



ESTUDIO DE CASO PARA LA ENSEÑANZA

STEAM CAR & HOUSE, CUANDO EL ENTUSIASMO LE GANA A LA PLANEACIÓN

JUAN PABLO MURILLO VILLA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES
FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
MANIZALES

2021

STEAM CAR & HOUSE, CUANDO EL ENTUSIASMO LE GANA A LA
PLANEACIÓN

Autor

JUAN PABLO MURILLO VILLA

Proyecto de grado para optar al título de Magister En Administración De Negocios

Tutor

VIVIANA MOLINA OSORIO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES

FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

MANIZALES

2021

DEDICATORIA

A mi madre y hermana...

Motivación de desarrollo y empuje,

¡Gracias por permitirme permanecer en sus vidas!

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, mi mamá y mi hermana, por apoyarme y darme la fuerza para seguir adquiriendo conocimientos y por el apoyo que me brindan en todos mis emprendimientos.

A la Universidad Autónoma de Manizales, por permitirme pertenecer a esta alma mater durante más de la mitad de mi vida y lograr el desarrollo de un ser humano y un profesional íntegro.

A mi tutora Viviana Molina, quien tuvo la paciencia para apoyarme y no permitió que desfalleciera al desarrollar cosas nuevas, quien siempre ha entregado un apoyo incondicional en todo el proceso como emprendedor.

A todos los compañeros de Especialización y Maestría, quienes sin darse cuenta aportaron todos a este proceso de crecimiento personal y profesional

RESUMEN

Esta investigación se desarrolló con el fin de poner a disposición de la universidad, sus docentes y sus estudiantes, un estudio de caso para la enseñanza – ECE, que permita evidenciar los retos que asumen los emprendedores en la actualidad.

El análisis de la historia de STEAM CAR & HOUSE, empresa de limpieza de superficies creada y cerrada en la ciudad de Manizales en el año 2015, se enmarcó en todo el proceso de emprendimiento que se desarrolló, teniendo en cuenta las razones por las cuales surgió la idea, como se dio inicio a la idea, como fue el desarrollo de la puesta en marcha como empresa, en qué momento se transformó de una idea a una empresa y cuáles fueron las características de esa transición, como fue el desarrollo empresarial de la empresa durante su existencia, exponiendo sus necesidades y falencias; y finalmente en qué momento se decidió cerrar la empresa.

Esta investigación fue desarrollada basándose en el Protocolo de Casos para La Enseñanza – ECE, de la Universidad Autónoma de Manizales, mediante el cual se planeó y desarrolló el proceso de recolección de información, se procesó y se dio vida a este documento, también se realizó una prueba del documento resultante dentro de un aula de la misma universidad, en la asignatura de emprendimiento, en búsqueda de perfeccionar el contenido del documento con la finalidad de ratificar su idoneidad para ser aplicado dentro de las aulas de pregrado.

Los resultados permiten a los docentes utilizar un ECE, como herramienta para la apropiación de conocimiento en sus estudiantes, mediante la utilización del estudio de caso podrá presentar en su aula un evento vivido con anterioridad por un profesional y así lograr evidenciar los retos a los que se enfrenta toda persona que decide emprender con una idea de negocio.

Palabras Clave: Emprendimiento, Estudio de Caso, Empresas

ABSTRACT

This research was developed in order to make available to the university, its teachers and its students, a case study for teaching - ECE, which allows to demonstrate the challenges that entrepreneurs assume today.

The analysis of the history of STEAM CAR & HOUSE, a surface cleaning company created and closed in the city of Manizales in 2015, was part of the entire entrepreneurship process that was developed, taking into account the reasons for which it arose the idea, how the idea started, how was the development of the start-up as a company, at what moment did it transform from an idea to a company and what were the characteristics of that transition, how was the business development of the company during its existence, exposing its needs and shortcomings; and finally, when was the decision to close the company.

This research was developed based on the Protocol of Cases for Teaching - ECE, of the Universidad Autónoma de Manizales, through which the information gathering process was planned and developed, this document was processed and brought to life, it was also carried out a test of the resulting document within a classroom of the same university, in the entrepreneurship course, in search of perfecting the content of the document in order to ratify its suitability to be applied within undergraduate classrooms.

The results allow teachers to use an ECE, as a tool for the appropriation of knowledge in their students, through the use of the case study, they will be able to present in their classroom an event previously experienced by a professional and thus achieve evidence of the challenges every person face when decides to start with a business idea.

Keywords: Entrepreneurship, Case Study, Business

CONTENIDO

1	CONFORMACIÓN Y TRAYECTORIA DEL EQUIPO DE INVESTIGADORES ...	10
1.1	DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN: VIVIANA MOLINA OSORIO	10
1.2	ESTUDIANTE INVESTIGADOR: JUAN PABLO MURILLO VILLA.....	11
2	ÁREA PROBLEMÁTICA.....	12
3	JUSTIFICACIÓN.....	15
4	REFERENTE TEÓRICO.....	17
5	OBJETIVOS.....	22
5.1	OBJETIVO GENERAL	22
5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
6	METODOLOGÍA	23
7	RESULTADOS “NARRATIVA DEL CASO”	26
8	NOTA DE ENSEÑANZA	41
8.1	OBJETIVOS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE.....	41
8.1.1	Objetivos de Enseñanza.....	41
8.1.2	Objetivos de Aprendizaje	41
8.2	PREGUNTAS ORIENTADORAS SUGERIDAS.....	42
8.3	PLAN DE ENSEÑANZA PARA EL AULA.....	43
9	REPORTE DE PRUEBA DE CASO	45
10	CONCLUSIONES	50
11	RECOMENDACIONES	53
11.1	A LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES.....	53

11.2	A LOS DOCENTES.....	53
11.3	AL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS	53
12	REFERENCIAS	55
13	ANEXOS.....	58

LISTA DE IMAGENES

Imagen 1 Publicidad Física y Virtual	32
Imagen 2 Valores del Servicio.....	40
Imagen 3 Juan y Alejandro, Creando Empresa	40
Imagen 4 Experiencia en Aula.....	49

1 CONFORMACIÓN Y TRAYECTORIA DEL EQUIPO DE INVESTIGADORES

1.1 DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN: VIVIANA MOLINA OSORIO

Economista Empresarial de la Universidad Autónoma de Manizales

- Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Especialista en Finanzas de la Universidad EAFIT.
- Especialista en estudios pedagógicos en Educación Vocacional para profesores de la Haaga Helia University of Applied Sciences de Finlandia,
- Magíster en Administración Financiera de la Universidad EAFIT
- Candidata a Doctora en Diseño y Creación en la Universidad de Caldas.

Con experiencia en el sector empresarial desde el campo financiero en empresas de diferentes sectores como Adylog, Arme, Concentrados del Centro, Hospital San Isidro. De igual manera ha sido emprendedora y consultora en temas financieros y de emprendimiento. Hace parte activa del Ecosistema de Emprendimiento Manizales Más como asesora y formuladora de varias iniciativas relacionadas con la enseñanza del emprendimiento en Manizales y Caldas. Se formó en el programa Global Affiliates Program: Formación como formador de formadores en emprendimiento. (Proyecto Manizales Más -SUMA) en Babson College, M.A. (EEUU). Co-creadora de la Ruta del Emprendimiento de Manizales Más. Ha recibido varias distinciones internacionales en Europa por el desarrollo de propuestas relacionadas con la formación en emprendimiento con el caso de Programa de Profesores de Alto Potencial y la Ruta del Emprendimiento en los Premios Internacionales a la Excelencia en la enseñanza del emprendimiento y la innovación. Actualmente se desempeña como Docente de Tiempo completo, Asociada al departamento de Administración en la Universidad Autónoma de Manizales.

1.2 ESTUDIANTE INVESTIGADOR: JUAN PABLO MURILLO VILLA

Ingeniero Mecánico de la Universidad Autónoma de Manizales

- Especialista en Gerencia Empresarial de la Universidad Autónoma de Manizales
- Candidato a Magister en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.

Con experiencia como ingeniero mecánico, en el área construcción, montaje y mantenimiento de sistemas de transporte de pasajeros por cable aéreo de la ciudad de Manizales y Cali. En el sector agropecuario como gerente de sistemas productivos de ganadería en el área del Magdalena Medio. De igual manera se ha desenvuelto como emprendedor de diferentes iniciativas como: Aglomerados Ecológicos de Colombia, Steam Car & House y Plate.co.

Se formó en programas de Guadua en la Universidad Autónoma de Manizales - CORPOCALDAS, en producción agropecuaria, en el área de bovinos con FEDEGAN – Comité Departamental de Ganaderos de Caldas. Ha Participado en diferentes propuestas de emprendimiento dentro del ecosistema de emprendimiento de la ciudad de Manizales como emprendedor principal; ha desarrollado de forma personal procesos de investigación en el desarrollo de nuevos productos y ha realizado solicitud de patente de su desarrollo, el cual es la base para los productos del emprendimiento denominado Plate.co. Actualmente se desempeña como director del proyecto Plate.co.

2 ÁREA PROBLEMÁTICA

A nivel global, el emprendimiento se ha convertido en una ilusión de enriquecimiento y fama personal, debido a que lo que se muestra generalmente son los casos de emprendedores de gran éxito, estos casos son denominados “unicornios”, debido a que son casos que suceden una vez entre millones de emprendimientos y que realmente son muy pocos si se comparan con el número de emprendimientos que se inician y mueren antes de 5 años o peor aún si se comparan con los emprendimientos que desfallecen antes del primer año. Las generaciones actuales, conformadas por jóvenes decididos, con acceso a información sin límite y desapegada en muchos casos de la realidad, son generaciones también con ambiciones creadas por las redes sociales y sin la virtud de la constancia y la perseverancia; estos jóvenes se encuentran con un mundo tecnológico donde cada día es más difícil encontrar como profesionales un lugar de trabajo estable, para el cual son formados dentro de las universidades, y el campo laboral cada día tiene menor capacidad de ofertar vacantes para la mano de obra calificada, lo anterior se puede identificar como uno de los motivos que impulsa a las personas a transformarse en “emprendedores”.

Pero ¿qué es ser Emprendedor?, según la Real Academia Española, la palabra Emprendedor, es un adjetivo referido a alguien que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras; en la realidad se ha convertido en un comodín usado por todo aquel que decide intentar obtener su independencia laboral y económica, sin ser necesariamente cierto que esté tomando acción con resolución o creando empresas innovadoras; en la práctica para ser emprendedor se necesita de una idea y tomar acciones para ponerlas a servicio de los demás.

De acuerdo con el Reporte Global de Emprendimiento, el 38% de los emprendedores a nivel global, dicen conocer como recaudar dinero para sus emprendimientos y el 57% dicen estar dispuestos a sacrificar su tiempo libre para trabajar en su idea de negocio. De los 49.000 encuestados, entre los 14 y los 99 años, para este estudio, el 75% prefiere un

negocio donde se dé servicio personal al cliente mientras el porcentaje restante prefiere un negocio de atención virtual.

Para el caso de Colombia, el estudio realizado por la Universidad de Múnich y el instituto de investigación de mercado global, fueron encuestados 1015 personas mayores de 18 años. El 90% dice estar dispuesto a sacrificar su tiempo libre trabajando en su idea de negocio, frente al 57% a nivel global, otro dato interesante es que 89% de los encuestados colombianos está dispuesto a tomar el riesgo de fracasar al iniciar su negocio, frente a la disposición global de sumir el fracaso que es del 47%; lo anterior muestra que los colombianos tienen una gran disposición a ser emprendedores y a asumir riesgos, pero es algo que puede hacer ver al colombiano como alguien que lo toma a la ligera; de acuerdo con Raj Sisodia, reconocido docente del Babson College, institución reconocida por su educación sobre emprendimiento, dice: “Es una sociedad que tuvo problemas en el pasado relacionados con crímenes o terrorismo y eso se tradujo en una situación de falta de oportunidades económicas. Así que esto pone dos caras en una misma moneda: situación de crimen, pero contrastada con una actitud de superación”, Lo cual puede explicar la disposición del colombiano a crear empresa, explorar ideas y arriesgarse al fracaso cuando emprende.

En el contexto local, existen cientos de emprendedores y emprendimientos que no difieren de la realidad mundial, nacen de ideas fantásticas y otras que no lo son tanto, pero todas dirigidas a lograr esa independencia laboral que tantos aspiran. En Colombia los emprendedores deben sortear muchas situaciones para lograr obtener resultados con sus emprendimientos, desde la situación de inseguridad, altos costos iniciales, reducidas fuentes de ingresos, hasta en el peor de los casos no tener la formación necesaria para enfrentar los retos que le supone enfrentar el mercado y las disposiciones legales. Es aquí, donde se puede conocer uno de los más grandes tropiezos que tienen los colombianos para emprender, la falta de educación y conocimiento, en cuanto a temas legales, productivos y financieros, que los llevan a cometer errores que los conduce al fracaso; la falta de planeación, de información real y de investigación previa a transformado a muchos emprendedores en perdedores, ya que debido a las fallas cometidas en un principio el

emprendedor desfallece en el camino, o no encuentra otra salida que diluir su empresa antes de generar mayores pérdidas económicas.

Podemos entonces concluir, por ahora, que al emprendedor colombiano le hace falta mayor conocimiento de su entorno, mayor preparación en temas financieros, legales y productivos, pero tiene grandes ventajas como lo son su decisión y esmero por crear soluciones a la realidad de un país que hasta ahora está tratando de ver un horizonte diferente al de la guerra y la inseguridad.

3 JUSTIFICACIÓN

Durante la última década, el gobierno colombiano, ha decidido generar espacios para crear oportunidades de apoyo a los desarrollos de innovación y creación de nuevas empresas, a través de instituciones como el SENA o INNpula y adicional a esto la Cámaras de Comercio ha jugado un papel primordial en el desarrollo de estrategias y servicios para que el ciudadano obtenga información de primera mano acerca de la legislación, los procedimientos y los costos de emprender en el país. También hay empresas que han desarrollado aceleradoras de “Startups” con el fin de originar solución a sus propios problemas de desarrollo e innovación o lograr el apoyo a creación de nuevos modelos de negocios donde tienen interés como el caso de “Wayra” la aceleradora de startups digitales de Telefónica.

Se evidencia entonces, que a pesar del esfuerzo gubernamental para crear impulsos para sector de emprendimiento e innovación nacional, el país presenta una falencia para los emprendedores en cuanto a inversionistas, para el apalancamiento y evaluación de los proyectos de alto impacto, para conseguir así el reflejo del emprendimiento en los sectores económicos del país.

Pero el mejoramiento del ecosistema emprendedor del país no depende exclusivamente de inversionistas, adicional a estos, se debe propender por la modificación y evolución de la educación dirigida a la formación de profesionales íntegros, que no solo conozcan y comprendan sus bases técnicas al igual que la ética profesional, si no también, con conocimientos legales y administrativos suficientes que los conlleven a complementar su desarrollo profesional con herramientas suficientes, para crear, desarrollar y poner en marcha emprendimientos correctamente direccionados y planeados desde los puntos técnico, económico, financiero y social.

Es así como se evidencia, la necesidad de poner en conocimiento y a disposición de los estudiantes actuales, los casos de éxito pero también de fracaso de los emprendimientos, y que mejor manera para llevarles este conocimiento, que por medio de un estudio de caso

para la enseñanza, método que ha sido utilizado desde los años 30, así como lo utilizó en 1935 la Escuela de Chicago para el análisis de fenómenos sociales de migración en Estados Unidos, y que fue popularizado por la Escuela de Harvard en manos de Christopher Columbus, como pionero, utilizándolo en la facultad de derecho en la preparación de los alumnos para intervenir en los litigios (Peña & Arzaluz, 2005); para complementar, en este método por medio de una guía de estudio de caso en el aula de clase, puedan conocer de primera mano las situaciones que pueden llegar a enfrentar y logren un análisis a profundidad de una situación real y puedan proponer y discutir soluciones a los inconvenientes que se le presentaron a un emprendedor con anterioridad.

Para este estudio de caso, se ha reconocido una oportunidad de construcción para la enseñanza, del caso puntual del emprendimiento denominado “Steam Car & House”, un emprendimiento desarrollado por un profesional en Ingeniería Mecánica, en el año 2015 con una inversión cercana a los 80 millones de pesos, el cual finalmente se liquidó. Este caso nos proporcionará la posibilidad de realizar un estudio desde los inicios del emprendimiento, pasando por el desarrollo de la idea y su puesta en marcha, para luego conocer la causa de su liquidación, y poder analizar cada situación en comparativa con las teorías administrativas y las teorías del emprendimiento actuales, así se crea la posibilidad de transferir el conocimiento y en parte la experiencia del emprendedor a los estudiantes que llegaran a tener el estudio de caso en sus manos.

4 REFERENTE TEÓRICO

Como ya se ha planteado en este documento, el emprendimiento es una actividad humana que cada día, se interpreta más como una dedicación cotidiana, el emprendimiento no se refiere únicamente a la creación de empresas, ya que es emprendedor todo aquel que decide y toma acción para conseguir un logro representativo para sí mismo o para la comunidad que lo rodea. Para ser emprendedor se requiere ser decidido y arriesgado, pero los estudios acerca del emprendimiento han sido basados en empresas ya existentes, las cuales tienen un trasegar marcado para estar donde están, a diferencia de esto, es importante resaltar el emprendedor como individuo, quien no es más que aquel que descubre oportunidades donde otro no las han encontrado (Shane y Venkataraman, 2000, p. 218), es así como resultan pocos, los estudios que muestran los inicios de empresas exitosas o de empresas que no salieron a flote, y el desarrollo de investigaciones de amplio espectro que indaguen y develen los procesos de emprendimientos que desaparecen en etapas tempranas.

En el mundo, el emprendimiento empresarial ha sido el constante acompañante de la evolución de la humanidad y el generador de nuevas industrias y se puede concluir que el desarrollo de la sociedad es debido a la implementación del fenómeno del emprendimiento con diversas características de motivación de afiliación, logro y poder (McClelland, 1961). En Colombia ha sido una labor no necesariamente reconocida, aunque al igual que a nivel mundial se ha desarrollado siempre, ahora bien, en la actualidad se está promoviendo el desarrollo empresarial con el fin de crear empresas que jalonen el crecimiento industrial y económico del país. Es aquí entonces, donde se han desarrollado los modelos de apoyo al emprendedor, a la generación de ideas y a la creación de nuevas empresas; por medio de instituciones gubernamentales y privadas que buscan generar desarrollo y emprender por medio de la investigación y el fortalecimiento de las capacidades de investigación, innovación y desarrollo.

El emprendedor actual, se distancia del inversionista, ya que el emprendedor es quien busca la oportunidad de crear el negocio, basado en descubrimientos y análisis de su trasegar

continuo por el entusiasmo de conocimiento y desarrollo; el inversionista es aquel sujeto que invierte recursos en una idea pero no está al frente completamente de ella, esta inversión tiene una finalidad que es recuperar su inversión y recoger dividendos de las mismas (Rodríguez Ramírez, 2009. Pag.188).

El emprendedor desarrolla un comportamiento de vida y profesión, para perseguir sus ideas y hacer frente a los desarrollos que requiere su emprendimiento (Urbano, Pulido & Garrido, 2008). Pero es necesario que el emprendedor como futuro empresario, desarrolle y conozca las teorías empresariales que le servirán de complemento para lograr su objetivos de una manera más llevadera y evitara que cometa errores que otro han cometido en el camino de emprender, es así como llegamos a encontrar las necesidades de un emprendedor, por lo menos por ahora, serán necesidades básicas para el aprovechamiento del conocimiento previo; áreas económicas, financieras, gerenciales, de talento humano y otras, serán los nuevos aliados de aquel emprendedor que quiere minimizar sus riesgos y maximizar su eficacia.

Para el desarrollo de una idea, es necesario conocer el entorno en el cual se desenvuelve y al cual se enfrenta, es así como se inicia el desarrollo estratégico de la idea, para lograr más adelante una gestión estratégica del emprendimiento o empresa creada. Pero la empresa es un conjunto de características que deben ser administradas al mismo ritmo (Sallenave, J. P.2004), de allí que es necesario desarrollar una dirección que permita la administración de cada uno de los capítulos de la empresa, siendo esta administración encaminada a cumplir los objetivos de la empresa por medio de una estrategia para cumplir con los mismos. La estrategia se debe trazar de acuerdo a los lineamientos del empresario y los objetivos primordiales de la empresa, para nuestro caso los objetivos del emprendedor y del emprendimiento; El conjunto de características que se deben administrar, no son más que procesos, los cuales dan forma a el emprendimiento, estos procesos deben ser individualizados para aclarar los componentes de cada uno y conocer quienes o que momentos definen el funcionamiento de cada uno, como son los procesos administrativos, procesos productivos y procesos de recursos, este último se deberá separar en los recursos físicos y los recursos humanos de la organización.

Pero el emprendimiento y la gestión estratégica del emprendimiento, no serán factibles, a no ser que realmente se dé la existencia de la empresa derivada de la idea inicial, entonces es necesario desarrollar un esquema de actividades que posibilite la existencia del emprendimiento y el desarrollo del mismo, para esto la idea se debe llevar a su desarrollo como un proyecto, en el cual infieren desde un principio análisis que permite evidenciar la pertinencia del trabajo del emprendedor.

Un proyecto consiste en una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad, utilizando recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización. (Padilla, M. C. (2016).

Para cada proyecto puede ser necesario una serie de estudios diferentes, dependiendo de la magnitud y el alcance del proyecto, además de la inversión que se esté dispuesto a realizar, para el caso de los emprendimientos, podemos pensar que separándonos de la magnitud del proyecto, existen bases indispensables que se deberían conocer antes de llevar a cabo el emprendimiento. Estas bases las podemos identificar como las variables mínimas a tener en cuenta para evaluar inicialmente la viabilidad de la idea de emprendimiento. (Longenecker, J. G. 2012).

Es así, como debemos orientarnos en la administración que debe dar el emprendedor a su idea desde un comienzo, y es que la administración de una idea debe entenderse como la administración de una actividad, que puede generar situaciones de todo tipo, incluyendo finales milagroso o desastroso (Contreras, E. R. 2013)

Y es que, Toda actividad debe tener claro el horizonte donde se desenvuelve y un punto guía al cual se dirige, generando políticas y normas que ayuden a seguir un camino que permita la consecución de las metas establecidas, como lo menciona Contreras en su libro “El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica”, es necesario plantearse un norte para saber cómo planear las actividades que ayudaran para llegar a ese norte. (Contreras, E. R. 2013)

La Administración de una actividad empresarial incluye muchos factores, pero podemos demarcar esa administración en 9 puntos tangenciales, los cuales demarcan el funcionamiento de una actividad como una empresa, la misión del administrador de una compañía está conformada por nueve actividades fundamentales, las primeras 4 de carácter administrativo y las otras cinco de carácter gerencial (Amaya, J. 2012).

Para Complementar nombraremos esas nueve actividades que debe desarrollar el administrador y que consideramos que cualquier emprendedor debe estar dispuesto a enfrentar, al momento de transformar una idea en algo real; esas actividades son:

- Administrar los insumos
- Administrar los procesos
- Administrar la planta, la Maquinaria y los equipos
- Administrar los productos o servicios
- Manejar la relación con proveedores
- Manejar la relación con el mercado
- Manejar la relación con el estado
- Manejar la relación con los clientes
- Administrar el personal

Estas actividades, comprenden todo el ecosistema de funcionamiento empresarial y serán en un momento los escenarios a los cuales se deberá enfrentar el emprendedor a diario para conseguir un funcionamiento adecuado de su emprendimiento. Cuando el emprendedor se percata de desarrollar una administración integral de todas las áreas que comprenden el funcionamiento de su empresa, se encuentra con la posibilidad de trazar la ruta que quiere trasegar para obtener los resultados esperados y es allí donde encuentra la utilidad de planear sus acciones de acuerdo a esa ruta y a las necesidades que le plantea el medio en el cual se desenvuelve, por eso es de gran importancia la planeación, pero no solo planear va a

permitir que el emprendedor consiga victorias, es necesario que esa planeación se desarrolle teniendo en cuenta un norte, y es allí, donde el emprendedor encuentra de gran utilidad establecer políticas y tácticas que ayuden en el desarrollo y la consecución de metas, convirtiéndolas en estrategias.

Esas estrategias, son la manera como se plantea conseguir las metas trazadas, y el emprendedor entonces, como cualquier empresario encuentra la necesidad de establecer una planeación estratégica para obtener las metas que se propone. En resumen es necesario que al igual que las grandes empresas con años de experiencia y recorrido en el mercado, el emprendedor establezca lo que quiere lograr y los hitos a alcanzar en determinado tiempo, para marcar un camino a seguir y lograr evaluar su desempeño y el de su compañía en el tiempo.

- El Estudio de Caso.

“El estudio de caso se considera una estrategia pedagógica que permite traer los problemas que enfrentarán los estudiantes en el desempeño profesional al espacio del aula de clase, sirven también para acercar la universidad a las empresas y mejorar la relación entre las funciones sustantivas de la universidad como son la investigación, la docencia y la proyección.” (Molina, Vergara. 2017).

De acuerdo con “Molina, Vergara. 2017”, podemos entonces resumir que, los estudios de caso son aquellas narrativas que hace un investigador de determinada situación de la vida real, en este caso estamos hablando de un estudio de caso para la enseñanza que desarrollaremos basado en una actividad realizada en la vida real, la cual se encuentra enmarcada por el emprendimiento de nuestra ciudad y podremos conocer las situaciones en las cuales se desarrolló el proceso de emprendimiento del proyecto Steam Car & House.

5 OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de caso para la formación, basado en la experiencia real de un emprendedor y en la creación y liquidación de su empresa

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Caracterizar las condiciones en las que se desarrolló el emprendimiento.

Identificar los elementos claves que llevaron al cierre definitivo de la empresa.

Crear un documento denominado “Caso de Estudio”, basado en el emprendimiento llamado Steam Car & House. De la mano de las teorías actuales.

6 METODOLOGÍA

La metodología propuesta para abordar este proyecto, es la metodología de estudio de caso para la enseñanza, por ser un método cualitativo descriptivo, se buscará la obtención de información directamente de la fuente principal, en este caso del emprendedor que fue propietario de la empresa en cuestión.

Fue necesario recabar la información pertinente al caso, mediante la redacción de la historia, que contenga los hechos y acontecimientos que rodearon este emprendimiento, posteriormente se deberá analizar la información con el fin de puntualizar y lograr profundizar en los puntos que sean de mayor importancia para dar cumplimiento a los objetivos planteados; luego se debe redactar el estudio de caso de acuerdo a los lineamientos que tiene la Universidad Autónoma de Manizales, descritos en el “Protocolo para la elaboración de Estudio de Casos para la Enseñanza – ECE” y adaptarlo para el público objetivo con el fin de que el documento sea idóneo para su aplicación en las aulas de clase, de acuerdo a las materias o módulos donde se pueda presentar.

Se pretende que el caso se desarrollado para su implementación dentro de las aulas de clase, de módulos tales como “Emprendimiento”, Administración y otros que tengan relación con el tema de creación de empresa o empresas familiares, este será entonces el público objetivo de aplicación del caso de estudio.

Para la aplicación del estudio de caso, se debe desarrollar una nota de enseñanza, la cual se encargará de servir como guía para el docente, al momento de querer aplicar el caso dentro de uno de sus módulos, esta deberá incluir tiempo de aplicación, preguntas propuestas, todo direccionado a el cumplimiento de los objetivos de enseñanza del caso.

Como se mencionó, para el desarrollo y la construcción de este Estudio de caso para la enseñanza, partiremos de protocolo de la universidad para su construcción y desarrollo, teniendo en cuenta el mismo, a continuación desarrollamos la ruta a seguir para obtener una narrativa que sea representativa para su uso dentro y fuera de la universidad

- Planeación.
- Organización.
- Redacción.
- Revisión

Para dar seguimiento a esta ruta, se realizarán entrevistas semiestructuradas con las personas directamente implicadas dentro del proceso de emprendimiento, esto es posible ya que se tiene acceso directo a todos los involucrados en el proceso y se encuentran en total disposición de ayuda para contar su experiencia. Se le solicitará a cada persona que realice una narrativa de cómo fue su vivencia durante el proceso de creación de la empresa, desde sus inicio hasta el momento en que se cerró, esto permitirá que cuenten con total libertad su experiencia personal de primera mano y permitirá evidenciar tanto las experiencias técnicas con el emprendimiento como los sentimientos que despierte esa narrativa en su memoria, lo cual permitirá evidenciar el proceso que vivió cada persona, no solo desde su posición profesional, sino también, desde su posición personal, la cual es considerada para el caso como de alto valor, debido a que el emprendimiento fue una experiencia de familia; este grupo de personas está conformado por integrantes de un mismo núcleo familiar como se describe a continuación:

- Juan Pablo Murillo Villa: Emprendedor Principal de Steam Car & House.
- Angela María Murillo Villa: Hermana de Juan Pablo y protagonista como inversionista y participante en la toma de decisiones.
- Luz María Villa Mesa: Madre de Angela y Juan Pablo, Inversionista principal e Inversionista de capital, participante de toma de decisiones.
- Héctor Alejandro Ruiz Villa: Primo – Hermano, de Angela y Juan, quien participo del emprendimiento como colaborador en la ejecución de las actividades del emprendimiento.

Para facilitar el proceso de recolección de datos, se propone tener las siguientes preguntas dentro del instrumento de entrevista semiestructurada para que se pueda recabar la misma base de información de todos los participantes.

- Nombre
- Actividad a la cual se dedicaba al momento del emprendimiento
- Tiempo de dedicación dentro del emprendimiento
- Actividades en las que estuvo involucrado a lo largo del proceso
- Descripción de los hechos, a lo largo del proceso de emprendimiento desde su posición personal.
- Sentimientos experimentados durante el proceso.
- Nivel de compromiso que adquirió con la actividad que realizaba

Los aspectos anteriores, serán indispensables para conocer, desde el punto de vista de los involucrados, sus perspectivas y vivencias personales.

Las narrativas de cada involucrado serán analizadas e involucradas en la narrativa final del caso, la cual luego de ser construida será sometida a un experimento en una clase real y evaluar si se estarán conociendo las posiciones de cada involucrado; con los resultados obtenidos dentro del aula de clases, será posible mejorar la estructura de la narrativa para crear un punto de partida y lograr desarrollar una nota de enseñanza que sea posible aplicar a futuro en diferentes aulas de clase, se espera usar en clases de emprendimiento en pregrado, donde los estudiantes puedan ser de diferentes disciplinas.

Finalmente podremos obtener un documento donde se describan los sucesos que rodearon todo el proceso de emprendimiento en Steam Car & House y una nota de enseñanza que permita a cualquier docente dar la posibilidad a sus estudiantes de conocer una situación real y exponer sus opiniones, con la finalidad de conocer de cerca una experiencia de un emprendedor que fracasó y las razones por las cuales sucedió.

7 RESULTADOS “NARRATIVA DEL CASO”

Narrativa del Caso

Steam Car & House, Cuando el entusiasmo le gana a la planeación

Ser emprendedor tiene implicaciones que no imaginamos, Cuando Juan Pablo Murillo decidió crear una empresa que se dedicaría a la limpieza de automóviles y espacios, pensó que su formación como ingeniero iba a ser más que suficiente para resolver cualquier problema que se presentara. Poco sabía realmente de las implicaciones administrativas que tenía crear una empresa, de la importancia de la planeación estratégica más allá de formular una visión y una misión y de los miles de retos y oportunidades que se encuentran en el camino y que pueden llegar a ser abrumadores para un novato.

A continuación, les presentamos una historia de emprendimiento que muestra claramente los errores administrativos que se cometen al comenzar una empresa con muchas ganas, pero con poca planeación. A veces nos dejamos llevar por el entusiasmo, el conocimiento técnico nubla nuestra mente y consideramos que en el día a día del negocio se van arreglando las cosas.

El Inicio

En el año 2014, Juan Pablo Murillo¹ en compañía de su Madre y su Hermana, se planteaban como crear una empresa, pensando en la independencia económica de ambos hermanos; Juan Pablo para ese entonces, se desempeñaba como ingeniero mecánico en calidad de empleado de una compañía especializada en el transporte de pasajeros, pero siempre había

¹ ¿Quién es Juan Pablo?

Juan, es un Ingeniero Mecánico, con experiencia en dibujo técnico, diseño mecánico, montajes industriales, mantenimiento mecánico, dirección empresarial, comercialización de productos, negociaciones, emprendimiento, investigación y desarrollo de nuevos productos; pero para entonces solo sabía de temas técnicos pertinentes a su carrera profesional.

soñado con desarrollar un producto y establecer su propia empresa, dedicaba su tiempo libre a la investigación de ideas y desarrollos que sirvieran para la creación de empresas, fue así como su primer planteamiento empresarial para esa época, fue la creación de una planta procesadora de alimentos congelados, siendo aún empleado comenzó a desarrollar su idea y con la ayuda de un familiar que se encontraba desempleado y también era ingeniero mecánico, comenzaron a realizar las diligencias necesarias para la adecuación física de un espacio en una vivienda familiar, allí encontraron el primer tropiezo, ya que por su falta de conocimiento de normativas del procesamiento de alimentos, la secretaria de planeación del municipio negó la solicitud de uso de suelos del inmueble por no ser apto para tal fin sin unas modificaciones constructivas de gran magnitud.

Para entonces Juan Pablo, estaba resuelto a dejar su trabajo como empleado y emprender en la idea que fuera, con tal de realizar sus sueños; debemos aclarar que los conocimientos en el ámbito administrativo, económico, financiero y de ventas eran muy pocos; él era profesional en ingeniería y tenía conocimientos técnicos para desarrollar actividades en tal medio, mas no, formación para desarrollar un plan de creación de empresa. En abril de 2014, sin mucha claridad de cuál iba a ser su empresa, Juan renunció a su trabajo y se dedicó exclusivamente a la búsqueda de una idea de negocio, con el apoyo económico y moral de su familia continuó en la búsqueda. Transcurrió el tiempo y para Agosto de 2014, en medio de conversaciones con amigos, surgió una idea de empresa, la cual para él mostraba infinidad de bondades frente a otras ideas que había tenido; ya con la carga emocional de varios meses desempleado, decidió dedicarse a investigar acerca del tema y a desarrollar lo que para él era un plan de empresa. Había decidido buscar una nueva idea; y en medio de su afán por encontrar una, buscó por medio de conocidos una idea que resultará ser innovadora para una ciudad pequeña como Manizales, donde él vivía. En medio de una charla con amigos, conoció a través de videos de internet una máquina que usaban en Estados Unidos, para realizar limpieza de carros y limpieza de superficies en la industria de alimentos, denominada “OptimaSteamer”. Pensó que los usos serian diversos y no se limitaría a un solo mercado, pero la inversión no sería solo de Juan, él contaba con el apoyo económico de su mamá y hermana para llevar a cabo la inversión y todos los detalles

los compartiría con ellas. Fue así, como para inicios del 2015, había logrado contactar con los distribuidores de las maquinarias y el consumible, había obtenido todas las cotizaciones de equipos y elementos que iba a necesitar.

“Corría el mes de Noviembre del año 2014, ¡la idea estaba lista! Ahora, solo era necesario materializarla y poner manos al trabajo para que el negocio fuera exitoso.”

La empresa se dedicaría a prestar servicios de limpieza y desinfección, estos servicios se basaban en el uso de una máquina que producía Vapor de agua, el vapor tiene la capacidad de desinfectar las superficies debido a la temperatura en que se aplica, adicionalmente la maquina expulsaba el vapor a una alta presión, lo que generaba no solo desinfección si no también el desprendimiento de la suciedad que se incrusta en las micro fisuras de las superficies.

SC&H, son las siglas que hacen referencia a el nombre de la empresa “Steam Car & House” y el mismo que se refería a el uso de Vapor para carros y hogares. Juan tomó la decisión de utilizar este nombre con el fin de hacerse conocer como un experto en el uso del vapor para la desinfección tanto de vehículos como de superficies en el hogar, en ese momento no tenía ningún conocimiento de cómo podía afectar el uso de un nombre en otro idioma y tan largo, que sería difícil de recordar.

Juan Pablo, hizo análisis elementales en su mente y recordando su frustrado intento en la industria de alimentos, encontró que si la empresa se dedicaba a realizar trabajos de desinfección con vapor en la industria de alimentos, tendría grandes posibilidades de éxito y que debido a la gran cantidad de empresas y restaurantes que tenía la ciudad lograría tener trabajo de inmediato, adicionalmente pensó “en caso de que no resulten suficientes trabajos con la industria de alimentos podremos realizar lavado de vehículos, muebles y superficies en los hogares de la ciudad, *es que con el 1% del parque automotor de la ciudad de Manizales que logremos como clientes estaremos creciendo y necesitaremos otra Optima pronto*”, Decía.

Su Mamá, le sugirió solicitar las cotizaciones de los equipos para realizar un presupuesto y saber cuál sería el monto que requerían para tener todas las herramientas necesarias para prestar los servicios, también le sugirió desarrollar una metodología para comercializar los servicios de la empresa y realizar la recolección de documentos necesarios para constituir una empresa ante los entes gubernamentales.

Juan se dispuso a solicitar las cotizaciones de los equipos, y estableció que los mismos debían ser importados, buscó los productos que serían necesarios para prestar los servicios de lavado de vehículos con altos estándares de calidad y los cuales fueran reconocidos a nivel mundial, así encontró los productos para el cuidado de los vehículos de la marca norteamericana “Meguiars”, los cuales no se encontraban en el mercado local, fue necesario encontrar un distribuidor de los productos, fue así como el importador lo refirió con el comercializador nacional. Ya tenía las cotizaciones de los equipos y los productos que necesitaba, corría el mes de Diciembre y se sentía preparado para dar el paso adelante y realizar la compra de los equipos, él quería poner manos a la obra prestando sus servicios cuanto antes.

Para Enero de 2015, después de acordarlo con su familia realizaron el pago del 50% de la OptimaSteamer, una aspiradora especial para fluidos y un aditamento denominado “Manopla” que permitía poner en funcionamiento la máquina de vapor junto con la aspiradora para realizar el lavado de muebles de tela.

Ahora la sociedad (Juan, su Mamá y su Hermana), pensaban en cómo desarrollar la imagen corporativa de la empresa que estaba a punto de crear, pensaban en las necesidades que tenían, desarrollar un logo, una combinación de colores, volantes, tarjetas de presentación, facturas y en general la imagen de la empresa

Para esta tarea contrataron a una diseñadora visual, quien de acuerdo a los gustos de la sociedad, desarrollo el logo, los colores y la imagen de adhesivos que más adelante serían utilizados en el vehículo que estaban planeando ahora adquirir para transportar la máquina. Lógicamente costos nuevos para el proyecto, que para ese momento aún no representaba más que gastos de inversión. Mientras llegaba la máquina, Juan se preguntaba si el trabajo

lo iba a realizar solo, fue ese momento en el que decidió junto con su Mamá, invitar a participar como operario a otro miembro de la familia, Él era Alejandro², un primo de Juan, También Ingeniero y quien no contaba con un empleo fijo.

Para Abril de 2015, Las maquinas ya estaban en el país, estaban en la ciudad de Bogotá; la sociedad, ahora en compañía de Alejandro, se trasladaron hasta esa ciudad para recibir la maquinaria y traerla a la ciudad. Ya en Bogotá, el día que acordaron con el importador, se encontraron en sus instalaciones, el importador tenía varias máquinas lista para entregarlas, así pues le indico a Juan cuál era su máquina y procedió a completar los papeles de garantía y facturas de importación, Juan solicito una prueba de la máquina, antes de recibirla, a lo cual el importador se negó, pero Juan solicitó entonces la devolución del dinero y que el importador asumiera los gastos de traslado de la familia hasta la ciudad de origen, fue allí cuando el importador decidió hacer la prueba; durante la prueba la maquina no funcionó a lo cual el importador dijo que era un problema elemental y que lo resolvería en unos minutos, procedió a desmontar algunas piezas y comenzar a realizar procedimientos de mantenimiento. Luego de un par de horas, dijo estar listo, nuevamente comenzaron la prueba y tampoco funcionó. Juan nuevamente decidió darle un ultimátum a el importador y solicitar la devolución del dinero anticipado, el importador resolvió darle una maquina sin desempacar pero dijo que estaba en otra locación y no alcanzaban a recogerla debido al tráfico, Juan le propuso hacer el intento ya que los viatico que había destinado Juan para esa tarea no incluían quedarse en la ciudad una noche más y debería asumirlos el importador, fue así como finalmente lograron recoger la maquina nueva y terminando el día lograron salir de las instalaciones del importador, con la maquina ya probada y en correcto funcionamiento, la aspiradora y la manopla.

² *¿Quién era Alejandro?*

Alejandro, es un Primo de Juan, Ingeniero Mecánico y sin empleo fijo, a él la sociedad le compartió el proyecto y como funcionaria, le propusieron hacer parte del equipo de operación al lado de Juan y recibir a cambio un salario mensual que dependería de los ingresos que generaran.

Fue un largo viaje pero finalmente llegaron a Manizales con las maquinas listas para comenzar su operación. Ya en la ciudad faltaba solucionar el tema pertinente al vehículo en el cual movilizarían la máquina para prestar los servicios.

Las Primeras dificultades

Cuando ya tenían la maquina en la ciudad seguían preguntándose si debían obtener un local en arrendamiento para prestar los servicios, o por el contrario deberían adquirir un vehículo para llevar las maquinas hasta el sitio del servicio que se fuera a prestar; debido al análisis de retorno del dinero en caso de que el emprendimiento fallara, decidieron adquirir un vehículo el cual se podría vender en tal caso y la perdida sería menor, ya que con el local no podrían recuperar el dinero que pagaran como canon de arrendamiento.

Teniendo las maquinas, el vehículo y todo los elementos para prestar servicios; decidió solicitar el trabajo de “Branding Vehicular” a una empresa reconocida de la ciudad, con la mala fortuna de no conocer los retrasos que solía tener la empresa en sus trabajos, esto retrasó por más de dos semanas la posibilidad de realizar promoción por medio de su vehículo y generó inconvenientes al interior de la familia, debido a la confusión por la demora en la entrega de un trabajo que ya se había realizado un pago para que fuera entregado.

La producción de los volantes se había contratado con la misma empresa, los cuales fueron entregados el día acordado, gracias a estos volantes se inició la comercialización de los servicios que prestaba la empresa, Juan y Alejandro se encargaron de distribuir los volantes por toda la ciudad y así los primeros clientes empezaron a llamar. Esos primeros clientes eran los amigos de ellos, quienes tenían confianza y querían apoyar el emprendimiento que veían en Juan y Alejandro. Adicionalmente comenzaron con una estrategia de visibilización por medio de las redes sociales, a través de Facebook pagaron avisos para que la gente los conociera y por medio de Instagram mostraban las imágenes de los trabajos que realizaban y como se mostraba el cambio en los vehículos después de realizar el servicio.

Imagen 1 Publicidad Física y Virtual



Fuente. Archivo SC&H

Los gastos de la publicidad a través de Facebook, eran asumidos por la familia de Juan, y no se incluían en los gastos de la empresa, esto porque no tenían establecido un método financiero para resumir los gastos que ocasionaba la prestación de los servicios. Debido a esto, no conocían cuales eran los costos reales en los que incurrían al prestar un servicio, la maquina tenia consumo de ACPM y agua, cabe aclarar que una de las ventajas de la Optima Steamer es que reduce a un 10% el gasto de agua para lavar un vehículo; adicionalmente en los servicios utilizaban productos para la restauración y embellecimiento de las partes del vehículo, pero no era conocido que cantidad consumían en cada servicio.

El vehículo que usaban para prestar los servicios y transportar todos los equipos, generaba costos por seguros, consumo de combustible, desgaste vehicular, pero nada de ello estaba calculado dentro de los costos de funcionamiento; el vehículo se debía guardar en las noches en un sitio seguro, inicialmente se guardó en la casa de Juan, pero estaba ocupando el espacio del vehículo familiar, a lo cual decidieron que Alejandro podía desplazarse en él y guardarlo en su casa. Alejandro no contaba con la experiencia suficiente para desplazarse solo en un vehículo, pero asumió el reto de hacerlo, durante este proceso resultaron nuevos

gastos con los cuales ellos no contaban, debido a su poca experiencia empezó a generarle deterioro al vehículo y por consiguiente nuevos gastos.

Para el mes de Agosto, la maquina era operada por Juan Pablo y Alejandro, ambos ingenieros mecánicos, en medio del uso de la página web y las redes sociales, se continuaban realizando inversiones en publicidad virtual y en distribución de volantes. El tiempo que tomaban prestando los servicios, escasamente les permitía tomar sus alimentos y no les dejaba tiempo para publicitar sus servicios y así, lograr el crecimiento que esperaban. Para ese entonces todos los servicios se prestaban movilizándose en el vehículo comprado específicamente para la empresa, en el cual trasportaban las máquinas y los elementos para prestar los servicios de lavado a domicilio, una estrategia que se planteó sin tener en cuenta el ruido que hacia la maquina al utilizarla. Las inversiones ya sobrepasaban los 50 millones de pesos y ellos estaban logrando pagar los insumos y un salario mínimo legal para cada uno.

El Momento de Éxito

Para Septiembre, la empresa no daba abasto en tiempo para prestar los servicios, así que fue necesario que Juan y Alejandro, continuaran trabajando los domingos para lograr atender a tantos clientes como fuera posible. El servicio era especial y diferenciado a los ya conocidos en la ciudad, debido a las máquinas que utilizaban y a el servicio prestado directamente por ingenieros que en medio del servicio terminaban realizando reparaciones básicas a los vehículos, como la acomodación de piezas sueltas o la reparación de pinturas (maquillado), todo esto incluido en el costo del lavado y con la desventaja que les exigía servicios de mayor tiempo por el mismo valor. Los clientes ya eran reincidentes y recomendaban nuevos clientes.

Empezaron a llamar de otras ciudades, buscando el servicio de lavado de vehículos, ellos no estaban dispuestos a viajar para prestar un servicio en otra ciudad tan solo por el mismo valor del servicio que prestaban en su ciudad de origen, fue así como tuvieron que separar cupos para las personas de otras ciudades que solicitaban los servicios para los días en que

estaban de paso por la ciudad. El número de clientes se veía crecer y los teléfonos no paraban de sonar, al igual que la caldera no paraba de vaporizar y generar ruido.

Con tantos servicios, prestados en la vía pública semanalmente, se hizo evidente que se estaba desplazando la mano de obra tradicional de lavado de vehículos, entre los que se contaban, los celadores de edificios y lavadores de tradición en los barrios; fue entonces cuando se presentaron los primeros inconvenientes, cuando los celadores veían llegar el carro con las insignias de SC&H, de inmediato alertaban a la policía del cuadrante, con el fin de evitar que se prestara el servicio, en dos ocasiones llegó la patrulla de la policía a solicitar la revisión de documentos de ellos y la documentación del vehículo y de la maquinaria, adicionalmente realizaban exhaustivas requisas del vehículo, probablemente buscando alguna razón para suspender la actividad que allí se realizaba, afortunadamente para Juan y Alejandro tenían todo en regla y cumplían para ese entonces con todos los requerimientos existentes.

Pero las llamadas a la policía no pararon allí, debido a la cantidad de servicio que debían atender para lograr un ingreso económico, comenzaron a dar citas de servicios en horarios desde las 7 a.m. hasta las 7 p.m., pero fue algo contraproducente, ya que los servicios que se prestaban antes de las 9 a.m. despertaban a aquellas personas que disfrutaban de su descanso en un horario diferente al de las personas que cumplen un horario empresarial, así fue como los llamados a la policía se transformaron en llamados por el ruido que hacía la máquina al desarrollar el servicio; Juan y Alejandro, utilizaban todo un equipo de protección personal para evitar daños en su salud por los riesgos ocupacionales a los que se encontraban expuestos diariamente. Pero para la comunidad el ruido era cada vez más molesto, los policías ya sabían de qué se trataba pero se encontraban con las manos atadas, ya que no existía ninguna infracción a la ley por hacer ruido en un horario diurno y horas laborales, fue así como la policía ya se desplazaba hasta el sitio, saludaba a Juan y Alejandro y continuaba su día, sin ningún impase.

Pero no sería así por mucho, en ese momento en el país se legislaba acerca del nuevo código de Policía, el cual actualizaba los deberes y derechos conductuales de la ciudadanía, y dictaba las actuaciones que serían constituyentes de infracción y los montos que se deberían pagar en caso de cometer las infracciones.

Adicionalmente, se habían hecho evidentes las diferencias entre Juan y Alejandro en el normal desarrollo de sus actividades, debidas entre otras cosas a la diferencia del carácter de cada uno y a la manera de desarrollar los servicios.

El Retroceso

Para el mes de Noviembre, los clientes continuaban queriendo que se les prestara el servicio, pero el ruido generado por el proceso se había convertido en un inhibidor de llamadas; ahora los clientes llamaban y separaban citas para los servicios, pero incluían en sus requerimientos que se les recogiera el vehículo y se les regresara a sus hogares cuando estuviese listo. Así continuaron prestando los servicios desde la casa de la familia de Juan Pablo; Allí lograron prestar servicios durante algo más de 1 mes, pero como era de esperarse la dificultad que generaba el ruido al prestar los servicios se concentró allí, y ya que los vecinos necesitaban descansar los domingos, con el ruido de la maquina desde las 7 de la mañana, no había manera de disfrutar su merecido descanso en ese sector residencial. Los servicios se empezaron a reducir debido a la necesidad de trasladar el vehículo objeto del servicio hasta otro punto, para algunos clientes era contraproducente el hecho de quedarse sin su vehículo por algunas horas.

Los servicios se incrementaron y mantenían todo el día trabajando y empezaron a ver los ingresos semanales, no tenían estimado cuales eran los costos de funcionamiento así que simplemente separaron un porcentaje para la recompra de los consumibles del mes, y los consumibles diarios los compraban con el efectivo de la prestación de los servicios diarios.

Como no tenían un organigrama, la plata alcanzaba para que a fin de mes cada uno recibiera un salario mínimo, nunca pensaron que terminarían trabajando por un salario

mínimo, así que igualmente no tenían aportes de salud y pensión, los debían asumir ellos mismos.

Para Juan y su familia, los errores fueron costosos, desde varios puntos de vista, durante la operación la relación de Juan y Alejandro comenzó a deteriorarse, debido a los errores que cometía Alejandro y a la impaciencia de Juan, todo esto demostraba la falta de experiencia de ambos en el campo laboral; la relación de Juan con su madre no pasaba por su mejor momento, debido a que Juan era quien debía asumir los errores de la operación y el cuello de botella de la carga de trabajo físico, las negociaciones y la presión para que todo funcionara sin tener un horizonte claro. Con esto se puede ver el costo que tenían en las relaciones familiares los errores cometidos y el estrés que generaba no tener un planteamiento del funcionamiento correcto de la empresa y de cómo solucionar los errores que cometían.

La decisión de Cerrar

Finalmente después de funcionar durante más de 6 meses, los problemas que se evidenciaban estaban destruyendo no solo el capital, sino también las relaciones intrafamiliares, ya Alejandro no quería realizar más servicios, el uso de la maquinaria se estaba limitando a utilizarla dentro de la casa de la familia de Juan, porque los clientes no estaban dispuestos a soportar el ruido de la maquinaria, y los vecinos de Juan estaban soportando de buena manera el ruido generado pero todo tenía límites, fue así como los servicios se fueron reduciendo, Juan estaba presentando limitaciones físicas para prestar los servicios debido al esfuerzo que estaba realizando al desempeñar esta labor solo.

Fue así como al ver que los servicios ya se prestaban un solo día de la semana y que no era representativo, la familia se reunió para discutir las posibilidades que tenían para continuar con la empresa.

Luego de evaluar la situación actual de Juan, quien era el encargado de realizar ahora todas las tareas, desde la comercialización de los servicios hasta la ejecución de los mismos, la familia evidenció que no estaban ganando nada, pero por el contrario Juan estaba perdiendo

en salud y como profesional no estaba consiguiendo mejorar su situación. Adicionalmente el tema económico, aunque si tener bases fuertes para evaluarlo la sociedad pensaba que el rendimiento que generaba esa inversión no era suficientemente bueno para permitir que se dejara la inversión indefinidamente sin lograr un retorno, así finalmente decidieron cerrar.

Al poco tiempo el vehículo fue vendido y se debió asumir la pérdida del respectivo dinero por haber comprado un carro nuevo y venderlo en menos de un año y la maquinaria fue vendida y enviada a la ciudad de Bogotá, donde el comprador en menos de 3 días tenía una bodega con más de 45 clientes esperando su turno de limpieza.

Falta de Planeación Estratégica

Desde un principio de esta historia podemos ver la falta de planeación en todos los sentidos, como primera medida, veamos que no se tenía una idea clara para el emprendimiento, lo único claro era desarrollar un negocio con el fin de obtener ingresos a cualquier costo.

SC&H, podemos decir que fue desarrollado como una opción de inversión buscando un beneficio económico, pero debido a la falta de conocimiento, Juan se “enamorado” de su idea de emprendimiento mas no del funcionamiento de la misma, fue así como se cometieron los más grandes errores por falta de desarrollar una estrategia a seguir para afrontar los problemas que se pudieran presentar.

Juan no estaba convencido de esta idea, simplemente conoció de la existencia de un artículo y “decidió” que era un buen negocio, sin realizar los análisis necesarios.

La sociedad, no considero necesario, conocer mucho sobre sus competidores directos, ellos no sabían que estaban dispuestos a hacer los competidores con tal de evitar que sus negocios siguieran funcionando; tampoco notaron que había un “boom” de los lavaderos de carros, lo cual incremento la competencia directa temporalmente; pensaron que era suficiente con conocer cuál era la cantidad de carros que había en su ciudad, y que sería suficiente con lograr fidelizar el 1% de esa población, sin indagar por las costumbres de esos potenciales clientes, si les interesaba el servicio o si estaban dispuestos a asumir un costo adicional por un servicio que solo ellos reconocerían si era de mejor calidad. No

dedicaron un tiempo o esfuerzo a segmentar su público, debido a esto también derrocharon recursos en la compra de altos volúmenes de publicidad.

El marketing que desarrollaron fue basado en recomendaciones y en lo que conocían del momento, publicar avisos en las redes sociales, usar el boca a boca con sus conocidos, amigos y familiares.

La inversión fue desarrollada sin un orden real, solo se llevó un cuadro donde podían sumar cuanto estaban gastando, pero en ningún momento desarrollaron una estrategia de inversión, la cual por ejemplo podía ser escalonada de acuerdo los resultados esperados, claro está que nunca tuvieron unos resultados esperados. Desde el principio no tenían claro a que iban a dedicar el uso de la máquina, simplemente tenían conocimiento de los posibles usos, pero no se desarrolló un modelo de negocio en el cual logran plantear un nicho de mercado para cada uso y como se podía negociar con el cliente, teniendo unos costos de funcionamiento claros.

Debido a que Juan y Alejandro se encontraban sin trabajo, pensaron que lo más adecuado era, que ellos mismos se encargaran de la operación de la maquinaria, pero no lo analizaron muy bien desde un principio, ya que dentro de la planeación del personal necesario no tenían presente, que tipo de persona debía realizar la operación del equipo.

No desarrollaron un modelo de seguimiento de costos, de análisis de funcionamiento, un sistema específico para calcular el costo de su operación y de allí poder generar variables que les permitieran ser más competitivos, esto evidencia la falta de un planteamiento estratégico en cuanto a su relación con el medio que los rodeaba en su momento; En ningún momento pensaron en cuál era el organigrama de la empresa, esto suele suceder en las empresas familiares, dieron por sobre entendido los roles que desempeñaban dentro de la empresa, La mamá de Juan era quien dirigía las actuaciones de todos, Juan era quien dirigía las operaciones y realizaba las negociaciones con los clientes, Alejandro se dedicaba únicamente a desempeñar las labores de operario, pero en ningún momento designaron las funciones específicas de cada uno.

¡Ahora! Es tu Oportunidad

Juan es un emprendedor, y prefiere no dejar de lado sus ideas, él considera que debió haber perseverado un poco más para que tal vez el negocio funcionara como él pensaba que podía llegar a ser.

Aprovecha esta oportunidad y los conocimientos que tienes y has adquirido dentro de tus estudios recientes para ayudar a Juan. Él quiere usar esta clase como laboratorio de prueba para estructurar una nueva empresa que se dedique a prestar los servicios de limpieza y lavado.

Él quiere saber si el negocio se va a tratar de la industria de alimentos o del lavado de vehículos.

¿Qué errores puedes identificar que cometieron Juan y su Familia?

¡Ahora!, han sido contratados por Juan para que estructures una propuesta de modelo de negocio, con unas proyecciones financieras que le permitan tomar la decisión de si vale la pena volver a abrir el negocio. Ustedes son los asesores de Juan y por tanto él espera sus recomendaciones.

Imagen 2 Valores del Servicio

Steam Car & house
Innovación en el Lavado de Vehículos

LLEGA A MANIZALES TECNOLOGÍA DE PUNTA PARA EL CUIDADO REAL DE TU VEHÍCULO

Lavado Ecológico a Domicilio
3003176789-3145855189

Descuento de Lanzamiento !!!

Lavado Steam 1 Lavado + Sanitización (Interior y Exterior) Automóvil = \$20.000 Camioneta=\$30.000	Lavado Steam 2 Lavado + Sanitización + Motor (Interior y Exterior) Automóvil = \$45.000 Camioneta=\$55.000
Lavado Steam 3 Lavado + Sanitización + Cera (Interior y Exterior) Automóvil = \$80.000 Camioneta=\$90.000	Lavado Steam 4 Lavado + Sanitización + Cojinería (Interior y Exterior) Automóvil = \$120.000 Camioneta=\$140.000

100% VAPOR

Fuente. Archivo SC&H

Imagen 3 Juan y Alejandro, Creando Empresa



Fuente. Archivo SC&H

8 NOTA DE ENSEÑANZA

El caso muestra como Juan y su familia enfrentó la toma de decisiones y las dificultades de emprender, con más ganas que análisis. Para entender como era el mundo del emprendimiento, ellos tuvieron la experiencia de intentar emprender sin conocimiento y sin la suficiente capacitación para saber que decisiones tomar. Decidieron cerrar y ahora tienen la oportunidad de emprender de nuevo con la meta de lograr tener su propia empresa. Pero no quieren cometer los errores de antes, quieren disminuir el riesgo de su inversión y potencializar las posibilidades de permanecer en el mercado para así lograr el crecimiento de su empresa.

Este caso puede ser usado en clases de emprendimiento, los elementos que contiene esta historia permite que el estudiante conozca de primera mano las dificultades a las que se enfrentaron Juan y su familia, y así con esa información los retos a los cuales se enfrentaron y las circunstancias a las cuales se enfrenta un emprendedor al querer sacar adelante su idea de negocio.

8.1 OBJETIVOS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

8.1.1 Objetivos de Enseñanza

- *Mostrar las dificultades a las que se enfrenta un emprendedor al constituir su idea de negocio como empresa.*
- *Plantear los momentos que conlleva emprender.*
- *Evaluar la importancia de desarrollar un modelo previo a desarrollar el emprendimiento.*

8.1.2 Objetivos de Aprendizaje

- *Comprender las implicaciones de querer emprender.*

- *Identificar las necesidades de un emprendedor para desarrollar su idea de negocio.*

8.2 PREGUNTAS ORIENTADORAS SUGERIDAS

Juan es un profesional que le entusiasma poder transformar una de sus ideas en negocio, si usted estuviera en los zapatos de Juan, como resolvería estas preguntas:

- ¿Desde el punto de vista personal, tomaría la decisión de dejar su trabajo solo teniendo una idea de negocio?
- ¿Qué pasos seguiría, para desarrollar su idea de negocio? Teniendo en cuenta que su horizonte es lograr establecer su propia empresa.

Para discutir en clase:

- ¿Retomaría la idea de la empresa basada en el lavado de superficies de la industria de alimentos?
- O por el contrario, ¿Retomaría la idea dedicándose únicamente a el lavado de vehículos? ¿Cómo lo haría usted?

8.3 PLAN DE ENSEÑANZA PARA EL AULA

Este es un plan de enseñanza para la discusión del caso de Steam Car & House en clase, de entre 90 y 120 minutos.

El caso puede ser utilizado en las clases de emprendimiento tanto de pregrado como en pos – grado, donde los estudiantes están prestos al auge del emprendimiento y cada día tienen una mayor disposición a sacrificar ingresos con tal de lograr constituir una compañía.

Se recomienda revelar un pequeño resumen de la historia de SC&H, para así dar inicio a las preguntas de discusión en clase, para luego entregar el material a los estudiantes para que conozcan a fondo la historia y logren luego asumir su posición, estableciendo sus ideas frente a los acontecimientos mostrados en el relato. Posteriormente socializar las preguntas sugeridas y cerrar nuevamente con las preguntas propuestas para la discusión en clase, lo que permitirá al estudiante contrastar sus opiniones iniciales con poca información con sus respuestas finales con mayor información. Tal como le sucedió a Juan y su Familia.

- Momento 01.
(0 – 10 minutos). 10 Minutos Contar aspectos puntuales de la historia que revelan superficialmente de que se trata.
- Momento 02.
(10 – 30 minutos). 20 Minutos Realizar las preguntas propuestas para discusión en clase.
- Momento 03.
(30 – 60 minutos). 30 Minutos Entregar la información (narrativa) completa de la historia de SC&H, para su lectura y análisis. En el caso de grupos grandes, se recomienda subdividir en pequeños grupos para facilitar así el análisis.
- Momento 04
(60 – 75 minutos). 15 Minutos Compartir las respuestas a las preguntas iniciales.
- Momento 05.

(75 – 90 minutos). 15 Minutos. Contrastar las respuestas iniciales a las preguntas propuestas para discusión en clase, con las respuestas que proponen ahora.

- Momento 06.

(90 – 120 minutos). 30 Minutos. Preguntas de análisis final, Conclusiones e introducción al funcionamiento y teoría de los modelos de “Plan de Negocios” vs. “Modelo de Negocios”

9 REPORTE DE PRUEBA DE CASO

Como parte del proceso de desarrollo del Estudio de Caso para la Enseñanza, el caso junto con el plan de enseñanza, fueron sujetos a una prueba real de su aplicación en un aula de clase, conformada por estudiante de pregrado de diferentes áreas profesionales: fue así como el día 24 de Septiembre de 2019, se realizó el ejercicio, dentro del desarrollo normal de la asignatura de Emprendimiento.

Como se puede observar en las siguientes imágenes, se contó con la asistencia de Juan Pablo, uno de los protagonistas del caso y quien estuvo allí para evaluar de primera mano el funcionamiento del estudio de caso dentro del aula y la percepción de los estudiantes con respecto al caso desarrollado con respecto a otros casos que han conocido.

Gracias a la realización de este experimento, fue posible mejorar la narrativa del caso para su optimización y entendimiento dentro del aula, con la intención de lograr una narrativa más cercana con el estudiante. Por medio del experimento, fue posible encontrar las siguientes características a mejorar para conseguir un proceso de asimilación del conocimiento sencillo y adaptado al público objetivo, así:

- Redacción “Pesada” y poco amigable con el lector.
- No se cuenta con suficiente información con respecto a las razones por las cuales se quería desarrollar un emprendimiento.
- Debido a la participación del emprendedor, en el experimento, fue posible evidenciar la falta de información puntual que debía tener el caso para su futura aplicación dentro del aula sin necesidad de que él se encuentre presente.

Después de realizar el experimento real dentro de un aula, donde se encontraban estudiantes de diferentes áreas de conocimiento y debido al seguimiento realizado durante la actividad, haciendo registro de la experiencia compartida por cada participante, se realizaron cambios a la redacción del estudio de caso, buscando lograr esa cercanía con el lector.

Adicionalmente se incluyeron detalles de las vivencias de los participantes del

emprendimiento, logrando así un contenido con mayor puntualidad en aspectos técnicos y vivenciales que derivan en mayor facilidad para comprender las razones del grupo familiar para invertir en SC&H. De igual manera fueron incluidos dentro de la narrativa, datos y anécdotas que compartió Juan Pablo durante el desarrollo de la actividad.

Podemos evidenciar, que al tener la posibilidad de realizar un experimento de aplicación de un estudio de caso para la enseñanza, con el público objetivo, se logra dar un contenido final completo y realmente representativo para el aprendizaje de los estudiantes dentro del aula de clase, que en resumidas cuentas es la finalidad explícita de los estudios de caso que se presentan en el desarrollo de un tema específico dentro de una asignatura, logrando establecer las variables que afectaron a la empresa objeto de estudio.

A continuación, se describe el proceso de aplicación del estudio de caso para la enseñanza dentro de un aula de la asignatura de emprendimiento:

- Momento 01.

(0 – 10 minutos). 10 Minutos Contar aspectos puntuales de la historia que revelan superficialmente de que se trata.

Se realizó por parte del docente un breve resumen de que era Steam Car & House, indicando a los asistentes cuáles eran las actividades que realizaba la empresa y a cargo de quien estaba.

- Momento 02.

(10 – 30 minutos). 20 Minutos Realizar las preguntas propuestas para discusión en clase.

El docente se encargó de proponer las siguientes preguntas, como interrogantes previas a la lectura del caso:

- ¿Desde el punto de vista personal, tomaría la decisión de dejar su trabajo solo teniendo una idea de negocio?
- ¿Qué pasos seguiría, para desarrollar su idea de negocio? Teniendo en cuenta que su horizonte es lograr establecer su propia empresa.

- Momento 03.

(30 – 60 minutos). 30 Minutos Entregar la información (narrativa) completa de la historia de SC&H, para su lectura y análisis. En el caso de grupos grandes, se recomienda subdividir en pequeños grupos para facilitar así el análisis.

Se hace entrega, por parte del docente del material físico (copias impresas) que contienen la narrativa del caso de Steam Car & House.

- Momento 04

(60 – 75 minutos). 15 Minutos Compartir las respuestas a las preguntas iniciales.

En este punto y luego de que los asistentes hayan logrado el entendimiento y la interiorización del caso, se puede revelar las respuestas de Juan, el emprendedor principal del caso, para su análisis en general.

- *¿Desde el punto de vista personal, tomaría la decisión de dejar su trabajo solo teniendo una idea de negocio?*

R. Juan tomó la decisión de dejar su trabajo como empleado, sin tener una idea clara de que hacer y cómo hacerlo; en la actualidad y después de su experiencia no recomendaría hacerlo de esa manera, preferiblemente recomienda iniciar el proyecto poco a poco y en cuanto se vayan cumpliendo los hitos propuestos analizar la situación para tomar una decisión al respecto.

- *¿Qué pasos seguiría, para desarrollar su idea de negocio? Teniendo en cuenta que su horizonte es lograr establecer su propia empresa.*

R. Los pasos que ahora recomienda Juan, son:

- Analizar el entorno económico

- Definir el punto donde quiere llegar
- Definir una estrategia y los hitos a cumplir para llegar al punto definido
- Tomar acción e iniciar el desarrollo de las actividades tendientes a obtener los resultados
- Hacer pausas y analizar el avance para replantear hitos u objetivos
- Perseverar y moldear su solución de acuerdo a los aprendizajes
- Entender su mercado
- Tomar decisiones sujeto a la realidad, acompañar sus decisiones de puntos objetivos que le puedan brindar personas con mayor experiencia.

- Momento 05.

(75 – 90 minutos). 15 Minutos. Contrastar las respuestas iniciales a las preguntas propuestas para discusión en clase, con las respuestas que proponen ahora.

Con la dirección del docente, se comparan las respuestas iniciales de los participantes, antes de leer el caso, con las respuestas que proponen después de leer el caso, buscando que el estudiante pueda apropiarse las experiencias leídas y analizadas previamente en el caso

- Momento 06.

(90 – 120 minutos). 30 Minutos. Preguntas de análisis final, Conclusiones e introducción al funcionamiento y teoría de los modelos de “Plan de Negocios” vs. “Modelo de Negocios”

El docente pone a disposición de los estudiantes las siguientes preguntas:

- ¿Retomaría la idea de la empresa basada en el lavado de superficies de la industria de alimentos?
- O por el contrario, ¿Retomaría la idea dedicándose únicamente a el lavado de vehículos? ¿Cómo lo haría usted?

Generando un espacio de participación, posibilitando una entrada para que de acuerdo con el caso los estudiantes evidencien la utilidad y la aplicabilidad del uso de herramientas de emprendimiento empresarial como lo son el plan de negocios y el modelo de negocios.

Imagen 4 Experiencia en Aula



Fuente. Archivo SC&H

10 CONCLUSIONES

Frente al proceso de construcción del estudio de caso para la enseñanza y los resultados obtenidos, se concluye que el proceso de construcción del mismo se puede ver como un proceso sencillo y corto, pero en realidad se hace necesario recorrer la literatura actual para comprender a profundidad cual es el propósito de estos casos, sus diferentes variables de acuerdo a su aplicación y en nuestro caso puntual la finalidad que tendrá dentro de las aulas de clase.

Se debe tener la disponibilidad no solo de información teórica para fundamentar la necesidad de un estudio de caso planteado, sino también, la disponibilidad de información directa de los involucrados, acceso a información que normalmente es privada y contacto con por lo menos una de las personas que tuvo la oportunidad de vivir y participar en la situación real; lo anterior teniendo en cuenta que es la única manera de obtener información verídica y segura de cómo fueron las situaciones y los factores en los cuales se dieron los hechos.

Es posible que al querer desarrollar un estudio de caso, los hechos hayan ocurrido mucho tiempo atrás y se convierte en una necesidad desarrollar un espíritu investigativo para lograr recabar la mayor cantidad de información posible, lo cual será una herramienta para contrastar y verificar la misma información, logrando así la construcción de una narrativa coherente y desde un punto objetivo.

Con respecto a nuestro caso puntualmente, se demarca como un “estudio de caso para la enseñanza” lo cual lo convierte no solo en una investigación de sucesos sino también en el desarrollo de un documento orientado a brindar conocimiento y experiencias ajenas a diferentes públicos, de acuerdo a la orientación temática que se dé.

De este caso, podemos concluir que el proceso de emprendimiento en Colombia, no es algo sencillo para el común de la población, en muchos casos la gente simplemente está buscando una oportunidad para sobrevivir y obtener recursos para cubrir sus necesidades

básicas, sin tener en cuenta todos los procesos y obstáculos que teniendo una educación adecuada se podría sobrellevar de una manera que generará menos impacto. Logramos evidenciar que para iniciar un negocio puede bastar con tener una idea y unos recursos, pero eso nunca asegurará el éxito empresarial de un emprendedor.

Y es que el caso SC&H no permite ver que un profesional promedio no tiene una capacitación básica para lograr desarrollar una empresa sin asesoría, entonces la pregunta que nos podemos plantear es ¿Es suficiente la educación técnica y practica que recibe un estudiante de pregrado? O también revaluando el objetivo de formar profesionales ¿Estamos formando profesionales con posibilidades? O ¿Solo estamos formando repetidores de conocimientos adquiridos sin una expectativa diferente a ser repetitivos dentro de una empresa?

Así como se planteó dentro del desarrollo investigativo inicial de este documento, es necesario de hoy en día modificar el modelo de enseñanza, el cual se ha basado en los últimos siglos en generar “elementos” útiles a propósitos empresariales y pasar a un siguiente nivel, donde no solo se impartan conocimientos técnicos y analíticos de cada especialidad y por el contrario se promueva la generación de nuevas industrias, negocios, desarrollos, emprendimientos y por qué no, de nuevas posibilidades para el desarrollo de los seres humanos.

Ahora bien, si tenemos en cuenta que todo nuestro modelo de vida se basa en el consumo constante de recursos como tiempo, naturales, científicos, vidas!, podemos plantear que es necesario una revolución educativa para tener la posibilidad como seres humanos de continuar viviendo y habitando nuestro planeta; ya que los nuevos retos mundiales, no solo radicarán en generar soluciones dentro de empresas constituidas, ahora el reto para la humanidad entera será enfrentar eventos climáticos adversos con un impacto cada vez más fuerte y enfermedades que quizás nunca habíamos vivido, y tenemos todos como humanidad la tarea no solo de generar soluciones en el momento en que se presentes estas situaciones, sino también, generar soluciones para mitigar la posibilidad de la aparición de las mismas. Desarrollando nuevos productos, nuevos servicios y nuevas ideas, que no solo

se orienten a la generación de recursos económicos, pero que también y más importante cada día que generen un impacto social positivo, un impacto medioambiental más positivo aun. Y Si no logramos revolucionar nuestro modo de vida para convivir con nuestro entorno, ese entorno que ya es muy difícil decir que sea natural, se encargará de mostrarnos que no tuvimos la capacidad de evolucionar

11 RECOMENDACIONES

11.1 A LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES

Promover y liderar cambios al interior, para potenciar las capacidades de sus graduados en la creación de nuevas tecnologías, productos y servicios, para que en representación de la universidad puedan aportar de manera objetiva y positivamente el medio donde se desenvuelven, no solo siendo los excelentes profesionales que siempre representan nuestra institución, si no también, transformando poco a poco nuestro entorno en un sistema productivo moderno, social, ambiental y humanamente amigable.

11.2 A LOS DOCENTES

Que hagan uso de este tipo de herramientas, para mostrar a sus alumnos la mayor cantidad de panoramas a los cuales podrán enfrentarse como profesionales más adelante y que así, ellos tengan la posibilidad no solo de ver el éxito que se muestra en las redes sociales, por el contrario que puedan conocer de cerca la infinidad de procesos que muchos tratan de iniciar y no logran el tan anhelado éxito. Mostrando la verdadera realidad de la humanidad.

Que promuevan que el problema no es cometer errores, sino, no aprender de ellos; porque nuestro sistema educativo está basado en castigar los errores y no en promover la superación de los mismos.

11.3 AL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Desarrollar un formato de evaluación para los estudios de caso, porque no es viable evaluar el desarrollo y la estructuración de un estudio de caso para la enseñanza bajo los parámetros utilizados en la evaluación de proyectos de investigación tradicionales, debido a las grandes diferencias que hay entre estos segmentos de generación y aplicación del conocimiento.

Fortalecer la formación en procesos investigativos, mostrando a los estudiantes todas las posibilidades para que sea posible que los resultados investigativos y los resultados de estos procesos no solo queden almacenados, y por el contrario sirvan de base para nuevos desarrollos tendientes a afrontar los retos empresariales y mundiales.

Crear la posibilidad de procesos investigativos como opción de trabajo de grado, enfocados en las actividades que normalmente desarrollan los estudiantes, para generar conocimiento en diferentes áreas del desarrollo social y económico de la región.

12 REFERENCIAS

- Amaya Amaya, Jairo (2012). Gerencia: Planeación & Estrategia, (9), 2-36. ISBN: 978-958-44-0578-4.
- Amaya, J. A. (2005). Gerencia: planeación & estrategia. Universidad Santo Tomas de Aquino.
- Arzaluz, S. Peña, W. (2009). El estudio de caso como recurso metodológico apropiado a la investigación en ciencias sociales. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 2, 180 - 195.
- Calderón Hernández, G. (2004). Lo estratégico y lo humano en la dirección de las personas. *Pensamiento & gestión*, (16).
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.
- Cairo, V. R., García, R. B., & Lucero, L. C. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos*. Limusa.
- Contreras Sierra, Emigdio Rafael (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, (35) ,152-181. ISSN: 1657-6276. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=646/64629832007>
- Gómez, R., Hernando, J., & Mitchell, D. (2014). *Innovación y emprendimiento en Colombia-Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014-2018*.
- Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos, A., & Hernández Suárez, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Thomson.
- Isenberg, Daniel (2010), *How to Start an Entrepreneurial Revolution*. *Harvard Business Review*, Vol. 88, No. 6, 40-50.
- Longenecker, J. G. (2012). *Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. Cengage Learning Editores.

- Marcelino Aranda, Mariana, Baldazo Molotla, Francisco Alfredo, & Valdés Nieto, Oscar. (2012). El método del estudio de caso para estudiar las empresas familiares. *Pensamiento & Gestión*, (33), 125-139.
Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200006&lng=en&tlng=en.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=R12wZw9AFE4C&oi=fnd&pg=PA1&ots=NIJeZiwDH7&sig=iQB0yfPvjGvodI_vrAJCJND0Cbc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Molano, C. G., & Campo, J. L. M. (2014). Gerencia estratégica e innovación empresarial: referentes conceptuales. *Dimensión empresarial*, 12(2), 107-116. (ZARATIEGUI, J. R., 1999)
- Molina Osorio, V., Vergara Quintero, M, C., (2017). Protocolo para la elaboración de Estudios de Casos para la Enseñanza - ECE
- Padilla, M. C. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Peña, W. (2009). El estudio de caso como recurso metodológico apropiado a la investigación en ciencias sociales. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 2, 180 - 195.
- Porter, M. E. (2008), ¿Qué es la Estrategia? *Harvard Business Review*, América Latina, Reimpresión RO811M-E, 02-20.
- Porter, M. E., Kramer, M. R. (2006), *Estrategia y Sociedad*. *Harvard Business Review*, América Latina, Reimpresión RO612D-E, 02-14.
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*, (26), 94-119.
- Rodríguez Ramírez, Alfonso. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119. Disponible en:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100005&lng=en&tlng=es.

Shane, S. Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

Singer, S., Herrington, M., & Menipaz, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor: Global report 2017/2018*.

Urbano, D., Pulido, D. U., & Garrido, N. T. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas (Vol. 118)*. Editorial UOC

13 ANEXOS

Anexo 1 Características Técnicas y Exclusivas de Maquinaria

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

		OPTIMA DMF
Código		GNVA00015
Presión de funcionamiento	Bar/Mpa	8/0,8
Caudal de vapor	cc/min	Máx. 1200
Temperatura máx. de vapor	°C	178
Temperatura de Trabajo	°C	< 135
Tiempo de arranque	min.	2 - 3
Alimentación eléctrica	V-Hz	1 - 230 - 50/60
Potencia absorbida máx.	kW	0,18 (280 Máx.)
Depósito llenado de agua	l	20
Capacidad tanque combustible	l	20
Tasa Consumo Combustible	l/h	2
Dimensiones (LxAxH)	cm	109x70x90
Peso	kg	87

Fuente. Archivo SC&H

CARACTERÍSTICAS EXCLUSIVAS

- ▶ CALDERA EFICIENTE
- ▶ ANTI-ÁCAROS
- ▶ SEGURIDAD
- ▶ ERGONOMÍA
- ▶ DOBLE RENDIMIENTO
- ▶ LIMPIEZA ECOLÓGICA
- ▶ ELIMINA OLORES Y
ESTERILIZA
- ▶ GRAN RENDIMIENTO

Fuente. Archivo SC&H

Anexo 2 Consentimiento Informado Empresarial

FICHA DE AUTORIZACIÓN-CONSENTIMIENTO INFORMADO EMPRESARIAL


(Esta hoja debe ser firmada en dos originales por lo tanto no debe tener texto por detrás)

Autorización para la publicación de casos

Juan Pablo Murillo Villa mayor de edad, identificado con la Cédula de Ciudadanía N.º 1.053.773.876 de Manizales, actuando en nombre y representación legal de la empresa Steam Car & House, por medio del presente escrito realizo las siguientes declaraciones:

1. Expresamente manifiesto que conozco y doy fe de la veracidad del contenido e información del caso adjunto escrito sobre la empresa Steam Car & House, el cual hará parte integral del presente documento, denominado STEAM CAR & HOUSE, CUANDO EL ENTUSIASMO LE GANA A LA PLANEACIÓN.
2. Como consecuencia de lo anterior, declaro que autorizo a la UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MANIZALES, para que publique el texto completo del caso mencionado.
3. Declaro que autorizo expresamente a la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES para comercializar, divulgar, hacer público en cualquier medio conocido o por conocer, el texto a que se hace alusión en el presente documento. Por tanto, no habrá lugar a pago de retribución alguna por este concepto.
4. La presente autorización se entenderá otorgada a partir del momento de su suscripción y tendrá vigencia conforme a las leyes colombianas.

Para constancia se suscribe a los 20 días del mes de Noviembre del año 2020.



Representante legal
Steam Car & House