

**HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO DE CUNDINAMARCA
INICIOS Y EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA CLUB 60
PERIODO 1964 – 2015**

Estudiantes

**HERLAN ANDRÉS PEÑA GARCÍA
Código 310211222**

**JOSÉ MAURICIO LAMPREA RAYO
Código 310211151**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT**

2016
HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO DE CUNDINAMARCA
INICIOS Y EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA CLUB 60
PERIODO 1964 – 2015

Estudiantes

HERLAN ANDRÉS PEÑA GARCÍA
Código 310211222

JOSÉ MAURICIO LAMPREA RAYO
Código 310211151

Trabajo Final de Grado para optar el Título Administrador de Empresas

Director
Darío Benavides Pava
Econ. Magíster en Administración

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT

2016

Nota de aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Girardot, agosto 9 de 2016

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, LUZ AURORA PARRA | JOSÉ PEÑA por haberme regalado la VIDA, inculcado valores y principios importantes en toda mi ser y brindado el apoyo fraternal para la culminación exitosa en esta carrera maravillosa, y no sería nadie en estos momentos; por ellos.

A mi familia, a todos los docentes por cuanto transmitieron conocimientos valiosos para la vida y aquellos compañeros que de alguna manera especial contribuyeron en mi formación a través de su compañía, aprendizaje y respaldo, agradezco de mil maneras a la Universidad de Cundinamarca por colaborarme y hacerme valer el sentido udecino en el cual me ayudaron con mi enfermedad a salir adelante, docentes, compañeros de carrera, amigos muchas gracias por acompañarme en este momento difícil en el cual afronto Dios por bendecirme y darme otra oportunidad de la vida y sacar adelante este futuro con mi carrera para brindarle a mis padres el mejor futuro posible gracias a todos.

HERLAN ANDRÉS PEÑA GARCÍA

Primeramente gracias a dios quien quiera que sea que de alguna manera me influyo me oriento y me dio luz en este camino, a mis padres ALICIA PERDOMO, MARIA DEL ROSARIO RAYO y JOSE MAURICIO LAMPREA PERDOMO a mis hermanos OSCAR, ANGELICA, JULIAN, ALEJANDRA y ALEJANDRITO, el resto de familiares que no alcanzo a nombrar que fueron apoyo ayuda y motivación a lo largo de estos años de carrera. A NATALIA YISELY MONROY RAMIREZ mi novia, quien a pesar del tiempo los aciertos y desaciertos ha sabido estar ahí conmigo a su incondicional amor comprensión sabiduría gracias por volver, gracias por siempre querer, esto es por los dos y por los que van a venir, mis gracias sinceras, mi amor inmenso, MASINA. A mis amigos WENDY, WILLY, ANGEL, DANIEL, BURRO, TOTI, CALVO, LEO, CHEO, HERLAN, también debo hacer una mención muy especial a mi gran amiga DIANA CALDERON quien en momentos complicados de este último tiempo se ha portado como una hermana nunca olvidare su amistad colaboración y empuje mis más sinceros agradecimientos y cariño. A mis profesores y orientadores y demás personal administrativo que de a poco contribuyeron a este logro. A todos aquellos quienes me transmitieron el conocimiento indispensable para la vida profesional. Aquellos compañeros que de alguna manera especial contribuyeron en mi formación a través de su compañía, aprendizaje y respaldo...

Muchas gracias a todos...

JOSÉ MAURICIO LAMPREA RAYO

AGRADECIMIENTOS

Al Dios todopoderoso por cuanto nos ha ayudado a culminar esta magna investigación historiográfica.

A todos

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	11
1. TÍTULO	13
2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN	14
2.1. ÁREA.....	14
2.2. LÍNEA.....	14
2.3. PROGRAMA.....	14
2.4. TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	15
3.1. ANTECEDENTES.....	15
3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	16
3.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
4. OBJETIVOS	19
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	19
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
5. JUSTIFICACIÓN	20
6. MARCO DE REFERENCIA	21
6.1. MARCO ANTECEDENTES.....	21
6.2. MARCO TEÓRICO.....	23
6.3. MARCO CONCEPTUAL.....	28
6.4. MARCO INSTITUCIONAL.....	30
6.5. MARCO LEGAL.....	31
6.6. MARCO GEOGRÁFICO.....	32
6.6.1. Identificación Municipio de Flandes.....	32
7. DISEÑO METODOLÓGICO	36
7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	36
7.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	36
7.3. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	36
7.4. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	36
7.5. CARACTERIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	36
8. ESQUEMA TEMÁTICO: DESARROLLO DE LOS CAPÍTULOS	37
8.1. DOCUMENTACIÓN HISTÓRICA DEL RESTAURANTE CLUB 60.....	37
8.2. FASE II. IDENTIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL A LO LARGO DE LA HISTORIA.....	42
8.3. FASE III. IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE VIDA EMPRESARIAL..	58

9. RECURSOS HUMANOS, MATERIALES, INSTITUCIONALES, FINANCIEROS.....	60
9.1. RECURSOS HUMANOS.....	60
9.2. RECURSOS MATERIALES.....	60
9.3. RECURSOS INSTITUCIONALES.....	60
9.4. RECURSOS FINANCIEROS.....	60
10. IMPACTOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	61
11. CONCLUSIONES.....	62
12. RECOMENDACIONES.....	63
BIBLIOGRAFÍA.....	65
ANEXOS.....	67

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa del Municipio de Flandes.....	34
Figura 2. Bandera Municipio de Flandes.....	34
Figura 3. Escudo Municipio de Flandes.....	35
Figura 4. Organigrama Restaurante Club 60.....	40

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Genealogía Empresarial y Familiar.....	41
Tabla 2. Características del Empresario Club 60.....	42
Tabla 3. Acontecimientos en el Entorno Empresarial.....	45
Tabla 4. Recursos requeridos en la investigación.....	60

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato Encuesta Realizada al Empresario.....	68
Anexo B. Formato Historiografía del Empresariado.....	69

INTRODUCCIÓN

Este proyecto está aprobado por la Universidad de Cundinamarca. La empresa RESTAURANTE CLUB 60 está ubicada en el Municipio de Flandes, sin embargo, dada la influencia de esta municipalidad tiene con Girardot por la similitud económica, cultural y social. El Grupo de Investigación Los Acacios ha considerado viable incluir en el proyecto de historia empresarial de Cundinamarca organizaciones de gran trayectoria como lo es la organización objeto de estudio.

Tanto es así, cómo la existencia de los seres humanos enfrenta innumerables desafíos al luchar por cumplir con las tareas diarias de subsistencia. Por ello, el empresariado, tanto el administrador, gerente deben prepararse con miras en el ejercicio de la administración y la evolución de esta. A raíz de esta visión, se pretende con este documento denominado “HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO DE CUNDINAMARCA: INICIOS Y EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA CLUB 60 PERIODO 1964 – 2015” hacer un merecido reconocimiento al empresariado de la región.

De tal modo, estos líderes empresariales han formado empresa con una serie de esfuerzos y perseverancia, junto al aferrarse con su espíritu emprendedor y de la mano con el compromiso social y aquellas responsabilidades comunes que comparten los verdaderos gerentes.

Todo este marco investigativo es traído y plasmado desde la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables Programa Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca mediante el proceso de recopilación, análisis y procesamiento de la información al usar la metodología lógica y tecnológica en encuestas, personalización y entrevistas en la empresa objeto de estudio desde sus inicios y evolución hasta nuestros días.

Como tal, se pretende analizar el origen y evolución de la Empresa Restaurante Club 60 desde 1964 hasta 2015, fundamentado en relatos personales de su fundador, estudiando su comportamiento y los factores influyentes de consolidación empresarial.

Asimismo, utilizar el tipo de investigación exploratoria por cuanto se comienza a conocer variables, comunidad, contexto y situación a investigar en un momento específico, se busca rescatar el papel del empresariado a través de la interpretación y análisis de datos e información relacionada a problemas nuevos o poco conocidos y posteriormente puede servir de fundamento a otros diseños investigativos.

Y utilizar el método analítico, este ayuda a distinguir elementos de un fenómeno dado y se procede a revisar ordenadamente clasificaciones de todo el material existente y así llegar a una reflexión y análisis sistematizado de la realidad objeto de estudio. Se procede a reforzar con herramientas teóricas y referentes conceptuales al revisar bibliografía la cual permita la conceptualización crítica del tema; luego se profundiza en la realidad a través de instrumentos de captación de información y realizar un análisis minucioso, finalmente identificar la solución considerada propia a los fines de esta historiografía a culminar.

1. TÍTULO

HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO DE CUNDINAMARCA
INICIOS Y EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA CLUB 60
PERIODO 1964 – 2015

2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES.

2.1. ÁREA

La respectiva área es la Administración y Organizaciones

2.2. LÍNEA

La correspondiente línea es el Desarrollo Organizacional y Regional.

2.3. PROGRAMA

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables según el Programa Administración de Empresas.

2.4. TEMA DE INVESTIGACIÓN

El tema de investigación según la Guía Opciones de Grado¹ (marzo 2012), “De la Actividad Investigativa – Proyectos de Investigación y Coinvestigación” se basa en la Historiografía de la Empresa RESTAURANTE CLUB 60 en la descripción de sus inicios, aconteceres, evolución y hechos, los cuales han marcado un renombre a nivel regional.

Se tomarán apuntes de los orígenes y relatos secuenciales mediante metodología científica, donde se recopilarán todos los datos correspondientes al objeto de estudio.

¹ Menciona los lineamientos para describir el tema de investigación. Ver Págs. 6 – 24.

3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

3.1. ANTECEDENTES

La historiografía es el registro escrito de lo conocido de las sociedades humanas del pasado y la forma cómo los historiadores han intentado estudiarlas. En particular, la historiografía empresarial como verdadera disciplina estudia y recopila los documentos sobre el empresariado. De manera tal, toma los documentos de la historia empresarial y los enmarca dentro de esta rama².

Bajo el título empresariado se entiende no solamente las empresas o unidades de producción de bienes o servicios, sino también los empresarios individuales, las familias empresariales y los grupos y asociaciones de empresarios³.

El empresariado antes de constituirse en eslabón de la economía y ser reconocido como eje intrínseco para la satisfacción de las necesidades de cualquier comunidad o mercado, tuvo que afrontar las necesidades de la misma población y del mercado, como la ardua articulación del mismo a los mercados locales y regionales; los cuales fueron exigentes para lograr un posicionamiento⁴.

Entretanto, la no existencia de carreteras convertía al desarrollo mercantil en lo local. Las regiones se encontraban dispersas y sin tener una comunicación cercana, por esto el país estaba imposibilitado para cumplir un papel valioso en la economía nacional y de apoyo para aquellos visionarios empresarios para iniciar una carrera a escala organizacional.

Varias fueron las dificultades agravantes de la extensión del mercado y las redes mercantiles eran limitadas, ello, no impedía el llegar fuertemente por parte del empresario Joaquín Carvajal con patrones líderes para dar una representatividad en lo organizacional y mostrar el empuje hacia lo económico y lo administrativo.

Se venía el desarrollo económico para Colombia a raíz de la expansión del comercio y el mayor volumen de operaciones mercantiles, el anterior aislamiento geográfico entre las regiones, falta de sistemas de comunicación y de transporte y los continuos disturbios políticos y guerras civiles creaba barreras en las mentes de los visionarios cambiantes del destino económico para un pueblo y una región.

² Historia e Historiografía. Enciclopedia Encarta. Recuperado el 8 de junio de 2005 de la página de internet: http://es.encarta.msn.com/encyclopedia_761555707/Historia_e_historiografia.html

³ DÁVILA, Carlos. Los Comienzos de la Historia Empresarial en Colombia. 1975 – 1995. Pág. 74. En América Latina en la historia económica, núm. 7, enero a junio de 1997.

⁴ *Ibíd.*

El empresariado no quería verse aferrado al entorno cambiante, sino por el contrario, estaba sujeto a las condiciones exigidas por cualquier actividad donde convergían, es decir, competir libremente, organizar el sistema empresarial y contribuir en las necesidades de la comunidad.

La historia refuerza al empresariado en cuanto a verse obligado en afrontar las dificultades y tornarlas en oportunidades, pues crear empresa constituye un reto fascinante y difícil. Según los datos del Censo Económico de Colombia de 1990 operaban en este país más de un millón de unidades económicas. De dicho total, el mayor número corresponde a los establecimientos de comercio al por mayor y al detal, que aportan el 56% del universo empresarial⁵ colombiano. Le siguen las actividades distinguidas con el nombre de servicios, que incluyen restaurantes⁶, hoteles, consultorios médicos, instituciones de enseñanza y entidades financieras.

Sin lugar a dudas, la mayoría de los estudios sobre la problemática de las empresas colombianas centra su atención en el funcionamiento interno de las organizaciones; sin embargo, al hacer una minuciosa revisión⁷ se confirma que las dificultades no provienen exclusivamente de las empresas o de las prácticas de los empresarios, sino que, además, se ven determinadas por elementos del entorno nacional e internacional.

Lo anterior sustentado por el grupo de investigación en Perdurabilidad Empresarial de la Universidad del Rosario⁸, es así como el empresario del Restaurante Club 60 afrontó situaciones negativas del entorno las cuales acogió y las volvió a su favor en torno a beneficiar la competitividad y el desarrollo de sus colaboradores.

Desde esta perspectiva, en cada uno de ellos se encuentra una serie de actores, intereses, objetivos y estrategias que plantean diversos retos, restricciones, amenazas y oportunidades, generando condiciones que afectan de forma directa la gestión y el desempeño de las compañías locales⁹. De aquí la importancia para el empresario Jorge Osorio en cuanto al tomar del entorno tales amenazas y oportunidades para luego fijar estrategias propias en aumentar el desempeño empresarial a nivel local.

3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

⁵ ESPAÑA, G. Rafael. LA IMPORTANCIA Y LOS RETOS DEL EMPRESARIO COLOMBIANO. Profesor Pontificia Universidad Javeriana. Pág. 1.

⁶<http://www.fenalco.com.co/sites/default/files/blog/LA%20IMPORTANCIA%20y%20LOS%20RETOS%20DEL%20EMPRESARIO%20COLOMBIANO.pdf>

⁷ I Programa de Divulgación Científica Universidad, Ciencia y Desarrollo. Tomo II. ISSN 1909-0501. Desafíos actuales de las empresas en Colombia. Pág. 2.

⁸ http://www.urosario.edu.co/urosario_files/ee/ee035291-3f52-4d8a-8eb4-c5d3d22914e5.pdf

⁹ Ibíd.

Al comenzar la década de los cincuenta, se empieza a ver la modernización socioeconómica en las artes, la literatura y la cultura. Es en el poder político donde los verdaderos visionarios atenuantes quieren dominarlo, para ello prescindirían en descentralizarlo con valores culturales al interior del pueblo colombiano.

Se estaría conformando como una clase de pensamiento alternativo para cambiar cualquier gobierno en contra de las clases necesitadas, resistir a los antivalores predominantes por aquel entonces en la década del sesenta. La dominancia de los dos partidos políticos; liberales y conservadores, con la peculiar forma de gobernar, no pensaban más sino en gestar intereses propios para el bien individual.

Paralelo a esa cultura dominante, un nuevo cuerpo particular y con peculiaridades únicas se venía, aquellos solucionadores de necesidades para el pueblo, con ideas coherentes y con una particular visión del mundo y con ella misma impregnar la vida social y cultural de una comunidad.

Y circunstancialmente, en toda sociedad, frente a esa cultura dominante, surgieron grupos quienes se planteaban otros valores, otras ideas sobre lo bien y mal hecho, y cuestionaron los valores, los modos de relación y el sistema político de una época¹⁰.

Aquellos grupos empiezan a surgir después de haber sufrido guerras nacionales y viviendo la debacle de la infraestructura, tanto así también, como el crecimiento urbanístico y el desorden de la sociedad. Ante estas paulatinas vivencias, pues ralentizaban el desarrollo económico del país, se pronuncian como auténticos emprendedores, tal es el fundador objeto de estudio Joaquín Carvajal.

Se reúnen como grupos de personas (Joaquín Carvajal y su esposa María Avinis) quienes buscan los beneficios de trabajar juntos con el propósito de alcanzar una meta en común.

Las voces de esta nueva alternativa de crecimiento socioeconómico; éstas nuevas sociedades, expresan ante las miradas del Estado la forma distinta de crear fuentes de ingresos y beneficios para todos los ciudadanos del Municipio de Flandes, para ellos mismos serían alternativas enfocadas en la calidad de vida de las personas.

Este enfoque no es más sino una forma de vivir y de pensamiento altruista para salir adelante en los años de vida en el mundo comercial y propiciar una mentalidad del futuro gerente y dueño de empresa. Este entendimiento en el ejercicio de la administración lo focalizará hacia la transformación administrativa de su compañía eficaz, eficiente y de éxito para la permanencia en el tiempo.

¹⁰ Consultado en: http://historiaybiografias.com/estilo_americano/

Si bien la empresa objeto de estudio; Restaurante Club 60, se establece en aras de una mente visionada hacia el trascender en el campo empresarial, llega a un punto y con una pretensión admirable permanece hoy en día en el Municipio de Flandes, gracias a la concienciación en las generaciones subsiguientes al gestor; el Señor JOSÉ JOAQUÍN CARVAJAL, tanto así; como su trascender y los distintos aspectos característicos y vivenciales de los hechos de permanencia y consolidación empresarial desde 1964 hasta 2015 en el Municipio de Flandes

Por lo anterior, este marco gerencial se logra bajo lineamientos y estándares con profundidad, tenacidad y trabajo arduo, es decir, siguiendo los pasos hacia la evolución y viviendo cada momento con la puesta del pensamiento en la ética y responsabilidad social y empresarial, conciencia del ambiente y el entorno, globalización, cultura, diversidad, pluriculturalismo, espíritu emprendedor y calidad.

3.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Mediante la investigación historiográfica de la Empresa RESTAURANTE CLUB 60 ¿cuáles fueron los acontecimientos históricos desde el punto de vista de la política, la economía y el entorno social los cuales dieron origen a su creación y cuáles han sido los hechos más relevantes y marcado su evolución desde 1964 hasta 2016?

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar el origen y evolución de la Empresa Restaurante Club 60 con el fin de identificar los acontecimientos sociales, políticos y económicos los cuales han incidido en su desarrollo organizacional.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Documentar los acontecimientos históricos sucedidos para la fundación de la empresa Restaurante Club 60.
- Identificar los hechos económicos relevantes los cuales ha enfrentado la organización a lo largo de la historia.
- Destacar el impacto social y económico que ha tenido la empresa a lo largo de la existencia.

5. JUSTIFICACIÓN

Las investigaciones enfocadas al marco historiográfico deben estar definidas en procesos y fenómenos empresariales ocurridos en una esfera de tiempo y espacio, según enfoques teóricos y determinados paradigmas. Es circunstancial y gracias a la incertidumbre surgida en el día a día, la aparición de empresas y empresarios pujantes creadores de oportunidades de trabajo y quienes promueven los diferentes sectores económicos, generan nuevas sociedades, personas con alto sentido social y con visión futurista, contribuyentes de forma significativa a elevar el nivel de la calidad de vida y el bienestar del entorno donde convergen.

La historiografía empresarial debe desprender conocimiento y estar basada en una realidad social concreta. Tanto así, como la pretensión por una explicación y comprensión del funcionamiento de la estrategia empresarial en una determinada sociedad.

Por lo anterior, no sin antes atribuir la verdadera diferenciación empresarial, conceptual y analítica deducida por el fundador en los procesos organizacionales al cual están sometidos en el mundo social, es importante abarcar estas atribuciones como la opción acertada en la toma de decisiones, la buena actitud, la responsabilidad en la generación de empleo, estimulación de sectores productivos, utilización de escasos recursos y realizar buenas inversiones.

Como en los casos de los estudios historiográficos sobre el empresariado de una región determinada, los límites son opacos o tendientes a la tergiversación en cuanto al objeto de estudio, por cuanto se vuelve dispendiosa la determinación de si es una historiografía investigativa económica, social o política.

De aquellos surge, la necesidad imperante de registrar experiencias sacadas de la misma objetividad misma, analizar los comportamientos y factores sistémicos de éxito, la utilización de estos para otros empresarios o benéficos para el desarrollo económico del país.

La historiografía objeto de estudio se circunscribe bajo dimensiones y enfoques generales tales como claridad empresarial, campos intelectuales, desarrollo experiencial o profesionalizado y/o especializado dentro de la esfera empresarial, será elaborada con lo desarrollado ingeniosamente en el escenario propicio donde el ilustre empresario ha realizado significativos avances al desarrollo regional.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1. MARCO ANTECEDENTES

La historiografía empresarial comprende el registro de los trabajos realizados en esta disciplina y ha producido valiosos elementos para comprender su naturaleza y el origen de la innovación, el rol del empresariado en algunos eventos históricos importantes y la riqueza de los países. De manera tal, la historiografía basada en empresarios ha logrado un considerable grado de desarrollo, al contar con estudios capaces de brindar una visión general sobre aspectos fundamentales del empresariado regional.

Esta categoría se caracteriza principalmente por estudios de carácter biográfico donde se reconstruyen las trayectorias de vida de algunos de los más destacados empresarios. Como señala Dávila (1991, 5), a pesar del estado incipiente de este campo investigativo en Colombia, se dispone de trabajos, los cuales comúnmente se tienen en cuenta para señalar el atraso en historiografía en cuanto a este tema relacional tan preponderante.

Al analizar y dividir el conjunto de las obras, ya sean libros, artículos, capítulos de libros o trabajos de grado universitario, se puede apreciar una vasta dimensión real en la Revista de Historia Regional.

La anterior revista, la cual se llama originalmente Revista de Historia Regional y Local elaborada durante el periodo de julio a diciembre de 2012 abarca una gran temática, cuenta con diecisiete publicaciones, de las cuales trece corresponden a biografías, entre éstas se encuentran las de Ernesto Mejía Amaya (Morales 1996; Delfín 1976; Sierra 2002), Manuel Carvajal Sinisterra (Castrillón 1981), Álvaro Lloreda (Sanclemente 2005), Rodrigo Lloreda Caicedo (Sanclemente 2002), Jorge Garcés Borrero (Candamil 1997), Carlos Duran Castro (Mejía 1997a y b), Ciro Molina Garcés (Mejía 2002), Carlos Alberto Yanguas (Ferro 2000) y Antonio Dishington (Ordóñez n.d.).

Se trata de una línea de investigación encontrada en partes, debido al desconocimiento en el trasegar de muchos empresarios (las estrategias de inversión, los riesgos sumergidos y tomados, los fracasos vividos, etcétera).

De igual manera, tímidamente sobresale la investigación sobre grupos empresariales, al existir 4 títulos, en los cuales se reconstruye la historia del grupo empresarial Holguines S.A. (Holguín 1994), las relaciones entre la política y los empresarios (Collins 1981; Collins 1980), y las respuestas de estos ante la apertura económica y la recesión de fines de la década de 1990 (Urrea 2003). Esta área de estudio, importante para el desarrollo de la historiografía empresarial,

se encuentra a la espera de investigaciones que den cuenta de la formación y desenvolvimiento de más grupos empresariales y gremios económicos¹¹.

La investigación de aspectos y problemas no tradicionales puede promover una oxigenación en el desarrollo de esta historiografía sectorial, vinculando nuevos problemas, nuevos objetos de análisis, nuevas perspectivas y fuentes que contribuyan a la apropiación del conocimiento empresarial¹².

Estas perspectivas se deben desarrollar a la par del trabajo de consolidación de los problemas y procesos ya investigados, y de los que tienen poca presencia, como la historia de las actividades empresariales del sector cafetero, que cuenta solo con una publicación (Rojas 1982), donde se analiza de manera general la estructura social y el mercado de trabajo en una zona cafetera del norte del Valle, y se arrojan luces sobre los propietarios de la fincas y las actividades alrededor de la producción y comercialización del café.

El análisis de estos procesos es fundamental, porque de acuerdo a hipótesis desarrolladas para otras regiones, se podría contrastar el papel de la trilla de café y las actividades empresariales relacionadas a ella en el desenvolvimiento económico regional, con lo cual se aportarían luces sobre aspectos y problemas fundamentales de la historia empresarial regional.

El panorama que muestra la historiografía empresarial sobre el Valle del Cauca revela una concentración en las áreas de la historia industrial - Lo cual indica una mayoría de avances se han dado cuantitativamente por el lado de historias sectoriales e individuales de la industria en la región, donde se privilegian los estudios macroeconómicos -, y una diversificación reflejada en el equilibrio cuantitativo presentado en el desarrollo de la historia de empresarios, la historia de empresas y la historiografía institucional¹³. La historia estaba a favor del fundador Joaquín Carvajal, en cuanto el país para ese entonces ensanchaba en lo macroeconómico la diversificación de productos y servicios.

En síntesis, existe una básica preocupación sobre los temas y problemas de investigación de la historia empresarial, que precisan una mayor claridad conceptual y teórica, con niveles cuantitativos y cualitativos dispares, desiguales, unos más desarrollados que otros respecto al número de obras por cada tema¹⁴.

Entretanto, la historiografía de empresarios abarca los estudios tendientes a clasificarlos por corrientes, objeto de estudio (temáticas), disciplina contribuyente a su estudio, y por su perspectiva teórico - metodológico. Dentro de esta última, de manera sintética se pueden ubicar las siguientes vertientes: aquella en que la

¹¹ HISTOReLo. Revista de Historia Regional y Local ISSN: 2145-132X [vol. 4, No. 8] julio - diciembre de 2012

¹² *Ibidem*.

¹³ Op. Cit., Pág. 338.

¹⁴ Op. Cit, Pág. 23.

acción del empresario depende de estructuras (estructuralismo) y como resultado de éstas los individuos se adaptan a ellas de manera lineal o preestablecida; en otras, son concebidos como actor racional donde el empresario actúa en razón de la utilidad optimizando la relación entre medios y fines; en cambio, otros estudios analizan a los empresarios por el rol o estatus (institucionalizado) que cumplen en la sociedad, el comportamiento está normado, y los individuos poco pueden intervenir en la transformación de su propia realidad.

Existen también estudios originados analíticamente de concepciones voluntaristas, donde la “Voluntad extraordinaria” de los individuos supera cualquier límite y contexto, o estudios que simplemente consideran al empresario como coeficiente cero en el desarrollo económico¹⁵.

Al recorrer otros vestigios historiográficos, se analizan archivos bibliográficos sobre esta temática, como lo hace el escritor Carlos Dávila¹⁶, en su libro “Empresa e Historia en América, un Balance Historiográfico”, donde hace un análisis sobre las publicaciones relacionadas con la evolución del empresariado en América Latina, destaca la necesidad de reconstruir la historia empresarial de las regiones como un eslabón perdido entre la Historia Económica y la Sociología Empresarial; además de eso, dicho autor afirma como en la historia de la industrialización y la historia de las empresas, - No como biografía empresarial - , son los temas menos investigados académicamente, e invita a las universidades y centros de investigación adelantar procesos conducentes al levantamiento de información para rescatar y caracterizar los patrones existentes dando origen a la base industrial de los pueblos y ciudades latinoamericanas.

6.2. MARCO TEÓRICO

Es escaso el aporte sobre el desenvolvimiento económico del empresariado, esto se manifiesta de modo tímido, pero no cuando se trata de investigaciones sobre la industria y la economía en general¹⁷.

Los sociólogos son quienes han hecho más aportes, han brindado estudios donde enfatizan en aspectos organizacionales y tecnológicos de las empresas, incursionando en dimensiones como la cultura empresarial, la ideología empresarial y los procesos de trabajo. Le siguen los economistas cuya mayoría de estudios se encuentran orientados al análisis de aspectos macroeconómicos del sector manufacturero e industrial, enfatizando dimensiones como el estudio de la tecnificación, la competitividad, la estructura y dinámica de la industria, al lado de análisis de localización y determinantes de supervivencia de la empresa industrial.

¹⁵ Op. Cit, Pág. 30.

¹⁶ Docente titular, Universidad de los Andes, Bogotá – Colombia. Quien hace alarde al empresariado, resaltando la empresa y al empresario emprendedor.

¹⁷ <http://www.scielo.org.co/pdf/histo/v4n8/v4n8a11.pdf>

Al entrelazar múltiples enfoques, problemas, hipótesis y evidencia empírica, se puede vislumbrar cómo el desarrollo de la historiografía empresarial está relacionado con el desenvolvimiento de la historiografía económica. Como sucedió en Inglaterra y Norteamérica, aquella surgió como una rama de la investigación sobre historia económica que tuvo como objeto de estudio la evolución de los empresarios y de las empresas en todas sus dimensiones (Dávila 1991, 10-11). Para el caso del Valle del Cauca, los estudios sobre empresas y empresarios constituyen la temática con el mayor número de publicaciones en la historia económica durante los siglos XIX y XX (Zuluaga 2007).

En términos cuantitativos, la historia empresarial cuenta con un gran número de títulos donde se abordan diversos espacios, periodos, temas y problemas. No obstante, como se ha constatado a lo largo de estas líneas, el estado de esa historiografía está en ciernes y se encuentra en proceso de desarrollo y consolidación (Zuluaga 2007).

Y en términos Cualitativos, la literatura presenta el más variado nivel y calidad; de esto da cuenta un análisis centrado en los enfoques analíticos, los problemas planeados, los marcos teóricometodológicos, las hipótesis desarrolladas, y las fuentes empíricas consultadas¹⁸.

Estas variables permiten presentar los límites y alcances de estos estudios. La historiografía empresarial presenta rasgos que la caracterizan: los estudios en su mayoría son de carácter monográfico y descriptivo, lo cual no indica que posean una sólida sustentación empírica.

Esta característica refleja sus límites, además que adolece de teorías y metodologías sobre el empresariado, debido en parte a la falta de formación especializada en esta área de estudio; como sostiene Dávila para el caso nacional, no se advierten corrientes teóricas claramente identificables, ni mayor interés por estudios comparativos o esfuerzos de síntesis que permitan sustentar hipótesis para un número elevado de casos particulares de empresas o empresarios (Dávila 2004).

Falta explotación sistemática de archivos de las empresas y agendas de investigación con hipótesis explícitas que orienten la investigación, integrando los aportes de la teoría económica, historiográfica y organizacional¹⁹.

Historiografía de empresas La investigación sobre empresas se ha constituido en una de las unidades de análisis centrales en el panorama de los estudios sobre la actividad empresarial. La empresa, como unidad básica de organización de la producción, ha sido objeto de preocupación de la historiografía empresarial,

¹⁸ ZULUAGA JIMÉNEZ, Julio César. Revista de Historia Regional y Local. Pág. 26.

¹⁹ Op. Cit, ZULUAGA J. Pág. 26.

destacando los análisis históricos de surgimiento, configuración y desarrollo de algunas firmas existentes en la región.

Los enfoques predominantes enfatizan en análisis de estructuras organizacionales y en aspectos tecnológicos y de calificación de la mano de obra, lo cual, sin embargo, no ha conllevado a la puesta en relación de marcos teóricos explícitos que guíen la investigación, como por ejemplo el enfoque NeoSchumpeteriano desarrollado a la luz de los cambios económicos globales de las últimas décadas²⁰, el cual prioriza los aspectos tecnológicos en el desenvolvimiento económico y de las empresas.

El afán por aprovechar las fuerzas económicas de desarrollo, favorecedoras hacia el cambio, trae consigo la motivación por empresariedad humanística. El más firme autor que confirma este acontecer es Joseph Schumpeter, quien en sus Teorías Relativas revela la importancia vital del empresario, donde subraya su "Desempeño en la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad - deriva la empresariedad: Espíritu Emprendedor-"²¹ el cual crea innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Todos estos elementos intervienen en el crecimiento económico regular.

De aquí, que primordialmente "La figura del emprendedor es de suma importancia para el contexto social debido a su búsqueda con motivación y deseo en su actividad económica; por ampliarla con vehemencia y tenacidad de liderazgo con creatividad y dinamismo del capitalismo"²².

Por lo tanto, se atribuye el origen del capitalismo a una evolución gradual de la sociedad medieval; - Donde los excedentes productivos de las casi autosuficientes comunidades campesinas pertenecían a la Iglesia y al Señor Feudal - hacia una concepción más racional del mundo circundante y de las instituciones políticas.

Otras disciplinas de las ciencias sociales como la sociología, la psicología, y la historia e incluso la misma filosofía se han ocupado del tema con éxito relativo y con resultados casi tan modestos como los de la Teoría Económica. Una influencia decisiva, no obstante, ha sido la de Max Weber cuyo trabajo pionero acerca de la "Ética Calvinista en el Desarrollo del Capitalismo"²³ fue inadecuadamente apropiado por los sociólogos y psicólogos norteamericanos de la corriente de la "Modernización", imperante en los años de la comúnmente llamada Guerra Fría.

²⁰ Teoría analizada en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842014000200001

²¹ SCHUMPETER, Joseph Alois. Teoría del Desarrollo Económico (1912).

²² CARRASCO, Inmaculada y CASTAÑO, María Soledad. EL EMPRENDEDOR SCHUMPETERIANO Y EL CONTEXTO SOCIAL. Universidad de Castilla-La Mancha. Noviembre-Diciembre 2008. Nº.845 ICE 121.

²³ WEBER, Max. La Obra Clásica: La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo. (London: Unwin University Books, 1930:11 Impresión 1971).

Producto de todas estas verdades, la historiografía como tal no ha logrado establecer ni desarrollar hipótesis productivas orientadas hacia la investigación y salgan al paso de la descripción llana de sus objetos de estudio. En cuanto a fuentes, se han limitado a la consulta de los archivos de las respectivas empresas.

Sin embargo, hay un notorio avance producto de investigaciones realizadas por autores especializados en la historia empresarial, que han logrado establecer relaciones con marcos teóricos y han construido importantes hipótesis sobre las particularidades de la actividad empresarial regional. Las fuentes empíricas se amplían en estos estudios a los archivos de las empresas y la Cámara de Comercio, revisión de prensa y la realización de entrevistas²⁴.

En cuanto a las fuentes empíricas, Dávila (1991, 66) señala que en el campo de la historiografía empresarial los problemas son bastante agudos, debido a que son escasos los archivos de empresarios y archivos de empresas que se conservan, los cuales constituyen una de las fuentes indispensables de información de la historia empresarial. No obstante, para el caso regional, a pesar de esta situación, aún falta una exploración sistemática de fuentes de diversa índole que, con preguntas de investigaciones productivas y claras, pueden dar cuenta de aspectos y dimensiones de la actividad empresarial no examinadas. Numerosos avances, considerables retos y grandes perspectivas.

Este es el panorama general que arroja el estado de investigación de la historia empresarial en la región. En él, se han señalado algunas fortalezas pero también muchos límites que deben afrontar los investigadores. En 1991, al mostrar el trasegar de la historiografía empresarial nacional, Dávila califica a esta área de estudio como en “Estado incipiente” (Dávila 1991, 66) en 1996 como “Incipiente” y “En formación” (Dávila 1996), y en el año 2004 como “Emergente” (Dávila 2004).

Se espera que en próximos años, un nuevo balance de cuenta de nuevos avances en el proceso de consolidación de la historiografía sectorial²⁵.

La historiografía sectorial denominada también “Historia empresarial” es una corriente importante de la disciplina Historia y las ciencias sociales en el país. Una de sus características es la confluencia de diferentes enfoques y disciplinas. No obstante, aún se encuentra en ciernes.

Si bien, se observan avances significativos y evidencias de cierto número de publicaciones, no logra consolidar una reflexión y estudio sobre la realidad empresarial de la región, y manifiesta pocos esfuerzos en superar el coyunturalismo, el anecdotismo, el apego historicista a los orígenes, y la visión “rosa” del empresario pujante, arriesgado y voluntarioso.

²⁴ Op. Cit, ZULUAGA, Julio C. Pág. 29.

²⁵ Op. Cit, ZULUAGA, Julio C. Pág. 36.

Es sugerente avanzar y renovar el anterior grado de investigación, no sólo a partir de la revisión de las perspectivas que tiene la escritura de la historia en su labor de reconstruir, explicar e interpretar; sino también con el análisis de las relaciones que se producen en la concurrencia de los historiadores y sus obras. Necesidad impostergable que llama a los historiadores a impulsar y consolidar el estudio y análisis de la historia de la historiografía, tal y como lo señala Carlos Aguirre Rojas (2004):

“...dentro de las historiografías latinoamericanas y europeas, desarrollándose de manera solo marginal o episódica” [...]. Es acuciante instaurar, como ejercicio cotidiano y reiterado, el cultivo sistemático del análisis histórico y los contextos específicos del propio decurso del pensamiento historiográfico, la necesidad de colmar ese vacío en los estudios históricos locales, y de superar la ausencia de una línea constante de reflexión disciplinar...”.

Para esa labor, los historiadores cuentan con una herramienta analítica e investigativa indispensable: el balance historiográfico. Si la historiografía es la escritura de la historia (Aróstegui 1995); la producción escrita sobre temas y procesos históricos, el resultado de la investigación histórica (Fontana 1999); un “balance” es la discusión acerca del resultado de esas investigaciones realizadas dentro de las historiografías sectoriales.

El término “discusión” debe ser entendido en su definición más amplia: discutir sobre la forma como los historiadores construyen y presentan las investigaciones en el espacio social, señalando la metodología empleada, tendencias y escuelas apropiadas, problemas abordados y material empírico analizado, entre otros aspectos concernientes al estudio del campo científico y a los contextos de producción y recepción (Bourdieu 1999).

Un balance, si bien atiende al enfoque sincrónico, se preocupa, ante todo, del punto de vista diacrónico. En este sentido, tiene como objeto el análisis de la producción historiográfica en su desenvolvimiento temporal y espacial, la historia de la historiografía, y la evolución del pensamiento historiográfico.

Por otro lado, el Marxismo ha demostrado que los instrumentos de trabajo, es decir los medios de trabajo; con los cuales se crean los bienes materiales, y los hombres que realizan el proceso de producción, forman las fuerzas productivas de la sociedad. Y éste, ha revelado que la humanidad pasó por cuatro formaciones, una es La primitiva, otra La esclavista, La feudal y La capitalista; ahora vive la época del paso a la formación siguiente, La comunista, cuya primera fase se denomina Socialismo. “El paso de una formación a otra transcurre mediante una revolución social que cambia tanto las fuerzas productivas como las relaciones de producción”²⁶.

²⁶ MIJAILOV. M. I. La Revolución Industrial. Bogotá. Ed. Atenea. 2004. Pág. 6

La historia de las organizaciones actuales en Colombia, es la historia de gerentes que inventan y reinventan organizaciones, tal es el tema de la presente investigación. La pequeña empresa colombiana desempeña un papel fundamental en la existencia, porque gran parte de nuestra actividad económica personal se realiza en razón de personas que dirigen pequeñas o grandes empresas.

Organizar es un proceso gerencial permanente, el patrón específico de relaciones que los gerentes crean en este proceso se llama estructura organizacional. La toma de decisiones sobre el diseño de la estructura organizacional es el punto focal de la Administración de Empresas.

A partir de esta generación de comerciantes y familias de negociantes se empezaron a formar los primeros directores de empresas poseedores de temas administrativos como lo son, el Espíritu Empresarial, la Creación de Empresas y la Creatividad Empresarial; vitales para el surgir y mantenimiento de la economía en el diario vivir que hasta el momento nos han manifestado estos líderes.

Aquellos temas administrativos y estrategias se pueden modificar, el entorno organizacional puede cambiar, la eficiencia y eficacia de las actividades de la organización no están siempre a nivel que los gerentes esperaban.

Sea que constituyan una organización nueva, formen una organización existente o cambien radicalmente el patrón de las relaciones de una organización, los gerentes dan cuatro pasos básicos o piedras angulares cuando empiezan a tomar decisiones para organizar; una de ellas es dividir la carga de trabajo entera en tareas que pueden ser ejecutadas, otra es combinar las tareas en forma lógica y eficiente, y especificar quién depende de quién en la organización, para luego establecer mecanismos en integrar las actividades de los departamentos, áreas en un todo; congruente y en vigilar la eficacia de dicha integración.

6.3. MARCO CONCEPTUAL

- **Apertura de Negocios.** Constituir y poner formalmente en funcionamiento una empresa a su vez, midiendo el número de procedimientos, tiempo y costo. Su gestante cuenta con capital inicial para desarrollar las respectivas actividades industriales y comerciales generales en determinado inicio de operaciones.
- **Cadena de Valor.** Forma de análisis de la actividad empresarial mediante el cual una empresa se divide, donde identifica ventajas competitivas en todas las actividades generadoras de valor.
- **Coyuntura Empresarial.** Estado general de las organizaciones donde muestra un panorama económico y actual de la economía.

- **Desarrollo Económico.** Superación del subdesarrollo o atraso económico. En general, se acepta que el desarrollo económico comporta, además de crecimiento económico en sentido estricto, la necesidad de efectuar reformas estructurales, condición sine qua non a su vez del propio crecimiento.
- **Desarrollo Empresarial.** El desarrollo empresarial es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa. Para una mejor finanza y recurso en la empresa.
- **Empresariedad.** Es la capacidad de las personas de crear empresa o nuevos negocios, dentro de la empresa a la cual se encuentran vinculados.
- **Empresario.** El empresario es quien se encarga de dirigir, controlar y supervisar todas las acciones que se llevan a cabo en la empresa. Esta persona identifica la oportunidad en el mercado, aporta el capital y se encarga de organizar la producción: asigna tareas, selecciona procesos y elige a las personas que trabajarán con él.
- **Ensanchamiento del Mercado.** El mayor auge de los mercados nacionales y locales por las transacciones empresariales a nivel global.
- **Fortaleza Humana.** Las fortalezas del carácter son un conjunto de rasgos positivos presentes en el ser humano que ayudan a que las personas tengan vidas satisfactorias.
- **Historiografía.** Registro escrito de la historia, la memoria fijada por la propia humanidad con la escritura de su propio pasado.
- **Hito Empresarial.** Es un acontecimiento muy importante y significativo en el desarrollo de un proceso o en la vida de una persona. Es un hecho muy importante que marca un punto de referencia.
- **Ideología Empresarial.** Es un conjunto de ideas que caracterizan a una persona, grupo, época o movimiento cultural, religioso o político, su misión, visión, cultura organizacional, políticas, objetivos y metas a trazar en el futuro cercano.
- **Liderazgo Empresarial.** El liderazgo empresarial es detentado por aquel directivo o gerente de la empresa que logra captar la voluntad de sus empleados para que estos se vean compenetrados con el rumbo de la empresa y acepten sus directivas, consejos, sugerencias, de buen grado, reconociendo en él, la

capacidad de mando y la competencia organizativa y directriz.

- **Valor Agregado.** Valor adicional y adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.
- **Visión Empresarial.** La habilidad que poseen ciertas personas de percibir el futuro de su empresa a largo plazo, proyectándose en el tiempo, para imaginar nuevos contextos donde deberá funcionar, con nuevas necesidades y recursos, previendo lo necesario para adecuarse a ello.
- **Visión Estratégica.** Ámbito político o empresarial a aquella capacidad de percibir la realidad futura (visión) ya sea del país o región sujeta a un gobierno para tratar de mejorarla (por ejemplo para desarrollar un plan de inversiones, o incrementar el turismo o erradicar la pobreza, etcétera) o en el caso de una empresa comercial, sus posibilidades de acción para expandirse y obtener mayores ganancias.
- **Vocación Empresarial.** La vocación es la inclinación natural que una persona tiene a realizar determinadas acciones en su vida social. Los empresarios creen fuertemente en sus ideas, como para aceptar el hecho de estas ideas implican un llamado, tal es el surgido tan fuerte como para llegar hasta el punto de arriesgar todo con tal de acontecer.

6.4. MARCO INSTITUCIONAL

Se relaciona a las instituciones las cuales han sido de gran ayuda para la profundización de los diferentes temas tratados en la historiografía, estas aportan con gran relevancia en la documentación y archivos.

Aquellas instituciones son:

- Biblioteca del Banco de La República,
- Cámara de Comercio de Girardot y la
- Banco de Proyectos Universidad de Cundinamarca.

Además, del personal y equipo humano como docentes y asesores, quienes formalmente proporcionan ayuda en todas las inquietudes sobre el tema de investigación.

6.5. MARCO LEGAL

- Constitución Política de Colombia, en el Título I: DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES y en su Artículo 1°, donde nuestra República está fundada en el respeto de la dignidad al trabajo.
- Código de Comercio (Decreto 410 de 1971), en sus Artículos 110 y complementarios que constituyen el marco legal de las sociedades comerciales, de igual forma hace referencia a su constitución y funcionamiento.
- Decreto 1879 de 2008. Por el cual se suprimieron los requisitos para la apertura de establecimientos de comercio evitando que las autoridades territoriales exigieran otros requisitos no establecidos en la ley.
- Decreto 525 de 2009. Da operatividad al beneficio consagrado en el Artículo 43 de la Ley 590 de 2000, por la cual las MIPYMES constituidas e instaladas podrán acceder a un beneficio consistente en el pago gradual de los aportes parafiscales.
- Decreto 2300 de 2008. Disminuye el número de empresas sujetas a vigilancia de la Superintendencia de Sociedades.
- Decreto 1879 de 2008. Suprime los requisitos para la apertura de establecimientos de comercio evitando que las autoridades territoriales exigieran otros requisitos no establecidos en la ley.
- Decreto 1868 de 2008. Reduce las tarifas para el registro de libros y otros trámites, en las cámaras de comercio.
- Estatuto Tributario de Girardot. Artículo 66. Procedimiento para los Impuestos del Orden Nacional, para efectos de las declaraciones tributarias, procesos de fiscalización, liquidaciones, imposición de sanciones, discusión y cobro de los impuestos Municipales.
- ICONTEC. Apoyado con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo MCIT, expidió la Norma Técnica 6001, certificable para la gestión de la calidad de MIPYMES, la cual incluye requisitos certificables de formalización.
- Ley MIPYME No 590 del 10 de julio del 2000 por el cual se “Establece un marco jurídico único e integral para la fijación de políticas y programas tendientes a promocionar la creación, fortalecimiento, desarrollo y articulación de la micro, pequeña y mediana empresa”.
- Ley 1258 de 2008. Crea la Sociedad por Acciones Simplificada.

- Norma Técnica 5520 - 1. Certificable para la calidad de servicio para el pequeño comercio, la cual incluye requisitos certificables de formalización.

6.6. MARCO GEOGRÁFICO

6.6.1. Identificación del Municipio de Flandes²⁷

Nombre del Municipio: Municipio de Flandes, Tolima
 NIT: 800100055-6
 Código DANE: 73275
 Gentilicio: Flamenco

- **Descripción Física:**

El Municipio de Flandes se encuentra situado en el Centro Oriente del Departamento del Tolima, su cabecera se encuentra situada entre los 4°17' de latitud norte y los 74°49' de longitud al Oeste de Greenwich, a 65 kilómetros de la capital del departamento, la ciudad de Ibagué.

- **Ecología**

La principal especie es la piscícola entre las cuales se encuentran: bocachico, bagre, capaz, nicuro, moino, la dorada, cucha, mojarra, blanquillo, tota, etc.

Dentro de sus aves se encuentran la mirra embarradora, garrapatero, guacharaca, búho de rayas, mirra blanca, perico, perdiz, carpintero, canario.

Entre los reptiles está la cascabel, cazadora, rabo de ají, guio, caimán, babilla, lobón, iguanas y camaleón.

En los mamíferos están considerados el conejo, armadillo, ardilla, murciélago frutero, la zarigüeya.

En el municipio predominan dos tipos de bosque, uno es el Bosque Ribereño el cual se encuentra localizado en el sector de las quebradas las Chontas y Santa Ana en la vereda Paraíso, otro es el Bosque Secundario Intervenido el cual se encuentra localizado en el sector del Cerro el Gualero, Vereda Paradero I.

- **Economía**

La economía del Municipio de Flandes depende principalmente del turismo, la producción agrícola, ganadera y el comercio. En el sector turístico el Municipio

²⁷ <http://www.flandes-tolima.gov.co/index.shtml>

está posicionado como un destino gastronómico por excelencia, son reconocidos a nivel nacional platos típicos como el viudo de pescado, los tamales, la lechona tolimense, bizcochos de achira, manjar blanco y arequipe, entre otras delicias del paladar. En el sector rural es frecuente la fabricación de artesanías elaboradas en barro.

- **Vías de comunicación**

A nivel aéreo, el Aeropuerto Santiago Vila está denominado De Carga, con ventajas comparativas y competitivas como son las mejores condiciones meteorológicas de acuerdo a las estadísticas de la Aeronáutica Civil, la planimetría de su terreno y el hecho de que los aviones pueden despegar con el 100% del combustible y carga, superando ampliamente las condiciones ofrecidas por los aeropuertos El Dorado de Bogotá y Perales de Ibagué.

Existe el macro proyecto para su ampliación y de esa forma poder erigirse en un eje estratégico en la competitividad del país y un instrumento que posibilite el crecimiento y desarrollo de Flandes y la subregión del Centro Oriente del Tolima y la Provincia Cundinamarquesa del Alto Magdalena. Este proyecto no es reciente, está incluido en el documento CONPES 3256 de 2003 y el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014.

A nivel terrestre, en el Municipio hay nueve (9) vías tercerías que comunican a las veredas con los centros poblados, la extensión de las vías tercerías es de aproximadamente 66 de 241 kilómetros y se requiere realizar urgentemente mantenimiento, adecuación y construcción de obras de drenaje en muchos tramos de la mayoría de ellas. Por estas vías se transporta la producción agrícola y ganadera hacia los mercados locales y regionales (principalmente a Girardot).

A nivel fluvial, existe un viaje por el río Magdalena que sale desde el sitio denominado "el embarcadero" hasta la Isla del Sol en Ricaurte (Cundinamarca), el servicio está disponible principalmente los fines de semana y días festivos.

- **Límites del municipio:**

Norte:	Río Magdalena y Municipio de Girardot
Sur:	Municipio de El Espinal
Oriente:	Río Magdalena y Municipio de Suárez
Occidente:	Municipio de Coello y Municipio de El Espinal
Extensión total:	95 Km ²
Extensión área urbana:	2.23 Km ²
Extensión área rural:	92.77 Km ²
Altitud:	285 msnm
Temperatura Media:	28°C

Figura 1. Mapa Municipio de Flandes, Tolima



Fuente. <https://peimariainmaculada.wordpress.com/about/>

- **Símbolos**

Figura 2. Bandera Municipio de Flandes



Fuente. http://www.flandes-tolima.gov.co/informacion_general.shtml

La bandera de Flandes fue adoptada mediante el Acuerdo 137 de abril 1 de 1992; consta de 3 franjas; la superior e inferior son verdes y en el medio esta una franja blanca con un sol amarillo en el centro. El color verde simboliza la naturaleza, fe tranquilidad y vía libre, refleja nuestros campos; el blanco es emblema de paz, armonía y claridad que reina en nuestro municipio; el sol amarillo representa energía riqueza y progreso.

Figura 3. Escudo Municipio de Flandes



Fuente. http://www.flandes-tolima.gov.co/informacion_general.shtml

La base del escudo es un cuadrado con los colores de la bandera municipal. Al interior de este cuadro se encuentra ubicado el escudo y en la parte superior de está el sol amarillo que significa futuro progreso y riqueza. El escudo se divide en tres partes; en la superior tiene un puente debajo del cual corre el río Magdalena, y en él, un pez, lo que simboliza los puentes y la riqueza ictiológica.

El compartimiento inferior es amarillo, el del centro lleva el nudo de color azul en el que se encuentra una mota de algodón, una espiga de sorgo y un bovino, lo que significa la riqueza agropecuaria de nuestro municipio. En la parte inferior lleva un fondo de color rojo; en el lado izquierdo va un avión, recordando que Flandes es la cuna de la aviación comercial del país.

En el centro, una vía demarcada, significando la vía panamericana y centro de comunicación terrestre y al lado derecho una locomotora, que simboliza otro medio de transporte; finalmente en la parte inferior del cuadro se lee: Municipio de Flandes.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se utiliza el tipo de investigación exploratoria y descriptiva por cuanto se comienza a conocer variables, comunidad, contexto y situación a investigar en un momento específico por lo cual se busca rescatar el papel del empresariado a través de la interpretación y análisis de datos e información relacionada a problemas nuevos o poco conocidos y posteriormente puede servir de fundamento a otros diseños investigativos.

7.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se ha de utilizar el método analítico y cualitativo por cuanto ayuda a distinguir elementos de un fenómeno dado y se procede a revisar ordenadamente clasificaciones de todo el material existente y así llegar a una reflexión y análisis sistematizado de la realidad objeto, coherente y lógico del problema de investigación.

7.3. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se usará la metodología lógica y tecnológica en encuestas, personalización y entrevistas al objeto de estudio, toda esta información extraída se procesará y almacenará en instrumentos de investigación.

7.4. FUENTES DE INFORMACIÓN

La presente propuesta se sustenta con base a fuentes de información secundarias tales como archivos, cibergrafías, documentos, textos, libros y demás colecciones existentes en relación al objetivo de la investigación.

7.5. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

La empresa Restaurante Club 60 se constituye como persona jurídica ante organismos estatales en temas tributarios, cuyas funciones son las de comercializar todo tipo de productos y servicios a nivel local cumpliendo con estándares mínimos de calidad.

8. ESQUEMA TEMÁTICO: DESARROLLO DE LOS CAPÍTULOS

8.1. FASE I. DOCUMENTACIÓN²⁸ HISTÓRICA DEL RESTAURANTE CLUB 60.

A continuación se redacta la recopilación extraída por intermedio de encuesta realizada al objeto de estudio. Recorrido de la fundación, aspectos sobresalientes y todo el desenvolvimiento del Restaurante Club 60 desde sus inicios hasta hoy en día. Además, por medio de testimonios los cuales permitirán conocer el estilo organizacional, perfil social e ideología empresarial de sus fundadores y administraciones de la organización.

En primera instancia, la fecha de nacimiento del Señor Joaquín Carvajal es en marzo 14 de 1937 en el Municipio de Girardot en el antiguo Hospital San Rafael.

Los abuelos del Señor Joaquín Carvajal (Honorio Carvajal y Edelmira Sarmiento) son provenientes de Girardot. Durante la época de 1959 se conoce con la Señora María Avinis por intermedio de unas amigas estudiantes del Colegio La Presentación en un baile de graduación realizado en el Club Unión; lugar central de eventos sociales.

Los padres de la Señora María Avinis son Posidio Castro y Ana Polonia Céspedes; cuyo oficio era el comercio y la sastrería. Ellos alcanzaron el nivel educativo de sexto bachillerato y el nivel profesional de economista en el año 1954.

Las razones por las cuales la Señora Avinis llegó a Girardot en el año 1950 fueron por el desplazamiento de la violencia en el Sur del Tolima. El Señor Joaquín Carvajal hijo de ama de casa y comerciante de café, plátanos y ganado. Ambos se casan a escondidas de los padres a causa de la intolerancia entre partidos políticos de familia; el de Ella era liberal, el de Él era conservador.

Los señores Joaquín Carvajal y María Avinis tuvieron cuatro hijas (Ximena Carvajal, Clara Carvajal, Sandra Carvajal, Luz Carvajal), ellos alcanzaron el nivel educacional de profesionales gracias al empuje y apoyo económico de sus padres, quienes los sacaron adelante para que llegasen a ser los futuros administradores de la organización.

Una vez llegaron al Municipio de Flandes, se encontraron con el Señor Fernando Portela, un comerciante de telas, de ganado y tierras de café y un hombre de grandes valores empresariales, responsable de la movilidad económica de la época. Entre ellos crean lazos comerciales y avanzan moviendo el músculo económico de la región.

²⁸ Ver ANEXOS. FORMATO HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO. Abril de 2016.

La actividad económica con la cual empezaron fueron la netamente comercial y contable; con la Casa Campeón, Cigarrería El Sol, Restaurante Tadeo.

La fundación de la empresa fue en el año 1964 por el señor JOAQUÍN CARVAJAL y MARÍA AVINIS CASTRO. Se señala que el establecimiento ya existía a cargo de los señores Rodrigo Cárdenas y León Posada; quienes fallecen en 1974. Aquellos señores traspasan la propiedad a, don JOAQUIN Y MARIA oriundos del sur del Tolima y la región (Chaparral y Girardot) respectivamente.

Tales administraciones vivieron acontecimientos positivos y negativos en el orden nacional durante la década del setenta, donde Colombia tiene como eje el crecimiento del fenómeno del narcotráfico, cuyos capitales se juntaban a la vez con otros ingresos derivados de otra bonanza, como los altos precios de la libra de café, lo cual ocasionó que el país viviera un auge inusitado en la economía.

Este auge importante permitió repensar la ampliación del portafolio de productos y servicios; comidas de pescadería típica de la región y así ganar mayor clientela y ensanchar aún más el negocio de la gastronomía turística. De la misma manera, visionar la aventura en incursionar el mercado gracias al ofrecimiento de un socio quien le dijo asentarse en Flandes, Tolima.

Las vivencias allí se recrudecen por tanta violencia partidista, puerto fluvial aún no era tan avanzado, la sociedad adinerada acaparaban los sectores económicos, y lo único favorecedor es la inexistencia de la delincuencia y las familias vivía en condiciones dignas.

Aun así, lo anterior dio mayor fuerza para iniciar esta idea de negocio mediante la realización de actividades laborales propias de la profesión, se conocen el señor JOAQUÍN CARVAJAL con los señores Rodrigo Cárdenas y León Posada quienes les ofrecen el Restaurante Club 60 en venta.

Durante este periodo de intercambio comercial y generacional, también es importante recordar el surgimiento de los grandes carteles de la droga de Medellín y Cali. En un principio se basaron en el negocio de la marihuana. La creciente demanda del mercado estadounidense, y los altísimos precios internacionales permitirían la consolidación de los núcleos de los posteriores carteles. Otro factor que garantizó el mercado de la marihuana, fue la industrialización de su procesamiento y refino.

Surge el M-19, como grupo subversivo. Se impregnó a la sociedad colombiana de la cultura-traqueta²⁹, así la popularización de gustos y mentalidades masificaron la

²⁹ Origen de los grandes capos y relacionado directamente con el tráfico de sustancias ilegales

arquitectura kitsch³⁰, un estilo considerado como una copia inferior de un estilo existente y se refiere a cualquier arte que es pretencioso, pasado de moda o de muy mal gusto, un ejemplo de ello son los estereotipos de mujeres voluptuosas, los carros ostentosos, los caballos de paso fino y la música popular.

Ante la existencia de la masificación de capitales y otorgamiento de créditos considerables para la comunidad colombiana, el capital inicial del inicio de operaciones fueron de treinta mil pesos (30.000) el cual fue el costo del restaurante y cincuenta millones (50.000.000) a lo largo del tiempo para arreglos locativos y remodelaciones.

Al pasar los días, los proveedores fueron el Señor José Wilches (vendedor de pescado), Gaseosas El Sol, Coca-Cola, Bavaria, la Señora Nubia Cárdenas (comerciante) y la señora Lilia Rojas (vendedora de pescado). La negociación con estos proveedores era de acuerdo crediticio y se pagaba después de obtener la utilidad. Tales condiciones de comercialización comprendía el crédito.

Para financiar la comercialización al iniciar y desarrollar operaciones se contó con una herencia familiar de la Señora María Avinis por valor de setenta millones (70.000.000).

Se han realizado adecuaciones a la infraestructura durante el transcurso del tiempo como son la pavimentación y el flujo contra el río, vigas de hierro para prevenir inundaciones.

El mecanismo usado para cautivar clientes y turistas han sido la buena atención y el otorgamiento de excelente alimentación típica y criolla. Se precisa la creación del Restaurante Club 60 fue durante el gobierno del presidente presidente Guillermo León Valencia Muñoz. .

Dentro de los objetivos a corto, mediano y largo plazo están la expansión comercial, se es dueño de la Cigarrería El Sol y la casa deportiva El Campeón.

Actualmente, los clientes y turistas son locales de la región como actores de televisión, de programadoras como Caracol, RCN y RTI.

También, se han tenido que cambiar de proveedores por causas naturales, la muerte del señor José Wilches quien fallece en el año 2010; él era el mayorista principal en ese tiempo.

³⁰ Estilo llamativo y extravagante de la época de la década del setenta.

Figura 4. Organigrama Restaurante Club 60.



Fuente. Autores junio 19 de 2016

En la actualidad se generan seis empleos directos, se usan criterios para seleccionar dicho personal tales como la honradez, sinceridad, pasión por la profesión, con buenas costumbres, excelente presentación y buenas relaciones interpersonales, ellos deben tener la capacidad de ofrecer los productos de pescadería típica y de mar y otros, junto a bebidas frías.

En cuanto a las estrategias utilizadas en mercadeo y publicidad están los medios tecnológicos, el voz a voz y las redes sociales.

Ellos convencen a las personas en adquirir los productos mediante la publicidad y la prestación y atención de un excelente servicio. Es por esto, adecuar la presentación del establecimiento en óptimas condiciones atractivas. A nivel empresarial han sido competitivos gracias a información de tipo personal y vivencial en otros negocios y al recopilar ideas propias.

El gobierno no ha ofrecido ningún tipo de ayuda, beneficio y exoneración por ayudar al empuje económico de la región, es por ello el avance empresarial a pulso por parte de la administración actual.

Se cree que la competitividad se gana con empeño y dedicación organizacional al tener en cuenta el ciclo administrativo; planeación, organización, dirección y control mediante la calidad en todo orden. El respeto por los establecimientos adjuntos y afines a la actividad comercial; ventas de pescados y mariscos como la Bonga, Pescadería Buenos Aires y Mojarras Bar.

Tabla 1. Genealogía Empresarial y Familiar

FUNDADORES ANTERIORES	RODRIGO CÁRDENAS LEÓN POSADA
FUNDADORES POSTERIORES	
JOAQUÍN CARVAJAL Y MARÍA AVINIS	
DESCENDENCIA FAMILIAR DE XIMENA CARVAJAL	
PADRES	JOSÉ JOAQUÍN CARVAJAL Y MARÍA AVINIS CASTRO
HIJOS	XIMENA PATRICIA CARVAJAL CLARA VIVIANA CARVAJAL SANDRA JULIETH CARVAJAL LUZ GINA CARVAJAL
DESCENDENCIA FAMILIAR DE JORGE OSORIO	
PADRES	JORGE E. OSORIO Y LEONOR TABÁREZ
HIJOS	JORGE OSORIO JUÁN JOSÉ OSORIO LUÍS CARLOS OSORIO

Fuente. Autores junio 19 de 2016

Es importante la diversificación y diferenciación de la competencia en cuanto al contener una buena presentación de los productos y atención al cliente con factores de la capacitación a la plantilla de colaboradores.

Desde sus inicios, el Restaurante Club 60 ha tenido una mentalidad de éxito al considerar estrategias de brindar la mejor atención al cliente, el trato con la mejor disposición sin apartar la calidad del servicio.

A su vez, el éxito es alcanzado por factores externos tales como la suerte, el poder de Dios, el clima veraniego, el turismo receptivo del Municipio de Flandes y la Ciudad de Las Acacias. “Todo es seguir con la tradición familiar”.

Es de precisar los momentos por los cuales debe atravesar toda organización, como la incertidumbre, los cambios en el entorno económico, social y tecnológico; por lo anterior, se debe hacer frente a esas situaciones con empuje y corazón administrativo y utilizando la inteligencia empresarial al desafiar con madurez la turbulencia del mercado.

Al vivir la crisis del orden social, la inseguridad, drogadicción y los grupos armados ilegales en el Municipio de Flandes enfocan a la organización en el trabajo permanente y con esfuerzo para salir avante a todos los obstáculos.

Durante el transcurso del tiempo la organización ha sufrido modificaciones de tipo administrativo, servicio, turístico y comercial por cuestiones económicas y estrategia empresarial. Hoy en día los administradores del Restaurante Club 60 son Ximena Carvajal y Jorge Osorio quienes pensando en el mantenimiento en el

mercado no han creado alianzas para no generar el rompimiento de la tradición familiar y al conservar la buena imagen y reconocimiento adquirido desde sus fundadores.

8.2. FASE II. IDENTIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL A LO LARGO DE LA HISTORIA.

Al iniciar el rumbo por parte de la visión enmarcada de su pensamiento empresarial, el Señor JOSÉ JOAQUÍN CARVAJAL empieza a constituir una estrategia empresarial hacia el ensanchamiento y diversificación productiva. Combina diversos elementos tales como el asumir riesgos, de aquí su beneficio está en función del interés sobre el capital. El empresario fundador obtiene beneficio en función del nivel de riesgo que asume, el tiempo y el trabajo que invierte y su interés personal.

Tabla 2. Características del Empresario Club 60

CARACTERÍSTICA ECONÓMICA	
ANÁLISIS DEL EMPRESARIO	
1. CONDUCTA ECONÓMICA	<ol style="list-style-type: none"> 1) Contexto empresarial 2) De negociante a empresario industrial 3) Mercados de gastronomía 4) Acumulación de ingresos y de capital 5) Combinación y coordinación de factores de producción 6) Creación de empresas y proyección 7) Alerta y respuesta de oportunidades 8) Manejo de información para la organización 9) Innovación y emprendimiento 10) Toma y manejo de riesgo 11) Creación de nuevos mercados 12) Formación de redes comerciales 13) Conexiones con el mercado nacional 14) Gestión y organización para maximizar eficiencia 15) Manejo de créditos 16) Actividades comerciales 17) Destino de excedentes de capital 18) Moralidad en los negocios
2. EMPRESARIO Y ESTADO	<ol style="list-style-type: none"> 1) Antecedentes, trayectoria, política familiar 2) Dirección de grupos en la organización 3) Financiamiento mínimo del Estado 4) Promoción o gestión de asociaciones de empresarios 5) Promoción de movimientos sociales, cívicos y fundaciones

3. PERFIL SOCIOECONÓMICO	<ol style="list-style-type: none"> 1) Origen social con empeño 2) Estatus social y reputación empresarial 3) Movilidad social entre empresarios 4) Familia empresarial 5) Origen local y extranjero 6) Movilidad geográfica 7) Creencias y costumbres 8) Formación de empresa 9) Socialización empresarial 10) Patrimonio familiar e individual 11) Motivación empresarial 12) Personalidad empresarial
4. ESTILO DE VIDA	<ol style="list-style-type: none"> 1) Papel de los negocios dentro de la vida 2) Estilo de dirección administrativa 3) Consumo y gasto 4) Uso del tiempo eficientemente 5) Capital social y cultural
MENTALIDAD IDEOLÓGICA	<ol style="list-style-type: none"> 1) Confianza 2) Viveza y reglas de juego con responsabilidad 3) Visión estratégica 4) Ideología y pensamiento en el desarrollo económico, competencia, innovación, riesgo, instituciones, entre otros.

Fuente. Rediseñado por los autores del investigador Carlos Dávila: Esquema Conceptual para el Análisis del Empresario. 2000.

Reconocía a nivel personal su temple y condición empresarial, tanto así como diferenciarse de un negociante por su capacidad de innovación. Sus principales características son el sentido de organización del trabajo, manejo de recursos humanos, cultura orientada hacia productos y clientes. Capacidad de concentrar grupos de mano de obra en las fábricas, conocimiento de mercancías, utilización de libros contables, uso de lenguaje comercial, hábitos comerciales, derecho, capacidad de entablar buenas relaciones e informarse acerca de sus clientes y oportunidades de nuevos negocios.

Así mismo, sobresalía de él, la reducción de incertidumbre mediante la creación de estructuras de acopio y procesamiento de información. Este tipo de organización lo utiliza en el factor productivo del capital, él lo administraba y lo combinaba para beneficiar colectivamente toda la empresa.

En la obtención de beneficios, simplemente compraba a un precio cierto y vendía según precios inciertos habidos en el mercado, conjugaba el valor agregado que producía para obtener tal fin propio en el transcurrir de la vida empresarial.

Por lo anterior, se observa cómo a raíz de unas características y perfiles del empresario han sido tomadas con entereza y motivación para salir adelante con una idea de negocio próspera en el día de hoy. Cómo el principal motivo del empresario es la acumulación de capital individual al tener en mente la ética.

El empresario es un acumulador negativo, debido a su riqueza se genera mediante la explotación del trabajador, pero se vuelve positivo gracias al afán por capacitar a su personal.

El empresario y la empresa son los únicos factores de producción. El empresario obtiene su beneficio al asumir el riesgo. Las habilidades del empresario son innatas y pueden ser miradas mediante la experiencia y el estudio. La principal habilidad es disminuir incertidumbre para reducir el riesgo. El elemento diferenciador entre el gerente y el empresario es el conocimiento perfecto del presente y el futuro así como las funciones que desarrollan.

Propone que la innovación es característica fundamental del empresario, al producir desarrollo económico, el empresario es el motor fundamental de la economía.

El empresario es quien está atento a las oportunidades de beneficio y las aprovecha. El beneficio se obtiene al utilizar y aprovechar la información escasa tomándola en beneficio del desarrollo organizacional y empresarial. De aquella misma información, el empresario utiliza otras variables como la búsqueda y acceso a ella y la obtiene mediante la observación del mercado, la experiencia y el círculo social donde converge.

Tal accesibilidad; tanto a la información como a la actividad empresarial, debe sobrepasar barreras de entrada como acceso a capital y contactos en la sociedad como fuente de información. Otras habilidades se enmarcan en cuanto a negociación, innovación y creación de mercados.

Al extraer información del objeto de estudio, se deduce cómo las actividades del empresario estuvieron estrechamente ligadas con el riesgo, pero el empresario supo que de estas iba a obtener mayor rentabilidad y la actitud frente al riesgo dependía de muchos factores.

Se destacaban aspectos del entorno, el estado de las compañías que para esa época sublevaban gran importancia, patrimonio habido y obtenido con dedicación, posibilidad de endeudamiento debido a cambios e incertidumbre en el país, y

coyuntura emocional del empresario debido posibles fracasos durante el ciclo de vida organizacional.

Tal actitud frente al riesgo tomado, puede cambiar de un día para otro a lo largo de la existencia, por razones familiares y factores externos imposibles de evitar. El empresario ha confiado en su tradición y hasta ahora ha seguido con rumbo promisorio, propenso a sufrir eventualidades negativas y positivas, pero fue la mentalidad ganadora dejada por su padre la cual permite trascender el camino de la competitividad empresarial.

La existencia de factores de riesgo controlables y no controlables permite visionar con madurez, como cuando tomó el negocio e invirtió en el mismo, hoy se ven frutos recogidos de haber tomado la decisión con certeza.

Las actividades empresariales se han tomado con propensión al riesgo, y es la actitud calculadora y moderada la cual permite no fracasar debido al reaccionar con rapidez para sobrevivir en el mundo de los negocios.

Finalmente, es la disposición en la visión de la empresa, diversificar el negocio, incursionar en diversos mercados y en diversos sectores, incluso a producir y comercializar en mercados externos; este impulso fue por la inquietud e interés de evaluar y conocer diferentes sectores.

Tabla 3. Acontecimientos en el Entorno Empresarial

DÉCADA	ACONTECIMIENTOS
1960 ³¹	<p>Se desarrolla el Frente Nacional³², el surgimiento de las guerrillas y todo el cúmulo de sucesos culturales: teatro, cine, música, moda, la nueva poesía, el ‘boom’ de la literatura y las artes plásticas. Y hechos tan importantes como la liberación sexual.</p> <p>La política está en primera plana. Establecimiento de nuevos líderes de corrientes culturales en dramaturgia repercutieron en nuestro medio. Pasa lo mismo con la música o con la moda de los hippies o con los festivales.</p> <p>En esta década revoluciona la cultura (Penguin Random House), resurge los derechos humanos, el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.</p> <p>Expresiones vividas en conciertos de rock se veían como hippie vendiendo chaquiras en la 60 en Bogotá o en Laureles en Medellín...no se puede negar que esas actividades fueran</p>

³¹ BAUTISTA, Myriam. Redactora de El Tiempo. 2014.

³² <http://www.eltiempo.com/lecturas-dominicales/los-anos-60-en-colombia/14475097>

fundamentales para mucha gente; que esas costumbres transformaran los hábitos y las formas de vida de importantes núcleos de población.

De los sesenta lo que hay que reivindicar es el espíritu libertario. Cito a Vargas Llosa cuando dice que en esos años los jóvenes tenían ideales, querían un mundo diferente, más abierto, protestaban contra la guerra, contra la discriminación, eso se ha perdido.

El espíritu libertario, que los nadaístas no tuvieron, porque a la larga fueron muy conformistas, fue por su expresión de protesta, no a la manera tradicional, ya que no fueron políticos; su lucha era contra el sistema, usando el pelo largo o camisas de colores fuertes que en esa época eran acciones rechazadas.

Nace el Frente Nacional en Medellín, su soporte fueron los empresarios antioqueños. La prueba es que Alberto Lleras viajó a organizar con ellos el nuevo sistema político. Ese sistema estaba concebido a la medida de los empresarios.

Medellín fue epicentro de muchas cosas importantes. El arte moderno se impone en Colombia a partir de dos ejes, uno anclado en Bogotá, a través fundamentalmente de la crítica Marta Traba y de los museos de arte moderno que se crearon y con los bienales que patrocinó Coltejer en la capital antioqueña.

Para miles de personas no solo de Medellín sino de Bogotá y de otras ciudades fue la oportunidad de ver por primera vez reunida tanta pintura moderna.

Nacimiento de la Alianza para el Progreso, la cual tuvo diferentes facetas, la cultural fue muy importante y como Colombia fue la vitrina de esa Alianza pues dejó profunda huella. Era fácil conseguir una beca para EE. UU., las fundaciones las ofrecían a manos llenas. Las fundaciones trajeron profesores, investigadores, dotaron los laboratorios, se crearon ciudadelas universitarias copiando los campos norteamericanos. De cierta manera se beneficiaba de la guerra fría. La Alianza para el Progreso proponía la modernización del continente para evitar el comunismo. Teníamos la influencia de la cultura francesa; con la revolución de Fidel tuvimos la cubana y, luego, muy buena parte de lo mejor de EE. UU.

Se había firmado la Ley de la Reforma Agraria. Comenzaba a funcionar Planeación Nacional, la visión tecnocrática del Estado.

	<p>La mujer adquiere protagonismo en el escenario nacional.</p> <p>Colombia empieza a vivir tiempos de inasistencia a las parroquias, a partir de esos años.</p> <p>En esos años los colegios mixtos eran extraños, hoy lo raro es que niñas se eduquen con niñas y niños con niños: esa es la revolución, en la mentalidad y en las costumbres, un cambio mucho más potente que la cuestión periférica de la lucha política.</p> <p>Se vivía la confrontación entre los seguidores de la revolución cubana y los de EE. UU. En el gobierno de Alberto Lleras, y luego en el de Valencia, Colombia tiene el papel de unificar la región contra la revolución cubana en la OEA. El canciller Turbay Ayala, con la Venezuela de Rómulo Betancur, se unen para que se aisle a Cuba del sistema interamericano. Colombia en el gobierno de Turbay logra bloquear la entrada de Cuba al Consejo de Seguridad de Naciones Unidas a pesar de que el bloque de Latinoamérica ya tenía el voto a favor.</p> <p>En los sesenta en América Latina surgieron grupos armados. Se da una idealización de la guerrilla por muchas razones: a los franceses los sacaron de Argelia las guerrillas en una lucha de liberación nacional admirada. Indochina libra un proceso de liberación admirable. El movimiento tercermundista de la guerrilla victoriosa, con Cuba a la cabeza, pareciera ser fácil de imitar.</p> <p>Estos trastornos sucedidos son el centro de la vida política y social ayudando en el adelanto y desarrollo del país.</p> <p>A nivel mundial, hacia las décadas de los años 50 y 60s la economía estaba claramente marcada por la reconstrucción económica de los países desarrollados que venían recién saliendo de la destrucción de la Segunda Guerra Mundial³³.</p> <p>El resto del mundo emergió con su industria y su economía destrozada: Japón, Europa Occidental y Los países del Este Europeo</p> <p>El resultado de la expansión capitalista de pos guerra fue justamente la expansión de un sistema económico social y cultural cuyo centro se radicó en USA, desplazando la importancia capitalista que habían ocupado Inglaterra, Francia y Alemania hasta antes de la Segunda Guerra Mundial.</p>
--	---

³³ <http://html.rincondelvago.com/decada-de-los-60.html>

	<p>Paralelamente a los cambios de la economía mundial, también se estaba produciendo un fenómeno que no fue bien comprendido en sus comienzos. Este fenómeno fue el crecimiento a niveles no conocidos de la investigación y desarrollo de la tecnología, especialmente todo lo relacionado con la biología, la física y la química.</p> <p>El resultado fue la transformación de las telecomunicaciones y la informática a niveles no imaginados, y la invención de materiales no conocidos apropiados para la creación de artefactos cuyos diseños sirven para trabajar en toda clase de ambientes nuevos.</p> <p>La Guerra de Vietnam 1969: Sin duda una de las guerras más sangrientas y crueles fue la de Vietnam, en la que murieron un millón de norvietnamitas, 400 mil sudvietnamitas y 47 mil estadounidenses. Este conflicto, que comenzó como una guerra de guerrillas en 1946, se prolongó hasta 1975.</p> <p>Referente a la segregación racial, en agosto de 1963, Martin Luther King lideró una marcha masiva en Washington y 200 mil partidarios de los derechos civiles se reunieron para oírlo. En julio de 1964, firmó el acta de los derechos civiles dejando fuera de la ley la discriminación racial.</p> <p>El 4 de abril de 1968, Martin Luther King Jr. fue asesinado en el balcón de un hotel en Memphis, Tennessee.</p> <p>En las primarias de California, en junio, Kennedy ganó por estrecho margen. Cuando abandonaba el hotel por la puerta trasera le dispararon en la cabeza; murió a la mañana siguiente. No hubo alboroto, sólo silencio. El país estaba traumatizado por estos asesinatos. La gente se preguntaba qué ocurría. Por qué el país se había vuelto tan violento.</p> <p>Definitivamente, los años 60 no tuvieron para los jóvenes españoles la misma luminosidad que pudieron tener para los de París, Berlín o California, pese a la luz de esperanza que cantantes como Raimon o Serrat arrojaban con sus canciones.</p> <p>Los años 60 se cerraron con una fantasía hecha realidad: la llegada del hombre a la Luna, pero también con crispación, como un sueño grato que de pronto se torna angustioso.</p>
1970	Al analizar el número de empresas extranjeras - sucursales de transnacionales o con un 100% de propiedad extranjera- se observó

que durante las décadas del cincuenta y del sesenta se establecieron 51 empresas, entre las que se destacaron 15 empresas del sector de fabricación de otras sustancias químicas y gran parte de las empresas más sobresalientes del sector de sustancias químicas industriales - laboratorios farmacéuticos -. Adicionalmente, las principales empresas de alimentos se establecieron antes de la década del setenta.

En las décadas del setenta y ochenta se fundaron 43 empresas dentro de las cuales sobresalieron las ubicadas en el sector de alimentos. Teniendo en cuenta solamente a las empresas transnacionales, se observa que, de una muestra de 16 empresas, 12 fueron fundadas antes de 1970³⁴.

El estudio de Arango (1976) permite³⁵ conocer en detalle la composición y características de la IED en el primer lustro de la década del setenta. La importancia de la IED en 1974 se evidencia en que las 421 empresas con IED³⁶ participaban, respectivamente con el 43%, 45% y 28% de la producción, el valor agregado y el empleo del sector manufacturero.

El haber iniciado operaciones mercantiles con recursos y capital propio (herencia dejada de su padre), permitió no tener complejidades de obligaciones en el sector financiero.

La estructura de producción estaba dominada por las empresas en las que el capital extranjero representaba entre el 75% y el 100% del capital total de la empresa. Estas empresas representaban, respectivamente, el 46%, 47% y 43% de la producción.

Las empresas con menor composición de capital extranjero (entre el 0.1% y 24%) participaban con el 17% en valor agregado y producción y el 18% en empleo, porcentajes superiores a los rangos intermedios (Cuadro 4.9).

Más del 50% de la producción y del empleo de las empresas con IED se concentró en los sectores de bienes intermedios caracterizados por ser relativamente dinámicos, poseer un extenso mercado local y de exportación que propiciaba grandes escalas de producción (Arango, 1978).

Por último, el sector de fabricación de alimentos presentaba una

³⁴ <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/080.htm#20>

³⁵ Op. cit., Banrepcultural.org.

³⁶ IED. Inversión Extranjera Directa.

	<p>participación del capital extranjero mayor al 50%, pero, aun así, la contribución de las empresas extranjeras en el total de la producción (22%), el valor agregado (30%) y el empleo (18%) era menor que la de las empresas nacionales³⁷.</p>
1980	<p>Caracterizada por ser una década gris oscura. Aquí mucho se habla de que en la década de los 80 a Colombia le fue menos mal que al resto de América Latina. Triste consuelo. En comparación con las décadas pasadas, se presentó una notable disminución de la tasa de crecimiento económico y de la generación de nuevos empleos, al tiempo que se redujo el gasto social por habitante.</p> <p>El crecimiento económico (del PIB) en la década de los 60 fue del 5.1 por ciento anual promedio; en la de los 70 del 5.5 por ciento y en los 80 apenas llegó al 3.2 por ciento anual. Esta desaceleración fue particularmente notoria en el sector industrial, que pasó de crecer al seis por ciento anual en los 70 a tan solo 2.4 por ciento en los 80³⁸.</p> <p>Como consecuencia de la reducción en las tasas de crecimiento económico, el número total de ocupados, que venía creciendo a un seis por ciento anual y promedio en la segunda mitad de los 70, aumentó solamente en 2.6 por ciento anual en los ochenta.</p> <p>La tasa de desempleo se incrementó del 8.1 por ciento en 1981 al 9.57 por ciento a finales de 1989, habiendo alcanzado la cifra record del 13.8 por ciento en 1985.</p> <p>El efecto sobre el desempleo abierto no fue mayor gracias a tres factores: i) El descenso en las tasas de crecimiento de la población en edad de trabajar (de 3.6 por ciento en promedio en la segunda mitad de los 70, a 2.3 por ciento en los 80), como consecuencia de los profundos cambios demográficos que ocurrieron en la sociedad colombiana durante la década de los 70; ii) La disminución del ritmo de crecimiento de la tasa de participación laboral, del 2.2 por ciento en la segunda mitad de los 70 al 0.7 por ciento en los 80; iii) el considerable aumento de los empleos en el sector informal, en particular en la primera mitad de la década de los 80, que absorbió buena parte de los nuevos trabajadores que no pudo emplear el sector formal de la economía..</p> <p>A pesar de ello, el crecimiento absoluto del número de ocupados fue inferior al de la población en edad de trabajar en todos los años 80, con excepción de 1987, de modo que la década no contribuyó a aliviar</p>

³⁷ GARAY S., Luís Jorge. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996

³⁸ PERRY, Guillermo. Agosto 7 de 1990.

los problemas estructurales de empleo.

Por su parte, el gasto público social por habitante (en educación, salud, seguridad social y vivienda) se redujo entre 1981 y 1988, en términos reales, y perdió participación en relación con el gasto público total y el PIB, a pesar de un aumento significativo hasta 1984. Como proporción del PIB, bajó del 7.45 en 1980 al 7.21 por ciento en 1988, habiendo llegado a 9.4 por ciento en 1984.

La política de ajuste aplicada a partir de 1985 no solamente contrajo el gasto público total, sino de manera especial el gasto social, a pesar de que los dos últimos gobiernos señalaron de manera expresa su deseo de incrementarlo y de cambiar a su favor la composición del gasto total. Las cifras anteriores encuentran un modesto atenuante en el hecho de que en los cuatro últimos años de la década se intentó un proceso de focalización del gasto social hacia los grupos más pobres.

La década se dividió en tres períodos muy claros. Hasta 1985 se vivió una recesión (el PIB creció al dos por ciento por año y la industria al 0.7 por ciento), con un deterioro muy sustancial del empleo, pero con una compensación parcial por el incremento de los salarios reales (gracias al descenso de las tasas de inflación) y un aumento importante en el gasto público social.

En 1986 y 1987 se reactivó la economía y la generación de empleo, gracias al impulso de demanda de la bonanza cafetera. Sin embargo, en 1988 y 1989 la tasa de crecimiento volvió a descender, al 3.6 por ciento anual y promedio, como consecuencia de la aplicación de una política anti-inflacionaria de corte tradicional, ante la aceleración de los índices de precios al consumidor.

Aquella política ortodoxa trajo como consecuencia una reducción notable en el crecimiento económico y en la generación de nuevos empleos, sin haber tenido un mayor efecto sobre las tasas de inflación. El evidente fracaso ha dado lugar a que, finalmente, las autoridades económicas reconozcan que, dado el carácter inercial del proceso inflacionario, se requiere algo más que políticas ortodoxas para combatirlo. En sus últimas declaraciones, el Ministro de Hacienda concedió que será necesario algo parecido a un Pacto Social, en busca de la desindexación de la economía, como lo venían proponiendo los sectores académicos del país desde hace varios años.

Frente a estos hechos, es preciso reconocer que la economía termina

	la década sin desequilibrios mayores.
1990	<p>El país logra una estructura industrial y se internacionaliza gracias a las políticas comerciales y la integración. El tema de la intervención gubernamental en el mercado, la política comercial y las relaciones y cooperación internacional entre países, ha sido objeto de enconados debates a nivel intelectual y programático (Garay, 1992).</p> <p>La teoría convencional del comercio internacional avanzó en el análisis de la temática demostrando con rigor axiomático que en un régimen de competencia perfecta pura y bajo un sistema de transferencias ideales el libre comercio conduce a la economía mundial a una situación óptima.</p> <p>Ahora bien, según esta óptica tradicional, el libre comercio no es necesariamente la política óptima para al menos algunos países en el caso de situaciones diferentes a la de la competencia perfecta. Surge, entonces, con toda legitimidad teórica y programática el cuestionamiento sobre la política deseable para tales países, particularmente sobre una política de protección-promoción deseable a la luz de su impacto en el bienestar social de los países en cuestión.</p> <p>Posteriormente, la teoría neoclásica demostró que la imposición de un arancel óptimo por parte de un país para el cabal aprovechamiento de su poder monopólico en el mercado mundial, es legítimamente considerable como política óptima para el país en cuestión, aunque no para el mundo en su conjunto. Ello al punto de que es el único argumento en favor de la protección aceptado como válido desde la perspectiva convencional.</p> <p>Además de dicho argumento, sostienen teóricos reconocidos como Machlup³⁹, el argumento más fuerte en favor de una protección temporal y selectiva a través de aranceles es el de la industria incipiente. Fue sugerido inicialmente por oponentes al libre comercio, luego formulado teóricamente y desarrollado por celosos librecambistas (Machlup, 1977).</p> <p>Aunque la teoría ortodoxa llega a reconocer la validez del argumento, especialmente en presencia de externalidades derivadas del proceso de aprendizaje en la industria incipiente, no recomienda la implantación de una política comercial de protección, sino más bien la adopción de políticas gubernamentales dirigidas directamente a la inversión y a la producción en dicha actividad privilegiada. La</p>

³⁹ MACHLUP, Fritz. Economista Austro-Estadounidense. Fue notable por ser uno de los primeros economistas en examinar el conocimiento como un recurso económico

protección arancelaria es concebida apenas como política de segundo, tercer orden, según el caso particular en referencia.

El trabajo teórico reciente se ha centrado en la búsqueda por incorporar en el análisis la presencia de diversas formas de competencia imperfecta, la existencia de corporaciones multinacionales y la profundización de brechas tecnológicas en el mercado internacional.

Innegablemente, entre los hallazgos más significativos de la nueva teoría del comercio internacional, es el de mostrar cómo los efectos de la política comercial pueden variar sustancialmente con el régimen de competencia y la estructura de mercado. A manera de ilustración, bajo un sistema de competencia imperfecta: una cuota sobre importaciones puede llevar a una reducción de la cantidad producida del bien protegido, un impuesto a la exportación puede mejorar los términos de intercambio, un subsidio a la exportación puede favorecer el incremento de las ganancias de las firmas privilegiadas por un monto superior al subsidio, la protección comercial puede conducir a un aumento de ganancias de las firmas tanto domésticas como foráneas, un arancel puede reducir el precio interno del bien protegido.

Una de las ideas más controvertibles de la nueva literatura del comercio y la organización industrial consiste en la sugerencia de que la intervención gubernamental puede mejorar el bienestar nacional mediante la transferencia a firmas domésticas de las rentas oligopólicas de firmas foráneas. Se sostiene que la existencia de competencia imperfecta no sólo permite la ampliación de las ganancias potenciales comercio, sino que, al mismo tiempo, introduce un conjunto de excepciones sustentables a la norma convencional.

En el mundo ideal no hay razón para que un gobierno prefiera una estructura industrial a otra. Todas las industrias son igualmente rentables. La estrategia no juega ningún papel, ya que todos los agentes se perciben muy pequeños como para influir al mercado y se comporta como si el entorno estuviera dado (Grossman, 1986).

La teoría convencional argumenta que no existen ni pueden concebirse sectores estratégicos con suficiente legitimidad y racionalidad, porque la libre competencia elimina eficazmente cualquier desviación que podría presentarse en la remuneración de un mismo factor productivo entre sectores. Los precios del mercado son indicadores suficientemente fidedignos del retorno social.

	<p>De ahí que, según dicha óptica, el patrón óptimo de especialización deba resultar de la interacción soberana de los agentes económicos en el mercado, sin interferencia desde afuera al libre juego de la oferta y de la demanda.</p> <p>Para ello se debe aprehender como punto de partida y de permanente referencia: la situación de competencia vigente a nivel doméstico -por ejemplo, cartelización, desarrollo tecnológico- y a nivel internacional -por ejemplo, multi o bilateralismo, pluriregionalismo-; las políticas estratégicas implantadas por los otros países del sistema -por ejemplo, cooperativas o no cooperativas, sectoriales o generales, comerciales o de promoción directa-; la dinámica geopolítica, económica e institucional en el sistema mundial, regional y nacional; inusitada la configuración de acuerdos comerciales discriminatorios y diferenciales entre países aún entre miembros del mismo bloque de influencia-. Aquí reside, precisamente, el núcleo del debate moderno sobre la política comercial y de integración económica.</p>
2000	<p>En esta década, las operaciones comerciales de la empresa Restaurante Club 60 tienden a vivir situaciones de competencia del mercado necesarias para seguir forjando su desarrollo en la productividad empresarial y de comercialización. Por lo anterior, se narran algunas de ellas.</p> <p>En los últimos diez años varias empresas soportaron una fuerte competencia, la cual terminó minando las fortalezas y obligando al gobierno del presidente Uribe a tomar la decisión de liquidarlas.</p> <p>Tras 54 años de existencia de varios negocios, el gobierno decide cerrarlos y crear otros. El más afectado ha de ser el mismo personal despedido con falsas promesas de contratación⁴⁰.</p> <p>Cuando llegó la competencia privada al sector de las telecomunicaciones, Telecom entendió que las cosas no volverían a ser como antes, cuando sola dominaba el mercado. Pero tampoco se imaginaba que éste podría ser el principio del fin de la compañía. Sin embargo, lo era⁴¹.</p> <p>Para esta década y casi simultáneamente con la decisión de liquidar a otras empresas, el gobierno practicó una profunda cirugía a la Empresa Colombiana de Petróleos, Ecopetrol.</p> <p>La empresa líder del país fue dividida: Una parte encargada del</p>

⁴⁰ <http://www.eltiempo.com> archivo. Hechos Que Sacudieron al País. Septiembre 15 de 2003

⁴¹ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1030130>

negocio petrolero que conserva el nombre de Ecopetrol S.A. Otra, la Agencia Nacional de Hidrocarburos, ANH, encargada de administrar el recurso petrolero y de gas y de manejar en adelante los contratos de exploración y producción, así como de administrar el banco de información del suelo colombiano y las regalías que generen estas explotaciones⁴².

Y adicionalmente se creó una pequeña división denominada Promotora de Energía que maneja los negocios no estratégicos que tenía Ecopetrol como la participación en electrificadoras y las acciones de Artesanías de Colombia, entre otras.

La aparición del Plan Colombia: una marca que abrió puertas, aquí y dentro de la estrategia de internacionalizar el conflicto, el presidente Andrés Pastrana lanzó el llamado Plan Colombia. Con este programa en mano el gobierno fue ante la comunidad internacional en busca de solidaridad y apoyo económico para enfrentar el narcotráfico pero también para ayudar con obras sociales a las zonas víctimas de la violencia.

El costo del Plan Colombia se estimó en 7.000 millones de dólares de los cuales el gobierno norteamericano se comprometió con aportar 1.300, el gobierno colombiano 4.000 millones de dólares y los recursos restantes saldrían de la cooperación de la comunidad internacional a través de las denominadas mesas de donantes.

El Plan Colombia que impulsó el presidente Pastrana tenía entre sus componentes: la búsqueda de la paz vía negociación, la lucha contra el narcotráfico que implicó el fortalecimiento en equipos y capacidad operativa del Ejército y las fumigaciones.

Otro propósito era recuperar 700.000 hectáreas de agricultura pérdidas en el conflicto y mantener una tasa de crecimiento económico. El presidente Uribe decidió continuar con el Plan Colombia y con las estrategias de mesas de donantes que buscan además conseguir recursos para la lucha contra el narcotráfico, mantener viva la solidaridad mundial por el conflicto colombiano⁴³.

Se pasa a buscar relaciones positivas para el país, con la llegada del presidente Andrés Pastrana al poder las relaciones de Colombia con el resto del mundo cambiaron radicalmente, pero de manera especial con el gobierno norteamericano.

⁴² *Ibíd.*

⁴³ *Op. Cit., El Tiempo.*

El presidente Clinton se convirtió en un aliado de Colombia poniéndose, así, fin a los roces que mantuvieron los dos países durante la administración del presidente Samper.

Aunque varios mandatarios estadounidenses habían venido a Colombia en el pasado (Kennedy, Reagan y Bush padre) la visita del presidente Clinton a Cartagena tuvo una connotación muy especial no sólo por su carisma, sino porque se había convertido en el gran aliado de nuestro país apoyándolo no sólo en el Congreso de E.U. con el Plan Colombia sino en el mundo entero.

Así, el 30 de agosto de 2000 llegó en visita oficial a Cartagena el presidente Bill Clinton.

La visita fue aprovechada por el gobierno colombiano para plantear el interés por una zona de libre comercio entre las dos naciones y pedir prórroga para las preferencias del ATPA⁴⁴.

En su momento los empresarios que acompañaron al mandatario norteamericano reconocieron que la visita fue un paso importante para mostrar otra cara de Colombia. Posteriormente, ya como ex presidente, Bill Clinton volvió a Cartagena en junio de 2002. La visita sirvió no solo para un suave empalme entre el presidente saliente Andrés Pastrana y el entrante Álvaro Uribe, sino para que los empresarios empezaran a familiarizarse con el estilo del nuevo Jefe del Estado colombiano.

Otra vivencia acaecida fue el estreno de referendo, El presidente de los colombianos, Álvaro Uribe, propuso en su campaña la realización de un referendo para acabar con las viejas costumbres de la política y cerrarle el paso a la corrupción.

Pues bien, este fue prácticamente su primer acto de gobierno, el 7 de agosto de 2002 cuando tomó posesión del cargo. Pero la suerte de este primer referendo en la historia del país ha tenido en vilo a los colombianos.

Primero fue la gran expectativa en su paso por la Corte Constitucional. El Tribunal le dio vía libre al referendo, pero le quitó los grandes encabezados que inducían las respuestas y quitó la propuesta de

⁴⁴ programa de comercio mediante el cual el gobierno de los Estados Unidos libera unilateralmente de impuestos de importación a productos provenientes de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, por un plazo de diez años -desde el 4 de diciembre de 1991 hasta el 4 de diciembre del año 2001-.

prorrogar los períodos de los actuales alcaldes, gobernadores, diputados y concejales. Se abre la convocatoria al referendo de 17 puntos de los 19 que tenía inicialmente. La fecha para acudir a las urnas fue el día 25 de octubre de 2003.

El nuevo marco de los negocios. En la década de los 90 los procesos de integración regional tuvieron un decidido empuje en todo el mundo. Colombia no fue ajena a esos procesos aunque éstos no avanzaron al ritmo que el país quería. El país concretó el Tratado de Preferencias Andinas, ATPA, en 1991, que le permitió a una amplia lista de productos colombianos ingresar durante 10 años al mercado norteamericano sin pagar aranceles, lo que los hizo competitivos. Esas preferencias fueron renovadas y ampliadas en el ATPDEA firmado en el 2002, y terminan en el año 2006.

La Ley ATPA, fue aprobada por el gobierno de los Estados Unidos como un mecanismo de apoyo a las naciones andinas comprometidas con la lucha antidroga. En cuanto al Mercado Común del Sur, Mercosur, si bien empezó a concebirse desde 1986 es en la década de los 90 cuando recibe su mayor impulso cuando los mercados de Brasil, Uruguay, Argentina, Chile, empiezan a trabajar en la reducción arancelaria invitando a las demás naciones latinoamericanas a que hagan parte de ese bloque económico.

Mercosur ha logrado avanzar en negociaciones con algunos países de la Comunidad Andina -Bolivia y Perú-, y se espera que antes de terminar este año los demás andinos, Colombia, Venezuela y Ecuador, hayan concluido una negociación. Esto permitirá el anhelado sueño del bloque suramericano CAN-Mercosur.

Hasta comienzos de 2003 Colombia esperaba el desarrollo del Area de Libre Comercio de las Américas, ALCA, como un mercado integrado que debiera terminar de negociarse en el año 2005. Y aunque Colombia siempre quiso un Tratado de Libre Comercio, TLC, con los Estados Unidos la posibilidad se veía lejana luego de la suscripción del Nafta, entre México, Canadá y los E.U., en su orden seguía la negociación con Chile que hacía lobby para tener acuerdos comerciales y preferencias con E.U. Pero en estos momentos se avanza en este camino, y existe confianza en que la negociación pueda empezar en las siguientes décadas.

Fuente. GARAY, S. Luís J. Colombia Estructura Industrial e Internacionalización. 1967 – 1996.

8.3. FASE III. IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE VIDA EMPRESARIAL.

Al indagar este aspecto socioeconómico al empresario RESTAURANTE CLUB 60, se relata el impacto generado a lo largo de la existencia. Menciona que ejercer el entorno empresarial es una decisión representativa para toda la vida, si se da el primer paso se debe avanzar con tesón y actitud ganadora. Es recomendable emprender el negocio de los sueños con pasión, además de elegir aquello para lo cual tienen habilidades, pues de esta manera se garantiza el éxito en sus empresas.

De la misma manera, son varios los empresarios quienes mantienen un pensamiento positivo de la empresa, tal es el caso de la Señora María Inés Díaz⁴⁵ del Restaurante El Morichal. ...los conozco desde hace quince años, enuncia tienen un punto estratégico excelente y muy bueno, la vista es privilegiada, el portafolio de productos es variada y típica de la región.

...la relación es que somos dos establecimientos encaminados al mismo objetivo, que es la transformación de alimentos y la comercialización de los mismos, por ese motivo existe una relación sin llegase a las alianzas ni acciones comerciales.

...no han tenido en el pasado ni actualmente, pero a futuro se podría pensar en la realización de acercamientos para competir solo en calidad y unificar precios, "Cosas por el estilo" pero se consideraría lo benéfico para el sector competir solo con calidad.

Otro empresario en mención es el Señor Orlando Medina⁴⁶ y su esposa Aidé Ramírez, quienes comentan, ...si conocemos el Restaurante Club 60, la percepción que tenemos es la de un sitio con muchos años en el mercado ofreciendo comida típica de la región, con excelente servicio y excelente calidad ofrecida a los turistas locales y extranjeros.

...en cuanto a la competencia, hacemos parte del sector de los servicios y gastronomía típica e indudablemente son nuestro fuerte competidor en el mercado de los pescados, nosotros también brindamos calidad en el servicio, "Así las cosas diría yo que dentro del segmento de restaurantes, este es uno de nuestros grandes competidores en la medida en que haya mercado para ambos, pienso que es importante de todas maneras la disputa está entre ellos y nosotros por la captación de clientes, a nuestro favor juega nuestras amplias instalaciones para atender clientes brindando una experiencia campestre, además de nuestras grandes zonas de parqueo con respecto al espacio más reducido de ellos"⁴⁷

⁴⁵ Entrevista realizada a la empresaria. Agosto 1 de 2016.

⁴⁶ Entrevista realizada al empresario. Agosto 1 de 2016.

⁴⁷ Palabras del empresario Orlando Medina. Agosto 1 de 2016.

...realmente no hemos tenido antes ni ahora ninguna relación directa comercial ni familiar; tampoco hemos realizado alianzas ni uniones corporativas ni empresariales en aras de fortalecer el sector.

No basta con emprender y de inmediato pensar en obtener ganancias superfluas, se debe tener calma y tranquilidad en el tiempo corto, mediano y largo. Además, el de entretejer vínculos sencillos en administración y empresariedad; es decir, respetar los principios y valores del mundo empresarial, la responsabilidad por los socios, por los miembros de la organización y en sí, todo el entorno donde converge la organización.

Es por lo anterior, la motivación ha de ser encontrada y sacada a flote, “Para que dé resultado” se necesita encontrar el apasionamiento entre sí mismo y el negocio como tal, junto a las habilidades con aquello más interesado.

La necesidad de innovar para seguir siendo parte del mercado pues al replicar un modelo de negocio se corre el riesgo de perder clientes en el corto o mediano plazo. Se señala la innovación como eje primordial para tener éxito “ser innovador, pensar cuál negocio no hay en el mercado; plantear cuál es el sueño, el objetivo y cómo se va a llegar a él, va a depender de la creatividad interna y eso será la diferencia de la marca con otras. Seguir innovando y actualizando en lo referente al objeto social de la empresa.

Es necesario adquirir un pensamiento positivo y estratégico para el triunfo, se hacen las cosas no solo por obtener resultados, sino conglomerar una serie de aditamentos al factor humano y su desarrollo. Si se quiere al personal o miembros de la plantilla organizacional, ese simple gesto será suficiente para ir encadenando el éxito.

Luego, el satisfacer las necesidades básicas, aquí se puede incluir aquellos quienes dejan réditos, se habla del cliente, aquel necesario para repensar nuevas ideas y entregárselas con todas las exigencias. Si se deja de soñar y de tener necesidades se va perdiendo en la vida.

Una vez se ha perdido el miedo al fracaso nada impedirá llegar al triunfo en los negocios, pues ya se sabe el gusto y la pasión en seguir perseverando.

No dejar de ser estrategia, siempre en la aplicación e implementación de estrategias de formación e innovación empresarial, investigando en las tendencias del mercado y los posibles requerimientos de éste para futuros años.

Y como tal, tener vivo el espíritu emprendedor como fenómeno para iniciar cambios en los procesos internos y externos, esto ayudará en el inicio del recorrido empresarial para que ayude a generar el cambio tan necesitado por la sociedad para transformar el mundo.

9. RECURSOS DE LA INVESTIGACIÓN

9.1. RECURSOS HUMANOS

Se pretende vincular recurso humano vital para dar conclusión a esta historiografía junto al empresariado objeto de estudio y a los autores de esta investigación.

9.2. RECURSOS MATERIALES

En esta propuesta de investigación se usarán libros, revistas y otros documentos relacionados con el tema objeto de estudio, tales como computador e impresora, servicio de conexión a Internet, papelería y útiles de oficina, grabadora, memorias de almacenamiento de información.

9.3. RECURSOS INSTITUCIONALES

Básicamente está inmerso el banco de trabajos de grado Universidad de Cundinamarca Programa Administración de Empresas, archivos reservados de ilustres escritores, Motores de búsqueda en Internet y redes de revistas especializadas.

9.4. RECURSOS FINANCIEROS

Tabla 4. Recursos requeridos en la investigación.

CONCEPTO	CANTIDAD	VR UNITARIO	VR TOTAL
Matrícula	1	700.000	700.000
Asesorías	1	200.000	200.000
Cámara digital fotografías	1	350.000	350.000
Servicios de digitación	global	global	50.000
Memorias USB	1	25.000	25.000
Fotocopias	200	100	20.000
Papelería y útiles	global	global	10.000
Transportes	global	global	80.000
Servicio de Internet	10	1.000	10.000
Servicio de impresión	200	200	40.000
Subtotal			1.485.000
Imprevistos	15%		222.750
TOTALES			1.707.750

Fuente. Los autores.

10. IMPACTOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Se ha logrado implicar el mejoramiento significativo en el pensamiento del empresario al evocarle la sustentabilidad comercial, hacer buen uso de los recursos habidos del interior y exterior.
- Se sustenta el planteamiento esencial de todas las características del negocio para ser aprovechadas en la obtención de resultados positivos. Se ha logrado enfatizar el pensamiento estratégico para alcanzar los objetivos sin temerle al cambio o al fracaso.
- Se ha enmarcado una serie de relatos del empresario para mencionarlos intraorganizacionalmente, por cuanto si se piensa igualmente entre todos, existirá la certeza de avanzar con trascendencia y positivismo.
- De la misma manera, se hizo énfasis para que el empresario siempre piense en los colaboradores y en los clientes como piezas fundamentales para alcanzar metas y satisfacer necesidades empresariales.
- Un cambio en el resultado de un proceso (productos típicos de pescadería y bebidas frías). Este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas utilizadas y dependen en gran medida, de la persona o personas que las ejecutan. Este cambio ocurre en los procesos y productos, no en las personas o grupos.
- Impacto en la superación y capacitación para transformar el comportamiento y el desempeño profesional de todos los miembros del establecimiento junto a los resultados organizacionales y los cambios que tienen carácter duradero y significativo.
- Énfasis en los propósitos de la empresa y el compromiso hacia la calidad ambiental.
- La evaluación de impacto en general se define como la valoración de los resultados de la aplicación de una acción en un grupo, se indaga en todo tipo de efectos, tanto los buscados, de acuerdo con los objetivos de la acción, como otros no planificados, ellos pueden ser de tipo económico, ambiental, legal, etc.

11. CONCLUSIONES

- Una vez analizado el origen y evolución de la Empresa Restaurante Club 60, fundamentado en relatos personales de su fundador, se ha logrado estudiar su comportamiento y los factores influyentes de consolidación empresarial, tales como predominio de valores inculcados en familia, visión empresarial y trabajo en equipo con todos los miembros de la organización.
- Cuando se recopiló la historia de vida de la fundación del Restaurante Club 60 por medio de testimonios permitieron conocer el estilo organizacional, perfil social e ideología empresarial.
- Luego de haber dimensionado el papel de la empresa en el área económica y social se apropiaron las evidencias para ser tenidas en cuenta en la vida empresarial y así hacerle frente al manejo de riesgos, amenazas, oportunidades, innovación y emprendimiento.
- Se logró perfilar las breves enseñanzas de la vida empresarial con base en la recopilación de información y del legado relevante de esta empresa para futuros emprendedores.
- Se logró tomar apuntes de los orígenes y relatos secuenciales mediante metodología científica, donde se recopilaron todos los datos correspondientes al objeto de estudio.
- Se conocieron los distintos aspectos característicos y vivenciales de los hechos y del ciclo de vida, los cuales permitieron su permanencia y consolidación empresarial desde 1964 hasta 2015 en el Municipio de Flandes.
- Se ha destacado los aportes sociales y económicos al entorno donde converge la organización, adecuaciones de vías, reforestación, ambientalización del lugar, promoción en el cuidado del Río Magdalena y guianza turística.
- Se pudo concluir que la historiografía empresarial debe desprender conocimiento y estar basada en una realidad social concreta.

12. RECOMENDACIONES

- Se debe seguir trabajando en atraer clientela de tipo femenino, debido al consumo que este género de visita el establecimiento frecuentemente. Se entiende allí se congregan parejas a disfrutar de un momento y experiencia agradable del día. Por lo general, son las mujeres quienes más visitan al establecimiento gastronómico y turístico.
- Se debe trabajar en las exigencias de los clientes en cuanto a atención del servicio y calidad en la presentación de los productos para seguir avanzando en competitividad, precio y producto.
- No descuidar los aspectos en la vivencia de momentos y experiencias positivas por el ambiente locativo, el paisaje turístico, los alimentos ofrecidos, celebraciones familiares y ante todo, por la excelente atención y prestación del servicio.
- Se debe ofrecer el portafolio de productos a todos los clientes, así ellos no lo requieran, esto; por el simple hecho de protocolo, glamour, etiqueta y mostrar calidad en el servicio.
- Seguir perfeccionando la atención del servicio al cliente, seguir en el rumbo de la calidad tanto del servicio como el ofrecimiento de productos óptimos a todos los clientes y turistas que visitan el establecimiento.
- Dar inicio al otorgamiento de promociones y ofertas a los clientes. Vale la pena aconsejar a los propietarios el precisar el otorgamiento de promociones o descuentos a aquellos clientes y turistas quienes tienen mayor afluencia al establecimiento, con el fin de agradecer la constancia en preferir y consumir los productos.
- Seguir implementando la calidad como eje central para el crecimiento de la organización. El establecimiento debe seguir avanzando en competitividad, responsabilidad social y reconocimiento empresarial. Sin lugar a dudas, el servicio debe ser vital en la consecución de objetivos empresariales y atraer clientes potenciales quienes dejan ingresos para el crecimiento económico de la empresa y fomentar el empleo en esta región del Departamento del Tolima, además, el de trascender en el tiempo como una organización importante y reconocida.
- Repercutir en la imagen empresarial frente a la proyección del establecimiento gastronómico y ésta siga siendo positiva en cuanto es un lugar agradable, bueno, excelente y sobresaliente para disfrutar momentos en familia cualquier fecha y ocasión.

- No descuidar las características inherentes al entorno, la buena atención, el sitio agradable y ameno, los alimentos en estado saludable, higiénico y con buena presentación. Al ser turístico el establecimiento, es un punto a favor para seguir en la senda crecer en tales aspectos con calidad y excelente servicio al cliente.
- Ampliar la gama de productos para que los clientes y turistas no visiten otro lugar y consuman aquí los productos en el negocio.
- Implementar un proceso de capacitación integral que comprenda; procesos de inducción, códigos de ética y comportamiento; capacitación operativa; calidad del servicio, políticas de sostenibilidad (conservación de los recursos naturales); seguridad turística; primeros auxilios; como brindar información al turista de los conocimientos básicos del entorno.
- Evaluar el personal a fin de medir el cumplimiento de las metas en el programa de capacitación, así mismo, los cambios de actitud dados en el resultado de la evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- BEJARANO, Jesús Antonio. "Guía de perplejos: una mirada a la historiografía colombiana". Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura. 24: 283-329. 1997.
- DÁVILA, Carlos. 1986. El empresariado Colombiano: Una Perspectiva Histórica. Bogotá: Universidad Javeriana.
- GARAY, Luis Jorge. Grupo Andino y proteccionismo. Contribución a un debate, Editorial Pluma, Bogotá, 1979.
- GARAY, Luis Jorge, "Política comercial estratégica y cooperación internacional: un viejo debate bajo una nueva visión analítica", en Garay, Luis Jorge (ed.), Estrategia industrial internacional, Fescol, Santa Fe de Bogotá, 1992.
- GROSSMAN, G M" "Strategic Export Promotion A critique". en p Krugman (ed.), Strategic Trade Policy and the New International Economics, The MIT Press, Cambridge, 1986.
- "Historia Empresarial de Colombia, estudios, problemas y perspectivas". Monografías de Administración. 20: 1-104. 1991.
- KRUEGER, A" Foreign Trade Regimes and Economic Development Liberalization Attempts and Consequences, NBER, 1978.
- KRUGMAN, p" "Introduction", en p Krugman (ed.), Strategic Trade Policy and the New International Economirs, The MIT Press, Cambridge, 1986.
- La Historiografía Empresarial en América Latina (1990-2005). Trabajo presentado en el Coloquio internacional los estudios empresariales en México (1995-2005). Revisión y cotejo con América Latina, diciembre 5, México. 2007.
- MACHLUP, F" A History of Thought on Economic Integration. The MacMillan Press, London. 1977.
- MICHAELY, M" Lessons of Experience in the Developing World, 1978.
- ZULUAGA, Julio César. HiSTOReLo. Revista de Historia Regional y Local Historiografía empresarial e industrial sobre el Valle del Cauca, 1950-2007.

- ZULUAGA, Julio César. 2007. La historiografía económica sobre el Valle del Cauca Siglos XIX y XX. Un acercamiento cuantitativo. Trabajo de grado, Universidad del Valle.

ANEXOS

Anexo A

FORMATO ENCUESTA REALIZADA EMPRESARIO RESTAURANTE CLUB 60

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA HISTORIOGRAFIA DEL EMPRESARIADO Abril de 2016

La siguiente encuesta tiene como objetivo medir la expectativa del servicio al cliente del Restaurante Club 60 frente a los turistas locales y extranjeros quienes visitan al establecimiento. Se Agradece la participación en la proporción de la siguiente información.

Sexo: F M

1. ¿Qué es lo mejor exigido al momento de adquirir productos del Restaurante Club 60?
Calidad Precio Buena atención Todas anteriores

2. ¿Ha tenido experiencias y momentos amenos como cliente?
Si No ¿Por qué? Buena atención

3. ¿Cómo es la atención del servicio del Restaurante Club 60?
Excelente

4. ¿Le ofrecen el portafolio de productos al visitar el Restaurante Club 60?
Si No A veces

5. ¿Le han ofrecido ofertas, promociones o descuentos al visitar el Restaurante Club 60?
Si No A veces

6. ¿Cuál de estas definiciones es para usted clave del Restaurante Club 60?
Competitividad Responsabilidad Calidad
Reconocimiento Servicio Ninguna

7. ¿Cuál es para usted la imagen que proyecta el Restaurante Club 60?
La imagen que proyecta es de una gran trayectoria que se mantiene a través de los años

8. ¿Ha tenido que visitar otro establecimiento por la deficiente prestación del servicio al cliente del Restaurante Club 60?
Si No ¿Por qué?

9. ¿Cómo cataloga al Restaurante Club 60 y por qué?
Es la primera vez que vengo pero me baso en muy agradable y excelente el sabor es muy suficiente la presentación.

Grazias por su colaboración.

Anexo B

FORMATO HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO

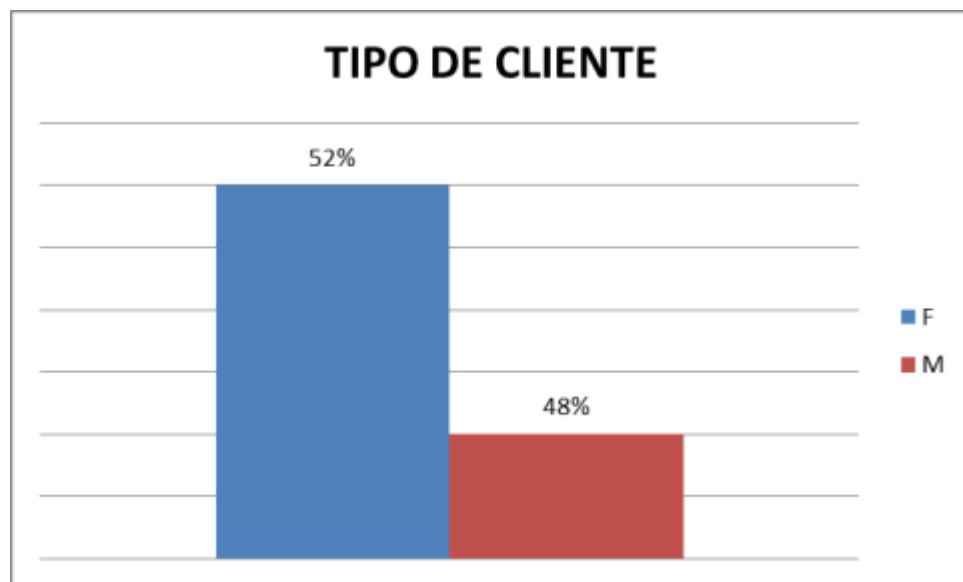
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	HISTORIOGRAFÍA DEL EMPRESARIADO	Abril de 2016
ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN DE FACTORES DE ÉXITO Empresariado Restaurante Club 60		
1.	Año de fundación	1964 — Antes ya existía Rodrigo Cardenas y Leon Posada ya rivales.
2.	Principales fundadores	Maria Avinas Joaquin Curuatal.
3.	De dónde provienen los fundadores	Chaparral - Alcaó - Girardot. Sur del Tolima.
4.	Cómo se llamaban los padres de los fundadores	Honorio Curuatal. Edelmira Suminto. Joaquin Posada Castro Ana Polonio Cespedes. Avinas
5.	A qué se dedicaban, mencionar todas las actividades	comerciantes. Maria Sastre. Comerciantes. Joaquin.
6.	Nivel académico cursado y alcanzado	6º Bachillerato. Marie Profesional. Joaquin Economista.
7.	¿Cuántos hijos tuvieron los padres y cómo se llaman?	12 hermanas 5 varones 7 nietos.
8.	¿Qué nivel de estudios tuvieron sus hijos?	Todos profesionales.
9.	¿Cuáles eran los primeros servicios ofrecidos por el restaurante?	Comidas pescadería típica Region y otros.
10.	¿Cuáles fueron los motivos o causas que los hicieron pensar en el Municipio de Flandes?	un solo les ofreció el restaurante y el centro económico que era Girardot y Flandes.
11.	¿Cuáles eran las condiciones políticas, económicas y sociales anteriormente para constituir el restaurante?	violencia partidista. Puerto Floreal Pequeño, Sociedad Adinerados no había delincuencia feminas Estratos 1,2,3.
12.	¿Cómo y dónde surgió la idea de negocio?	Realizando Actividades laborales propias de su profesión conoce a don Rodrigo y Leon que le ofrecen en venta el restaurante.
13.	¿Con cuánto capital iniciaron operaciones?	30 millones costo restaurante y unos 50 millones a lo largo del tiempo para Arreglos locativos y Remodelaciones
14.	¿Quiénes eran los principales proveedores?	Jose Wilches - vendedor pescado / Laseosas Sol Locavota. Botavita Nubia Cardenas Comerciante Lilia Rojas vende pescado.

DESARROLLO DISEÑO METODOLÓGICO

Encuesta⁴⁸ Realizada para medir la expectativa del servicio al cliente del Restaurante Club 60

Pregunta. Género por Cliente

SEXO	CANTIDAD	%
Femenino	26	52%
Masculino	24	48%
TOTAL	50	100%

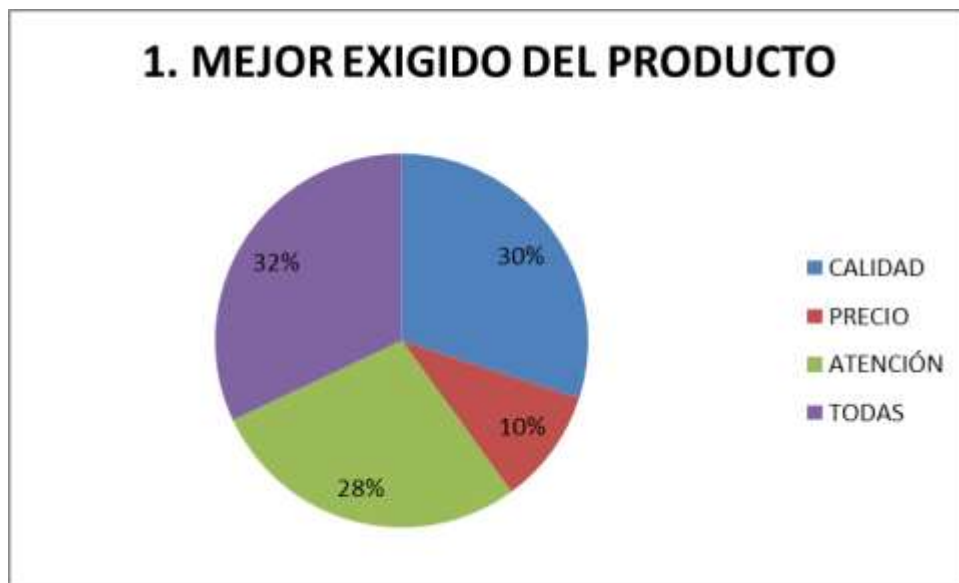


Análisis. Se destaca de esta gráfica el aspecto sobresaliente de la visita de familias del género femenino y masculino. Se entiende allí se congregan parejas a disfrutar de un momento y experiencia agradable del día. Por lo general, son las mujeres quienes más visitan al establecimiento gastronómico y turístico.

⁴⁸ Ver ANEXOS. FORMATO ENCUESTA REALIZADA AL EMPRESARIO RESTAURANTE CLUB 60

Pregunta 1. Lo mejor exigido al momento de adquirir productos

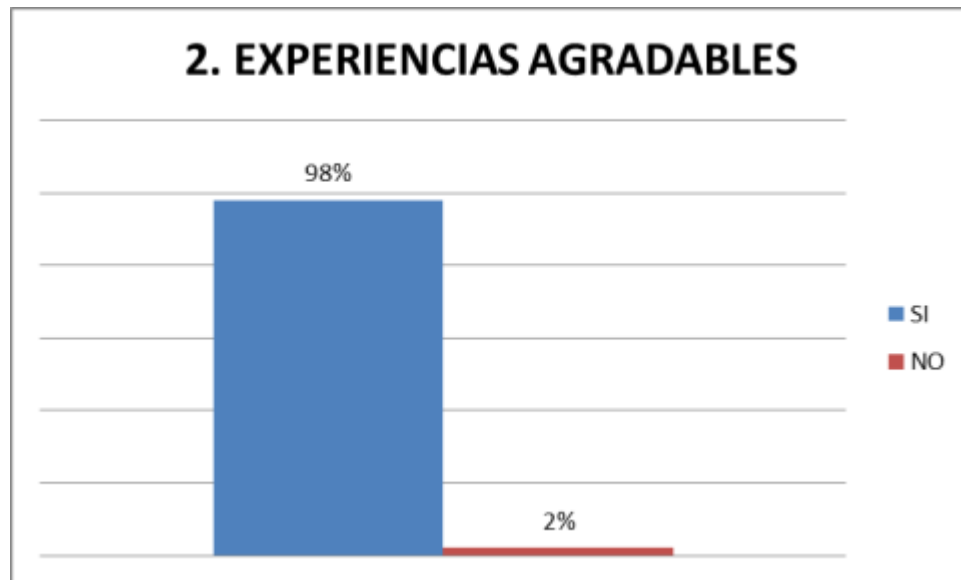
1. MEJOR EXIGIDO PRODUCTO	CANTIDAD	%
CALIDAD	15	30%
PRECIO	5	10%
ATENCIÓN	14	28%
TODAS	16	32%
TOTAL	50	100%



Análisis. Se observa de la anterior gráfica cómo los clientes exigen del establecimiento aspectos de calidad y excelente atención en la presentación de los productos. Se denota como un 32% de los encuestados son más exigentes solicitando todos los aspectos mencionados y por ende se les debe satisfacer en su totalidad y seguir avanzando en competitividad, precio y producto.

Pregunta 2. Ha tenido Experiencias y Momentos Agradables

2. EXPERIENCIAS Y MOMENTOS	CANTIDAD	%
SI	49	98%
NO	1	2%
TOTAL	50	100%



Análisis. Se destaca en la mayoría de los encuestados su respuesta asertiva en la vivencia de momentos y experiencias positivas por el ambiente locativo, el paisaje turístico, los alimentos ofrecidos, celebraciones familiares y ante todo, por la excelente atención y prestación del servicio.

Pregunta 3. Atención del servicio al cliente

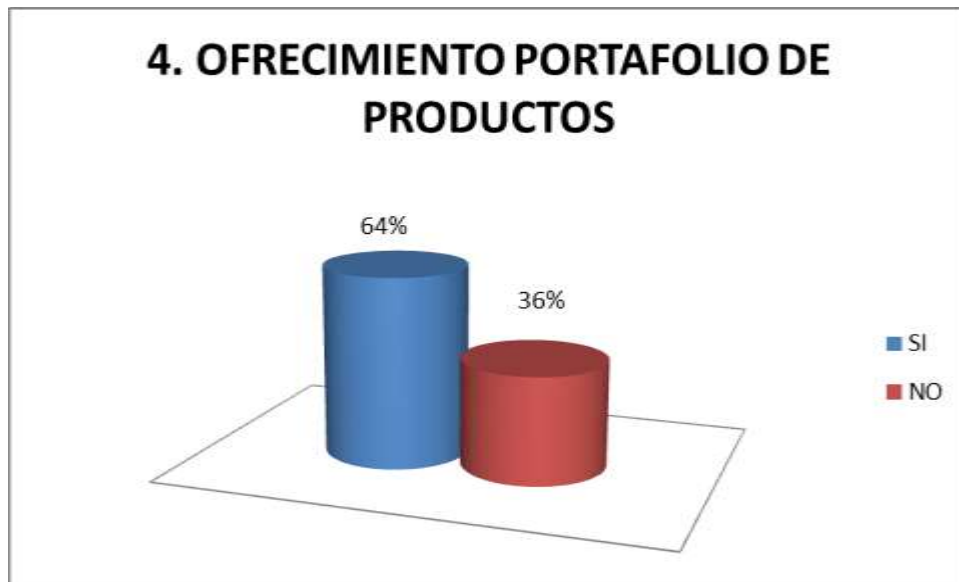
3. ATENCIÓN DEL SERVICIO	Cantidad
excelente, sobresaliente	50



Análisis. Se destacan enunciados positivos por parte de los encuestados al manifestar el excelente y sobresaliente atención del servicio al cliente. Lo anterior indica seguir en el rumbo de la calidad tanto del servicio como el ofrecimiento de productos óptimos a todos los clientes y turistas que visitan el establecimiento.

Pregunta 4. Ofrecimiento Portafolio de Productos

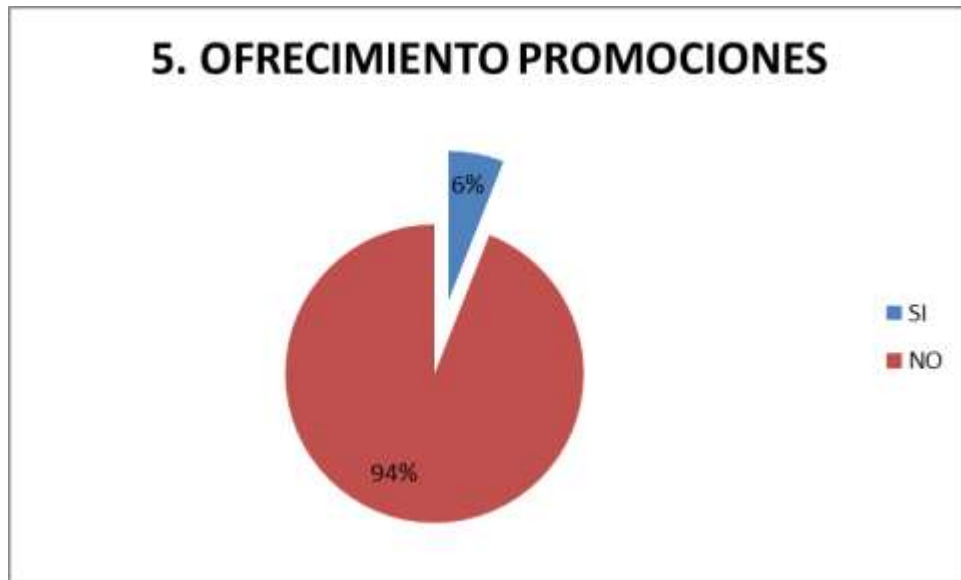
4. OFRECIMIENTO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	%
SI	32	64%
NO	18	36%
TOTAL	50	100%



Análisis. Se destaca de la anterior gráfica un ítem importante para tener en cuenta cada día de servicio. Se debe ofrecer el portafolio de productos a todos los clientes, así ellos no lo requieran, esto; por el simple hecho de protocolo, glamour, etiqueta y mostrar calidad en el servicio.

Pregunta 5. Ofrecimiento Promociones

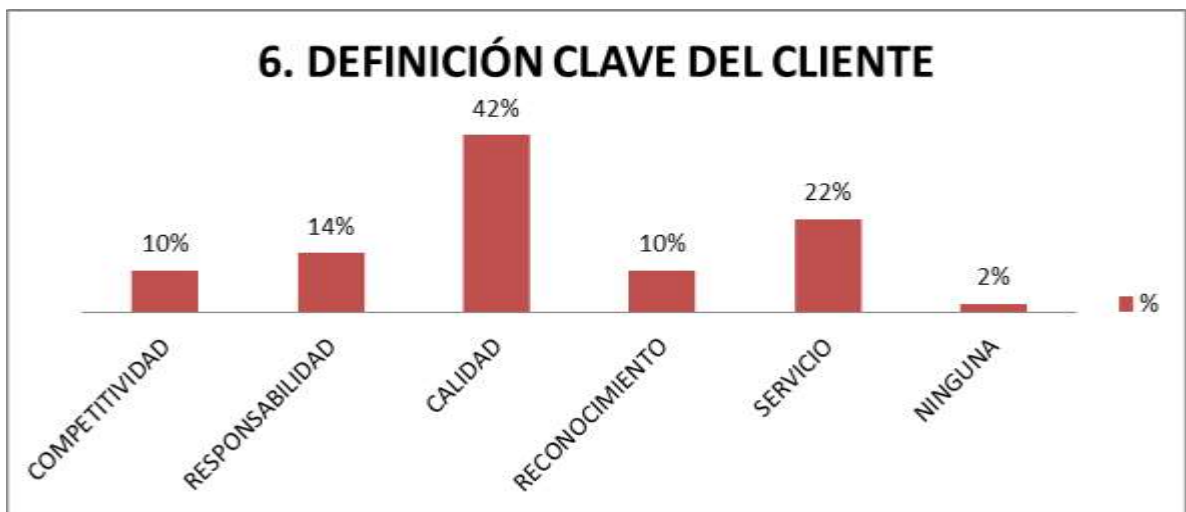
5. OFRECIMIENTO PROMOCIONES	CANTIDAD	%
SI	3	6%
NO	47	94%
TOTAL	50	100%



Análisis. De la anterior gráfica se destaca la falta de promociones y ofertas a los clientes. Vale la pena aconsejar a los propietarios el precisar el otorgamiento de promociones o descuentos a aquellos clientes y turistas quienes tienen mayor afluencia al establecimiento, con el fin de agradecer la constancia en preferir y consumir los productos.

Pregunta 6. Definición clave del cliente

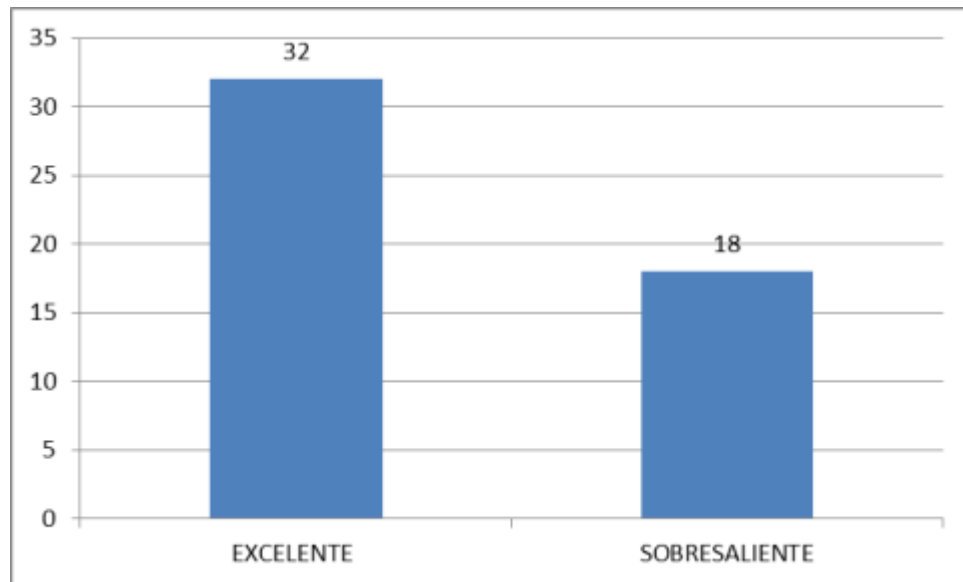
6. DEFINICIÓN CLAVE PARA EL CLIENTE	CANTIDAD	%
COMPETITIVIDAD	5	10%
RESPONSABILIDAD	7	14%
CALIDAD	21	42%
RECONOCIMIENTO	5	10%
SERVICIO	11	22%
NINGUNA	1	2%
TOTAL	50	100%



Análisis. Se destaca de la anterior gráfica la calidad como eje central para el crecimiento de la organización. El establecimiento debe seguir avanzando en competitividad, responsabilidad social y reconocimiento empresarial. Sin lugar a dudas, el servicio debe ser vital en la consecución de objetivos empresariales y atraer clientes potenciales quienes dejan ingresos para el crecimiento económico de la empresa y fomentar el empleo en esta región del Departamento del Tolima, además, el de trascender en el tiempo como una organización importante y reconocida.

Pregunta 7. Imagen proyectada

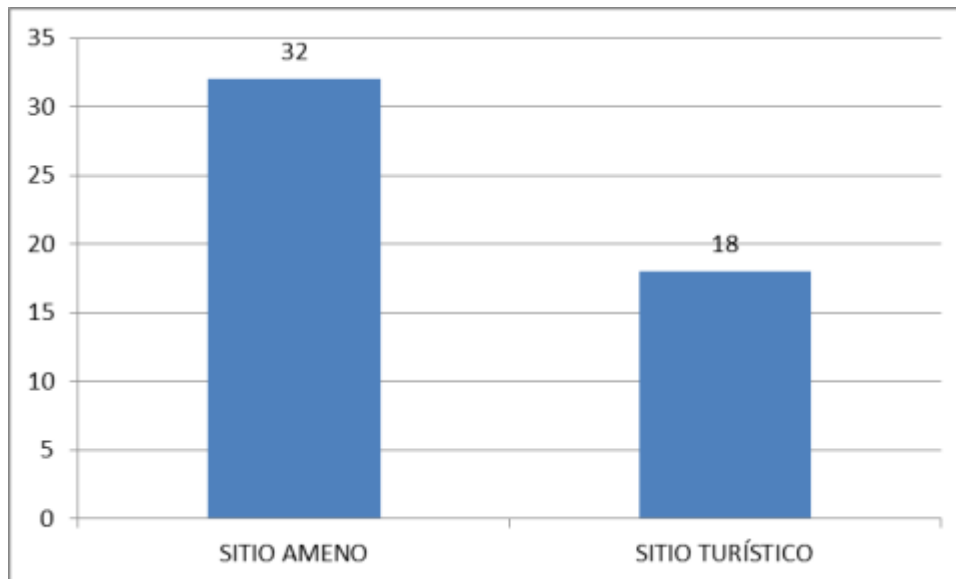
7. IMAGEN PROYECTADA	Cantidad
agradable y bueno	50



Análisis. Se destaca de los encuestados su imagen frente a la proyección del establecimiento gastronómico y es para ellos positiva en cuanto es un lugar agradable, bueno, excelente y sobresaliente para disfrutar momentos en familia cualquier fecha y ocasión.

Pregunta 8. Aspectos de los clientes

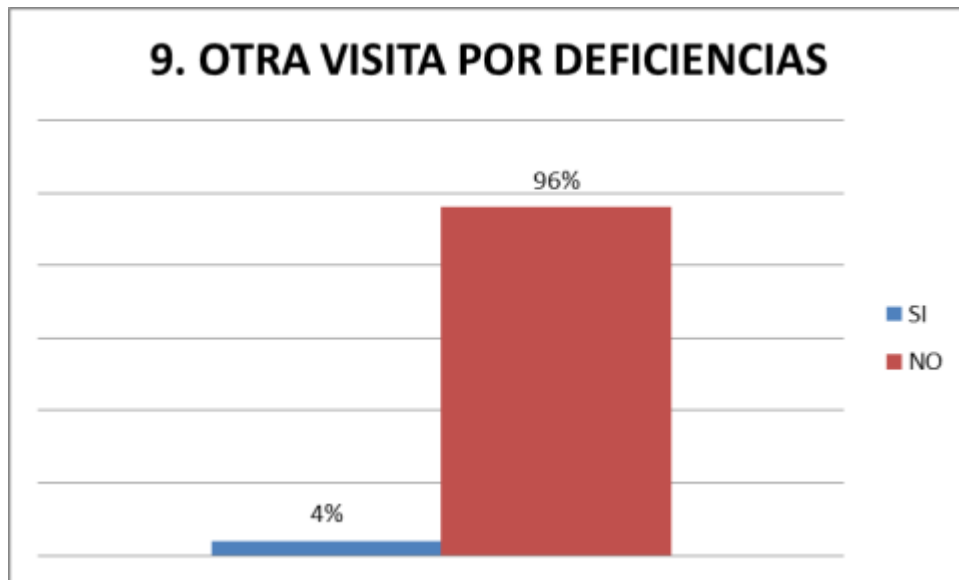
8. ASPECTOS DE CLIENTES	Cantidad
sitio agradable, buenos alimentos, buena atención,	50



Análisis. Sobresale de la anterior gráfica, quienes los encuestados manifiestan las características inherentes al entorno, la buena atención, el sitio agradable y ameno, los alimentos en estado saludable, higiénico y con buena presentación. Al ser turístico el establecimiento, es un punto a favor para seguir en la senda crecer en tales aspectos con calidad y excelente servicio al cliente.

Pregunta 9. Otra visita por deficiencias

13. OTRA VISITA POR DEFICIENCIAS	CANTIDAD	%
SI	2	4%
NO	48	96%
TOTAL	50	100%



Análisis. Sobresale de la anterior gráfica, al manifestar los encuestados no visitar otro lugar para consumir productos, tal hecho es realizado por las características propias que allí reciben con amabilidad y cordialidad por parte de los colaboradores y propietarios.