

January 2001

La formación en proyectos personales de vida empresarial

Héctor H. Murcia Cabra

Universidad de La Salle, Bogotá, revista_uls@lasalle.edu.co

Claudia P. Álvarez

Universidad de La Salle, Bogotá, revista_uls@lasalle.edu.co

Aquileo Parra Arteaga

Universidad de La Salle, Bogotá, revista_uls@lasalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

Citación recomendada

Murcia Cabra, H. H., C.P. Álvarez, y A.Parra Arteaga (2001). La formación en proyectos personales de vida empresarial. Revista de la Universidad de La Salle, (32), 63-74.

This Artículo de Revista is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Revista de la Universidad de La Salle by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

LA FORMACIÓN EN PROYECTOS PERSONALES DE VIDA EMPRESARIAL

EXPERIENCIA DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE

Héctor H. Murcia Cabra

*Decano de la Facultad de Administración de
Empresas Agropecuarias de la Universidad de La Salle*

Claudia P. Álvarez y Aquileo Parra Arteaga

*Profesores de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias
de la Universidad de La Salle*

Colombia es un país con grandes problemas laborales que aquejan en gran parte a una población joven y preparada que cada día encuentra menos posibilidades personales y profesionales. El Estado y todos los estamentos de la sociedad tienen la tarea de educar para generar progreso; pero hacerlo en un ambiente investigativo y aplicado a la realidad. Fomentar una cultura empresarial permitirá generar fuentes de empleo y, por consiguiente, de desarrollo. En la educación universitaria deben aplicarse estrategias empresariales en todas las carreras. Así se crearan las herramientas que permitan a los futuros egresados ser profesionales integrales, que contribuyan al mejoramiento de las condiciones de vida individuales y sociales, mediante la creación de proyectos personales de vida empresarial.



En Colombia se habla constantemente de la existencia de problemas en el mercado laboral. Esta situación se evidencia en factores como los siguientes:

a. *Desempleo*, cuyos indicadores negativos aumentan día a día y se presentan en el país, en general, y en muchos de sus municipios, en particular. Las cifras actuales confirman esta situación alarmante de la vida nacional.

b. *Subempleo o "empleo disfrazado"*, que se aprecia en la cantidad de gente que hace cosas diferentes a aquellas para las que estudió o se preparó, simplemente para buscar en qué emplear su mano de obra y ganarse la vida.

c. *Deterioro de ingresos de personas empleadas*, reflejado en la disminución de los sueldos y salarios en términos reales frente a los costos de vida. Hoy se vive esta desagradable situación y se evidencia en la creciente escasez de dinero para satisfacer las necesidades esenciales o incluso para ahorrar.

d. *Tendencia al decrecimiento de las entidades*, enmarcadas en lo que se ha conocido como "modernización empresarial", que entre algunas de sus secuelas ha llevado a que se

presente el caso de terminar contratos de trabajo con muchos empleados por medio de estrategias de "indemnización" y "arreglo de contrato", sin proporcionarles preparación para su acción empresarial futura. Como resultado de estas tendencias salen a la calle gran cantidad de personas, muchas de las cuales con edades superiores a los cuarenta años, con mínima o casi nula formación empresarial, pues, o no la recibieron en su formación educativa básica, o no tuvieron la oportunidad de refrescarse o actualizarse dentro de la actividad en la que se concentraron.

Estos puntos, unidos a los problemas generales que presenta la economía y que hoy se hacen notorios en el cambio paulatino de los hábitos de vida (consumo, ahorro, etcétera.) hacia niveles cada vez más bajos, llevan a considerar que las condiciones de empleo y de vida se deterioran cada día más.

Ante estas situaciones se ha reafirmado la urgencia de fortalecer la formación empresarial de personas de todas las edades, para que sus principios y conceptos hagan parte de los valores esenciales de que disponen.

La crisis exige buscar opciones de desarrollo personal y empresarial aplicables en diferentes posibilidades que deben ser analizadas en forma ágil para que se puedan aplicar con prontitud. Estas líneas de acción pueden ser planteadas más adecuadamente si se cuenta con una capacitación actualizada sobre la manera de formular propuestas empresariales de pronta ejecución.

1. LOS JÓVENES: POTENCIAL DE DESARROLLO

La juventud, es decir aquellas personas con edades entre los 15 y los 24 años, constituye aproximadamente el 20% de la población mundial¹ y el 19.9% del total de habitantes de Colombia (para el año 2002); de esta cifra, más de la mitad se encuentra concentrada en las zonas urbanas.²

Es la juventud una población que enfrenta los problemas que aquejan a la sociedad colombiana en general pero que además es mucho más vulnerable en aspectos como el contagio de enfermedades, el alcohol, la droga, la violencia y el desempleo. En este último punto, el del desempleo, es donde se aprecia que los jóvenes encuentran condiciones más desfavorables; ejemplo de ello es que, si se analiza por edades se encuentra que

en la población joven la tasa de desocupación sube al 70% para los hombres y en el caso de las mujeres alcanza el 90%. Esta situación ha llevado a que cada día se acreciente la permanencia de los jóvenes en sus hogares paternos ante la escasez de oportunidades laborales.

Pero el problema no sólo radica en el acceso a los empleos, sino también en la remuneración, puesto que los jóvenes que consiguen trabajo se ven sujetos a salarios inferiores al resto de la población y sus posibilidades se ven aún más limitadas si su educación ha sido escasa, además que se esgrime la falta de experiencia como una restricción a su posible ocupación.

Si bien es cierto que los problemas citados corresponden no solamente a una crisis nacional, sino mundial, originada en los actuales sistemas económicos que acentúan más las diferencias y la desigualdad, no se puede dejar solamente en manos del Estado la función de velar y propender por un mejor futuro para todos. El sistema educativo y particularmente las universidades pueden y deben contribuir a la disminución de estas condiciones, que naturalmente conducen a un país a la pobreza y al subdesarrollo.

Es en el aula donde se gestan los futuros líderes, donde los estudiantes encuentran los conocimientos, ambientes y herramientas que les permitirán construir sus

¹ Dane. Estadísticas de población y desempleo. En <http://www.dane.gov.co>.

² FAO. La Juventud. En www.fao.org/ruralityouth.

sueños. Entonces el papel del educador como guía será el de fortalecer los procesos educativos, de tal modo que los jóvenes realmente hallen las condiciones adecuadas para cumplir a cabalidad sus propósitos.

Propiciar el liderazgo y la creatividad empresarial en los estudiantes de todas las edades y de cualquier carrera profesional, facilitará la búsqueda de soluciones innovadoras con espíritu investigativo a los múltiples problemas que puedan encontrar en su vida, tanto personal como profesional. La innovación será entonces la ventaja competitiva de estos jóvenes, su arma de batalla y su respuesta a un mundo en constante cambio.

De ser ello así, se estaría conformando una cultura empresarial dentro de la cual los futuros egresados de las universidades serán menos afectados por los índices de desocupación, puesto que en sus manos estará la posibilidad de generar empleo para sí y para otros, mediante la creación de proyectos empresariales.

No sobra resaltar que en estas edades el hombre tiene una mayor energía, dinamismo, empeño y deseos de triunfar. Es esencial aprovechar todos estos factores y ayudar a construir un futuro deseable, que de hecho estará en manos de estos jóvenes que no sólo serán la gran masa productiva a corto plazo, sino el mayor ejemplo para las próximas generaciones.

2. FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA NO DEPENDER DE HOJAS DE VIDA

La educación se ha dirigido tradicionalmente a formar a las personas para un panorama de empleo en el que se orientan los egresados primordialmente a buscar puesto en las entidades públicas y privadas que se relacionan con el objetivo básico de su carrera. Este enfoque ha sido calificado por algunas personas como el de la

El sistema educativo y particularmente las universidades pueden y deben contribuir a la disminución de estas condiciones, que naturalmente conducen a un país a la pobreza y al subdesarrollo.

“empleomanía”, dentro del cual se prepara para “repartir hojas de vida”, principalmente.

Si en las actuales circunstancias se observa que el empleo tradicional escasea, tanto por los crecientes índices de desocupación ya mencionados, como por las dificultades que afrontan las empresas dentro de los escenarios de recesión económica y social en que se debaten (como sucede en la situación colombiana), el conseguir empleo en empresas ya establecidas no se puede tomar como meta definitiva de vida para una persona.

Ante estas circunstancias cobra importancia la necesidad de despertar en los seres humanos la conciencia de no esperar respuesta a sus necesidades de ocupación en las fuentes tradicionales de empleo y pensar más bien en la posibilidad de fortalecer sus capacidades personales de generación y consolidación de iniciativas empresariales en su propio beneficio y de quienes constituyen su entorno familiar. Se parte de la base de que todas las personas tienen cualidades y características que deben ser aprovechadas.

Así mismo, es importante comprender que todo entorno, como el colombiano, tiene oportunidades que ofrecer; pero éstas deben ser identificadas por cada persona y aprovechadas para gestar

proyectos empresariales que le sirvan para desplegar sus fortalezas individuales.

3. DIMENSIÓN EMPRESARIAL DENTRO DEL PROYECTO DE VIDA

Tradicionalmente se menciona el concepto de proyecto de vida como un aspecto esencial para el ser humano dentro del cual se destacan sus dimensiones espirituales, eco-sociales y psicoafectivas, entre otras.

Se ha sugerido incorporar el adjetivo empresarial al proyecto personal de vida de acuerdo con una concepción holística y moderna de empresa, entendida no sólo como una forma de lucro, sino como una alternativa para que la persona se vea también como un sistema en el que se deben obtener además otras motivaciones y metas adicionales a las planteadas en las dimensiones ya contempladas.

Estas dimensiones complementarias pueden ser analizadas dentro de aspectos como:

- a. Motivaciones y metas personales, que pueden ser diferentes para los proyectos de vida de los seres humanos en función de sus intereses específicos, de la edad en que se encuentren y de las fortalezas individuales de que disponen en términos de conocimientos, iniciativas, convicciones y cualidades creativas.

b. Motivaciones y metas económicas y financieras, que se encuentran también en diversas etapas de la existencia de las personas.

c. Motivaciones y metas familiares, pues el logro de los objetivos personales de vida significa también alcanzar beneficios familiares que no se podrían conseguir con las actividades tradicionales, casi siempre de tinte individualista.

d. Metas espirituales, que se proponen abundantemente en el concepto clásico del proyecto de vida pero que se refuerzan conociendo que muchos empresarios desarrollan acciones en beneficio de una comunidad o colectividad en general.

Por lo tanto, se considera que es pertinente ayudar a las personas a definir objetivos básicos para la elaboración de un PROYECTO PERSONAL DE VIDA EMPRESARIAL, que les permita satisfacer sus diversas motivaciones y que sea lo suficientemente flexible y posible de realizar.

Se reafirma entonces que toda persona debe tener acceso a los conceptos empresariales esenciales que le permitan llevar adelante sus

motivaciones y metas dentro de una concepción integral de la "cultura", que acompañe sus valores de vida.

Este proceso metodológico se puede poner en marcha en la educación universitaria desde el primer semestre de la carrera, integrando al estudiante de lleno a la vida de su futura profesión desde estos instantes.

4. EXPERIENCIA DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE

El concepto de proyectos agropecuarios se ha venido vinculando a la actividad educativa desde hace varios años. Se enfocó originalmente como un proceso de capacitación denominado CICLO PEPA (Preparación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios) que se llevó a cabo en varios países de América Latina bajo el patrocinio de entidades como el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura -IICA- y el Banco Interamericano de Desarrollo - BID.

En marzo de 1975 se estableció en Costa Rica un curso de 40 horas de duración como parte del plan de estudios de una Universidad dictándose en el último semestre de estudios a manera de síntesis de diversas asignaturas relacionadas con la economía agrícola y la administración³.

³ Héctor, Murcia. *La Enseñanza del Curso de Preparación y Evaluación de Proyectos dentro del Plan de Estudios de una Universidad*. Desarrollo Rural en Las Américas, IICA, Costa Rica. Vol. IX No.3. septiembre-diciembre, 1997. Pág. 118-128.

Esta orientación ha sido ampliamente repetida en muchas ocasiones, reduciéndose aún más en tiempo y simplificándose su contenido para personas con diferentes niveles de preparación académica.

La Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad de La Salle en Colombia incorporó este curso dentro de sus planes de estudios, introduciéndolo también en sus últimos semestres académicos, en especial a partir de 1982⁴. Como innovación, a partir de 1999, incluyó diversos contenidos relacionados con este tema en el primer semestre de estudios dentro de asignaturas relacionadas con la administración y en otras materias que contemplan módulos de presentación de la Carrera; igualmente, se incluyó esta orientación en los primeros módulos de sus eventos de educación continuada, consiguiéndose adecuados resultados tanto en la formulación y puesta en marcha de proyectos empresariales, como en una nueva actitud ante la vida de todos los estudiantes involucrados.

El proceso en esta Facultad se inicia en primer semestre con el curso de Creatividad Empresarial donde los estudiantes perfilan su primera idea de Proyecto Personal de Vida Empresarial el cual puede ser vinculado también con actividades de sus familiares. En los semestres siguientes se perfecciona este proceso, de acuerdo con una secuencia de adquisición de competencias académicas (que paulatinamente se tratan de convertir en competencias laborales, dentro de un proyecto de modernización curricular) con la incorporación de los conocimientos y conceptos que se van obteniendo dentro de las diversas asignaturas del plan de estudios.

Hacia el final de la Carrera los proyectos, también denominados estudios de inversión, se concretan por medio de una asignatura o espacio académico en el que

Toda persona debe tener acceso a los conceptos empresariales esenciales que le permitan llevar adelante sus motivaciones y metas dentro de una concepción integral de la "cultura", que acompañe sus valores de vida.

⁴ Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad de La Salle. *Planes de Estudio*. 1971 a 2001. Bogotá, Colombia.

se contribuye a materializar en forma integral y coherente los Proyectos de Vida Empresarial de los estudiantes.

Este es un proceso escalonado que acerca al estudiante en forma sistemática y ordenada a la solución de la problemática del empresario de cualquier sector, en la que se le presentan interrogantes como: ¿En qué invierto? ¿Existen condiciones favorables para invertir en el sector? ¿Dónde invierto? ¿Cuánto debo invertir? ¿Cuánto me rendirá la suma invertida? ¿Qué riesgo debo correr si emprendo el proyecto? Y, como éstas, otra serie de preguntas que le permitirán aclarar sus inquietudes sobre la factibilidad de su proyecto.

Bajo esta perspectiva el estudiante, al finalizar este proceso, será capaz de identificar, elaborar, evaluar y *emprender* proyectos en los sectores clave de la economía: el agropecuario y el agroindustrial, pero preferentemente en este último, ya que por sus características le permitirá agregar valor al producto de su proyecto, reducir su dependencia y aumentar su poder de negociación frente a quienes lo adquieren: mayoristas, minoristas y otros participantes de la cadena de comercialización. Finalmente, ampliar su participación en el precio final del producto.

Estas opciones conllevan beneficios de diversa índole: aumento de la

capacidad productiva del sistema económico en general, puesto que se trata de una iniciativa orientada a la inversión líquida; generación de empleo y de ingresos, la cual conducirá a reactivar la demanda; mayor utilización de los otros factores productivos: recursos naturales y capital y a mejorar el bienestar del consumidor colombiano al encontrar éste en el mercado productos de excelente calidad.

El desarrollo sistemático y ordenado de este proceso conduce al estudiante al conocimiento de la realidad y a la identificación de oportunidades de inversión en los sectores mencionados de una manera gradual y clara; como puede apreciarse a continuación:

a. El *análisis del entorno*, es decir el estudio de los factores que estarán fuera del proyecto, así como de las fuerzas, eventos y tendencias con los cuales interactuará, le permitirá identificar las oportunidades y amenazas potenciales del proyecto. La obtención de información básica, veraz y oportuna es de suma importancia para la elaboración de esta parte del proyecto, especialmente la relacionada con el análisis competitivo del mercado donde operará el proyecto.

b. El *estudio del mercado*, que le permitirá establecer en el corto y largo plazo si existen personas y/o

entidades, con poder adquisitivo, interesadas en adquirir un nuevo producto o uno ya existente pero susceptible de ser mejorado en su presentación o en sus características de sabor, utilidad, entre otros. Así mismo, el estudiante deberá conocer las condiciones en que se comportan los proveedores, la competencia y los canales de distribución del producto a ofrecer.

c. Mediante la elaboración del *estudio técnico* el estudiante deberá establecer las consideraciones de carácter técnico del proyecto en los aspectos relacionados con el tamaño óptimo o capacidad de producción, la ubicación, la mejor alternativa tecnológica, el proceso de producción y factores colaterales tales como la distribución de la planta, el cálculo de áreas y los diagramas de recorrido, entre otros.

d. Un aspecto clave que debe tener en cuenta el estudiante dentro de la elaboración del Proyecto es el atinente al *estudio de la organización de la Empresa* que debe proponer para su correcto funcionamiento. Es por esta razón que deberá llevar a cabo los estudios tendientes a establecer el nombre de la empresa, su naturaleza jurídica, su visión, misión y objetivos corporativos, sus opciones estratégicas, su formulación y la planeación estratégica, funcional y operativa. Así mismo, deberá elaborar los diferentes manuales que exige la operación normal de toda empresa.

e. El *estudio económico*, que deberá abordar una vez cumplidos los pasos anteriores, lo conducirá a determinar los diferentes desembolsos, en efectivo o en especie, hechos en el pasado, en el presente o en el futuro, comúnmente llamados costos y en los cuales tendrá que incurrir para el funcionamiento de su proyecto. Éstos se pueden dividir en costos de producción, de administración, de ventas y



financieros. El cálculo correcto de estos costos le asegurará al estudiante una mayor solidez a su proyecto.

f. El *estudio financiero*, que le permitirá al estudiante establecer las inversiones que requiere el proyecto, clasificadas en tres categorías: las inversiones fijas, las inversiones en capital de trabajo y las inversiones en activos nominales. Así mismo, como existen inversiones fijas depreciables deberá calcularlas, puesto que forman parte de la estructura de costos del proyecto. Será necesario también preparar el cronograma de inversiones, con el objeto de identificar las fechas claves para ciertos desembolsos durante el montaje del proyecto. Los recursos para la inversión, propios y de crédito también deberán especificarse, en especial los de crédito, ya que los organismos financieros exigen una serie de requisitos y compromisos que es necesario conocer de antemano.

Otros aspectos del *estudio financiero* se relacionan con el cálculo de los ingresos del proyecto, la elaboración de estados financieros pro-forma, la determinación del punto de equilibrio del proyecto y la

preparación de flujo de fondos del proyecto. El flujo de fondos permitirá al estudiante elaborar la *evaluación del proyecto*, con el propósito de establecer la factibilidad financiera del mismo, conociendo su tasa de interés de oportunidad (costo de capital) y empleando indicadores de evaluación como el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno y el Período de Recuperación de la Inversión, entre otros. Así mismo, podrá elaborar el análisis de sensibilidad del proyecto y analizar los riesgos inherentes al mismo, mediante el empleo de modelos probabilísticos.

g. Necesitará también medir los *beneficios del Proyecto*, desde diferentes ángulos: como programa de inversión y como programa de producción; sus efectos hacia atrás y hacia adelante, así como sobre las variables económicas, sociales y ambientales. Una vez establecida la factibilidad del proyecto el estudiante deberá proceder a elaborar el *plan de ejecución del Proyecto*, para lo cual diseñará una red PERT, CPM O LPU, en la cual considerará las actividades y los tiempos necesarios para el montaje y puesta en marcha de su proyecto.


h. Finalmente, como se trata de poner en marcha un *negocio nuevo*, haciendo uso de las herramientas de la mercadotecnia, el estudiante

diseñará su *plan de marketing*, el cual le permitirá realizar el *lanzamiento* de su proyecto y así presentarlo en "sociedad" ante sus consumidores.

Las anteriores consideraciones no dejan dudas de la estrecha relación entre el Proyecto de Vida Empresarial que desde el primer semestre promueve la Facultad y el espacio académico proyectos de inversión que se ofrece en el noveno semestre de la Carrera.

5. PROYECCIÓN DEL CONCEPTO DE PROYECTO PERSONAL DE VIDA EMPRESARIAL

Es claro que los Proyectos Personales de Vida Empresarial pueden ser desarrollados por cualquier persona y en cualquier etapa de su vida, como ha sido planteado en publicaciones específicas que tratan el tema y como se demuestra en diversos resultados que se han logrado con el uso de metodologías de investigación-capacitación-acción. Este enfoque se puede concretar si se incorpora a las actividades educativas formales para hacer que se fortalezcan los procesos de enseñanza aprendizaje con el uso de metodologías empresariales esenciales para todos los seres humanos.

Es evidente que dicho enfoque puede implementarse en todos los programas de una Universidad como complemento de los Proyectos Personales de Vida que se promuevan en la comunidad estudiantil, consiguiendo así los beneficios anteriormente expuestos y contribuyendo a la creación de una cultura empresarial que redunde en el crecimiento personal, familiar y social. 

Es claro que los Proyectos Personales de Vida Empresarial pueden ser desarrollados por cualquier persona y en cualquier etapa de su vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias, Universidad de La Salle. *Planes de Estudio*, Bogotá, Colombia, 1971 a 2001.

Murcia Cabra, Héctor. *La enseñanza del curso de preparación y evaluación de proyectos dentro del plan de estudios de una universidad*. Desarrollo Rural en las Américas. IICA, Costa Rica. Vol. IX No. 3. Septiembre - Diciembre 1977, Pág. 118 - 128.

Murcia Cabra, Héctor. *Proyectos personales de vida empresarial a cualquier edad*. Impresiones Punto Dorado, Bogotá, Colombia. Diciembre de 2000. 159 páginas.