El Cuaderno - Escuela de Ciencias Estratégicas Vol 2 N° 4 P. 153-166 (2008)
Medellín - Colombia. Jul - Dic de 2008 ISSN: 2011-0170

Análisis para la creación de empresas: información para el emprendimiento

Sandra Milena Gómez Bustamante*
sandramilenag7@hotmail.com

Eje temático: Análisis sobre la creación de empresas desde diferentes enfoques teóricos
Subtema: La información que el artículo proporciona para crear empresa, como una base teórica

Resumen

La creación de empresas es uno de los conceptos que mayor relevancia ha adquirido en los últimos tiempos. Por tanto, este artículo, de carácter teórico, reúne una serie de conceptos que forman parte de la creación de empresas como tal, las mipymes: microempresas, pequeñas y medianas empresas; gestión de proyectos: plan de negocio; emprendimiento e innovación y un análisis sobre el caso específico de Antioquia-Medellín con la teoría de empresarismo y la creación de diversas actividades en torno a las "nuevas empresas".

El principal objetivo de esta investigación es mostrar diferentes puntos de vista de autores con gran trayectoria teórica sobre este tema administrativo, teniendo en cuenta que para generar empresas es necesario desarrollar un plan de empresa (PE) que ayude a disminuir los riesgos que implica el nuevo proyecto. Sin embargo, esta investigación teórica brinda una información centrada en la revisión de los trabajos y datos más representativos desarrollados en varios textos y artículos de diversos

* Arquitecta, Universidad Pontificia Bolivariana. Especialista en Gerencia de Proyectos Universidad Pontificia Bolivariana. Residente de Acabados, CONINSA Ramón H. S.A.

Articulo recibido el 7 de agosto y aprobado para su publicación el 15 de septiembre de 2008

Cuaderno Ciencias Estratégicas N153 153 28/01/2009 12:05:14 p.m.

autores. Esto no garantiza una información veraz desde el punto de vista de las estadísticas sobre las últimas empresas que han surgido durante estos últimos cinco años ya que aún no se registran en la base de datos de la Cámara de Comercio de Medellín. En este ensayo se estudian y se analizan con la información teórica encontrada hasta 2002, aproximadamente.

Palabras clave:
Creación de empresas, innovación, emprendimiento, mipymes, micro, pequeña y mediana empresa.

Abstract
The entrepreneurship is one of the concepts that major importance has acquired in the last times and which constitute some. Hereby this article of theoretical character, there assembles(there brings together) a series of concepts that form a part for the entrepreneurship as such, the mipymes: microcompanies, small and medium companies; project management: plan of business; emprendimiento and innovation and a short analysis on the specific case of Antioch - Medellin with the concept of empresarismo, and of the creation of diverse activities concerning(around) the concept of "new companies".

The principal aim(lens) of this investigation(research) is to show authors' different points of view with great path to theoretical level on this administrative topic, bearing in mind that to generate new companies is necessary to develop a business plan (PE) that helps to diminish the risks that the new project implies. Nevertheless, this theoretical investigation(research) shows an information centred on the review of the works and information mas representative developed in several texts and articles of diverse authors, which does not prove to be statistical on the last new companies that have arisen during the latter five years since even they do not register in the database of the Chamber of Trade of Medellin, by what in the article they are studied and it is analyzed under the theoretical information found up to the date 2002 approximately

Key words:
Entrepreneurship, innovation, emprendimiento, mipymes, mike, small and medium company.

Introducción

"El nuevo escenario competitivo presenta nuevas ideas, nuevos problemas y nuevos desafíos (…) (Bettis, Hitt, 1995)"

Los desafíos en el contexto competitivo implican nuevos retos y diversos esquemas de pensamiento, no sólo en términos empresariales sino en los académicos, los que nos hacen pensar y desarrollar diferentes estrategias administrativas que conllevan avances tecnológicos y de innovación para emprender el reto de nuevos proyectos regionales. En este contexto, la creación de empresas, como elemento revitalizador y generador de riqueza, involucra la conciencia de

Cuaderno Ciencias Estratégicas N154 154 28/01/2009 12:05:15 p.m.

detección de oportunidades en la persona que funda una empresa, es decir, la habilidad para adquirir recursos necesarios para explotar oportunidades y la habilidad organizacional. (Gómez, 2004)

Se pretende evidenciar la importancia de la *creación de nuevas empresas* como impulsoras del desarrollo empresarial, regional y nacional. De acuerdo con esta premisa, se requieren "*empresas de conocimiento para: mejorar lo siempre hecho: mercadeo, maquinaria, insumos, y el desarrollo de nuevas actividades de software, logística, telemática y biotecnología".* (Informe especial Cámara de Comercio Medellín, 2001:6)

1. Características de las mipymes en Colombia

"La decisión de convertirse en empresario y, por lo tanto, la creación de nuevas empresas está condicionada por factores externos o del entorno" Veciana, J (1999:21)

Las mipymes han surgido como una categoría intermedia que articula los mundos de la producción: tecnologías, organización y políticas, en torno a los procesos innovadores que se desprenden de la flexibilidad estructural de las firmas. Estas son concebidas como un conjunto de eslabones en la economía regional y que constituyen un núcleo de crecimiento y desarrollo potencial de suma trascendencia. (Cano, 2006: 47).

Las mipymes se definen, según Jaramillo (2005) como organizaciones económicas que, desarrollan actividades industriales, comerciales y de servicios que, combinando capital, trabajo y medios productivos, obtienen un bien o servicio que se destina para satisfacer diversas necesidades para un sector y un mercado determinado.

De acuerdo con lo anterior, y teniendo en cuenta lo establecido por la legislación colombiana, se define a las "mipymes" según la ley 905 del 2 de agosto del 2004, que modificó la ley 590 del 2000, como la estimulación, promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento de la creación y funcionamiento permanente de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas. En ésta se encuentra una manifestación reiterativa del poco conocimiento de esta ley que apoya las iniciativas para crear empresa, lo que implica una falta de capacitación y articulación entre instituciones educativas y empresariales para responder de manera integrada a los avances tecnológicos con el fin de introducirlos al campo productivo.

Las mipymes han crecido por sí mismas, por lo general han tenido procesos autónomos en los que no incluyen programas estatales ni relaciones con

Cuaderno Ciencias Estratégicas N155 155 28/01/2009 12:05:15 p.m.

instituciones universitarias, establecen conexiones con estas últimas para realizar convenios de aprendizaje y capacitaciones esporádicas. (Cardona, 2007).

De allí que se pueda hacer una reflexión sobre la participación de las mipymes en el crecimiento económico, que, según Cano (2007) no es asunto sólo del tamaño de las unidades empresariales sino también de la combinación de "factores" económicos y no económicos.

En el caso específico de Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas, se desenvuelven en los sectores económicos, asumiendo papeles diferentes en el concierto económico: proveedor de bienes y servicios para otras empresas y productor de bienes y servicios finales.

Sin embargo, la Asociación Colombiana de Pequeños Industriales (ACOPI), señala que en el 2003, las micro, pequeñas y medianas empresas representaron el 96% de las empresas existentes en Colombia, contribuyendo con el 49,6% del empleo industrial, el 25% de las exportaciones totales y el 38,8% de los salarios totales. En términos generales, las mipymes siguen la tendencia del total de la industria manufacturera que reúne prácticamente el 70% en los cuatro principales centros productivos: Cundinamarca-Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico. Este entorno muestra que Colombia impulsa el crecimiento de la inversión y el dinamismo del mercado propiciando el desarrollo científico y tecnológico, lo cual constituye un elemento primordial para el crecimiento y desarrollo del entorno económico teniendo en cuenta el apoyo y la participación de los diversos sectores industriales. (Cano, 2006: 50).

Según el censo económico de 1990, se registraron los siguientes datos sobre las empresas en Colombia:

Tabla 1. Estudios de empresas en Colombia

TIPO DE EMPRESA	No. EMPRESAS
Microempresas	657.952
Pequeñas y medianas empresas	26.694
Grandes empresas	821
Total de empresas	68.5467

Fuente: (Cano, 2006:51)

De acuerdo con los anteriores datos, el auge que las pymes ha venido tomando en Colombia y la realización de diversas investigaciones, múltiples foros, seminarios y programas alrededor de este tema, del que no existe información actualizada

Cuaderno Ciencias Estratégicas N156 156 28/01/2009 12:05:15 p.m.

y validada sobre su caracterización, creación, transformación y liquidación de empresas, ni sus aportes a la economía nacional. (Jaramillo, 2005:116). Esta falta de información actualizada no permite tener estadísticas sobre los tipos y clases de micro, pequeñas y medianas empresas que han surgido en Colombia durante los últimos años. Si se tiene en cuenta que las mipymes regionales han impulsado el crecimiento de la inversión, el dinamismo del mercado, las actividades de investigación, desarrollo científico y tecnológico, dotación de infraestructura, financiación y capacitación, que no pueden darse de forma homogénea ya que éstas se encuentran en función de su tamaño y actividad. (Cano, 2006:51).

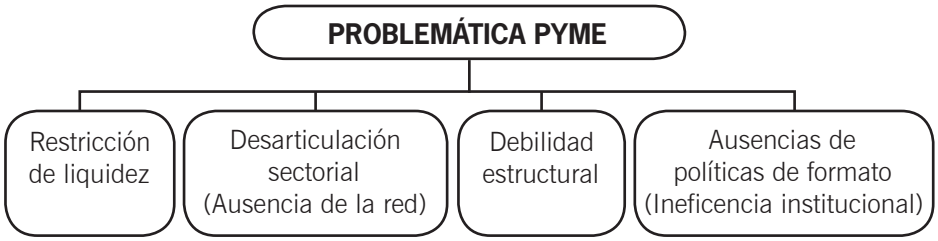
Sin embargo, las mipymes, como articuladores dentro del ámbito innovador y económico, enfrentan problemas (ver figura 1) que impiden el fortalecimiento que garantizan las condiciones necesarias para el aumento de la competitividad. Estas unidades productivas se articulan en función de:

1) La estrategia que adopten para mejorar su planeación, administración, procesos de selección de proveedores, de los artículos que pueden producir mejor y de los canales para comercializarlos.

2) Las características del ambiente en las que operan como estado de la infraestructura, eficacia del financiamiento, disponibilidad de mano de obra calificada, estructura regulatoria y competencia.

3) La coordinación entre instituciones de fomento del sector público y privado y la integración con la academia.

Figura 1. Problemática de las pymes colombianas



Fuente: (Cardona, 2007:41).

1.1
La microempresa

La definición de la microempresa, según el Departamento Nacional de Planeación -DNP- es la unidad de producción con "escasa" división del trabajo, en el sentido de que la mayor parte de los trabajadores desempeñan más de una actividad

en el proceso productivo. Ésta se distingue de la pequeña empresa no sólo por ser más pequeña o producir menos sino por ser diferente y por producir de otra manera.

La microempresa en Colombia se entiende como toda unidad de explotación económica que responde a los siguientes parámetros:

- Planta de personal no superior a diez trabajadores.
- Activos totales por valor inferior a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Activos totales de hasta 130 millones de pesos.

De esta forma, la microempresa, como unidad de supervivencia y subempleo, tiene un patrimonio relativamente escaso, un número de trabajadores reducidos y unas ventas exiguas, por lo que presenta diferencias con las pequeñas y medianas empresas. (Cano, 2006:49).

1.2
La pequeña empresa

La definición de la pequeña empresa en Colombia debe responder a las siguientes condiciones:

- Planta de personal entre once y cincuenta trabajadores.
- Activos totales por valor entre 501 y menos de 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

1.3
La mediana empresa

La definición de la mediana empresa en Colombia debe tener en cuenta los siguientes parámetros:

- Planta de personal entre 51 y 200 trabajadores.
- Activos totales por valor entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Así, se resumen las pequeñas y medianas empresas como sujetos vitales y activos dentro de la economía, que responden a las nuevas estrategias empresariales de disminución de costos, flexibilidad de la producción, eficiencia y respuesta rápida a los mercados cambiantes y generación de empleo. (Cano, 2006:50).

Cuaderno Ciencias Estratégicas N158 158 28/01/2009 12:05:15 p.m.

En el caso de Colombia, estas pequeñas y medianas empresas representan al menos el 90% del parque empresarial nacional, lo que genera el 73% del empleo y aporta el 53% de la producción bruta de los sectores industrial, comercial y de servicios. (Jaramillo, 2005:104).

Tabla 2. Clasificación mipymes en Colombia

Tipo de empresa	No. de empleados	Activos
Microempresa	Hasta 10	Menos de 501 smlv
Pequeña empresa	Entre 11 y 50	Desde 501 y menos de 5.001 smlv
Mediana empresa	Entre 51 y 200	Desde 5.001 y menos de 15.000 smlv
Gran empresa	Mas de 200	Mas de 15.000 smlv

Fuente: Ley 905 del 2 de agosto de 2004. (Colombia).

2.
Gestión de Proyectos

Uno de los aspectos relevantes dentro de la gestión de proyectos, es el proceso de planificación, implantación y control de actividades para desarrollar óptimamente el proyecto o la creación de la nueva empresa.

Por otro lado, el plan de negocio es el encargado del desarrollo de la empresa. En este plan, el empresario toma decisiones financieras, teniendo en cuenta aspectos como: tipo de empresa, producto o servicio para ofrecer, clientes potenciales, tipo de competidores, posibles proveedores y condiciones de negociación, precio de venta del producto o servicio, estrategias de mercadeo, apoyo financiero, condiciones de venta, tiempo de recuperación de la inversión de los accionistas, proyección de la empresa a corto, mediano y largo plazo, entre otros.

Por lo tanto, la gestión de proyectos para este caso se abordará en dos ámbitos: 1) de forma genérica, en el que se precisarán definiciones de varios autores sobre la creación de empresa y planes de empresa; 2) se determinará el emprendimiento y la innovación como conceptos determinantes para la creación de empresas, que serán de gran ayuda para el futuro empresario.

2.1
Genérica

Liyis Gómez, en su artículo sobre creación de empresas y estrategia (2004:114), concibe el surgimiento de la "creación de empresas" como un campo

Cuaderno Ciencias Estratégicas N159 159 28/01/2009 12:05:15 p.m.

de estudio que comenzó en la década de los setenta, y sus inicios se ubican en Knight (1921), con su aporte sobre riesgo e incertidumbre, Schumpeter (1934), con su idea de nuevas combinaciones y olas de destrucción creativas conducidas por emprendedores. Específicamente este concepto nace en 1974 como área de investigación científica, a partir de un grupo de la *Academy Of Management's Business Policy Division*, que fue organizado por Karl Vesper.

Inicialmente, las investigaciones sobre la creación de empresas se centraban en los rasgos de individuos, luego fueron desplazándose hacia otras perspectivas, enfatizando, por ejemplo, en el campo de la creación. De allí surgieron: la creación de riqueza, la creación de innovaciones, la creación de cambio, la creación de empleo y la creación de valor, entre otras. (Gómez, 2006:115).

El Banco Interamericano de Desarrollo afirma: "*las nuevas empresas contribuyen en forma significativa al crecimiento económico, lo cual es especialmente beneficioso para las naciones en desarrollo. Los emprendedores que logran crear nuevas empresas generan empleo, expanden segmentos del mercado, incrementan la producción de bienes y servicios y dan mayor dinamismo a las comunidades donde operan (…). Existe una relación positiva entre la creación de empresas y el crecimiento económico, la generación de empleos para las personas jóvenes y la modernización de la estructura empresarial.*"(González, 2002:119). Con lo anterior, se demuestra cómo las nuevas empresas económicas, generan valor y son fuente para la innovación y el desarrollo tecnológico, contribuyen a fortalecer el tejido empresarial del país. Estas nuevas empresas traen consigo beneficios tales como: menores tasas de desempleo, mejor distribución del ingreso, reducción en la concentración del poder económico y, por supuesto, mayor estabilidad política. (Jaramillo, 2005:117).

Sin embargo, tomar la decisión de crear una empresa es estratégica, en tanto que, en ella, se implican y arriesgan recursos y elementos costosos y diversos en cuanto a su naturaleza (materiales, financieros, personales, etc.), además, porque es una decisión que ha de mantenerse en un horizonte temporal largo, con ánimo de continuidad en el tiempo. (González, 2002:120). Así, se establecen planes de empresa (PE) que ayudan a disminuir estos riesgos mencionados anteriormente, y en el que este plan recoge los elementos y acciones que el emprendedor o empresario estima necesarios para crear, constituir y poner en marcha la nueva empresa, que garantice una proyección de actividad de, por lo menos, tres años, para los que se estimarán los principales resultados para alcanzar como consecuencia de la realización de las tareas previstas; se deben tener claro los fines, objetivos, acciones y justificación que permita poner en marcha la empresa y hacer que sea viable y se consolide en un horizonte temporal. (Jaramillo, 2005:159).

De acuerdo con lo anterior y citado por Cardona et. al., (2003) *"existen tres razones principales para preocuparse por la formación de nuevas empresas con garantía de supervivencia: 1) Las nuevas empresas brindan nuevos puestos de*

Cuaderno Ciencias Estratégicas N160 160 28/01/2009 12:05:15 p.m.

trabajo. En las acciones y reacciones frente a la dinámica industrial, el desempleo surge como variable demográfica con efectos sobre la tasa de formación de empresas en algunos sectores industriales; 2) las nuevas empresas tienen un significativo porcentaje de innovaciones en la economía. Este proceso genera las dinámicas industriales en las cuales se inscriben los mecanismos que mueven a las empresas y motivan surgimiento de otras, tanto en redes como en distritos industriales y clusters, y 3) la existencia de políticas e instituciones que garanticen la formación de nuevas empresas, tengan sostenibilidad y potencialicen el desarrollo regional".

A pesar de esto González (2002:121) afirma que "*el ciclo de vida de las empresas representa un período en el tiempo, en el cual se consolidan los procesos productivos o se ingresa en períodos de declive, que luego se traducen en la liquidación*".

En este proceso mencionado por González (2002:121) intervienen una serie de elementos para tener en cuenta:

- El emprendedor, su idea, el entorno.
- Otros sujetos: socios, proveedores, clientes, etc.
- El producto: bien o servicio.
- Empresa, entorno, recursos disponibles.
- Tipo de empresa que se va a crear: tamaño, forma jurídica, organización.

Las diferentes etapas de este ciclo de vida ya mencionado permiten entender la dinámica de las empresas y aportar al diseño de políticas específicas en cada una de éstas y crear mecanismos de ajuste para cada situación. Se reconoce que las empresas se caracterizan por atributos diversos y ocupan espacios de dimensión variable en un entorno cambiante que responde a una serie de factores (organización social, políticas públicas, gestión de innovación y desarrollo, infraestructura física y de servicios, contracción en la demanda, inestabilidad institucional) propios del mercado y del territorio. Estos ciclos que a su vez marcan la pauta de trayectorias cimentadas en la tecnología, es decir, el proceso de nacimiento, crecimiento, madurez y declive de las industrias y tecnologías son temas vinculados con el crecimiento de las empresas, las industrias, las regiones y los países.

Para que una empresa permanezca en el mercado laboral, responda a las constantes transformaciones y genere dinámicas productivas, se requiere de investigación para innovar en los productos (53%) y en los procesos (37%). Además del conocimiento de sus competidores y de la tecnología actual utilizada en el sector, de técnicas publicitarias, mercadeo, de aspectos organizacionales de la empresa. (Ibarra, 2007).

Cuaderno Ciencias Estratégicas N161 161 28/01/2009 12:05:16 p.m.

2.2
Emprendimiento (plan de negocios)

El emprendimiento y la innovación son procesos que requieren la conexión entre los instrumentos de política y los sujetos involucrados en el tejido productivo. El espíritu empresarial no es sólo la acción individual sino también las acciones de las organizaciones para crear empresas. (Cardona, 2007:55). Un emprendedor es un promotor empresarial que asume el riesgo de crear su propia empresa, que tiene iniciativa y decisión para establecerse como empresario y efectuar negocios. (Andrade, 2000: 94).

La innovación como proceso mediante el cual los modelos, conceptos o ideas integran al mercado y se ofrecen como bienes para ser adquiridos por los clientes. Es convertir una idea en un negocio. La innovación, además de los pensamientos divergentes y convergentes ya planteados, exige conocimiento del mercado, mentalidad práctica y orientación empresarial que permitan llevar a cabo, en la realidad, el negocio diseñado, estableciendo unas ventajas competitivas que serían el alma de todo proceso empresarial. (Varela, 2001:128). Pero encontrar una idea innovadora puede ir desde un producto o servicio totalmente nuevo hasta la manera de plantear algo ya existente; estas ideas se pueden clasificar en tres bloques: innovaciones técnicas y tecnológicas, innovaciones comerciales e innovaciones en la organización. (Gómez, 2004:114).

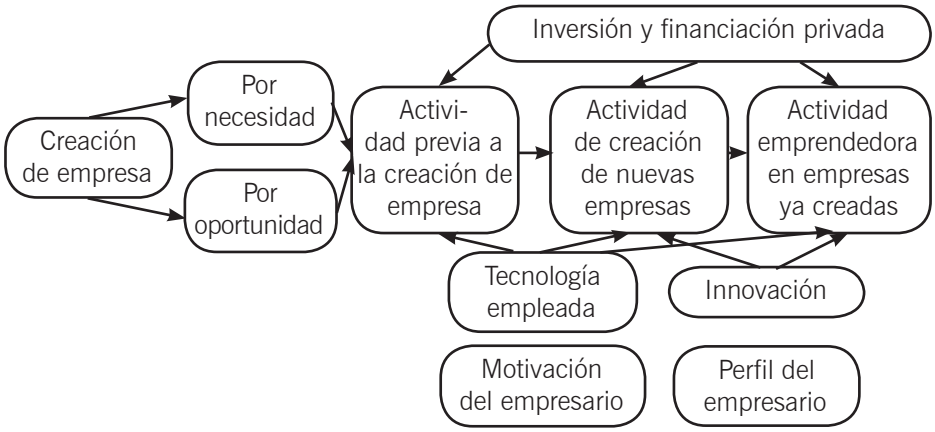
De igual forma, estas ideas pueden ser razones por las que una persona puede crear una empresa, al igual que la disposición de capital necesario, el deseo de prosperar para hacer dinero, o porque le gusta ser independiente y trabajar para él mismo. (Andrade, 2000: 94).

Sin embargo, en el caso latinoamericano, se ha visto que son los ingresos y el mayor grado de independencia los que motivan al empresario para crear empresas, a pesar de que en el ámbito internacional no es tan fuerte, por lo que la mayoría de las empresas latinoamericanas se encuentran impulsadas para crear empresas de tipo familiar, motivados por la oportunidad de permitir ganancias adicionales y ser independientes económicamente. (Ibarra, 2007:109).

Se resume, en la figura 2, el modelo que motiva al emprendedor para crear empresa, ya sea por oportunidad o por necesidad.

Cuaderno Ciencias Estratégicas N162 162 28/01/2009 12:05:16 p.m.

Figura 2. Modelo del "Aplication Population Survey"



Fuente: (Ibarra, 2007:101)

3. Análisis

"La promoción del empresarismo y una acertada política de empleo ayudarán a despejar el norte hacia el cual debe moverse el desarrollo de Antioquia"
Informe especial Cámara Comercio Medellín (2001:6).

El reto para la economía antioqueña es crear empresa, promover el empresarismo regional con una visión global y con un alto contenido de innovación tecnológica, según lo plantea la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia en su último informe de coyuntura económica, en el que se hace referencia a la generación de nuevas empresas en función de las necesidades que muestran dinamismo en la región y que deben ser orientadas hacia la demanda de los mercados tanto nacionales como internacionales.

En Medellín se han encontrado una serie de sectores con una dinámica positiva y crecimiento en las siguientes ramas industriales: productos alimenticios, excepto bebidas, alimentos diversos para animales y otros, fabricación de textiles, de muebles, excepto los que son metálicos, imprentas, editoriales e industrias conexas, fabricación de otros productos minerales no metálicos, construcción de maquinaria, excepto la eléctrica, fabricación de maquinaria, aparatos, accesorios y suministros eléctricos, construcción de equipo y material de transporte, además de otras industrias manufactureras. (Ibarra, 2007).

Sin embargo, Alberto Ibarra y Liyis Gómez, expresan que "*la globalización ha marcado el ritmo de las empresas haciendo que éstas respondan a las necesidades del mercado internacional.*" Lo anterior se ve en sectores como: alimentos, textil-confección, metalmecánica, construcción, hierro y acero. Existe un aumento considerable de empresas que establecen relaciones de asociación y alianzas estratégicas con otras empresas (56%). Esto indica que las empresas tienen identificado que una forma para permanecer en el mercado y sostenerse es a través de la creación de redes estratégicas. En el caso de Medellín se constituyen sectores enfocados a alimentos y textil confección. (Ibarra, 2007).

Por otro lado, Medellín es una ciudad que se empeña en generar empresas con capacidad de innovación, imaginación y visión, lo que requiere de condiciones favorables para su movilidad en el mercado; estas oportunidades de empresa que responden a las necesidades reales de desarrollo se han dado gracias a la identificación y avance de los *clusters* regionales en diferentes sectores. Algunos ejemplos de ellos son: microcluster frutas y verduras con valor agregado, microcluster ropa interior femenina, microcluster productos forestales, microcluster turismo de negocios y microcluster construcción de vivienda.

Estas actividades permitirán que se consolide un tejido empresarial a su alrededor y que se abran espacios para desarrollar ventajas competitivas en Antioquia. (Informe especial Cámara Comercio Medellín, 2001:7).

4. Conclusiones

Las empresas no son iguales, por eso se agrupan en función de su tamaño: grandes, medianas y pequeñas empresas. Las pequeñas y medianas constituyen la parte más importante del tejido empresarial que nos rodea, tanto por su relevancia respecto a la actividad general y al desarrollo regional, como por su dinamismo y capacidad para la adaptación y la innovación.

Los empresarios manifiestan la falta de asistencia gubernamental para su desarrollo. Sin embargo, esto contrasta con la existencia de un significativo número de proyectos e instituciones de asistencia tecnológica a las pymes puestos en marcha en Colombia. Por ello, el Estado, las empresas y la sociedad, deben: 1) crear redes de apoyo, 2) crear instituciones de naturaleza empresarial con capacidad de dar respuesta diferenciada, flexible e innovadora, con posibilidad para integrarse a la comunidad local, 3) apoyar las redes de las mismas pymes dentro de un entorno competitivo de empresas pequeñas, 4) otorgar el peso debido a las instituciones y asociaciones no gubernamentales en este tema, 5) reconocer que el hecho de otorgar instalaciones, talleres, centros tecnológicos o

Cuaderno Ciencias Estratégicas N164 164 28/01/2009 12:05:16 p.m.

parques científicos, no produce por sí mismo ninguna ventaja, si las lecciones de los factores mencionados no están enraizadas en su diseño, es decir, establecer políticas estructurales y no programas coyunturales, y, 6) contar con una real flexibilidad en relación con las finanzas y, posiblemente, un sistema financiero diferenciado con énfasis en la flexibilidad local y en la estructura financiera global que no lleve *per se* al cortoplacismo y al temor al riesgo. (Gómez, 2004:131.).

Debe existir una mayor conexión entre las necesidades de las pequeñas y medianas empresas y las capacidades puestas a su disposición. Las pymes requieren un elevado capital de trabajo en relación con sus ventas y, a su vez, tienen mayores dificultades para obtener acceso al crédito bancario que las grandes empresas. Esto hace que buena parte de la financiación sea propia, lo que limita el crecimiento de este tipo de empresas.

De esta forma, se podría mostrar cómo se involucra la conciencia de detección de oportunidades en el fundador de una empresa, la habilidad para adquirir recursos para explotar las oportunidades y la habilidad organizacional para convertir recursos homogéneos en resultados —productos— heterogéneos. (Gómez, 2004:131).

Bibliografía

Andrade F, Julio. (2000). *Cómo crear y dirigir la nueva empresa*. Bogotá: Ecoe ediciones.

Cano G, Carlos A. (2006). Factores productivos de las micro, pequeñas y medianas industrias colombianas en el periodo 1980-2000. *Universidad EAFIT*, 42 (142), 46-78.

Cardona A, Marleny, Osorio, Ana R. y Cano G, Carlos A. (2003) Ciclo de vida y localización espacial de las firmas en Colombia 1995-2000. *Universidad EAFIT Medellín.*

Cardona A, Marleny y Cano G, Carlos A. (2007). Ciclo de vida de las industrias en Colombia en el periodo 1980-2002. *Universidad EAFIT Medellín.* Junio.

Cardona A, Marleny. Cano G, Carlos A. Ramírez A, Carlos J. y Gutiérrez O, Jahir A. (2007). *Tecnologías, organización y políticas: Mundos de producción de las pymes en Colombia en el periodo 1990-2002.* Medellín: Eafit-U de Medellín.

Gómez N, Liyis. (2004). Creación de empresas y estrategia. *Pensamiento y gestión.* (17), 112-133.

Gómez, Liyis. Martínez, Joselín y Arzuza B, María. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. *Pensamiento y gestión*. (21), 1-25

González, Francisco J. (2002). *Creación de empresas: guía del emprendedor*. España: Pirámide.

Ibarra M, Alberto y Gómez, Liyis. (2007). Hacia un diagnóstico latinoamericano para la creación de empresas con la aplicación del Modelo GEM 2006. *Pensamiento y gestión.* (22), 85-142.

Informe especial. (2001). Las grandes oportunidades para la creación de empresas. *Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia*. (29), 6-7.

Jaramillo N, Olga L. (2005). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. *Pensamiento y gestión*. (18), 103-137.

Varela, Rodrigo. (2001). *Innovación empresarial.* Bogotá: Prentice Hall.

Cuaderno Ciencias Estratégicas N166 166 28/01/2009 12:05:16 p.m.