

# Contrastación del nivel de competitividad de los pequeños empresarios y grandes empresarios participantes de la macrorrueda de negocios Colombiano compra Colombiano, Palmira, 2012

*Comparison of the level of competitiveness of small and large entrepreneurs who participated in the macro business round called Colombians buying Colombian held in Palmira in 2012.*

*Contraste entre o nível de competitividade dos pequenos empresários e grandes empresários participantes da macro rodada de negócios, Colombiano compra Colombiano, Palmira, 2012.*

## Julio César Montoya Rendón

MBA. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Florida, USA. Especialista en Pedagogía para el desarrollo del aprendizaje autónomo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia– UNAD. Docente tiempo completo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Palmira, Colombia  
julio.montoya@unad.edu.co

## Henry Hurtado Bolaños

Magíster en Ciencias de la Organización, Universidad del Valle. Especialista en Administración en Salud de la misma Universidad. Docente tiempo completo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Palmira, Colombia.  
henry.hurtado@unad.edu.co

---

Fecha de recepción Septiembre 4 de 2012

Fecha de aprobación Noviembre 17 de 2012

## Resumen

La investigación tuvo como objeto contrastar el nivel de competitividad de los empresarios pymes y grandes empresarios participantes de la macrorrueda de negocios, *Colombiano compra Colombiano*, promovida por Propaís en Palmira, el 3 de agosto de 2012. Para ello se desarrolló un marco teórico sobre la competitividad y se realizó trabajo de campo con 23 compradores, grandes empresarios y 79 vendedores que corresponden a empresarios pyme. La investigación fue de orden cuantitativa, descriptiva, con diseño transversal, diseño muestral con población finita, margen de error de 5%, nivel de confianza de 95%, se utilizó el muestreo aleatorio simple y como software el procesamiento de datos Excel. La investigación evalúa la competitividad de compradores (grandes empresas) y vendedores (pymes), muestra un cuadro comparativo, a partir de trece variables, a saber: producción a menor costo, calidad en la producción, remuneración, toma de decisiones, utilidades, tecnología, fuerza laboral, infraestructura, condiciones sociales para la competitividad, principios y valores, relación con proveedores y con compradores, comercio justo. Como datos significativos se encontró que hay grandes similitudes entre la competitividad de los empresarios Pymes y los grandes empresarios y se presenta una diferencia significativa en la tecnología, los grandes empresarios tienen mayor posibilidad de acceder a la tecnología

que masifica la producción y garantiza la calidad, opción que no está presente en los empresarios pymes. En las demás doce variables hay una completa similitud entre los grupos de empresarios estudiados.

## Palabras clave

Empresario, pyme, competitividad.

## Abstract

The purpose of this research was to compare the level of competitiveness of SME and large company entrepreneurs who participated in the macro business round, Colombians buying Colombian, promoted by Propaís in Palmira on August 3, 2012. To this end, a theoretical framework of competitiveness was developed, and the field work was carried out with 23 buyers, businesspeople with large enterprises, and 79 salespeople who correspond to SME owners. The research was of a quantitative and descriptive nature, with a cross-sectional design, sample design with finite population, a 5% error margin, and a 95% confidence level. Simple random sampling was used, and Excel was used as the data processing software. The research evaluates the competitiveness of buyers (large businesses) and sellers (SMEs). The results are shown in a comparative table, based on the following thirteen variables: least cost production, quality of production, compensation, decision making, profit, technology, labor force, infrastructure, social conditions for competitiveness, principles and values, relationship with suppliers and buyers, and fair trade. As significant data, it was found that there are great similarities between the competitiveness of the SMEs and that of large businesses, and there are significant technology differences. Large business owners have a greater possibility of access to technology that applies mass production techniques and guarantees quality, an option which is not available to owners of SMEs. In the other twelve variables, there is a complete similarity between the two groups of businesspeople studied.

## Keywords

Businessperson, SME, competitiveness.

## Resumo

A pesquisa teve por objetivo evidenciar o contraste entre o nível de competitividade dos empresários de PME e dos grandes empresários participantes da macro rodada de negócios, Colombiano compra Colombiano, promovida pelo Propaís em Palmira em 3 de Agosto de 2012. Para isso, foi desenvolvido um modelo teórico para a competitividade, e se realizou trabalho de campo com 23 compradores, grandes empresários e 79 vendedores que correspondem a empresários de PME. A pesquisa foi de ordem quantitativa, descritiva, com projeto transversal, plano de amostragem com população finita, margem de erro de 5%, nível de confiança de 95%, foi usada uma amostragem aleatória simples, e foi usado como software de processamento de dados Excel. A pesquisa avalia a competitividade dos compradores (grandes empresas) e dos vendedores (PME), e apresenta um quadro comparativo a partir

de treze variáveis, nomeadamente: produção a menor custo, qualidade na produção, remuneração, tomada de decisões, utilidades, tecnologia, força laboral, infraestrutura, condições sociais para a competitividade, princípios e valores, relação com fornecedores e compradores, comércio justo. Como dados significativos foi constatado que, existem grandes semelhanças entre a competitividade dos empresários das PME e os grandes empresários mas apresentam uma diferença significativa quanto a tecnologia, os grandes empresários possuem uma maior possibilidade de aceder à tecnologia que massifica a produção e garante a qualidade, opção que não está presente nos empresários de PME. Nas restantes doze variáveis existe uma semelhança completa entre os grupos empresariais estudados.

## Palavras-chave

Empresário, PME, competitividade.

## Introducción

La innovación produce competitividad. Para Schumpeter, el empresario es en esencia un innovador. Sombart, en *El Burgués*, lo describe como conquistador, organizador, perspicaz e ingenioso. Alrededor de la innovación, la incertidumbre y el riesgo schumpeteriano se ha formado un tejido empresarial basado en pyme que representa un importante aporte al desarrollo de las naciones, un aumento de puestos de trabajo y contribución al producto interno bruto (Hurtado, 2011). Las pyme como organizaciones empresariales tienen ventajas notables, como un proceso de toma de decisiones rápido, una estructura sencilla que se puede ajustar a la estrategia, un recurso humano con frecuencia de orden familiar comprometido con la organización, un contacto directo y personal con los clientes, una mejor disposición para el servicio al cliente. Como desventajas se pueden citar el nivel de informalidad que en un principio pueden ostentar, un sistema de información impreciso, toma de decisiones con escasos datos, barreras para participar de recursos bancarios y limitación productiva para atender grandes pedidos.

El tejido empresarial que conforman las pyme requiere mayor articulación para superar las desventajas citadas, y ser competitivas, eficientes, participar de la globalización, de la tecnología de la virtualidad que las pueden acercar a mercados internacionales y que les exige retos como la diversificación, la interconexión y la formalidad en sus procesos.

Según el censo poblacional de 2005, las pyme constituyen el 99% de las organizaciones nacionales y ocupan al 80% de los trabajadores colombianos. La información del DANE muestra que el 96,4% son microempresas y allí se ubica la mayoría de los trabajadores colombianos. Estas empresas se hallan en los principales departamentos y ciudades de Colombia, en su orden, Bogotá, Medellín, Valle del Cauca, Cundinamarca, Santander y Atlántico. En Bogotá el porcentaje de empresas grandes es mayor que el de pyme (36,1% vs. 22,8%), mientras que en el resto de departamentos es casi la misma proporción de grandes empresas y pyme. Según la misma fuente, las microempresas suelen ocupar menos de cinco empleados, operan en el comercio (47,3%), en el sector servicio (39,1%) y con una baja participación en la industria (11,1%). Esta distribución explica los niveles de informalidad, el bajo nivel tecnológico, la escasa formación de su personal y las limitaciones

para conseguir financiación en la banca formal. Cuanto más pequeña sea la empresa más informal es, y tiende a orientarse a actividades comerciales y de servicios básicos que no impliquen mayor tecnología ni formación humana; así mismo, se observa en la ausencia de formalidades importantes como el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el manejo de la información contable y la afiliación a las Cámaras de Comercio locales (Hurtado, 2011).

Esta investigación contrasta el nivel de competitividad de los pequeños empresarios y grandes empresarios participantes de la macrorrueda de negocios Colombiano compra Colombiano, celebrada en Palmira, 2012.

## 1. Metodología

La presente investigación es de corte cuantitativo, no experimental, descriptiva, con diseño transversal, una sola toma de datos, público objetivo de la investigación: grandes empresarios y empresarios pyme participantes en la macrorrueda de negocios Colombiano compra Colombiano realizada por Propaís, en Palmira, Valle del Cauca, el 3 de agosto de 2012. Se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta estructurada con incorporación de la escala de Lykert, nivel de confianza del estudio de 95%, margen de error de 5%, valores probabilísticos de p y q de 0,5 respectivamente, muestra de 24 grandes empresarios y 93 empresarios pyme.

Se utilizó el siguiente instrumento de recolección de datos, retroalimentado y mejorado a partir de una prueba piloto realizada con cinco empresarios pyme y cinco grandes empresarios:

Afirmaciones	1 Total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 No sé	4 En acuerdo	5 En total acuerdo
1. Produzco bienes y/o servicios a menor costo que mi competencia.					
2. Produzco bienes y/o servicios de mayor calidad que mi competencia.					
3. Mi empresa ofrece la mayor remuneración posible a los empleados.					
4. Mi gerencia y decisiones se basan en datos y hechos medibles y confiables.					
5. Mi gerencia y decisiones se basan en apreciaciones, intuiciones y corazonadas.					
6. Mi empresa ha tenido un crecimiento de utilidad en los últimos años.					
7. La tecnología de mi empresa es mejor que la de mi competencia.					
8. El contexto regional me ofrece una fuerza laboral apropiada a las necesidades de mi empresa.					
9. El Estado ofrece la infraestructura apropiada para la competitividad.					

(Continúa en la página 17)

(Viene de la página 16)

Afirmaciones	1 Total desacuerdo	2 En desacuerdo	3 No sé	4 En acuerdo	5 En total acuerdo
10. Existen las condiciones sociales propicias para que mi empresa sea competitiva.					
11. Los principios y valores de la sociedad son propicios para que mi empresa sea competitiva.					
12. Mis proveedores pyme me ofrecen productos y servicios que contribuyen a mi competitividad.					
13. Mis compradores, grandes empresas, adquieren mis productos en condiciones de comercio justo.					

La toma de datos fue realizada por un equipo de cinco estudiantes de la Escuela de Ciencias Administrativas, Económicas, Contables y de Negocios debidamente capacitados y con el material logístico necesario. El proceso de tabulación y cálculo de frecuencias se hizo en MS-Excel.

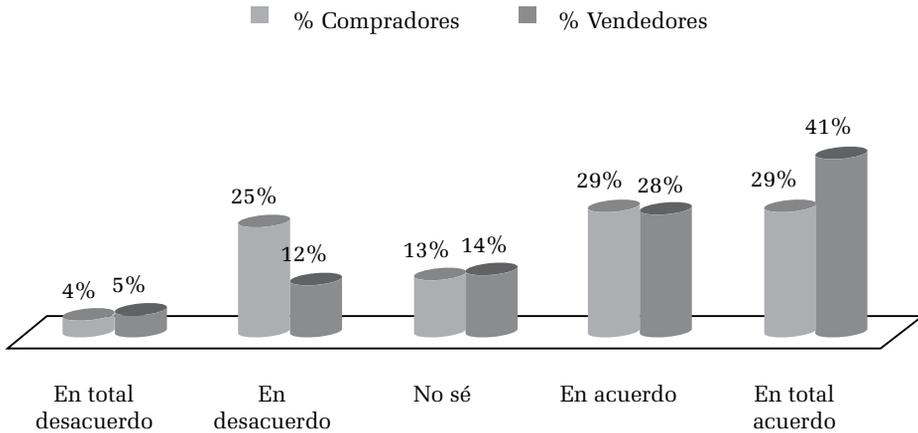
Se realizaron análisis de frecuencias por grupo de estudio, grandes empresarios y empresarios pyme; se consolidaron en un comparativo utilizando gráfico de barras. Se hizo análisis de diferencia significativa asignándole a cada opción de respuesta de Lykert los valores de -2, -1, 0, 1 y 2, respectivamente. En cada pregunta se halló el producto del valor asignado a cada opción de respuesta por el número de casos de la respectiva opción. Se calculó el promedio de la pregunta, cociente del producto hallado por el número de grandes empresarios o de empresarios pyme.

Se hizo una tabla de cuatro columnas con las trece variables: en la columna 1 el número de variable (1 a 13), en la columna 2 los promedios obtenidos para los grandes empresarios, en la columna tres los promedios obtenidos para los empresarios pyme y en la cuarta columna la diferencia de promedios. Se graficaron utilizando un gráfico radial que mostró la diferencia significativa entre las variables estudiadas.

## 2. Resultados

1. Produzco bienes y/o servicios a menor costo que mi competencia	% Compradores	% Vendedores
En total desacuerdo	4%	5%
En desacuerdo	25%	12%
No sé	13%	14%
En acuerdo	29%	28%
En total acuerdo	29%	41%
Total	100%	100%

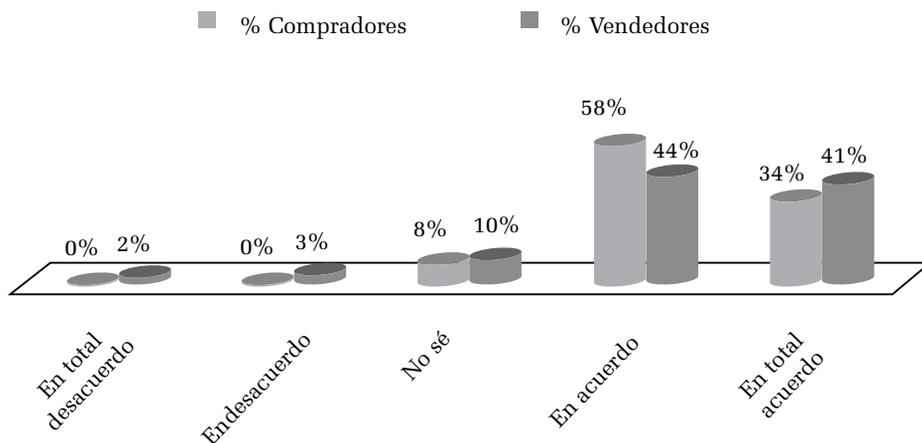
## Produzco a menor precio que mi competencia



El estudio mostró que en los dos grupos estudiados hay una tendencia hacia las opciones en acuerdo y en total acuerdo frente a la producción a menor precio que la competencia siendo más frecuente entre los empresarios pyme con un 69% frente al 58% de los grandes empresarios.

<b>2. Produzco bienes y/o servicios de mayor calidad que mi competencia</b>	<b>% Compradores</b>	<b>% Vendedores</b>
En total desacuerdo	0%	2%
En desacuerdo	0%	3%
No sé	8%	10%
En acuerdo	58%	44%
En total acuerdo	34%	41%
Total	100%	100%

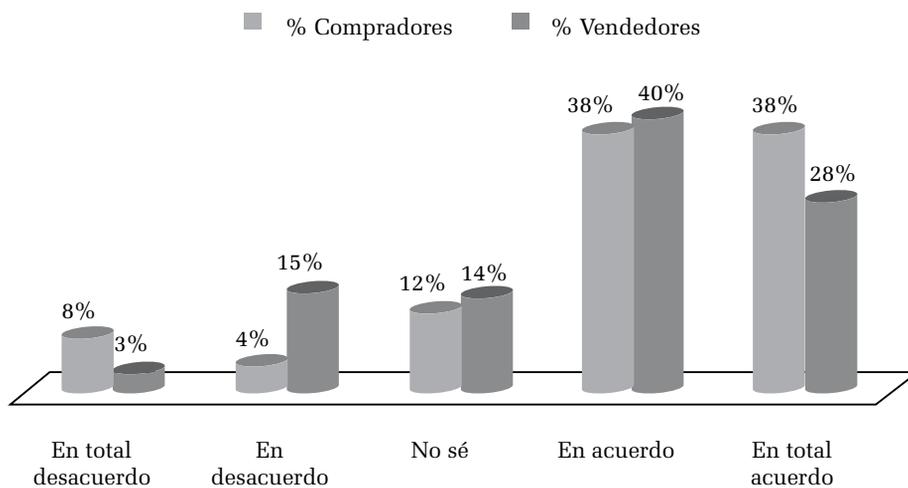
## Produzco con mayor calidad que mi competencia



Igualmente, cuando se les preguntó si producían con mayor calidad que la competencia, la tendencia fue hacia estar en acuerdo o en total acuerdo con la afirmación. Aquí se observó que los grandes empresarios tienen una mayor percepción favorable de la calidad de sus productos o servicios con 92%, frente al 85% de los empresarios pyme, pero a un mayor costo, como se reflejó en la tabla y en el gráfico anteriores.

<b>3. Mi empresa ofrece la mayor remuneración posible a los empleados</b>	<b>% Compradores</b>	<b>% Vendedores</b>
En total desacuerdo	8%	3%
En desacuerdo	4%	15%
No sé	12%	14%
En acuerdo	38%	40%
En total acuerdo	38%	28%
Total	100%	100%

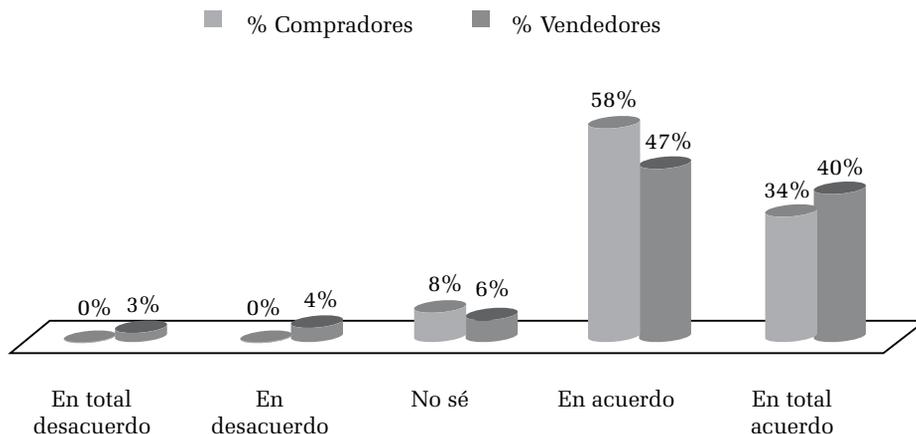
## Remuneración



Ambos grupos, grandes empresarios como empresarios pyme, consideran que ofrecen la mejor remuneración posible a sus empleados.

<b>4. Mi gerencia y decisiones se basan en datos y hechos medibles y confiables</b>	<b>% Compradores</b>	<b>% Vendedores</b>
En total desacuerdo	0%	3%
En desacuerdo	0%	4%
No sé	8%	6%
En acuerdo	58%	47%
En total acuerdo	34%	40%
Total	100%	100%

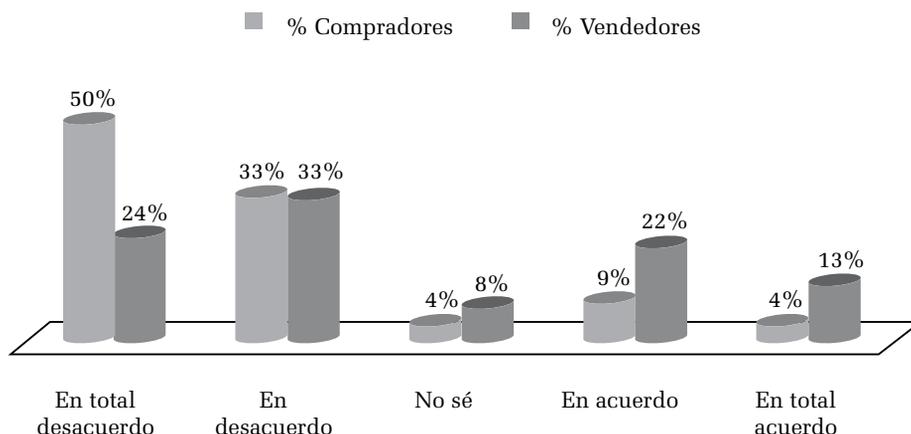
## Gerencia y decisiones basadas en datos y hechos



Es muy revelador que tanto los grandes empresarios como los empresarios pyme consideran que las decisiones gerenciales las toman basados en datos y hechos, lo que muestra su preparación en la ciencia administrativa y racionalidad y objetividad en sus actos empresariales.

<b>5. Mi gerencia y decisiones se basan en apreciaciones, intuiciones y corazonadas</b>	<b>% Compradores</b>	<b>% Vendedores</b>
En total desacuerdo	50%	24%
En desacuerdo	33%	33%
No sé	4%	8%
En acuerdo	9%	22%
En total acuerdo	4%	13%
Total	100%	100%

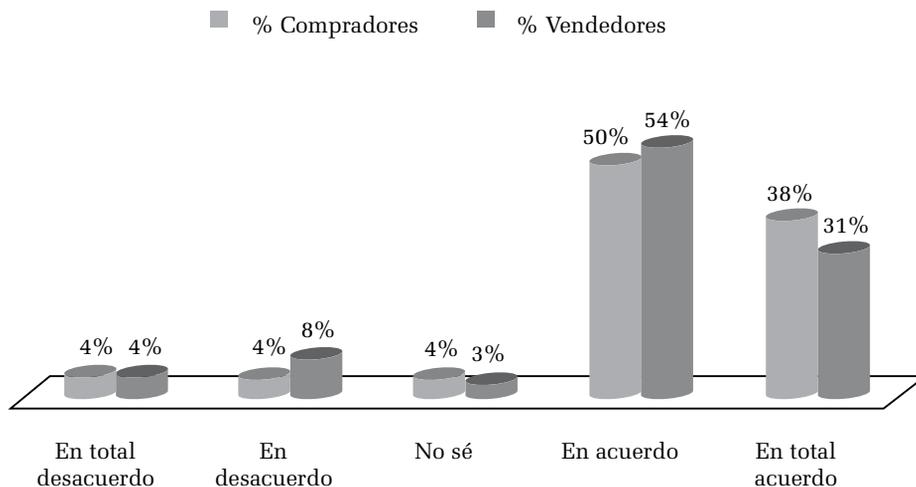
## Gerencia y decisiones basadas en apreciaciones



Cuando se les preguntó si las decisiones gerenciales las basaban en apreciaciones, intuiciones y corazonadas, inmediatamente manifestaron su total desacuerdo, en concordancia con la pregunta anterior sobre la racionalidad de las decisiones. Sólo el 13% de los grandes empresarios y el 35% de los pyme le asignan un reconocimiento al instinto en la toma de decisiones. Cuanto más pequeña sea la empresa tiene mayor prevalencia el instinto en las decisiones gerenciales y viceversa.

6. Mi empresa ha tenido un crecimiento de utilidad en los últimos años	% Compradores	% Vendedores
En total desacuerdo	4%	4%
En desacuerdo	4%	8%
No sé	4%	3%
En acuerdo	50%	54%
En total acuerdo	38%	31%
Total	100%	100%

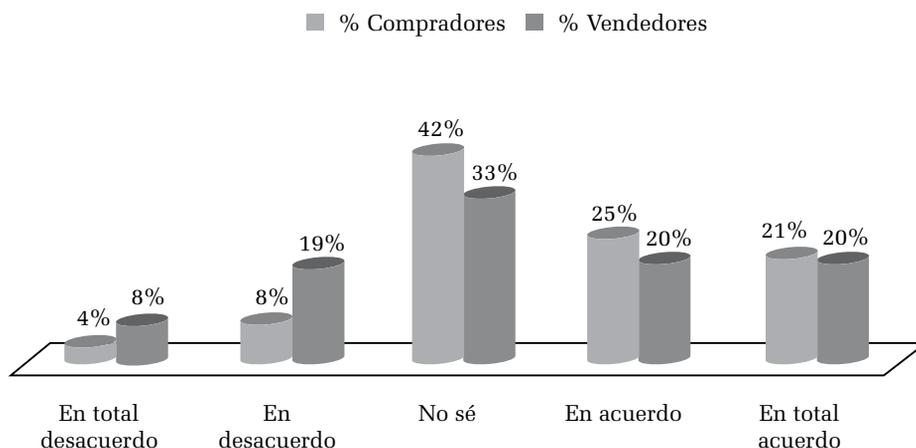
## Crecimiento de utilidades



Ambos grupos estudiados, grandes empresarios y empresarios pyme, manifiestan haber tenido crecimiento de utilidades en los últimos años, lo que muestra una activación de la economía y una buena marcha de los negocios en entornos de internacionalización, globalización y firma de tratados de libre comercio con diferentes países.

7. La tecnología de mi empresa es mejor que la de mi competencia	% Compradores	% Vendedores
En total desacuerdo	4%	8%
En desacuerdo	8%	19%
No sé	42%	33%
En acuerdo	25%	20%
En total acuerdo	21%	20%
Total	100%	100%

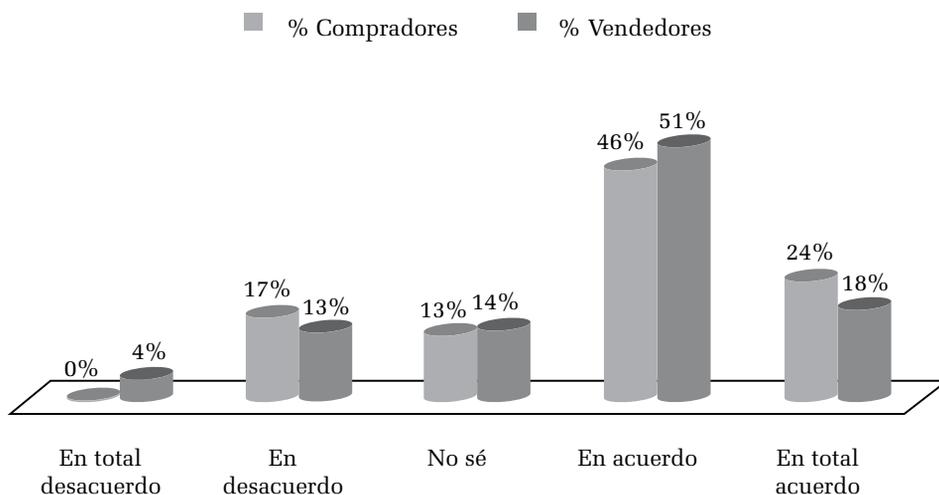
## Tecnología



En la variable tecnología se observa una auténtica distribución normal, donde es común a ambos grupos el no saber acerca de la tecnología de la competencia, razón por la cual no pueden juzgar si su tecnología es mejor o no lo es. No obstante, el 46% de los grandes empresarios manifiestan estar de acuerdo, frente al 40% de los empresarios pyme.

<b>8. El contexto regional me ofrece una fuerza laboral apropiada a las necesidades de mi empresa</b>	<b>% Compradores</b>	<b>% Vendedores</b>
En total desacuerdo	0%	4%
En desacuerdo	17%	13%
No sé	13%	14%
En acuerdo	46%	51%
En total acuerdo	24%	18%
Total	100%	100%

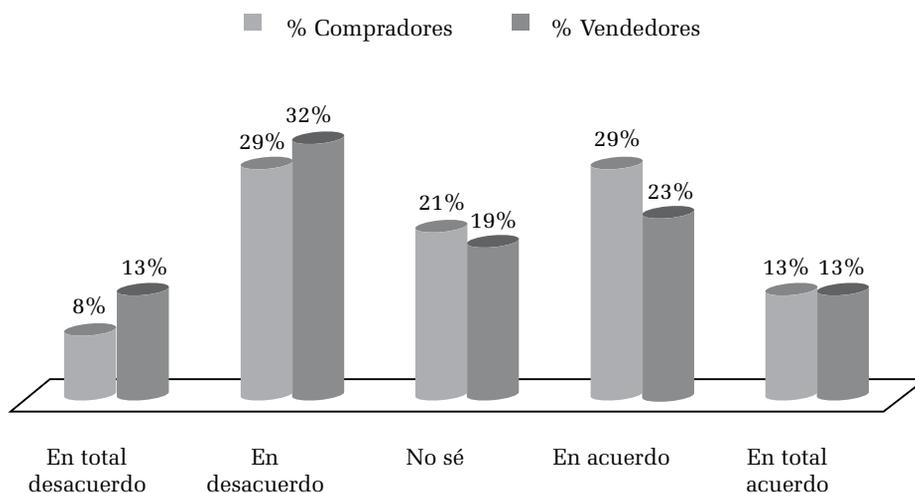
## Fuerza laboral



Es muy revelador que tanto los grandes empresarios como los empresarios pyme que asistieron a la macrorrueda de negocios consideran que el entorno regional les ofrece una fuerza laboral apropiada a las necesidades de la empresa. Hay que tener en cuenta que los empresarios estudiados tienen su asiento en el municipio de Palmira, que ha recibido en la última década a cerca de diez universidades entre públicas y privadas, que han contribuido a la formación de la fuerza laboral.

<b>9. El Estado ofrece la infraestructura apropiada para la competitividad</b>	<b>% Compradores</b>	<b>%Vendedores</b>
En total desacuerdo	8%	13%
En desacuerdo	29%	32%
No sé	21%	19%
En acuerdo	29%	23%
En total acuerdo	13%	13%
Total	100%	100%

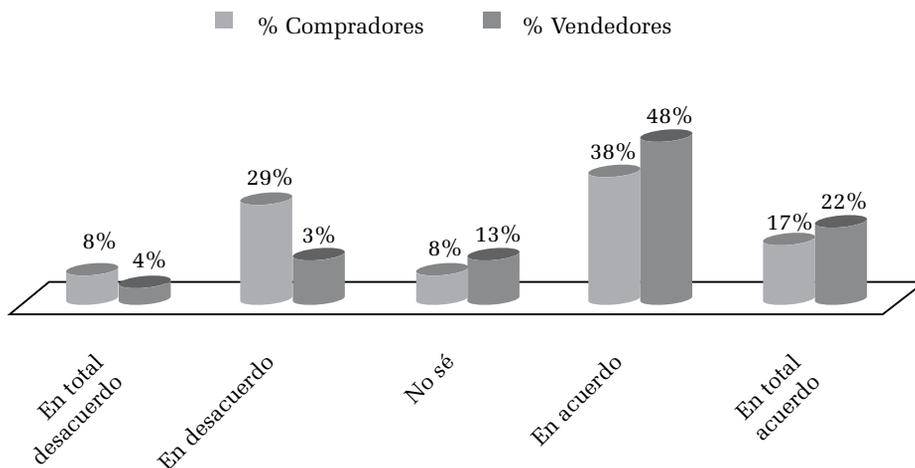
## Infraestructura



Acerca de la infraestructura ofrecida por el Estado para la competitividad de las empresas, 2/5 partes de ambos empresarios consideran que la infraestructura es adecuada, otras 2/5 partes consideran que la infraestructura es inadecuada y 1/5 parte de los empresarios estudiados manifiestan no saber.

<b>10. Existen las condiciones sociales propicias para que mi empresa sea competitiva</b>	<b>% Compradores</b>	<b>% Vendedores</b>
En total desacuerdo	8%	4%
En desacuerdo	29%	13%
No sé	8%	13%
En acuerdo	38%	48%
En total acuerdo	17%	22%
Total	100%	100%

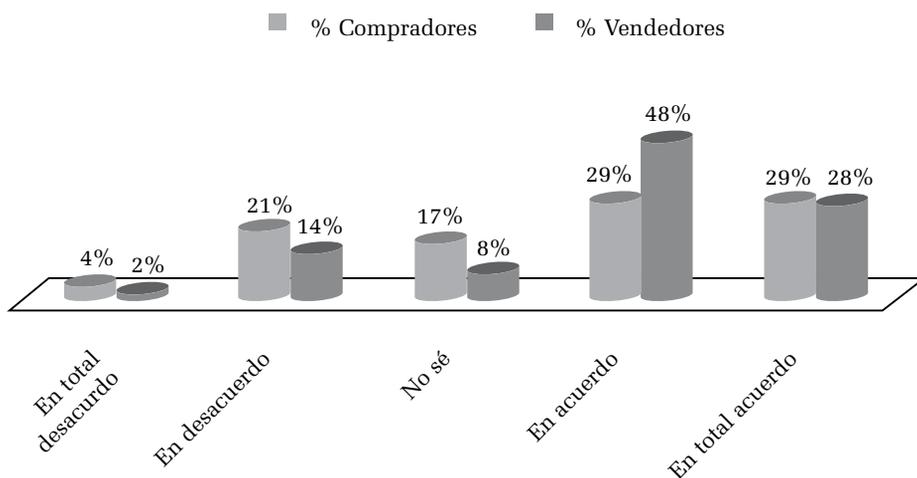
## Condiciones sociales



Los empresarios estudiados, tanto grandes empresarios como empresarios pyme, consideran que hay las condiciones sociales propicias para la competitividad de las empresas. Reflejan un optimismo propio de la actividad empresarial.

11. Los principios y valores de la sociedad son propicios para que mi empresa sea competitiva	% Compradores	% Vendedores
En total desacuerdo	4%	2%
En desacuerdo	21%	14%
No sé	17%	8%
En acuerdo	29%	48%
En total acuerdo	29%	28%
Total	100%	100%

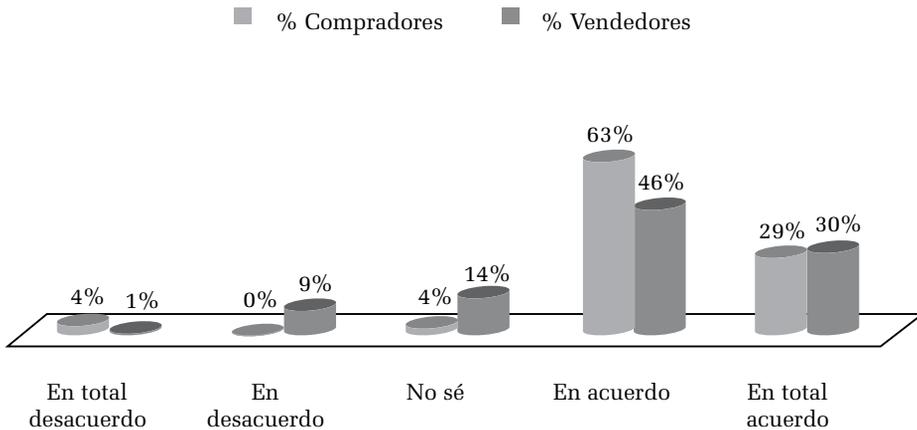
## Principios y valores



Ambos grupos de empresarios consideran que los principios y valores con los que se ha formado la sociedad colombiana como el amor por el dinero, el afán de lucro, la mentalidad calculadora, la racionalidad económica, citados en el siglo XVIII por Werner Sombart y manifiestos en el actuar de la sociedad colombiana, son propicios para la competitividad de las empresas.

12. Mis proveedores pyme me ofrecen productos y servicios que contribuyen a mi competitividad	% Compradores	% Vendedores
En total desacuerdo	4%	1%
En desacuerdo	0%	9%
No sé	4%	14%
En acuerdo	63%	46%
En total acuerdo	29%	30%
Total	100%	100%

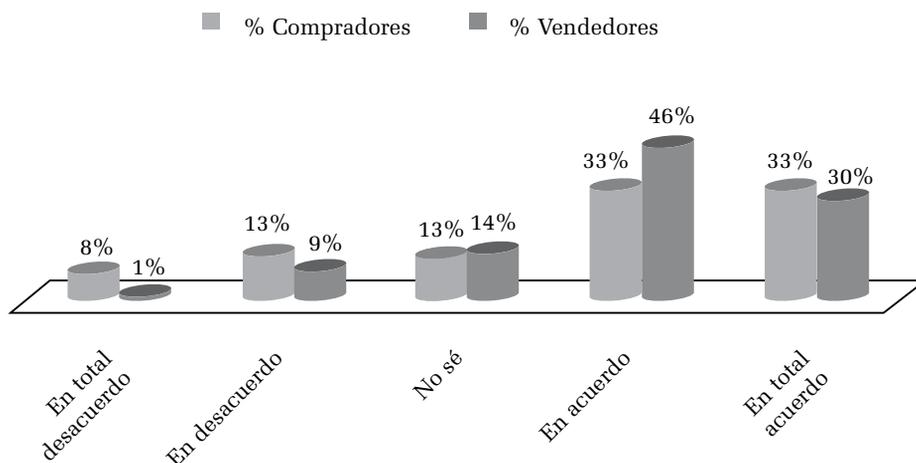
## Pymes ofrecen productos y servicios competitivos



Para ambos grupos de empresarios hay una apropiada asociatividad entre la empresa y sus proveedores que contribuye a ofrecer productos y/o servicios competitivos.

<b>13. Mis compradores, grandes empresas, adquieren mis productos bajo condiciones de comercio justo</b>	<b>% Compradores</b>	<b>% Vendedores</b>
En total desacuerdo	8%	1%
En desacuerdo	13%	9%
No sé	13%	14%
En acuerdo	33%	46%
En total acuerdo	33%	30%
Total	100%	100%

## Comercio justo



Ambos grupos de empresarios están de acuerdo en que sus compradores adquieren sus productos y/o servicios a precios justos.

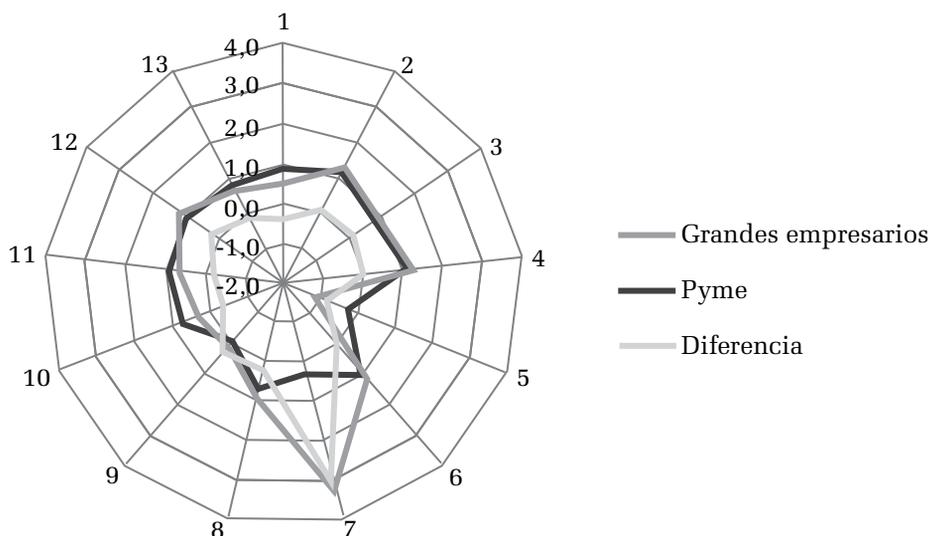
Como se explicó en la metodología, se le asignó a la escala de Lykert una escala de -2 a 2, con intervalo de 1, se multiplicó por el número de casos de cada opción, se halló la sumatoria de estos productos y se dividió por el total de grandes empresarios o de empresarios pyme para hallar el respectivo cociente por variable. Se calculó la diferencia de promedios y se graficó con la opción radial, obteniéndose la diferencia significativa entre los dos grupos estudiados. Así:

Variables	Grandes empresarios	Pyme	Diferencia
Producción a menor costo	0,5	0,9	-0,3
Producción a mayor calidad	1,3	1,2	0,1
Remuneración	0,9	0,7	0,2
Gerencia basada en datos	1,3	1,2	0,1
Gerencia basada en corazonadas	-1,2	-0,3	-0,9
Crecimiento de utiidades	1,1	1,0	0,1
Mejor tecnología	3,3	0,2	3,0
Fuerza laboral	0,8	0,7	0,1

(Continúa en la página 31)

(Viene de la página 30)

Variables	Grandes empresarios	Pyme	Diferencia
Infraestructura	0,1	-0,1	0,2
Condiciones sociales	0,3	0,7	-0,4
Principios y valores	0,6	0,9	-0,3
Proveedores	1,1	1,0	0,2
Comercio justo	0,7	0,8	-0,1



En el gráfico radial se observa que entre los dos grupos de empresarios estudiados, grandes empresarios y empresarios pyme, hay una diferencia significativa en la variable tecnología. Los grandes empresarios tienen mayor posibilidad de acceder a la tecnología que masifica la producción y garantiza la calidad, opción que no está presente en los empresarios pyme. En las demás doce variables hay una completa similitud entre los grupos de empresarios estudiados.

### 3. Discusión

El estudio mostró que los dos grupos de empresarios estudiados tienden a lograr una producción de buena calidad al menor precio posible, los grandes empresarios tienen una mayor percepción favorable de la calidad de sus productos o servicios frente a la percepción que tienen los pequeños empresarios. Para los grandes empresarios, la calidad cuesta. El proceso de toma de decisiones es altamente racional, basado en datos y hechos, lo que muestra una preparación de estos empresarios en la ciencia administrativa y una racionalidad y objetividad en sus actos empresariales, descartando el instinto en la toma de decisiones.

No obstante, hay evidencias de que el instinto juega un papel importante en las decisiones empresariales; es lo que se denomina como “olfato de empresario”. Ambos grupos estudiados, grandes empresarios y empresarios pyme manifiestan haber tenido crecimiento de utilidades en los últimos años, lo que muestra una activación de la economía y una buena marcha de los negocios en entornos de internacionalización, globalización y firma de tratados de libre comercio con diferentes países. Es muy revelador que tanto los grandes empresarios como los empresarios pyme que asistieron a la macrorrueda de negocios consideran que el entorno regional les ofrece una fuerza laboral apropiada a las necesidades de la empresa. Hay que tener en cuenta que los empresarios estudiados tienen su asiento en el municipio de Palmira, que ha recibido en la última década a cerca de diez universidades entre públicas y privadas, que han contribuido a la formación de la fuerza laboral.

Los empresarios estudiados, tanto grandes empresarios como empresarios pyme, consideran que hay las condiciones sociales propicias para la competitividad de las empresas. Reflejan un optimismo propio de la actividad empresarial. Para estos empresarios, los principios y valores con los que se ha formado la sociedad colombiana como el amor por el dinero, el afán de lucro, la mentalidad calculadora, la racionalidad económica, citados en el siglo XVIII por Werner Sombart, son propicios para la competitividad de las empresas.

Entre las variables estudiadas se encontró solo una diferencia significativa en la variable tecnología, los grandes empresarios tienen mayor posibilidad de acceder a la tecnología que masifica la producción y garantiza la calidad, opción que no está presente en los empresarios pyme. En las demás doce variables hay una completa similitud entre los grupos de empresarios estudiados.

## Referencias Bibliográficas

1. Dávila, C. (1985). *Teorías organizacionales y administración*. Bogotá: McGraw Hill.
2. Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador*. Bogotá: Editorial Norma.
3. Howald, F. (2001). *Obstáculos al desarrollo de la pyme causada por el Estado. El caso del sistema tributario en Colombia*. México: McGraw Hill.
4. Hurtado, H. (2011). *pymes y Corporaciones en contextos de globalidad*. Palmira: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
5. Hurtado, H. (2011). *La noción de empresario: análisis sobre un grupo de empresarios pyme de Palmira*. En: Universidad Libre, Cali, Revista Libre Empresa, volumen 7.
6. Ordóñez, L.A. (1995). *Industrias y empresarios pioneros Cali: 1910 – 1945*. Cali: Editorial Facultad de Humanidades, Universidad del Valle.
7. Sombart, W. (1982). *El burgués: introducción a la historia espiritual del hombre económico moderno*. Madrid: Alianza Universidad.
8. Torres, E. (2003). *Funciones empresariales, cambio institucional y desarrollo económico*. En: Dávila, C. *Empresas y empresarios en la historia de Colombia*, ss. XIX- XX. Bogotá: Editorial Norma y Ediciones Uniandinas, tomo 1.
9. Weber, M. (1979). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Editorial Diamante.