

# CREACIÓN DE EMPRESA COMO PILAR PARA EL DESARROLLO SOCIAL E INTEGRAL DE LA REGIÓN CARIBE EN COLOMBIA: APUNTES CRITICOS

## *CREATION OF A COMPANY AS PILLAR FOR THE SOCIAL AND INTEGRAL DEVELOPMENT OF THE CARIBBEAN REGION IN COLOMBIA: CRITICAL NOTES*

Diego A. Cardona A.<sup>1</sup>  
Arnulfo Montenegro Rada<sup>2</sup>  
Hugo Gaspar Hernández Palma<sup>3</sup>

### RESUMEN

La creación de empresa se constituye en motor de crecimiento y desarrollo que permite transformar escenarios económicos inestables en competitivos; sin embargo, no todos los planes de negocio llegan a ser exitosos y a posicionarse de manera sostenida en el mercado, situación que implica que el emprendedor introduzca estrategias innovadoras apoyadas en las TIC y direccionadas a generar fuente de empleo, pero así mismo, a ofrecer un valor agregado a sus partes de interés. El presente artículo se efectuó con la finalidad de brindar una postura reflexiva entorno a la importancia de la creación de empresa en la región caribe Colombia, un sector en el cual, si bien en los últimos años ha atravesado por un desarrollo considerable, además cuenta con una ubicación privilegiada para el desarrollo de nuevas empresas, muchas de estas no logran consolidarse, lo que se ve reflejado en los altos índices de pobreza y desempleo que coexisten en la región. Una de las conclusiones del estudio se centra en la creación de empresas se constituye como un pilar dinamizador de las económicas emergentes, además, es un impulsor del desarrollo social, en la medida que contribuye al bienestar de la población.

### PALABRAS CLAVE

Creación de empresa, Emprendimiento Innovador, Desarrollo Integral.

### ABSTRACT

The creation of companies is an engine of growth and development that allows the transformation of unstable economic scenarios into competitive ones; However, not all business plans become successful and position themselves in a sustained manner in the market, a situation that implies that the entrepreneur introduces innovative strategies supported by ICTs and aimed at generating a source of employment, but also to offer a Value added to its stakeholders. This article is made with the purpose of providing a reflexive position around the importance of the creation of a company in the Caribbean region of Colombia, a sector in which, although in the last years it has undergone considerable development, A privileged location for the development of new companies, many of them fail to consolidate, which is reflected in the high rates of poverty and unemployment that coexist in the region. One of the conclusions of the study focuses on the creation of companies is constituted as a pillar to revitalize the emerging economic, in addition, is an impeller of social development, to the extent that contributes to the welfare of the population.

### KEYWORDS

Business creation, Innovative Entrepreneurship, Integral Development.

Fecha de recepción: 4 de agosto de 2016.

Fecha de evaluación: 13 de septiembre de 2016.

Fecha de aceptación: 29 de noviembre de 2016.

1 Administrador de Empresas, Magister en Desarrollo Empresarial, Phd (c) en Administración. Docente Investigador Universidad Libre sede Cartagena

2 Administrador de Empresas e Ingeniero Químico – Universidad del Atlántico, Magister en Gerencia de Empresas mención Gerencia de Mercado – Universidad del Zulia. Ph.D. en Ciencias Gerenciales. Universidad Rafael Belloso Chacín – URBE, Venezuela. Docente Programa Administración de Empresas – Universidad del Atlántico – Colombia. Correo electrónico: arnulfomontenegro@mail.uniatlantico.edu.co.

3 Magister en Sistema de Gestión. Especialista en Estudios Pedagógicos. Especialista en Diseño y Evaluación de proyectos. Universidad del Atlántico. Correo electrónico: hugoghernandezpalma@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

Aspectos como la superación de la pobreza y la inequidad social se han convertido en la “asignatura pendiente” del Gobierno Nacional Colombiano; según datos oficiales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE (2016, p3) “para el año 2015, el porcentaje de personas en situación de pobreza en Colombia fue el 27,8% y la tasa GINI de inequidad se registró en un 0,522”, una de las más altas de Latinoamérica; en consonancia con lo anterior, Ramírez (2015,p1) manifiesta que “Colombia es el país N°14 con mayor desigualdad dentro de 134 observados por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)”.

A las anteriores problemáticas estructurales, se suman los complejos fenómenos sociales que atraviesa el país, como ejemplo de ellos y, por citar solo algunos, se encuentran los cuadros generalizados de violencia (desplazamiento, delincuencia común, violencia de género, etc.) fallas en el sistema de seguridad social y pérdida paulatina de soberanía alimentaria. Así mismo, problemáticas de tipo institucionales, como legislaciones tributarias regresivas y según Romero & Vera (2007, p1) “tratados de libre comercio inequitativos”. Todos estos elementos, aunados a la falta de voluntad política y los altos niveles de corrupción, hacen que Colombia sea un país inestable económicamente y con bajos índices de desarrollo, pese a su ubicación geoestratégica y potencialidad en recursos naturales y talento humano.

Uno de los sectores territoriales más importantes para la economía del país es la Región Caribe colombiana, de acuerdo con Aguilera et. al (2013, p11) “en la última década, Caribe se ubicó como la segunda región con mayor contribución al PIB nacional con un 15,3%”, esto fue posible gracias a la dinámica positiva del sector minero y al crecimiento sostenido en el sector de la construcción, sin embargo, según datos del DANE (2016), para el año 2015 el porcentaje de personas en pobreza multidimensional en la región caribe fue de 31,2% siendo este uno de los más altos en el país. Es decir, la región Caribe es una de la que más aporta al país en

términos económicos, pero paradójicamente, también, una de las más pobres.

Surgen distintas hipótesis para tratar de develar las causas de este ciclo de pobreza generalizada en la región Caribe, como es el caso de la inequidad social y el evidente desbalance en la igualdad de oportunidades, sin embargo, más allá de encontrar los elementos que componen el problema, el presente artículo reflexivo se enfoca en analizar una alternativa de solución: La creación de empresas como pilar para el desarrollo integral.

Algunos autores (Lupiáñez et. al, 2014; Messina & Hochsztain, 2015 y, Minniti, 2016), concuerdan en que la creación de empresa es un motor para el crecimiento económico del territorio y que, esta práctica, a su vez, permite la ejecución de acciones que van en pro del desarrollo integral del país y de los habitantes que lo componen (Galindo, 2011; Silva, 2010; Vásquez, 2011); así pues, crear empresa es una oportunidad para disminuir los índices de desempleo, aumentar la productividad de las regiones y, por ende, mejorar las condiciones y la calidad de vida de los ciudadanos.

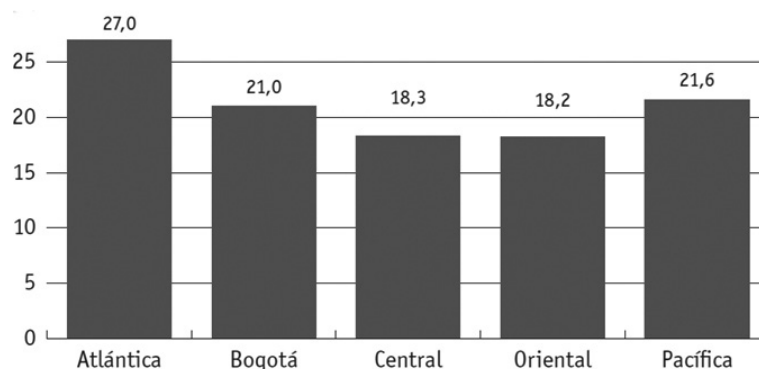
El presente artículo reflexivo se enfoca en analizar cómo la creación de empresa en la región caribe colombiana puede contribuir para su desarrollo integral; el estudio parte de una breve contextualización del ecosistema emprendedor que permea al país y, específicamente en la región caribe; resalta la importancia de las tic y la educación para ella creación de empresas sostenibles y, así mismo, habla sobre los sectores que pueden ser explotados en esta región y, finalmente, se emiten una serie de estrategias que de ser aplicadas pueden llevar a la región caribe a ser un territorio competitivo poseedor de un alto nivel de desarrollo.

## DESARROLLO

### El emprendimiento en la Región Caribe colombiana

La región caribe colombiana posee una serie de características (recursos naturales, talento humano, posición geográfica), que le

Figura 1. Tasas de emprendimiento Colombia



Fuente: GEM Colombia 2016.

permiten ser un territorio líder en procesos de emprendimiento, de hecho, según El Global Entrepreneurship Monitor- GEM Colombia (2016, p46) en el año 2014 la Región Caribe o Atlántica tuvo las tasas de emprendimiento más altas sobrepasando a las demás regiones del país por 6 significativos puntos; tal y como se muestra en la figura 1.

Sin embargo, cabe resaltar que muchas de estas nuevas empresas no llegan a desarrollarse ni a consolidarse en el mercado, para Lamarca (2007, p66) “el éxito no tiene una relación proporcional con la inversión y el esfuerzo realizado”, puesto que, son diversas las variables que condicionan la competitividad en el mercado de una nueva empresa como: la innovación, las nuevas tecnologías, el nivel de educación y la gestión del conocimiento, las dinámicas del mercado, los fenómenos económicos como la inflación y la deflación, la volatilidad del peso, entre otras.

Pero entonces ¿cómo un emprendedor de la región caribe puede asegurar empresas sostenibles? Pese a los diversos retos que el emprendedor posee, también existe una serie de ventajas en el mercado que pueden ser aprovechadas por personas visionarias y proactivas; un ejemplo de estas ventajas es el apoyo brindado por la institucionalidad, en la región caribe colombiana entidades como las Cámaras de Comercio, el Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA, Bancoldex, Cooperativas de trabajo, y las Universidades son actores que

promueven el emprendimiento, bien sea por que impulsan la financiación, la capacitación o la investigación de mercados, base para que las nuevas empresas puedan ser competitivas en el medio.

Otra ventaja que puede ser aprovechada por los emprendedores es la posición geoestratégica del territorio en donde se encuentran asentados; gran parte de los departamentos de la región caribe tienen accesibilidad a puertos marítimos, lo cual es positivo en la medida que los costes de transporte en lo que respecta a la materia prima o maquinaria importada pueden ser significativamente más bajos, así mismo, en su momento estos emprendedores podrán exportar con menor dificultad, gracias a que se minimizan factores problema como la logística, puesto que no tendrán que soportar, al menos, no en comparación con empresarios del interior, las dificultades propias de la infraestructura vial del país (Yepes, Ramírez & Villar, 2013) y los excesivos valores de la gasolina.

En los últimos años, la región caribe se ha convertido en un territorio atractivo para las inversiones empresariales, los emprendedores encuentran allí oportunidades para posicionar y expandir sus compañías; de acuerdo con el Portal económico Dinero (2016) “Entre 2010 y 2015 el área metropolitana de Barranquilla recibió inversiones cercanas a los US\$3.057 millones y generó alrededor de 17.083 puestos de trabajo directos”, esto es una clara muestra de la

potencialidad geoestratégica del territorio, porque, además, esta región se encuentra cerca de Centroamérica y estados unidos, más del 70% del comercio exterior se mueve por la zona del caribe y Cartagena, Barranquilla y Santa Marta tiene las mejores zonas portuarias del país.

Es importante que las personas que deseen crear empresas conviertan sus ideas de negocio en apuestas innovadoras, buscando siempre generar valor agregado para sus clientes y, diferenciarse de su competencia, y que, así mismo, evalúen el entorno en donde se mueven, las posibilidades de expansión que les ofrece el territorio y las ventajas competitivas y comparativas del mismo. Solo así podrán hacer frente a los retos del contexto empresarial actual. En ese orden de ideas, no se puede desconocer las oportunidades que pueden surgir en la problemática social de una región, porque precisamente en ese vacío que logra identificar el emprendedor frente a esas necesidades insatisfechas podrá presentar propuestas de valor con un enfoque social pero también soportado en la innovación y por supuesto el espíritu emprendedor (Del Rio, J. 2012).

**Educación: factor clave de éxito para la creación de empresa.**

Los nuevos desafíos del mercado implican nuevos paradigmas de pensamiento no solo en términos empresariales sino, en términos académicos (Gómez, 2004); de allí que la creación de empresa sea un proceso apalancado por las instituciones educativas, particularmente aquellas dedicadas a la educación superior.

En la actualidad algunas universidades están transformando su modelo pedagógico tradicional, por un modelo orientado hacia el fortalecimiento de competencias y al fomento de la actitud emprendedora en los estudiantes; esto con la finalidad de brindar la oportunidad a los futuros profesionales de que amplíen su cosmovisión y detecten en la creación de su propia empresa, una gran oportunidad para lucro personal, pero así mismo, para el aprovechamiento social, no solo por el beneficio que obtendrán sus clientes con el producto o servicio ofrecido, sino, la contribución a la generación de empleo, aspecto fundamental para el desarrollo integral del territorio.

**Tabla 1.** Competencias para motivar el espíritu emprendedor

Competencias interpersonales (Saber)	Competencias instrumentales (Saber Ser)	Competencias sistémicas (saber hacer)
Comunicación asertiva/ expresión gestual y oral adecuadas.	Capacidad de planear y organizar	Visión objetiva de la realidad global
Capacidad de trabajo en equipo	Conocimiento de mercadeo	Capacidad de análisis de las partes que conforman el sistema empresarial
Capacidad Crítica y Reflexiva	Conocimiento de una segunda lengua	Capacidad de generalizar los conocimientos propios a otros contextos
Ética profesional	Habilidad para el manejo de sistemas informáticos (TIC)	Diseño y gestión de proyectos con base al conocimiento técnico
Gestión Óptima del tiempo	Pensamiento sistémico para la resolución de problemas cotidianos.	Fomento de la iniciativa y espíritu emprendedor
Autoformación continua	Capacidad de análisis y síntesis	Habilidades para la gestión del talento humano y liderazgo.
Seguridad y la confianza en la acción.	Administración efectiva de recursos	Adaptación al cambio.
Creatividad	Conocimientos básicos en Cultura Universal	

Fuente: Elaboración propia con base González & Nagennar (2003)

**Tabla 2.** Origen social emprendedores por país/región

Origen social emprendedores por país/región				
Origen social	América Latina	Italia	España	Este de Asia
Clase Alta	3.0	1.0	0.9	1.4
Clase media-alta	17.5	11.0	13.9	15.8
Clase media	50.9	73.0	56.5	35.4
Clase media- Baja	19.7	11.0	21.3	30.9
Clase baja	8.8	4.0	7.4	16.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Kantis (2004)

Ahora bien, para motivar el espíritu emprendedor en los futuros profesionales, incluso en personas que no han tenido estudios previos, pero que acuden a cursos y talleres ofrecidos por las universidades, es fundamental que estas instituciones afiancen un conjunto de competencias, las cuales, una vez interiorizadas por los individuos y articuladas a la realidad del entorno podrán situarse como elementos estratégicos para el desarrollo de negocios diferenciales, competitivos y sostenibles en el tiempo. A continuación, en la tabla 1 se muestran algunas de las competencias que deben potenciarse desde la academia.

Ahora bien, el papel de la educación superior formal como elemento fundamental para la creación de empresa ha sido un aspecto de debate en la esfera social; algunas personas aducen que el emprendedor nace, no se hace, citando casos de empresarios exitosos como Bill Gates, creador de la multinacional Microsoft, Marc Zuckerberg, creador de la red social Facebook, incluso, Gabriel García Márquez novel de literatura, los cuales nunca culminaron sus estudios universitarios, empero su éxito en los negocios hablaron por si solos.

De igual modo, autores como Lazenby & Machaba (2011) afirman que, si bien no hay evidencia suficiente para asegurar que el emprendimiento es una calidad innata del ser humano o, por el contrario, puede ser aprendido, al parecer los graduados universitarios son menos propensos a abandonar la zona de confort del empleo, es decir, o asumen riesgos. Sin embargo, de acuerdo con el informe

realizado en el 2009 por la Iniciativa Global de Educación del Foro Económico Mundial (WEF), citado por Conduras et al. (2010) “las habilidades, actitudes y comportamiento de emprendedores se puede llegar a aprender” (p14) por tanto, la educación con fines de motivar el emprendiendo juega un papel fundamental para la generación de nuevos emprendedores y, por ende, nuevas empresas prósperas que impulsen la economía local.

Otra de las posturas debatidas se centra en que solo las personas con recursos financieros y que fundamentalmente se sitúan en estratos socio-económicos medios y altos pueden “echar a andar sus empresas”; en consonancia con lo anterior, Butler (2006) manifiesta que las condiciones del contexto influyen en el emprendedor, por ejemplo, para la población rural de escasos recursos es más difícil crear una empresa y posicionarse a nivel nacional e internacional. De igual modo, de acuerdo Kantis (2004) citado por Sung Park & Duarte (2015) en Latinoamérica la primera matriz en donde nacen los emprendedores es la clase media, representado por más del 80%”. A continuación, en la Tabla 2. se muestran los datos de este estudio.

En la Tabla 2 puede apreciarse la participación de la clase media en la creación de nuevas empresas, así mismo, se observa una baja participación por parte de la clase alta, esto puede deberse a que las personas que integran este estrato social ya poseen empresas; respecto a la clase media, es clara las bajas tasas de emprendimiento.

A partir de lo anterior, puede establecerse la siguiente interrelación: las personas más pobres generalmente tienen un acceso limitado al conocimiento, bien sea formal o informal, el conocimiento permite al ser humano innovar, estudiar el mercado, acceder a beneficios estatales, tomar decisiones, solo por nombrar algunos beneficios; por tanto, si la población pobre no recibe educación de calidad y, así mismo, es excluida del sistema financiero, difícilmente podrá emprender con su propia empresa. Tal vez esta interrelación rebose lo subjetivo, o pueda ser considerada por muchos como un juicio a priori de la realidad, sin embargo, lo que puede decirse de manera concluyente es que crear una empresa es un proceso sistémico, que requiere esfuerzo, dedicación y una inversión de tiempo y recursos, además, es un proceso en donde el emprendedor debe enfrentar factores endógenos y exógenos que permean su operación, uno de ellos su propio contexto socio-económico.

La educación es la puerta abierta al conocimiento, permite a los emprendedores ampliar su cosmovisión e incentiva su participación en espacios de aprendizaje tendientes a nutrir su experiencia y al desarrollo de su capacidad crítica/ reflexiva y, lo lleven a adquirir competencias profesionales fortalecidas posteriormente en la praxis. La educación es clave para la cualificación de los futuros emprendedores, esta impulsa a los estudiantes a empoderarse de su proceso de construcción personal y profesional, a crear una visión global de la realidad del mercado, de los procesos, técnicas y prácticas esenciales para que los proyectos que desean emprender sean exitosos.

Tanto el Estado como las universidades y los futuros emprendedores tienen un papel protagónico en el emprendimiento local; El Estado debe ser un agente de promoción, que garantice la calidad y la cobertura de la educación y, así mismo, el acceso de las personas de bajos recursos a estas entidades; La universidades, deben ser un agente catalizador de procesos de emprendimiento, su función es investigar, mejorar sus currículos y de igual modo, desarrollar actividades que puedan

desencadenar competencias empresariales; futuros emprendedores deben ser sujetos activos en los procesos de aprendizaje, proponentes y autodidactas, direccionados a crear valor con sus proyectos para de este modo asegurar su sostenibilidad en el mercado y beneficiar a sus partes de interés.

### **El papel de las TIC en el emprendimiento**

En los últimos años las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han convertido en una oportunidad de negocio para las empresas emergentes; elementos como el internet han transformado significativamente la manera en la cual se comercializa un producto o servicio (comercio electrónico), la forma en la cual la empresa se posiciona en el mercado (marketing web), además, la forma en la cual se entablan relaciones redituales con los clientes (CRM, Redes Sociales). Los avances tecnológicos, de igual modo, han permitido el desarrollo de nuevos productos y servicios, y se han configurado como un aspecto integrante de la vida personal y profesional de los seres humanos.

En consonancia con lo anterior, la OCDE (2015) manifiesta que las personas, empresas y gobiernos se interconectan cada vez más, lo que permite el cumplimiento de las políticas públicas, el impulso de la innovación y el crecimiento inclusivo. Respecto al cumplimiento de las políticas públicas, el Estado colombiano ha impulsado el desarrollo de la economía digital, un claro ejemplo de ello es su programa “Gobierno en línea”, en donde los ciudadanos no solo tiene acceso a las diversas paginas institucionales para documentarse acerca de los procesos que estas entidades adelantan, sino que, según Pimiento (2012), pueden realizar varios trámites legales, consultar en línea multas de tránsito, liquidar y pagar en línea impuestos de vehículo, consultar el puntaje del ICFES, antecedentes disciplinarios, tramitar un crédito educativo con el Icetex, entre otras acciones que no solo introducen a los ciudadanos en la era de digital, sino que, en el caso de las personas que desean iniciar su propia empresa, les permite ahorrar tiempo y dinero diversos trámites.

Respecto a la innovación y el crecimiento inclusivo, por medio de las TIC puede potenciarse la creación de empresa y con ella la generación de empleo; el aprovechamiento de las oportunidades digitales por parte de los emprendedores es decisivo para la materialización de beneficios económicos y sociales, de allí que muchos países en vía de desarrollo como Colombia, según la OCDE (2015) “se centren en el lado de la demanda prestando especial atención a estimular el emprendimiento y el uso de las TIC por las pymes”, a partir de lo anterior, pueden crearse nuevos modelos de negocio, como es el caso de las plataformas de financiación participativa, aplicaciones biomédicas, softwares direccionadas a optimizar los procesos industriales, entre muchas otras innovaciones que resaltan la apuesta del país por estimular el emprendimiento basado en la TIC. De allí la importancia que la gerencias de las organizaciones educativas, entiendan que la gestión del conocimiento tiene impactos positivos hacia una línea de desarrollo clara que permite expandir y capitalizar a partir de las tecnologías el conocimiento para el servicio de todos (Niebles, 2016).

Para que en Colombia se alcance el nivel de digitalización óptimo que permite a los ciudadanos que desean crear su propia empresa innovar, es imprescindible que se fomente de manera aunada el emprendimiento y la inclusión electrónica, por medio de la educación en materia de TIC, de este modo, los ciudadanos adquieren las competencias necesarias para utilizar las tecnologías y gestionar propias actividades económicas, lo que conlleva al desarrollo integral del país.

### **Sectores que pueden ser aprovechados por los emprendedores.**

La región caribe colombiana, está compuesta por departamentos cuyo baluarte económico se enfoca en el sector agrícola, turismo, comercio y servicios; de allí que los emprendedores quieras seguir sacando provecho a iniciativas que se circunscriban en estos rubros con la finalidad de jalonar el desarrollo integral de la región. Sin embargo, no basta, por ejemplo, con replicar

modelos de empresas agrícolas con un enfoque administrativo tradicionalista, que se centran en producir para vender a mayoristas, se trata de aprovechar el potencial del agro y a partir de allí innovar en productos y formas de mercadeo que satisfagan las exigencias y requerimientos de la demanda. Lo mismo ocurre con gremios como el comercio, no es suficiente que un emprendedor cree una empresa de abarrotes para vender a “menudeo”, lo ideal es que, por ejemplo, comercialice productos por internet, tenga servicios de envíos rápidos a nivel local y nacional, y canales de comunicación abierta con sus clientes.

Independientemente del sector económico que se quiera explotar, los emprendedores deben tener en cuenta la importancia de la visión prospectiva entorno a sus negocios; cabe citar el reconocido proverbio: “Si no sabes para dónde vas cualquier camino te llevará al lugar equivocado”; esto ocurre cuando el emprendedor no visualiza escenarios futuros posibles, pues si no se tienen fe en un proyecto, seguramente este no va a tener la trascendencia esperada. Por tanto, los emprendedores no se deben conformarse a permanecer en zonas de confort que restrinjan su operación, por el contrario, deben arriesgarse e impulsarse a tomar nuevos y prósperos caminos.

Dentro del sector agro, se hace necesario que los emprendedores desarrollen modelos de negocios innovadores que contribuyan de manera sustancial al desarrollo agrícola del territorio, promoviendo aspectos como la sostenibilidad, la seguridad alimentaria y la generación de empleo para el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones vulnerables. Estas acciones pueden ser afianzadas por el medio de técnicas de cultivo especializadas, como, por ejemplo, cultivos hidropónicos, cultivos aéreos, sistemas de riego inteligentes, maquinaria que funcione con energías renovables, entre otros aspectos que hacen a las empresas de este sector generar valor agregado a sus productos.

En el caso del sector turismo, los emprendedores pueden introducirse en la tendencia de ecoturismo, turismo gastronómico, turismo cultural, todo apoyado por aplicaciones móviles, páginas

web que permitan a los turistas nacionales y extranjeros conocer las rutas hacia los destinos turísticos, los lugares para hospedarse, medios de transporte, entre otros factores. NO se trata de ofrecer un hotel con alimentación, se trata de vender experiencias sin precedentes, para que de este modo los turistas no solo vuelvan a visitar los diferentes destinos y empresas, sino que los recomiende. Es menester resaltar que, un aspecto fundamental para los emprendedores del sector turístico es el manejo de un segundo idioma.

Finalmente, en el sector comercial y de servicios, lo ideal es que los emprendedores apuesten por prácticas de mercadeo online y cuenten con canales de comunicación directos, los cuales les permitan establecer vínculos fieles con sus clientes o usuarios.

### **Estrategias para potenciar emprendimientos exitosos**

En la literatura académica pueden encontrarse decenas de libros que dan cuenta de elementos clave para que las futuras empresas sean exitosas, así mismo, en el medio diversos “Gurús” empresariales, han mencionado con ahínco las actitudes que debe tener un emprendedor a la hora de poner en marcha su propia empresa. Lo importante es que, el emprendedor sea consciente de que no existen fórmulas mágicas para el éxito y que todo proyecto sugiere dedicación, tiempo, riesgo y esfuerzo. A continuación, se hace una recopilación de las estrategias más relevantes para la apalancar emprendimientos exitosos, con base a diversos autores como Kirberg, 2014; Puchol, 2012, Lizarazo, 2009; Urbano & Toledano, 2008; entre otros:

- Estrategia 1. Inteligencia emocional: La inteligencia emocional es una de las herramientas más importantes para el éxito en los negocios, el emprendedor debe ser un individuo estructurado, que se guíe por los actos y no por las palabras, que se analice sus defectos para intentar corregirlos pero así mismo, sus fortalezas para potenciarlas y sacar el mejor provecho de ellas, el emprendedor, de igual modo, debe ser

una persona que luche con mesura por sus sueños sin desconectarse de la realidad y caer en estados utópicos.

- Estrategia 2. Visión prospectiva: El emprendedor debe ser un visionario, imaginar escenarios futuros posibles y viabilizarlos por medio de acciones estratégicas, estudios de tendencias de mercado, autoformación y capacitación de su talento humano. Esta convicción de querer adelantarse a las dinámicas del mercado puede ser altamente favorable e incide de manera directa en la competitividad de las nuevas empresas.
- Estrategia 3. Planificación: luego de visualizar lo que desea, el emprendedor debe organizar todas sus ideas y grabarlas en “papel”, poniendo total atención en aspectos como metas, fechas, responsables y recursos necesarios para cumplir a cabalidad con sus objetivos.
- Estrategia 4. Alta capacidad de adaptación a los cambios: El emprendedor debe ser flexible, puesto que la incertidumbre es y será una constante en el mercado. De igual modo, el emprendedor tener la capacidad de mutar los aspectos “problema” a oportunidades estratégicas para apalancarse y ser exitoso.
- Estrategia 5. Motivación al talento humano: más allá de ser un jefe, el emprendedor debe ser un líder, que motive a sus empleados a ser mejores profesionales y mejores personas; el emprendedor debe propender por crear y mantener un clima organizacional afable, en donde se reconozcan los méritos de los empleados y se compensen a partir de estrategias como el salario emocional o la remuneración psicológica.

Las anteriores estrategias, son solo un avistamiento de los factores que han de ser tenido en cuenta por las personas que desean crear su propia empresa. Nada está escrito en el panorama empresarial, sin embargo, lo que puede asegurarse es que, una cuota de innovación, sumada a la persistencia y disciplina del emprendedor y a las condiciones



contextuales, pueden ser clave para la puesta en marcha de emprendimientos rentables y sostenibles en el tiempo, situación que repercute de manera directa sobre el crecimiento económico y desarrollo integral del territorio.

## CONCLUSIONES

Clara esta la relación entre la creación de empresa y el desarrollo integral de la región caribe colombiana; evidentemente, si se aumenta el nivel de emprendimiento en la región, incrementa el número de empleos, por consiguiente, disminuyen los índices de pobreza y se mejoran notablemente los índices de calidad de vida.

Lo anterior, tiene una influencia positiva a nivel social y económico, pues cuando las personas reciben ingresos no solo pueden solventar sus necesidades básicas, sino que pueden por

ejemplo, pagar la educación para sus hijos, los cuales, en un futuro serán profesionales que, probablemente trabajarán en la región o crearán sus propias empresas, empleando a muchas otras personas, que a partir de su salario podrán darle educación a sus hijos... dado pie a un así, a un ciclo social y económico ideal que conlleva al desarrollo integral de la región.

La creación de empresas se constituye como un pilar dinamizador de las económicas emergentes, además, es considerado como un proceso que impulsa el desarrollo social, en la medida que contribuye al bienestar de la población. El emprendimiento, de igual modo, incentiva la transformación, la evolución y la innovación, aspectos clave que hacen que el mercado local sea más diversificado y que, las nuevas compañías puedan satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes nacionales e internacionales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera Díaz, M. Reina Aranza, Y. Orozco Gallo, A Yabrudy Vega, J. Barcos Robles, R. (2013). Composición de la economía de la región caribe de Colombia. Recuperado de: [http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura\\_finanzas/pdf/eser\\_53\\_caribe\\_2013.pdfia/15457376](http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/eser_53_caribe_2013.pdfia/15457376)
- DANE (2016). Pobreza Monetaria y Multidimensional en Colombia 2015. Recuperado De: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/pobreza/bol\\_pobreza\\_15\\_.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/bol_pobreza_15_.pdf)
- Del Río Cortina, J. (2012). Desarrollo de actividades de emprendimiento con innovación y responsabilidad social en los hoteles de la ciudad de Cartagena de Indias. *Saber Ciencia Y Libertad*, 7(2), 113-124. Recuperado de <http://www.sabercienciaylibertad.org/ojs/index.php/scyl/article/view/130>
- Dinero (2016). La Costa Atlántica, el centro de inversiones para las empresas. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-empresa/negocios/articulo/las-multinacionales-que-invierten-en-la-costa-atlantica-2016/224924>
- Galindo Martín, M.A (2011). Crecimiento Económico. Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica. 858. 39-55. Recuperado de: [http://www.revistasice.com/cachepdf/ice\\_858\\_3956\\_\\_8c514da83ede4e6bb9ea8213b6e44ebe.pdf](http://www.revistasice.com/cachepdf/ice_858_3956__8c514da83ede4e6bb9ea8213b6e44ebe.pdf)
- Gómez Núñez, L. (2004). Creación de empresas y estrategia Reflexiones desde el enfoque de recursos. *Pensamiento & Gestión*. 112-133. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3609/232>
- Gonzalez, J & Nagennar, R. (2003). Tuning. Educational Structures in Europa. Informe Final del Proyecto Piloto- Fase 1. Universidad de Deusto, Bilbao.
- Kantis, H (2004). Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, EE. UU.

- Kirberg, A. (2012). *Emprendimiento exitoso*. ECOE Ediciones. Bogotá.
- Lamarca, I (2007). Innovación y oportunidades de negocio en la empresa del siglo XXI. *Revista de Contabilidad y Dirección* 6(0). 65-82. Recuperado de: [http://www.accid.org/revista/documents/rcd6\\_castellano\\_65.pdf](http://www.accid.org/revista/documents/rcd6_castellano_65.pdf)
- Lizarazo Beltrán, M (2009). *Jóvenes emprendedores*. Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura. Quito.
- Lupiáñez Carrillo, L. Priede Bergamini, T. López Cózar, C. (2014). El Emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín económico de ICE*. 3048. 55-63. Recuperado de: [http://www.revistasice.com/cachepdf/bice\\_3048\\_55\\_\\_24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf](http://www.revistasice.com/cachepdf/bice_3048_55__24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf)
- Messina, M & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en Técnicas de Data Mining. *Tec Empresarial*. 9(1). 31-40. Recuperado De: [http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/articulo\\_tec\\_empresarial.pdf](http://www.emprenur.edu.uy/sites/default/files/publicaciones/articulo_tec_empresarial.pdf)
- Minniti, M. (2016). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Fundamentos y Aspectos Territoriales*. 23-30. Recuperado de: <http://emelarevista.com/wp-content/uploads/2016/09/Emprendimiento.pdf>
- Niebles-Núñez, W., Hernández-Palma, H., & Cardona-Arbeláez, D. (2016). Gestión tecnológica del conocimiento: herramienta moderna para la gerencia de instituciones educativas. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN*, 7(1), 25-36. doi:<https://doi.org/10.19053/20278306.v7.n1.2016.5633>
- OCDE (2015). *Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015*. Ciudad de México. Recuperado de: [http://www.oecd.org/sti/ieconomy/DigitalEconomyOutlook2015\\_SP\\_WEB.pdf](http://www.oecd.org/sti/ieconomy/DigitalEconomyOutlook2015_SP_WEB.pdf)
- Puchol, L (2012). *El libro del emprendedor*. Ediciones Diaz de Santos S.A. Madrid.
- Ramírez Peña, A (25 de marzo de 2015). Si una persona recibe más de \$211.807 mensuales ya supera la pobreza. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/pobreza-y-desigualdad-en-colomb>
- Romero, A; Vera, M. Las desigualdades en los TLC con estados unidos: el caso colombiano. *Aldea Mundo*. 12 (23). Recuperado de: [http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-67272007000100005&lng=es&nrm=iso](http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-67272007000100005&lng=es&nrm=iso)
- Silva Colmenares, Ju. (2010). Colombia: crecimiento económico y desarrollo humano. Fundación Universidad Autónoma de Colombia-FUAC. 87-166. Recuperado de: [http://www.fuac.edu.co/recursos\\_web/observatorio/publicaciones/2014/Globalizacion.pdf](http://www.fuac.edu.co/recursos_web/observatorio/publicaciones/2014/Globalizacion.pdf)
- Sung Park, S. & Duarte Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.* 11(2). 291-314.
- Urbano, D & Toledano, N (2008). *Invitación al emprendimiento*. Editorial UOC. Barcelona.
- Vásquez, F. (2011). La relación entre crecimiento económico y desarrollo humano. *Moneda, crecimiento y desarrollo*. 8-12. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-151/moneda-151-02.pdf>
- Yepes, T. Ramírez, J, M. Villar, L. (2013). *Infraestructura de transporte en Colombia*. Fedesarrollo. Recuperado de: [www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/.../CDF\\_No\\_46\\_Julio\\_2013.pdf](http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/.../CDF_No_46_Julio_2013.pdf)