

Análisis de las necesidades de formación en emprendimiento y su impacto a los matriculados y/o
afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio 2015 – 2016

Jenniffer Espinosa Molina

Cod.146002710

Angélica Julieth Bohórquez Gahona

Cod.146002703

Universidad de los Llanos
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración y Negocios
Programa de Administración de Empresas
Villavicencio

2016

Análisis de las necesidades de formación en emprendimiento y su impacto a los matriculados y/o
afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio 2015 – 2016

Jennifer Espinosa Molina

Angélica Julieth Bohórquez Gahona

Director

Javier Díaz Castro

Administrador de Empresas

Magíster en Economía

Informe final de pasantía en proyecto de proyección social y/o extensión (Eps)

Convenio N° 099 de 2014

Universidad de los Llanos

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración y Negocios

Programa de Administración de Empresas

Villavicencio

2016

Tabla de contenido

1. Introducción	6
2. Planteamiento del problema	7
2.1. Antecedentes	7
2.2. Descripción del problema.....	7
2.3 Formulación del problema	8
3. Justificación.....	9
4. Objetivos	10
4.1 Objetivo General.	10
4.2 Objetivos Específicos.....	10
5. Marcos de referencia	11
5.1 Marco filosófico-antropológico.....	11
5.2 Marco teórico	12
5.3 Marco conceptual	14
5.4 Marco institucional.....	16
5.5 Marco legal y normativo	20
6. Diseño Metodológico	24
7. Resultados y analisis de resultados	28
7.1 Informe del diagnóstico de las necesidades de formación en materia de emprendimiento en los usuarios que acuden al consultorio empresarial de la Cámara de Comercio de Villavicencio.	28
7.2 Análisis del nivel de satisfacción percibido por los empresarios matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio referente a las capacitaciones dadas.	37
7.3 Guía práctica para aprender a emprender: corresponde a un documento didáctico y claro acerca del proceso de emprendimiento, documento que servirá para uso externo e interno en la capacitación de los matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio.	44
9. Conclusiones y recomendaciones.....	44
11. Referencias	46
12. Anexos.....	48

Lista de figuras

Figura 1. Estructura organizacional Cámara de comercio de Villaviencio.....	19
Figura 2. Calculadora de muestra (Netquest, 2015).....	26

Lista de tablas

Tabla 1. Serie Artesanos.....	37
Tabla 2. Serie Comerciantes	38
Tabla 3. Serie Comerciantes filtrada	39
Tabla 4. Serie Estudiantes.....	40
Tabla 5. Serie Estudiantes filtrada.....	40
Tabla 6. Serie comerciantes filtrada y ordenada de menor a mayor nivel.....	41
Tabla 7. Serie estudiantes filtrada y ordenada de menor a mayor nivel.....	42

1. Introducción

El Consultorio Empresarial como órgano consultivo se encuentra dirigido a los comerciantes, matriculados, afiliados y empresarios de la Cámara de Comercio de Villavicencio, con el objetivo de fortalecer y apoyar el sector empresarial en temas de administración, mercadeo y contabilidad.

Además el Consultorio Empresarial se encuentra implementado como acción preventiva, presentada ante el área de auditoría interna del Sistema Integrado de Gestión de Calidad con el fin de obtener certificación de calidad por la norma ISO 9001 para este proceso de consultoría, consecuencia de las buenas prácticas y del mejoramiento continuo de las actividades implementadas y desarrolladas por la Dirección de Evolución Empresarial de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

Dicho proceso está suscrito bajo el Convenio N° 099 de 2014, entre la Cámara de Comercio de Villavicencio y la Universidad de los Llanos, integrando así la academia y contribuir con el conocimiento especializado que se requiere en los temas indicados anteriormente.

2. Planteamiento del problema

2.1. Antecedentes

Durante el año 2011, bajo el Convenio N° 045 del 3 de septiembre del 2008 celebrado entre la Cámara de Comercio de Villavicencio y la Universidad de los Llanos, se pone en funcionamiento el Consultorio Empresarial, como un órgano consultivo, para brindar acompañamiento y orientación a los comerciantes matriculados, afiliados y empresarios, con el propósito de fomentar el desarrollo empresarial de la región.

A la fecha antes mencionada el Consultorio Empresarial contó con la participación activa de los estudiantes pertenecientes a los diferentes programas de pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos, con el propósito de integrar activamente la academia en la solución de las necesidades de las entidades, comerciantes y empresarios; y a su vez dar cumplimiento a las políticas de calidad establecidas en el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 implementado en la entidad.

2.2. Descripción del problema

La Cámara de Comercio de Villavicencio como entidad privada busca ser modelo en prestación de servicios y aportar al desarrollo empresarial de la región en el ámbito de la internacionalización; a partir del año 2003 inicia certificación en la norma ISO 9001, logrando la acreditación de seis procesos que se enmarcan en sus ejes misionales tales como registros públicos, formulación de proyectos, capacitación y orientación empresarial, conciliación y

arbitraje y afiliados. Tal proceso se desarrolla con la intención de brindar servicios con eficiencia, transparencia y calidad.

Dentro del proceso de orientación empresarial se desarrolla el consultorio empresarial el cual tiene como función principal brindar a los usuarios asesorías especializadas en temas de administración de empresas, formulación de proyectos, mercadeo y publicidad, economía y contabilidad; estas asesorías se dan de acuerdo a los temas de consulta solicitados por los mismo usuarios, dichas consultas corresponden principalmente a temas de emprendimiento, creación de empresa y generación de ideas y estrategias de negocio, es decir, el problema que más se evidencia dentro de las consultas solicitadas es el direccionamiento al momento en emprender un nuevo negocio, lo que nos formula una certeza de la carencia de conocimiento de los usuarios y el sentimiento de incertidumbre al momento de comenzar un emprendimiento.

Por tal razón a favor de promover la formación y evolución del sector empresarial del departamento del Meta se ve la necesidad de integrar la academia en el proceso de formación de empresa, para cumplir con el propósito misional asignado a la Cámara de Comercio de Villavicencio, y así, atender las nuevas necesidades que demanda el crecimiento de esta región.

2.3 Formulación del problema

¿Es la formación en materia de emprendimiento una necesidad relevante para los matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio que acuden al consultorio empresarial?

3. Justificación

Es importante realizar este estudio en la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV) porque la misión y la visión de la misma están enfocadas en el compromiso con el desarrollo integral de la Orinoquia Colombiana promoviendo la gestión empresarial, el objetivo de este estudio es contribuir al compromiso de la CCV mediante la metodología aplicada en los primeros pasos del emprendimiento a los futuros empresarios de la región.

Es pertinente ya que de esta manera se contribuye al direccionamiento y la formación en la creación de empresas y desarrollo de futuros empresarios quienes aportarán crecimiento económico de la región generando nuevos empleos y modelos de negocios exitosos.

La ejecución de este estudio es responsabilidad de la academia ya que es quien tiene el conocimiento amplio y suficiente para brindar una solución efectiva a las necesidades demandadas por los futuros empresarios, y en particular la Universidad de los Llanos de cara a la sociedad, es la institución que debe explotar su recurso más valioso en beneficio del desarrollo regional en alianza con la Cámara de Comercio de Villavicencio mediante el Consultorio Empresarial como herramienta pertinente para la realización de dicho estudio.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General.

Analizar las necesidades de formación en materia de emprendimiento y su impacto en matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio mediante la implementación del Consultorio empresarial bajo el Convenio N° 99 de 2014 durante el tercer cuatrimestre del año 2015 y primer cuatrimestre de 2016.

4.2 Objetivos Específicos.

-)] Diagnosticar las necesidades de formación en materia de emprendimiento en los usuarios que acuden al consultorio empresarial de la Cámara de Comercio de Villavicencio.
-)] Evaluar el impacto de las capacitaciones dadas a empresarios matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio en materia de emprendimiento mediante charlas y conferencias.
-)] Diseñar una guía práctica, la cual corresponde a un documento didáctico y claro acerca del emprendimiento, documento que servirá para uso externo e interno en la capacitación de los matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio

5. Marcos de referencia

5.1 Marco filosófico-antropológico

Las teorías administrativas han concebido al ser humano desde diferentes perspectivas, como se muestra a continuación.

El pionero de la Escuela de la Administración Científica (Taylor, 1999) se refiere al hombre como empleado individual e ignora que el trabajador es un ser humano y, por tanto sociable. A partir de su concepción negativa del hombre, según la cual, los individuos son perezosos e ineficientes, (Taylor, 1999, p. 62) afirma que son un “ser mecánico que está motivado únicamente por las recompensas salariales, económicas y materiales”, concepto homo economicus. Taylor hace énfasis en el papel monocromático del administrador con “la atribución de imponer estándares y forzar la cooperación” (Taylor, 1999, p. 76).

Por otro lado de la Teoría de las Relaciones Humanas, fundada por George Elton Mayo, surgió del experimento de Hawthorne, esta hace énfasis en las personas y las relaciones humanas entre los empleados, conforme a esta teoría, “a las personas las motiva, principalmente, la necesidad de reconocimiento, aprobación social y participación en las actividades de los grupos sociales en que conviven. De allí surge el concepto de hombre social.” (Mayo, 1999, p. 127)

Para el caso de la Teoría de la Burocracia con su precursor Max Weber considera al ser humano como un recurso más de las organizaciones, “no considera a las personas como tales, sino como individuos que desempeñan cargos y cumplen funciones”. (Weber, 1999, p. 459). Siguiendo este enfoque la Teoría del Comportamiento Organizacional, que tiene su mayor exponente en Herbert Alexander Simón, hace énfasis en el “hombre administrativo”. “El hombre administrativo

busca solo la “manera satisfactoria” y no la mejor manera (the best way) de realizar un trabajo”. (Simon, 1999, p. 600) En esta misma línea, en la Teoría del Desarrollo Organizacional “los científicos sociales destacan que si se hace de la organización un ambiente capaz de satisfacer las exigencias de los individuos, estos podrán crecer desarrollarse y encontrar su mayor satisfacción y autorrealización al promover los objetivos de la organización”. (Chiavenato, 1999)

Finalmente en la Teoría Z como principal precursor, William Ouchi, destaca la confianza en la gente, las relaciones sociales estrechas y la atención puesta en las sutilezas de las relaciones humanas. “El trabajo es considerado como la vía de realización del hombre que busca la satisfacción de sus metas a través de las metas de la organización a la que pertenece; existe una atmósfera de credibilidad de unos a otros pues se sabe que cada quien es capaz de proceder adecuadamente en lo concerniente a sus responsabilidades”. (Serralde, 1983)

Dadas las ideas anteriores sobre el concepto del ser humano, una persona se define como un ser complejo tanto a nivel social, psicológico, físico y espiritual. Motivado por objetivos que tienen como finalidad la autorrealización, objetivos afines a las metas de la organización para la cual trabaja.

5.2 Marco teórico

¿Qué significa ser un emprendedor?

Para comenzar definiendo qué significa ser un emprendedor primero debemos tener claro qué es emprendimiento (Jaramillo, 2008, p. 1) afirma que “El emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas” es decir que para calificarse como emprendedor primero se debe tener una idea novedosa, algo que no se haya visto ni conocido antes, pero para ser emprendedor no solo basta con tener una buena idea de

negocio, también se debe contar con ciertas características. Según la Real Academia Española (RAE, 2016) el emprendedor es quien “comienza un negocio, un empeño, especialmente si encierra dificultad o peligro” de acuerdo a esto la primera cualidad que debe tener un emprendedor es ser arriesgado y no tener miedo de empezar a desarrollar su idea de negocio.

Características de un Emprendedor

No es camisa de fuerza para emprender un negocio tener las siguientes cualidades, pero se puede percibir en la mayoría de ellos que comparten entre sí la pasión, la perseverancia, el ingenio, son de mente abierta y naturaleza esponjosa. (Resnick, s.f). Con respecto a lo anterior se puede definir que un emprendedor es aquella persona que siente una pasión desenfrenada por lo que hace, persevera y es capaz de lidiar con todos los obstáculos que se le presenten sin perder su motivación, son ingeniosos y siempre encuentran la manera de hacer mejor su trabajo, tener una mente abierta les permite considerar otras posibilidades y no encerrarse en su propio método y su naturaleza esponjosa les permite observar todo el aprendizaje en su proceso de crecimiento. Pero la pregunta de muchos es ¿Es posible adquirir estas características, o se debe nacer con ellas?.

El emprendedor ¿nace o se hace?

Las opiniones frente a este interrogante son diversas, mientras unos autores consideran que todo se hace y que todo se puede aprender hay otros que opinan que existen características innatas en las personas que no se pueden modificar.

La mayoría de las escuelas de negocios le enseñan a los alumnos a trabajar para alguien, concluyendo que enseñar a la gente a trabajar para emprendedores es bastante diferente de enseñarles a hacerse emprendedores, agregando sobre el particular una opinión muy polémica al afirmar que las habilidades que los emprendedores pueden aprender no pueden

ser enseñadas por los profesores y maestros sino por emprendedores o empresarios que tengan experiencia previa en el tema. (Poncio, 2010, p. 23) Como se citó en (David Birch, 2004)

En resumidas cuentas nadie puede enseñar a otro lo que eÉ mismo no ha hecho previamente, el emprendedor es el único que puede enseñar a otro a ser emprendedor y a reproducir las cualidades y características del mismo.

Sin embargo existen otros autores que consideran que el emprendedor nace e incluso se atreven a afirmar que algunos lo son por cuestiones netamente genéticas y que sus cualidades y características se desarrollan en función de su entorno personal. (Poncio, 2010)

Las consideraciones en cuanto al nacimiento o desarrollo del emprendedor son muchas pero si tomamos en cuenta lo que afirma David Birchc, autor anteriormente citado, es posible direccionar y capacitar a un emprendedor de manera en que este conozca lo necesario para poner en marcha su idea de negocio, es decir, se le puede formar en los pasos y el proceso que debe seguir para conseguir dicho fin.

5.3 Marco conceptual

Para el desarrollo de esta propuesta los términos que se consideran relevantes son:

Administración de Empresas

“Entiéndase por Administración de Empresas, la implementación de los elementos y procesos encaminados a planear, organizar, dirigir y controlar toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios.” ARTÍCULO PRIMERO. Ley No 60 de 1981

Comerciante

“Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona”.

Código de Comercio Colombiano (2007)

Afiliado

Los afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio, son empresarios inscritos, es decir, comerciantes que voluntariamente y de manera adicional al cumplimiento de la obligación de contar con su registro mercantil, se vinculan aún más a los programas y los proyectos que ofrece la Cámara de Comercio motivados en la obtención de algunos beneficios. (CCV, s.f)

Emprendedor

Aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenza y más luego llevarla a buen puerto. ("Emprendedor", s.f)

Emprendimiento

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Ley 1014 de 2006).

Cámaras de Comercio

Las Cámaras de Comercio son instituciones de orden legal con personería jurídica, creadas por el Gobierno Nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar. Dichas entidades serán representadas por sus respectivos presidentes. Código de Comercio Colombiano. (2007).

Consultoría

“El servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas, para la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; recomendación de medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones” (Castrillón, 2005)

5.4 Marco institucional

Historia

La Cámara de Comercio de Villavicencio fue creada a través del decreto 306 del 10 de Febrero de 1962, con su actividad principal de llevar el Registro Público de los comerciantes de su jurisdicción y representa los intereses de los mismos ante el Gobierno Nacional.

Posteriormente, con la Ley 80 de 1993 les fue atribuido a las Cámaras de Comercio el manejo del registro único de proponentes, con base en la reglamentación esta actividad inicia a partir del 28 de Octubre de 1994.

En 1995 se expide el Decreto antitrámite 2150, que en sus artículos 40 al 45 reglamenta y faculta el manejo del registro de entidades sin ánimo de lucro en las Cámaras de Comercio. El registro para aquellas Entidades que inician actividad se da a partir del 6 de Marzo de 1996 y a partir del 1º. De Enero de 1997 para aquellas que existían antes del 6 de Marzo de 1996.

Adicionalmente, entre las funciones delegadas a las Cámaras de Comercio del país, está la de promover el desarrollo económico y social de las regiones incorporadas en el artículo 86 del Código de Comercio y el Decreto 898 artículo 10°. Para cumplir con ese objetivo, la Cámara de Comercio de Villavicencio ha desarrollado un conjunto de actividades en busca de promover el bienestar de la comunidad empresarial dentro del espíritu de la libre iniciativa privada y con criterio social, siendo depositaria y divulgadora de fe pública, actuando como órgano de los intereses generales de aquella, promoviendo el desarrollo socioeconómico y sirviendo de fuente de información.

A raíz de la expedición del Decreto Ley 019 de 10 de Enero de 2012, las Cámaras de Comercio les han sido otorgadas nuevas funciones de registro, en virtud de lo dispuesto en el artículo 166 del presente Decreto, las cuales empezaron a regir a partir del 1° de Marzo del 2012, Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV, s.f). Las nuevas funciones de Registro son:

-) Registro de Entidades de Economía Solidaria.
-) Registro Nacional Público de las Personas Naturales y Jurídicas que ejerzan la actividad de vendedores de Juego de suerte y Azar.
-) Registró Público de Veedurías Ciudadanas.
-) Registro de Entidades Extranjeras de Derecho Privado Sin Ánimo de Lucro.
-) Registro Nacional de Turismo.

Misión

Entidad gremial de derecho privado, comprometida con el desarrollo integral de la Orinoquia, promovemos la gestión empresarial, los mecanismos de solución de conflictos y la administración efectiva de los registros públicos; orientados hacia el mejoramiento continuo y la proyección de la entidad hacia el ámbito internacional. (CCV, s.f)

Visión

Ser una entidad modelo en prestación de servicios, comprometida con el desarrollo empresarial y regional, que responda con competitividad al entorno de la internacionalización. (CCV, s.f)

Política de calidad

En la Cámara de Comercio nos comprometemos a cumplir las funciones de los registros públicos, desarrollo económico y social sustentable, con calidad y efectividad, buscando la satisfacción de nuestros clientes y contribuyendo al incremento de la productividad y competitividad regional, apoyados en un talento humano que trabaja en mantener la excelencia y el mejoramiento continuo. (CCV, s.f)

Estructura organizacional

ORGANIGRAMA

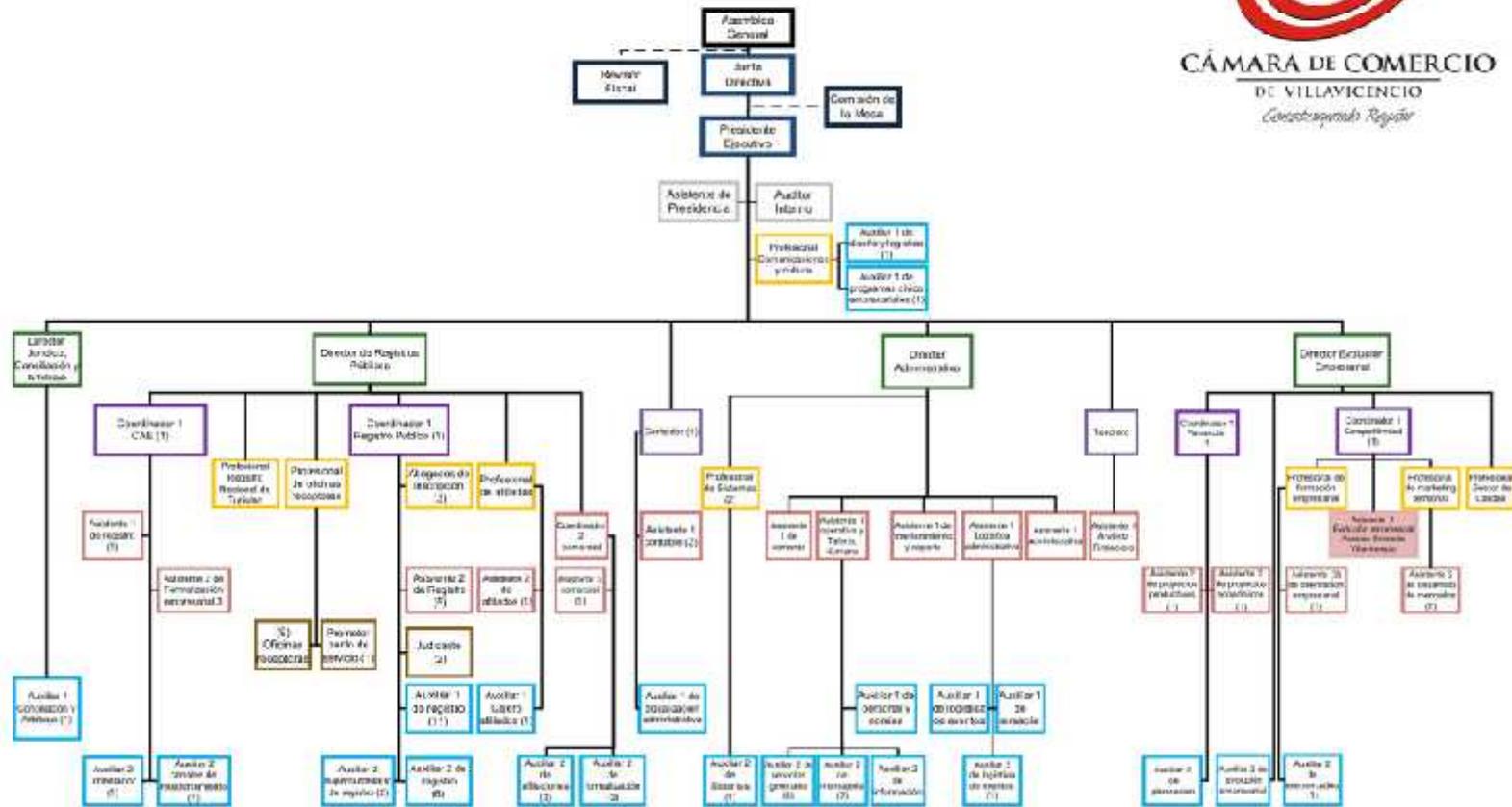


Figura 1 Estructura organizacional Cámara de Comercio de Villavicencio

5.5 Marco legal y normativo

Se reglamenta con las siguientes leyes, decretos y resoluciones

La Constitución Política de Colombia de 1991

Artículo 38. Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

LA LEY 60 DE 1981, por la cual se define la profesión del Administrador de Empresas y se dictan las normas sobre su ejercicio en el país, antes de control y principios del código de ética profesional.

LA LEY 29 DE 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.

LA LEY 344 DE 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas

correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena

LA LEY 550 DE 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010.

LA LEY 789 DE 2002, Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. Norma por la cual se crea el FONDO EMPRENDER (Art.40).

LA LEY 905 DE 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

LA LEY 1014 DE 2006, Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

LA LEY 1286 DE 2009, por la cual se modifica la LEY 29 DE 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

LA LEY 1429 DE 2010, formalización y generación de empleo fue creada con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

DECRETO 410 DE 1991, Por el cual se expide el Código de Comercio Colombiano, enumera tácitamente la calificación de los comerciantes, sus deberes, derechos y responsabilidades en el ejercicio de la actividad del comercio.

El DECRETO 393 DE 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.

El DECRETO 585 DE 1991, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones.

El DECRETO 4466 DE 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

El DECRETO 2175 DE 2007, sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP).

El DECRETO 525 DE 2009 por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.

El DECRETO 1192 DE 2009, por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomenta la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

LA SENTENCIA C-448 DE 2005 DE LA CORTE CONSTITUCIONAL, Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mi pyme.

LA RESOLUCIÓN 470 DE 2005 de la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.

RESOLUCIÓN ACADÉMICA N 007 DE 2014: Por la cual se adoptan y reglamentan las Opciones de Grado en los Programas de Grado de la Facultad de Ciencias Económicas, enmarcándonos en el artículo noveno inciso tres Pasantías en Proyectos de proyección Social y/o extensión.

6. Diseño Metodológico

Dado que este estudio tiene como fin identificar las necesidades de formación y capacitación en materia de emprendimiento de los matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio, el diseño de la investigación es el siguiente:

Tipo de Investigación

El tipo de investigación es cuantitativo porque según Hernández, Fernández y Baptista, afirman que una investigación tiene un enfoque cuantitativo cuando “los datos son producto de mediciones y se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos. La investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible, Los fenómenos que se observan y/o miden no deben ser afectados por el investigador.” (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2010, pág. 47)

Este estudio se define de tipo cuantitativo debido a que los resultados del mismo estarán basados netamente en la medición de la información recolectada a el objeto de estudio que para este caso son los comerciantes matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio.

Diseño de la Investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva ya que según los autores Hernández, Fernández y Baptista una investigación descriptiva “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernandez *et al*, 2010, pág. 122)

Este estudio tiene un alcance descriptivo ya que se pretende perfilar el grupo de estudio o población con la intención de describir la situación o el fenómeno que se esté presentando

detallando como se presenta. Este estudio es útil para visualizar y mostrar con precisión las dimensiones o el contexto de la situación.

Universo, población y muestra

Universo: se entiende por universo el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas” (Bencardino, 2009) Para el caso de este estudio el universo serán todos los comerciantes matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio.

Población: se entiende por población según afirma (Porras, 2014, Poblacion y muestra, parr.1). Como “el conjunto de individuos u objetos que tienen las mismas características y sobre el cual se desean obtener conclusiones”. Aplicado a esta investigación la población serán todos los comerciantes matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio que hagan uso de los servicios ofrecidos por el consultorio empresarial.

Muestra: la muestra se puede definir como un subgrupo de la población el cual debe ser representativo sobre el cual se pretende hacer la recolección de los datos. Para el caso de este estudio se hizo uso de la calculadora estadística de Nesquet.com, una herramienta estadística para realizar el cálculo de la muestra (personas a encuestar) dicho cálculo arrojó el siguiente resultado:

-) Con un universo total de 45.000 matriculados y una diversidad del 50%, se deben encuestar 381 personas para obtener un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.



Figura 2. Calculadora de muestra (Netquest, 2015)

Variables

Se puede entender como variable a un “objeto, proceso o característica que está presente, o supuestamente presente, en el fenómeno que se quiere estudiar. Los objetos, procesos o características reciben el nombre de variables en la medida en que su modificación provoca una modificación en otro objeto, proceso o característica” (Diccionario de Psicología Científica y Filosófica, 2016, parr. 1).

Teniendo en cuenta lo anterior se pueden determinar dos variables: variable dependiente e independiente, entendiéndose la primera como aquella cuyos valores dependen de los que tomen otra variable, y la segunda es aquella cuyo valor no depende de otra variable.

Entonces para esta investigación se han determinado las variables principales así:

-) Variable Independiente: Formación y capacitación en materia de emprendimiento
-) Variable Dependiente: Emprendimiento

Técnicas de Investigación

- J Encuesta: según afirma (Thompson, 2012)“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (Definición de encuesta, párr. 6). La encuesta se realizará a todos los empresarios matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio que hacen uso de los servicios ofrecidos por el consultorio empresarial entre el tercer cuatrimestre del 2015 y el primer cuatrimestre del 2016.
- J Evaluación: esta evaluación corresponde al nivel de satisfacción que sienten los empresarios a los cuales se le suministraron las capacitaciones con la intención de conocer el impacto de las mismas.

Medición y Análisis de Datos

Esta medición se desarrollará en las siguientes etapas:

Primera etapa: Se procederá a tabular los datos cuantitativos obtenidos, con ayuda de herramientas estadísticas como son las medidas de tendencia central (media, moda, mediana y desviación típica son los principales instrumentos para el cálculo de promedios).

Segunda etapa: Los resultados se transcriben a Excel y se graficará en forma de barras, para visualizar desde una mejor perspectiva el comportamiento o las características de la muestra.

Tercera etapa: finalmente se emitirán las conclusiones y el análisis respectivo de acuerdo al comportamiento de la población objeto de estudio.

7. Resultados y análisis de resultados

Los siguientes documentos originales serán entregados a la Cámara de Comercio de Villavicencio y una copia de los mismos a La Universidad De Los Llanos:

7.1 Informe del diagnóstico de las necesidades de formación en materia de emprendimiento en los usuarios que acuden al consultorio empresarial de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2015/09

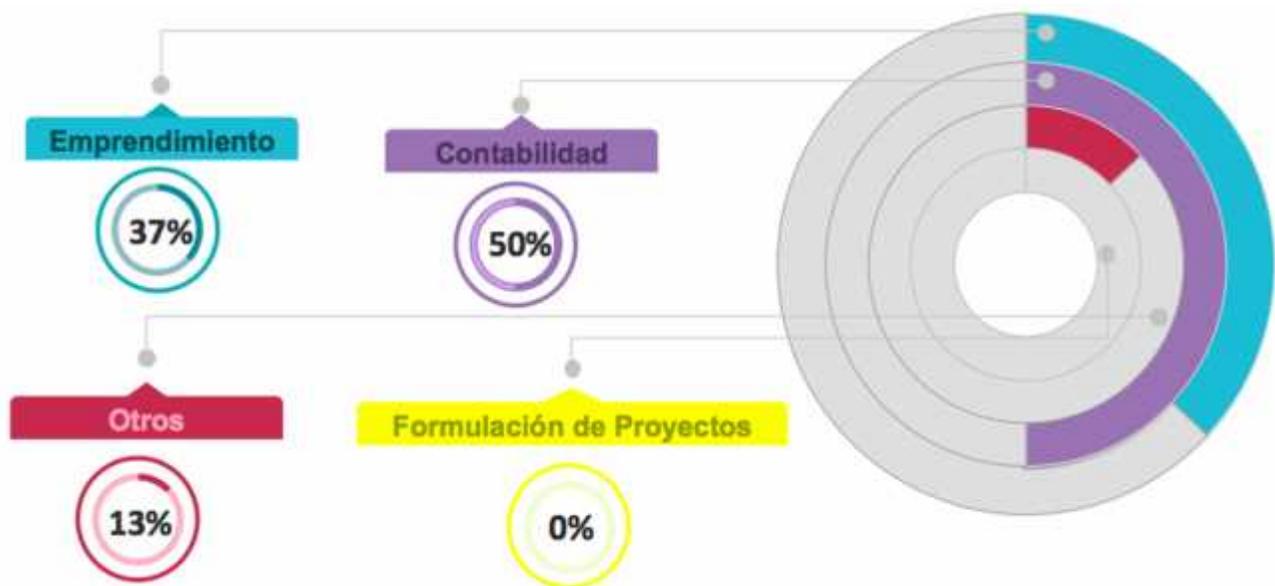


Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior se puede observar que de un total de 48 orientaciones realizadas en el mes de septiembre, el principal tema de consulta de los empresarios fue respecto a temas contables

tales como libros fiscales, obligaciones tributarias y contabilidad general con un 50% de representatividad, seguido por creación y constitución de empresa con un 31% de representatividad, luego otros temas correspondientes a registros públicos, cambio de nombre, domicilio y representación legal, entidades sin ánimo de lucro ESAL y registro nacional de turismo con una representatividad del 15% y por ultimo formulación de proyectos con un 4%.

Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2015/10



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica se puede observar que de las 40 consultas realizadas en el mes de octubre el 50% de ellas fueron en temas contable el 37% de temas relacionados a la creación de empresa y emprendimiento y 13% a otros tipos de consultas, adicionalmente se puede observar que en este

mes no se realizó ningún tipo de consulta referente a la formulación de proyectos, por ende este ítem desaparece de la gráfica.

Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2015/11



Fuente: Elaboración propia

Con esta gráfica podemos observar que hay una variación importante respecto a la representatividad de los temas más consultados en contraste a los dos meses anteriores, ya que de las 40 consultas realizadas en este mes de noviembre, el 50% de ellas correspondieron a temas de emprendimiento y creación de empresas, y las consultas en temas contables disminuyeron en un 18% cuando en los meses de septiembre y octubre era la consulta más frecuente; el 25% corresponde a otros tipos de consulta referente a registros públicos y nuevamente se realizaron consultas en temas de formulación de proyectos con un mínimo de 7% de representatividad.

Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2015/12



Fuente: Elaboración propia

En el mes de diciembre se realizaron 30 consultas de las cuales el 50% de ellas puntúa en temas de creación de empresa, el 37% corresponde a otros tipos de consulta las cuales corresponden a temas netamente de registros públicos, aumentan las consultas acerca de formulación de proyectos en un 10% y disminuyen de manera notable la cantidad de consultas acerca de temas contables y tributarios en un mínimo de 3% de representatividad.

Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2016/01



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica se puede observar un cambio bastante notable en la representatividad de los temas de consulta ya que en este mes de enero se realizaron tan solo 12 consultas de las cuales 8 de ellas fueron emprendiendo y creación de empresa dándole a este ítem una mayor representatividad del 67% y el restante de las consultas correspondieron a otro temas de consulta respecto a registros públicos con un 33% de representatividad, desapareciendo para este mes las consultas en temas de contabilidad, formulación de proyectos y otras consultas correspondientes a registros públicos.

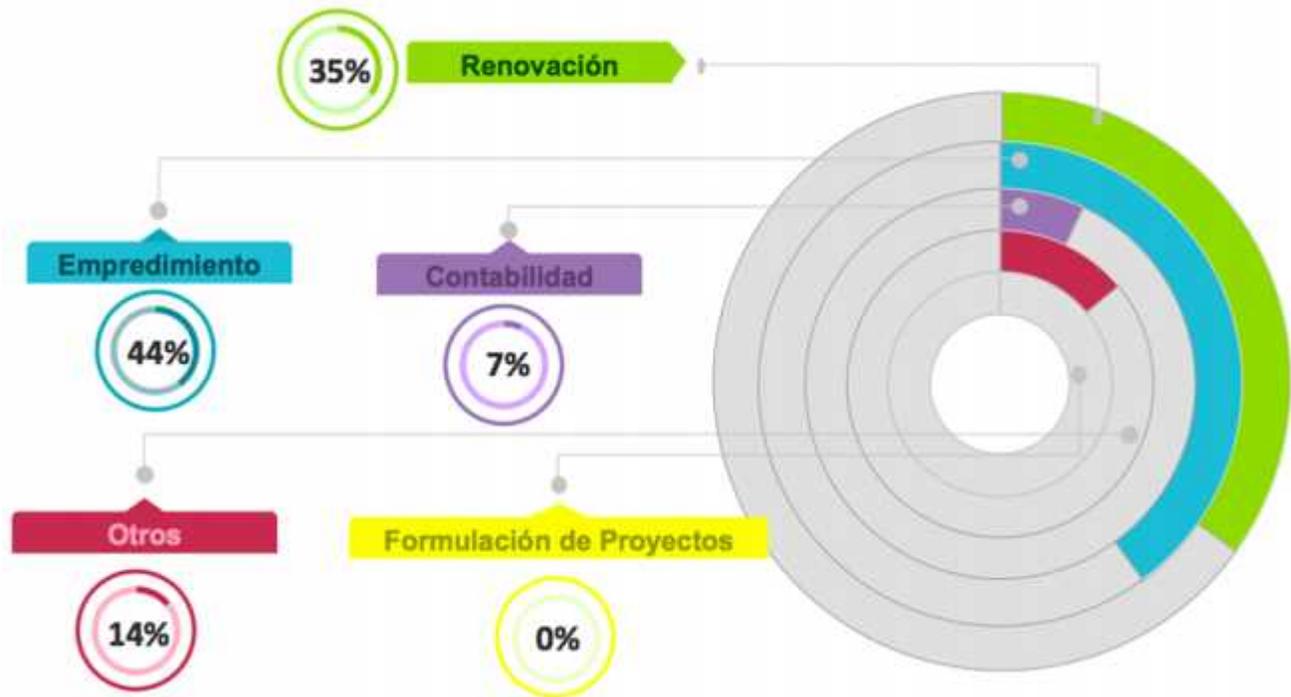
Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2016/02



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica podemos observar que de las 53 consultas realizadas la más frecuente de ellas con un 39% de representatividad fue renovación, este mes de febrero surge este nuevo ítem debido a la temporada de renovación de matrícula que atravesó la Cámara de Comercio de Villavicencio hasta el mes de marzo, seguido de esta con un 38% de representatividad tenemos la creación de empresa y emprendimiento, con un 17% otros tipos de consulta referentes a registros públicos y con un 6% siendo el tema menos consultado este mes contabilidad y obligaciones tributarias. Adicional también se observa que sigue sin realizarse ninguna consulta concerniente a formulación de proyectos.

Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2016/03



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica se puede observar que de las 57 consultas que se realizaron el 44% de ellas corresponden a creación de empresa y emprendimiento, punteando una vez más en las estadísticas, seguido a esta se encuentra renovación con un 35% de representatividad, otras consultas referentes a registros públicos con una equivalencia del 14% y contabilidad con un 7% de representatividad; sigue sin realizarse alguna consulta correspondiente a formulación de proyectos.

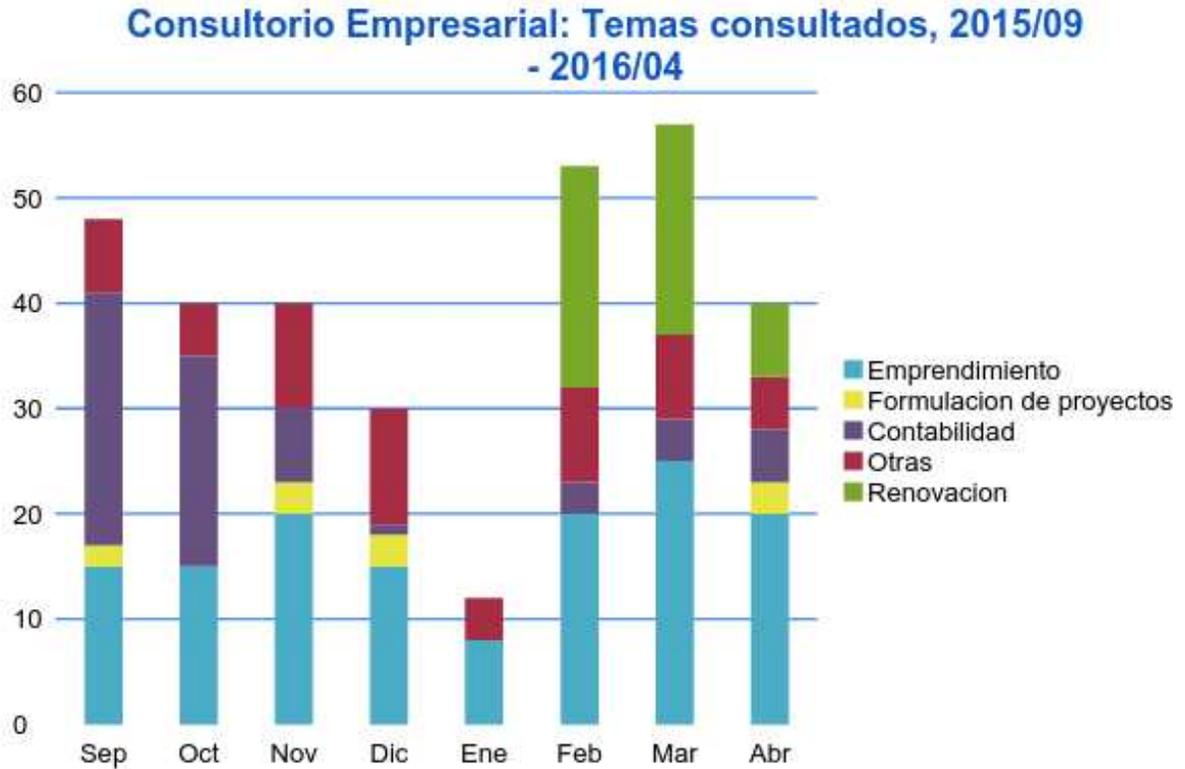
Consultorio Empresarial: Temas consultados, 2016/04



Fuente: Elaboración propia

En esta grafica se puede observar que de las 40 consultas realizadas este mes de abril, el 50% de ellas correspondieron a temas de emprendimiento y creación de empresas, nuevamente punteando en las estadísticas, seguido a ella con un 18% de representatividad se encuentra renovación siendo de alguna manera relevante a pesar de haber pasado la temporada, luego están otros tipos de consultas concernientes a servicios públicos con un 13% y no muy lejano a este se encuentra con un 12% de representatividad las consultas en temas referentes a contabilidad y obligaciones tributarias dejando en el mínimo de consultas frecuentes a formulación de proyectos con un 7% de representatividad.

Tabla comparativa – cantidad de consulta por temas durante todo el periodo



Fuente: Elaboración propia

Lo que se puede observar a simple vista gracias a este cuadro comparativo es que durante todo el periodo comprendido entre septiembre de 2015 y abril de 2016 la mayor cantidad de consultas fue acerca de temas referentes a creación de empresa y emprendimiento, independientemente de que el número total de consultas varié de mes a mes, la consulta más frecuente y la que puntea la estadística ha sido esta.

7.2 Análisis del nivel de satisfacción percibido por los empresarios matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio referente a las capacitaciones dadas.

Para determinar la normalidad de las series resultantes de las calificaciones dadas por los matriculados y/o afiliados de la Cámara de Comercio de Villavicencio que evaluaron el impacto de las capacitaciones en materia de emprendimiento es necesario realizar una prueba de hipótesis, la cual se define como “una prueba estadística que se utiliza para determinar si existe suficiente evidencia en una muestra de datos para inferir que cierta condición es válida para toda la población” (Minitab.com)

Teniendo en cuenta lo anterior procedemos a realizar la prueba de normalidad a las series de datos obtenidos por los tres grupos sujetos de estudio (federación de artesanos, comerciantes y estudiantes), la cual nos arrojó los siguientes datos:

Prueba JB

$H_a = A \sim N$

$H_o = A \not\sim N$

❖ Artesanos

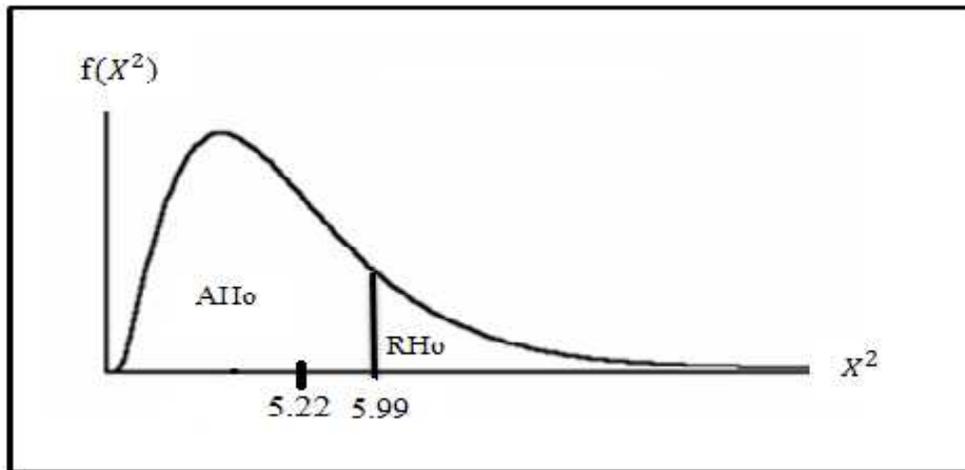
Serie: Artesanos	
Muestra 1 11	
Observaciones 11	
Media	4.818182
Mediana	5.000000
Máximo	5.000000
Mínimo	4.000000
Std. Dev.	0.404520
Asimetría	-1.649916
Kurtosis	3.722222
Jarque-Bera	5.229810
Probabilidad	0.073175

Tabla 1. Serie Artesanos

Obtuvo un impacto muy significativo dado que la media fue de 4.8

= 0.05

$$JB = 5.22 \sim X^2_{g=2}$$



Teniendo en cuenta la gráfica anterior se puede decir que existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis nula (H_0) con un nivel de confianza del 95% por lo tanto la serie de Artesanos sigue una distribución normal.

❖ Comerciantes:

Serie: Comerciantes	
Muestra 1 57	
Observaciones 57	
Media	4.614035
Mediana	5.000000
Máximo	5.000000
Mínimo	4.000000
Std. Dev.	0.491150
Kurtosis	1.219481
Jarque-Bera	9.614408
Probabilidad	0.008171

Tabla 2. Serie Comerciantes

En este caso el Jarque-Bera nos da un resultado superior a 5.99 con un nivel de confianza del 95% lo que nos indica que la serie no es normal, por lo tanto se procede a filtrar la serie

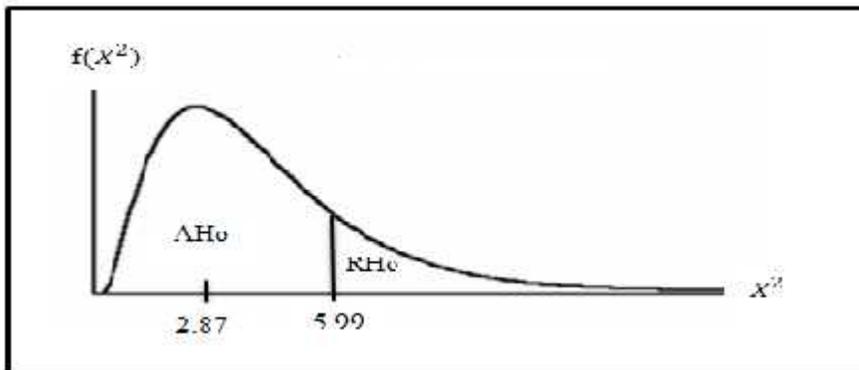
mediante el procedimiento de Holidays Prescott el cual nos arroja los valores de la serie normal de los datos ingresados con los cuales se realiza la siguiente gráfica.

Serie: Comerciantes filtrada	
Muestra 1 57	
Observaciones 57	
Media	4.614035
Mediana	4.611334
Máximo	5.077564
Mínimo	4.364107
Std. Dev.	0.171199
Asimetría	0.535760
Kurtosis	2.754163
Jarque-Bera	2.870402
Probabilidad	0.238068

Tabla 3. Serie Comerciantes filtrada

Margen de error = 0.05

$$JB = 2.87 \sim \chi^2_{g=2}$$



Existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis nula con un nivel de confianza del 95%, esto evidencia que la nueva serie artesanos, es normal.

❖ Estudiantes

Serie: Estudiantes	
Muestra 1 102	
Observaciones 102	
Media	4.666667
Mediana	5.000000
Máximo	5.000000

Mínimo	4.000000
Std. Dev.	0.473732
Kurtosis	1.500000
Jarque-Bera	18.06250
Probabilidad	0.000120

Tabla 4. Serie Estudiantes

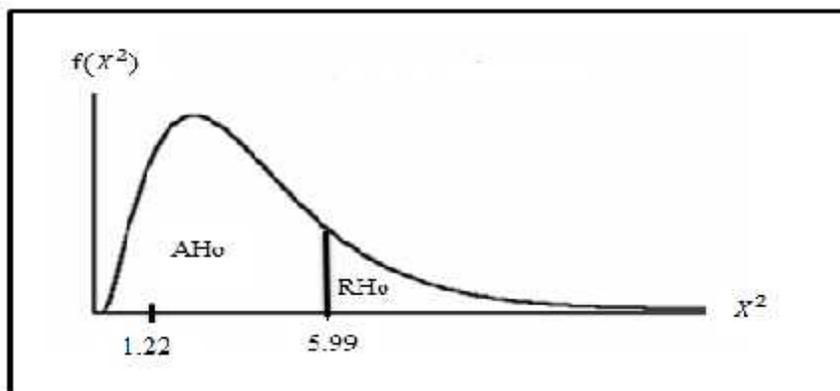
Nuevamente para el caso de la serie los Estudiantes los datos ingresados no son normales, entonces se procede a realizar el filtro que nos dará una serie de datos normales de la siguiente manera:

Serie: Estudiantes filtrada	
Muestra 1 102	
Observaciones 102	
Media	4.666667
Mediana	4.644721
Máximo	5.007282
Mínimo	4.090721
Std. Dev.	0.078033
Kurtosis	2.485818
Jarque-Bera	1.227145
Probabilidad	0.541413

Tabla 5. Serie Estudiantes filtrada

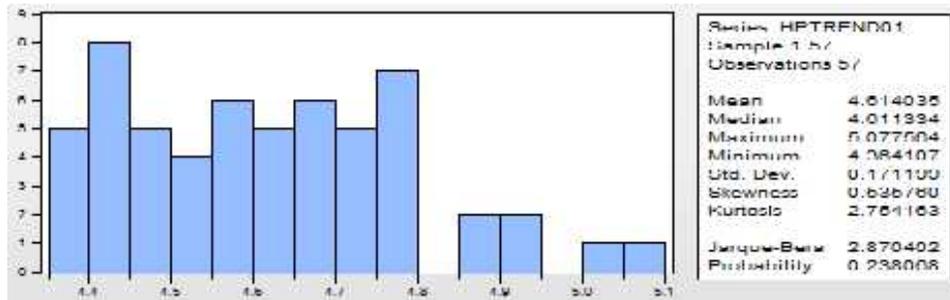
Margen de error = 0.05

$$JB = 2.87 \sim \chi^2_{g=2}$$



Después de aplicar la prueba de hipótesis a las series de comerciantes y estudiantes y convertir los datos en series normales mediante el procedimiento de Holdrys Presco obtenemos lo siguiente:

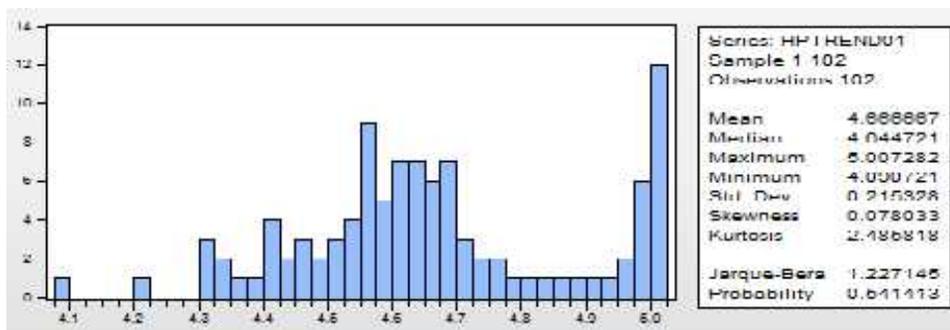
) Serie Comerciantes Filtrada



SERIE COMERCIANTES FILTRADA Y ORDENADA DE MENOR A MAYOR NIVEL						
4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5
						5

Tabla 6. Serie comerciantes filtrada y ordenada de menor a mayor nivel

) Serie Estudiantes Filtrada

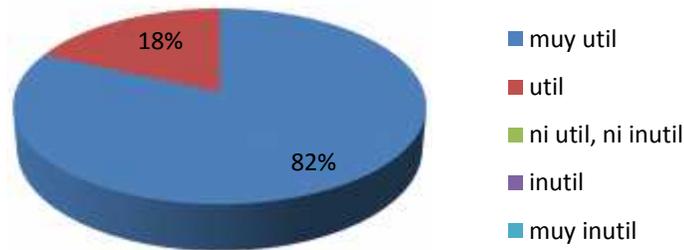


SERIE DE ESTUDIANTES FILTRADA Y ORDENADA DE MENOR A MAYOR NIVEL											
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

Tabla 7. Serie estudiantes filtrada y ordenada de menor a mayor nivel

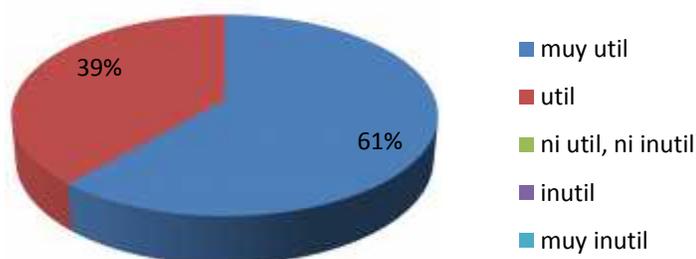
Después de obtener las series normales y filtradas se procede a realizar las gráficas de torta las cuales nos arroja el porcentaje real y confiable de la percepción que tuvieron los tres grupos evaluados acerca de la utilidad de las capacitaciones recibidas.

Artesanos



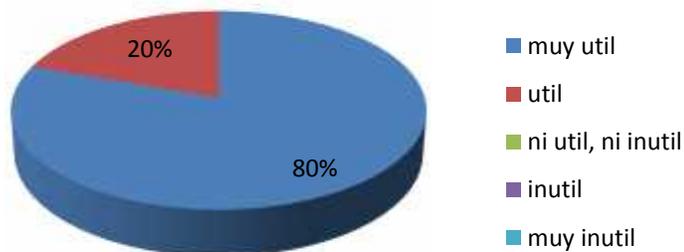
De acuerdo a las estadísticas que nos arrojan la gráfica anterior se puede establecer que para el 82% de los artesanos que recibieron las capacitaciones sobre emprendimiento, estas resultan muy útiles para el desarrollo de sus actividades comerciales, mientras que para el otro 18% de ellos estas son útiles.

Comerciantes



De acuerdo a la gráfica anterior para el 61% de los comerciantes resultaron muy útiles las capacitaciones que recibieron respecto a temas de emprendimiento y el 39% de los comerciantes presentes en dicha capacitación manifestaron que estas fueron útiles para su formación.

Estudiantes



Teniendo en cuenta la gráfica anterior se puede decir que para los estudiantes que tuvieron la oportunidad de recibir la capacitación en emprendimiento y creación de empresa, el 80% de ellos la consideran como muy útil, mientras que el 20% restante la consideran útil

7.3 Guía práctica para aprender a emprender: corresponde a un documento didáctico y claro acerca del proceso de emprendimiento, documento que servirá para uso externo e interno en la capacitación de los matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio.

Anexo 1. Guía práctica para aprender a emprender: corresponde a un documento didáctico y claro acerca del proceso de emprendimiento, documento que servirá para uso externo e interno en la capacitación de los matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio.

9. Conclusiones y recomendaciones

Teniendo en cuenta los resultados estadísticos del informe del diagnóstico de las necesidades de formación en materia de emprendimiento en los usuarios que acuden al consultorio empresarial de la Cámara de Comercio de Villavicencio, se puede concluir que el 43% de los usuarios que acudieron al Consultorio Empresarial por una asesoría en este periodo, manifestaron inquietudes acerca de cómo crear empresa, y que les gustaría profundizar en temas de emprendimiento con el fin de tener una visión más clara acerca del cómo empezar a emprender y obtener de una u otra manera un direccionamiento por parte de la Cámara que les ayude a entender el ¿cómo?, ¿por qué? y ¿para qué emprender?.

Se recomienda que toda la información recolectada por el Consultorio Empresarial sea tomada en cuenta por el área de formación empresarial con la intención de ser usada para la determinación de las capacitaciones que se suministren a los usuarios de la Cámara de Comercio de Villavicencio, debido a que esta información evidencia de primera mano la verdadera necesidad de los empresarios.

Se sugiere la creación e implementación de una guía práctica que contenga todas las pautas, pasos y procesos para emprender y desarrollar una idea de negocio, de manera que esta sea

usada como herramienta fundamental para las asesorías que se brinden a los usuarios del Consultorio Empresarial con el fin de informar, guiar y enseñar a los interesados.

Para la elaboración de la guía práctica para aprender a emprender: corresponde a un documento didáctico y claro acerca del proceso de emprendimiento, documento que servirá para uso externo e interno en la capacitación de los matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio, se determino que los temas mas relevantes a tomar en cuenta son los siguientes:

1. Definición de emprendedor, 2. Definición de emprender, 3. Conceptos de creacion, capturación y entrega de valor, 4. Metodologia de desarrollo de clientes por Steve Blank, 5. Fases de las empresas, 6. Definición de Starup, 7. Fuentes de recursos para emprendimientos.

De acuerdo a los resultados estadísticos del análisis del nivel de satisfacción percibido por los empresarios matriculados y/o afiliados a la Cámara de Comercio de Villavicencio referente a las capacitaciones se puede concluir que para los tres grupos evaluados; artesanos, comerciantes y estudiantes las capacitaciones recibidas en el tema de emprendimiento les resultaron muy útiles en un 82%, 61% y 80% respectivamente.

11. Referencias

- Jaramillo, L. (Diciembre de 2008). *Universidad del Norte* . From <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- RAE. (2016). *Real Academia Española*. From <http://dle.rae.es/?id=Esip2Nv>
- Poncio, D. (2010). ¿se nace o se hace? In D. Poncio, *Animarse a Emprender* (p. 23). Villa Maria.
- Resnick, N. (n.d.). *Entrepreneur*. From <https://www.entrepreneur.com/article/266908>
- CCV. (n.d.). *53 años construyendo region* . From Camara de Comercio de Villavicencio: <http://ccv.org.co/site/la-camara/historia/>
- CCV. (n.d.). *Certificacion de calidad*. From Camara de Comercio de Villavicencio: <http://ccv.org.co/site/la-camara/certificacion-de-calidad/>
- CCV. (n.d.). *Quienes somos* . From Camara de Comercio de Villavicencio : <http://ccv.org.co/site/la-camara/quienes-somos/>
- Judicatura, C. S. (2015). *Constitucion Politica de Colombia*. Bogota.
- Escob, w. H. (26 de Marzo de 2013). *Marco Legal para la Política Nacional de Emprendimiento*. From Revista Mprende: <http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>
- Netquest. (2015). *Calculadoras estadísticas*. From Netquest.com: <http://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas.html>
- Thompson, I. (2012). *Definicion de encuesta* . From Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Hernandez, F. y. (2010). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias . In F. y. Hernandez, *Metodologia de la Investigacion Quinta Edicion* (p. 47). Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez, F. y. (2010). Definiciones del alcance de la investigacion a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. In F. y. Hernandez, *Metodologia de la Investigacion Quinta Edicion* (p. 122). Mexico: Mc Graw Hill.
- Porras, J. C. (19 de Abril de 2014). *Poblacion y muestra* . From Slideshare.net: <http://es.slideshare.net/jcarlos2509/estadistica-poblacion-muestra-y-variables>
- Diccionario de Psicología Científica y Filosófica. (2016). *Diccionario de Psicología Científica y Filosófica*. From <http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Variable.htm>

- Bencardino, C. M. (2009). *Estadística comercial*. Bogota, D.C: Universidad Santo Tomas.
- Taylor, F. (1999). La administración científica. In I. Chiavenato, *Introducción a la teoría general de la administración* (p. 53). Bogota: Mc Graw Hill.
- Mayo, G. E. (1999). Teoría de las relaciones humanas. In I. Chiavenato, *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Weber, M. (1999). Modelo Burocrático de Organización. In I. Chiavenato, *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Serralde, A. (1983). ¿Que tan "Z" es la teoría "Z" de Ouchi? *Management Today* , 3.
- Castrillon, M. A. (2005). *El desarrollo Organizacional y el Cambio Planeado*. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.
- "Emprendedor". (n.d.). *Definición de Emprendedor*. Retrieved 2016 from Via Definición ABC: www.definicionabc.com/economia/empreendedor.php
- CCV. (n.d.). *Afiliados* . From Cámara de Comercio de Villavicencio: <http://ccv.org.co/site/>
- Simon, H. A. (1999). Teoría del Comportamiento en la Administración. In I. Chiavenato, *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- (1999). Teoría del desarrollo organizacional. In I. Chiavenato, *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Minitab.com*. (n.d.). From support.minitab.com: <http://support.minitab.com/es-mx/minitab/17/topic-library/basic-statistics-and-graphs/hypothesis-tests/basics/what-is-a-hypothesis-test/>