

PROGRAMA DE APOYO AL SURGIMIENTO DE NUEVOS EMPRESARIOS, A TRAVES DE DIFUSION DE LA CULTURA EMPRESARIAL POR DIFERENTES MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

ADRIANA CRUZ PEREZ N.

SECRETARIA DE DESARROLLO INDUSTRIAL Y COMERCIAL. OAXACA-MEXICO
CENTRO DE DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL. CALI-COLOMBIA

Introducción

En los últimos años la economía mundial se ha caracterizado por un intenso proceso de formación de bloques o agrupaciones de países, bajo distintos tipos de organización, pero con un objetivo común: la modernización del perfil productivo; es decir, pasar de generador de materias primas y productos escasamente elaborados a una estructura económica que incorpore un mayor valor agregado a sus productos.

Hoy por hoy es indiscutible la necesidad que tienen las naciones, y específicamente las latinoamericanas de hacer frente a este reto, resumido, en:

- Globalización / Competitividad / Modernización
- Información / Redes / Comunicación
- Rompimiento de Jerarquías / Flexibilidad y rapidez
- Asociacionismo / Alianzas estratégicas
- Desarrollo Tecnológico/ Adaptación / Transferencias, fundamentado básicamente en la educación, capacita-

ción y actualización permanente y constante de los habitantes, agentes económicos de nuestras sociedades.

En este contexto, la promoción, creación y desarrollo de empresas competitivas, debe constituirse en un objetivo fundamental de la reactivación económica y de la generación de empleos, responsabilidad no sólo del Estado, ni de los mismos sectores productivos, ni de las instituciones de educación, sino de toda la sociedad, elevando con ello el nivel y calidad de vida de la población.

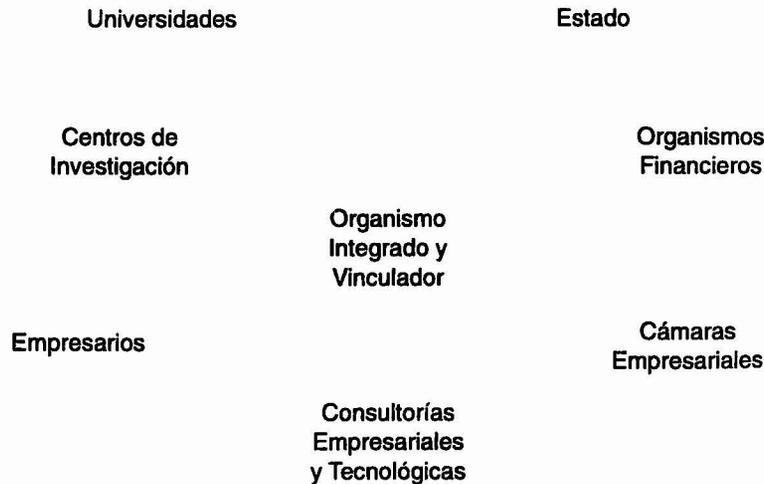
Por lo tanto, México, y en este caso el estado de Oaxaca, localizado al sureste del país, a través del gobierno del estado y el concurso de varios organismos que apoyan el desarrollo empresarial han instrumentado una serie de mecanismos concretos con el objetivo de fomentar una cultura empresarial, propiciar y apoyar iniciativas empresariales locales, atraer inversiones, apoyar las exportaciones, proteger los recursos y el medio ambiente, dinamizando la actividad económica y la generación de riqueza.

I. Centro Multiplicador de la Pequeña Empresa

I.1 Marco contextual

El Centro Multiplicador de la Pequeña Empresa (C.E.M.P.E), depende de la **Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial** del Estado de Oaxaca, y fue creada en 1993, como una propuesta de investigación presentada por cierto en el **VII Congreso Latinoamericano Sobre Espíritu Empresarial**, que se organizó por la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, Ciudad de México.

* AUTONOMO Y DESCENTRALIZADO



I.2 ¿Qué es el C.E.M.P.E.?

Es un centro de información, gestión, orientación, asistencia técnica y apoyo a la creación y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa de Oaxaca.

I.3 ¿Cuál es su objetivo?

Fomentar la Cultura Empresarial en el estado, coadyuvando a la promoción, creación, consolidación y desarrollo de empresas, contribuyendo a la genera-

La propuesta que presenté fue en el sentido de crear un organismo que sin requerir la creación de otros entes burocráticos adecuara la infraestructura, integrando y coordinando los esfuerzos dispersos, duplicados y aislados de universidades, centros de investigación y organismos privados y públicos, vinculando y orientando a los mismos hacia un objetivo común: fomento de una cultura empresarial, hacia un desarrollo económico.

ción de empleos y dinamización de la economía.

I.4 ¿A quiénes apoya?

Al nuevo empresario y empresario de empresas Consolidadas, micros, pequeñas y medianas, que estén dedicadas o se vayan a dedicar a alguna actividad relacionada con la **industria, el comercio, el turismo, las artesanías**, entre otras.

I.5 ¿Qué ofrece?

Se divide su función básica en cinco áreas, divisiones o gerencias:

a) Área de Promoción Empresarial

- Programa de Emprendedores
- Programa de Difusión de la Cultura Empresarial
- Programa de Incubadoras de Empresas
- Programa Centro de Negocios.

b) Área Gestión e Intercambio Empresarial

- **Ventanilla Unica de Gestión.** En un solo lugar todos los registros y trámites de constitución de Empresas.
- **Centro de Información Empresarial.** Banco de Datos nacional e internacional, para detectar oportunidades de negocios.

c) Área de Mejoramiento Empresarial

- Capacitación y diagnóstico Empresarial
- Cursos destinados a mejorar la actividad gerencial y proporcionar asistencia técnica a cualquier tipo de empresas; así como sus programas de calidad de vida en el trabajo y mejora continua.

d) Área de recursos

- **Ventanilla Unica de Financiamiento**
- **Sociedad de Inversión de Capital**

Toda la información sobre los mecanismos de trámite a los usuarios de servicios financieros de la micro, pequeña y mediana empresa.

e) Área jurídica

- Programa desregulador de la actividad económica.
- Asesoría jurídica, laboral, mercantil, fiscal y en cualquier otro para el desarrollo empresarial.

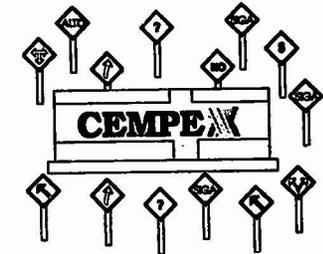
I.6 ¿Que beneficios se obtienen?

- a) Ya no acudir a diversas dependencias para obtener gestoría, información, asesoría y apoyo; todos los servicios en un solo lugar.

b) Ahorro considerable de tiempo, evitando tramites innecesarios y duplicidad de requerimientos de documentación.

c) Uniformidad en los lineamientos e instrucciones para la integración ágil y oportuna de la empresa.

d) Control en el seguimiento y desarrollo de las etapas de integración de expedientes.



II.- Área de Promoción Empresarial

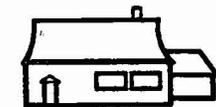
II.1 Marco Contextual

Al igual que las demás áreas, ésta es fundamental, puesto que no se puede hablar de apoyos al desarrollo de empresas, si no existen actitudes emprendedoras, iniciativas empresariales, cultura empresarial y por lo tanto no habrá a quiénes apoyar, ya que para que se justifique la creación de este centro es necesario el binomio:

a) Sujeto / Emprendedor con ideas



b) Objeto / Proyectos y/o Empresas



Por lo tanto, la primera fase a cubrir por este centro es la de proporcionar la gestión de emprendedores (**Sujetos / Activos**) y empresas (**Objeto / Pasivo**)

II.2 Objetivo General

Promocionar la gestión, creación, crecimiento y desarrollo de empresas en el Estado, con el fin de propiciar el desa-

rollo económico y consecuentemente aumentar el nivel de la calidad de vida de la sociedad

Objetivos específicos

- a) Difundir una cultura empresarial a la comunidad, a través de la creación de redes de información, con el fin de comunicarse, apoyándose en diferentes medios masivos de comunicación, como: televisión, radio, prensa, medios electrónicos vía datos, audio y video.
- b) Fomentar una actitud emprendedora, con el fin de estimular la actividad empresarial en el Estado, a través de instituciones de educación básica, media y superior, organización de eventos, apoyo en los diferentes medios masivos de comunicación.
- c) Crear espacios físicos y de vinculación entre universidades, centros de investigación, instituciones financieras, empresarios y gobierno, con el fin de propiciar y apoyar la gestión, crecimiento y desarrollo de empresas, preferentemente del sub-sector manufacturero, del sector servicios y las empresas de base tecnológica.
- d) Crear base de datos y orientación a los empresarios en materia de desarrollo tecnológico.
- e) Crear un centro de negocios, en donde se promuevan encuentros entre empresarios, clientes, organismos públicos, privados, financieros, de consultoría, capacitación, educación, investigación, gubernamentales y empresas.

II.3 Programas desarrollados

II.3.1 Programa de emprendedores

Objetivo:

Coordinar las acciones de organismos públicos y privados abocados al desarrollo de la cultura empresarial, con el fin de conjuntar esfuerzos.

Estrategias:

- a) Promoción de congresos sobre desarrollo empresarial.
- b) Promoción de diplomados en desarrollo empresarial, proyectos de inversión.
- c) Promoción de paquetes para becar con cursos de capacitación y asesoría a emprendedores.
- d) Promoción y organización de cursos, conferencias, seminarios para motivar, inducir y capacitar a autoridades y profesores de educación y así multiplicar y difundir la actitud emprendedora en los jóvenes estudiantes.
- e) Establecer vínculos con instituciones de educación.
- f) Establecer vínculos con asociaciones de desarrollo empresarial, que ofrezcan paquetes educativos en este sentido
- g) Proporcionar la creación de asociaciones de emprendedores para que de manera organizada se les pueda apoyar con asesoría, capacitación, orientación y financiamiento.
- h) Propiciar la organización de exposiciones de las ideas (prototipo), proyectos o empresas de nueva creación que presenten alto contenido de valor agregado, creatividad e innovación (nuevos empresarios).

II.3.2 Programa Incubadoras de Empresas

Objetivos:

Promover y apoyar la creación, consolidación y desarrollo de micros y pequeñas empresas competitivas y generadoras de fuentes de empleo, que impacten positivamente el desarrollo tecnológico y económico del estado.

Objetivos específicos:

- a) Fomentar y coordinar la generación de empresas que compartan desde

la infraestructura hasta los servicios de promotoría para el financiamiento y la operación.

- b) Crear micros y pequeñas empresas, constituidas en personas físicas y/o morales, dedicadas a actividades manufactureras y de servicios, tradicionales y de base tecnológica, no contaminantes y generadoras de fuentes de empleo, que busquen crear y conformarse en una empresa sólida y competitiva.
- c) Promover y gestionar líneas de crédito a través de fondos creados para apoyar a la micro y pequeña empresa, como:
 - * Nafin
 - * Fideapo
 - * Solidaridad
 - * Fidetec (Conacyt)
 - * Admic
- d) Proporcionar servicios de incubación en un mismo espacio físico (albergue) y fuera de éste.
- e) Vincular a las instituciones de educación superior, así como a los centros de investigación públicos y privados relacionados con la formación de emprendedores, la asesoría, la consultoría, la elaboración y evaluación de proyectos de inversión, la capacitación empresarial, la asistencia técnica y la investigación tecnológica; con el sector productivo y el gobierno.

II.3.3 Programa centro de negocios

Pretende dar respuesta a una necesidad de la entidad de crear en un solo espacio un lugar donde se puedan realizar:

Convenciones: siendo el estado un destino turístico de los más importantes en el país, se requiere un centro donde se puedan realizar congresos y convenciones con capacidad de hasta 3.000 personas y de carácter internacio-

nal, con la infraestructura hotelera y de servicios que se requiere para este fin, en donde a su vez se puedan realizar:

Exposiciones: de carácter permanente (negocios establecidos) exposiciones de artesanías, pictóricas, etc., Y temporales, donde se organicen este tipo de eventos que apoyen la promoción de empresas de la entidad y la región.

Negocios: el proceso de apertura comercial actual, nos obliga a fomentar la promoción de nuestros productos y servicios; así como incrementar nuestros contactos comerciales. Este centro de negocios internacionales pretende un mayor acercamiento entre exportadores e importadores, interesados en hacer negocios en la región sur de México.

Promotoría: en este mismo lugar de encuentro entre empresarios, clientes, usuarios, expositores y prestadores de servicios: bancarios, financieros, legales, fiscales, seguros, publicidad, transporte, consultoría, capacitación, investigación, orientados a agilizar nuevos negocios, se creará el "cerebro en información de negocios" (World Trade Center), negocentros, casas de negocios de otros países (empresas "ancla").

Recinto ferial y de entretenimiento: es un proyecto paralelo al anterior, pero no necesariamente en el mismo espacio, donde se podrán organizar ferias regionales de consumo, de índole popular, donde se den cita empresarios y público en general.

II.3.4 Programa de difusión de la cultura empresarial

Objetivo general:

Difundir a través de diferentes medios: asistencia técnica, información y orientación; con el fin de difundir y fomentar la cultura empresarial, propiciando el desarrollo empresarial del estado.

III. Programa de difusión de la cultura empresarial a través de diferentes medios:

III.1 Proyecto en prensa

Difusión a través de prensa

Hemos diseñado una herramienta para hacer llegar información al empresario: con tres enfoques diferentes y en función del nivel de crecimiento de las empresas:

1. Al emprendedor, creador de nuevas empresas.
2. Al empresario de pequeñas empresas,
3. Y al empresario de la mediana empresa.

La característica principal de esta herramienta de difusión a través de prensa, es la novedad de brindar series coleccionables sobre datos relevantes para la formación de una empresa, con un lenguaje accesible al público en general, a la vez de proporcionar en este mercado cada vez más competitivo información sobre oportunidades de inversión, enlaces empresariales, índices económicos y financieros, eventos relacionados con la actividad empresarial en el estado, en el país y en otros países.

Iniciamos el sábado 30 de octubre de 1993, en el diario de mayor circulación en el estado, como es el periódico Noticias, sin costo alguno, se presenta cada una de estas planas con enfoques dirigidos a diferentes estratos de desarrollo empresarial, una vez por semana.

La plana dirigida al emprendedor se llama "Crear Empresas... Misión de Todos", en este momento presentamos la serie coleccionable: "Convírtase en Emprendedor", con dieciséis temas que cubriremos aproximadamente en cuatro meses, firmamos para ello un convenio de colaboración con desarrollo empresarial en Monterrey, A.C., Posteriormente presentaremos la serie "Si las empresas hablaran", igualmente a

cubrir en cuatro meses; y la serie "Creación de Empresas", elaborado por el ICESI

Es importante destacar que este material ha sido elaborado por investigadores y profesores de desarrollo empresarial de diferentes instituciones de prestigio en el estado, en el país, y del extranjero.

La plana dirigida al pequeño empresario, se llama "Pequeños Negocios: Futuro de Oaxaca", en apoyo a los grandes y pequeños empresarios, y la plana dirigida al empresario de la mediana empresa, se titula "Entre Empresarios: la Empresa, Origen de la Riqueza", han sido elaborados con información proporcionada por diferentes organismos que apoyan la creación de empresas, como: Nacional Financiera, Organización Internacional del Trabajo, Banco de Comercio Exterior, entre otras.

Estos temas presentados de manera sistematizada proporcionan orientación y capacitación para iniciarse en los negocios, así como crecer y desarrollar empresas.

III.2 Proyecto en radio

Difusión a través de la radio

Iniciamos en 1994, una serie sistematizada de cápsulas informativas de interés para el empresario, a través de la transmisión en Radio Ofr, en su hora de mayor audiencia.

El contexto de los mismos será: información general de los programas de apoyo al desarrollo de empresas por instituciones estatales y nacionales, sectores productivos prioritarios en el estado, apertura comercial, fuentes de financiamiento y su mecánica de operación, espacio para la interrelación del empresario con el prestador del servicio empresarial, así como programas con entrevistas en vivo, hechas por empresarios de reconocido prestigio en la entidad y al igual que en la prensa con dos

enfoques diferentes; es decir, información de interés al empresario que se inicia en los negocios (conocido como emprendedor), información de interés para el empresario de la Pequeña empresa.

III. 3 Proyecto en televisión

Difusión a través de la televisión

Como parte importante de esta herramienta de difusión de la cultura empresarial, reafirmaremos la información presentada en prensa y radio con programas televisivos que plantearán los escenarios de corto y largo alcance a nivel estatal, nacional e internacional en materia económica y de desarrollo empresarial, planteando la problemática concreta de cada una de las ramas económicas más importantes del estado.

Realizamos un acuerdo de colaboración con Nacional Financiera y Canal 9 T.V. Oaxaqueña, para transmitir esta serie cada quince días con duración de una hora por programa. Paralelamente, al igual que la serie de prensa y radio, se proporcionará orientación y asesoría al empresario en función de las necesidades que éste plantee.

La característica principal de los programas televisivos será la transmisión en vivo y con teléfonos abiertos al público, con el fin de contar con un medio para acercar al público con el funcionario, especialista, investigador y empresario, y con ello crear un ambiente favorable y una actitud emprendedora para iniciarse y/o desarrollarse en la actividad económica del estado.

III.4 Proyecto en medios electrónicos

Se pretende aumentar la cobertura de difusión a través de:

Infofax

Correo electrónico

Modem

Transmisión de audio y video, (televisión) vía satélite

III.5 Proyecto de eventos especiales

El reto de difundir y fomentar actitudes emprendedoras no es sencillo y menos en un estado como el nuestro, con todas sus ventajas y limitaciones, no obstante, pretendemos organizar eventos que permitan lograr en parte el objetivo planteado, como exposiciones de emprendedores y empresarios consolidados, con una dosis de información, sobre el proceso de creación de empresas, conferencias motivacionales, orientación técnica y encuentros de negocios.

La organización de congresos que cubren este propósito es relevante, por lo tanto pretendemos organizar el X Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial del ICESI. en Oaxaca, México.

IV. Alianzas estratégicas establecidas

Se han establecido alianzas estratégicas para lograr los objetivos planteados en cada uno de los programas y proyectos con organismos públicos y privados, que en verdad sin ellos este esfuerzo multiplicador será imposible de realizar solo por el gobierno del estado.

PROGRAMA**ALIANZAS**

I. Emprendedores	Desarrollo Empresarial de Monterrey, A.C. Desarrollo Empresarial Mexicano, A.C. Instituciones de Educación e Investigación Locales y Nacionales. Despachos de Consultoría. Organizaciones de Eventos Especiales.
II. Incubadoras	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Yucatán. Cámaras Empresariales. Instituciones de Educación e Investigación. Banca de Desarrollo e Intermediarios Financieros
III. Centro de negocios	Despachos de consultoría Cámaras empresariales. Fondos Nacionales e Internacionales.
IV. Difusión	Radiodifusoras Entidad. Periódicos Entidad. Desarrollo Empresarial de Monterrey, A.C. Televisión Estatal. Nacional Financiera. Banco de Comercio Exterior. Consejo de Población. Cámaras Empresariales. Consultores Independientes. ICESI Colombiano.

V. AVANCES Y EXPECTATIVAS

Programa	Avances	Expectativas
I. Emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio colaboración Demac, Instituciones de Educación e Investigación. • Primer Tianguis del Emprendedor. • Talleres de Creación de Empresas. • Concurso Emprendedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantar programas emprendedores en cada una de las universidades del Estado. • Tianguis del Emprendedor en otras regiones del Estado. • Convenio Desarrollo Empresarial mexicano. • Financiamiento Amigo Emprendedor.
II. Incubadoras	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Centro Incubador de Empresas Oaxaca, fondos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantar incubadoras de empresas en el Estado.
III. Centro de negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos Proyecto del Centro de Negocios Internacionales de Oaxaca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantar centro de negocios en el Centro Histórico. • Implantar recinto ferial.
IV. Difusión cultura empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión prensa y radio iniciando cobertura local. • Exposiciones de apoyo a la micro, pequeña empresa. • III. Congreso Internacional de Emprendedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión en televisión. • Cobertura estatal y nacional. • Difusión nacional e internacional de información por medios electrónicos (biblioteca compartida). • IX Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial.

Conclusiones

En Latinoamérica y en México, al igual que en otros países menos industrializados, se da un creciente interés por el establecimiento de vínculos efectivos o alianzas estratégicas, a través de diferentes mecanismos, como:

- Empresas integradoras
- Asociacionismos
- Alianzas con otras empresas locales, nacionales o extranjeras.
- Vínculos entre instituciones académicas y la sociedad.
- Modernización del perfil productivo.
- Formación de empresarios y progra-

mas de surgimiento a nuevos empresarios.

- Vínculos entre desarrollos tecnológicos-producto-mercado.

Finalmente, el crecimiento económico de un estado y país están en función directa de las actitudes y nivel de conciencia de sus habitantes, del papel protagónico que juegan como agentes de cambio, como dinamizadores de economías y que asociados, integrados, aliados con los otros sectores, como el gobierno, organismos, instituciones académicas y empresarios, se podrán **multiplicar esfuerzos** y así poder hacer frente a la nueva era.

FRANQUICIAS, ESTRATEGIA SEGURA Y RENTABLE DE CREACION DE NUEVAS EMPRESAS

JAVIER ORLANDO GORDILLO L.
JAIME ALBERTO CABAL S.

INTRODUCCION

Desde 1984 DESACOL viene realizando actividades de promoción y capacitación en creación de empresas en Colombia. Sus seminarios *Cómo Montar y Gerenciar su Propia Empresa*, *Proyección Empresarial de la Mujer* y *Cómo Prepararse para el Retiro Laboral Montando su Propia Empresa*, han sido el vehículo eficaz para lograr que importantes núcleos de la población colombiana se capaciten para ser empresarios.

En dichos seminarios se instruye a los participantes sobre las opciones que tienen para iniciar negocios, siendo la franquicia una de ellas.

El alto interés de los asistentes por conocer sobre las franquicias, el impacto que tiene este sistema de creación de empresas a nivel internacional y el proceso de apertura económica, llevaron a la conclusión de que era necesario profundizar en su conocimiento e iniciar la promoción de dicho sistema en el país.

Por esta razón, desde 1989, DESACOL inicia una labor de estudio y conoci-

to de la experiencia internacional en franquicias, viajando a ferias, seminarios, conferencias y congresos en Estados Unidos, Francia, España, México, Brasil, Chile y Argentina y estableciendo nexos con reconocidos expertos internacionales.

Como fruto de estas gestiones internacionales DESACOL decide iniciar la generación de una *cultura de franquicias* en Colombia mediante la realización de simposios y seminarios internacionales. A la fecha ha realizado seis eventos de esta naturaleza en los que han participado cerca de 400 empresarios e inversionistas. Paralelo a las actividades académicas, DESACOL ha realizado ruedas de negocio en las que representantes de franquicias internacionales han presentado sus ofertas a potenciales inversionistas.

Otro hecho que merece destacarse dentro de este esfuerzo pionero de DESACOL es su vinculación a la red que promueve el desarrollo del sistema de franquicias a nivel internacional. DESACOL tiene nexos importantes con la Asociación Internacional de Franquicias, IFA,