

**CARACTERIZACIÓN DE UN EMPRESARIO.
ESTUDIO DE CASO: NOE PULIDO.**

SANDRA MILENA GARCÍA ANGULO

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.
2012**

**CARACTERIZACIÓN DE UN EMPRESARIO.
ESTUDIO DE CASO: NOE PULIDO.**

SANDRA MILENA GARCÍA ANGULO

**Trabajo de investigación presentado para optar por el título de Finanzas y
Negocios Internacionales**

Asesor:

NETTY CONSUELO HUERTAS

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.**

2012

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartagena de Indias D.T y C., Abril 23 de 2012

AUTORIZACIÓN

Yo, **SANDRA MILENA GARCÍA ANGULO**, identificada con cédula de ciudadanía #1.047.393.431 de Cartagena, autorizo a la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR para hacer uso del trabajo de grado titulado “**CARACTERIZACIÓN DE UN EMPRESARIO. ESTUDIO DE CASO: NOE PULIDO**” y publicarlo en el catálogo On-line de la biblioteca.

Nombre

SANDRA MILENA GARCIA ANGULO

C.C. # 1.047.393.431 de Cartagena

Señores:

COMITÉ CURRICULAR

PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Ciudad.

Presento a consideración el *trabajo de investigación*, titulado: **“CARACTERIZACIÓN DE UN EMPRESARIO. ESTUDIO DE CASO: NOE PULIDO”**, como requisito para optar el título en Finanzas y Negocios Internacionales

Cordialmente,

SANDRA MILENA GARCÍA ÁNGULO

C.C. # 1.047.393.431 De Cartagena

DEDICATORIA

Doy gracias a Dios, por las oportunidades que me ha dado en la vida. Por permitirme llevar a feliz término este trabajo investigativo que hoy pongo a su consideración,

A mis padres, por todas sus enseñanzas, por su lucha día a día, para construir un mundo mejor. Por su apoyo incondicional, por brindarme un verdadero hogar donde reina la armonía, la unión y el amor. Por ser nuestro ejemplo a seguir.

A mis hermanos, por su cariño y apoyo, por mantenernos fieles a las enseñanzas de nuestros padres, por no defraudar la confianza que nos han brindado.

A mi esposo e hijo, por soportar mis horas de ausencia, por ser ellos el motor de mi vida, quienes mueven mis pasos.

A los docentes de la Universidad Tecnológica de Bolívar, por los conocimientos transmitidos.

A mi asesora, Netty Consuelo Huertas, por sus horas de paciencia, guía y conocimientos, por haber acortado las distancias para acompañarme y guiarme en este proceso.

Gracias

Sandra Milena García Ángulo

CONTENIDO

<u>INTRODUCCION</u>	<u>10</u>
<u>0. DISEÑO DEL TRABAJO</u>	<u>11</u>
0.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	11
0.2 OBJETIVOS	14
0.2.1. OBJETIVO GENERAL	14
0.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
0.3 JUSTIFICACIÓN	14
0.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	18
0.5 METODOLOGÍA DE TRABAJO	23
0.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	23
0.5.2. ETAPAS	23
0.5.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL	24
0.5.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	25
0.6 LOGROS ESPERADOS	25
<u>1. REVISIÓN TEÓRICA O BIBLIOGRÁFICA.</u>	<u>26</u>
1.1. EL CONCEPTO EMPRESARIO	26
1.2. HISTORIOGRAFÍA.	28
1.3. TEORÍAS ECONÓMICAS EMPRESARIALES.	39
2. CONTEXTO SOCIO DEMOGRÁFICO Y ECONÓMICO DEL EMPRESARIO	46
<u>3. CONTEXTO DEL SECTOR ECONÓMICO</u>	<u>51</u>

<u>4. RELACIÓN SISTEMÁTICA DE LA VIDA DE NOÉ PULIDO MUÑOZ Y SU NEGOCIO EN EL ESTUDIO</u>	<u>55</u>
4.1. CONDUCTA ECONÓMICA	55
4.2. EMPRESARIO Y ESTADO	66
4.3. PERFIL SOCIOECONÓMICO	68
4.4. ESTILO DE VIDA	70
4.5. MENTALIDAD/IDEOLOGÍA	71
<u>5. CONCLUSIONES</u>	<u>766</u>
<u>6. BIBLIOGRAFIA.</u>	<u>788</u>
<u>7. ANEXOS</u>	<u>811</u>

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa del departamento de Cundinamarca	46
Figura 2. Mapa de a localización de Fusagasugá en el contexto del país	47
Figura 3. Plaza de Fusagasugá, Cundinamarca.	48
Figura 4. Foto del Señor Noé Pulido Muñoz	55
Figura 5. Bodega de Distribuidora Universal	61
Figura 6. Empresario y el Estado	66

INTRODUCCION

El presente trabajo investigativo, hace parte de la historia empresarial de Colombia o historiografía empresarial, la cual, a pesar de la importancia de los empresarios en el desarrollo económico de las regiones, ha sido poco promulgada.

Con la presente investigación se pretende mostrar la importancia del tema y cómo los empresarios con sus ideas y decisiones, son capaces de contribuir a disminuir los índices de desempleo en el sitio en el cual se ubican, mediante la generación de puestos de trabajo, además de participar en el PIB de la ciudad. Este estudio logra determinar que Noé Pulido cumple con esta misión y aporte a la ciudad, la región y el país.

La investigación se desarrolla mediante capítulos, donde inicialmente se trata el planeamiento del problema, justificación, objetivos, marco referencial, con los antecedentes de la investigación, así mismo se define la metodología de la investigación, delimitación, población, entre otros.

En un primer capítulo se establece una revisión teórica o bibliográfica del tema en estudio, para posteriormente caracterizar el contexto socio demográfico y económico del empresario, en estudio, con el fin de determinar el entorno en el cual éste se desarrolla.

En un tercer capítulo, se identifica el contexto del sector económico en el cual se desenvuelve el negocio del empresario y ya en el cuarto capítulo, se establece una relación sistemática de la vida y negocio del empresario en estudio. Finalmente, se encuentran los aspectos más relevantes a manera de conclusiones.

0. DISEÑO DEL TRABAJO

0.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En lo referente a creación de empresas, la posición colombiana es débil debido a la no existencia de capital de riesgo, falta de plan de negocios de arranque de las empresas y la dificultad para empezar un nuevo negocio.

Colombia es uno de los pocos países donde no es fácil iniciar una nueva empresa aunque se tenga un excelente plan de negocios que demuestre su viabilidad. A pesar de existir algunos programas de financiación para los nuevos planes de negocios e incentivar la creación de empresas, como los programas de “Destapa Futuro Bavaria”, el Fondo Emprender, del SENA, Venture’s Capital de Augusto López (Expresidente del Grupo empresarial Bavaria, quien hoy le apuesta a los negocios del futuro sin esperar retornos inmediatos en el corto plazo, pero sí grandes rentabilidades en el futuro, junto con Jaime López, Luis Gabriel Botero, inversionistas del Grupo Empresarial Antioqueño y Juan Diego Fajardo, el recién nombrado gerente de Mercuriu's Ventures), quienes realizan una convocatoria anual para seleccionar proyectos con alto potencial, son pocos los elegidos y en muchas ocasiones se maneja el tráfico de influencias, no permitiendo que los programas lleguen a quienes verdaderamente lo necesitan y poseen los mejores planes de negocios.

Más no es posible afirmar que la última opción esté disponible en el mercado colombiano, porque la principal fuente de financiación sigue siendo el crédito, cuya obtención se rige por el criterio exclusivo de contar con las garantías financieras necesarias. La inexistencia de mercados accionarios y de bonos para nuevas

empresas, y de capitales de riesgo hace más difícil el inicio de una nueva empresa¹.

El Ministerio de Desarrollo Económico, presentó la política para el fomento del espíritu empresarial y la creación de empresas en la cual se afirma que ésta es la primera vez en que este tema se convierte en política de Estado con la aprobación de la ley de la Micro, Pequeña y Mediana empresa. Sin embargo esta capacidad no se ha traducido en un ritmo de creación de empresas en la economía colombiana, que de acuerdo al Ministerio de Desarrollo, el índice en Colombia es de 0.05% frente a 0.2% de Brasil², índice que no incluye el número de empresas informales.

Por otro lado, la gestión del emprendedor caracterizada por la consecución de nuevas fuentes de recursos y nuevos métodos de mercadeo, son actividades necesarias para el emprendedor colombiano. El limitado desarrollo del mercado de capitales unido a la falta de disposición de capital de riesgos para iniciar empresas obliga al emprendedor a ser innovador en la búsqueda de estos recursos.

Por otro lado, el desarrollo limitado de un mercado de factores de producción y de productos finales ha obligado al emprendedor a ser creativo y recursivo en la gestión. La discontinuidad en la productividad de industrias conexas y el limitado desarrollo de los mercados de insumos y de productos, en cuanto a comercialización, trae consigo grandes ineficiencias.

Esto hace que los emprendedores colombianos deban dedicar gran parte de sus esfuerzos a la función de completar los insumos para la función de producción,

¹ Pereira, Laverde Fernando. Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. Revista economía, Gestión y desarrollo, Calí No. 1, agosto 2003. Disponible en http://javerianacali.academia.edu/FernandoPereiraLaverde/Papers/100391/Reflexion_Sobre_Algunas_Caracteristicas_Del_Espiritu_Emprendedor_Colombiano. Consultada en junio de 2011.

² Ibíd.

pero al mismo tiempo abren espacios para nuevas empresas que atiendan estas deficiencias del mercado. Así mismo, la diversidad regional del entorno y la movilidad social ofrecida por la estructura imperante influyen en las características del empresario.

De acuerdo con Dávila Ladrón de Guevara (1997), fue característico del empresario colombiano, durante el periodo 1820 a 1990, contar con una alta diversificación de las inversiones para enfrentar el alto riesgo de la economía nacional, lo que trajo como resultado una baja especialización del empresario. De igual manera es importante la presencia de la familia como unidad empresarial que no se limita a las etapas previas a la industrialización. Es característico encontrar fuertes vínculos entre la actividad empresarial y la vida política porque los empresarios asumieron altos cargos en el estado o sirvieron como banqueros del Estado.

Diferentes estudios indican que Colombia podría acelerar su transición hacia el emprendimiento innovador si logra fortalecer las conexiones entre empresas en torno a la innovación y la transferencia de conocimiento. Por su parte, la conexión universidad-empresa debe ser reforzada y en cuanto a las conexiones entre los individuos y las empresas, reflejan problemas similares. Se debe destacar que en lo que se refiere al acceso a capital para proyectos nuevos de emprendimiento intensivos en tecnología y conocimiento, la mayor deficiencia que hay en el país es la ausencia de inversionistas haciendo que la tasa de actividad emprendedora en Colombia, sea aún incipiente.

Por lo anterior es necesario estudiar el comportamiento de un empresario que permita caracterizar su vida e identificando aspectos del entorno que han favorecido el desarrollo de sus negocios para que sirva de lección para futuros empresarios que se quieran desenvolver como empresarios, de tal manera que

este caso sirva como una enseñanza de vida sobre las lecciones que Noé Pulido puede brindar.

0.2 OBJETIVOS

0.2.1. Objetivo General

Caracterizar la vida del empresario cartagenero Noé Pulido Muñoz, basándose en las áreas de análisis propuestas por Carlos Dávila Ladrón de Guevara, determinando los diferentes aspectos que han permitido consolidar su empresa.

0.2.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar una revisión teórica o bibliográfica sobre el tema, con el fin de determinar las teorías en las cuales se basa la investigación
- Caracterizar el contexto socio-demográfico y económico del empresario en estudio, con el fin de determinar el entorno en el cual se ha desarrollado.
- Identificar el contexto del sector económico en el cual se desenvuelven los negocios del empresario.
- Establecer una relación sistemática de la vida y negocio del empresario en estudio.

0.3 JUSTIFICACIÓN

Mediante el presente trabajo y la caracterización del señor Noé Pulido, se darán a conocer las dificultades iniciales y estrategias que aplicó para superarlas, las diferentes etapas de su negocio, desde la forma cómo inicio hasta la forma cómo ha venido administrando su negocio para lograr mantenerse hoy día, a pesar de la globalización y la economía cambiante, en el mercado.

Así mismo, a través de la descripción que él mismo hace y la de personas allegadas a él y el negocio, se determina la tipología de sus clientes, las políticas de apoyo de sus proveedores, caracterización de sus empleados, dificultades que ha tenido en el ejercicio de su actividad, la influencia que en su empresa, ha tenido la apertura económica y el rol que desempeña su familia, en la empresa. Al igual que competencia de su mercado, características de su personalidad, habilidades o capacidades intelectuales, formación, experiencias, motivaciones e implicaciones a la hora de desarrollar y poner en marcha su idea de negocio, lo que contribuirá a enriquecer la historia empresarial colombiana.

Pero también es cierto que, más allá de la noción general de ganancia, y aún de la ganancia privada que deriva del comercio a pequeña escala, el interés de la investigadora se centra igualmente, en el beneficio empresarial, es decir, en la ganancia obtenida por el uso del factor de producción denominado Empresa y la relación empresarial del señor Noé Pulido, con el enfoque típico de la escuela de administración científica, cuyo énfasis se establece en las tareas y obedece al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración para alcanzar elevada eficiencia.

Así mismo se trata de visionar si en la historia empresarial del señor Pulido, se da cumplimiento a la teoría clásica de Henry Farol, quien, planteó para explicar el surgimiento de la industria: la existencia de capital acumulado, las oportunidades del mercado, la disponibilidad de mano de obra dispuesta a cambio de un salario y la existencia de un factor subjetivo denominado usualmente "espíritu empresarial". Con el presente trabajo investigativo, se determina que cada empresario tiene un rol fundamental no solo en su propia organización, sino en la sociedad como tal, puesto que éste, gracias a su(s) empresa(s), impulsa la economía, generando empleos y contribuyendo al desarrollo de una nación, lo que lleva a afirmar que el empresario se convierte en un *"agente dinamizador"*, el cual gracias a sus

innovaciones ha logrado que la economía crezca; este aspecto lo reconoce Schumpeter³, quien establece que “*la innovación es el factor de crecimiento de la economía capitalista*”, no queriendo decir que el empresario necesariamente tenga que ser un inventor, sino teniendo claro que “*gran parte de las innovaciones no hay que inventarlas, se encuentran presentes en la sociedad; sólo hay que llevarlas a la práctica*”⁴

Esta noción de empresario basado en la innovación hace parte del nuevo concepto y de la evolución que ha tenido el termino, el cual ha sufrido transformaciones que van desde ser considerado “*propietario de los medios de producción-capitalista*” (Adam Smith. Siglo XVIII), pasando por “*hombre de negocios*” (R. Cantillon. Siglo XVIII-XIX) hasta llegar a ser “*persona que asume riesgos*” (F.H Knight. Siglo XX)⁵.

Se puede observar, además, que a lo largo del tiempo muchos son los autores que le han dado la importancia merecida al empresario, lo han descrito de diferentes maneras, pero siempre destacándolo como agente fundamental en la sociedad.

A Joseph Alois Schumpeter, se le considera como quien ha efectuado el aporte más importante sobre la concepción del empresario, afirma que la cualidad dinámica de la economía reside en las acciones de los empresarios, cuya función típica no consiste simplemente en dirigir, obtener ganancias o sufrir pérdidas inesperadas, en afrontar riesgos, sino también en crear algo nuevo, tanto en lo

³ Segura, Ramiro. Innovación, Laboratorio de Investigación, sobre tecnología, trabajo, empresa y competitividad. Empresario y Destrucción Creativa. Una lectura de Schumpeter como teórico de la modernidad. <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2003-2006%20Segura.pdf>. 2006. Consultada 10 de mayo de 2010.

⁴ *Ibíd.*

⁵ Economía y Empresa. Disponible en: <http://el-ingeniero.net/wp-content/uploads/cps/Tema%201.pdf>. Consultada el 10 de Mayo de 2010

que se refiere a la fabricación misma como en lo que atañe a los servicios y a los mercados.⁶

Este proyecto permitirá caracterizar al empresario y asignarle la definición que mejor se ajuste a su situación, lo cual dejará claro que no existe un estándar específico y obligatorio a cumplir para llegar a ser un empresario. Esto lleva a preguntarse ¿el empresario nace o se hace?; basándose en la afirmación de Schumpeter “*Si bien los empresarios pueden ser inventores, como pueden ser capitalistas, lo son por coincidencia y no por naturaleza*”⁷, se podría pensar que el empresario se hace; sin embargo este proyecto proporcionará las herramientas para que el lector juzgue de acuerdo a su criterio y a cada situación. De esta manera descubrirá si se encuentra en acuerdo o desacuerdo con el autor antes mencionado.

Con todo lo anterior se pretende contribuir al enriquecimiento de la historia empresarial, además es importante que se fomente la realización de este tipo de proyectos en Cartagena, teniendo claro que estos pueden ayudar a su vez a muchas personas que buscan ser o que son empresarios, recordando que estos actúan como agentes dinamizadores de la economía; además la ciudad cuenta con pocos estudios de esta índole, lo cual incrementa la necesidad de llevar a cabo este tipo de estudios.

⁶ J. A. Schumpeter. Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, interés y ciclo económico. México, Fondo de Cultura Económica, 1978. Citado por Tapias, Cote Carlos Guillermo. Cinco empresarios de la segunda mitad del siglo XX en Bogotá. Experiencias y Realizaciones. Universidad Externado de Colombia, 2003. Pág. 14.

⁷ Vence, Deza Xavier. Economía de la Innovación y del cambio tecnológico. Siglo XXI de España Editores S. A. Madrid, España, 1995. Pág. 110.

0.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Son pocos los estudios que existen en Colombia, sobre su historia empresarial, algunos investigadores se dedican a esta importante labor y dada la relevancia de estos en la historia y economía del país, no puedan pasar desapercibidos.

Los alemanes en el Caribe Colombiano: el caso de Adolfo Held, 1880 – 1927⁸

Por: Adolfo Meisel Roca y Joaquín Vitoria de la Hoz

Agosto de 1999

Este estudio resulta relevante, dado que muestra aspectos importantes de la presencia alemana en la Costa caribe Colombiana. En él se muestra como la migración de la familia Held a la Costa Caribe colombiana es resultado del gran flujo de emigrantes que había entre el puerto de Bremen y la ciudad de Barranquilla. Migración que se debía al crecimiento económico que estaba viviendo su nación en esa época.

Los autores muestran que el interés de los alemanes en la región Caribe colombiana, se debía básicamente a la industria del tabaco, producto considerado de buena calidad y elaborado en el municipio de El Carmen de Bolívar y comercializado hacia Europa a través del puerto de Bremen.

Por otra parte, los autores comentan cómo el tabaco generó inversión por parte de los inmigrantes alemanes en diversas actividades económicas, entre las cuales, se menciona la navegación en el río Magdalena, la banca, ganadería y la aviación.

⁸ Meisel Roca Adolfo y Vitoria de la Hoz Joaquín. Los alemanes en el Caribe Colombiano: el caso de Adolfo Held, 1880 – 1927. No. 1. Agosto, 1999. Disponible en <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/cuadernos/1.pdf>. Consultada Junio 2011.

Posteriormente, se describe acerca de la actividad ganadera de la región, argumentando que la falta de crecimiento de la productividad a largo plazo y la no existencia de una inserción estable en el mercado mundial, están dadas en gran medida por las limitaciones ecológicas que restringen a este sector en las zonas tropicales al nivel del mar, y no por la mentalidad “poco empresarial” que se le atribuyen a los ganaderos de la región.

Empresario de Santa Marta: el caso de Joaquín y Manuel Julián de Mier, 1800 – 1896⁹

Por: Joaquín Viloría de la Hoz

Septiembre de 2000.

En el año 2000, Joaquín Viloría de la Hoz, analizó la vida de dos empresarios de Santa Marta, que fueron padre e hijo, Joaquín y Manuel Julián de Mier, durante el siglo XIX, los cuales lograron sobresalir en medio de una ciudad que durante ese siglo, se movilizaba buena parte del comercio exterior y por ende este auge favoreció a muchos empresarios y comerciantes de la región entre ellos los mencionados, hasta el punto de convertirse en los más prósperos de la región y ganarse el reconocimiento por el desempeño de su negocio y por el impacto que dejaron en la ciudad.

⁹ Viloría, de la Hoz Joaquín. Cuadernos de Historia Económica y Empresarial. Empresarios de Santa Marta. El caso de Joaquín y Manuel Julián de Mier, 1800 – 1896. No. 7. Noviembre de 2000. disponible en <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/cuadernos/7.pdf>. Consultada el 10 de junio de 2011.

Empresarios, tecnología y gestión en tres fábricas bogotanas 1880 – 1920¹⁰

Por: Edgar Augusto Velero

1998.

Edgar Augusto Velero realizó un estudio sobre empresarios, tecnología y gestión en tres fábricas bogotanas 1880 – 1920, durante el primer período de industrialización en nuestro país.

Este estudio, basado en la ferretería “La Pradera”, “Cervecería Águila” y “Chocolates Chávez”, es un análisis apoyado en la perspectiva teórica de Max Weber, con énfasis en la evaluación del modelo fabril como un sistema de producción, en el cual se comenta acerca de la historia de cada una de éstas fabricas, dedicando una gran parte, a la ferretería, dado que ésta a diferencia de las otras dos, terminó quebrando.

Otro aspecto, al cual hace mención el autor, es el déficit estructural de capacidades para la producción de la industria pesada nacional, y aporta elementos de juicio para valorar la crónica, la imposibilidad de llevar a feliz término esa gama de industrialización. Pero a pesar de la situación del contexto de la industria pesada, el autor no responsabiliza a ésta del fracaso de la ferretería, sino que argumenta que fue consecuencia del manejo interno y de una concepción de empresa que parecía anteponer la búsqueda de ciertos logros a las consideraciones de rentabilidad y lucro.

¹⁰ Valero, Julio Edgar Augusto. *Empresarios, tecnología y gestión en tres fábricas bogotanas 1880 – 1920: un estudio de historia empresarial*. 1999. Disponible en <http://biblioteca2.icesi.edu.co/cgi-olub?session=22377672&infile=details.glu&luid=56876&rs=799155&hitno=5>. Consultada 10 Junio de 2011.

Mercados ROMI, La Gran tienda del Barrio¹¹

Por: Carlos Guillermo Tapias Cote.

2003.

Carlos Guillermo Tapias, relata la vida de Miguel Robles, un boyacense fundador de la cadena de supermercados Romi, cuya actividad empresarial, junto con su hijo Roberto Robles, estuvo inclinada con el paso del tiempo a obrar más en términos de administración, en el sentido de mantener lo que se alcanza; sin embargo, esto no ha sido óbice para hacer innovaciones empresariales, particularmente en lo relacionado con la incorporación de la panadería dentro del supermercado, la alianza para proveer lácteos y el mantenimiento de una relación estrecha con los clientes, como en un comienzo, ofreciéndoles el mercado a domicilio.

Para el caso de Mercados Romi, la estrategia ha sido mantener una vinculación estrecha con los clientes, abasteciéndolos con la entrega de los pedidos a domicilio, distribución utilizada particularmente por las tiendas en las diferentes zonas de las localidades, manteniéndose como la tienda grande del barrio.

J. V. Mogollón & Cía. (1900 – 1930)¹²

Por: Rodolfo Segovia Salas y Claudia Navarro Díaz

2002.

En el nacimiento y auge de J. V. Mogollón & Cía, concurren, con idiosincrásicas variantes, muchos elementos que en Colombia, y en el mundo entero, caracterizan una exitosa gestión empresarial. José Vicente Mogollón Lavignac personifica, antes que nada, al pionero altamente motivado, cuyo deseo de superación es el

¹¹ Tapias, Cote Guillermo. Mercados ROMI, La Gran tienda del Barrio. 2003. Disponible en foros.uexternado.edu.co/economicoinstitucional/index.php/.../article/.../1423. Consultada Junio 10 de 2011.

¹² Segovia, Salas Rodolfo y Navarro, Díaz Claudia. J. V. Mogollón & Cía. (1900 – 1930). 2002. referenciado por Dávila L. De Guevara Carlos en Empresas y empresarios en la historia de Colombia: Siglo XIX – XX. Editorial Norma.

móvil central de una brillante carrera. Nacido en la estrechez, debe trascender el estigma de la ilegitimidad que, a principios del siglo pasado y especialmente en comunidades pequeñas como Cartagena, asfixiaba las voluntades débiles. El latente deseo de triunfar contra los prejuicios recibe el estímulo del temprano éxito en el pequeño taller de encuadernación, sin embargo la visión y armar el equipo a veces no es suficiente para garantizar los resultados extraordinarios.

Al nicho de mercado – la transformación de papel, motor de la expansión – se había llegado por accidente. Para convertirlo en un negocio en grande era necesario reconocer la oportunidad histórica, la que supieron aprovechar José Vicente Mogollón y su socio Lácides Segovia , al identificar la confluencia de la recuperación colombiana a partir del quinquenio de Reyes, con el crecimiento del comercio mundial y la estabilidad asociada con el patrón de oro, aprovechando, entonces para expandirse como pocas firmas en Colombia, insertándose con minuciosa atención a los detalles y persistencia en la ejecución, en la onda de la primera verdadera internacionalización de la economía colombiana, dado que la del tabaco en el siglo XIX fue efímera y somera, que el país vivió al multiplicarse las exportaciones cafeteras en un ambiente de libre cambio.

El Zancudo en la historiografía colombiana¹³.

Por: Luís Fernando Molina Londoño

2002

La empresa del Zancudo ha sido aludida por casi toda la historiografía regional y nacional de manera insuficiente. Quienes por primera vez la reconocieron por su aporte económico, técnico y empresarial fueron Vicente Restrepo, Roger Brew y Alberto Mayor Mora. La historiografía estudiada permite concluir que si gran parte de los capitales invertidos en la industrialización del siglo XX provinieron del café,

¹³ Molina, Londoño Luis Fernando. El Zancudo en la Historiografía Colombiana. Referenciada por Dávila L. de Guevara Carlos. Empresas y empresarios en la historia de Colombia: Siglos XIX – XX. 2002. Pág. 635.

empresas como las del Zancudo y otras similares fueron laboratorios para desarrollar conocimientos y habilidades técnicas y administrativas, muy útiles, después en otras minas y en los talleres industriales de Medellín y de otras regiones.

0.5 METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología que seguirá este proyecto, se constituye de 4 etapas fundamentales, que se explicarán a continuación:

0.5.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que será llevada a cabo, será de tipo analítico-descriptiva, por cuanto describirá la vida del empresario objeto de estudio, además utilizará como guía de análisis, el modelo propuesto por el profesor de la Universidad de los Andes, Carlos Dávila, quien ha definido como áreas de análisis las siguientes: conducta económica, empresario y estado, perfil socio-económico, estilo de vida y mentalidad e ideología.

0.5.2. Etapas

Las etapas en las que se encuentra dividida esta investigación descriptiva son las siguientes:

- El estudio de los empresarios debe ir más allá de la producción bibliográfica ensalzadora y superficial, para ello se deben tener en cuenta aspectos como origen, condiciones sociales, análisis de los comportamientos económicos y empresariales, mercado, probabilidades, manejo de riesgos, espíritu innovador, diversificación, desempeño, rol de la familia, estructura organizacional, producción, articulación social y política, entre otras, por ello el presente trabajo

investigativo, en una etapa previa se identifica el problema y se desarrolla los elementos o factores que hacen parte del anteproyecto.

- En una segunda etapa, después de recopilada la información bibliográfica, se realizará una revisión y análisis de ésta, con el fin de identificar su situación y evolución durante su período de vida.
- Mediante un trabajo de campo, el cual tendrá como herramienta, las entrevistas con el empresario y personas cercanas a él, ya sea mediante un vínculo familiar, empresarial o de negocios, con el propósito de recopilar toda la información y experiencias del empresario, que aporten al objetivo del presente trabajo investigativo.
- Finalmente se revisará y analizará la información recopilada, tanto del empresario como de teorías administrativas, seleccionando la más pertinente al desarrollo del objetivo general del estudio bibliográfico, para basarse en ella, construir el mismo.

0.5.3. Delimitación espacial y temporal

El trabajo investigativo, será desarrollado dentro del marco espacial del empresario, donde transcurre su primera infancia, los primeros años de su vida, su incursión como empresario y Cartagena de Indias, donde emprendió con éxito las empresas que hoy posee. Todo esta información fue recopilada durante un lapso de seis meses de esfuerzo y búsqueda de información y testimonios pertinentes que contribuyeran a identificar los principales hechos históricos que marcaron su entorno y así poder culminar con éxito, en forma clara trabajo investigativo, que hoy se le trasmite a todos los que de una u otra forma tengan la oportunidad de ser lectores de esta obra.

0.5.4. Población y muestra

Este trabajo de grado hace parte del proyecto de investigación realizado por el Instituto de Estudios para el Desarrollo sobre Caracterización de Empresarios Cartageneros, población objeto de estudio del macroproyecto y la muestra para efectos de este trabajo es el empresario Noé Pulido Muñoz.

0.6 LOGROS ESPERADOS

Igualmente, mediante la elaboración de la presente investigación, se pretende construir un documento que sirva de base para el análisis y motivación de todos aquellos que poseen una idea de negocio y que por una u otra razón no se atreven a llevarla a cabo; considerando que existe una brecha entre el crecimiento y desarrollo empresarial y la función que desempeña el empresario en ese progreso. En contraste con ello, la literatura que trata propiamente del desarrollo, otorga cierta atención a la acción empresarial, aunque dedica escaso esfuerzo a formular un análisis teórico riguroso de la función del empresario. Como consecuencia de ello, ha sido a menudo deficientemente entendida la función real del empresario.

Además de lo anterior, con el presente trabajo investigativo, se pretende:

- Dar a conocer y motivar a los jóvenes de Cartagena de Indias, a desarrollar ideas de negocios, crear sus propias empresas, mediante el lineamiento de los siguientes objetivos, que permitirán organizar las ideas y experiencias, tanto positivas como negativas, esperando sirvan de referencia para materializar y sacar adelante sus proyectos.
- Contribuir al macro-proyecto de investigación realizado por el Instituto de Estudios para el Desarrollo y servir de base a futuras investigaciones.

1. REVISIÓN TEÓRICA O BIBLIOGRÁFICA.

1.1. EL CONCEPTO EMPRESARIO

Un empresario suele ser aquella persona que es capaz de, con esfuerzos, tiempo y recursos, poner en marcha o desarrollar una unidad de producción o servicio, con el fin de satisfacer una necesidad a cambio de una utilidad¹⁴.

Shumpeter y Cole, introdujeron la figura del empresario como elemento esencial en el desarrollo económico, para ello el atraso económico mantiene una estrecha relación con la escasez de empresarios o con las restricciones económicas, sociales y culturales a la aparición de la actividad empresarial¹⁵.

Según, Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro «Hacer Empresa: Un Reto», definen al empresario como "una persona, entidad o grupo de personas que independientemente o asociadas, por voluntad propia y motivaciones individuales (dichas motivaciones pueden ir desde la satisfacción de hacer las cosas por si mismas, hasta alcanzar cierto tipo de poder o distinción social), decide asumir un riesgo en la realización de una actividad económica determinada y en la cual aspiran a tener éxito". Mientras que para Simón Andrade, autor del libro «Diccionario de Economía», el empresario es "aquella persona natural o jurídica que generalmente es titular de una unidad de producción o servicio, y como tal, éste asume el riesgo principal de la misma, siendo la circunstancia que lo diferencia del ejecutivo"¹⁶. Definiciones que tienen en común al

¹⁴ Ortega, San Martín Fernando. Estrategias. Disponible en: www.asesoresyconsultores.net/ESTRATEGIA%20COMPETITIVA

¹⁵ Dávila, L. Guevara Carlos. Empresas y empresarios en la historia de Colombia, Siglo XIX – XX. Colección de estudios recientes. Editorial Norma, tomo I, 2002.

¹⁶ Romero, Diego y Herrera, Manuel. Definición de Empresa. www.promonegocios.net/empresa/definicion-empresarios.htm

mencionar que empresario puede ser una persona o un grupo de personas, dejando ver la posibilidad o quizás la necesidad de realizar alianzas para ser emprendedor.

El Diccionario de Marketing Cultural S. A., define empresario como la "*Persona que posee unas habilidades determinadas para el desarrollo de la actividad comercial, como por ejemplo, visión, liderazgo, asunción del riesgo, entre otros. Es capaz de aunar las diversas partes necesarias para hacer funcionar una empresa y obtener un beneficio*"¹⁷. En esta descripción se observa la importancia que brindan al tema de las habilidades de comercialización.

Por otra parte, se han dado aportaciones estrictamente teóricas, como las de Kitzner en 1975, Leibenstein (1978) y Casson (1982), quienes han contribuido a fijar nuevas características de la función empresarial. Una buena parte de los estudios de estos años han revisado el bagaje teórico y analítico económico ortodoxo. En esta tarea, ha sido Baumol quien ha llegado más lejos a la hora de establecer un modelo de análisis de la función empresarial, considerando no tanto la evidencia de su repercusión en el desarrollo económico como los factores influyentes en su asignación a diferentes tipos de actividad, que pueden tener efectos muy distintos en el desarrollo económico¹⁸.

Thomas Cochran, ofrece una ilustración de la significación del término "empresario", en el sentido de ser el promotor de esas realidades. Acude al origen del término "empresario", proveniente del vocablo francés "entrepreneur", alusivo a los directores de expediciones militares, que luego se extendió para señalar a los contratistas del gobierno (siglo XVIII), para más tarde designar a quien compraba y/o vendía cosas (mediados siglo XVIII), además de aludir al agricultor que arriesgaba capital (siglo XIX), hasta llegar a la definición de Jean B. Say en 1816 que, según Cochran, caló definitivamente: "*Es el agente que unifica todos los*

¹⁷ Benavides, Ana. Diccionario de Marketing Cultural S. A. e-
ngeniun.blogspot.com/2009_09_13_archive.html

¹⁸ *Ibíd.* Pág. 8

medios de producción y logra, con el valor de los productos, el restablecimiento de todo el capital empleado más el valor de los salarios, intereses y rentas que pagan, además de los beneficios que le pertenecen ... Para tener éxito ha de contar con discernimiento, perseverancia y cierto conocimiento del mundo y de los negocios”.

En Colombia, al igual que en los demás países, existen grandes empresarios, que son conocidos o mejor dicho que muchas veces se conocen sus empresas, pues a pesar de poseer una trayectoria mundialista, sus propietarios se mantienen en el anonimato. De acuerdo a Schumpeter, la función del empresario, consiste en combinar los factores de la producción estableciendo su cooperación. El papel del empresario, corresponde a una interpretación histórica: *“el empresario de tiempos antiguos no sólo era por lo general capitalista, sino que también era su propio experto técnico, en la medida que no se necesitara un especialista profesional para casos especiales. Era también y es en muchas ocasiones su propio agente de compras y ventas, su gerente, y a veces incluso su propio abogado”*¹⁹

1.2. HISTORIOGRAFÍA.

El término historiografía, se define como el registro escrito de la historia, la memoria fijada por la propia humanidad con la escritura de su propio pasado, su vida y en este caso específico el estudio de su vida empresarial y el papel social político y económico, olvidado por mucho tiempo por los estudiosos de las ciencias sociales, los cuales se habían mantenido ajenos al tratamiento sistemático del tema, razón por la cual el desempeño del empresariado en las sociedades latinoamericanas es relativamente reciente.

¹⁹ Op. Cit. J. A. Schumpeter Pág. 7

La historia empresarial corresponde a una naturaleza apologética, destinada a mostrar el papel del empresario en el medio económico; describe el camino de éxito del empresario y los miles de obstáculos que atraviesa para cumplir sus objetivos. Se evidencia un enfoque para la historia empresarial puramente utilitarista, pragmático, apologético, distorsionador de la realidad, alejado de la verdad y reducido a lo particular, a lo casuístico e individualizado²⁰.

En nuestro medio los intentos de hacer historia empresarial por parte de personas sin formación en historia (aficionados) es muy común, lo que conduce, lógicamente, a que esas personas caigan en errores metódicos que lastiman la esencia de la historia, en este caso, la esencia de la historia empresarial en sus relaciones con la historia económica. *“Entender el problema del contexto económico y una formación como historiador son claves en la historia empresarial”*.

Esta historia empresarial, carente de rigurosidad científica, está alejada de la verdad, además de contener aspectos que en ningún momento apuntan al conocimiento de realidades que se configuran en el seno de una organización, ni son reflejo de una interacción que responda a la lógica de la búsqueda de conocimiento y comprensión de fenómenos organizacionales. Como prueba de ese alejamiento de la historia empresarial con la rigurosidad investigativa, se identifican comúnmente una serie de inconsistencias metodológicas que la alejan, además, del mismo proceso de investigación histórica: la historia empresarial en nuestro país se caracteriza por carecer de estructura teórica y metodológica consolidada²¹.

²⁰ Betancourt, Zarate Gilberto. Innovar revista de ciencias administrativas y sociales. No. 22, Julio – Diciembre de 2003. De la historia empresarial a la historia organizacional.

²¹ *Ibíd.*

Estas inconsistencias²² giran alrededor de cinco aspectos: el primero de ellos se relaciona con algunas fallas en el proceso metodológico de investigación histórica²³, en especial el estudio poco exhaustivo de fuentes secundarias, estudio poco cuidadoso de archivos, interpretaciones provinciales y superfluas, discursos apologéticos, reflejo de intereses empresariales y grupales, entre otras.

El segundo problema se relaciona con la formación de quienes hacen historia empresarial en nuestro medio. Pocos son los autores que han trabajado y reflexionado sobre la metodología de la historia empresarial, a pesar de la existencia de muchas obras denominadas como historia empresarial, en parte porque esta es, para muchos, una disciplina relativamente joven en América Latina.

El tercero, se relaciona con la presencia de intencionalidades ocultas en los estudios señalados: durante mucho tiempo, la historia de las empresas ha sido escrita o por personas allegadas a estas instituciones o por periodistas que se convierten en sus propagandistas. Sin embargo, hoy en día las empresas y asociaciones empresariales recurren al medio académico para que les presten este servicio.

El cuarto, se relaciona con la finalidad utilitarista y pragmática con que se elaboran los estudios de historia empresarial; una lógica pragmática enmarcada, según Dávila, en los parámetros de “guía para el comportamiento futuro”: El eje principal que ha guiado el desarrollo del campo de la historia empresarial consiste en la

²² Sáenz R., E. (1991). Perfiles de empresas y empresarios en Colombia: 1946-1950. Monografía seriada 26, Bogotá: Universidad de los Andes. Citada por Betancourt, Zarate Gilberto. Innovar revista de ciencias administrativas y sociales. No. 22, Julio – Diciembre de 2003. De la historia empresarial a la historia organizacional.

²³ Cipolla, C. M. (1991). Entre la historia y la economía: Introducción a la historia económica. Barcelona: Crítica. Citado por Betancourt, Zarate Gilberto. Innovar revista de ciencias administrativas y sociales. No. 22, Julio – Diciembre de 2003. De la historia empresarial a la historia organizacional.

utilidad de enfocar temas críticos en el estudio de las políticas empresariales a través de una perspectiva histórica.

El quinto y último problema consiste en el producto de la supuesta investigación histórica de lo empresarial, esto es, el discurso (historiografía): Es evidente que el discurso ofrecido por la historia empresarial obedece a la naturaleza descriptiva y narrativa, cuya única esencia y carácter se sujetan a la descripción de las acciones empresariales que llevaron a un determinado sujeto (empresario o empresa) a la obtención de sus fines, que responden a su naturaleza económica.

Se tiene, además, que la investigación sobre historia empresarial en Iberoamérica cuenta con una corta vida, apenas unos veinticinco años, de los cuales el mayor desarrollo se ha dado en los últimos quince y ha sido más acelerado y vigoroso en España que en América Latina. Sin duda, desde las décadas de los años sesenta y setenta hubo algunos trabajos pioneros sobre el empresariado, pero fueron aislados y se confundieron dentro de la historia económica y la historia social²⁴.

En el caso de España, la historia empresarial aparece como una rama de la historia económica que le imprime el carácter de historia económica de la empresa. Gracias a la incorporación de las nuevas corrientes de la teoría económica, como la nueva economía industrial, la economía neoinstitucional y la economía evolutiva, se dio un auge notorio de la historia económica. Ya a mediados de la década del noventa, la historia empresarial “estaba de moda en España”, como lo anotaba un estado de la cuestión de la época²⁵.

²⁴ Dávila, Carlos y Meisel, Adolfo. Universidad de los Andes. Facultad de Administración, Doctorado en Administración. Primer coloquio del Grupo Trinacional de Estudios Empresariales e Historia Económica. “Tendencias, métodos y fuentes en la historiografía empresarial reciente en México, España y Colombia”. Disponible en: http://www.economia.unam.mx/amhe/pdfs/folleto_trinacional.pdf. Consultada Sept. 2010.

²⁵ *Ibíd.*

Por su parte, en América Latina los estudios históricos del empresariado surgieron en los márgenes de algunas ciencias sociales como la historia económica, la historia social y la sociología. La historia económica en la década de los setenta, estuvo dominada por los paradigmas del marxismo, la dependencia y la escuela francesa de los Annales. El clima ideológico y político de la región estigmatizó al empresariado como objeto de investigación.

Desde la década de los noventa ha renacido la corriente cliométrica en los estudios de historia económica y, a su vez, la historia empresarial ha experimentado un gradual fortalecimiento. Sin embargo, el volumen de su producción todavía es limitado y su agenda de investigación futura es muy amplia. La historiografía empresarial latinoamericana muestra diversidad temática, ha acudido al uso de nuevas fuentes y revela una escasa utilización de los avances teóricos de la disciplina; tiene un buen potencial como un campo interdisciplinario que comienza a dibujarse con su propia fisonomía²⁶.

Por mucho tiempo, los estudiosos de las ciencias sociales habían sido ajenos al tratamiento sistemático del tema. El empresariado ha representado, con razón o sin ella, a una burguesía tirana en el interior de cada país y sumisa en sus relaciones con las potencias externas. La academia universitaria fue por mucho tiempo reacia a entregarse de manera disciplinada y ausente de prejuicios a la valoración del papel del empresariado nativo de cada país. Los núcleos empresariales prefirieron acudir a la creación en varios países de América Latina de centros de investigación que no se distinguieron precisamente por su objetividad y terminaron pareciéndose a entidades publicitarias que promovían la imagen épica de un buen burgués. Así que del extremo del villano se pasó a la hiperbólica idea del héroe empresarial²⁷.

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ Dávila L. de Guevara Carlos. *Empresa e historia en América Latina*. Tercer Mundo Editores-Colciencias, Santafé de Bogotá, 1996, 225 págs. Disponible en <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti1/bol44/resen2.htm>

La mirada crítica y exhaustiva sobre el papel del empresariado en las sociedades latinoamericanas es relativamente reciente. De hecho, en el caso de la atrasada historiografía colombiana, el nivel de estudios es muy incipiente en comparación con otros países de la región.

Extinguiéndose el siglo que anunció para toda América Latina una desigual modernización tecnológica, con algunos grados de industrialización y con los consecuentes conflictos entre nuevos actores sociales, vale tener a la mano un balance de las aproximaciones críticas — y también de las menos críticas — al estudio del empresario como un actor insoslayable de la formación de las relativamente modernas sociedades del subcontinente; él ha sido un actor tan relevante como el obrero, el campesino, el político, el militar o el intelectual²⁸.

De hecho, en el caso de la atrasada historiografía colombiana, el nivel de estudios es muy incipiente en comparación con otros países de la región, a pesar de iniciarse desde la conquista²⁹, según se puede observar a continuación.

Como trabajo de orden histórico, escrito por José Manuel Restrepo, se haya la “historia de la Revolución en la República de Colombia”, la cual se basa en los recuerdos y acontecimientos personales de los principales actores de la guerra de independencia, ofreciendo así un amplio recuento de los principales acontecimientos del Nuevo Reino de Granada y una historia detallada del período de 1810 – 1832. Luego de ello se presentaron numerosas obras, dentro de las cuales, por su valor e influencia en el desarrollo posterior de la historiografía, es relevante mencionar el “Compendio histórico del descubrimiento y colonización de la Nueva Granada en el siglo decimosexto”, donde, Joaquín Acosta, ofrece una

²⁸ *Ibíd*

²⁹ Melo, Jorge Orlando. *Historiografía Colombiana: Realidades y perspectivas*. http://biblioteca-virtual-antioquia.udea.edu.co/pdf/11/11_36255049.pdf. Año 2001.

narración completa y exacta, del proceso de establecimiento de los españoles en la Nueva Granada, la que fue utilizada por los historiadores sucesivos como patrón fundamental para el estudio de la época (1492 – 1579)³⁰.

En 1850, Plaza, recurrió a los archivos virreinales, aunque de manera no sistemática ni rigurosa y publicó “Memorias para la historia de la Nueva Granada desde su descubrimiento hasta el 20 de Julio de 1810”. El liberalismo y sus ocasionales juicios anticlericales sirvieron para suscitar la respuesta de don José Manuel Groot, quien publicó en 1869, “Historia Eclesiástica y Civil de la Nueva Granada”, donde su intención inicial era hacer una historia eclesiástica para defender a la iglesia de los ataques de varios escritores contemporáneos, que la habían presentado como enemiga de las luces y hostil a la causa republicana y al gobierno español que había sido calumniado y urgía el restablecimiento de la verdad. Estos libros de Restrepo, Acosta y Groot formaron el núcleo tradicional de la historiografía colombiana.

Los estudios pioneros sobre esta área historiográfica pertenecen al mundo académico anglosajón, algo que ya es una fatalidad en el ejercicio de muchas disciplinas científicas en nuestros países. Nosotros quedamos condenados a la condición de eficientes discípulos o continuadores de un proceso de indagación en el cual no cumplimos ninguna función inaugural³¹.

Ése es el destino de nuestra dependencia intelectual, de nuestra incapacidad para consolidar una comunidad científica que desde las universidades sepa definir prioridades. A propósito, esta misma compilación (estudios pioneros sobre esta área) cuenta con la colaboración de dos investigadores británicos que se encargaron de los capítulos dedicados a Brasil y Perú. Los cinco capítulos

³⁰ *Ibíd*

³¹ Biblioteca Luís Angel Arango. Punto de partida. Empresa e historia en América Latina. Carlos Dávila L. de Guevara (compilador). Tercer Mundo Editores-Colciencias, Santafé de Bogotá, 1996. Disponible en la página web <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti1/bol44/resen2.htm>. Consultada el 15 de mayo de 2010.

restantes sí pueden ser adjudicados a investigadores latinoamericanos con alguna tradición en el desarrollo de esa área de estudios³².

El embrión de este balance historiográfico parece hallarse en los eventos que desde la década de 1980 han convocado académicos norteamericanos y británicos especializados en la historia de América Latina; hasta que por fin, en 1992, en la Asamblea Anual del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración reunido en la Universidad de los Andes, fue posible una comunidad de intenciones que dio origen a este útil balance. El autor de la compilación (*Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX y XX. Una colección de estudios recientes*), aclara que cinco de los siete capítulos que componen el libro son el resultado de las ponencias presentadas en ese encuentro.

Los balances historiográficos son premisas necesarias en el desarrollo de cualquier disciplina científica; son tareas previas, preliminares, sin las cuales no se puede partir con certeza en busca de novedades en el conocimiento. Conocer los antecedentes bibliográficos de un área de estudios contribuye decisivamente a darle cimientos muy sólidos a cualquier investigación. Estos balances permiten reconocer avances, carencias, vacíos; también tendencias, excesos y olvidos. Es el estado del arte de una disciplina determinada y del cual no puede prescindirse en los albores de cualquier investigación. Allí reside toda la utilidad metodológica y el valor intelectual de este libro.

La historiografía empresarial, a pesar de lo poco trajinada, ofrece sus matices: estudios de historia económica, examen del papel empresarial del Estado, historia de empresas específicas, estudios biográficos sobre empresarios. Incluso, podría confundirse en algunos casos la historiografía empresarial con una historiografía

³² *Ibíd.*

de elites intelectuales, de la relación entre formación científica, poder económico y poder político. El estudio evidentemente weberiano y muy bien documentado del profesor Alberto Mayor Mora, concentrado en el núcleo dirigente de la Escuela de Minas de Medellín, desemboca en trabajos de ese estilo; de ahí que no nos sorprenda que el trabajo siguiente de este sociólogo haya sido la biografía de un tipo singular de empresario moderno en Colombia: el ingeniero civil Alejandro López.

En algunos países ha predominado el estudio de empresas extranjeras sobre el interés por empresas y empresarios locales; en otros las preocupaciones académicas son demasiado recientes. De todos modos, la compilación deja una visión integral y generalizadora que servirá de punto de partida para cualquier aventura investigativa posterior y deja los cimientos de una disciplina historiográfica que quiere consolidarse.

Ya en el siglo XX, se han producido algunos documentos principalmente en el ámbito político, ejemplo de ello son los XI tomos sobre las memorias de Carlos Lleras Restrepo. “Crónica de mi propia vida”, escrita por un personaje de primera línea, “El Parlamento en Pijama” de Pedro Juan Navarro; entre las biografías, las de Diego Castrillón Arboleda, Rojas Pinilla, entre otros.

En América Latina, se considera que el proceso de institucionalización de la historiografía empresarial, data de la década de los sesenta y está relacionado con una iniciativa de la CEPAL orientada a estudiar el empresario industrial. En Colombia, los trabajos pioneros corresponden al historiador norteamericano Frank Safford, 1821-1970, y al artículo, “Empresarios nacionales y extranjeros en Colombia durante el siglo XIX”, obras presentadas en 1965.

De acuerdo con estudios realizados por Carlos Dávila, el incremento de la producción académica en torno a los empresarios y empresas colombianas; en el

2004, era calificada de “en formación”. Sin embargo, este incremento no guarda relación directa con la calidad de los trabajos y con el avance de una historiografía sectorial como la empresarial. En Colombia tiende a ser de carácter artesanal y monográfico.

Carlos Dávila Ladrón de Guevara, en la revista Dinero.com, el día 17 de septiembre de 2004, publicó un artículo titulado ¿A quién le interesa la historia del empresario? En él considera que en los últimos 150 años existe gran cantidad de lecciones que le permiten al empresariado aprender de su propia experiencia. Para estudiar la historia del empresariado, es necesario remontarse a los archivos públicos nacionales y locales, registros de notarías, prensa y revistas. No obstante, para conocer la vida cotidiana y los afectos de los empresarios descansa en los archivos privados de las empresas, de sus dueños, de los gremios y en la memoria viva de los mayores en las organizaciones, los grupos económicos y las familias. Igualmente, se puede hallar en la correspondencia de los negocios, las actas de las juntas directivas y los informes periódicos de la administración a los accionistas, todo ello permite examinar cómo se manejaron situaciones similares a las enfrentadas hoy, pero también deja claro que no hay soluciones mágicas. Quizá la mayor contribución de la historia es ayudar a entender que los problemas empresariales tienen una complejidad que se escapa a los diagnósticos simples.

En Gran Bretaña, Estados Unidos, Japón y Alemania, estas temáticas son la esencia de un área académica conocida de tiempo atrás como la business history, la historia empresarial. En la Harvard Business School, pionera en este campo, existe desde mediados de la década de 1920; en Gran Bretaña desde comienzos de los 50. Las universidades de estos países valoran a los investigadores, la sociedad cree que tienen algo que decir y las empresas se dejan estudiar. Hay un entendimiento tácito en el sentido de que reconstruir con criterio crítico y riguroso aspectos de la trayectoria histórica del empresariado de un país contribuye a su acervo e identidad cultural, de la misma manera en que lo hace el análisis de las

manifestaciones culturales, de los movimientos populares o de los grandes conflictos sociales.

Hoy, en Colombia la historia empresarial, es tema de estudio en cerca de veinte universidades, públicas y privadas, de Bogotá, Medellín, Cali, Barraquilla, Bucaramanga, Pereira, Cartagena y otras ciudades, en donde existen cursos de historia empresarial de Colombia y una naciente actividad de investigación en varias de ellas. Ya se cuenta con una bibliografía especializada que ha crecido gradualmente desde comienzos de la década del 90, producto del trabajo de investigadores colombianos e historiadores extranjeros.

La temática se introdujo en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes hace 30 años y desde entonces es un curso básico para sus estudiantes. Se trata de reconstruir y analizar en forma crítica los procesos, estructuras, actores, estrategias y resultados relacionados con la actividad empresarial en períodos, unidades productivas, sectores y regiones específicas. La historia empresarial está fundamentada en la historia económica y social, pero se mueve en el nivel micro, no de los grandes agregados ni de los ejercicios econométricos³³.

El empresariado colombiano ha sido altamente diversificado en sus negocios e inversiones, su objetivo ha sido por lo general, diversificar el riesgo, incursionar en múltiples negocios con miras a integrarlos vertical y horizontalmente, hacia adelante y hacia atrás, y a pesar de registrarse cambios en la estructura familiar, la familia ha sido esencial en la vida empresarial del país. Aquí, en Colombia, el empresariado se formó con raíces, culturas e identidades locales y regionales y

³³ Dávila I. De Guevara Carlos. ¿A quién le interesa la historia del empresariado?. Dinero.com. Disponible en http://www.dinero.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=18900&IdTab=1. Consultada el 15 de Septiembre de 2010.

tanto empresarios como las iniciativas empresariales, se dieron en varias regiones del país.

Es, entonces como a medida que aumenta el conocimiento del pasado empresarial, el "mito paisa" que pregonaba que Antioquia era la única región en que florecían la ética, el emprendedor o emprendedora, se han ido quedando sin pie.

1.3. TEORÍAS ECONÓMICAS EMPRESARIALES.

Empresa y empresario son dos conceptos íntimamente unidos, y la clarificación de uno puede ayudar a la del otro. Históricamente, el término "empresario" se aplicó primero a las personas consideradas como creadores de riqueza.

Es así como, más allá de la noción general de ganancia, y aún de la ganancia privada que deriva del comercio a pequeña escala, nuestro interés se centra ahora en el beneficio empresarial, es decir, en la ganancia obtenida por el uso del factor de producción denominado Empresa.

En relación con el análisis de las principales teorías desarrolladas sobre la empresa y el resultado, se distinguen dos partes diferenciadas:

El modelo neoclásico, primero en su versión ortodoxa y después en la llamada "síntesis neoclásica", supone el final de un largo proceso histórico de pensamiento que se inicia con los autores clásicos, atraviesa la obra crítica de marxistas y keynesianos y culmina en la denominada "revolución marginalista"³⁴.

³⁴ Sastre Peláez Francisco Luis. La empresa es su resultado. Las teorías del beneficio empresarial: neoclásicos y neoinstitucionales. Disponible en <http://www.eumed.net/tesis/2006/flsp/5c.htm>. Consultada el 23 de abril de 2011.

El modelo neoclásico ortodoxo se configura a partir de la incorporación de los principios marginalistas a la corriente clásica de la economía. La figura clave en este proceso es Marshall. Años más tarde, tras la convulsión provocada por la publicación de la Teoría General y después de la espera impuesta por la guerra, se lucharía durante décadas por incorporar también el pensamiento de Keynes en la corriente ortodoxa. Producto de estos intentos es la denominada “síntesis neoclásica”.

La teoría neoclásica se caracteriza por interpretar a la empresa desde el punto de vista técnico, como una función de producción en un sistema que, salvo en las decisiones últimas de producción y consumo, funciona de manera casi mecánica. La empresa sería, según este planteamiento, una unidad técnica en la que, de manera automática, se maximizan los beneficios por medio de los bienes que se producen y venden.

Finalmente, se puede afirmar, que la teoría neoclásica define el sistema económico en función de dos características principales: descentralización extrema y extrema interdependencia. La descentralización priva a empresas y hogares de influencia sobre los precios y la interdependencia implica la separación de productores y consumidores. Así, el sistema se apoya en dos “cajas negras”: el Hogar y la Empresa. La Empresa se considera una unidad de producción especializada (sometida a la función de producción), aunque no tiene por qué estar constituida por una organización. El modelo, de hecho, no calibra la diferencia entre el pequeño negocio de un empresario individual y una gran firma industrial.

La economía neoclásica ha descuidado aspectos claves de la actividad empresarial y su importancia para la economía. En la teoría de precios, la empresa se reduce básicamente a una función de producción. El comportamiento de una empresa no es más que la aplicación de diferentes técnicas de

maximización. Una teoría de la empresa como tal no es necesaria para un economista convencido de la vigencia de los supuestos básicos de la economía neoclásica.

Para los economistas neoclásicos la teoría de la firma es simplemente un bloque conceptual para teorías orientadas en un nivel más alto de agregación. No hay interés para lo que realmente hacen las empresas y porqué lo hacen. Cualquier teoría económica estándar, no sólo de tipo neoclásico, comienza con la existencia de empresas.

Arrow cuestiona ahora el principio que la economía se puede reducir a dinámicas de precios basadas en decisiones óptimas de los actores. Considerar la relevancia de porqué en ciertas circunstancias la actividad empresarial se plasma en una estructura interna particular o toma una forma organizativa particular, y en otras circunstancias una estructura interna diferente implica reconocer la necesidad de indagar en la naturaleza de la empresa en sí³⁵.

En la teoría neoclásica, se identifica la relevancia de las instituciones para la economía, no obstante su base se encuentra en las instituciones creadas con el propósito de coordinar las empresas por medio de señales contenidos en los precios.

Olive Williamson, con el fin de comprender mejor el papel de las instituciones en la teoría de la producción, creó una nueva teoría cuyo propósito era demostrar la importancia de la comparación de diferentes arreglos institucionales y esquemas de organización en las empresas para la selección de planes óptimos de

³⁵ Gandlgruber, Bauer Bruno. Abrir la caja negra: teorías de la empresa en la economía institucional. Análisis Económico. Núm. 41, vol. XIX. Segundo cuatrimestre de 2004. Disponible en <http://www.analisiseconomico.com.mx/pdf/4103.pdf>. Consultada el 23 de abril de 2011.

producción más allá de los costos de los insumos y las tecnologías como se conciben tradicionalmente.

Taylor en su teoría del Método Científico, da un enfoque típico de la escuela de administración científica es el énfasis en las tareas. Ésta escuela obedece al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración para alcanzar elevada eficiencia industrial. Las principales técnicas aplicables a los problemas de la administración son la observación y la mediación³⁶.

Taylor fundamentó su filosofía en cuatro principios básicos. Se observará que estos preceptos no se encuentran muy alejados de las creencias fundamentales del moderno administrador. Es cierto que algunas de las técnicas de Taylor y sus colegas y seguidores se desarrollaron con el fin de poner en práctica su filosofía y principios que tienen ciertos aspectos mecanicistas³⁷.

- Principio de planeación: sustituir el criterio individual de obrero, la improvisación y la actuación empírica en el trabajo por métodos basados en procedimientos científicos. Cambiar la improvisación por la ciencia mediante la planeación del método.
- Principio de preparación: seleccionar científicamente los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes; prepararlos y entrenarlos para que produzcan más y mejor, de acuerdo con el método planeado. Además de la preparación de la fuerza laboral. Se debe preparar también las máquinas y los equipos de producción, así como la distribución física y la disposición racional de las herramientas y los materiales³⁸.

³⁶ Escuela del Pensamiento Administrativo. www.buenastareas.com/.../administracion-cientifica/0 Escuelas del Pensamiento Administrativo

³⁷ Finch, Stoner James Arthur, Freeman, R. Edward, Gilbert, Daniel R., Mascaró, Sacristán Pilar. Fundamentos Teóricos de la Administración. Business & Economics - 688 páginas

³⁸ *Ibíd.*

- Principio de control: controlar el trabajo para certificar que se ejecute de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto. La gerencia tiene que cooperar con los trabajadores para que la ejecución sea la mejor posible.
- Principio de ejecución: distribuir de manera distinta las funciones y las responsabilidades para que la ejecución del trabajo sea más disciplinada.

Taylor sostenía que el éxito de estos principios requería una “revolución total de la mentalidad” de los obreros y patrones. En lugar de pelearse por las utilidades, las dos partes deberían poner su empeño en elevar la producción y, en su opinión, al hacerlo, las utilidades aumentarían a tal grado que los obreros y los patrones ya no tendrían que pelearse por ellas. En pocas palabras, Taylor pensaba que tanto obreros como patrones tenían el mismo interés en elevar la productividad³⁹.

Taylor fundamentó su sistema de administración en estudios de tiempo de la línea de producción. En lugar de partir de métodos laborales tradicionales, analizó y tomó el tiempo de los movimientos de trabajadores siderúrgicos que realizan una serie de trabajos. A partir de este mismo estudio, separó cada uno de estos trabajos en sus componentes y diseñó los métodos más adecuados y rápidos para ejecutar cada componente. De esta manera, estableció la cantidad de trabajo que deberían realizar los trabajadores con el equipo y los materiales que tenían. Asimismo, sugirió a los patrones que pagaran a los trabajadores más productivos una cantidad superior a la de los demás, usando una tasa “científicamente correcta”, con lo que beneficiarían tanto a la empresa como al trabajador.

Finalmente, se tiene que, la teoría de la Administración por Objetivos (APO) o administración por resultados, la cual constituye un modelo administrativo bastante difundido. Su aparición data de 1954, cuando Peter F. Drucker publicó un libro, en

³⁹ Ibid.

el cual caracteriza por primera vez la administración por objetivos, siendo considerado como creador de la APO⁴⁰.

La APO, se constituye, entonces, en una técnica de dirección de esfuerzos a través del planteamiento y control administrativo fundamentado en el principio de que, para alcanzar resultados, la organización necesita antes definir en qué negocio está actuando y a dónde pretende llegar, estableciéndose inicialmente los objetivos anuales de la empresa.

La APO es un proceso por el cual los gerentes, superior y subordinado, de una organización identifican objetivos comunes, definen las áreas de responsabilidad de cada uno en términos de objetivos comunes y firmes que eliminan cualquier duda del Gerente y para evaluar el desempeño en dirección a los objetivos principales de la organización. Así, *“el desempeño esperado de un gerente debe ser el reflejo de lo que se espera en cuanto a la realización de los objetivos de la Empresa; sus resultados deben ser medidos por la contribución que estos den al éxito del negocio. El Administrador tiene que saber y entender lo que las metas de la Empresa esperan de él en términos de desempeño y su superior debe saber que contribución pueda exigir y esperar de él y debe juzgarlo de conformidad con la misma”*⁴¹.

En realidad, como señala Idalberto Chiavenato la *“APO es un sistema dinámico que integra la necesidad de la compañía de alcanzar sus objetivos de lucro y crecimiento, a la par de la necesidad del gerente de contribuir para su propio desarrollo. Es un estilo exigente y compensador de Administración de Empresas”*. *“En la APO, los gerentes superiores y subordinados de la organización definen en conjunto sus metas comunes y especifican las áreas principales de*

⁴⁰ Benavente Borbolla Juan Manuel. La Administración por Objetivos. Disponible en www.capig.org.ec/boletines/index.php?dir=2007/&file...pdf Consultada el 2 de Julio de 2.011.

⁴¹ Castillo, T. Jorge L. La dirección. Disponible en www.gerencie.com/la-direccion.html. Consultada el 2 de Julio de 2.011.

responsabilidad de cada posición en relación con los resultados esperados de cada uno, y utilizan esas medidas como guías para mejorar la operación del sector y verificación de la contribución de cada uno de sus miembros". Así, la APO es un método por el cual las metas son definidas en conjunto entre el Administrador y su superior, las responsabilidades son especificadas para cada posición en función de los resultados esperados, que pasan a integrar los estándares de desempeño bajo los cuales los gerentes serán evaluados. Analizando el resultado final, el desempeño del gerente puede ser evaluado objetivamente y los resultados alcanzados comparados con los resultados esperados⁴².

⁴² *Ibíd.*

2. CONTEXTO SOCIO DEMOGRÁFICO Y ECONÓMICO DEL EMPRESARIO

Cundinamarca, limita con cinco (5) departamentos, que son: Boyacá al norte, Meta al oriente, Huila al sur, Tolima y Caldas al occidente, Río Magdalena de por medio. Su territorio tiene un área de 24,210 Kilómetros cuadrados de extensión y con un total de 1'658.698 personas, sin contar a Bogotá. La densidad general de población alcanza a los 69 habitantes por kilómetro cuadrado.

Figura 1. Mapa del departamento de Cundinamarca.



Fuente:

<http://www1.cundinamarca.gov.co/gobernacion/Departamento/Datosgenerales/Límites/tabid/118/language/es-ES/Default.aspx>

La zona, fue poblada por los indios Sutagaos, quienes pertenece a la familia de los Chibchas y se ubicaban en la frontera Muisca, sirviendo como vínculo para entablar relaciones políticas y comerciales entre los Panches, Pijaos y Muiscas.

Figura 3. Plaza de Fusagasugá, Cundinamarca.



Fuente:

<http://turismofusagasuga.blogspot.com/>

Este municipio (Fusagasugá), fue inicialmente (entre los años 1470 y 1490) un cruce de caminos, lugar de paso obligado, pues era el único terreno relativamente plano en medio del recio relieve de la vertiente suroccidental del altiplano Cundiboyacense. La diversidad de los mercados periódicos, realizados de acuerdo a la ubicación de la luna y las estrellas, fue ejemplo de la heterogeneidad del pueblo que se enraizó en estas tierras.

En el municipio se realizan varios eventos, entre los que se destaca Expofusa, el Festival Floral y Agroindustrial y Reinado Municipal y Departamental de la Rumba Criolla, Chinauta Viva, cumpleaños de la ciudad, exposición floral, desfile de jardineros, reinado folklórico, entre otros.

Noé Pulido, parece que heredó de los indios pobladores de su tierra natal (Fusagasugá) y donde pasó sus primeros nueve (9) años, su espíritu comercial, dado que éstos tuvieron su primer sustento en el comercio.

Posteriormente, la región se introdujo en la economía exportadora, gracias a la expansión en la producción, procesamiento y comercialización del café, debido a que era Fusagasugá la ciudad de mayor desarrollo urbano en la zona, lo cual tenía

su razón en la condición como cruce de caminos que adquirió desde antes de la llegada española, permitiéndole que fuera lugar obligado para los viajeros y comerciantes que deseaban tomar esta ruta, bien fuera hacia Bogotá o el río Magdalena y el sur del país. Fue una de estas rutas la que tomó el padre del señor Noé Pulido (Noé Pulido Zuluaga), cuando decidió junto con su esposa e hijos (8), emprender rumbo hacia Bogotá a probar mejor suerte, dado que deseaba iniciarse con un negocio de mayor envergadura, En Fusagasugá se desempeñó como comerciante y agricultor.

Noé, llegó a Bogotá cuando apenas tenía nueve (9) años de edad, se puede decir que llegó de la mano de sus padres y acompañado de sus siete (7) hermanos. Bogotá es la capital de Colombia, y se encuentra ubicada en el centro del país sobre una extensa planicie en la Cordillera de los Andes a 2.600 metros sobre el nivel del mar, con una población cercana a los ocho millones de habitantes provenientes de todos los rincones del mundo. Es una ciudad tan diversa como el país entero, es el centro cultural más importante de Colombia y un lugar con centenares de sitios por conocer y actividades por realizar.

Hoy por hoy, la capital del país, ocupa el sexto lugar entre las cincuenta (50) ciudades de América Latina por sus estándares en calidad de vida, alto potencial para hacer negocios y excelentes condiciones para el desarrollo profesional, gracias al recurso humano calificado, la promoción del emprendimiento, el acceso a capital de riesgo y los avances en seguridad⁴⁵.

Es una ciudad, en transformación y su renovación urbana es visible en todos los sectores (transporte, nuevos edificios de oficinas, hoteles, centros comerciales y vivienda, construcción y mejoramiento de parques y bibliotecas), lo que contribuye

⁴⁵ Alcaldía Mayor de Bogotá. Bogotá una de las mejores ciudades de América Latina para hacer negocios. Actualizada el 10 de Septiembre de 2011. Disponible en http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/php/x_frame_detalle_portal.php?id=40977&patron=01.0201 . Consultada el 10 de Septiembre de 2011.

a la renovación del señor Noé, quien después de desempeñarse desde la edad de dieciocho (18) años en varias empresas en Bogotá, como vendedor, decide aceptar el traslado que le brinda Kellogg's, como Asesor Comercial, a la ciudad de Medellín, cuando tenía 26 años de edad.

Llegar a este territorio de gente trabajadora, siempre optimista y persistente que nada amilana los deseos de crecer de sus gentes, contribuye al nacimiento de ese espíritu emprendedor que lleva, al señor Noé, a renunciar y con el capital de su liquidación llegar a Cartagena a iniciarse como independiente.

La ciudad de Cartagena, es la capital del departamento de Bolívar, localizada a orillas del mar Caribe y es el segundo centro urbano en importancia de la Costa Caribe colombiana, después de Barranquilla, con una economía sólida polifacética gracias a que cuenta con una estructura productiva diversificada en sectores como la industria, turismo, comercio y la logística para el comercio marítimo internacional que se facilita debido a su ubicación estratégica sobre el Mar Caribe al norte Suramérica y en el centro del continente americano.

Con una vocación comercial en ascenso, al ser una ciudad de más de 900 mil de habitantes y ser destino turístico por excelencia, la ciudad ofrece una oferta comercial variada donde se encuentran reconocidos almacenes de cadena, centros comerciales, franquicias internacionales y zonas especializadas en comercio. Hoy la ciudad muestra una tendencia continua de crecimiento de la población que comenzó a mediados de los años 80, lo que contribuye a la expansión económica.

3. CONTEXTO DEL SECTOR ECONÓMICO

El comercio al por menor y al por mayor, en Cartagena, en el 2002, aportó a la inversión en la ciudad cerca de \$3.516 millones, equivalentes al 21,1% de los capitales invertidos en el período analizado, sin embargo este sector registró una reducción en sus niveles de capital un 7,8% con respecto al primer semestre de 2001⁴⁶.

El comercio, es la tercera actividad en reformas con \$2.010,9 millones, representando el 6,1% de las capitalizaciones hechas en 17 empresas existentes. Las inversiones fueron realizadas principalmente por empresas dedicadas al comercio al por mayor (\$967,4 millones) y al por menor (\$843,5 millones), mientras las empresas dedicadas a la comercialización y reparación de autos y sus partes tuvieron una menor contribución (\$200 millones)⁴⁷.

La sociedad anónima gracias a su organización y capital es la que mayor recurso reportó en las reformas de capital, con un total de \$30.412 millones, equivalente al 91,7%. La sociedad limitada reportó recursos por valor de \$2.833,3 millones, pero estos se ubican un 45% por debajo de los \$5.177,5 millones reportados en el 2002. En la sociedad civil los retiros de capital fueron mayores que los nuevos aportes de las empresas existentes dando un resultado negativo de \$418,4 millones.

⁴⁶ Cámara de Comercio Cartagena. Cuaderno de Coyuntura Económica Regional. 2002. Disponible en http://www.ocaribe.org/publicacionesinfo.php?la=es&id_publicacion=61

⁴⁷ Cámara de Comercio Cartagena. Cuaderno de Coyuntura Económica Regional. 2003. Disponible en http://www.ocaribe.org/publicacionesinfo.php?la=es&id_publicacion=72

Las grandes empresas fueron las que jalonan las reformas de capital en la ciudad, gracias a su amplio respaldo financiero y logístico cuatro grandes empresas que realizaron capitalizaciones por un total de \$15.701 millones, correspondientes al 47% de los recursos reportados. La mediana empresa se presentó como el segundo tipo de empresa en reformas con \$10.794,5 millones (32,5%) reportados por siete empresas, sigue la pequeña empresa con el aporte de \$5.274,5 millones, equivalentes al 15,9% y por último la capitalización por parte de 45 microempresas las cuales invirtieron \$1.403,4 millones, correspondientes al 4,2% de los capitales⁴⁸.

De hecho, en la ciudad de Cartagena el 100% de las empresas que cerraron tanto en el primer semestre de 2002 como en el 2003 son micros y pequeñas empresas, siendo estas en su mayoría micros. De esta manera podemos decir que las empresas de la ciudad no presentan grandes problemas para su conformación sino gran dificultad para sobrevivir⁴⁹.

El comercio, se constituye entonces, en la segunda actividad con liquidaciones en la ciudad a pesar de haber disminuido sus pérdidas de capital en un 69% con respecto al año anterior, que registró el retiro de \$199,7 millones (19%) en 34 empresas, de los cuales \$96 millones corresponden a actividades relacionadas con el comercio al por mayor, unos \$64,7 millones adicionales pertenecen a empresas dedicadas al comercio al por menor, como graneros y almacenes de ropa y calzado y \$39 millones retirados de establecimientos dedicados a la comercialización de vehículos y sus partes⁵⁰.

Las actividades económicas de mayor participación en el capital objeto de reforma, continúan siendo la industria; las actividades inmobiliarias, empresariales

⁴⁸ *Ibíd.*

⁴⁹ Cámara de Comercio Cartagena. Informe de Coyuntura Económica Regional No. 15, 2003. Disponible en http://www.ocaribe.org/publicacionesinfo.php?la=es&id_publicacion=70

⁵⁰ *Ibíd.*

y alquiler; y el comercio al por mayor y menor representando el 38,2%, 12,4% y 11,6% respectivamente; no obstante mostraron significativas reducciones (-20,4%, -88% y -34,4% en su orden). Dentro del sector industrial la empresa Zona Franca Argos S.A. aportó el 29,3% del capital reformado y el 23,3% de la inversión neta de capitales⁵¹.

Ya en el 2011, la inversión empresarial, ascendió a los 58.487 millones, 2% superior a la cifra alcanzada en igual período de 2010 y buena parte de la inversión empresarial fue realizada por las microempresas (35%), seguida por las empresas medianas (26%), grandes (20%) y pequeñas empresas (19%)⁵².

Los sectores de la economía que mayores niveles de inversión alcanzaron fue la industria manufacturera (17.005 millones), el comercio (11.306 millones), actividades inmobiliarias y de alquiler (11.198 millones) y transporte, almacenamiento y comunicaciones (6.746 millones)⁵³.

Según actividades económicas, buena parte de las empresas creadas, entraron a operar en el comercio al por mayor y al por menor, seguido por las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; y hoteles y restaurantes.

Por actividad económica, las empresas de la industria manufacturera hicieron mayores reformas a su capital (36%), seguido por el comercio (23%) y actividades inmobiliarias, (20%)⁵⁴.

⁵¹ Ibid.

⁵² Cámara de Comercio de Cartagena, Inversiones empresariales en Cartagena. <http://www.cccartagena.org.co/investigaciones.php?c=3&y=2011>

⁵³ Ibid

⁵⁴ Ibid.

Durante el periodo enero-junio de 2011 las ventas aumentaron en promedio el 55,6%. Además, el 23,8% logró mantener los resultados del mismo semestre anterior y el 20,5% manifestó disminución en las ventas⁵⁵.

Los subsectores del comercio que en junio de 2011 experimentaron un comportamiento positivo en el nivel de ventas se destacan hoteles y operadores turísticos, transporte, publicidad, comunicaciones, restaurantes, ropa y calzado y comercio exterior, lo que se atribuye los resultados favorables a la mayor demanda que experimentó la ciudad de Cartagena por la temporada de vacaciones, los precios competitivos (17%), mercadeo y publicidad (15%), menor competencia (13%) y la ampliación del área comercial (13%) respectivamente⁵⁶.

Dentro de los subsectores que experimentaron un comportamiento poco favorable en el nivel de ventas, en junio de 2011, se destacan papelerías y víveres y abarrotes.

De acuerdo con los resultados de la Encuesta de Opinión Comercial (EOC) realizado por Fenalco seccional Bolívar, durante el 2009 las ventas del comercio formal de Cartagena registraron un balance negativo, continuando con la tendencia decreciente que registró desde el 2008. No obstante, los comerciantes locales mantuvieron su optimismo sobre la posibilidad de mejores resultados durante el primer semestre de 2010 y así lo manifiestan en las expectativas de ventas para los próximos meses, pues el 81% espera que sus ventas aumenten y solo el 19% considera que se mantendrán⁵⁷.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Cuaderno de coyuntura Económica Cartagena de Indias. 2011.
http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ccec/ccec_2011_1.pdf

⁵⁷ Ibid.

4. RELACIÓN SISTEMÁTICA DE LA VIDA DE NOÉ PULIDO MUÑOZ Y SU NEGOCIO EN EL ESTUDIO

4.1. CONDUCTA ECONÓMICA

Noé Pulido, nació en Fusagasugá, el día 13 de Marzo del año 1944, allí vivió sus primeros años y estudió, como él mismo lo manifiesta, en colegio de Próceres (Colegio Ricaurte y Santander). De su época de estudiante en Fusagasugá, menciona haber sido uno de los estudiantes más sobresalientes de su salón, recuerda siempre se disputaba el primer lugar con un niño de apellido Contreras.

A la edad de nueve (9) años, su padre Noé Pulido Vargas, que siempre se distinguió por ser un hombre de carácter fuerte, pero que con sus hijos, mantenía un dialogo muy abierto y siempre hacía participe de sus decisiones y todo lo que anhelaba llevar a cabo, en ese entonces, siempre comentaba sus deseos de trasladarse a

otra ciudad con el fin de mejorar su situación económica, pues tenía algunos amigos quienes siempre le proponían viajar a la capital del país en busca de mejores oportunidades y contar con el apoyo de ellos que ya se encontraban ubicados y posesionados en la ciudad. Es así como el padre de Noé decide, entonces, trasladarse con sus esposa (María Muñoz de Vargas) y sus ocho (8) hijos, todos menores de edad, a la ciudad de Bogotá, donde llega, con los ahorros

Figura 4. Foto del Señor Noé Pulido Muñoz



Fuente: Autora del proyecto, previo consentimiento del empresario.

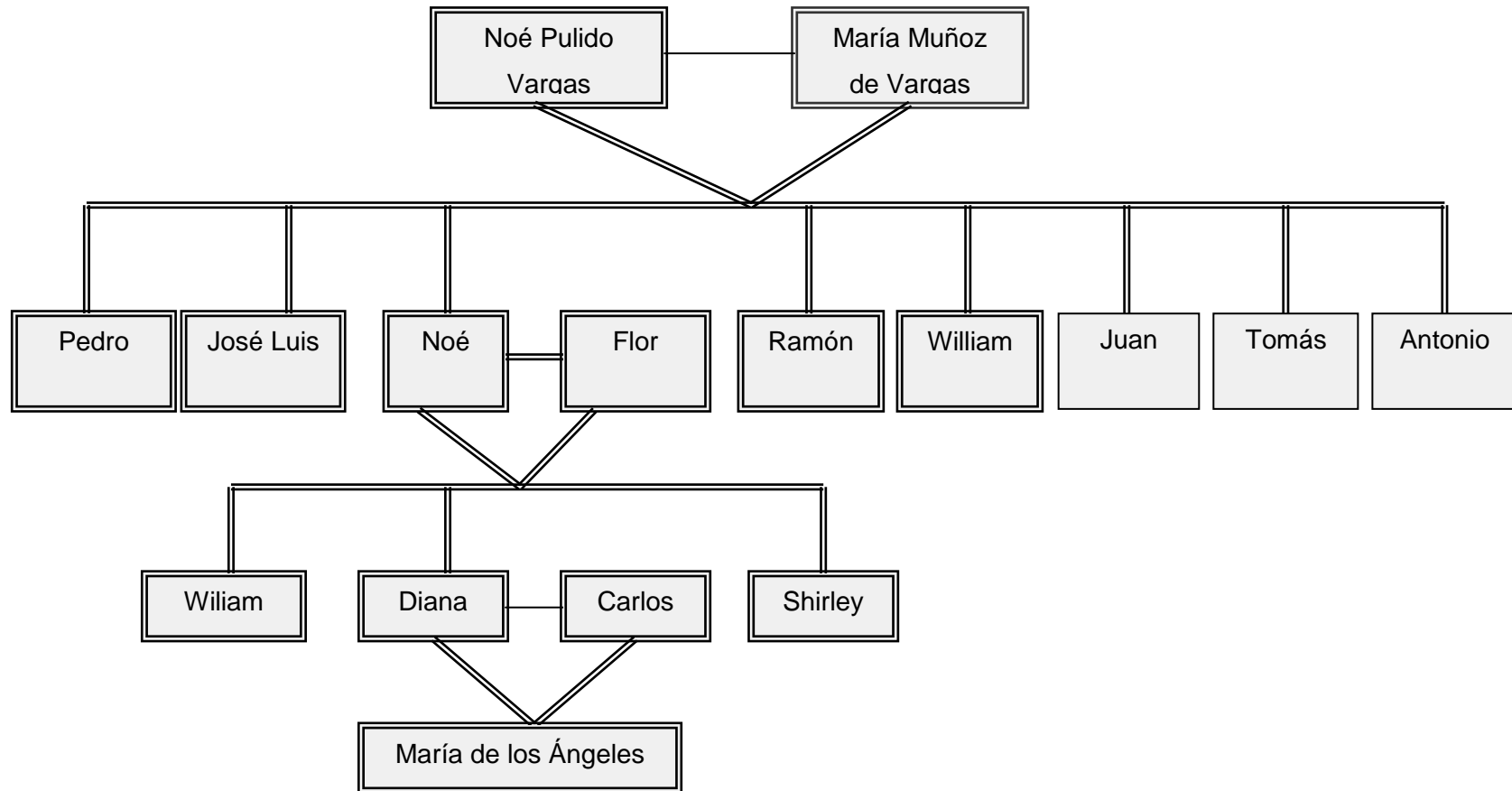
que había logrado hacer durante varios años, cargado de ilusiones, de poder brindar una mejor calidad de vida a su familia. Con el apoyo de varios amigos, se inicia como comerciante y agricultor. Su esposa se dedica a las labores de la casa y cuidar a sus ocho (8) hijos (todos varones), de los cuales Noé, ocupa el puesto tres (3). (Ver árbol genealógico)

Uno de sus amigos, le da posada mientras la gran familia consigue en donde vivir con su esposa e hijos. Agradecido por el hospedaje empieza a colaborarle al amigo y a hacer diligencias para conseguir unas tierras, las que termina comprando, en la Mesa, Cundinamarca, a donde se traslada con la familia. Los hijos empiezan a estudiar en Bogotá y a colaborarle en la siembra de hortalizas, las que después comercializa en el centro de acopio en Bogotá, hasta que se hace amigo de unos de sus clientes quien al verle su tesón y lo buen trabajador que era le propone trabajar con él en el negocio de víveres y abarrotes que tenía en Paloquemao⁵⁸. Después de consultarlo en familia se traslada a Bogotá, cerca de este lugar, en una casita arrendada, hasta que después de tres años solicita un préstamo y compra una casa propia.

Noé, de su época de estudiante (sólo cursó hasta el bachillerato), en colegio Santander de Santa Fe de Bogotá, se considera fue amiguero, pero con el tiempo, perdió todo contacto con los amigos de entonces y sólo quedan recuerdos, de aquella época en la cual salía a jugar con sus amigos, el futbol, a venderles incluso algunos de los frutos que se cultivaban en la tierrita que tenía su padre, recuerda existía una esquina la que llamaban la “Esquina del Sueño”, donde solían reunirse para jugar, referirse chistes y hasta piroppear a las niñas que por allí pasaban. Hoy día, se considera es un hombre consagrado 100% a su familia y su empresa.

⁵⁸ Plaza de mercado, ubicada en el centro de la ciudad de Bogotá, actualmente es el segundo centro de acopio de la ciudad de Bogotá, en donde mucha gente compra los productos básicos de la canasta familiar provenientes de la agricultura, como verduras, legumbres, etc. También allí las personas que revenden las flores se acercan muy a la madrugada a conseguirlas

Árbol genealógico de Noé Pulido Muñoz



El señor Noé Pulido Muñoz, el empresario en estudio, a la edad de dieciocho (18) años, empieza a laborar, como vendedor, en un laboratorio en Bogotá, comercializando medicamentos, donde permanece durante dos años; luego es llamado para laborar en Splendid, que era una fabrica de galletas, la cual fue adquirida en el año 2000 por Colombina⁵⁹, dando origen a Colombia del Cauca S.A., allí había hecho algunos contactos con amigos y por sus dotes de vendedor obtiene el cargo de vendedor tienda a tienda. Posteriormente, mediante una convocatoria realizada por Kellogg's⁶⁰, adquiere el puesto de Asesor Comercial para los grandes negocios en la cual permaneció 11 años.

Entretanto conoce a Flor, de quien se enamora a primera vista y con quien contrae nupcias.

Dado su buen desempeño, Noé es trasladado por la empresa Kellogg's, a Medellín, donde abren una nueva sucursal y lo envían como vendedor de ésta, para abrir el nuevo mercado. Tenía entonces sólo veintitrés (23) años de edad, ya para ese momento su padre, (quien vivía con él y se encontraba enfermo) ya había fallecido, lo que marca su vida, y nada lo retiene en Bogotá.

Noé parte para Medellín con las enseñanzas de su padre y su familia compuesta por su madre, (quien se quedo viviendo con él hasta el día que falleció, hace tres años) y su esposa Flor. Decide aceptar el ofrecimiento, viendo era una mejor oportunidad y mejor salario que le permitiría darle a su familia una mejor calidad de vida. Laboró, como vendedor por un tiempo, luego fue ascendido como Jefe de Ventas, cargo que ocupó hasta la edad de 35 años, además le permitió conocer a los que más tarde serían sus proveedores y clientes, quienes también fueron su primer apoyo para iniciarse como empresario.

⁵⁹ Colombina S.A. tiene por actividad principal la producción, comercialización y/o distribución de dulces, chicles, chocolates, helados, galletas, pasteles, conservas, entre otros alimentos para el consumo humano.

⁶⁰ Empresa de cereales que se inicia en el año 1884, cuando mediante un experimento fallido en el laboratorio de Battle Creeck conduce a los hermanos Kellogg's a descubrir los cereales en copos. La empresa hoy día, comercializa en ciento sesenta (160) países.

Con el dinero, fruto de su liquidación, el que consideraba bastante escaso, compró un camión a crédito por el costo de \$450.000, iniciando así su negocio de distribuidor, apoyado en los proveedores y clientes con los que había logrado buenas relaciones a través de su labor de vendedor de las empresas con las cuales laboró y se dio a conocer como una persona seria, responsable y con un gran potencial para abrirse camino en este campo.

La experiencia como vendedor y el conocimiento del mercado, no sólo de Medellín, sino también de Cartagena, a donde frecuentemente tenía que viajar para capacitar y motivar al grupo de vendedores de la ciudad y atender algunos clientes, fueron sus fortalezas para emprender, lo que hoy día él califica como una aventura, la cual considera tenía sus riesgos, pero como él mismo expresa, *“siempre hay que atreverse, asumir los riesgos, para poder lograr alcanzar las metas y cumplir los sueños”*.

Su experiencia, la intuición y la confianza que se tiene así mismo, además del conocimiento que tenía de los clientes y proveedores le permitía disminuir los riesgos, sin embargo estos no dejaban de existir.

En el camión, empezó a comercializar productos alimenticios, comestibles, como Sazones, Rico, Italo, Familia y otros productos, a quienes anteriormente habían sido sus clientes en Kellogg's. Poco a poco, fue conociendo otros clientes y proveedores y el negocio fue creciendo en ventas, hasta el punto que hoy por hoy, es considerada como una de las mejores empresas distribuidoras, no sólo de la ciudad, sino a nivel de la Costa, dado que posee distribución en muchas otras ciudades y pueblos, tanto de Bolívar, como del Atlántico y Sucre.

La empresa, la cual denominó con el nombre de Distribuidora Universal, por haber sido distribuidor de Café Universal, se inició con sólo tres (3) vendedores, hoy cuenta con treinta (30), distribuidos en treinta (30) zonas; dos (2) Supervisores,

que contribuyen al direccionamiento del grupo de vendedores, hay, treinta (30) trabajadores en bodega y diez (10) en oficina.

Noé Pulido administró la empresa hasta el año 2009, cuando decide darle mayores oportunidades a sus hijos y es así como, hoy día, el cargo de Gerente General y Representante Legal lo ocupa su yerno, decisión que fue tomada por consenso familiar, dadas sus capacidades y sus estudios como Administrador de Empresas; su hijo, William, desempeña el cargo de Asistente de Gerencia, se ocupa de las relaciones públicas, dado que se considera excelente para concretar negocios; también trabajan en la parte administrativa dos (2) bodegueros, Secretarias, Jefe de Bodega, Asistente de Bodega y Diana, su hija quien diariamente ayuda a ejercer control de todo lo que sucede y debe hacerse en la empresa, especialmente en la parte contable, de la misma. En total, la empresa cuenta con setenta (70) trabajadores y es la única empresa que posee la familia, pues Noé no ha visto la necesidad de crear otra, ya que ella ha suministrado el sustento de toda la familia, los estudios y demás gastos, además les ha permitido vivir con comodidades.

No obstante, a pesar de todo lo que la empresa les ha brindado, los primeros años fueron tiempos de muchas dificultades y privaciones, donde había restricciones económicas para poder cancelar facturas y ahorrar para ir creciendo cada día. Dentro de sus principales dificultades, se encontraba el poco capital y en el afán de incrementar la base de clientes, incluso se llegó a hacer malos negocios, dado que no se tuvo el cuidado necesario al momento de seleccionar algunos clientes, los cuales dejaron de pagar, lo que representó para la empresa, en el año 1987, después de ocho (8) años de estar funcionando, un déficit de \$5.000.000, lo que logró superarse con nuevos clientes, un préstamo bancario y mucho trabajo, lucha, perseverancia, para ya, en 1990, lograr la estabilidad económica de la empresa y contar hoy día con un buen capital, propiedades (todos sus tres hijos cuentan con apartamentos ubicados en barrios de estrato cuatro en la ciudad), una bodega de 1.700 metros cuadrados y cinco camiones.

Figura 5. Bodega de Distribuidora Universal



Fuente: Autora del proyecto previo consentimiento del empresario.

En una noche del mes de marzo de 1997, cuando todos dormían, la empresa, sufrió un percance: se presentó un incendio en el cual se perdió todo el inventario que se encontraba en la bodega y en consecuencia dejando a la empresa con grandes pérdidas y en bancarrota, además con deudas a los proveedores que no alcanzaban a cubrirse con las cuentas por cobrar existentes; lo que obligó a la compañía a refinanciarse, lo que se facilitó dado su comportamiento de pago con los bancos. Entonces la empresa empieza nuevamente casi desde cero. A pesar de estar asegurado el negocio, la aseguradora sólo cancela el 75% del valor real, lo cual generó pérdidas que fue posible superar, dada la unión familiar, el trabajo en equipo, la dedicación, el ahínco y sobre todo los grandes deseos de seguir adelante.

Dentro de las oportunidades que se le dieron para hacerse independiente y empresario, considera que curiosamente fue el ascenso ofrecido por Kellogg's el gran motivador, pues con esta nueva responsabilidad tendría más zonas a su cargo, lo cual le obligaba a mantenerse en la empresa por espacio de más de diez horas y con un salario que poco contribuía a tener un mejor estilo de vida y ofrecer a su familia una mejor calidad de vida. Esto fue el elemento detonante que

contribuyó a la toma de decisiones, la que consultó antes con su esposa e hijos, quienes le apoyaron y como siempre se mostraron dispuestos a colaborar. En ese momento no quería quedar limitado con más responsabilidades de la empresa y dada la confianza que se tenía, el conocimiento del mercado de Cartagena y los clientes, decidió renunciar.

Noé considera, así mismo, que no dejó pasar ninguna oportunidad, que éstas llegaron en el momento que debían llegar y que se aprovecharon, por lo cual no tiene nada de que arrepentirse, empresarialmente, al contrario tiene mucho que agradecer a la vida, a Dios y a sus clientes que le han permitido crecer y gozar de una estabilidad económica para él y los suyos.

Hoy, ya es poco lo que el empresario va a la empresa, pues como ya se dijo anteriormente, es manejada por su yerno y su hijo, mientras Noé desde su casa, gracias a las nuevas tecnologías existentes e implementadas, puede estar informado de todo lo que pasa en ella. Igualmente, considera que en su organización, no tiene nada que ocultar y su información es de libre acceso, jamás ha tenido algún tipo de prevención con la información, lógicamente, se hace necesario conocer para que será utilizada.

Si algo le ha permitido al señor Noé, triunfar en el mundo de los negocios, posicionarse a nivel Costa, como distribuidor de productos alimenticios y demás, es la forma característica que tiene para analizar los pro - los contra de cada negocio nuevo que va a emprender, de cada decisión que ha de tomar, para lo cual, se basa en su experiencia y el conocimiento de sus hijos, esposa y yernos, con quienes intercambia ideas, con el fin de minimizar los riesgos y el margen de error.

Por esta razón, nunca le ha tocado retroceder después de haber iniciado o implementado algo, si hay errores, considera es necesario asumirlos y tratar de disminuir el impacto.

Su alianza, siempre la establecido con su familia, siendo este su eje sobre el cual se mueve, pues siempre ha buscado el bienestar de los suyos y por eso nunca ha buscado socios en otra parte ni otras personas, la empresa es familiar y le da gracias a Dios (en quien se afianza a través de su religión católica, la que practica cada domingo) por permitirle conservar la empresa así: *“para y de la familia”*, y asegura también que las buenas actuaciones han contribuido en que las cosas vayan bien y se mantengan así.

En lo referente a las estrategias implementadas, considera varios elementos factores de éxito, por un lado la búsqueda tanto de nuevos mercados como de nuevos proveedores, acompañado de estrategias de precios y por otro, la buena promoción que hacen sus vendedores en forma directa en los negocios. Esta ha sido su mejor estrategia, pues ello le ha permitido expandirse y nunca ha considerado retirarse de un mercado, que ya conoce y le ha brindado grandes satisfacciones. Su mercado lo tiene distribuido por zonas, las que mantiene; muy pocas veces se hace de una nueva zona por resultar esta demasiado costosa para la empresa, en ocasiones, se ha visto en la necesidad de retirarse de algunos proveedores cuando el producto no es muy rentable o cuando su rotación es demasiado lenta.

A nivel de agremiaciones, sólo pertenece a Cooviva Cartagena, que es una agremiación de comerciantes y a FENALCO (Federación Nacional de Comerciantes) la que trabaja por el bien de la nación y el desarrollo del comercio, para lo cual busca la justicia social, lucha por afianzar las instituciones democráticas y promueve la solidaridad gremial, eficiencia y modernización de los empresarios colombianos. Impulsa, además, el desarrollo intelectual, económico y social, de todas las personas vinculadas al Gremio, y es un foro de discusión sobre los problemas del país, lo que establece su pertenencia con los objetivos de Noé, dado que ello, le permite adquirir y compartir experiencias.

Hoy, Distribuciones Universal tiene como misión *“ofrecerle a sus clientes un amplio catálogo de productos de las más prestigiosas marcas, los cuales satisfagan las necesidades del mercado; distinguiéndonos por ofrecer un servicio de calidad, llevando los productos a las puertas de nuestros clientes con puntualidad y eficiencia”*.

Para esto ha desarrollado convenios con un amplio número de proveedores, nacionales e internacionales, con la firme visión de ser líderes en la costa norte de Colombia.

Sus proveedores están convencidos del emprendimiento de la empresa y su rentabilidad y capacidad de pago, lo que genera confianza en ellos y por eso siempre han estado dispuestos a otorgar créditos acordes a las necesidades de la empresa y su capacidad de pago. Ha sido una empresa, que ha sabido sostener en el tiempo y el sector en el cual se encuentra y han tenido un crecimiento representativo, gracias a la buena gestión gerencial, el sentido de pertenencia de todo su talento humano y los clientes, con los cuales cuenta hoy día.

La empresa tiene como mercado destino, diferentes canales de distribución entre los que se cuentan: Tiendas, Viajeros en Poblaciones, Mayoristas y Minoristas en Plazas de Mercado, al igual que para Mayoristas y Minoristas en periferia y el sector Institucional, para lo cual cuenta con, lo que considera una robusta fuerza de ventas que se esmera por una inmejorable atención a la clientela, lo que los convierte en una de las compañías más fuertes de la Región.

El Canal Institucional se mantiene atento a las necesidades de los Hospitales, Hoteles, Casinos, Restaurantes, Bares, Oficinas, Consultorios Médicos, empresas del Sector Industrial, entre otros.

Contando, además, con una avanzada infraestructura tecnológica, la cual les permite ofrecer a los clientes el catálogo de productos mediante el sistema

“Clepsidra”⁶¹, con el cual ofrece la posibilidad de tomar los pedidos en sitio mediante PDAs (asistente digital personal), permitiendo entregarle a los clientes sus pedidos en menos tiempo. También brindan la posibilidad de tomar el pedido vía telefónica mediante un equipo de Televentas o directamente en Internet utilizando el portal de la empresa. Todos estos factores han contribuido al éxito de la empresa.

Por otra parte, un elemento del entorno que no favorece a la compañía es el recrudescimiento del invierno, pues en ocasiones no permite hacer las entregas a tiempo, pero siempre se mantiene la comunicación con el cliente y se dan las explicaciones del caso, con las pruebas suficientes para no perder la credibilidad y se está atento para atenderlos en el menor tiempo posible, cuando la situación mejora.

Como empresario, Noé es conocedor que el talento humano es el principal activo de la empresa, por lo que siempre se encuentra atento a direccionarlos, pero dejándoles en claro que siempre cuentan con una mano amiga, y su principal preocupación es el desarrollo de éstos.

Sus hijos y yerno, manifiestan es una persona abierta, con la cual han podido dialogar y siempre ha estado dispuesto a escuchar los nuevos conceptos que éstos han adquirido y que desean implementar en la empresa. Su política es escuchar, analizar y decidir, para poder implementar. Entre todos se toman las decisiones, después de escuchar el concepto de cada uno y decir lo mejor para la empresa.

⁶¹ Clepsidra es el conocido reloj de agua, que mide el tiempo sobre la base de lo que tarda una cantidad de agua en pasar de un recipiente a otro, de iguales dimensiones, que está debajo. Sin embargo, hoy se utiliza como nombre de un completo sistema de gestión empresarial orientado a grandes corporaciones, en el cual se automatizan los procesos del día a día. Estos procesos incluyen Contabilidad, Ordenes de Pedido, Ventas, Facturación, Proveedores, Clientes, Terceros, Cuentas x Cobrar, Cuentas x Pagar, Compras e Inventario. Clepsidra funciona bajo entorno Web, lo que facilita la consulta remota del sistema ya sea vía telefónica, por Internet o mediante la Intranet. De esta manera tanto directivos como Vendedores o cualquier personal autorizado de la empresa no requiere estar presente físicamente para poder interactuar con el sistema o realizar sus consultas o pedidos.

Igualmente, se mantiene atento a sus clientes externos, a los que en forma permanente llama para verificar cómo ha sido la atención que se les ha brindado y conocer sus niveles de satisfacción, tratando de dar solución lo más rápidamente posible a cualquier problema e inconveniente que haya surgido.

Así mismo se mantiene atento al pago a los proveedores, los que prefiere se realicen puntualmente, con el objeto de poder exigir calidad y puntualidad en las entregas.

Con el dinero es cauteloso, pero siempre deja un margen de confianza entre quienes lo manejan.

4.2. EMPRESARIO Y ESTADO

Noé Pulido, es un hombre que cuando se habla de política, deja entrever su apatía

Figura 6. Empresario y el Estado



Fuente:

http://images03.olx.com.co/ui/4/38/78/71123078_1-Fotos-de-Mapas-de-Colombia-para-GPS.jpg

por el tema, no está en contra de ésta pero agradece todos los días de su vida el no tener que recurrir a ella. Su participación en la política, sólo es la de elector, porque cumple con su deber de ciudadano, jamás ha considerado destinar dinero de su empresa para campañas políticas a pesar de tener un hermano con participación activa en ella (es concejal en Fusagasugá), ni se ha apoyado en programas de financiamiento del Estado.

Fiel al legado de sus padres, considera los principios morales y éticos son parte esencial del ser humano y con ello se garantiza el cumplimiento de todas las normas y derechos de los demás y a pesar de no estar de acuerdo con tantos impuestos creados por el gobierno, los cancela a cabalidad. No obstante se siente comprometido con el desarrollo de Cartagena y el país pues es consciente que los impuestos contribuyen a este desarrollo, siempre y cuando sean bien utilizados.

Noé considera que el Estado debe ofrecer un mejor apoyo a los pequeños comerciantes para poder crecer, al igual que incrementar el apoyo a aquellos con ideas de negocios para que cada día sean mayores, dado que esto contribuye a disminuir los índices de desempleo en la ciudad.

Desde un punto de vista práctico con respecto a la relación con los bancos, Noé observa que la promoción que el Estado hace para la creación de empresas, termina encontrando su mayor obstáculo en la adquisición de créditos, donde la tramitación y las garantías solicitadas terminan por desalentar a quienes confiados en la promulgación que el Gobierno hace se acercan optimistas a ellos. Considera además que con mayores alternativas de créditos a largo plazo, bajas tasa de interés y mayores programas de capacitación, se tendría a una Cartagena con grandes negocios y menores índices de desempleo.

Por otra parte, con relación a la apertura económica el empresario opina que si bien es cierto ella ha permitido adquirir productos de mejor calidad a menores precios, también es cierto que éstos productos se adquieren a intermediarios, porque no todos los comerciantes cuentan con las condiciones económicas y los conocimientos para ser importadores, lo que generalmente termina compitiendo con los negocios locales, quienes ante la falta de capital muchas veces se ven obligados a cerrar sus puertas. Este es un peligro latente al que nos enfrentamos con la llegada de la firma del TLC con Estados Unidos.

En asuntos políticos es poco lo que conoce, pero entiende que “*el progreso de cualquier ciudad se encuentra en su economía, es esta la principal fuente de empleo e ingreso de una región*”, por eso considera “*se debe brindar mayor apoyo al sector empresarial, principalmente a las pequeñas y medianas empresas, consideradas hoy día el motor de toda economía, por ser fuente de empleo, generadoras de ingresos. Esto diferencia a Cartagena de Bogotá donde se brinda un mayor apoyo y por ser una ciudad grande es mayor el número de negocios, los cuales incluso se encuentran sectorizados*”.

4.3. PERFIL SOCIOECONÓMICO

Como se ha mencionado con anterioridad, los primeros nueve (9) años de Noé Pulido Muñoz, transcurrieron en Fusagasugá, ubicados en un estrato social, podría decirse que bajo, lo que empeoraba ante el tamaño de la familia, donde existía ocho (8) hijos.

Además de ello, Fusagasugá, actualmente, es un municipio con condiciones inadecuadas de calidad de vida en la zona rural, por lo que el índice de calidad de vida⁶² (76,8) está por encima del promedio departamental (67,5) y nacional (70,8), pero está por debajo del de Bogotá (84,4) y de otros municipios grandes de Cundinamarca como Chía (81,1) y Zipaquirá (79,5) y el porcentaje de personas con necesidades básicas insatisfechas (NBI), es de 27%, cifra muy superior a la de Bogotá (17%), pero inferior a la de Cundinamarca (34%) y a la nacional (37%)⁶³. Se ha de anotar que en aquel entonces cuando Noé Pulido vivió en Fusagasugá, las condiciones no eran iguales a las actuales.

⁶² Basado en una metodología única que vincula los resultados de encuestas subjetivas de satisfacción con la vida con los factores objetivos determinantes de calidad de vida entre las ciudades o países.

⁶³ Cámara de Comercio de Bogotá. Evaluación de la gestión de las finanzas de los municipios de Soacha, Fusagasuga, Chía y Zipaquirá. Junio de 2006. Disponible en [http://camara.ccb.org.co/documentos/904_2006_9_14_8_25_36_evaluacion_de_la_gestion_de_las_finanzas_4_municipios_\(ccb\).pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/904_2006_9_14_8_25_36_evaluacion_de_la_gestion_de_las_finanzas_4_municipios_(ccb).pdf). Consultada el 10 de Junio de 2011.

Su paso por Bogotá y Medellín donde se desempeñó como trabajador de empresas comerciales, le permitieron adquirir experiencia, conocimiento del mercado y la posibilidad de desenvolverse en ambientes diferentes a su hábitat normal.

Fruto del matrimonio con Flor y de su amor han nacido tres hijos: William, Natalia y Shirley. De sus tres hijos, sólo se ha casado Diana. Shirley vive en el exterior. William, junto con Carlos -el esposo de Diana-, son quienes llevan las riendas del negocio, que inició con los ciento veinte mil pesos (\$120.000) que le cancelaron a Noé por la liquidación en Kellogg's en el año 1979.

En Cartagena, es donde Noé ha pasado la mayor parte de sus años (1979 – 2012) y donde se inició como independiente, empresario y comerciante, en su negocio propio, actualmente goza de un status socioeconómico alto, dado que vive en un barrio de estrato socio económico 5 y 6, donde vive sin las privacidades del pasado, cuando debía ahorrar lo más posible para poder hacerse independiente y luego para crecer como negocio y cuando tuvo que levantar nuevamente la empresa, después del incendio.

Aparte de haber vivido en diferentes lugares, de haber experimentado a lo largo de su vida diferentes cambios, los que no tuvo miedo de asumir, hoy, posee nexos con Bogotá y Cali, donde se encuentran ubicadas las empresas proveedoras, las cuales tienen representación en la ciudad, algunas otras las ha contactado a través del internet o telefónicamente. Manifiesta sus nexos con estas empresas son netamente comerciales.

La empresa que creó Noé Pulido Muñoz, es de tipo familiar. De sus padres, heredó sus enseñanzas, tanto en el campo comercial, como familiar, moral y ético, lo que perfiló su personalidad, para llegar a ser lo que es hoy: un hombre emprendedor, luchador, con ideales y metas, fiel a su familia, conservador a sus principios, católico practicante, podría decirse que triunfador, porque gracias a la

empresa que creó, sus hijos cuentan con una educación en los planteles educativos a donde van las personas de los estratos socioeconómicos más altos de la ciudad (La Salle, La Presentación, Cartagena de Indias, Universidad Tecnológica de Bolívar y San Buenaventura), poseen bienes materiales como apartamentos y carro propio, que representan estabilidad económica, y más en una ciudad como Cartagena.

De sus aspectos personales, Noé considera como positivos *“la confianza en sí mismo, su fe y sus deseos de luchar para lograr una superación que le permitiera vivir dignamente a él y su familia”*. Por el contrario, menciona otros aspectos que se considera negativos a pesar de no serlo, pues agrega que *“su carácter y la rectitud con la cual maneja toda su vida, en ocasiones le genera problemas con sus clientes internos”*.

4.4. ESTILO DE VIDA

El estilo de vida de Noé, como él y su familia lo manifiestan, se puede decir que hoy por hoy, es tranquilo y apacible, transcurre en la tranquilidad de su hogar, desde donde se entera de todos los acontecimientos de la empresa, especialmente los contables, lo que cuida con mucho recelo, dado que considera en él se ve reflejada la situación económica de la empresa, por lo que ha logrado un nexo muy estrecho entre lo empresarial y lo familiar, estando ligado cada uno en forma individual y conjunta, parte de su vida cotidiana, máximo cuando son sus hijos, quienes hoy día dirigen la empresa.

No obstante, en pocas ocasiones se acerca a la empresa, para visitarla y saludar a los empleados, con quienes a pesar de mantener cierta rigidez, es visto como una persona de fácil acceso, abierto al dialogo y justo, dado que es de los que consideran que *“los resultados se consiguen brindando mejores oportunidades al*

talento humano de la empresa y retroalimentándose de las experiencias, principalmente de aquellos que mantienen un contacto directo con los clientes”.

Su talento humano, manifiesta es un hombre demasiado recto en todas sus actividades, pero de fácil acceso, con quien pueden dialogar e incluso en algún momento mantener diálogos amigables y a quien se le puede consultar alguna duda que se tenga. Algunos consideran han aprendido mucho de él, principalmente del orden con que lleva toda su vida.

Por eso se califica como un hombre tranquilo, pero de decisiones rápidas (como cuando considera necesario debe cerrar una zona por no ser rentable), con una vida personal tranquila, rodeado del amor y los cuidados de su esposa e hijos y sobre todo de su nieta que es, hoy uno de su más adorados tesoros, con quien comparte todo el tiempo que puede, considerándose éste su pasatiempo favorito (los juegos con su pequeña nieta).

Así como aplica las actividades lúdicas para enriquecer el desarrollo de su nieta, igualmente les otorga la importancia a éstas en el campo laboral (capacitación constante sobre ventas, relaciones interpersonales), dado que *“en todos los campos, estas actividades contribuyen al desarrollo de las habilidades y competencias de las personas, lo que a su vez permite una mayor eficacia y eficiencia del talento humano de la empresa, en los procesos que se implementen y por ende se logra una mayor competitividad en el sector en el cual se mueve”.*

4.5. MENTALIDAD/IDEOLOGÍA

Las funciones que cumplen los empresarios en una determinada sociedad constituyen un aspecto relevante del desempeño económico, al ser éstos agentes del cambio social.

Adicionalmente, en América Latina los problemas a los que se enfrentan emprendedores y empresarios comienzan desde la observancia de una tradición que otorga, regularmente, una imagen negativa a las actividades de negocios. Esta visión retrógrada, se exagera en la medida que la sociedad en cuestión tiene como base una economía predominantemente rentista. En estas circunstancias, la capacidad empresarial no se considera una opción, porque la sociedad no valoriza suficientemente las actividades que desarrolla un empresario. Con frecuencia se le identifica con la obtención de un lucro, la acumulación de poder y otros motivos predominantemente materialistas, y, en consecuencia, inferiores. Esta imagen disuade a muchos potenciales empresarios de adoptar este rol social. Al parecer esta situación ha cambiado paulatinamente en países como Chile, donde el empresario ha comenzado a ser valorado como uno de los más importantes agentes del cambio social y del desarrollo⁶⁴.

El señor Noé, se considera un emprendedor innato, dado que opina que tiene el perfil asociado a la persona con “olfato” para los negocios, se caracteriza por un sentido del riesgo y de la oportunidad, es capaz de visualizar necesidades insatisfechas de una manera casi natural. Por esta razón, no es muy dado a elaborar planes, o realizar consultas previas con el objeto de observar los puntos débiles de su idea de negocios. Normalmente posee una alta motivación, puede ser muy perseverante hasta lograr ver su proyecto materializado.

Por tal motivo cuando se presenta una situación difícil se guía, además de los consejos recibidos, por la intuición, la cual considera está basada en la experiencia y afortunadamente todo el talento humano de la empresa confía en sus decisiones.

Los planes de la empresa se realizan a corto, mediano y largo plazo, abundando más los que son a mediano plazo, sin embargo si al ser implementados surgen

⁶⁴ Covarrubias, M. Isaías. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado Barquisimeto, Venezuela. Emprendedores y empresarios: un enfoque Institucional. Disponible en <http://www.eumed.net/ce/icm-emp.htm>. Consultada el 10 de Junio de 2011.

dudas, estos se suspenden y se dan a largo plazo, eso sí, minimizando los riesgos. Además de ello, sus proyecciones empresariales se mantienen permanentemente activas, pues para que la empresa logre marchar siempre existen proyecciones, metas que cumplir, algunas con tiempo limitado, otras que pueden “esperar”, algunas que se implementan aprovechando las oportunidades que en un momento dado otorgue el Estado y los proveedores.

Este Estado, está obligado, legalmente a proporcionar el bienestar a los ciudadanos, debe ser un ente que contribuya a la prevención de desastres, a incentivar el emprendimiento en Colombia, pero desgraciadamente, este es un aspecto que apenas empieza a despertar el interés en el país y Cartagena, no es la excepción. Esto ha obligado al país, a quedar rezagado ante otros países del mundo y Cartagena, ante las demás ciudades importantes, del país, incidiendo a su vez, en el índice de desempleo e incrementado el empleo informal.

No sólo el desempleo y el empleo informal, son temas de preocupación, hoy en Colombia, pues la situación económica es difícil, los grupos al margen de la ley han vuelto a actuar y la situación se agrava cada vez que inician las lluvias y obliga a muchos a desalojar sus hogares, negocios, y a su vez, limita la comunicación con otras regiones, obstaculizando así las ventas. Y aunque el Gobierno departamental y central es mucho lo que pregona las contribuciones que se le dan a los afectados por estos fenómenos, las víctimas siempre demanda mayor contribución e incluso exigen, que las ayudas de las comunidades internacionales les sean otorgadas.

Lo anterior expuesto, no deja de vislumbrar una triste realidad que produce muchas pérdidas materiales y económicas, las vías que une a la ciudad con el resto del país, cada día se encuentran en peor estado y el transporte de mercancía de un lugar a otro genera mayores gastos que redundan en el precio de los productos, lo que exige una mayor participación del Estado con políticas reales que contribuyan al desarrollo empresarial y por ende regional y nacional.

Noé considera *“el pilar de su negocio ha sido su familia, de quienes recibió ejemplos y enseñanzas, inicialmente y posteriormente de su esposa e hijos, ha recibido el apoyo y continuidad en sus ideas, creencias y políticas, lo que le ha permitido hoy día, direccionar la empresa desde la casa. Esto le permite vivir con tranquilidad, pues está seguro que de faltar, se podrá dar la continuidad del negocio que visionó como y para la familia”*.

Se ha de anotar que es fiel creyente que las empresas deben *evolucionar de acuerdo a como evoluciona el mercado*, para así poder mantenerse en el mismo. *“Se ha de estar preparado para el cambio y con estrategias que le permitan ser más competitivas en el entorno en el cual se desenvuelven, siempre hay que ser futurista y ahorrativo para poder asumir los retos de la globalización, dado que no se puede escapar de ella.”*

Con respecto a la financiación, *“siempre es mejor hacerlo con los bancos y cuando se ofrecen créditos con bajas tasas de intereses, siempre es conveniente aprovecharlos, dado que esto les permite crecer; eso si se hace necesario un estudio para poder saber con que se cuenta y siempre cancelar estos en forma puntual, lo que conlleva siempre a un incremento en el monto de los mismos. Pensar que se puede trabajar con dinero propio y crecer con este, además de asumir los retos de hoy día y ser competitivos, es un absurdo, pues sería necesario contar con un capital muy grande para ello, lo que de ser así estaría bloqueando a los pequeños y medianos empresarios, los que nunca tendrían oportunidades de crecer.*

Cartagena, es y ha sido siempre, una ciudad de oportunidades, a ella llega mucha gente del exterior para fijar sus negocios y estos generalmente se dan con éxito, lo que se atribuye a la unión que existe entre las personas del interior para comprar en grades escalas y ayudarse mutuamente. Además de ello, el mercado está hecho y la persona de la Costa no posee el espíritu trabajador, ni la cultura

para mantener un horario de trabajo agotador como lo hace la persona del interior, así mismo se maneja el concepto que todos los negocios de éstos manejan precios bajos. *“Lo cierto es que el Cartagenero tiene que aprender, dedicar todo el tiempo posible para impulsar el negocio y mirar las oportunidades que su entorno le ofrece.”*

5. CONCLUSIONES

Mediante la investigación, se logró establecer el marco teórico y bibliográfico del empresario, la historiografía, teorías económicas empresariales, dentro de las que se destacan la teoría neoclásica, de la producción, del método científico y de la administración por objetivos. Este marco teórico y la revisión bibliográfica permiten mediante la metodología propuesta por Carlos Dávila, revelar aspectos de la vida empresarial de Noé Pulido, así como su historia personal, familiar empresarial, conducta económica, relaciones con el Estado, perfil socioeconómico, estilo de vida e ideología.

Se logró incluso, identificar datos acerca del entorno territorial, de Noé, el sector en el cual se encuentra inmerso su negocio, principales riesgos y políticas implementadas por el gobierno, estableciéndose, incluso su participación en asuntos políticos y sus factores de éxito para mantener su negocio. Igualmente la participación familiar, de los proveedores, clientes internos y externos de la empresa.

En su experiencia, se deja entrever que a pesar del capital con el cual contaba para crear la idea de negocio; este no fue obstáculo para llevarlo a cabo, puesto que con estrategias y algunas alianzas estratégicas le fue posible mantener la empresa en el sector.

Hoy día el capital humano es uno de los activos de mayor importancia dentro de la empresa, este principio es aplicado por el señor Noé, quien, mediante capacitación, normas y políticas aplicadas a sus empleados, acompañadas de su confianza y brindando el trato que como humanos se merecen; se logra un sentido de pertenencia en el trabajo para el logro de los objetivos, trazados por la empresa.

La participación de la familia en la toma de las decisiones y el delegar funciones en ellos, le permiten hoy día contar con cierta tranquilidad y la seguridad de alcanzar la continuidad del negocio, si este llegase a faltar.

Lograr una mayor participación del Estado con políticas de créditos con bajos interés y a largo plazo, es relevante y pertinente, para el éxito de las empresas y un mayor desarrollo económico de la ciudad, al igual para reducir los índices de desempleo y pobreza en la misma.

Finalmente, se tiene que a menudo surge el interrogante de si acaso un emprendedor nace o se hace y aquí se referencia lo sostenido por Bricklin (2001): *“la respuesta probablemente se encuentre en una combinación de talento innato, que hace al emprendedor seguir su propio instinto, junto con un ambiente propicio, que permite obtener ventajas de ese talento. El instinto favorece una postura hacia el riesgo y de compromiso con lo que se está haciendo. El entrenamiento, que puede provenir de una disciplina tempranamente desarrollada, por ejemplo, un estilo de pensamiento que no desdeña ningún enfoque, generado dentro de un entorno institucional que valora altamente la creatividad y acepta la crítica, sería el otro componente requerido para tener emprendedores exitosos”*⁶⁵.

⁶⁵ BRICKLIN, D. “Natural-Born Entrepreneur”. Harvard Business Review. Septiembre. (2001). pp. 53-59, citado por Covarrubias, M. Isaías. Emprendedores y Empresarios: un enfoque Institucional, disponible en <http://www.eumed.net/ce/icm-emp.htm>

6. BIBLIOGRAFIA.

- Benavides, Ana. Diccionario de Marketing Cultural S. A. e-
genium.blogspot.com/2009_09_13_archive.html.
- Betancourt, Zarate Gilberto. Innovar revista de ciencias administrativas y sociales. No. 22, Julio – Diciembre de 2003. De la historia empresarial a la historia organizacional.
- Biblioteca Luís Ángel Arango. Punto de partida. Empresa e historia en América Latina. Carlos Dávila L. de Guevara (compilador). Tercer Mundo Editores-Colciencias, Santafé de Bogotá, 1996.
[http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti1/bol44/rese
n2.htm](http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti1/bol44/rese
n2.htm).
- Bookingbox Organización. Santander. Información General.
[http://www.bookingbox.org/colombia/club-viaje-santander-informacion-
general.html](http://www.bookingbox.org/colombia/club-viaje-santander-informacion-
general.html)
- Cámara de Comercio Cartagena. Cuaderno de Coyuntura Económica Segundo Semestre 2009.
- Cipolla, C. M. (1991). Entre la historia y la economía: Introducción a la historia económica. Barcelona: Crítica. Citado por Betancourt, Zarate Gilberto. Innovar revista de ciencias administrativas y sociales. No. 22, Julio – Diciembre de 2003. De la historia empresarial a la historia organizacional.
- Dávila, Carlos y Meisel, Adolfo. Universidad de los Andes. Facultad de Administración. Primer coloquio del Grupo Trinacional de Estudios Empresariales e Historia Económica. “Tendencias, métodos y fuentes en la historiografía empresarial reciente en México, España y Colombia”. Disponible en: http://www.economia.unam.mx/amhe/pdfs/folleto_trinacional.pdf
- Dávila, L. Guevara Carlos. Empresas y empresarios en la historia de Colombia, Siglo XIX – XX. Colección de estudios recientes. Editorial Norma, tomo I, 2002.

- Dávila, L. de Guevara Carlos. Biblioteca Luís Ángel Arango. Punto de partida. Empresa e historia en América Latina. Tercer Mundo Editores-Colciencias, Santafé de Bogotá, 1996. Disponible en la página web <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/boleti1/bol44/rese n2.htm>. Consultada el 15 de mayo de 2010.
- Escorsa Castells, P. (1997) "Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión". España: Editorial UPC
- Ferro, Osuna Álvaro José, Perfil biográfico de un empresario inmigrante a Colombia: Antonio Pacini (1931-), 2007
- Lamus, Canavate Doris. Hacia una construcción histórica de la cultura política regional en el siglo XX: Vida y obra de Alfonso Gómez Gómez en Santander Colombia.
- Meisel Roca Adolfo y Vitoria de la Hoz Joaquín. Los alemanes en el Caribe Colombiano: el caso de Adolfo Held, 1880 – 1927. No. 1. Agosto, 1999. Disponible en <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/cuadernos/1.pdf>.
- Melo, Jorge Orlando. Historiografía Colombiana: Realidades y perspectivas. http://biblioteca-virtual-antioquia.udea.edu.co/pdf/11/11_36255049.pdf
- Molina, Londoño Luís Fernando. El Zancudo en la Historiografía Colombiana. Referenciada por Dávila L. de Guevara Carlos. Empresas y empresarios en la historia de Colombia: Siglos XIX – XX. 2002. Pág. 635.
- Ortega, San Martín Fernando. Estrategias. Disponible en: www.asesoresyconsultores.net/ESTRATEGIA%20COMPETITIVA
- Romero, Diego y Herrera, Manuel. Definición de Empresa. www.promonegocios.net/empresa/definicion-empresarios.htm
- Sáenz R., E. (1991). Perfiles de empresas y empresarios en Colombia: 1946-1950. Monografía seriada 26, Bogotá: Universidad de los Andes. Citada por Betancourt, Zarate Gilberto. Innovar revista de ciencias administrativas y sociales. No. 22, Julio – Diciembre de 2003. De la historia empresarial a la historia organizacional.

- Segovia, Salas Rodolfo y Navarro, Díaz Claudia. J. V. Mogollón & Cía. (1900 – 1930). 2002. referenciado por Dávila L. De Guevara Carlos en Empresas y empresarios en la historia de Colombia: Siglo XIX – XX. Editorial Norma.
- Sena –Centro Multisectorial de Mosquera. Caracterización de la Agroindustria Panificadora, 1999.
- Tapias, Cote Carlos Guillermo. Cinco empresarios de la segunda mitad del siglo XX en Bogotá. Experiencias y realizaciones. Universidad Externado de Colombia, 2002. Pág. 11 – 56
- Tapias, Cote Guillermo. Mercados ROMI, La Gran tienda del Barrio. 2003. Disponible en foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/.../article/.../1423. Consultada Junio 10 de 2011.
- Valero, Julio Edgar Augusto. Empresarios, tecnología y gestión en tres fábricas bogotanas 1880 – 1920: un estudio de historia empresarial. 1999. Disponible en <http://biblioteca2.icesi.edu.co/cgi-olimp?session=22377672&infile=details.glu&luid=56876&rs=799155&hitno=5>.
- Vilorio, de la Hoz Joaquín, Tabaco del Carmen: Producción y exportación de tabaco de los Montes de María, 1848-1893. Cuadernos de Historia Económica y Empresarial, 1999
- Vilorio, de la Hoz Joaquín. Cuadernos de Historia Económica y Empresarial. Empresarios de Santa Marta. El caso de Joaquín y Manuel Julián de Mier, 1800 – 1896. No. 7. Noviembre de 2000. disponible en <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/cuadernos/7.pdf>.

7. ANEXOS

Preguntas realizadas al empresario Noé Pulido Muñoz.

Conducta económica

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿lugar y fecha de nacimiento?
3. ¿Cómo transcurrieron sus primeros años de vida?
4. ¿Cómo se encuentra conformada su familia su familia paternal y maternal?
5. ¿Cuál es su nivel académico actual y cuáles fueron las instituciones en las que recibió su formación (secundaria, preparatoria)?
6. ¿A qué se dedica actualmente?
7. ¿A los cuantos años empezó a laborar y donde?
8. ¿Cuándo y cómo empezó a desarrollar su primer negocio?
9. ¿Qué incentivos obtuvo durante su vida para ser empresario?
10. ¿Cómo consiguió los recursos para poder invertir?
11. ¿Cómo fue su paso a la comercialización en mercados nacionales?
12. ¿Cómo fue su paso a la comercialización en mercados nacionales?
13. ¿Cómo ha mantenido su empresa en los mercados, económica o comercialmente a través del tiempo?
14. ¿Cómo es la infraestructura actual de su empresa?
15. ¿Con cuántos empleados cuenta su empresa?
16. ¿Cómo ocurrió la creación de su primera empresa?
17. ¿Qué dificultades se le presentaron para la creación de su empresa?
18. ¿Cuántas empresas a creado a lo largo de su vida, de forma individual, en compañía o que haya sido gerente?
19. ¿Bajo qué criterios efectúa o no la creación de empresa?
20. ¿Al crear o en el momento de desarrollar su empresa se le presentaron diferentes oportunidades, cómo han sido, las ha aprovechado?

21. ¿Las oportunidades le generan algún nivel de desconfianza, como es su reacción frente a esto?
22. ¿Qué oportunidades a nivel empresarial cree que ha dejado pasar por algún motivo y que hoy en día se arrepienta?
23. ¿Qué piensa usted del manejo de información formal o informal, en su vida o empresa?
24. ¿Cree usted que la información de la empresa debe ser privilegiada o de libre acceso?
25. ¿Qué fuentes utiliza para documentarse al momento de tomar una decisión, como es el proceso?
26. ¿Cree usted que al pasar del tiempo hay necesidad de implementar estrategias de cambios, por qué?
27. ¿En su empresa cree necesaria la tecnología de punta? ¿Cómo es el mensaje real?
28. ¿Límite de tiempo de su visión, que tan ligada esta al cambio continuo?
29. ¿Cómo está ligado el concepto de cambio en su vida cotidiana?
30. ¿Qué tan adverso se considera al riesgo?
31. ¿Qué elementos utiliza para medir el riesgo, o es manejado por simple intuición, cómo es el proceso?
32. ¿Cuándo se enfrenta a situaciones de riesgo su reacción es retroceder u opta por planes para minimizarlo?
33. ¿En las empresas que ha tenido se ha limitado a quedarse con el mercado inicial o ha buscado de alguna forma nuevos mercados?
34. ¿Ha tomado la decisión de retirarse de un mercado, porque tomo esa decisión?
35. ¿Qué tipo de alianza ha hecho para alcanzar objetivos en común?
36. ¿Pertenece a alguna asociación de empresarios, cómo se introdujo?
37. ¿Cree necesaria algún tipo de unión con otras compañías, porque enriquece o empobrece el aprendizaje de usted y sus empleados?
38. ¿Tiene alguna relación con el mercado internacional?
39. ¿Qué tipo de relación y durante cuánto tiempo ha mantenido esta?
40. ¿En qué nivel de internacionalización se encuentra su(s) empresa(s)?

Empresario y Estado

1. ¿Le gusta la política, porque, en qué nivel?
2. ¿Ha tenido usted o alguien de su familia alguna experiencia política?
3. ¿Su familia ha tenido relación con personajes políticos?
4. ¿Tiene usted ideales políticos, partido o corriente en especial?
5. ¿Ha participado de cualquier forma en elecciones, de que tipo, con qué fin?
6. ¿Su participación en política es esporádica, siempre o solo lo hizo una vez, porque?
7. ¿Ha destinado alguna porción de su dinero al apoyo de campañas ajenas o suyas, comente experiencias?
8. ¿Qué beneficio ve usted para su empresa en el apoyo financiero o de nombre hacia políticos?
9. ¿Cómo cree que ha sido su desempeño en cargos de elección popular?
10. ¿Cómo le han calificado ese desempeño sus empleados?
11. ¿Ha sido nombrado en cargos públicos, cómo cree que ha sido su desempeño?
12. ¿Se encuentra usted en la dirección de algún partido, cual, como se vinculo, tiene aspiraciones?
13. ¿Se ha beneficiado de programas de financiación del estado, como conoció y decidió vincularse?
14. ¿Ha contratado con el estado, porque, como fue su experiencia?

Perfil Socioeconómico

1. ¿Dónde vivió en los primeros años de su vida?
2. ¿Quiénes fueron sus amistades de juventud, estatus social al que ha pertenecido?
3. ¿Cuáles fueron sus aspiraciones en su niñez?
4. ¿Quiénes eran sus padres? ¿siempre han tenido el estatus social actual?
5. ¿sus padres eran empresarios?
6. ¿su empresa es de tipo familiar?

7. ¿Hay o hubo algún empresario dentro de sus familiares cercanos?
8. ¿Con que parte del territorio nacional distinto a donde reside tiene nexos o ha vivido?
9. ¿A qué religión pertenece?
10. ¿Con que frecuencia lo practica? ¿Qué tan ligado esta a su vida cotidiana?
11. ¿Cómo y cuándo inicio su empresa?
12. ¿Cómo inicio y evoluciono su capitalización?
13. ¿han heredado? ¿Qué tipo de herencia? ¿Hace parte del origen de su riqueza?
14. ¿Administra o tiene propiedades familiares? Comente.
15. ¿Qué motivo lo ha llevado a tomar las riendas de las actividades que desempeña?
16. ¿Qué aspectos cree que son positivos (negativos) de su personalidad?
17. ¿Qué aprendió de la enseñanza en su casa (padres, hermanos)?

Estilo de vida

1. ¿Qué tan ligado están sus negocios con su vida cotidiana, afecta o tiene repercusión las decisiones tomadas en su profesión con su vida personal?
2. ¿Qué tanto porcentaje de su vida le dedica a sus negocios?
3. ¿Usted se ve como un dirigente de que tipo, en cuanto a rigidez, flexibilidad? Comente.
4. ¿Mantiene relaciones amistosas con sus empleados o socios, porque, cree necesario esto?
5. ¿Qué tal es su percepción frente al consumo, se considera compulsivo o moderado, cómo es en su vida personal y empresarial?
6. ¿Cuál es su actividad de pasatiempo (hobbie), cada cuanto lo realiza?
7. ¿Qué tan importante son para usted las actividades lúdicas?

Mentalidad/ Ideología

1. ¿Cómo es percibido ante sus empleos y grupo de trabajo, en cuanto a la confianza, son abiertos con usted en este tema?
2. ¿Cuándo se le presentan situaciones difíciles, cuan confiado es de sus destrezas para salir de esto?

3. ¿Ha tenido algún hecho en su vida que le haya afectado ser confiable para las demás personas?
4. ¿En momentos críticos o situaciones adversas, utiliza la suspicacia para salirse con la suya, que tan astuto se cree, de donde adquirió esta destreza?
5. ¿Qué piensa de elaborar planes de largo/corto plazo?
6. ¿Cuándo va a invertir en cuanto tiempo espera recuperarse y empezar a ganar, que estricto es con este tema?
7. ¿Su visión empresarial la preparo en cuanto tiempo?
8. ¿Cómo cree usted que debe manejar sus proyecciones empresariales, en cuanto a límite de tiempo?
9. ¿Qué piensa acerca del papel que el estado debe jugar frente ala sociedad que gobierna y cómo lo ve en la realidad colombiana?
10. ¿Cree que la sociedad debe tener un gobierno como ente regulador, porque, que otra opción propone?