solo se emplea para ciertas épocas del año donde Girardot tiene mayor afluencia de turistas, puesto que para muchos los horarios de estudio no concuerdan con los de trabajo y tienen como alternativa este tipo de empleo; otros se encuentran en búsqueda de trabajo fijo situación en la que llevan un tiempo considerable debido a que no tienen experiencia laboral o no hay vacantes disponibles.



**Fuente:** elaboración propia 2019

De los encuestados un 63% es estudiante o es graduado de las universidades locales, pero un 37% no culminó sus estudios en la universidad por falta de recursos, o no tiene pensado estudiar por el momento ya que según algunos de los encuestados, su prioridad es trabajar y generar ingresos para apoyar a su familia puesto que ya muchos tienen un hogar establecido o no cuentan con los suficientes ingresos para pagar sus estudios.



**Fuente:** elaboración propia 2019

El 53% de los encuestados dice que si se encuentra realizando alguna actividad relacionada con el emprendimiento ya sea propio o en conjunto con más personas lo cual es un indicador positivo para el futuro del municipio en cuanto su economía se refiere; por otro lado el 47% menciona que no realiza ninguna clase de emprendimiento por el momento y otros un NO definitivo.



**Fuente:** elaboración propia 2019

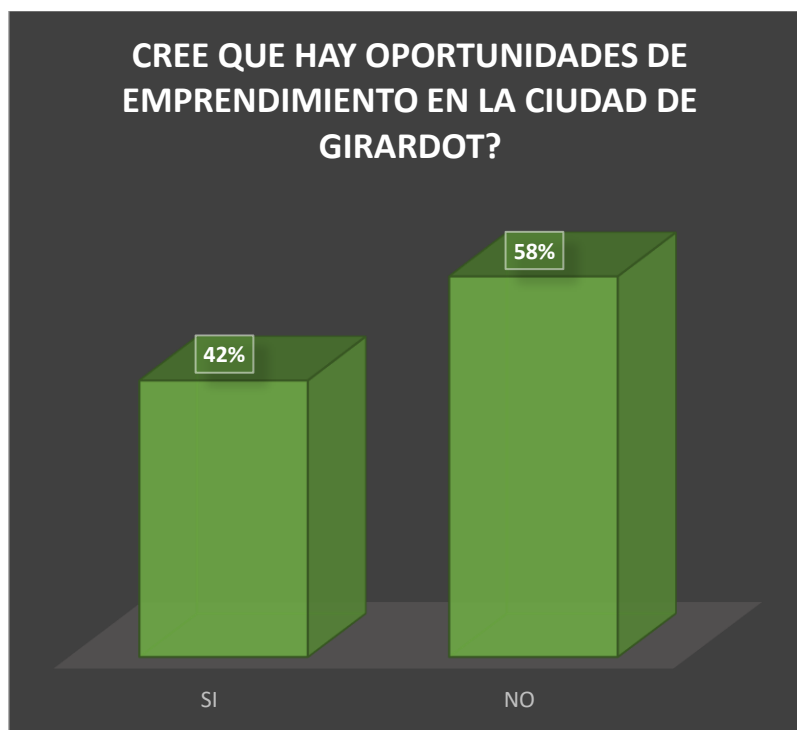
Debido a los altos índices de desempleo en Girardot y la dificultad para encontrar un empleo estable, el 70% de estos emprendimientos es netamente empresariales desarrollados en el sector comercial, enfocados a el aumento sustancial de los ingresos mediante las microempresas o ideas de negocios, solo el 30% está enfocado a la labor social los cuales se desenvuelven en sectores sanitarios y educativos.



**Fuente:** elaboración propia 2019

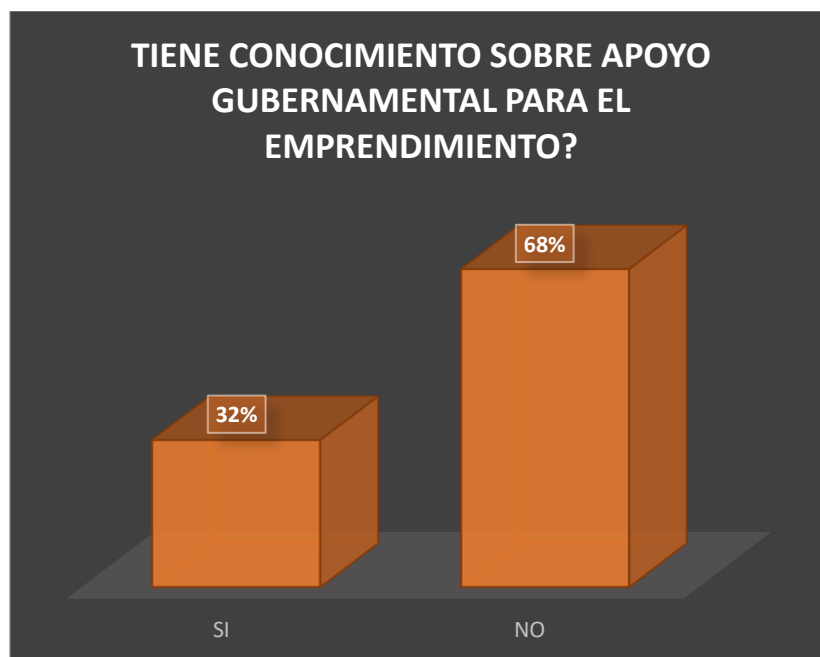
El 47% menciona que no tiene recursos para iniciar con algún proyecto de emprendimiento o no tiene la capacidad de endeudamiento para realizarlo con algún tipo de financiamiento, por otro lado está presente la cuestión de la economía de Girardot puesto que no llevan a cabo una idea de negocio a nivel local según esto, por los bajos niveles de ventas en la mayoría de los negocios del comercio y que el nivel de desempleo repercute en los ingresos de los habitantes y por lo tanto baja la capacidad de pago; por la anterior razón un 11% cree que no es rentable crear un buen emprendimiento en Girardot. El 42% menciona que es otra la razón por la cual no tiene pensado ejecutar ninguna idea de negocio, entre algunas razones que mencionaron en la justificación de su respuesta fueron:

- Seguirá realizando sus estudios
- Tienen pensado irse fuera del país o cambiar de ciudad
- No tienen interés en el momento



**Fuente:** elaboración propia 2019

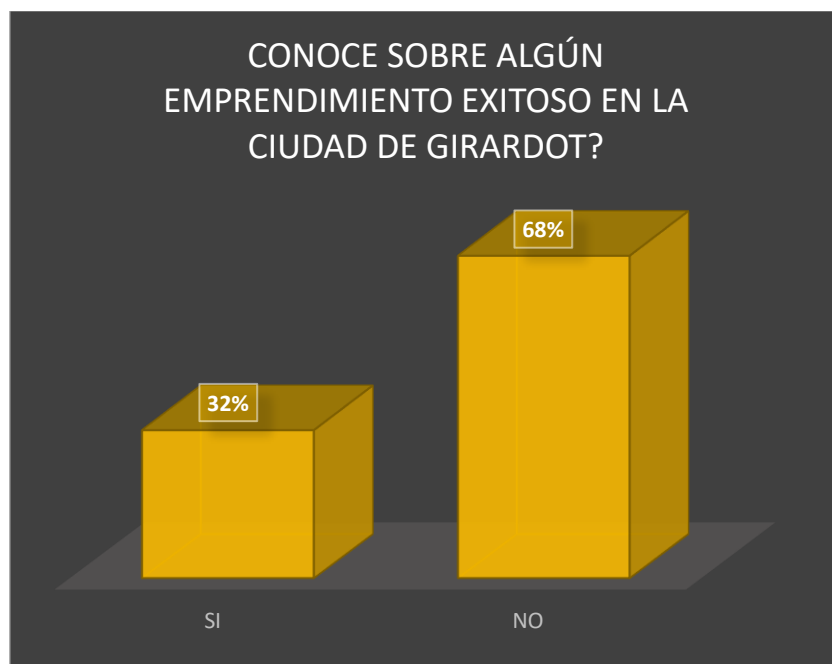
Un 48% de los encuestados comenta que a pesar de que no ven un buen panorama en Girardot, aún hay oportunidades de emprender encontrando mercado para todos y fundamentalmente tiene el concepto en su mayoría que cada uno sale adelante por sus propios medios. Un 58% dice que no las hay, debido a que se ve frecuentemente el cierre de locales comerciales, del mismo modo apertura de nuevos de los cuales pocos son los que perduran en el mercado local, algunos dueños de negocios argumentan que el volumen de ventas se incrementa durante quincenas, fines de semana y puentes festivos donde se presenta aumenta la afluencia de turistas, de lo contrario son relativamente bajas.



**Fuente:** elaboración propia 2019

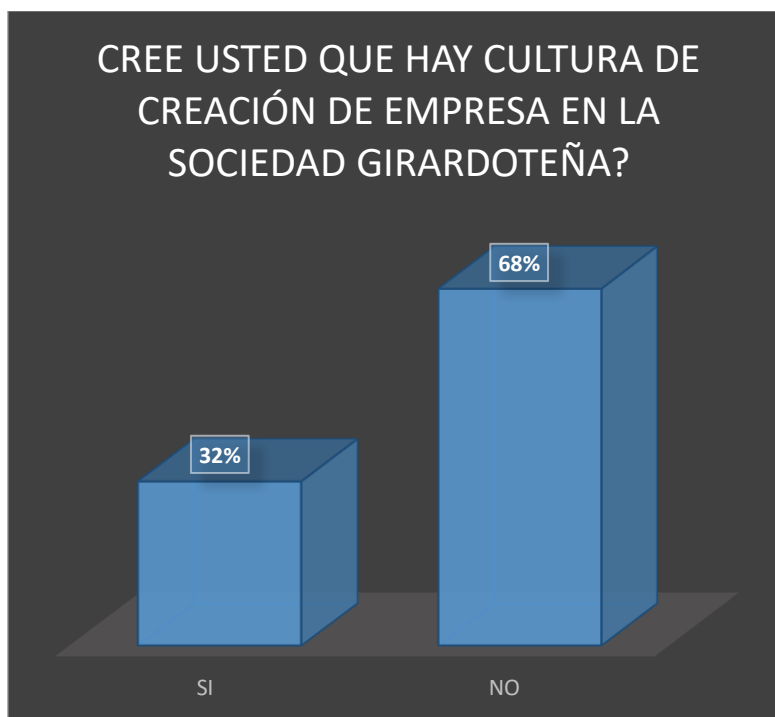
En su mayoría con un 68% de los encuestados, no sabe o no tiene conocimiento sobre algún tipo de ayuda por parte de los entes gubernamentales en cuanto el apoyo hacia el emprendimiento e ideas de negocios, solo un 32% conoce, ha escuchado o tiene idea sobre los diferentes medios por los cuales pueden obtener algún tipo de ayuda económica o en el proceso de puesta en marcha de algún proyecto que se quiera desarrollar.





**Fuente:** elaboración propia 2019

Solo un 32% conoce algún emprendimiento exitoso, nombran emprendimientos sociales que han tenido gran impacto en la sociedad Girardoteña, como lo es el refugio animal de la Asociación protectora de animales, y la labor que desempeñan con la población infantil vulnerable la fundación “Sonrisas inocentes”; por otro lado, mencionan algunas ideas de negocio que reconocen como exitosas como son: Cronch, Rakamandaka, mas sin embargo no poseen alguna información de fondo de como surgieron estos emprendimientos.



**Fuente:** elaboración propia 2019

Un 68% concuerda que no hay una cultura de creación de empresa, según dicen los encuestados por que los egresados de las diferentes instituciones educativas salen con la idea de buscar empleo más no de emprender o de crear su propio negocio. Por otro lado, el 32% dice que si la hay puesto que la mayoría no ve oportunidades de un empleo formal estable de acuerdo a sus necesidades, busca la manera de iniciar su propio negocio.

<p><b>¿Qué acciones observa que se desarrollan en Girardot que generen un impacto en el emprendimiento?</b></p>
<p>Creación de tabernas</p>
<p>A Girardot le falta mucho emprender se quedan en lo tradicional</p>
<p>El sector privado pero la verdad es el primero en contestar personal de otra parte</p>
<p>Que lleguen nuevas empresas a Girardot, generando así posibilidad a los girardoteños de tener un empleo</p>
<p>Microempresas</p>
<p>Los festivales culturales</p>
<p>La infraestructura creada para subsidio de vivienda a las personas de bajos recursos</p>

**Fuente:** elaboración propia 2019

Esta pregunta se realizó de manera abierta para tener una idea más amplia de lo que evidencian los habitantes de Girardot en cuanto al emprendimiento. Se encuentra que evidencian más falencias que acciones positivas, no obstante, dentro de las pocas que observan positivas ven la creación de pequeños negocios y microempresas que se ha proliferado en los últimos años, adicionalmente mencionan que los festivales culturales y las diferentes festividades ayudan al comercio local gracias al aumento de turistas para ciertas fechas durante el año.



**Fuente:** elaboración propia 2019

Solo un 26% de los habitantes encuestados sabe o cree que se promueve desde las aulas de clase y desde las diferentes instituciones educativas el emprendimiento por medio de proyectos internos. El 74% dice que no observa ninguna acción que lo promueva o que incentive de algún modo a la creación de empresas en la región.

## 8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Se logró identificar los emprendimientos que se llevan a cabo en el municipio de Girardot, estos en su mayoría son empresariales, micro empresas que se desarrollan en el sector comercial que surgen gracias a la necesidades del entorno que rodea la sociedad Girardoteña en cuento a realidad económica por las cuales atraviesan los habitantes, con altos índices de desempleo y ausencia de oportunidades laborales y de crecimiento profesional para estudiantes y egresados de las universidades es instituciones locales; lo cual incrementa la informalidad del trabajo y la dependía del turismo por las temporadas del año donde se observa mayor demanda de fuerza de trabajo por el aumento de turistas.

En cuanto a la percepción de los encuestados sobre el emprendimiento en el municipio de Girardot, pese que se adoptan medidas en las diferentes instituciones educativas para incentivar la creación de empresas y motivar las ideas de negocio, muchos no visualizan un panorama positivo para el desarrollo de estas ideas, debido a las condiciones socioeconómicas del sector comercial del municipio, las cuales afectan directamente en la economía de cada una de las personas ya sean empleadas o microempresarios, por lo bajos ingresos y pocas oportunidades de crecimiento profesional que perciben los habitantes de Girardot, lo cual afecta el poder adquisitivo de las personas y esto influye directamente a los emprendedores nacientes.

Adicionalmente se evidencia el desconocimiento de la población en general sobre los diferentes mecanismos de apoyo por parte de la alcaldía y de las diferentes reglamentaciones que acobijan el surgimiento de ideas de negocio nacientes, debido a la ausencia de difusión de la información dentro de la misma comunidad, más sin embargo tienen claro el concepto de emprendimiento, en cuento a los estudiantes o egresados tienen buenas bases sobre a lo que esto

concierno a la creación de empresas e ideas de negocio, no obstante pese que han pertenecido a proyectos de aula en sus respectivas clases de emprendimiento en la universidad, no continúan ni los llevan al contexto real por falta de recursos para la puesta en marcha de los mismos, eso sumado a que no tienen buenas expectativas respecto al mercado local para la puesta en marcha de sus proyectos; por otra parte los microempresarios tienen una visión un poco desalentadora del comercio en Girardot, mencionan que el volumen de venta se ve bastante afectado con el pasar del tiempo, durante los últimos años han visto decrecer sus ingresos provenientes de su actividad económica la cual es en mayor parte el comercio, ponen en manifiesto que este volumen de ventas incrementa siempre y cuando sean pagos de quincenas o hayan puentes festivos, festividades y temporadas de vacaciones donde es notorio el aumento de la población por la llegada de turistas.

## 9. CONCLUSIONES

- Se evidencia que los habitantes realizan emprendimientos enfocados más a lo empresarial que a la labor social, basados en negocios sin valor agregado con bajo nivel en innovación, presentes en el sector comercial con altos índices de deserción.
- Falta de interés por ejecutar o desarrollar ideas de negocio debido al panorama que se percibe de la economía de Girardot, por bajos niveles de ingresos de sus habitantes lo que afecta su capacidad de compra, esto pone en duda las iniciativas de emprendimiento y no genera garantías para quienes quieren poner en marcha sus ideas de negocio.
- Se tiene conocimiento sobre el concepto de emprendimiento, más sin embargo en su mayoría no trascienden los proyectos realizados en las instituciones educativas, puesto que tanto estudiantes como egresados no ven oportunidades de crecimiento en el municipio.
- Desconocimiento de los mecanismos de promoción de los entes territoriales para el emprendimiento y desarrollo de ideas de negocio, así como la diferente reglamentación que existe para el apoyo a emprendedores.

## 10. RECOMENDACIONES

- Fortalecer la comunicación asertiva en la comunidad sobre lo diferentes fuentes de financiamiento y apoyo que se encuentran a disposición de los habitantes de Girardot y sus alrededores, motivando e incentivando las ideas de negocio; mediante la divulgación de la información en los diferentes medios de comunicación como mecanismo de promoción, con el fin de aumentar el número de personas en realizar emprendimientos efectivos.
- Aumentar las capacitaciones por parte de la alcaldía en convenio con demás instituciones relacionadas, sobre emprendiendo enfocado a verse como una alternativa y oportunidad de desarrollo económico a nivel local como municipio y a nivel individual como persona.
- Intervenir para trascender los emprendimientos fuera de las instituciones educativas, hacerlos efectivos en el comercio local mediante un seguimiento exhaustivo y apoyo a cada uno de ellos por parte de las instituciones educativas donde se llevan a cabo, garantizando así su puesta en marcha.
- Generar garantías de crecimiento económico por parte de la alcaldía municipal con el fin de mejorar la visión que tienen sus habitantes respecto la economía local con el propósito de que se genere una proyección prospera para las ideas de negocio futuras.



## 11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Alcaldía de Girardot. (2019).** *Información del municipio.*

<http://www.girardotcundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>. Girardot.

**Cavazos, S. (2016).** *Que es innovación? Concepto, clasificaciones y plan de acción.*

Escuela europea de management. <http://www.escuelamanagement.eu/innovacion-estrategica/que-es-innovacion-concepto-clasificaciones-y-plan-de-accion>.

**Chaparro,J. (2015).** *Emprendimiento en Colombia, ¿Cómo vamos? Una revisión al Ecosistema Nacional de Emprendimiento.*

Universidad Piloto de Colombia. Bogotá.

**Escobar, W. (2013).** *Marco legal para la política nacional de emprendimiento.*

Revista mprede. <https://mprede.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>.

**Estrada, J, & Uribe, A. (2013).** *Análisis del emprendimiento en las principales ciudades de Colombia.*

Colegio de estudios superiores de administración-CESA, Bogotá.

**Gómez, A. Economista (2012).** *Teorías del emprendimiento.*

Institución universitaria Antonio José Camacho-UNIAJ, Cali.

[https://skat.ihmc.us/rid=1ND33J9TM1VKK478472N/TEORIAS%20DEL%20EMPREN  
DIMIENTO.pdf](https://skat.ihmc.us/rid=1ND33J9TM1VKK478472N/TEORIAS%20DEL%20EMPREN<br/>DIMIENTO.pdf)

**Herrera, C. (2012).** *Una investigación de emprendimiento: Caracterización del emprendedor.*

Instituto colombiano de bienestar familiar, Bogotá.

**Longares, O. (2018).** *Las 5 fuerzas de Porter y la influencia del entorno en nuestra organización.*

Activaconocimiento.es. España. <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>

**Marco Teórico. Cpa2.** *¿Cómo segmentar el mercado?.*

Colección de tesis digitales. Universidad de las Américas Puebla. México.

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lni/arroyo\\_g\\_dm/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/arroyo_g_dm/capitulo2.pdf)

**Raffino, M. (2019).** *Concepto de emprendimiento.*

Concepto.de. <https://concepto.de/emprendimiento/>

**Riquelme, L. (2018).** *Las 5 Funciones De La Administración De Henri Fayol.*

Web y empresas. <https://www.webyempresas.com/las-5-funciones-de-la-administracion-de-henri-fayol/>

**Sánchez, J. (2015).** *Ventaja comparativa.*

Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>

**Terridata. (2018).** *Girardot Cundinamarca, Demografía y población.*

<http://www.orarbo.gov.co>.

## 12. ANEXOS

### Anexo 1. Formato de encuesta

#### ENCUESTA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1. ¿Sabe usted que es emprendimiento?

- A) Sí
- B) No

2. ¿Se encuentra empleado en este momento?

- A) Sí
- B) No

3. ¿Es estudiante o egresado universitario?

- A) Sí
- B) No

4. ¿Se encuentra desarrollando alguna actividad de emprendimiento?

- A) Sí
- B) No

5. Si su respuesta es Sí, ¿qué tipo de emprendimiento lleva acabo?

- A) Social
- B) Empresarial

6. Si su respuesta es No, ¿por qué no lo realiza?

- A) Falta de recursos
- B) No tiene conocimiento sobre emprendimiento
- C) La economía del sector
- D) Otra

cual: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. ¿Cree que hay oportunidades de emprendimiento en la ciudad de Girardot?

- A) Sí
- B) No

¿Porqué?

---

---

---

8. Tiene conocimiento sobre apoyo gubernamental para el emprendimiento

- A) Sí
- B) No

9. ¿Conoce sobre algún emprendimiento exitoso en la ciudad de Girardot?

- A) Sí
- B) No

¿Si su respuesta fue Sí, cual?:

---

10. ¿Cree UD que hay una cultura de creación de empresa en la sociedad girardoteña?

- A) Sí
- B) No

Por que

---

---

---

11. ¿Qué acciones observa que se desarrollan en Girardot y que generen impacto en el emprendimiento?

---

---

---

12. ¿Cree que las instituciones y entes de Girardot promueven el emprendimiento?

- A) Sí
- B) No
- C) Si su respuesta es afirmativa, explique brevemente como lo hacen:

---

---

