

nosotros hemos manejado a través de estos seminarios no hemos encontrado ningún colegio que esté trabajando con esto realmente, que tenga una materia específica que permita desarrollar el espíritu empresarial. Algunos tienen, por ejemplo, temas dentro de cursos específicos, pero como materia en sí no hemos encontrado ningún colegio que lo tenga.

P: ¿Qué diferencia sustancial se ha encontrado entre los estudiantes de Colegios Técnicos y los de Colegios Académicos?

R: Realmente, dentro de la muestra nosotros hemos ubicado una cierta cantidad de colegios públicos; dentro de esos colegios públicos hay varios colegios técnicos (casi que todos los colegios técnicos de Cali están en el sector público) y lo que hemos encontrado realmente es que el muchacho de colegio técnico vive un ambiente no del todo empresarial, pero sí un ambiente más cercano al empresarial que el de colegio privado, porque está vinculado a ciertas labores, a ciertos oficios, a ciertas manualidades, ciertas artes que le permiten de alguna manera vivir un ambiente empresarial, o por lo menos más cercano que el que vive el estudiante de colegio privado.

P: ¿Dentro del aspecto organizacional del plan de estudio para el desarrollo de la mentalidad empresarial se ha coordinado esto con ciertas acciones más concretas, especialmente de realizar un negocio, comentar con los profes-

sores y padres de familia para que pronto el estudiante de bachillerato pueda hacer parte de la junta directiva de la tienda del colegio, por ejemplo? Sabemos que los colegios, a nivel de educación física, mandan a hacer uniformes dentro de las compras que el colegio proyecta...

R: Como les comentaba no sólo la parte académica es la que se entrega al estudiante, sino también una zona de tipo formativo, y dentro de esta zona nosotros le planteamos a ellos que hagan parte no solamente de la tienda del colegio, sino también en las actividades de tipo cultural, en teatro, en poesía... O sea, que eso permita ir despertando el espíritu empresarial o el espíritu emprendedor, y de ahí saltar a lo que es la formación de un negocio. Los motivamos a ello, por supuesto, y a los profesores que asisten les pedimos su apoyo para que sigan trabajando con estos muchachos y no los dejen a la deriva.

P: ¿Los test que utilizaron para la investigación fueron validados?

R: Inicialmente hicimos una validación, y por supuesto eso fue lo que nos llevó a que empezáramos a refinar el test. Se ha venido refinando de tal forma, que ya hoy en día creemos que ese test y el post-test son de bastante confianza. Pero realmente estos tests han tenido todo un proceso, todo un cambio, hasta que hemos logrado concretar uno muy cercano a lo que realmente se debe preguntar a los muchachos.

Creación de una base de datos sobre iniciativa empresarial

Orlando Salinas Gómez

Coordinador Área Humanística E.A.N.
Profesor Seminario de Iniciativa Empresarial E.A.N.

1 INTRODUCCION

Desde su fundación en 1967 la Escuela de Administración de Negocios ha tenido como objetivo central "Hacer del profesional un empresario". En aras de este propósito ha sido política de esta institución establecer la investigación como elemento básico para generar un clima favorecedor del desarrollo del espíritu empresarial y que coadyuve a superar la retórica pragmática mediante la profundización temática sobre aspectos como el diseño de marcos teóricos, historia empresarial, empresariado e iniciativa empresarial y desarrollo económico.

En este sentido el Centro de Investigación de la E.A.N. identifica claramente cuatro áreas: Formación, Capacitación, Investigación y de Apoyo y Servicios.

El área de Formación pretende dar a conocer las bases fundamentales de la economía de libre empresa, desde los presupuestos filosóficos que tiene la sustentación hasta los conceptos económicos, sociológicos, políticos e históricos en los cuales se enmarca la iniciativa empresarial.

Partiendo de la base de que el empresario se puede formar teniendo en cuenta sus factores psicológicos y sociológicos, la presente área de formación incluye la programación necesaria para impulsar los valores y actitudes que refuerzan en el individuo la motivación de crear empresas contribuyendo al desarrollo económico y social del país.

El área de Capacitación busca dar entrenamiento en las técnicas específicas de creación y administración de negocios, proporcionando elementos de tecnología administrativa para identificar oportunidades de negocios, realización de planes de negocios y aprovechamiento de las líneas de financiación.

Esta área está dirigida a los estudiantes que diseñan y ponen en marcha un negocio.

El área de Investigación posee como meta retroalimentar el proceso de desarrollo de la iniciativa empresarial, desde el análisis de la realidad empresarial colombiana, la cual es indagada desde la perspectiva del empresario como ser social cobijado por condiciones históricas, sociales, económicas y políticas de un momento histórico determinado.

Finalmente, el área de Apoyo y Servicios persigue servir como base informativa de todo el programa de fomento a la iniciativa empresarial, incorporando en la práctica programas específicos de creación y asesoría de empresas. En ellas se establece un sistema de información integral el cual posibilitará la toma de decisiones fundamentada en la información real.

En el anterior contexto de estas áreas básicas, la creación de una base de datos es apenas un eslabón dentro de una cadena investigativa sobre la iniciativa empresarial.

La idea de un diseño surgió en 1988 como parte de un proyecto titulado "Apoyo a los estudiantes para la creación de empresas y fomento del espíritu empresarial".

Dada su factibilidad e importancia, éste justifica su implementación por cuanto comparte la filosofía de la E.A.N. impulsando la investigación como el verdadero motor de la universidad contemporánea.

En la medida en que la universidad posea un sistema de información bibliográfico para desarrollar la iniciativa empresarial, el docente podrá analizar su vocación real de empresario encontrando una metodología que lo conduzca a identificar los pro y contras de convertirse en intraempresario o en empresario independiente.

Desde esta perspectiva y en el contexto nacional es necesario iniciar un proceso de centralización de la información que ponga a disposición del usuario potencial—empresarios, estudiantes, investigadores— información que en el momento se encuentra dispersa y es de difícil acceso.

2 OBJETIVOS

Los logros conseguidos en la investigación fueron:

2.1. Generales

Diseñar una base de datos automatizada que contenga la información nece-

saria, oportuna y confiable sobre todos los aspectos pertinentes a la iniciativa empresarial, orígenes de empresas, historia empresarial y creación de nuevas empresas en Colombia.

2.2. Específicos

a) Clasificación temática de la información recopilada para la creación de empresas en Colombia.

b) Establecimiento de un archivo actualizado de temas que desarrollen el espíritu empresarial.

c) Acopio de información sobre la iniciativa y creatividad empresarial aplicadas en las áreas funcionales de Mercadeo, Producción, Finanzas y Recursos Humanos.

d) Llevar a la práctica el trabajo interdisciplinario en el cual intervienen la Facultad de Administración de Empresas con el soporte teórico y la Facultad de Ingeniería de Sistemas con el apoyo logístico.

e) Elaborar un diagnóstico sobre las necesidades reales de bibliografía de los estudiantes de los cursos de iniciativa empresarial, capacidad empresarial y creación de empresas, para programar seminarios de capacitación y actualización en las asignaturas correspondientes.

f) Servir de punto de apoyo para futuras investigaciones sobre el tema.

g) Impulsar el proceso de creación de empresas mediante la recopilación de experiencias empresariales de aquellas personas que hoy día son empresarios exitosos en Colombia.

h) Seleccionar los temas de mayor necesidad e importancia para la elaboración de un set de lecturas que será material de consulta para los estudiantes eanistas.

3 METODOLOGIA

El proceso metodológico seguido fue fundamentalmente deductivo, en donde el punto de partida general consistió en

la recopilación de información global para posteriormente arribar a la aplicación de la iniciativa empresarial en empresas específicas.

Lo anterior implica que el proceso se da en forma de espiral, en el cual la investigación resultante es simplemente el inicio de nuevas investigaciones.

El primer paso comprendió el establecimiento de fuentes primarias y secundarias de información. Las primeras apuntaban a la realización de trabajos, principalmente sobre historia empresarial. Las fuentes secundarias se orientaron al rastreo bibliográfico en entidades como Colciencias, Sena, Fundaempresa, Fedesarrollo, Unisur, Inccida, EAN, Universidad de los Andes, Universidad Nacional, gremios económicos y consultas directas en el Sides del ICFES.

Posterior a la identificación de las fuentes de información rastreamos y registramos la información obtenida en las anteriores y nuevas entidades localizadas. En este sentido están ubicadas todas las ponencias presentadas en el III Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial celebrado en México; el material de Exedu Uniandes, y las ponencias del II Congreso Latinoamericano de Investigación sobre iniciativa empresarial realizado en Caracas.

Una vez efectuado lo anterior proseguimos con la clasificación temática destacando los siguientes grupos:

- Iniciativa empresarial.
- Capacidad empresarial.
- Creación de empresas.
- Historia de empresas.
- Historia de empresarios.
- Intraempresariado.

Luego procedimos al archivo de la información en la base de datos para a partir de ello seleccionar y publicar lecturas sobre temas pre- establecidos.

A continuación acopiamos información sobre iniciativa empresarial aplicada a las áreas funcionales de Mercadeo, Producción, Finanzas y Recursos Humanos.

En seguida identificamos necesidades reales en la temática para plantear soluciones propuestas en capacitación, programación curricular y adquisición bibliográfica.

Finalmente procedimos a replantear el sistema investigativo a través de la retroalimentación de las áreas de formación, capacitación, investigación y de apoyo y servicios.

En la gráfica siguiente presentamos esquemáticamente el proceso metodológico seguido:

4 CONCEPTUALIZACION

Con el objeto de hacer claridad empresarial sobre algunos conceptos utilizados para la clasificación temática, entramos a definirlos:

Capacidad Empresarial: Es una facultad del hombre que ha existido en todas las sociedades y que es empleada para incrementar la riqueza de un país en un proceso histórico determinado.

Debe ser entendido como una alternativa económica para incrementar la riqueza de un país, región, territorio, etc., a través de la creación o desarrollo de empresas que contribuyan a hacer crecer el producto interno bruto, generen valor agregado y tiendan a la utilización de alta tecnología para el bienestar de una sociedad.

Iniciativa Empresarial: Utilización de la capacidad empresarial para emprender acciones productivas innovadoras. Se refiere específicamente a la motivación psicosocial que tiene el individuo para llegar a ser empresario.

Involucra procesos creativos, generación de actitudes, motivación al logro, autoconcepto, liderazgo e influencia de los grupos de referencia.

Creación de Empresas: Es la orientación hacia la búsqueda de una actividad productiva independiente. Su soporte es la práctica, por lo tanto su metodología consiste en el seguimiento de un plan de negocios que presenta una se-

cuencia lógica para iniciar una empresa disminuyendo el riesgo y aumentando la probabilidad de éxito.

Intraempresario: Este término acuñado por Pinchot III se refiere al empleado de una empresa que asume la responsabilidad activa de producir cualquier tipo de innovación dentro de ella.

Implica el trabajo intraempresarial en equipo hacia la innovación de procesos y/o productos.

Historia de Empresas: Aplicación de la investigación histórica en empresas que por diversas causas son ejemplo de éxito o fracaso en un momento histórico específico. Obliga a un enfoque interdisciplinario que puede darse diacrónica o sincrónicamente.

Historia de Empresarios: Al igual que el anterior, este es un tema que requiere de aplicación de la investigación histórica. Su mayor aporte requiere radicar e interpretar, a través de la historia de los empresarios, el desarrollo de la capacidad empresarial en un momento histórico determinado.

La utilidad de estos estudios es a nivel del país, puesto que las sociedades son cambiantes y por ende las condiciones sociales, económicas, políticas y culturales se transforman, ocasionando una modificación en el entorno empresarial y por supuesto, haciendo que el surgimiento de empresarios y empresas obedezca no sólo a características personales sino a condicionamientos sociológicos.

Ello trae consigo la necesidad de no desligar la historia empresarial de un enfoque interdisciplinario en el que el empresario debe ser observado desde diferentes ópticas y ramas del saber.

La historia de empresarios es un testimonio de cómo el desarrollo de la capacidad empresarial genera riqueza.

Además demuestra cómo en ciclos históricos, la generación de empleo es una alternativa concreta de desarrollo económico.

En consecuencia, la historia empresarial se convierte en un instrumento educativo para utilizar metodologías participativas en la observación de perfiles comunes de empresarios en algún sector económico, tamaño de empresa, época histórica, país, región o condiciones socio-económicas específicas.

5

TENDENCIAS DETECTADAS

De acuerdo con la recopilación bibliográfica ubicada en la base de datos sobre iniciativa empresarial, fácilmente identificamos seis corrientes o tendencias que poseen actualmente las diversas instituciones especializadas en el tema:

a) La iniciativa empresarial ligada directamente con la creación de empresas. En este sentido el enfoque está dado hacia el diseño de planes de negocios y por lo tanto tiene una estrecha vinculación con la evaluación de proyectos de inversión y los estudios de factibilidad. Ejemplos de estas instituciones son Unisur y el Sena.

b) La segunda tendencia relaciona iniciativa empresarial con desarrollo económico. En este caso el análisis temático compete a los economistas que tienen una marcada concepción shumpeteriana.

c) La tercera corriente asocia la iniciativa empresarial con procesos tecnológicos. En consecuencia liga la temática con innovación de procesos y de productos.

Los brasileros son vanguardistas en este desarrollo.

d) Esta cuarta tendencia vincula la iniciativa empresarial con la incubación de empresas como elemento básico para sembrar la semilla de nuevas empresas. La India y el ITESM de Monterrey son modelos en esta línea.

e) Una quinta tendencia atañe al papel de la universidad como impulsadora de la iniciativa empresarial, en el sentido de desarrollar en el estudiante actitudes orientadas hacia una actividad productiva

independiente. Para lograrlo el plan de estudios posee una orientación hacia la gerencia de un clima empresarial que sirva de caldo de cultivo de empresarios.

La EAN es un ejemplo concreto de la incorporación de esta temática a los planes de estudio.

f) Una última tendencia interpreta la iniciativa empresarial como una "tecnología educativa" motivada a incrementar la probabilidad de que los profesionales que graduará la universidad acometieran una actividad empresarial que condujera a la creación de nueva riqueza. La bibliografía al respecto parte de la premisa de implementar la motivación al logro como escalón de desarrollo de la capacidad empresarial. Por esta razón la información gira, en su mayoría, en torno a las teorías de McClelland.

6

CONCLUSIONES

Como en todo proceso investigativo las metas alcanzadas son puntos de partida para nuevas investigaciones. Por ello presentamos a continuación algunos aspectos relevantes dentro de la creación de una base de datos sobre iniciativa empresarial:

1) Es necesario homogenizar y normatizar, a través del ICFES, los lenguajes de recuperación utilizados por las diferentes instituciones que poseen información sobre el tema. Ello facilitará al estudiante, empresario e investigador el acceso a la información.

2) A pesar de un reciente auge de investigaciones sobre historia empresarial ellas representaban sólo el 33% del total de bibliografía recopilada. A raíz del conocimiento de esta base de datos el Centro de Investigaciones de la EAN ha presentado trabajos sobre esta temática, destacándose entre otros:

- Historia de los empresarios judíos en Colombia.
- Historia de los empresarios chinos en Bogotá.

- Historia de *El Espectador*.
- Historia de Inversiones Samper.
- Historia de un empresario santandereano.

3) El tema del Intraempresario carece de un soporte bibliográfico adecuado. El 3.9% de la información corresponde a este ítem, además la totalidad de publicaciones son extranjeras, haciéndose urgente realizar investigaciones sobre el desarrollo del espíritu emprendedor dentro de las empresas latinoamericanas y particularmente colombianas.

4) Existe un marcado desconocimiento sobre algunos temas conexos con la iniciativa empresarial. Es difícil, por ejemplo, ubicar las empresas familiares, la toma de decisiones con alta incertidumbre y el desempleo profesional dentro de una bibliografía especializada sobre el tema.

5) Sobre todo el ámbito universitario hay una orientación definida a considerar el desarrollo de la iniciativa empresarial como la generación de un clima empresarial, por ello los elementos relacionados con actitudes y motivaciones para ser empresario ocupan sitial principal en la base de datos. El 41.8% de la bibliografía identificada corresponde a esta temática.

6) Hay absoluta comprensión entre la relación de la iniciativa empresarial y los procesos tecnológicos. En consecuencia la innovación de productos y procesos; el desarrollo de las áreas funcionales orientadas hacia la creación, la generación tecnológica; y en general, la capacidad empresarial representan el 39.9% de la bibliografía incorporada a la base de datos.

7) Con respecto a las áreas funcionales, el área de Mercados presenta mayor aceptación sobre todo con la temática de la creatividad aplicada a lanzamiento de nuevos productos, publicidad y promoción, y métodos de comercialización.

8) En general el sistema de información recopilada presenta el predominio

del paradigma cuantitativo. En muchas ocasiones éste subyace al tratamiento eminentemente pragmático que lastimosamente se le ha dado al tema.

9) Hay carencia absoluta de información sobre la identificación y aprovechamiento de oportunidades de negocios a nivel territorial, regional o local.

10) Salvo algunas pocas excepciones no hay vinculación entre la iniciativa empresarial y el desarrollo económico. Escasamente los libros de historia empresarial y algunos estudios shumpetereanos intentan relacionar iniciativa empresarial con producción de riquezas, crecimiento del producto interno bruto y generación del valor agregado.

11) La producción editorial latinoamericana sobre el tema está en desarrollo. Sin embargo son escasos los libros, revistas y artículos de autores nacionales. Del 44.4% de la bibliografía latinoamericana sólo el 20% pertenece a Colombia. Ella está en consonancia con la au-

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

P: A mí me parece bastante importante que hayan tomado ustedes esa iniciativa. Yo creo que realmente es una iniciativa muy valiosa, pero quisiera llamar la atención sobre dos aspectos: El primero: es muy complejo realmente en este momento obtener y clasificar información relacionada con el tema del espíritu empresarial, sobre todo porque en las bibliotecas, como el tema no es realmente de dominio público, ni su temática es conocida a nivel de los sistemas de biblioteca, cuando llega un libro sobre iniciativa empresarial algunos lo metemos en el área de administración en los ficheros y en la base de datos y otros lo ubican en economía; si te llegó una cosa sobre motivación al logro lo pueden ubicar en psicología. Yo creo que es una tarea bastante compleja, y la pregunta en ese sentido sería: ¿cómo están rescatando esa información que no está clasificada correctamente? El se-

sencia de investigación de las iniciativas regionales.

12) Una de las mayores dificultades de la creación de la base de datos es la permanente actualización. Por tal razón ha sido diseñada en DBASE III + utilizando el compilador para esta aplicación CLIPPER para obtener mayor eficiencia.

13) Dadas las particulares condiciones económicas, políticas, sociales y culturales de los países latinoamericanos, la primera fase de construcción de la base consistió en recopilar información sobre el desarrollo de la iniciativa empresarial en ellas.

La segunda fase indagará principalmente sobre la información existente en los Estados Unidos y Europa. Se recurrirá a Interman, Babson College, Wharton Business School, Association of Collegiate Entrepreneurs, Entrepreneurship and International Business Development Program y Harvard University.

gundo punto es que nuestra experiencia en Colombia nos plantea que nosotros carecemos además de una cultura para escribir, es decir, realmente no hay una producción permanente de material, y por ejemplo en el caso de la historia empresarial estamos limitados a dos o tres escritos, todo lo que hay sobre historia empresarial son dos o tres publicaciones en el país, en medio de una gran cantidad de profesores orientados al área. Pero además del problema de la falta de una cultura en la escritura, tenemos uno todavía más grande, que me llama poderosamente la atención, y es que carecemos de una cultura para leer y consultar. No solamente los estudiantes no consultan sino que, más grave aún, nosotros los profesores realmente somos poco dados a consultar. Entonces contemplamos un problema adicional a la conformación misma de la base de datos, que sería el proceso lógico

de educación para la consulta misma de tal base de datos. No sé si se ha planeado alguna estrategia en ese sentido, pero se me ocurre que cada facultad tiene su programa para la creación de empresas, y de pronto es necesario educar a los usuarios en el manejo de la base de datos y en el tipo de consultas a efectuar. El otro punto es anterior a la base de datos: la educación para la consulta, y el punto final es que a partir de la creación de la base de datos ustedes puedan empezar a proveer documentación para ser consultada. Señalaba los sets de lectura, pero también las reseñas bibliográficas. Que sea posible acceder a las reseñas bibliográficas muy rápidamente y si no su destino sería el de todas nuestras bases de datos, desafortunadamente. El Consejo Latinoamericano de las Escuelas de Administración tiene en Medellín una base de datos valiosísima, referida a más de 2.000 casos, pero la tasa de consulta es mínima. Quisiera plantear ese problema y preguntar cómo lo han pensado resolver ustedes.

R: Yo pienso que la reflexión que ha hecho ocasionaría otra miniponencia, porque involucra algunos aspectos que son extensivos, no solamente de investigación sino dentro de un proceso educativo más amplio. En primer lugar yo tengo conocimiento de causa, ya que colaboro con el ICFES como lingüista en la realización de las preguntas del Estado en el área de español y literatura, por ejemplo. Y eso ha desembocado en la captación de un "problemita" de profundas connotaciones, como, por ejemplo, que se ha tenido que incluir la materia de español en los programas académicos de administración, y en general en los de todas las universidades, porque se trata de un problema no sólo de los administradores que estamos produciendo: no hay comprensión de lectura, no se desarrollan las habilidades comunicativas básicas para la producción de nuestros propios textos. O sea, que pienso que es un problema que toca la génesis del proceso educativo: la pérdida del lenguaje como medio de aprehensión de la realidad. Se está bajando en eso, pero pienso que es una

labor a largo plazo, la recuperación de la lectura por el estudiante, recuperación que debe tender a que escribamos sobre el tema. No existen bibliografías colombianas por ejemplo, sobre historia empresarial, no porque no exista motivación sino porque existe "pereza para producir nuestros propios textos". Eso sería lo primero, y lo segundo, se refiere a una traba burocrática generada inconscientemente por el ICFES a través del código TESAURO buscando que todas las bibliotecas universitarias y en general todas las bibliotecas existentes operen con el famoso código. El TESAURO es el código de la lista de encabezamiento de materias, y como dicho código no contempla ninguna temática sobre iniciativa empresarial, no van a enviar una comunicación a las universidades, a las entidades universitarias para que coloquen encabezamientos de clasificación de materias que el ICFES no posee. La conclusión, más bien un llamado, es que se palpa la necesidad de normalizar a través del ICFES toda la clasificación de materias sobre el tema.

También se plantea lo que usted mencionaba específicamente, y es que es necesario que esta capacitación no sólo sea para los estudiantes sino para todas las personas que directa o indirectamente están involucradas en el tema. Por ejemplo, en estos momentos es triste saber que estamos dependiendo de un funcionario de biblioteca para poder desarrollar alguna temática específica. Nosotros, los que estamos involucrados en el tema, de pronto tenemos algún mínimo criterio para entrar a ubicar algunos libros, buscando por empresas familiares, o buscando por logro, o buscando por creatividad. Pero el problema no es sólo de nosotros, el problema toca con la gente que sin tener conocimiento previo quisiera tener acceso a esa información, y entonces se precisa la capacitación. Por eso este programa, esta iniciativa, es simplemente el resultado de la formulación de cuatro áreas: formación, capacitación, apoyo y servicios, y finalmente investigación. Un caso patético es que hay un artículo bastante hermoso del doctor Mendoza, producto de un encuentro de investigadores en

Colombia sobre gerencia emprendedora, pero que no aparecía clasificado ni siquiera en la Biblioteca de Administración de Negocios, especializada en el tema de la iniciativa empresarial o capacidad empresarial, sino que está ubicado de pronto en los anaqueles como un tema más dentro de la administración de empresas.

Pienso que una de las urgencias es precisamente tratar de normalizar a través del ICESFI las listas de encabezamiento de materias; la otra urgencia se refiere a la posible alfabetización por computadores, por ejemplo, y lo tercero sería la recuperación de las habilidades comunicativas básicas para que entremos a producir nuestros propios textos.

El seminario aplicado: “Cómo montar y gerenciar su propia empresa”, una experiencia exitosa de capacitación de nuevos empresarios

Javier Orlando Gordillo L.

Fundador y socio de DESACOL.
Actualmente consultor de la firma Nathan Associates Inc.
en el Small Business II Project USAID/Honduras

Buenas tardes a todos ustedes. Para mí es un honor ser conferencista en este IV Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial. Aspiro a no defraudarlos en los minutos que vamos a compartir, y a que esta vivencia les dé algunas luces para llevar a feliz término su deseo de convertirse en empresarios.

Primero que todo, agradezco la invitación del ICESI y en particular a los doctores Rodrigo Varela y Jorge E. Jiménez. Asimismo, quiero agradecer al grupo de profesionales y empresarios vinculados a DESACOL por delegarme su vocería. En este grupo sobresalen los doctores Jaime Alberto Cabal S., Diego Fernando Ramírez y Hernán Ortiz Ch. y los empresarios Guillermo Rodríguez Palau, de “Tubos de Cartón de Colombia”; Jonás Cardona, del “Rancho de

Jonás”; Alberto Fenger, de “Helados Naturalito” y Manuel Orozco, de “MAO Publicidad”.

En esta charla vamos a mostrar una experiencia de capacitación de nuevos empresarios que se inició en 1984, y que a partir de ese momento ha jugado un papel muy importante en el desarrollo del espíritu empresarial en el país. Nos referimos al seminario aplicado “Cómo montar y gerenciar su propia empresa”, que es en esencia un producto educativo de alta demanda y aceptación en el mercado colombiano.

Inicialmente describiremos el seminario en sus aspectos fundamentales tales como sus objetivos, el enfoque metodológico utilizado en su ejecución y el contenido que se desarrolla.