

2011-06-01

Hacia una caracterización del emprendedor rural en Cundinamarca, municipios de El Rosal y Subachoque

Juan Hernando Bravo Reyes

Universidad de La Salle, Bogotá, jbravo@unisalle.edu.co

Jorge Gámez Gutiérrez

Universidad de La Salle, Bogotá, jgamez@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

Citación recomendada

Bravo Reyes, Juan Hernando and Gámez Gutiérrez, Jorge (2011) "Hacia una caracterización del emprendedor rural en Cundinamarca, municipios de El Rosal y Subachoque," *Gestión y Sociedad*: No. 1 , Article 9.

Disponible en:

This Artículo de investigación is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Hacia una caracterización del emprendedor rural en Cundinamarca, municipios de El Rosal y Subachoque

Juan Hernando Bravo Reyes*

Jorge Gámez Gutiérrez**

Recibido: 4 de octubre de 2010. **Aprobado:** 16 de diciembre de 2010

Resumen

Con el objetivo general de establecer las características que rodean a los emprendedores rurales, el equipo que realizó esta investigación eligió los municipios de El Rosal y Subachoque como centro del estudio. Ubicados al occidente de Bogotá, incluyen en su división territorial sectores rurales y urbanos, siendo mayores los primeros. La economía de estos dos municipios se encuentra fundamentada en la agricultura, la ganadería, el comercio (urbano) y el ecoturismo. A partir de algunas definiciones del concepto de emprendedor, que van desde el significado otorgado por la Real Academia de la Lengua Española hasta la relativa sencillez que concibe Schumpeter (1947), al describirlo como un innovador capaz de generar cambios sociales, se presenta el marco teórico. Se incluyen las características generales del emprendedor que crea empresa, sus habilidades y sus competencias y las etapas que describe Gámez en *Gestión del proyecto, puesta en marcha y desarrollo inicial*. El proceso metodológico implementado incluye la aplicación de un documento encuesta a empresarios de los municipios y entrevistas en profundidad a las máximas autoridades municipales, sus alcaldes.

Palabras clave

Emprendedor, empresa, emprendedor rural, agronegocios.

* Magíster en Tecnología Educativa, Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria. Administrador de Empresas. Profesor e investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. Correo electrónico jbravo@unisalle.edu.co.

** Doctor en Ciencias Empresariales, Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria, Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos, Economista. Profesor e investigador Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. Correo electrónico jgamez@unisalle.edu.co

Towards a Characterization of Rural Entrepreneurs in the Municipalities of El Rosal and Subachoque in Cundinamarca

Abstract

With the purpose of determining the characteristics surrounding rural entrepreneurs, the team that led this investigation chose the Municipalities of El Rosal and Subachoque as the centers of study. Located west of Bogota, their territorial division includes both rural and urban sectors, particularly the former. Economy in these two municipalities is based on agriculture, stockbreeding, (urban) commerce and ecotourism. The theoretical framework is thus presented, based on a number of definitions of the 'entrepreneur' concept, from the definition by the Real Academia de la Lengua Española to Schumpeter's (1947) relative simplicity, describing him as an innovator capable of generating social changes. The general characteristics of an entrepreneur that creates enterprises are included, as well as their skills and abilities, and the stages described by Gámez in *Gestión del proyecto, puesta en marcha y desarrollo inicial*. The methodological process implemented includes carrying out a survey among entrepreneurs from those municipalities, as well as in-depth interviews with the main municipal authorities, the town mayors.

Keywords

Entrepreneur, business, rural entrepreneur, agribusiness.

La empresa

Lo que más me asombra de los Estados Unidos, no es tanto la maravillosa grandeza de algunas empresas, como la multitud de empresas pequeñas.

Alexis Tocqueville

Una empresa es el resultado de los esfuerzos de una persona que crea o aprovecha una oportunidad que otras personas no ven, usa de la manera más eficiente unos recursos, construye valor, genera y distribuye beneficios para un individuo,

grupo y sociedad.¹ Luego, la empresa es resultado de una actividad compleja que desarrollada dentro de la comunidad tiene efectos dentro de sí misma y en su entorno; por tanto, es valorada

¹ El empresario es quien introduce innovación, y decide cuándo lo hace y en cuánto lo hace, con la finalidad de aumentar su productividad y hacia fuera, mejorar la competitividad; innovación que puede ser en las maquinarias y equipos o en los procesos administrativos. Puede entonces clasificarse las empresas en innovadoras en sentido estricto, empresas innovadoras en sentido amplio, empresas potencialmente innovadoras y empresas no innovadoras (Turriago, 2002).

por sus creadores, gestores, y grupos interesados en ella como es el caso de los *stakeholders*. La empresa se localiza en un sector y la generación de resultados, por tanto, le beneficia, al igual que al grupo de empresas y a la sociedad en general que a su vez afectan a la empresa.

Al analizar la actividad de una empresa y los emprendedores, se vislumbran su cultura² –el entramado de informaciones e instituciones que facilitan la comunicación interna para estimular el logro de la calidad y la eficacia en su actividad productiva–, las redes de contratos –acuerdos explícitos e implícitos entre propietarios y directivos, directivos y trabajadores, proveedores y clientes internos y externos–, y el rol de los trabajadores que hoy se consideran en muchas empresas como proveedores o clientes internos. Las redes de transferencia de información pueden ser de lazos fuertes, con alto grado de aglomeración, arraigamiento y confianza, o de lazos débiles que permiten acceder a información nueva (Hernández, 2008).

Quién es un emprendedor

El emprendedor asume un proceso constante de innovación, valioso por sí mismo y no por sus resultados (Pereira, 2007); un emprendedor no es inventor, ni científico, ni dueño de capital, es innovador (Schumpeter, 1947a), es quien realiza procesos de cambios sociales y tiene carácter multidimensional.³

² El Gobierno Nacional decreta la Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento. A través de la cual busca promover el espíritu emprendedor, disponer de principios normativos. Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas. Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento (OIE.).

³ El término “entrepreneur” compuesto de “entre” y “preneur” significa en francés estar listo a tomar, a iniciar algo. El emprendedor es quien ejecuta acciones que implican aventura, incertidumbre y riesgo (Verin, 1982

Es una persona que toma los riesgos que encierra la creación de empresa, y que ve y capitaliza esfuerzos o negocios rentables (Ecotec, 2007).

Emprendedor empresarial es aquel que asume la creación de empresas, aprovecha un vacío en un mercado, usa los resultados de una investigación, utiliza I + D como ventaja competitiva y tiene capacidad de acción. No obstante, un empresario puede ser emprendedor en algún momento de su vida pero que sea empresario no es equivalente a emprendedor, en lo que a innovación atañe; emprendedor puede ser cualquier persona durante un periodo y luego dejarlo, por ello, si deja de ser innovador deja de ser emprendedor (McClelland, 1970; Pereira, 2007). Emprendedor es quien, en un lugar y en condiciones específicas, gesta y pone en marcha las nuevas empresas que renuevan el tejido empresarial de una sociedad.

Qué caracteriza al emprendedor

Un emprendedor se caracteriza por encontrar problemas y resolverlos, se fija objetivos, controla su destino, busca prestigio y reconocimiento, aunque no siempre su fin último es la obtención de beneficio económico. Se preocupa más por el presente y futuro, la planificación, la organización, la eficiencia, y cree en la tecnología⁴. Según

citado por Pereira, 2007; Tarapuez y Botero, 2007). En el diccionario de la Real Academia de la Lengua (1992) emprender -del latín in, en, y prendere, coger- implica acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, en especial si encierran dificultad o peligro. Emprender –hablando de sitios– significa tomar el camino con resolución de llegar a un punto. A su vez, en el RAE emprendedor es quien emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas, es decir, se aventura.

⁴ Quien emprende es usuario de los pronósticos, que en muchos casos se acercan al arte, y requieren intuición y sentido común. Esas exploraciones al futuro se basan en tres metodologías: la consulta a expertos que recogen conocimiento estructurado; tendencias y extrapolaciones, que incluyen modelos de causalidad para identificar las regularidades del pasado; y herramientas de pensamiento de uso individual (Fontela et ál., 2006).

Smelser (citado por McClelland, 1970), sus valores se ven modificados por el sistema educativo, la religión, la familia y la sociedad. Las metas que se fija ese emprendedor son moderadas y para su logro pide retroalimentación.

El emprendedor es apasionado, tiene fuerte motivación, se orienta al logro de resultados, corre riesgos, le gusta la competencia, le gusta asumir responsabilidades, es agresivo, no se conforma, y tiene influencias de su familia y su entorno. De igual manera, le gusta evaluar la forma cómo actúa para ensayar nuevas y mejores formas de hacer las cosas⁵ (McClelland, 1970).

La creatividad es esencial en la actividad de los emprendedores; según De Bono (citado por Fontela et ál., 2006, p. 10) *"Creativity is not a separate part of thinking. It is not a luxury to be used by artists... Creativity is as much the business of executive management as of R&D departments"*. La creatividad es entendida como proceso y como capacidad, con resultados inciertos que se originan en la experiencia, la intuición y las expectativas; comparan la tensión que siente un artista al crear obras y los resultados que espera un emprendedor de su trabajo.

Algunas clasificaciones de los emprendedores

Se pueden clasificar los emprendedores por vocación, que son los individuos que tienen el impulso, la ilusión y el sueño de crear empresa; y emprendedores por necesidad, es decir, quienes funda un negocio para mejorar su situación o

impulsados por sus circunstancias (Moriano, 2005). En Latinoamérica se pueden diferenciar los emprendedores según actúen el sector formal o informal; en el primer caso, prevalece el deseo de salir del desempleo y la informalidad; en el segundo, el acceso a los recursos financieros y el conocimiento les impiden ingresar al sector formal⁶ (Hernández, 2008).

Hay un emprendedor público y puede emerger en el sector estatal como agente de cambio que en ambientes sociales fomenta la innovación institucional, cuenta con bajos niveles de restricción normativa y funciona con esquemas descentralizados (Cámara de Comercio, 2003). Son personas que proponen reformas a lo público, intentan trasladar la cultura de empresa al sector estatal, tienen orientación al servicio social, buscan la asociación de lo público con la sociedad civil y pretenden cubrir las necesidades insatisfechas de la población (Moriano, 2005). El segundo tipo de emprendedor es social, y pretende promover y sostener algunos valores, busca nuevas oportunidades, sigue procesos de innovación, y tiene alto sentido de responsabilidad en el trabajo social (Moriano, 2005). Hoy el emprendimiento social es impulsado por empresas con iniciativas filantrópicas, emprendimiento social integrado al negocio o contribuciones a la construcción de instituciones y políticas públicas (Gutiérrez, 2007). El tercer tipo es el emprendedor que crea empresa privada y puede ser emprendedor por empuje *-Push-*, es decir, aquella persona insatisfecha con su trabajo actual decide arrancar un negocio, y emprendedor por atracción *-Pull-*, persona fascinada con los negocios que arranca (Moriano, 2005).

⁵ La necesidad de éxito del emprendedor se suma a sus intereses que no siempre son dinero, la estrategia que incluye varios cursos de acción, la perspectiva cronológica porque piensa más a largo plazo y la percepción de las personas porque sus juicios se basan en las experiencias más que en las recomendaciones de otras personas (McClelland, 1989).

⁶ Los emprendedores por necesidad se pueden describir como empresarios unipersonales, jefes de hogar, con nivel de secundaria incompleta, en el sector terciario, con ingresos menores a dos salarios mínimos, sin afiliación a la seguridad social, en su mayoría no suscriben contratos laborales por escrito y trabajan en sus viviendas o locales no fijos (Hernández, 2006, p. 287).

Etapas del emprendimiento expresado en creación de empresa

En BID identificó tres etapas del emprendimiento empresarial: la gestación del proyecto, la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo inicial del proyecto; la etapa de gestación incluye la motivación y las competencias del emprendedor, la identificación de la oportunidad y la elaboración del proyecto. La puesta en marcha contempla la decisión de iniciar la actividad empresarial y el acceso a los recursos para empezar. Por último, el desarrollo inicial del proyecto incluye la introducción de bienes y servicios al mercado, y la gestión de los primeros años (Kantis, 2002).

Las habilidades del emprendedor se pueden potenciar por medio de la educación; cuando un emprendedor se inclina por la creación de empresa, se observan tres etapas: la del empresario potencial, la del empresario naciente y la del empresario dinámico. El emprendimiento se puede enseñar⁷; así, Ademar (1988) considera indispensable incluir en el proceso formativo de los escolares actividades pedagógicas que desarrollen y fortalezcan la creatividad, actitudes y aptitudes orientadas al trabajo en equipo; ya que, en el sentido propio de su significado, el emprender incluye por naturaleza el enfrentar problemas y buscar las soluciones. En cada caso, la educación puede sensibilizar, apoyar y contribuir en el logro de la calidad empresarial (Guzmán, 2005).

⁷ Con respecto al equilibrio que debe existir entre el desarrollo económico equitativo y la educación rural Parrado (2009, p. 39) concluye que: "La educación se constituya en motor del desarrollo socioeconómico de una región en la medida que permita y promueva la formación de gente que con conocimiento y sensibilización por el medio en que vive o se desempeña, se capacite en los aspectos teóricos y se adiestre en los aspectos prácticos para aportar interpretaciones y para ofrecer e implementar propuestas de solución a su problemática. En otros términos la sociedad de estar en capacidad de generar conocimiento desde su entorno".

Un modelo educativo que empiece en la educación primaria y secundaria, y contemple emprendimientos asociativos no puede estar guiado exclusivamente por la formación de competencias cognitivas, interpretativas, argumentativas y propositivas; la ausencia de una formación en valores éticos y compromiso social puede convertirse en la causa principal de su fracaso, de manera que los emprendimientos deberán involucrar sólidos principios para estudiantes, profesores, directivos y padres de familia⁸ (Ademar, 1988). La economía solidaria y el cooperativismo guardan principios y valores sociales que encajan perfectamente con la razón de ser del sistema educativo.

Contribución de las disciplinas al estudio del emprendimiento

Desde la gestión se asimiló el emprendimiento con hacer negocios e implementar estrategias para su permanencia, por ello, desde la administración se analizó el proceso emprendedor desde los métodos, prácticas y estilos de toma de decisión; las dimensiones de autonomía, innovación, toma de riesgo, proactividad y la agresividad competitiva⁹ (Miles & Snow, 1978 citados por Lumpkin y Dess, 1996).

⁸ Entre las características más comunes a resaltar dentro de los emprendimientos asociativos escolares se incluye la intencionalidad libre por parte de sus miembros, no es posible concebir el emprendimiento obligatorio. Otra característica clave es el capital que se maneja, en la mayoría de las ocasiones muy reducido o no existe, convirtiéndose en un elemento no indispensable para las etapas iniciales.

⁹ Según Gámez (2009) las características del emprendedor desde los Clásicos de la Economía incluyen riesgo, incertidumbre, ser inteligente, productor contratado y emprendedor, ganancias inciertas (Cantillon); riesgo, ser inteligente (Turgot); trabajador superior, innovador, acumulación, división del trabajo (Smith); riesgo, beneficio, experiencia, buen juicio, innovador, altera factores (Say). La teoría económica clásica no estableció un consenso en cuanto al tema del emprendedor; asume que un individuo con ciertas aptitudes afronta la incertidumbre y el riesgo para lograr rentabilidad; por tanto,

El emprendedor que crea empresa optimiza su desempeño según encuentre estímulos y la posibilidad de organizar el trabajo en equipo para construir la organización funcional, maximización de la producción, la excelencia técnica con minimización de costos, utilización de los recursos y la especialización de tareas (Taylor, 1911), hacer la separación

toma el riesgo, es un trabajador superior, muy inteligente e innovador. Caracterizado por invertir dinero para obtener beneficios y percibir ganancias inciertas, correr riesgos garantizados por el capital que ha acumulado y ha convertido en capacidad productiva, que intenta movilizar en búsqueda de mejores rendimientos a partir de diversas mezclas de los factores de producción. Las características del emprendedor desde los autores de la Sociología los muestran con características individuales, según origen, entrega absoluta a profesión de ganar dinero, actividad lucrativa, empresario tradicionalista y empresario profesional, innovación, impulso innovador, valores éticos y religiosos, capital, mando sobre otras personas, necesidades del consumidor, normas (Weber); en búsqueda de prestigio, compensación social, acceso a capital y nuevos mercados, personalidad, valores, desbaratamiento de patrones de producción (Smelser), son fruto de las tradiciones, conocimientos, creencias, se beneficia de competencia, impulsado por ganancias (Simmel), con valores y hábitos, iniciativa de grupo ante la exclusión, estrategias, redes (Swedberg), ciertos atributos personales, comportamientos y las características, aprovechamiento de oportunidades, capacidades complejas de cada individuo, habilidades prácticas; emprendimiento desde empleadores y empresas constituidas, capitales de riesgo, adquisiciones corporativas, fenómeno dinámico que existe a través del espacio y del tiempo, distintos emprendedores crean empresas diferentes (Thornton), que dependen de las características de cada país, cultura, contexto (Pinillos et ál.). El porqué—las causas, características individuales y el comportamiento del emprendedor— se abordan desde la psicología con el análisis de la creatividad, los retos y la agresividad. El rol del emprendedor y su impacto en el sistema económico es innegable; es una persona que transforma su entorno y tiene unos rasgos específicos como la creatividad, el deseo de independencia, la capacidad de liderazgo, oportunismo, individualidad, intuición, organización, capacidad de racionalización, planificación y profesionalismo. El emprendedor desea la responsabilidad personal del éxito y actúa mejor en situaciones en que puede responsabilizarse personalmente de los resultados; además, necesita estímulos para que surjan las cualidades personales y sociales que, junto con sus condiciones genéticas, su familia, y la educación, lo conviertan en emprendedor. Un emprendedor cree en sus capacidades para comenzar y completar cosas y eventos a través de sus propias acciones (Virtanen, 1997).

de las operaciones de la empresa, jerarquía, orden, equidad, participación de los trabajadores (Fayol, 1916), teniendo en cuenta los rasgos distintivos de cada individuo y conducta, innovación, innovación sistemática e innovación para el futuro; no es la tecnología fuente de nuevas empresas, mientras sí lo son las motivaciones—dinero, poder, curiosidad, fama o reconocimiento— porque no hay personalidad emprendedora (Drucker, 1971).

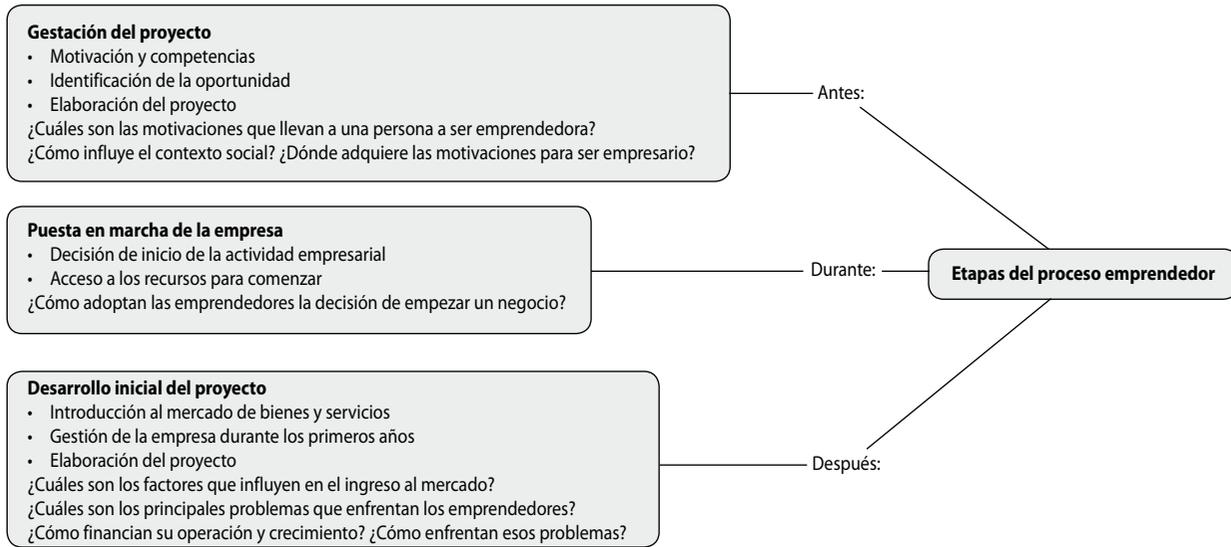
El emprendedor tiene determinadas características personales, percibe oportunidades, se orienta a la acción, corre riesgos razonables y su motivación principal no está en los incentivos monetarios, y es capaz de formular estrategias (Dávila, 1985).

Emprendedores rurales

En Latinoamérica los grados de desarrollo son diferentes si se vive en la ciudad o en zonas rurales. El 75% de la población está en ciudades que se han formado por migraciones internas y, en los últimos años, por oleadas de desplazamientos generadas por violencia y en búsqueda de refugio por parte de la población indefensa como forma de supervivencia. Las ciudades son los centros de poder y estar cerca o lejos de ellas genera mayores o menores posibilidades de educación, cobertura en salud, acceso a tecnología y, por supuesto, hallar oportunidades de negocios. Emprendedor rural—no solo agrícola— que participa en el proceso de construcción de un sistema de participación para satisfacer las necesidades básicas y reivindicación de valores y cultura (Pachón, 2006, en Parrado, 2009).

Las empresas creadas en el sector primario de la economía, según Murcia (1991), potencian el desarrollo rural nacional, y tienen influencia en el desarrollo rural, urbano e industrial; en su gestación, puesta en marcha y desarrollo intervienen factores biológicos como el clima, el suelo, la topografía, los usos actuales y potenciales;

Figura 1. Etapas del proceso emprendedor



Fuente: elaboración propia a partir de Kantis (2002).

factores económicos como los costes, ingresos y la posibilidad de beneficios; y factores sociales como la disponibilidad de mano de obra, ingresos, nutrición y vivienda, entre otros. En general, las empresas agropecuarias son unidades físicas, económicas, jurídicas y de información para el resto de la economía con gran impacto social.

En general, los países desarrollados financian y acompañan a sus emprendedores a diferencia de los países en desarrollo que no pueden tener financiación de 50% de los costes de lanzamiento, instalación, capital inicial y capital de trabajo, hasta 75% de los costes de contratación de expertos, preparación de estudios y desarrollo de planes de mercadeo hasta de US\$ 500.000. Empero, hay avances en países de Latinoamérica¹⁰, caso de El

¹⁰ Colombia tiene Ley de emprendimiento –Ley 1014 de 2006– para promover el espíritu emprendedor mediante principios normativos; de igual manera, crea un marco interinstitucional para fomentar y de-

Salvador donde algunas ONG como *Technoserve* promueven dos programas: el Programa de Inicativas de Agronegocios y el Programa de Inicativas para el Liderazgo Empresarial¹¹.

Según el BID, los emprendedores que crean empresas en áreas rurales (Kantis et ál., 2004) como en Estados Unidos tienen suficientes

sarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas, crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales mediante una cátedra transversal de emprendimiento (OEI, 2008).

¹¹ Los apoyos privados provienen de fundaciones como Corona, que ha contribuido en la formación de más de 3.650 ideas de negocio en el país, mediante programas de capacitación y consecución de recursos –la Fundación financia hasta el 76% de los costos de capacitación de los futuros empresarios–; en 2010 contribuyó en la consolidación de 540 empresas; en capacitación atendió casi 16.000 microempresarios (Fundación Corona, 2008).

apoyos estatales y privados, entre los que se incluye la incubación¹², y Canadá donde el 45% de la población vive y trabaja, tienen fuerte apoyo estatal -20% de transferencias del Estado, con una media de cinco empleos, en actividades de caza y pesca. El entramado de instituciones de apoyo incluye más de 160 agencias privadas y públicas, universidades, cámaras de comercio y asociaciones de empresarios, entre las que destacan ACOA, creada por *Canadian Institute of Small Business Counsellors* en 1996, que promueve la generación de conocimientos y habilidades en la provisión de servicios de consejería para emprendedores y el programa *Connexion* con créditos de hasta US\$ 15.000 para jóvenes emprendedores (personas menores de treinta años) y cuarenta horas de asesoría gratuita; el *Business Development Bank* con un programa de microcréditos; el programa de un grupo de bancos comerciales llamado *Canadian Youth Business Foundation* dirigido a la población de jóvenes emprendedores (entre dieciocho y veintinueve años). *Contrario sensu*, las diferencias entre emprendedores latinoamericanos de grandes y pequeñas ciudades son marcadas, a favor de los primeros: educación, origen social de la familia -clases media y baja en promedio 33% grandes ciudades y 25% pequeñas- y experiencia previa.

En Colombia, los emprendedores rurales tienen mayor campo de acción en el sector primario informal¹³ -economía de subsistencia-, puesto

que el sector formal está formado por grupos empresariales con accesos a los grandes capitales¹⁴. Una de las formas de apoyo al emprendedor rural es la educación; en 2009, la Fundación Corona con recursos de la Fundación Smurfit Cartón de Colombia, formó en temas de emprendimiento a jóvenes de veredas cercanas a Manizales y Pereira -zona centro Oeste del país- de donde salieron ocho proyectos, entre ellos la mejora de ganadería y producción de leche, la cría de pollos con alimentación orgánica, educación virtual por medio de cibercafés, artesanías ecológicas y comercialización de insumos agropecuarios (Fundación Corona, 2008). Otra propuesta es de la Universidad de La Salle que creó el programa de Ingeniería Agronómica al Este del país, para personas que sean habitantes de esas áreas rurales y puedan demostrar el liderazgo en sus regiones¹⁵ (Revista Dinero, 2010).

Desde el Estado, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural propuso, en 2006, el Proyecto de apoyo al desarrollo de la microempresa rural

¹² El programa Entrepreneurial Incubators Grant Program se creó en 2004 por la asamblea general de Carolina del Norte, para cubrir los costos de creación y expansión de negocios en treinta comunidades rurales con apoyos para siete proyectos que fluctuaron entre US\$ 210.000 y \$ 400.000.

¹³ En el libro *Elementos básicos de Economía* (Gámez, 2009) se presenta la economía clasificada en los sectores tradicionales primario, secundario y terciario y agrega los sectores legal o formal -se sabe cuántos son, dónde están y pagan impuestos-, informal -economía de subsistencia porque no se sabe dónde están, ni tienen representación gremial- y sector ilegal que, de manera abierta, contraviene leyes civiles y penales.

¹⁴ No todas las instituciones de educación superior están cumpliendo la ley de emprendimiento, bien por desconocimiento de la misma o, lo que podría ser peor, por desconocimiento del significado del término Emprendimiento, visto desde la óptica del profesor -plan de negocios o formulación de proyectos- sin enlace real con las condiciones reales; cada institución del país tiene una concepción de emprendimiento y descarga en los docentes la labor de motivar e incentivar el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes -centrada en la creación de empresa-.

¹⁵ Los estudiantes serán becados y contarán con alojamiento, alimentación y educación durante los cuatro años que dura el programa. La inversión de la Universidad en el diseño, la construcción, selección y mantenimiento de los primeros 64 estudiantes asciende a \$20.000 millones -casi siete millones de euros- que espera recoger de organizaciones y donaciones. El programa pretende formar líderes políticos y sociales que puedan vincularse a los proyectos agroindustriales de sus regiones (Revista Dinero, 2010). Con este programa se garantizaría la calidad en los proyectos de asociatividad para la producción agrícola y aprovechar las economías de escala con esas asociaciones de pequeños agricultores.

–Pademer– con el fin de apoyar proyectos de comercialización de productos de microempresas rurales, comercialización internacional, servicios a las microempresas, servicios financieros rurales, diversificación y asociatividad¹⁶ (Minagricultura, 2006). Las actividades económicas de los emprendedores rurales pueden desarrollarse en el sector turismo dadas las condiciones del país –se ha privilegiado en los últimos años el salto de la economía al sector de servicios– tal como se muestra en www.colombiatravel.com; esas actividades incluyen ecoturismo, turismo cultural –histórico y arqueológico, agroturismo, etnoturismo, turismo recreativo, congresos y convenciones, negocios, aventura, sol y playa y compras–¹⁷ (Aranda y Parra, en Parrado, 2009).

Para Alvarado (2004) muchas de las políticas gubernamentales se encuentran permeadas de conflictos e intereses personales, situación que crea un ambiente fértil para la desigualdad social y olvida que las instituciones políticas son creadas con la finalidad de apoyar el desarrollo económico

¹⁶ En el Plan de Desarrollo 2006-2010 el Gobierno Nacional incluyó el Fondo Emprender como una de las estrategias para dinamizar el empleo y hacer frente a las altas tasas de desempleo. El Fondo Emprender es una cuenta adscrita al Sena que tiene como objeto exclusivo el financiar las iniciativas empresariales que provengan de instituciones educativas reconocidas y constituidas legalmente ante el Estado; su administración y dirección se encuentra a cargo de la Consejo Directivo del Sena y los proyectos presentados al Fondo podrán ser financiados hasta en 224 SMMLV, con destino exclusivo del capital de trabajo del negocio propuesto. El Fondo ha financiado proyectos en casi todo el país.

¹⁷ Los modelos económicos de los países latinoamericanos son sustancialmente iguales. Para Argentina, entre otros países, las verdaderas modificaciones económicas y comerciales de sus mercados tienen inicio a principio de los años noventa con la llegada de las aperturas económicas y los convenios. Los hechos que antecedieron la libertad de los mercados se caracterizaron por la protección local y la producción y comercialización de materias primas al mundo (Alvarado Ledesma, 2004).

de las naciones¹⁸. A los problemas generados por las políticas gubernamentales se suman las debilidades de los sectores primarios; en Argentina, por ejemplo, los problemas de aftosa influyen en su participación en mercados internacionales como el de Canadá y Estados Unidos, un costo que se paga por hacer las cosas mal con orígenes institucionales gubernamentales. Por tanto, se fuerza el paso del agro tradicional a los agronegocios para lograr niveles de competitividad.

Las posibles oportunidades de los agronegocios son tema de estudio para Latinoamérica debido a la importancia del agro en la cadena de valor que se puede soportar en redes empresariales –nuevos emprendimientos y consolidación de los nacientes–. Sin embargo, para la población rural, las diferencias entre lo agropecuario y lo agroindustrial no han sido claras. Más aun, en Colombia a los problemas de indefinición y productividad se suma la problemática de la tierra.

La tierra

En Colombia el 75% de la población está en las ciudades y el 25% en el campo. La concentración de empresas está en el triángulo Bogotá, Medellín, Cali. Por tanto, la creación de empresa se agrupa en estas ciudades y las del entorno. Empero, el futuro del país se puede apalancar en el uso de la tierra. La densidad es baja. Las posibilidades de productos verdes. Terminado el conflicto se puede retornar al campo.

¹⁸ A pesar de las situaciones adversas por las que atraviesan algunos países latinoamericanos, de la anterior condición emergen emprendedores caracterizados por una esencia innovadora. El temor al fracaso, a equivocarse, a enfrentar una batalla que involucra sus principios y creencias son otras de las barreras que deben superar, en últimas tomar una decisión racional de ser empresario y asumir todas las responsabilidades que esto conlleva (Alvarado Ledesma, 2004).

La tierra es para la economía fuente de ingresos, poder y dominio social y político sobre la mano de obra, por lo cual, en algunos países, se ha logrado reglamentar su propiedad y uso. En Colombia por el contrario, según Machado (Bello et ál., 2004), no ha existido reforma agraria y, como consecuencia, el Estado ha fracasado en la promoción del acceso a la propiedad de pequeños y medianos propietarios. El mercado de la tierra es asimétrico y no hay tributos progresivos a la propiedad rural.

Tabla 1. Uso potencial y actual del suelo. Colombia, 1999 (millones de hectáreas)

Actividad	Uso potencial	Uso actual
Agricultura	18.294	4.326
Pastos y malezas	15.319	37.135
Forestal	67.093	40.729

Fuente: elaboración propia a partir de Machado (Bello et ál., 2004, p. 91).

En los últimos años, grandes extensiones de tierra han pasado a manos del narcotráfico debido al despojo violento a pequeños y medianos propietarios. Los conflictos se reflejan en bajo dinamismo del mercado de tierra, escasa tributación lograda mediante presiones políticas, la baja generación de empleo rural y expulsión de población –la frontera agrícola se ha ampliado con cultivos de coca y amapola–. Machado, en Bello et ál. (2004), asegura que esta problemática acentúa la pobreza, destruye capital social, produce desconfianza en las instituciones y genera desplazamiento.

Los emprendedores rurales, a diferencia de los emprendedores urbanos, enfrentan mayores retos¹⁹. Según Kantis (2006) solo el 10% de las

¹⁹ El concepto de emprendedor rural es expuesto, entre muchos, por Hugo Kantis en sus obras *Desarrollo Emprendedor, América Latina y la experiencia internacional y Emprendedores de origen humilde* (Kantis,

empresas objeto del análisis correspondió a la clase baja, consecuencia del menor contacto y limitantes que tienen los pobres con el mundo empresarial, unido a la poca contribución familiar que a este respecto pueda ofrecer una familia de extracción baja y la limitada formación de conocimientos ante las dificultades económicas de acceso a la universidad²⁰. En sentido opuesto, en Italia de cada cinco empresas creadas en las localidades “10 emprendedores son hijos de empresarios, mientras que en el área metropolitana esta proporción se reduce a solo 2 de cada 10” (Morri & Kantis, 2006, p. 80).

Los agronegocios

Para explicar los procesos que hacen posible la producción agrícola como sector primario, es indispensable entender las complejas situaciones que acompañan al sector secundario y terciario, considerando al primero como una dinámica no lineal y lenta en su avanzar. Para llegar a la conceptualización de los agro negocios, Alvarado Ledesma recomienda partir de un enfoque sistémico mediante la aplicación de un modelo de cadena de valor.

El sector agrícola involucra múltiples circunstancias, sus procesos son más complejos de lo que parece ser, los flujos dentro de la cadena de valor implican intervinientes mucho antes de llegar a la producción primaria como es el caso de los fertilizantes, los cuales se convierten en un eslabón de la preproducción constituyendo una subcadena

2006); en el segundo estudio tomó cien empresas formalmente constituidas, las cuales habían sobrevivido por más de tres años y lograron considerarse como Pymes, clasificadas por extracción social –clase baja, clase media alta y alta–.

²⁰ Al igual que Hernández (2008) quién encontró en Latinoamérica altas tasas de creación de empresa por necesidad, que no se integra al sector formal de la economía (De Soto, 2000).

Tabla 2. Evolución de la propiedad rural: superficie y propietarios 1984 a 2003

Hectáreas	Superficie			Propietarios		
	1984	1996	2003	1984	1996	2003
0-20	14,9	13,0	8,8	85,1	86,2	86,3
20-100	24,7	21,5	14,6	11,3	10,8	10,7
100-500	27,5	20,8	14,0	3,0	2,6	2,6
>500	32,7	44,6	62,6	0,5	0,3	0,4

Fuente: elaboración propia a partir de Codhes (2009, p. 40).

que muy posiblemente se relacione de manera directa con la gran industria.

De manera consecuente, los agronegocios deben ser definidos como la producción de materias primas que se convierten en insumos para el procesamiento industrial, la evolución de los mismos se encuentra circunscrita a fenómenos como la globalización, la competencia entre países, los cambios tecnológicos, y las modificaciones en los hábitos de consumo. Los mercados que rodean los agro negocios se caracterizan, básicamente, por su facilidad de intercambio. Los compradores mantienen un nivel de confianza estable lo que conlleva a situaciones de competencia perfecta; por lo general, para un solo productor le es imposible modificar o generalizar las condiciones del mercado, a menos que exista una concentración de producto que lo haga factible.

El precio de los productos agrícolas y los agronegocios

Las variaciones en los precios de los productos generados por los agronegocios permanecen constantes en el tiempo; los cambios están determinados por ciclos regularmente con extremos ascendentes o descendentes, esto considerando que estos productos se obtienen de manera irregular determinada por las estaciones. Los

comportamientos contrarios se generan por aumentos inesperados en la producción o fluctuaciones en importaciones y exportaciones, también influyen las modificaciones en el mercado internacional. La estabilidad de los precios puede atribuirse a la protección o intervención gubernamental, esta inelasticidad es favorable dependiendo la óptica con la cual se quiera analizar o el rol que se esté desempeñando dentro de toda la cadena de producción.

De acuerdo con Alvarado Ledesma (2004), la actividad agrícola tiende cada vez más a la agroindustria. Las razones que impulsan este fenómeno se relacionan con la complejidad de los mercados y exigencias de los consumidores. La carrera tecnológica que vive la producción agrícola parece no detenerse, esto no significa que la producción de bienes exclusivamente agrícolas o insumos desaparezca, todo lo contrario se fortalece de este proceso. La producción agrícola tiende a transformarse en productores de bajo costo a gran escala, situación que obliga a los pequeños productores a retomar nuevas estrategias para sobrevivir, una de ellas es la creación de agremiaciones o la producción diferenciada que rompa cualquier vínculo de lo que se puede denominarse como una competencia perfecta.

Todos los anteriores fenómenos generan considerables cambios en la residencia rural. Los

habitantes de las zonas rurales parecen no entender dichos cambios o, lo que es peor, le son inadvertidos. Por ejemplo, el aumento de la productividad en un corto plazo, unido a las imposibilidades de producir a gran escala genera brotes de emprendimiento mediante los cuales se producen bienes con mayor valor individual.

¿Hay diferencia entre emprender en el campo y la ciudad?

Morri y Kantis (2006) trabajaron sobre quinientas empresas de Brasil, Chile, México y Perú, por Latinoamérica, Italia y España por Europa, y Taiwán, Japón y Corea de Asia, con dos grandes grupos de empresas, unas locales (rurales) y otras metropolitanas. Sobre las primeras se afirma que de cada diez empresas nueve se dedican a actividades manufactureras tradicionales²¹, situación contraria en las empresas creadas en las metrópolis o ciudades, entre tanto que en países asiáticos como Japón o Taiwán solo un 45% de las empresas opera en actividades tradicionales. Además, dentro de los factores que influyen en la creación de una empresa destacan los valores culturales, el número y tamaño de las empresas locales y su grado de desarrollo. Las empresas locales nacen en iguales condiciones a las empresas metropolitanas; pero, estas registran un crecimiento más acelerado en ventas con claras diferencias respecto de los países asiáticos que los superan casi en un 80%.

De otra parte, encontraron que las empresas locales nacen de manera modesta y su condición se acentúa en los siguientes años, condición que puede estar ligada a los orígenes sociales y contextos de los fundadores, sin que estas se puedan

considerar como barreras en su creación. Por el contrario, no hay marcadas diferencias en fuentes de financiamiento entre los emprendedores de áreas locales y los emprendedores de las metrópolis, el apoyo familiar y los ahorros por parte de los locales unido a un escaso acceso al crédito externo, en donde todos han tenido dificultades.

El caso latinoamericano muestra una tendencia a evitar el financiamiento externo. Los emprendedores locales y metropolitanos enfrentan obstáculos; pero, las empresas latinoamericanas perciben más dificultades al momento de intentar el acceso a fuentes formales de recursos. Estos autores analizaron dos momentos: el primero relacionado con la necesidad de financiación al momento de la creación de la empresa; y el otro cuando se busca la expansión de las operaciones o etapa de crecimiento. La autofinanciación es el medio más empleado en los países latinoamericanos –casi el 80% de los emprendedores debió recurrir a sus ahorros personales o familiares para la creación de su empresa²²–, situación semejante en países asiáticos. La inversión financiera para crear empresas exportadoras en Latinoamérica no es significativa, empero, al analizar las tendencias con respecto a las empresas exportadoras, estas acuden con mayor frecuencia a la financiación externa, situación contraria en los países asiáticos. Las nuevas empresas españolas o italianas contaron con mayores posibilidades en financiamiento, con una tendencia superior en aquellas que incluyeron mayores tecnologías que las tradicionales (Stuart & Suaznábar, 2006).

²¹ Concepto que se compartió en el Foro Internacional: Experiencias Latinoamericanas en el Desarrollo de Microempresas Rurales – Homenaje a los Emprendedores Rurales (2009).

²² Los créditos y oportunidades financieras en Colombia son escasas para los emprendedores rurales afirma Polania (2010) desde el programa de Jóvenes Emprendedores Rurales que fomenta el Sena a nivel nacional, en la mayoría de los casos las iniciativas emprendedoras son financiadas con los recursos de la familia (La Nación, 2010).

Los emprendedores por necesidad tienen en sus angustias económicas los principales factores motivacionales para crear empresa, entre estas el desempleo (Moriano, 2005), considerada como la “categoría más frecuente en América Latina” (Kantis, 2006, p. 34) que junto a la extracción social de los emprendedores se refleja en el tamaño de los proyectos y la cantidad de personal que logran emplear –menor en los pobres–; la empresa es fundada en un 54% por una sola persona o por socios dentro de la misma familia y de sus miembros, solo el 23% tienen grado universitario.

El empleo del financiamiento público como otra fuente para la creación de empresas por parte de los emprendedores, es más frecuente en países como España e Italia mientras que “en los países del este de Asia la utilización de fondos públicos presenta los niveles más altos” (Stuart & Suaznabar, 2006, p. 114) y en los países latinoamericanos su utilización es muy débil.

En algunos casos en las empresas latinoamericanas, las fuentes de financiación se centran en créditos de los proveedores, anticipos de los clientes o compras de equipos usados, el acceso bancario o fuentes de financiación externa es mínimo, situación que aumenta en las empresas locales, si se consideran las variables de análisis y otorgamiento de créditos relacionadas con la sobrevivencia o adaptación a los cambios económicos en los primeros años de la empresa. El tipo de financiación se basa en créditos de proveedores o anticipos de los clientes que en las empresas latinoamericanas puede ser mucho más costoso que la financiación bancaria o más riesgoso y poco aconsejable, pues puede generar desventajas competitivas en algunos mercados (Stuart & Suaznabar, 2006). Finalmente, en cuanto a fuentes de financiación, en Latinoamérica el acceso a los créditos bancarios es restringido y

dispendioso, hecho que dificulta y limita de manera negativa los “emprendimientos dinámicos” (Morri & Kantis, 2006, p. 88).

En cuanto a la educación²³, en concreto, la formación de competencias y las diferencias que pueden existir entre los emprendedores locales y los de las metrópolis Morri & Kantis (2006) establecieron que, en el caso de los emprendedores locales, la experiencia de trabajos anteriores es bien valorada al permitir una vocación para aprender, así como, el desarrollo de habilidades y conocimientos técnicos.²⁴

Las estrategias de negocios implementadas por los emprendedores pobres encuentra una gran distinción con respecto a los más acomodados, en los primeros sus estrategias se orientan a precios bajos en mercados individuales mientras que en los segundos sus esfuerzos se enfocan a la innovación en “mercados más sofisticados” (Kantis, 2006, p. 36).

Metodología

Con el propósito de conseguir el objetivo general planteado en esta investigación se desarrollaron las siguientes fases: a) revisión teórica y de investigaciones realizadas sobre la caracterización del emprendedor rural colombiano; b) revisión de los modelos de emprendimiento del VECIANA, GEM y BI; y c) análisis de la evolución de la creación de empresas y sus emprendedores a partir de los modelos Veciana, GEM y BID.

²³ En la actualidad, el Sena ofrece once programas capacitación técnica y tecnológica para más de 945 personas en el sector rural con un portafolio de programas para promover mejores formas de producción agrícola y pecuaria que permitan mejores ingresos a sus usuarios.

²⁴ El Sena, hablando de jóvenes emprendedores rurales, prevé que el conocimiento previo originado en la herencia de oficios transmitida entre generaciones puede ser el eje central emprendimiento.

Considerando esta investigación como descriptiva se emplearon como herramientas de recolección de información a fuentes primarias encuestas a empresarios de los municipios, y entrevistas en profundidad a sus Alcaldes y otros funcionarios del gobierno municipal. Asimismo, se utilizaron técnicas de recolección y organización de información a partir de fuentes secundarias, caso de escritos e investigaciones publicadas en revistas y libros nacionales e internacionales, páginas Web y bases de datos estatales.

Análisis

Las encuestas buscaban caracterizar al emprendedor rural a partir de las variables sexo, edad, educación, tipo de empresa, sector económico, tecnología implementada, fuentes de financiación, ventas, capitales de inversión y tamaño de las empresas creadas.

Las entrevistas permitieron establecer las razones que justifican las características determinadas al sector objeto de la investigación, así como, medir su veracidad e incidencia, mediante el análisis de la información más relevante sobre las opiniones, conductas, deseos, actitudes, expectativas y experiencias de los entrevistados. El procesamiento de la información se efectuó con el empleo del *software* SPSS licenciado por la Universidad de La Salle, en el caso de las encuestas, este programa incluyen la depuración de errores, la configuración de las tablas de salida y gráficos. Con respecto a las entrevistas en profundidad se utilizó el *software* ATLASTI.

Instrumentos

La elaboración de los instrumentos de recolección de información es el resultado de un trabajo interdisciplinario de los investigadores junto con otros docentes miembros del CIINDA. En este

proceso se siguieron los lineamientos planteados por Hernández, Fernández y Baptista (2006), en su libro *Metodología de la Investigación*.

En desarrollo y estructuración de la encuesta y de la entrevista en profundidad, se acudió al apoyo de pares académicos de la Universidad de La Salle, con el objetivo de dotar a los instrumentos de la mayor confianza y validez posible, en términos de claridad de las preguntas, precisión, relevancia, comprensibilidad y pertinencia.

Referencias

- Ademar Ferreyra, H. (1988). *Aprender a Emprender. Propuesta para la organización y gestión de emprendimientos asociativos desde la institución educativa*. Buenos Aires: Ediciones novedades educativas del Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Alvarado Ledesma, M. (2004). *Agronegocios Empresa y Emprendimiento*. México: FCE.
- Bello, M. et ál. (2004). *Desplazamiento forzado. Dinámicas de guerra, exclusión y desarraigo*. Bogotá: Universidad Nacional.
- Cámara de Comercio (2003). *Observatorio económico de Bogotá* (13).
- Ecotec (2007). *Design and implementation of the pilot action "ERASMUS for young entrepreneurs"*. Enterprise and industry. Working Paper (2). Brussels.
- Fontela, E.; Guzmán, J.; Pérez, M. y Santos, F. (2006). *The Art of Entrepreneurial Foresight*. Madrid: Universidad Antonio de Nebrija.
- Fundación Corona (2007). *Entre la inclusión y la exclusión laboral*. Reporte anual 2006.
- Fundación Corona (2008). *Diez años redescubriendo la ciudad*. Reporte anual 2007. Bogotá.
- Gámez, J. (2009). *Elementos básicos de Economía*. Bogotá: Ediciones Unisalle.
- Guzmán, J. y Liñán, F. (2005). *Perspectives on Entrepreneurial Education: A US-Europe Comparison*. Madrid: Jean

Monnet European Studies Centre y Universidad Antonio de Nebrija,

Hernández, I. (2008). *Empresa, innovación & desarrollo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Hernández, S. R. (2006). *Metodología de la investigación* (4a. ed.). Madrid: McGraw-Hill.

Kantis, H. et ál. (2002). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.

Lumpkin, G. T. y Dess, Gregory (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review* 21 (1), pp. 135-172.

McClelland, D. y Winter, D. (1970). *Cómo se motiva el éxito económico*. México: Unión tipográfica editorial hispano-americana.

McClelland, D. y Winter, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea Ediciones.

Moriano, J. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid: Consejo económico y social.

Murcia, H. (1991). *El desarrollo empresarial aplicado a la actividad agroindustrial*. Bogotá: Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).

Parrado, Aranda, Villarraga, Gutiérrez, Pachón, Parra, Ángel (2009). *Núcleos de Emprendedores Rurales. Una Propuesta para el Desarrollo Rural con Enfoque Territorial*. Bogotá: Universidad nacional de Colombia.

Pereira, F. (2007). *La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista*. Bogotá: Universidad Javeriana.

Sena. *Programa de jóvenes emprendedores Rurales*. Recuperado el día 18 de febrero de 2010, www.lanacion.com.co/index.php/ezflow_site_user/Regionales/Neiva/Jovenes-rurales-ahora-seran-emprendedores.

Real Academia Española (1992). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Espasa Calpe.

Schumpeter, J. (1939). *Ciclos económicos*. México: Fondo de Cultura Económica.

Schumpeter, J. (1946). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Buenos Aires: Claridad.

Schumpeter, J. (1947). Theoretical Problems: Theoretical Problems of Economic Growth. *The Journal of Economic History* 7 (Supplement), pp. 1-9.

Schumpeter, J. (1947a). The creative response in economic history. *The Journal of Economic History* 7 (2), pp. 149-159.

Schumpeter, J. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fondo de Cultura Económica.

Stuart, R. & Suaznábar, C. (2006). El acceso al financiamiento, un reto para la creación de empresas dinámicas. *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional*. (pp.111 – 125). Bogotá: Ediciones Banco Interamericano de Desarrollo Editorial Nomos.

Tarapuez, E. y Botero, J. (2007). *Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor*. Bogotá: Universidad Javeriana.

Turriago, G. B. J. (2003). *Estudio de los procesos de reinserción para un análisis del postconflicto en Colombia-1991-1998*. Bogotá: Fundación Ideas para la Paz.

Virtanen, M. (1997). *The Role of Different Theories in Explaining Entrepreneurship*. Helsinki. México: McGraw Hill.