

**Colección
Gestión,
Emprendimiento
e Innovación**

**Emprendedores,
empresarios:
si ellos pudieron usted
también.**

Autor
Omar Galindo Serrano



© **Universidad EAN**
Carrera 11 No. 78-47
Bogotá D.C., Colombia
2011

CONSEJO SUPERIOR

Cecilia Crissien de Perico	Carlos Evelio Ramírez Cardona
Presidenta	Consejero Fundador
Carlos Mauricio Álvarez Cabrera	Álvaro Otto Rubio Salas
Primer Vicepresidente y Consejero	Consejero Vitalicio
Egresado	Martha Lucía Ramírez
Roque González Garzón	Consejera-Empresaria de la Mediana
Segundo Vicepresidente	y Gran Empresa
Consejeros	Omar Alonso Patiño Castro
Hildebrando Perico Afanador	Consejero Representante
Presidente Honorario y Consejero Fundador	de los Docentes
Carlos Alfonso Crissien Aldana	Jennifer Marcela Flórez Blanco
Consejero Fundador	Consejera Representante
	de los Estudiantes

DIRECTIVAS

Rector	Vicerrector de Planeación
Jorge Enrique Silva Duarte	Ruben Darío Gómez Saldaña
Vicerrector de Formación	Vicerrectora de Extensión y
José David Marín Enriquez	Proyección Social
Vicerrector de Investigación	María del Carmen Sanabria Carmona
Carlos Largacha Martínez	Vicerrector Financiero y de
	Recursos Físicos
	Juan Enrique Castañeda Mateus

Prohibida la reproducción
parcial o total de esta obra sin autorización de la
Universidad EAN

La edición de este texto estuvo a cargo de la Vicerrectoría
de Investigación
Grupo Gestión del conocimiento

Revisión de estilo
Dora Angela Castañeda
Diagramación
Adriana Rodríguez

Galindo Serrano, Omar

Emprendedores, empresarios : si ellos pudieron usted también

[Recurso electrónico] / Omar Galindo Serrano. -- Bogotá : Universidad EAN, 2011.

-- (Colección de Emprendimiento)

73 p.

ISBN: 978-958-756-080-0

1. Emprendimiento

658.11 CDD

Tabla de contenido

	Pág.
Resumen ejecutivo	5
1.Introducción	6
1.1. Objetivos.....	7
1.1.1 Objetivo general.....	7
1.1.2 Objetivos específico.....	7
2. antecedentes	8
2.1. Educación no formal e informal.....	11
2.2. Pioneros de la educación informal.....	13
3.Historia y perfil de empresarios	16
3.1 Figura 1. cronología histórica.....	18
4. Identificación de oportunidad	19
4.1 Personajes.....	25
4.2 Evolución de marca.....	26
5. Semblanza del fundador, profesor Pedro H. Morales	27
5.1 Semblanza de cofundador, profesor Bernardo Trujillo.....	36
5.2 Semblanza del presidente, 2ª generación Dr. Hernando Morales Satizabal.....	40
5.3 Visión corporativa, dr. pedro morales satizabal, 2ª generación.....	45
5.4 Semblanza de nuevos competidores.....	49
5.5 Estrategias.....	51
5.6 Modelo educativo.....	52
5.7 Convenios internacionales.....	54

	Pág.
6. Desarrollo del espíritu emprendedor.....	55
7. Figura 2. presencia historica en el mundo.....	58
Conclusiones.....	60
Recomendaciones.....	62
Bibliografía.....	64
Anexo 1	66



Resumen ejecutivo

Grupo Cima internacional una institución con cuatro décadas de existencia, que aun después de la muerte de su fundador, reconocido en el ámbito internacional por su talento motivador y su gran carisma; permanece creando espacios de aprendizaje con un concepto holístico, cuyo enfoque actual es la educación orientadora.

Es una empresa en constante reinvencción que muestra, mediante campañas exitosas desde su creación en 1971, como ha logrado trascender en la mente de más de un millón de personas que han sido capacitados, entrenados y formados a nivel internacional por esta institución, un modelo de empresa que permanece.



1. Introducción

Estudiar la vida y resultados de emprendedores empresarios nos permite apropiarnos de un conocimiento especializado, que solo es útil en la medida que sea aplicable de manera individualizada en las distintas empresas que generan progreso, crecimiento y cambio a la economía del país y que han trascendido a nuevas generaciones por medio de sus logros.

Esta investigación muestra los resultados obtenidos durante 39 años, de una empresa que se distingue por el espíritu emprendedor y han sido pioneros en su industria, grupo cima internacional.

En la primera parte se realiza descripción de los antecedentes del proyecto y los objetivos, un marco histórico, brinda el perfil de los pioneros en esta industria, en la segunda fase se detallan los hechos históricos relevantes, cronología de eventos importantes y la transformación corporativa; en el tercer capítulo se explica los hechos e ideas emprendedoras, se dan a conocer donde surgió la idea de negocio, para el cuarto segmento se detallan perfiles de los fundadores y directivos actuales, logros, características personales e innovaciones aplicadas.

En el quinto capítulo se enuncia la competencia de grupo cima, en el sexto segmento se realiza un análisis de las teorías emprendedoras y en el séptimo capítulo la presencia histórica de grupo cima en el mundo, también incluimos ficha pedagógica y estrategia de comunicación que servirá de referente para ser usado como caso de estudio.

Es un tema sensible para los emprendedores que tomen como referencia la iniciativa y el espíritu de actuación de un triunfador que consolidó una empresa transnacional por medio de una firme creencia en su potencial y la aplicación de principios universales de éxito en su saber especializado.



Una historia edificante que estoy seguro aportara en la vida de hombres y mujeres que ven en la biografía del Profesor Morales un modelo de actuación, aquellos que quieren expandir sus potencialidades o contribuir con su conocimiento, la habilidad y actitud para forjar un país más progresista.

Mediante esta investigación se detallan hechos, estrategias y sucesos, los cuales nos recrean como una persona con un sueño y una tremenda fuerza interior, una creencia firme en su aporte social, empresarial y un creciente entusiasmo en su idea de negocio, logro crear una empresa que aun hoy trasciende fronteras.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

Conocer principios, valores fundamentales, modelos de acción corporativa e innovación utilizados por un empresario que mediante estrategias novedosas y una visión de futuro contribuye con educación especializada al progreso empresarial.

1.1.2 Objetivos específicos

Brindar un modelo empresarial, cuyo ejemplo transmita proyección emprendedora y una imagen corporativa exitosa.

Investigar un modelo de acción como estrategia pedagógica entender como una visión compartida, genera liderazgo y compromiso en quienes trascienden, aplicando una alta calidad humana y enfoque OTC¹.

¹ Morales. Pedro Hernando,(1987), Filosofía base de vida empresarial, Orientación Total al cliente.

Identificar los principios, estrategias y convicciones de emprendedores que han dejado un legado y la tarea de perdurar, como base de competitividad.

Palabras clave

Emprendimiento,
empresarios,
espíritu emprendedor,
permanencia empresarial,
visión corporativa,
alianzas estratégicas,
ventas, educación.

Los pioneros en educación han demostrado una firme creencia en el desarrollo del potencial humano y establecen parámetros a seguir.

2. Antecedentes

Grupo cima entidad pionera en la capacitación no formal en Colombia tiene fundamentos en la educación como proceso mediante el cual educador y educando transmiten y construyen conocimientos, valores y formas de realizar aquello que interesa, consciente o inconsciente, la formación de un profesional dura toda la vida, si usted es cirujano y no se actualiza pierde credibilidad y destreza, si es empresario pierde la noción de las cambiantes necesidades humanas y su éxito se verá limitado, solo aprendiendo a diario y de manera especializada se puede progresar

La educación definitivamente es la única estrategia de mejoramiento humano que ha existido a lo largo y ancho de la historia universal, es la base de desarrollo, de éxito y



de progreso², La ONU definió la educación no formal, como “educación para toda la vida”. Es la forma más loable de generar evolución, brinda recursos para forjar una carrera, profesión u oficio, basados en seguridad, amor, satisfacción del yo y logros de vida.

La educación es fundamental para lograr un mayor desarrollo económico y social, la experiencia internacional muestra que las ciudades más atractivas para la inversión, son aquellas que logran cualificar entornos institucionales, educativos de alta calidad. Bogotá³ es la ciudad que mas a progresado en competitividad y crecimiento económico entre 2003 a 2007, lo cual redunda en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y uno de los factores más importantes es el obtener crecimiento en ocupación laboral, mantener competitividad, crecimiento en coberturas en educación y más recursos destinados a la inversión social, para lograr avanzar y mantenerse como una de las primeras cinco ciudades con mayor calidad de vida, por lo tanto se debe articular la educación técnica, tecnológica y universitaria, muchas tendencias emanan de este principio, tal es el caso de instituciones que realizan convenios interinstitucionales para mantener su prestigio⁴.

Frente a los numerosos desafíos del porvenir, la educación constituye un instrumento indispensable para que la humanidad pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social, las políticas educativas son consideradas un proceso permanente de enriquecimiento de los conocimientos, de la capacidad técnica, pero también, y quizás sobre todo como una estructuración privilegiada de la persona y de las relaciones entre individuos, entre grupos y entre naciones⁵.

² Morales. Pedro, la república, Domingo, 10 Marzo, 1996

³ Observatorio social de Bogota, CCB, No 21, Julio 2008

⁴ Observatorio social de Bogota, CCB, No 20, Julio 2008

⁵ In am Al Mufti, Isao Amagi...,(1996), la educación es un tesoro, informe a la UNESCO de la comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI, , Santillana editores.

Los generadores de la educación, tal es el presente caso de estudio, grupo cima internacional, son líderes que han volcado sus conocimientos, han profundizado en un arte u oficio y logran establecer parámetros para formar seres humanos con visión de progreso, crecimiento y cambio.

Los distintivos para catalogar a un profesor (título otorgado al emprendedor caso de estudio), se dan en tres de los más renombrados grados:

Docente es aquella persona que se dedica con gusto a la enseñanza, bien sea por la especialización en un arte, disciplina o tarea, en cuyo contenido se transfieren valores, técnicas o conocimientos, su función es facilitar el aprendizaje, proviene del vocablo “docere” que significa enseñar.

Catedrático es el profesional que debió haber pasado por una serie de requisitos para lograr esa posición, el buen catedrático es quien denota una tremenda vocación por ayudar, ser orientador y cuyo propósito es que los estudiantes crezcan integralmente como seres humanos y como profesionales.

Orador se define como aquel profesional de la enseñanza que busca trascender por medio de influir en los demás el deseo de superar sus propias limitaciones, Sócrates fue considerado el primer hombre en constituir una escuela de oratoria, su concepto era patriótico, formar personas instruidas, movidos por altos ideales éticos, cuyo fundamento fue el arte de hablar con elocuencia, el fin es persuadir, hacer que los oyentes tomen decisiones y actúen con autonomía, en la antigua Grecia se consideraba esencial para lograr prestigio, poder político, es considerado un arte de informar, impactar, conmover y entretener por medio de la palabra.

En el mundo fue demóstenes el ejemplo; orador destacado en la historia, llegó a convertirse en un importante político ateniense, después de tener serias limitaciones al hablar, acostumbro encerrarse a practicar, uno de los ejercicios que

lo acompañaron fue dictar conferencias íntimas con piedras en la boca, recitar poemas mientras trotaba y gritarle al océano para lograr una voz que respaldara sus convicciones de trascender mediante el ideal de gestar una república justa.

Para el Profesor Pedro H. un profesor contiene dos aspectos fundamentales, uno enmarcado por su actividad estar enseñando y eso obliga inexorablemente a estar aprendiendo y el profesor está cerca del verbo profesar y traduce aquello que se habla con orgullo, aquello de lo que se hace con enorme entusiasmo, inclusive la palabra profesor y profesar tienen relación por el orgullo de hacer las cosas bien.

«El conocimiento es como una luz, úselo y lo iluminara, descúidelo y lo opacara. Las empresas de Éxito lo saben y lo implementan».

La educación no formal es el medio que tiene la mayoría de las personas para perfeccionar un arte u oficio y lograr especialización en áreas técnicas y tecnológicas.

2.1 Educación no formal e informal

La educación no formal nace en la conferencia internacional sobre crisis mundial, realizada en Williamsburg, Virginia USA, en 1967 (International Conference on World Crisis in Education), en su análisis los gestores de esta cumbre planteaban que los sistemas tradicionales no brindaban o no tenían la capacidad de satisfacer necesidades sociales de formación y se requerían los medios escolares no convencionales, accediendo a conclusiones de la Unesco, el recorrido legal de cómo se ha constituido es:

1949_ Se formalizó la educación para adultos

1960_ Alfabetización, Educación para la mujer, especialización, investigación

1972_ Alfabetización funcional, enfoque en el desarrollo social y económico

1976_ Reunión de Nairobi_ acuerdo para la educación permanente

1985_ Reconocimiento de desigualdades educativas

“La educación no formal son aquellas actividades que se organizan intencionalmente con el propósito expreso de lograr determinados objetivos educativos y de aprendizaje” Coombs

Las personas independiente la edad vuelven a claustros educativos para actualizarse, poder afrontar novedades y crecer integralmente. Llegar del aprender a conocer, al aprender a hacer, o sea adquirir competencias especializadas para poder actuar en situaciones muchas de las cuales serán imprevisibles y sobre todo “aprender a ser, exige a la persona mayor autonomía y capacidad de juicio junto con el fortalecimiento de la responsabilidad en la realización del destino colectivo. Explorar los talentos, que como tesoros están enterrados en el fondo de cada persona entre ellos la memoria, el raciocinio, la imaginación, las aptitudes físicas, el sentido de la estética, la facilidad de comunicarse, el carisma etc., todo ello viene a confirmar la necesidad de comprenderse mejor a uno mismo⁶”

Recurre a un conocimiento, experiencia y vivencia adquirida por el individuo y le brinda conocimiento por medio de técnicas, conocimientos especializados y por medio de modelos a seguir en áreas específicas del saber, de forma práctica para que los conocimientos puedan ser realmente aplicados en la disciplina elegida.

⁶ Faure, Edgar, Unesco, 1972

Según Ander-Egg Ezequiel “La preocupación y la práctica de la educación de adultos surge en forma paralela con el proceso de industrialización y el desarrollo de las ideas democráticas a mediados del siglo XIX. Es justamente en este momento histórico que podemos ubicar los comienzos de la educación no formal”

La educación no formal como potencial⁷ del desarrollo determina las diferencias entre países industrializados y no industrializados ya que diseña programas con el objetivo de fortalecer sectores especializados y contribuir con la competitividad por medio de formar profesionales integrales, que se apropian de un saber y lo convierten en un hacer, enriquecido con su ser como individuo, antes de iniciar hemos diseñado un marco histórico de personas e instituciones que inspiraron la creación de Grupo cima internacional, aquellas que fueron inspiradoras e inspiradas por el profesor Morales..

2.2 Pioneros de la educación no formal e informal (Modelo Americano)

Si realizamos un tránsito por la evolución histórica de estas entidades, ha sido gestionada por personajes de la talla de Dale Carnegie, con sus programas de oratoria para todo tipo de público adulto, las cuales inicio en el garaje de una hostería, de allí nació una metodología de enseñanza por medio de programas cortos para adultos, los cuales fueron complementados con libros de gran acogida tales como “Hacer amigos e influir en las personas”, “descúbrase como líder” y aun hoy existen cursos Dale Carnegie training con un plan de formación estandarizado, fue franquiciador a nivel mundial, en tres tópicos ventas, oratoria y liderazgo directivo, a los facilitadores se les entrega certificación, que debe ser renovada cada año asistiendo a un programa de

⁷ (Coombs, 1972, Philip H. Coombsy Manzoor Ahmend, 1975.J. La Belle, 1980).

actualización para hacerla vigente, una de sus consignas fue: "Donde este tu interés, allí estará tu energía" y Pasaré una sola vez por este camino; de modo que cualquier bien que pueda hacer o cualquier cortesía que pueda tener para con cualquier ser humano, que sea ahora. No lo dejaré para mañana, ni la olvidaré, porque nunca más volveré a pasar por aquí".

OG Mandino, escritor de gran éxito, cuyo mensaje prioritario fue "hazlo ahora", inicio con la creación de programas de formación en ventas para la compañía de seguros *Combined Insurance Company of América* de propiedad de W. Clement Stone, cuyos planteamientos estaban basados en la lección de *boy scout*: cuando salgas a hacer algo. No vuelvas hasta haberlo hecho⁸ y solo consiguen el éxito los que lo intentan. Como no hay nada que perder al probar y si mucho que ganar con el resultado exitoso de la acción, intentarlo es nuestro deber,

Paul Meyer quien estableció una empresa que trascendió la educación para gerentes de ventas promulgaba "enséñelos como son y los empeorara, proyéctelos como pueden ser con exigencia y los mejorara", en Estados Unidos de América y trascendió fronteras con su compañía *success motivation Institute*, siendo creador de programas integrales para vendedores, gerentes de ventas y enseñando filosofía de compromiso personal para forjar empresas líderes.

Earl Nithingale, quien construyo la compañía de capacitación y distribución de material didáctico especializado de los mejores conferencistas en ventas, servicio, desarrollo del potencial humano y quien diseño programas de capacitación como soporte, llegando a convertirse en el mayor comercializador de materiales didácticos en estas temáticas en su época, utilizando medios de comunicación diversos, uno de los más atractivos, la revista informativa, en la cual

⁸ Clement Stone, W., Sistema infallible, Editorial Grijalbo, 1992

se promocionaban con fotos muy llamativas los distintos programas de los más reconocidos oradores y generando propagandísticos que incentivasen una compra mayor con descuentos; como conferencista su recomendación era “Lo que libera la energía dentro de una persona es el deseo, y el deseo ardiente es el que nos da una vida larga e interesante. Para lograr cualquier cosa, primero nos tenemos que emocionar con lo que hacemos, vibrar ante la tentativa de realización”..

En otros países se han gestado empresarios en esta industria, tal es el caso de México, con el Licenciado Miguel Ángel Cornejo, forjador de la cultura de excelencia paso de la educación informal a construir la universidad para graduados en alta dirección, una de sus consignas a sido “ser excelente es hacer las cosas, no buscar razones para demostrar que no se pueden hacer”.

En Argentina, el Profesor Leopoldo Barrionuevo, conferencista de mucho prestigio en su tiempo, especializado en gerencia de ventas cuya filosofía estaba enmarcada en “el centro de toda actividad comercial es el cliente”, “la interacción humana siempre será vital, somos seres emocionales”, de Puerto Rico Joachim de posada quien argumenta “los emprendedores se enfocan en posibilidades, aplicando inteligencia y dedicación, sumándole curiosidad, imaginación y con un equipo de apoyo, porque nadie triunfa solo”.

En el campo comercial la NCR (National Cash Registers), empresa pionera en la profesionalización de ventas ya en 1898, su fundador el Sr. John H. Paterson, diseño el primer manual de ventas conocido, el cual se socializo en la primera convención de ventas acreditada y fue el pionero de crear la primera escuela de ventas profesional y W. Clement Stone que creó un sistema de educación informal para su cuerpo de ventas, cuya metodología era brindar un conocimiento especializado de la materia, sumado al desarrollo de técnica específica para la labor y aunado al factor esencial de productividad, la inspiración para actuar, logrando construir

una de las empresas de seguros de vida más exitosas existentes que en 1979 excedió mas de mil millones de dólares en activos, como persona tuvo una longevidad de 100 años y su convicción fue “todo lo que deseo hacer, será cambiar el mundo” y lo hizo para bien ya que aporó a un número importante de causas como su benefactor.

“La esencia del aprendizaje es la enseñanza”

3. Historia y perfil de empresarios

Trascendiendo vidas y fronteras



Fotos. Revista Marketing, comercio y ventas, 20 años

**Grupo cima internacional
instituto pedro h. morales**

“Nuestra empresa es progreso”

***“En el Grupo cima no dictamos conferencias;
mejoramos la humanidad”.***

En este documento se presentan los resultados obtenidos por una empresa Colombiana que nace de la identificación de oportunidades para atender una necesidad sentida; consolidar procesos de entrenamiento, formación y capacitación

especifica en temas de comercio, mercadeo y ventas, inicia su engranaje como ente mediador de los comerciantes y el acceso a capacitación internacional en Estados Unidos de América con sus famosos “seminario-excursión”, basándose en los métodos modernos del mercadeo y el comercio de los años 1960’s; este proceso nace del reto personal de un Colombiano el Prof. Pedro H. Morales, al generar la campaña que llevo empresarios Colombianos a Estados Unidos de América durante varios años a eventos de capacitación, estrategias no realizadas hasta ese momento que consistían en un viaje a Miami, Mc Allen Texas y Guadalajara (México) viajes de estudio teórico, practico.

Esta investigación pretende destacar principios utilizados por personajes Colombianos para generar empresas trascendentes, cuyos componentes enriquecerán a quienes de manera práctica los sigan. La ejecución de estas premisas de seguro mejorará procesos de emprendimiento ya que podremos identificar principios que han perdurado en el tiempo y al ser aplicados logran la meta, satisfacción personal del emprendedor, logro de objetivos estratégicos y trascendencia empresarial.

Al cumplir 39 años de existencia y trascender en una segunda generación, cuya visión es la internacionalización, se confirman los preceptos administrativo emprendedor, de gestar una planeación estratégica que permita dimensionar los aportes social, económico, político, gremial y empresarial, razón por la cual lo más exigente es identificar una carencia en el mercado y atenderlo con idoneidad y una visión de largo plazo.

3.1 Cronología Histórica Grupo Cima

Figura 1

1967	El profesor Pedro H. Morales trabaja como asistente y luego como orador de quien era considerado el pontífice de las ventas, Profesor Bernardo Trujillo, durante 4 años hacen un dúo profesional que apoyo el crecimiento de decenas de negocios en el mundo.
1967	El profesor Pedro H. Morales se autodenomina "Marketing adviser" del Prof. Bernardo Trujillo y funda oficina de consultoría en el centro de Bogotá.
1969	El profesor Pedro H. Morales realiza sociedad con el también reconocido orador internacional Prof. Bernardo Trujillo, se asocian crean la empresa Marketing services and communications
1971	10 de Marzo de 1971 en asocio con el hermano, cuñado y dos amigos, el profesor Morales, inaugura el centro interamericano de mercadotecnia CIMA Ltda.
1973	Asesora y capacita las 300 tiendas iniciales del centro comercial Unicentro y publica libro " como progresar en comercio y ventas"
1975	Se crea la escuela superior de ventas y se inicia la I Jornada nacional de la venta profesional
1981	Primera cena anual para afiliados Con la participación del Dr. Enrique Low Murtra y el presidente de confecamaras, Dr. Sergio Entrena.
1985	29 de julio de 1985 se reformó la sociedad integrándose el grupo familiar a la empresa y se llamó por su nombre actual, PEDRO H. MORALES Y ASOCIADOS, Grupo CIMA Internacional.
1989	Seminarios "Business Administration" con la universidad de Miami.
1993	El eslogan "La razón de nuestra organización es el progreso de los demás", se sintetiza en "Nuestra empresa es progreso"

1996	Recibe distinción a la orden civil José Acevedo y Gómez en el grado Cruz de oro por su invaluable contribución al progreso de las empresas por el concejo de Bogotá
2001	Se inicia estrategia de formación para jóvenes de estratos 1 y 2, con el programa gubernamental JÓVENES EN ACCIÓN
2006	Fallece el Profesor Pedro H. Morales
2007	Se convierte en instituto de ventas PEDRO H. MORALES como institución para el trabajo y desarrollo humano

Las empresas que importan ideas novedosas, las adaptan y generan estrategias innovadoras, se proyectan en el tiempo y trascienden a sus fundadores.

4. Identificación de la oportunidad



Foto cortesía. Promocional eventos gerenciales

El profesor Pedro H. Morales fundador de la institución, en el año 1967 se autocalifico como “*Marketing adviser*” y fundo oficina de consultoría en el centro de Bogotá, realiza sociedad con el también reconocido orador internacional Prof. Bernardo Trujillo, radicado en ese momento en Dayton, Estados Unidos de América, en el año 1969, el Prof. Morales convence al Prof. Trujillo (quien se convirtió en su mejor amigo, socio y de quien se considera fue el sucesor), para que regrese a Colombia después de una exitosa carrera como orador internacional en temas de comercio, e inician programas integrales de formación en temas de mercadeo, comercio y ventas.

Se asocian crean la empresa ***Marketing services and communications***, mediante la cual brindaban asesorías, consultorías y conferencias corporativas, entre sus clientes inaugurales

se encuentran entre otros el Sr. Gustavo Toro, propietario de almacenes éxito, quien en su momento, iniciaba con pequeños almacenes, también asesoraron a Coltejer en sus procesos de innovación en puntos de venta y desarrollo del comercio, llegaron a realizar eventos gremiales a grupos numerosos de personas que deseaban aprender conceptos innovadores, magnificando la proyección y generando tendencias en el comercio de la época, crearon conceptos innovadores en la construcción de centros comerciales, como el tema de grandes parqueaderos, uniendo muchas tiendas bajo un mismo techo, en ese momento muy poca gente creía que este modelo diera resultado.

Estos hechos inspiraron al profesor Morales para iniciar una entidad propia que fuese polo de desarrollo para las empresas en cuanto a la enseñanza de ventas y mercadeo en Colombia, a partir del 10 de Marzo de **1.971** nace el centro interamericano de mercadotecnia CIMA Ltda., en ese momento se unieron a la causa los Sres. Genaro Morales (Hermano), Enrique Romero (cuñado), Hernando Bello y Germán Ortega. Sus primeros programas fueron "seminario: como aplicar a su negocio métodos modernos de mercadeo para ganar más, vendiendo con menos esfuerzo" y "ventas creativas" para ejecutivos de las más prestigiosas aerolíneas de la época, en el año 1971 fue asesor y conferencista de la primera cadena de supermercados ecuatoriana "La favorita".

En 1972 se hace miembro de Sales and marketing executive y asiste a congresos internacionales, dirige las convenciones de ventas de pinturas Mobil, Icollantas y Kodak, en 1.973 los eventos de actualización y perfeccionamiento que dirigía eran masivos en promedio asistían 300 personas, asesor y conferencista en un centro comercial, se realiza alianza con psicología industrial dominicana, representante del CIMA⁹, dirigida por el Lic. Ricardo Winter, también

⁹ Grupo CIMA, (1991), Revista 20 años.

conferencista invitado a eventos en Colombia, en el año 1974, dirigió programas internos para entidades como confecciones Lec lee, Eternit, Cafam, camisas Arrow entre otras.

En el año 1975, se inicia la escuela de ventas con cursos enfocados en *Merchandising* y un evento de capacitación y actualización profesional que premiaba al mejor vendedor profesional de Colombia, la jornada nacional de la venta profesional, el primer homenajado fue el Sr. Álvaro Gallego de Squibb, lo precedió Luis Contreras de Colombina, Octavio Herrera del Tiempo, Fabio Herrera de vestidos de baño Mónaco entre otros, igual con su capítulo en república dominicana, allí llamaban al Prof. Morales “embajador de la motivación” y luego se institucionalizo en Ecuador. También el Cima fue pionero en premiar mediante el galardón Cima del éxito en mercadotecnia a 10 empresas Colombianas entre ellas Carulla vivero, Spring Step, Coexito, confecciones Lubber.

En 1981 se instituye la cena anual en honor a los afiliados al grupo CIMA, evento que reúne personalidades como el Sr. Alcalde de Bogotá, ministros, presidentes de gremios, (Fenalco, Confecameras), embajadores, allí reciben el informe general de actividades para el año, la agenda superejecutiva de bolsillo y se promueven eventos. En los 80s con el respaldo de la universidad de Miami, el Grupo Cima promovió durante 3 años los cursos, seminarios “Business Administration” para ejecutivos latinos y colombianos con una misión clara dejar huella y brindar referentes internacionales, en estos procesos de formación el profesor Morales afirmaba “los empresarios de hoy son los responsables del mañana, los que acepten jugaran un nuevo papel en la sociedad, el simple sentido utilitarista de los negocios no será el objetivo básico, lo que cuenta es una verdadera filosofía de servicio, todo el futuro depende de la forma como se emprenda hoy el cambio, con criterio innovador y sentido social”

Ya consolidada la empresa, se le dio un nuevo rumbo, el 29 de julio de 1985 se reformó la sociedad integrándose el grupo

familiar a la empresa y se llamó por su nombre actual, PEDRO H. MORALES Y ASOCIADOS, **Grupo CIMA Internacional**. Esta sigla significa Grupo de Consultores Internacionales de Mercadotecnia y Administración. Así mismo, "CIMA" se convirtió en una marca para servicios educativos de propiedad de la compañía, según la Resolución No. 7400 de abril 05 de 1995 de la superintendencia de industria y comercio de la República de Colombia. Servicios que han sido llevados a todo el territorio nacional promoviendo el crecimiento de miles de negocios y el desarrollo laboral de centenares de miles de trabajadores.

Así mismo esta época marco un distingo mediante un proceso administrativo mas estructurado, a nivel comercial, se contrataron estudiantes de ventas, un equipo de personas pioneros de lo que más adelante se conformo las grupo F.A.M.A. y luego se profesionalizo para mantener ejecutivos de cuenta, mucho más preparados y organizados, también se diseñaron materiales de ayuda al asesor, para crear en su momento lo que hoy llamamos CRM, una herramienta para conocer y fidelizar al cliente, lo único es que se realizaba mediante informes escritos, ya que la computadora todavía era un sueño en proceso, de allí nació el programa gerencia efectiva de la información, precursor de software para mercadeo y ventas, procesos de acción en mercadeo directo y gerencia de la información basada en el servicio.

“El haber formado parte del equipo comercial Grupo CIMA, me permitió abrir la mente, para forjar en mi vida una vida integra, me permitió desarrollar un plan de vida, el Profesor Pedro H. Morales, cambio mi visión del mundo y me hizo entender que el entusiasmo, el querer lo que hacemos y realizarlo con profesionalismo nos hace personas más fructíferas para la sociedad, es una de las pocas empresas en las que se buscaba la aplicación de los conceptos transmitidos, la disciplina, la técnica y el aprendizaje diario me enriquecieron y me han dado una base como profesional, como vendedor profesional y como empresario” (Quintero, Nelson E., ejecutivo de zona Grupo CIMA año 1989, empresario 2010).

Cada año se realizaba la convención interna del equipo humano Grupo CIMA, en la cual se convenían acciones para el año, ya fuese en Peñalisa en Girardot, Santa marta o en las termas de Paipa, mediante divertidas actividades se realizaba un proceso de conocimiento más en esencia de las personas, se realizaban sesiones de trabajo, primero un análisis del campañas realizadas, proyecciones y oportunidades existentes, se socializaban los eventos a realizar, se cantaban himnos y se traía al consciente la frase de Disney “Lo que se puede soñar, se puede realizar”.

En la noche actividad lúdica, jugar bolos, una cena en conjunto, baile y departir en lancha, al día siguiente muy temprano una charla motivacional de parte del presidente de la compañía y la recomendación final se brindaba bajo la entonación de la canción (La hora de ser feliz es ahora, el lugar para ser feliz es aquí y la forma de ser feliz, es hacer feliz a otro y tendremos mucho éxito así.....), una de las premisas era las metas claras se miden por los resultados y todo efecto tiene una causa, a continuación cada uno se comprometía con unos resultados deseados de acuerdo a su cargo, con una visión clara de los resultados esperados, se dejaba claro que tenían a disposición y se preguntaba individual que mas necesitaba para lograr el propósito, se llegaban a acuerdos y en la tarde una actividad lúdica, ya fuese en la piscina o en la cancha de tenis, se les entregaba un acróstico de la gente **superior** que esperaban para el año, sociable, unida, positiva, entusiasta, responsable, inteligente, organizada, y razonable.

Los acrósticos fueron metodología privilegiada del profesor Morales, las cuales le daban pautas para conferencias de varias horas, la formula PODRE (Propósito, Organización, Disciplina, Responsabilidad y Entusiasmo) o la formula VIDA (Vocación, Inspiración, Dedicación y Animación) como ejemplos.

En el ámbito de docentes, oradores y conferencistas se dio un vuelco por medio de convenios y representaciones

internacionales los profesionales del Grupo CIMA liderados por el Prof. Morales, han prestado servicios educativos en un total de 20 países del mundo, incluyendo naciones europeas como España, la antigua Unión Soviética, Rusia y Ucrania. En América, se han realizado actividades en países como Aruba, Argentina, Costa Rica, Chile, Ecuador, Estados Unidos, México, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela. Se calcula que más de 1.000.000 de personas han participado en eventos, cursos y programas en general ofrecidos por el Grupo CIMA, allí se destacaron En los años 80, el Profesor Jorge Triana, conferencista reconocido en ventas y autor del libro "Como lograr maestría en ventas", el profesor Jorge Jaramillo y el Lic. J. René Morales.

En el transcurso de la existencia empresarial el Grupo CIMA ha logrado asesorar y capacitar a empresas de la talla de Carulla - Vivero, Supertiendas Olímpica, Alkosto, homecenter, Éxito, Carrefour, Makro. , Unicentro, La Hacienda, Andino, Alma Centro, San Diego, Gran Centro, Centro Comercial Cabecera, Americana de Colchones, Spring step, Pan pa ya, Servientrega, Mercados Romi, Pintucolorama, Cajas Fuerte Ancla, Radio taxi aeropuerto.

En los años posteriores un equipo de profesionales contribuyo al desarrollo de estrategias exitosas en tres frentes: 1. Programas empresariales (eventos internos para las empresas, diseñados específicamente de acuerdo a necesidades identificadas), 2. Programas abiertos: desde Viva la vida 100%, análisis transaccional para ejecutivos, la parte humana del marketing, gerencia por influencia, dirección efectiva del tiempo, dirección de vendedores y 3. Escuela superior de ventas.

El Grupo CIMA ha sido pionero en cuanto a la adaptación de nuevas tendencias, estudios o filosofías al mundo comercial, en los años 80 el Profesor hablaba de la PNL, en los 90, se creo un modulo de sofrología aplicado a la venta profesional, otro que trataba del análisis transaccional para ejecutivos.

En cada seminario buscaban las mejores estrategias y la mayor originalidad en su implementación para el éxito empresarial, se aseveraba que los servicios ofrecidos son como una obra de arte, son inapreciables cuando son originales y el éxito en mercadeo es la creatividad, se aplicaban conceptos de consumografía, psicología, relaciones humanas, la futurología, descubriendo el siglo XXI (la forma más segura de predecir el futuro, es construyéndolo), “el futuro es la cosecha de lo que sembramos hoy¹⁰ ” o “el futuro solo sorprende a quien no esté preparado” eran la consigna.

4.1 Personajes que dejaron huella

El Dr. Henry Bermúdez quien hizo una carrera exitosa en la compañía, inicio como director de programas informales, apoyo como director comercial, escribió el libro “trucos para vender más”, luego dirigió programas empresariales y la empresa anexa cumbre Ltda., encargada de material didáctico, (libros, audios y videos), el Dr. Juan Carlos Orozco, psicólogo, promotor de la consumo gráfica y uno de los primeros directores de la escuela de ventas, allí apporto su visión humanista, radicado actualmente en Nueva Zelanda, El Dr. Mauricio Cortes, Quien inicio como director de zona, aplicando estrategias comerciales muy acertadas como administrador de empresas y paso a ser director de escuela de ventas, en los años 80 se conformo un equipo de ejecutivos de zona que hoy se han convertido en empresarios, gerentes comerciales exitosos, dirigentes sindicales, alcaldes locales, consultores conferencistas empresariales, docentes universitarios entre otros.

¹⁰ Morales, Pedro H., (1989), Fundador, Grupo CIMA.

4.2 Evolucion de marca

En el inicio de la empresa se diseño el slogan “La razón de nuestra organización es el progreso de los demás”, dado que el progreso alcanzado por los asistentes a los programas, gracias al esfuerzo, la investigación, el profesionalismo y el servicio ofrecido, en su proceso evolutivo era el reflejo de 22 años de historia, se llego a la conclusión en 1993 que eran una empresa enfocada en el progreso, “hoy estamos más que convencidos que solamente se puede desarrollar una empresa, si se pone al servicio del progreso, si se entrega de lleno a la búsqueda de la prosperidad, a través de la prosperidad de los demás, para seguir engrandeciendo nuestra patria y mejorando el mundo” ¹¹, lo cual justifico el cambio al slogan actual “nuestra empresa es progreso”.

Con relación al logo símbolo ha sufrido un cambio progresivo, dado en tres fases, lo cual ha significado cambio y constante reinvencción empresarial.



Foto logotipos. Libro conmemorativo 20 años y Revista Marketing, comercio y ventas.

Una vida bien orientada permite un desarrollo progresivo en sus resultados y un incesante avance en los equipos de trabajo.

¹¹ Morales. Pedro H., (1993), Marketing, comercio y ventas, revista No 102, filosofía.

5. Semblanza del fundador

Profesor Pedro H. Morales

“El futuro no tiene límites, solo está limitado por la ignorancia y la falta de fe”



Foto cortesía.
Revista Marketing, comercio
y ventas. In memoriam.

Su mayor aporte fue ser el precursor de la venta moderna, concientizar que es una actividad esencial para el desarrollo de las empresas, fue gestor de conceptos de gerencia, humanismo, en el tema de la futurología, el periódico El espectador lo nombro como “el profeta de las ventas”, por sus vaticinios, la acertada visión empresarial, su aporte tiene que ver con el desarrollo del potencial humano en las organizaciones, sensibilizar a los asistentes a sus conferencias del aporte individual como contribución de permanencia corporativa.

Herederio de las virtudes de una familia muy positiva, una abuela ejemplar y muy didáctica, quien le incentivaba para ser mejor ser humano, una mamá comerciante, expresaba que desde que nació escuchaba el dulce y acompasado sonido de una caja registradora, pensaba “si la caja registradora se mueve, el mundo se mueve y si ella calla, el mundo se muere”, de su padre brigadier general de la república, aprendió la disciplina, que consideraba fue esencial para el logro de sus metas, era la aplicación de esfuerzo y trabajo duro, levantarse a las 4 a.m. y en muchas ocasiones acostarse muy tarde, trabajo como locutor en programas radiales “bailes navideños” y “tremendo juez, tremenda corte”, lo cual aportó un estilo coloquial, agudizando una fuerza en la voz, que resultaba inconfundible, transmitía autoridad, seguridad en sus argumentos y sus diversos ritmos y entonaciones transportaban a los asistentes a sus charlas por melodramas

con enseñanza, diversión y educación parecían su propósito, trabajo en periódicos de gran prestigio como la república al lado del Sr Jesus Cardona, en el Espectador al lado del Sr Gabriel Cano, diario la Patria con don Jose Restrepo, El Tiempo con Enrique Santos.

El profesor Morales tuvo la iniciativa de conformar un equipo de profesionales enfocados en el tema de ventas y el mismo fue ejemplo de ser un vendedor profesional, se recuerda por sus extraordinarias conferencias alrededor del mundo, su estilo motivacional, que movía emociones en los asistentes, quienes evidenciaban desde la alegría extrema a momentos de tristeza y sollozo, un profesional en el campo del desarrollo del talento humano, cuya misión era permitir que cada asistente reconociera el potencial inexplorado que tenemos dentro, sus múltiples intervenciones públicas lo llevaron desde auditorios pequeños hasta eventos multitudinarios de miles de asistentes.

En sus 48 años de vida profesional dedicados principalmente a la educación, inicio como profesor en 1958, lo que consideraba su verdadera vocación, logro incluir en el vocablo Colombiano la **profesionalización de las ventas**; especializado en mercadeo, al lado del célebre maestro Bernardo Trujillo (de quien se convirtió en su mejor amigo, socio y sucesor), en Dayton, Ohio, Estados Unidos de América, bachiller del colegio Virrey Solís, economista y administrador de Empresas Honoris Causa, distinción otorgada por la Corporación Universitaria Adventista con sede en Medellín, Colombia, fue docente universitario en pregrado y posgrado, en más de 12 universidades, la Universidad Jorge Tadeo Lozano, lo incluyo en su publicación "50 protagonistas de la economía Colombiana", como una de las personalidades destacadas en este campo durante el siglo XX, el periódico El espectador dejo escrito su nombre como el inventor de la exitología.

Fue profesor de estadística en colegios femeninos, de allí sale a dictar cátedra en la universidad nacional de Colombia a la edad de 24 años, fue un promulgador de "La suerte es la medida del entusiasmo", porque viene de tres raíces griegas

que significan “energía como si Dios se la hubiese regalado”, la opción por lo tanto decía es; enfocarse en trabajar con entusiasmo, *“el fracaso ni se menciona y la frustración se olvida, el éxito se fundamenta en la confianza personal, la fijación de objetivos, el trabajo arduo, el empresario no es aquel que tiene mucho dinero, sino quien posea la suficiente capacidad para motivar a su equipo, logrando en esta forma anticipar los resultados de su compañía, pudiendo sumar la energía a sus objetivos, con influencia positiva y diaria de su gente”*.

Cofundador de la facultad de administración, mercadotecnia y publicidad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad del Rosario, Universidad Central, Lasalle y Universidad Nacional de Colombia, participo en 95 congresos internacionales de mercadeo y desarrollo empresarial. Como escritor dejó un legado en los participantes a sus conferencias “El pasaporte a la cima del éxito” libro que se entregaba como parte de las memorias “Viva la Vida con Felicidad y éxito”, “el libro rojo de las ventas”, “haga progresar su negocio”, “el libro de la motivación”, “el libro del entusiasmo”, “descubriendo el siglo xxi”, “el libro de las vitaminas mentales”, “liderazgo emocional”, “como vender mejor” y más de 50 cartillas educativas especializadas.

Fue tal la destreza alcanzada como orador y el reconocimiento por sus constantes viajes a otros países que los políticos de la época, decían que el Prof. Pedro H. Morales, era un embajador de buena voluntad sin cartera de Colombia en el mundo y sus amigos más cercanos decían “usted es el Colombiano más reconocido, que vive de su lengua” En su vida pública dictó más de 10.000 conferencias, en más de 20 países.

La tarea del Prof. Morales no solo era transferir conocimientos, también que comprendieran el mensaje, para eso se requería saberlo transmitir, las expresiones y los gestos eran su distinguo como orador incomparable, fue un convencido que el secreto de los buenos oradores es hacer que la gente

entienda el mensaje y que hagan algo con ello, hacerlos vibrar, muchos de ellos pensaban como podían llevar algunas de esas ideas a sus negocios y las aplicaban, buscaban como implementarlas en sus modelos de gestión, muchos gerentes repetían las conferencias con la certeza que con una idea que sacaran de esa participación, ya respaldaban la inversión.

En Colombia el Prof. Morales, se invento el tema de entrenamiento motivacional para equipos deportivos, algo que no existía en esta época, fue el encargado de motivar y capacitar al primer equipo de ciclismo profesional Varta Café de Colombia en 1985, llegando a ser campeones de los premios de montaña y lograr un meritorio 3 lugar en el Tour de Francia, con el director técnico de la selección Colombia del 86, Gabriel Ochoa formaron un equipo reconocido mundialmente, que gano por primera vez al seleccionado de Brasil.

Para el Dr. Hernando Morales Satizabal, “al recordar cómo fue trabajar con el Prof. Pedro H. Morales; el tuvo algo especial, desde pequeño nos llevaba a las conferencias, no obligándonos, sino invitándonos, al principio nos sentábamos mi hermano y yo a escuchar las conferencias de mi padre que eran muy impactantes, era muy coloquial, ver escenarios llenos de gente donde habían 600, 700, 800 personas en toda clase de recintos pues eso para uno de niño era muy impactante y ver esa calidad con la que mi padre hablaba ó sea el poder de palabra , le imprimía mucho humor, ver esa calidad humana, la forma de tocarlos con las palabras, fue algo muy enriquecedor, después nos hizo partícipes de actividades como logística, entrega de materiales y así fueron evolucionando cada uno en su área, en los años 90 éramos ya administradores de la empresa” (entrevista, 23 de Julio de 2010).

Siempre nos decía “hagan lo que quieran en la vida, simplemente sean felices con lo que hacen y háganlo bien, eviten hacerlo por que les toca, hagan lo que a su parecer

está bien siempre y cuando lo quieran hacer, pero nunca estén pensando que trabajen conmigo porque yo soy su papa y porque les toca porque yo les voy a dejar esta empresa, si ustedes son felices trabajando conmigo vengan y trabajen conmigo y si no son felices trabajando conmigo y quieren dedicarse a otras cosas hagan lo que a ustedes les parezca que sea lo mejor”.

Se trabaja para vivir, debe ser una aventura divertida, pensar más allá de esta vida, el Prof. Pedro H. Afirmaba “se debe vivir con entusiasmo, apreciar el deleite de vivir, no hay felicidad fuera de la senda del deber”. Expandió a nivel internacional la importancia de estos conceptos y los resultados logrados con ellos, que eran mensajes que aportaban para el desarrollo de las compañías en el mundo, por esta razón fue contratado por las más grandes compañías como orador en sus convenciones de ventas y comités ejecutivos.

Fue asesor y entrenador en más de 980 empresas American Airlines, Bristol Myers Squibb, Bridgestone-Firestone, Ciba-Geigy, Colgate Palmolive, Coca-Cola Company, Continental Airlines, Good Year, General Motors Company, Hoteles Hilton, Hoteles Intercontinental, Hoteles Meliá, Hoteles Sheraton, Mobil Oil Company, Shell Company, Philip Morris Corporation, Timken Corporation; entre otras.

Fue un gran innovador y alentaba la creatividad en todos los aspectos de su vida, este talento se desarrollo desde el colegio, el Profesor Pedro H. Morales, desde niño fue muy inquieto, pensaba las cosas hacia el futuro, era una persona muy estudiosa, un vendedor de vocación, se definió como vicepresidente de mercadeo a la edad de 8 años en la empresa de melcochas de su hermana, estudio periodismo, se vinculo a la revista Cromos, quien lo envió a Estados Unidos de América a entrevistar al reconocido Profesor Bernardo Trujillo, Colombiano, que trabajaba para una multinacional muy famosa, la NCR, en Dayton, Ohio, quien se invento un programa de 2 semanas “métodos modernos de mercadeo”, muchos empresarios del mundo, Francia, España, Japón,

Alemania entre otras, asistían para conocer estos conceptos, era conocido como un revolucionario en estos temas, poco conocido en Colombia, reconocido en el mundo, allí se aplica el dicho que no fue profeta en su tierra. El profesor Morales se ofreció como asistente, a lo cual el Prof. Trujillo le propuso un reto para que al año siguiente fuera a EE UU con 15 empresarios, llevo 18 empresarios, principalmente comerciantes y allí inicio una estrategia que perduro muchos años, llevar empresarios Colombianos a Estados Unidos de América a procesos de formación, específicamente con el Profesor Trujillo.

Fue estrategia en la consolidación de la cámara de comercio Colombo – Ucraniana, fue contratado para dictar conferencias de mercadeo y ventas en Moscú y Ucrania con las empresas Panamerican Business y Kwasar, fomento integración de alpinistas Ucranianos con Andinistas Colombianos y Ecuatorianos.

Para el Dr. Pedro Morales Satizabal , el Profesor Pedro H. Morales era un convencido que la fe era el inicio de la creación, se puede construir a partir de la nada, y en su función de maestro enseñaba a vivir, a soñar y a proyectarse en todos los ámbitos, fue un ser humano bondadoso, que transmitía calidad humana, su compromiso fue el servicio, la premisa que lo acompañó en vida fue que las empresas no se crean para hacer plata, se fundan para servir con calidad en el corazón, el dinero es la recompensa, como una consecuencia al generar satisfacción, lo cual dejo escrito *“el éxito no es dinero, ni prestigio, ni poder, el éxito es el entusiasmo de vivir, la alegría en el actuar, la bondad de su corazón y un alma llena de paz”*¹².

¹² Morales Satizabal, Pedro,(2010), Director internacional, Grupo CIMA internacional.

En ese trasegar hemos sido testigos de algunos empresarios que han nacido con el Grupo CIMA, muchas de las cuales han logrado solidificarse, posicionarse y aun más importante permanecer en el mercado después de mas de treinta años de existencia legal, tal es el caso de Alphatex, Copidrogas, Unicentro. El Sr. Jesús Guerrero, fundador de Servientrega, al inicio organizo su pequeña empresa y busco asesores, eligió al Prof. Morales, como asesor personal, el se enorgullece de compartir que en su empresa se realizaron entre 60 a 80 conferencias con el Prof. Morales, muchas de esas ideas le apoyaron en el desarrollo de una empresa que ha llegado al mundo entero, fue un alumno aventajado que estudiaba cada enseñanza e iba y las aplicaba, quien también logro fortalecer la empresa y alcanzar un reconocimiento internacional, trascendiendo sus logros a la actual presidenta Luz Mary Guerrero.

En el caso de almacenes Éxito, convertirse en asesor del Sr. Gustavo toro, empresa nacida en Colombia y se apoyo de ideas innovadoras en temas de comercio con el Prof. Morales, también empresas como el caso de Spring step, El Sr. Raúl Valbuena con los hermanos iniciaron en los años 60 con pequeños almacenes de zapatos, implementaron muchas ideas fruto de la asesoría del Prof. Morales, las cuales permiten hoy contar con una empresa del sector calzado que se proyecta al mundo, otro referente fue el Sr. Eduardo Hernández, que inicio como conductor de taxi, fue asesorado por el Prof. Morales y con base en estas ideas organizo la compañía de transportes considerada de las más rentables de Latinoamérica, Radio Taxi Aeropuerto

Inspirándose como él lo decía en autores y conferencistas exitosos como Napoleón Hill, Zig Ziglar, Ed Foreman, Anthony Robbins, Norman Vincent Peale, OG Mandino o W. Clement Stone, logro una adaptación de principios universales de éxito en el mundo empresarial, aunado a su carisma, el dominio de los temas y la capacidad innata de sorprender, de hacer sentir desde la alegría más intensa, a hacer llegar a su auditorio a niveles de llanto, reflexiones profundas, con

un sentido humanístico incomparable, realizaba una adaptación criolla de los principios universales del éxito y la riqueza interior.

Emulando grandes maestros de la motivación, el desarrollo del potencial humano, las ventas y el mercadeo, forjó una metodología dinámica constructiva, que mediante conferencias altamente emotivas transmitía vivencias, conceptos aplicables en la diversidad de empresas clientes, “enseña con los ojos, la voz, el gesto, el caminado, la sonrisa, las manos, es un actor frustrado que utiliza los escenarios del mundo para representar su papel de enseñarle a la gente que vale la pena ser felices y exitosos, posee la escasa virtud de la brevedad, es un encantador de serpientes que tiene en la palabra su caballo de Troya”¹³.

Su personalidad irradiaba eventos de diversa índole, auditorios enteros de 5000 personas, conferencias, asesorías a grandes dirigentes uno de sus más leales seguidores y amigo el licenciado Ricardo Winter, (Presidente psicología Industrial Dominicana, República Dominicana, asesor empresarial, conferencista internacional) afirmaba “son eventos de una grandeza personal impresionante, mueve las emociones de la persona y deja huella de memoria en sus educandos”.

Hablaba mucho de cómo su abuela materna le enseñó la lección más importante de higiene mental “todo problema tiene solución” y lo aseveraba “el presente solo es un verdadero presente cuando se aprovecha bien”, fue el promotor número uno afirmando “las ventas son el motor del progreso”, “el progreso de un país depende de la calidad de sus empresarios”, complementado con las metáforas, construidas de sus vivencias y recreadas desde su imaginación, formaban una combinación poderosa.

¹³ La república, periódico, Actualidad, 10 Marzo, 1996.

Logro una amplia trayectoria periodística, como columnista reconocido en temas gerenciales, de ventas, servicio y motivación humana en los periódicos el tiempo, el espectador y la república, Colprensa lo tituló "el hombre del optimismo", Como locutor fue un entusiasta motivador en magazine monitor de Caracol radio, en el año 1966 para el programa "año nacional de la productividad" en equipo con Julio Nieto Bernal, realizo 210 programas de radio.

El profesor Pedro H., aseguraba que la exacta estrategia del éxito empresarial se daba por "conocimiento de sus potencialidades y objetivos de vida, sepa exactamente para donde va, cuide su salud física, mental y social, enriquezca sus conocimientos, esmérese en su trabajo, esfuércese a diario, exprese en forma positiva, eduque con disciplina su voluntad, entienda sus responsabilidades y la base estimule permanentemente el entusiasmo, porque todo aquello que hagáis con entusiasmo, siempre sale bien, siempre" y lo concluía "en las dificultades no se preocupen a quien está con Dios siempre le va bien"

Trabajo en alianza estratégica con conferencistas internacionales como el Profesor Leopoldo Barrionuevo en Costa Rica, con quien publico el libro "como progresar en comercio y ventas", compartió escenario con Ignacio Orrego, Jorge Duque Linares, Camilo Cruz, Octavio Rivas Solís (México), Ricardo Winter (República Dominicana) y con Hernando y Pedro Morales Satizabal sus herederos genético, autógeno y profesionalmente, quienes han desarrollado un agudo sentido como oradores y líderes integrales.

En 1996 el concejo de Bogotá lo distinguió con la orden civil José Acevedo y Gómez en el grado Cruz de oro por su invaluable contribución al progreso de las empresas.

En 2004 era parte del consejo consultivo mundial de la World future society, con compañeros de reconocimiento internacional como Alvin Toffler, Robert Mc namara, Robert Salmon, Julio Millán, Sandra Postel y Sir Arthur c. Clark.

Una de las frases que lo acompañó en sus últimos días fue...

"...Sin embargo, la paz es un efecto. Un resultado. Una respuesta. Una consecuencia. En fin, la paz es un fruto, no una semilla."

Personas con talento, ingenio y una visión estratégica logran importantes resultados a nivel empresarial, posicionamiento profesional.

5.1 Semblanza de cofundador Profesor Bernardo Trujillo



Foto cortesía Promocional eventos gerenciales

Bernardo Trujillo fue el gurú de la gran distribución moderna (www.wikipedia.com) en la década de 1950 en los Estados Unidos, un apasionado por todo lo relacionado con tiendas de descuentos, tiendas por departamentos, tiendas de especialidades, ventas, ventas y mas ventas, “tengan en cuenta a su majestad el cliente, cuando tomen decisiones, cuando usted sueña con almacenes tipo catedral, solo esta haciéndose un monumento a si mismo, no ha tenido en cuenta al comprador” era una de sus aseveraciones en intervenciones públicas ante **auditorios que superaban las 200 personas**, “Las tiendas no son museos, son sitios para vender, si voy a un almacén y soy un modesto comprador,

“Emprendedores empresarios, si ellos pudieron ud tambien”

encuentro todo muy asimétrico, muy sofisticado, entonces me da miedo comprar, tal vez dañe la exhibición, por eso los anuncios mata clientes, No toque. No lleve paquetes, prohibido esto..., prohibido aquello.., y luego casi atacado por vendedores mal presentados que me gritan...a la orden" era su forma de sensibilizar al público, con gestos y ademanes que eran tan elocuentes como lo expresado.

Colombiano, nacido en Ibagué (Tolima), radicado en Estados Unidos de América, en su época de juventud, se presentaban 2 alternativas para ser reconocido, ser abogado o ser poeta, en ambos casos no veía ninguna proyección, investigando, escucho que en Estados Unidos de América, se podía ganar buen dinero en ocupaciones poco importantes, su reacción fue inmediata "como será si trabajo en algo importante", su



Foto cortesía. Libro como vender mejor

ambición fue ser directivo de una multinacional, desarrollo una con-sagración por el estudio que le brindo triunfos loables, fue becado en la universidad de Wittemberg y luego en la universidad de Dayton, aprendió todo lo posible sobre comercio, se hizo conocer como la persona que más sabia del tema, desarrollo un sistema que le permitía obtener la información actualizada de todo lo que pasaba en el mundo del comercio en más de 90 países, se le comparo con el servicio de información del vaticano, de allí proviene su reconocimiento de papa de las ventas.

Sus disertaciones venían acompañadas de teatro, se escondía detrás de una cortina y murmuraba en voz muy baja: "Tengo un buen café.. y no es caro..., luego brinca, toma un bastón, golpea fuerte el tablero y grita a más no poder: "café a mitad de precio... café a mitad de precio", para que la gente lo sepa, hay que gritar, o sea, hacer publicidad.

Era un convencido de su misión por medio del comercio como fuente de desarrollo, postulo que “cuando hay producción en masa, se debe responder con venta en masa, solo la venta personal esta ideada para productos caros, si solo compran los ricos, jamás habrá una economía industrial de desarrollo, si se vende en masa a precios bajos, no solo cumple una función social, contribuye a la circulación de efectivo, al desarrollo económico y hasta puede hacer una fortuna”¹⁴.

Este brillante orador organizaba conferencias por cuenta del fabricante de cajas registradores NCR, empresa en la que inicio como traductor de español, luego fue parte importante de la creación del material publicitario en español, llegando a convertirse en director internacional¹⁵, diseño el programa métodos modernos de mercadeo minorista, en 1957 los cuales fueron el mejor sistema de relaciones publicas internacional para la national cash, register al inicio asistieron 4 personas, en el año 1967, habían asistido 13.000 ejecutivos de cinco continentes, traducción simultánea a más de siete idiomas, a las cuales asistían los principales protagonistas de la gran distribución francesa, entre los cuales se encontraban: Marcel Fournier (Carrefour), Denis Defforey (Carrefour), Edouard Leclerc (E. Leclerc), Gérard Mulliez (Auchan), Paul Dubrulle (Accor) y Gérard Pélisson (Accor).

Para sus demostraciones creo una formula especial de distribución llamado el “tiburoncito”¹⁶, pequeña tienda de auto servicio, con muchísimas ventajas, especialmente un surtido de mercancías de alta rotación y un fácil control administrativo. Asesor de los más importantes empresarios de negocios comerciales de la época.

¹⁴ Marketing, comercio y ventas, revista No 14, 1974

¹⁵ Morales, Pedro H.,(1967), revista cromos, como vender millones, historia del papa de las ventas

¹⁶El espectador, periódico, Publicidad al día, Martes, 25 de Julio de 1967

Algunos preceptos que defendió en su vida; el éxito del comercio se basa en tres pilares: el autoservicio, los precios bajos y el espectáculo. Si falta uno de ellos, todo se viene abajo, “comprare con mi corazón y con mi estomago, con la ayuda de mis sueños e ilusiones” Sin aparcamiento, no hay negocio, se requieren grandes parqueaderos, extraordinarias promociones, una muy buena publicidad, almacenes sin tanta vitrina, sin mostradores estorbosos.

Tiendas hechas de circo permanentemente, con gente agradable y simpática¹⁷, porque allí se ve vida, hay color, hay olor, hay carnaval, música, alegría y porque hay facilidades, el horario me permite comprar cuando salgo del trabajo, tal vez por la noche, hay que amontonar arriba, pero vender parte baja, nos tenemos que dar cuenta que el comercio evoluciona.

Es allí donde hay tráfico donde se puede hacer todo tipo de comercios, Hoy todo es distinto a lo de ayer y mañana será distinto a lo de hoy, recuerden que a los ricos les gustan los precios bajos, los pobres tienen necesidad, por lo tanto tengan todo bajo el mismo techo y fundamental mantengan precios bajos.

Autor del libro El silencio que vende, en el explica sus conceptos por medio de metáforas e historias que sensibilizan sobre los principios, después del cliente, la persona mas importante es el vendedor, por eso se debe vivir orgulloso de serlo, la habilidad para vender no nace con usted, deben aprender a interesarse en los clientes, sean entusiastas, buenos escuchas, que conozcan lo que hacen y venden, los clientes están interesados en beneficios, trate a cada persona como un comprador posible y trate de venderle pero sin “desterrarlo” por demasiada insistencia.

¹⁷ Modernos sistemas de comercialización, boletín 14, 1.969

Para venderle a Julito Martínez, lo que Julito Martínez compra, hay que ver a Julito Martínez con los ojos de Julito Martínez, pregonaba.

Muere en Bogotá, 17 días después de haber iniciado el Grupo CIMA, en la víspera de su muerte, estaba dictando un curso de comercio para droguistas.

Los herederos de empresas exitosas tienden a consolidarse mediante la adaptación de su individualidad, siguiendo unas premisas filosóficas, gestión administrativa y de liderazgo.

5.2 Semblanza del presidente 2ª generación

Dr. Hernando Morales Satizabal

Para este empresario Bogotano, administrador hotelero, especialista en gerencia financiera, consultor empresarial, conferencista de gran éxito a nivel empresarial y escritor, su tarea es construir una empresa cuya contribución sea ayudar a otros a progresar, ya que la esencia del Grupo CIMA está encaminado a ayudar en la construcción constante del futuro de sus clientes y usuarios por medio de capacitación, información, motivación y actualización que los lleven a mejores condiciones para su trabajo y para la vida. Foto. libro conmemorativo 20 años. Revista Marketing, comercio y ventas.

Apoyado en la visión corporativa, construir la universidad Pedro H. Morales, siguiendo el precepto “en el porvenir centramos nuestros intereses, pues en él viviremos el resto de nuestra existencia. Somos conscientes de que cada acción del presente es creadora de futuro. Por eso nuestro trabajo es intenso y eficiente en el presente” y la afirmación del maestro “todo trabajo hecho con vocación y dedicación siempre logra el éxito”, El destino del éxito se consigue mediante el



esfuerzo, de una seria disciplina y una firme adhesión a la justicia y a la verdad”¹⁸.

Para el Dr. Hernando Morales Satizabal¹⁹, la propuesta es ser una de las mejores organizaciones en su campo en el mundo, el profundizar en temas tan apasionantes que sirvan para proyecciones futuras, especialmente para quienes están orientados a crear empresas de largo plazo y que están orientados a la creatividad e innovación corporativa.

Considera que los factores que les ha permitido permanecer son la creatividad e innovación, tanto a nivel personal y empresarial, El Profesor Pedro H. Morales, fundador de la institución, fue conocido como un extraordinario innovador, visionario, vivía 20 años adelante de los acontecimientos, una persona que desarrollo el comercio en Colombia, recreo conceptos de mercadeo, pionero en hablar de ventas en Colombia, todos los días se estaba reinventando.

La empresa inicio con la capacitación a personas del comercio, evoluciono hacia el concepto de profesionalización de la venta, la cual en ese momento era considerada una actividad que nacía con la persona, que era algo muy natural en las personas y estaba muy arraigado el concepto que los vendedores no se hacían, sino que nacían, un criterio era que el vendedor era algo así como el encantador de serpientes, el que más hablaba mas vendía, indudablemente allí se realizo una revolución nació la tarea de tecnificar la profesión del vendedor, convertirlo en profesional, dotado de unas cualidades, herramientas técnicas y el desarrollo de habilidades que le permitiera mejorar resultados al tiempo que crecía como individuo.

Cuando iniciamos la empresa, la acogida no fue la mejor, sin embargo la creencia de los fundadores era que todo lo

¹⁸ Morales, Pedro, (2003), el libro de la motivación, Grupo CIMA.

¹⁹ Entrevista, Dr. Hernando Morales Satizabal, Presidente, Grupo CIMA internacional, 23 de Julio de 2010 .

que genera cambio, no siempre es bien recibida, genera incredulidad, era un tema de reeducación, aparecieron contradictores, porque no es fácil que aparezca alguien que le diga, bueno lo que usted hace esta bien, pero le tengo algo que puede mejorar los resultados, se debe empezar a demostrarlo, como decía el fundador, “al principio nos iba regular porque sencillamente pensábamos que teníamos una empresa para ganar plata y eso no daba ningún resultado. Más adelante le imprimimos una filosofía contundente, que aun hoy nos acompaña que precisa de la organización trabajar para el progreso de los demás y ahí empezamos a crecer, porque el progreso viene de las raíces griegas , movimiento hacia adelante, hacia sus realizaciones, sus expectativas, es un proceso de mejoramiento, lo cual requiere fuerza interior, paz espiritual, y la convicción de hacer el trabajo en función de servicio, sin ningún egoísmo”.

Para apoyar el proceso de implementar estos cambios, aparecieron empresas que creyeron y fueron artífices de este cambio de paradigma cultural, se dio inicio a FENALCO, DIRIVENTAS y el CESA, con quienes nos encargamos de llevar la profesión de venta a las aulas. Se cambio el concepto de una persona que compra ocasional a un cliente fiel que recompra y que permite adaptar un concepto moderno que ya en esa época se estaba construyendo, la fidelizacion del cliente.

Pasamos de hacer muchos eventos para gremios, por ejemplo para Fenalco y Diriventas en los años 70, quienes llevaron al Prof. Morales a muchos congresos, en ese momento se tomo la decisión de crear programas de desarrollo humano, que no existía en el mercado y que era necesario para el crecimiento de las empresas, por ejemplo se estableció el programa **exitologia**, evento realizado en el hotel Hilton el primer sábado de cada mes, enfocado hacia el tema del desarrollo personal aunado con motivación, de allí surgieron personajes que tomaron la base para crear sus propios esquemas, tal es el caso de uno de los estudiantes, Jorge Duque Linares, quien reconoce que se inicio asistiendo

obligado por su padre a los programas del Prof. Pedro H. Morales, mas adelante en el tiempo cuando se presento una conferencia en la cual compartían auditorio, aseguro que se estaba cumpliendo uno de sus más grandes sueños, compartir escenario con el Prof. que lo había inspirado a ser lo que es como conferencista.

Entre las estrategias generadas tal como la jornada nacional de la venta profesional, se creó mediante ese proceso de profesionalización de la venta, se posiciono de tal forma que el reconocimiento de ser considerado el mejor vendedor en Colombia era apreciado por instituciones y profesionales en este campo, la jornada nacional de la venta profesional, fundada por el Prof. Pedro H. Morales con el deseo de profesionalizar la venta, nace como evolución de llevar la venta a la academia.

Se lograron realizar 30 Jornadas nacionales de la venta profesional, cada año se traían conferencistas internacionales, temas nuevos, innovaciones , técnicas, muchos empresarios se agendaban y querían ganarse el premio del mejor vendedor, se presento un cambio de paradigma con relación a la actividad misma de la venta, fue tal el impacto empresarial que personajes de la vida pública asistían como conferencistas en la sesión inaugural, fuimos trayendo la profesionalización de la venta, la importancia de la internacionalización de la venta, en la jornada nacional de la venta profesional en el centro de convenciones Gonzalo Jiménez, ante 3000 invitados, el conferencista que cerro el evento fue el Dr. Juan Manuel Santos, ministro de comercio, cuya reflexión fue la importancia de llevar el comercio a todas las partes del mundo, la globalización.

La base de su éxito se debe a la concepción que ante un entorno altamente competitivo, se requieren procesos que incentiven en las personas un crecimiento integral, que perfeccione sus habilidades especificas, como fundamento por el cual se creó esta institución, la convicción que ha acompañado a sus directivos es el que estos procesos deben

ser permeables a una evolución tanto a nivel de vida personal, allí radicaba el éxito asombroso del programa viva la vida al 100%, como también en el ámbito profesional, las jornadas nacionales de ventas en las cuales se premiaba al mejor vendedor profesional de Colombia, emulando la tribuna de los mejores oradores evento que realizan en Estados Unidos de América, el curso integral de ventas, el cual aun hoy aporta para el desarrollo de competencias que potencialicen estas habilidades generando competitividad.

Un factor de permanencia ha sido las relaciones con líderes gremiales, políticos, el Prof. Pedro H. Morales, tuvo una muy buena amistad con grandes líderes de diversos sectores entre ellos con el Dr. Hildebrando Perico de la Universidad EAN, porque era un convencido de magnificar la sinergia academia, gobierno, empresa.

El saberse rodear con personas de toda clase que le ayuden a catapultar su empresa, la red de relaciones es fundamental, estar bien relacionado, bien informado es un requisito para permanecer.

Hoy en día la competencia es ardua, en las primeras dos décadas éramos pioneros, con pocos competidores visibles, a partir de los años 90 surgieron muchas empresas en los diversos temas, esta competencia enriquece el medio, porque amplia cobertura, obviamente exige, obliga para que las instituciones pongan a prueba su eficiencia, la eficacia, el sentido de creatividad y el mejoramiento continuo, uno de los factores críticos a tener en cuenta es la variación económica, cuando la economía no anda tan bien, las empresas recortan publicidad y capacitación; que considero es cuando más se deben utilizar, en la medida que hay crisis es cuando más hay que capacitar a la gente, es un aspecto marginal que cuando la situación no es muy buena se deja este rubro para después y se convierte en un círculo vicioso, no hay capacitación, por lo tanto no hay profesionalismo, la calidad se ve afectada, por lo tanto los ingresos disminuyen y no se invierte, como no hay para invertir las empresas pasan épocas difíciles o desaparecen.

Las empresas pueden esperar de Grupo CIMA para los años por venir una constante innovación, la inversión que se realiza de manera permanente, estudio de los factores que generan progreso, estar asociados a las entidades rectoras a nivel mundial, estar a la vanguardia de lo que prima en el mercado, pero más importante aterrizarlos a la economía nacional, La investigación es un sector que requiere mucho aporte y en ello estamos comprometidos.

Al pensar en la loable labor del emprendedor considero que las competencias más importantes de un empresario, para permanecer es estar siempre muy preparado, innovación, tenacidad, compromiso, amor por lo que hace, según estadísticas de cámara de comercio de Bogotá, después de 2 años, el 70% de las empresas desaparecen; para perdurar en el tiempo se debe ayudar a otros, la premisa es enfoque en trabajo de equipo, hacer sentir a las personas que son parte de un engranaje importante y que están construyendo progreso. Ser empresario en Colombia es para titanes, se presentan talanqueras, la tarea es sobreponerse y llevar una empresa productiva de generación en generación.

5.3 Visión del director internacional Dr. Pedro Morales Satizabal

Administrador de empresas Universidad EAN, especializado en mercadeo, conferencista internacional, escritor reconocido en temas de ventas, desarrollo del potencial humano y servicio al cliente, coach empresarial.

Ha capacitado y motivado a más de 350.000 personas participantes en sus programas y conferencias a escala mundial, promotor de la educación orientadora en más de 1.500 conferencias en Estados Unidos De América, México, República dominicana, Ecuador y países europeos. Fue asesor de programas de Gobierno, en Proexport, preparo a más



**Foto. Libro conmemorativo
20 años y Revista Marketing,
comercio y ventas.**

de 2.000 productores y exportadores colombianos para enfrentar con éxito los desafíos de la economía global.

Es 2ª Generación como empresario líder de esta institución, considera que el legado del Profesor Pedro H. Morales es el haber sido un referente mundial en el tema de motivación algo importante, fue una persona que trascendió a su tiempo, uno de los valores que dejó como principio de vida es la virtud de ser una

persona íntegra, ser generador de motivación humana, su tarea fue hacer que las personas llegaran mucho más lejos de lo que ellos pensaban que podían.

El principio rector que ha guiado su vida es el educar y ayudar al otro a progresar, no es solo que genere una imagen por lo que tiene, mas importante, que los empresarios vivan la vida con satisfacción y tengan una vida integral armoniosa, en la vida profesional he encontrado empresarios de empresas que han evolucionado de tener pequeños negocios y mediante un plan estratégico lograron construir empresas multinacionales, sin embargo al final no han encontrado felicidad, su vida se ha llenado de angustias, fricciones familiares, rencillas internas, de modo que he tenido que realizar intervención para establecer protocolos y gobierno de familia, permitir que evolucionen como seres humanos, hasta definir un sensei de cada unidad estratégica de negocio, se han realizado procesos de sensibilización familiar y se les a acompañado para que descubran la importancia de delegar.

La tarea ha sido evitar lo que promulgaba el profesor Pedro H. Morales; las tensiones, los resentimientos, las ansiedades, las murmuraciones, las preocupaciones y las amarguras.

Al proyectarnos como entidad de educación, hemos definido que el grupo CIMA es una institución cuya proyección es la educación orientadora, sustentada en principios, valores, gestando la correcta evolución empresarial, alimentada por contenidos que parten al hacer un recorrido histórico.

- Los contenidos en los 70, fue el comercio minorista
- En los 80 fue el tema de mercadeo
- En los 90 el argumento prioritario fue la profesionalización de las ventas
- En los años siguientes se fortalecieron conceptos de motivación humana

La esencia es convertirse en una institución que resuelve las auténticas necesidades de la existencia.

La tendencia del ser humano es una paulatina destrucción, lo cual se ve por la relativización que hemos dado a lo esencial, ejemplo se percibe que un hombre puede ser muy hombre por el hecho de conquistar varias mujeres, se deja a un lado la fidelidad como valor, lo cual debe ser transformado primero volviendo a los valores, la base de la vida ir a los absolutos.

La tarea actual de la institución es internacionalizarse, razón por la cual el Dr Pedro Morales Satizabal, se radico en Estados Unidos de América, con la tarea permanente como director internacional de identificar nuevos mercados, y ante todo identificar nuevas necesidades, se ha logrado asesorar y capacitar empresas mexicanas, ecuatorianas y dominicanas, a nivel Estados Unidos de América, se han realizado eventos, consultorías y procesos de entrenamiento en los estados de Arkansas, Connecticut, Florida y New York, se realizan procesos *Coaching* personal para ejecutivos y corporativos, lo cual ha llevado a algunas de estas organizaciones a implementar protocolos directivos, gobierno de familia y ayudar a descubrir formas de delegar, para que no se les olvide el **ser**, darse cuenta que la vida no es un momentico

Ha sido responsable del desarrollo de programas para el mejoramiento del desempeño y la calidad laboral en compañías como: American Airlines, Asociación Panameña De Ejecutivos, Autoridad De Turismo De Aruba, Avianca, Basf, Bavaria, Bbva, Becton Dickinson, Bridgestone, Brinks, Editorial Safeliz / España, Gema Editores / México, Grünenthal Ecuatoriana, L'oréal, Lufthansa, Mazda, Proexport, Psicología Industrial Dominicana, Supermaxi, y muchas otras más. Actividades que le han significado una amplia experiencia profesional, además de una aguda visión empresarial y comercial de gran efectividad.

Autor de libros, manuales y diversos materiales didácticos especializados utilizados con éxito en cientos de empresas. De su obra más vendida, "atención y servicio al cliente", circulan 20.000 ejemplares. Su más reciente libro, titulado "triunfar, la guía máxima", actualmente se imprime por la Editorial Safeliz en Madrid, España. Ha sido comentarista radial, columnista de prensa y articulista invitado a diversas publicaciones con temas de actualidad gerencial.

Fue un líder entusiasta de los equipos comerciales gestados en los años 80 y 90 en el grupo CIMA "adelante tigres" frase que aun hoy resuena en la mente de quienes iniciaron su vida laboral en Grupo CIMA "rompan paradigmas", el mundo es de lo que hacen y reafirmaba a los vendedores que se quedaban todo el día esperando llamadas "las abejas que hacen la miel no se quedan en la Colmena", un permanente acompañamiento y confianza en la gente fue su premisa.

Como expositor le caracteriza una comunicación positiva de profundo impacto y una gran habilidad para motivar a sus oyentes hacia el alcance de los más altos niveles de progreso. De gran versatilidad y capacidad oratoria, maneja tanto programas de entrenamiento y motivación, como de desarrollo ejecutivo y alta dirección. Sus presentaciones se adaptan para atender las necesidades específicas de cada audiencia. Los cursos y seminarios ofrecidos por el Dr. Pedro Morales Satizábal van en creciente demanda entre las más

grandes compañías, organizaciones, instituciones, gremios, grupos directivos; foros empresariales y convenciones de ventas a escala internacional. Es miembro de la Iglesia Adventista del 7º Día, hace parte del consejo de ancianos.

Como referencia de sus múltiples intervenciones esta la 6ª. Convención ASI España, de empresarios y profesionales independientes adventistas en Burgos, España, en octubre de 2.005, como ponente en temas de liderazgo y desarrollo empresarial desde una perspectiva bíblica. Festival Juvenil "Sé un joven triunfador" de la Asociación del Soconusco, en Chiapas, México, en diciembre de 2.005, presentando conferencias de motivación y desarrollo personal para 2.400 jóvenes participantes entre otras.

5.4 Semblanza de nuevos competidores

En nuestro país se ha gestado una naciente generación de oradores, conferencistas y catedráticos, que con sus aportes han enriquecido la visión de una Colombia mejor, a partir de la educación de sus ciudadanos, brindando pautas de pensamiento para la excelencia, productividad y la construcción de empresas trascendentes, es un ramillete amplio, razón por la cual solo tomaremos como ejemplo a:

Profesor **Ignacio Orrego**, Docente universitario, conferencista internacional, enfoque motivacional en gestión del talento humano de gran prestigio, en sus charlas transmite enseñanzas para mover a la acción, un creyente que los que mueven el mundo son los que hacen, afirma que "los que se sientan a esperar que las cosas sucedan son consumidores de calzones, pero los ejecutivos exitosos, son aquellos que gastan en calzado, porque están en la calle conociendo el mercado, conociendo e identificando las necesidades de su majestad el cliente"

Dr. Camilo F cruz, científico Bogotano, conferencista internacional, radicado en Estados Unidos de América, empresario exitoso, creador de Yupi internet, a viajado por varios países transmitiendo mensajes de desarrollo personal y excelencia empresarial, autor de varios libros de gran acogida “la vaca”, “manual del éxito” entre otros, afirma que “el éxito de una empresa es simplemente el reflejo de la actitud, grado de motivación y compromiso de las personas que la componen.”.

Profesor Jorge Duque Linares, conferencista formador de educadores, escritor, director y presentador del programa actitud positiva, afirma “Ud. es el resultado de lo que piensa y siente, la única forma de cambiar es cambiando sus pensamientos, el triunfador además de ser feliz, tiene éxito”, ha dejado huella ya que ha llegado a un mercado masivo gracias a los medios difundiendo una filosofía del pensamiento positivo.

Profesor Jaime Jaramillo, conferencista de gran éxito que transmite mediante su vivencias enseñanzas de vida, construyó la fundación Niños de los Andes, mediante la cual ha transformado la vida de muchos seres humanos que andaban en la indigencia y mediante un proceso han logrado formarse como líderes y gestores de una nueva generación, siendo ejemplo para muchos más, en sus enseñanzas resalta “no engancharse con el pasado, volver a los básicos, vivir el aquí y el ahora, no hay nadie tan pobre que no pueda dar, ni nadie tan rico que no quiera recibir”

Profesor Cesar Augusto Fernández, conferencista dinámico, locutor de prestigio, mediante sus obras “líderes”, “águila”, “mujer tu puedes volar”, “el video Coach y la montaña”, envía mensajes “Somos seres transformadores, pon todo lo que tienes en lo que te propones hacer, toda tu fortaleza debe estar dirigida a una meta”



5.5 Estrategias implementadas

Al realizar un recorrido por los procesos de adaptación a nuevos modelos, el Grupo CIMA ha sido ejemplo de innovación, se han trascendido programas exitosos en su tiempo, los pilares fueron 3 áreas de la empresa:

1. Seminarios abiertos
2. Programas empresariales
Material didáctico
3. Escuela de ventas; sistema **B.I.S.A.**
Curso básico de ventas
Curso intermedio
Curso avanzado
Programa de supervisión en ventas

La sede central ha sido Bogotá, se crearon subsidiarias con la empresa si marketing, gerenciada por Carlos Arturo Orozco, en la ciudad de Cali, ser marketing dirigida por Francisco Peña en Barranquilla y Manuel Peña en Bucaramanga, se realizo convenio para representarlos a nivel internacional con Ana María Cruz en Miami y el Dr. Camilo F. Cruz en New Yersey Estados Unidos de América, Genaro Morales en Guayaquil Ecuador entre otros.

En el año 2001, se contrato al CIMA para contribuir con la formación de jóvenes en acción, la logística era exigente, se requería un seguimiento y convencimiento a los beneficiados, jóvenes de extractos 1 y 2, también otra estrategia fue en alianza con el SENA y la red de solidaridad social desde 1.995, brindar diferentes programas de educación no formal dirigidos a jóvenes y población desplazada con un componente de práctica o pasantía laboral. La secretaria de gobierno distrital mediante licitación adjudicó en el año 2001 el desarrollo del programa de "iniciativas juveniles de gestión empresarial" que benefició una población de 650 jóvenes. En el año 2002, este programa cubrió una población de 600 beneficiarios a través del Grupo CIMA, estrategias basadas en la trayectoria y reconocimiento institucional.

5.6. Modelo educativo prepago; ejemplo de innovación

Uno de los resultados más importantes en la historia de Grupo Cima, en temas de innovación en educación, ha sido implementar e iniciar el concepto de **educación prepagada**, con temas preestablecidos de innovación, pioneros que generan alto impacto, en los niveles técnico, como humanístico, a este último se le brinda el mayor enfoque.

Nos fuimos centralizando hoy en día el tema no es realizar eventos masivos, sino que nos consolidamos con el instituto, con procesos de formación completa permanente de varios meses, desarrollamos temas muy actualizados, En los procesos de innovación, accediendo a lo que promulgaba el Profesor Pedro H. Morales *"tratar de hacer negocios hoy, con los métodos de ayer, es cerrar las puertas al mañana"* a raíz de esta premisa se han realizado campañas altamente exitosas entre otras:

En los 90, método facil, en el 2002 plan picasso, 2005 progresar y actual el plan potenciar.

Facil; una sigla que daba a conocer características específicas del programa, Formación Auto dirigida en Cursos Integrales Libres, la promesa de valor era el alumno estudia cuando y como pueda.

Picasso; plan de inversión en capacitación, actualización y superación organizacional.

Ha sido el primer programa integral de capacitación prepagada en Colombia, respaldado por un completo portafolio de educación continuada, cuyo enfoque fue ventas, mercadeo y motivación empresarial, consta de 12 conferencias mensuales, 6 de actualización en mercadeo "martes del marketing" y 6 de perfeccionamiento en ventas "viernes de la venta".

Progresar; plan de formación empresarial continúa.

Potenciar; *coaching* empresarial para tiempos desafiantes.

Cada estrategia ha tenido características propias dependiendo las condiciones del mercado, los retos y exigencias de las empresas cliente, la adaptación a tendencias y a resultado de investigaciones realizadas con el mercado objetivo.

“Aun hoy la tarea es seguir construyendo nuevos programas cuya propuesta de valor sea en información actualizada, desarrollo de competencias especializadas con estrategias novedosas, es un proceso constante de cambio y evolución”²⁰

Actualmente el Grupo CIMA cuenta con programas integrales de capacitación como lo son.

1. Vendedor campeón
2. Vendedor extraordinario, cada uno con intensidad de 40 horas

Por esta razón la filosofía que les respalda es que el espíritu empresarial, la capacidad y la iniciativa de cada individuo se pueden convertir en grandes logros y realizaciones cuando gozan de apoyo, asesoría y educación especializada. El anhelo del hombre es el de una vida próspera en la que puedan hacer realidad sus sueños.

La estrategia ha estado respaldada por la revista *Marketing, comercio y ventas*, con un diseño innovador 8 páginas con lo nuevo de ventas, comercio, marketing, exitología, eventos del mes, condensando artículos de Harvard Business Review por ejemplo, reconocidos columnistas en estas áreas y mediante investigación artículos basados en los principios universales del éxito en estas temáticas, en sus inicios boletín titulado Modernos Sistemas de comercialización en los años 60.

²⁰ Contreras, Wilson, (2010), director del Instituto Pedro H. Morales.

5.7. Convenios internacionales

Alianzas internacionales con el Lic. Ricardo Winter de psicología industrial Dominicana, que hoy es una universidad, se realizaron eventos multitudinarios, una relación de amistad, se compartieron muchos conceptos y una visión, también con la empresa transformación trascendente con el Lic. Octavio Rivas Solís, motivador de la selección nacional de México de la Unam, los pumas, los ha llevado a ser campeones durante varios periodos, allí surgió la posibilidad de dirigir simposios, conferencias y eventos empresariales, hasta llegar a firmar un acuerdo de capacitación con la firma panamerican Business de Moscú y la firma Kwasar de Ucrania en Rusia. En los procesos de capacitación, entrenamiento, formación tanto a nivel técnico como a nivel humanístico se ha hecho presencia a nivel internacional

Para mantener la más alta calificación en temas especializados el Grupo CIMA suscribió afiliación con entidades rectoras de gerencia, desarrollo humano y calidad, entre otras a: *American Marketing Association, American management association, American Society for training and development, American society for quality control, American entrepreneur association, hotel sales and marketing executive international* y la *World future society* (de esta última el Profesor Morales fue catalogado como miembro distinguido).

Los seres humanos tenemos el poder de elección, cuando se decide ser empresario emprendedor, se debe transitar por un camino agresivo, competitivo y altamente exigente



6. Desarrollo del espíritu emprendedor

Como lo hemos analizado en el caso de estudio, el emprendimiento nace como el arte que permite identificar e implementar soluciones a menudo mediante el uso creativo de los recursos, la transformación de negocios existentes o la creación de tendencias.

Un emprendedor busca oportunidades, implementa estrategias que minimicen los riesgos, asumen la responsabilidad y hacen la diferencia, son personas motivadas por el deseo de lograr trascendencia personal, con una energía superior, sustentada en su pasión por un propósito.

Según Newman²¹ “el emprendedor inicia con una reflexión personal de la cual implementa metas, invierte tiempo en el desarrollo de la idea, realiza un análisis de viabilidad, destina recursos para desarrollar una investigación de mercados, diseña un modelo de negocio, desarrolla criterios de evaluación, obtiene el capital necesario e implementa acciones, las cuales monitorea, y revisa permanentemente”

Como lo define Porter²² “determinar barreras de entrada y reconocer el poder de negociación que tiene frente a los clientes, proveedores, competidores y que productos sustitutos se presentan en el mercado” para así tomar decisiones pertinentes. Como lo afirma Kennedy²³ “emprendedor empresario es aquel que está en la línea de fuego, cada día enfrentando el pago de nomina, luchando por satisfacer

²¹ Newman, Jhon W., start smart seminars. feria del emprendedor, CCB, Bogota, Colombia, 2010.

²² Porter, Michael., (Institute for Strategy and Competitive), Harvard University, 1998.

²³ Kennedy, Dan, 25 verdades secretas de los negocios, MacGrawHill, 1999.

clientes, resolviendo problemas reales de los negocios, todo es el resultado de una decisión y luego de la determinación de hacerlo, triunfar como empresario requiere determinación, un compromiso total e inquebrantable."

El emprendedor es visionario, tiene en cuenta las tendencias a largo plazo, es una persona arriesgada, que ante las posibilidades, se compromete y es persistente, como lo expresa Napoleón Hill "es aquel que tiene claridad de propósito, desarrolla seguridad en si mismo, la iniciativa personal, la imaginación, el entusiasmo, la autodisciplina y la concentración de esfuerzos, ya que son requisitos para obtener resultados loables como emprendedor"

Está abierto al cambio, está dispuesto a formular nuevos retos, con una mentalidad de mejoramiento continuo y un enfoque claro en su especialización, definido por Alcaraz²⁴ como "la persona que se aventura en una nueva actividad de negocios, desarrollando competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos". El empresario emprendedor está atento a modelos de actuación, genera procesos de innovación, busca incesante transformar su entorno y ser parte de los pioneros.

Luciano Benetton relataba "creo haber tenido al mismo tiempo intuición y suerte, e incluso un poco de inconsciencia frente al riesgo", lo cual los llevo de un apuro poco trascendental a la construcción de una de las mayores empresas en la industria del diseño en el mundo²⁵.

Para Jean Paul Getty, multimillonario del negocio petrolero afirmaba "empresario es aquella persona con la capacidad para dirigir actividades humanas y que tiene el anhelo de

²⁴ Alcaraz, Rafael., Emprendedor de éxito, McGrawHill, 2006.

²⁵ Silva, Jorge E., Emprendedor, editorial alfaomega, 2009.

edificarse cada día de su vida", la persona emprendedora aplica el hábito de la proactividad²⁶, está en busca permanente de generar mejoras en los procesos, adaptar sus servicios y productos para un creciente mercado, cada día más exigente y con deseos cada vez más amplios.

El emprendedor sabe de antemano para donde va, planea, tiene una idea centrada cuya intención es aportar en el desarrollo de la calidad de vida de los seres humanos, se esmera por establecer estrategias novedosas, entiende que tratar de hacer negocios con métodos antiguos, estudiando lo que funcionaba ayer, es cerrar las puertas al futuro, cada día es una nueva oportunidad, tiene como consigna que cuando sale a hacer algo, evita volver hasta haberlo hecho e intuye que solo consiguen el éxito los que lo intentan. Como no hay nada que perder al probar y si mucho que ganar con el resultado exitoso de la acción, intentarlo es el deber.

Las metas valiosas, las empresas trascendentes exigen un tiempo determinado de germinación, la paciencia para insistir aun en tiempos turbulentos, aplicando un gran esfuerzo a la tarea, dedicación y la idea férrea que se cuenta con el potencial para lograr resultados corporativos de gran alcance. La condición es "si Ud. no sabe para donde va, jamás llegará", los líderes en el campo del emprendimiento, han adquirido competencias que los hace sensibles a los resultados, lo cual les brinda un norte a seguir, normalmente quien no tiene enfoque adecuado termina tras los sueños de quien si a diseñado un plan estratégico para lograrlo.

"Para lograr algo en tu vida imagina que ya lo tienes. Sostén ese pensamiento. Solo ese pensamiento. Ese único pensamiento. Tal vez como lo imaginas se materializara..." Richard Bach.

²⁶ Stephen Covey, 7 hábitos de las personas efectivas, 2009.

Para lograr posicionamiento internacional, se deben gestar estrategias progresivamente exigentes que rompan paradigmas existentes cuyo resultado sea presencia internacional.

7. Presencia histórica en el mundo

Figura 2



Grupo Cima se cuenta entre el pequeño número de empresas que trascienden a una segunda o tercera generación, proyectándose con nuevos esquemas o procesos innovadores, esto permite dimensionar resultados y mantener una visión de exportar servicios a otros países.

Según documentos ha quedado registrado el aporte mundial de Grupo Cima internacional en más de tres continentes, en la Figura 2, podemos observar el alcance obtenido, lo cual nos permite vislumbrar la contribución significativa, mediante un proceso claro de capacitación en temáticas que nos incumben a los seres humanos sin distingo de raza, religión, cultura o profesión como lo son el desarrollo del

potencial humano, ventas, gerencia, Servicio al cliente y otras temáticas adaptadas según la necesidad de empresas transnacionales.

La empresa caso de estudio es una muestra tangible del proceso de internacionalización de los servicios, logrados por medio de alianzas con entidades, personas y directamente por negociación de la empresa, estos resultados son fruto de 39 años ininterrumpidos de gestión, en la tabla siguiente podemos observar algunos de los países que se han beneficiado de estas estrategias y algunas de las alianzas logradas.

Países en los cuales GRUPO CIMA, ha tenido presencia	
Republica Dominicana	Psicología industrial Dominicana, Lic. Ricardo Winter
México	Transformación trascendente, Lic. Octavio Rivas
Argentina	Leopoldo Barrionuevo
Panamá	Grupo Cima, Pedro y Hernando Morales
Venezuela	Grupo Cima, Genaro Morales
Ecuador	Grupo Cima, Marketing services and communications
Canadá	Grupo Cima
Estados Unidos	Universidad de Miami, Bernardo Trujillo, Pedro Morales Satizabal
Perú	Grupo Cima
Unión Soviética	Panamerican Business y Kwasar, Ucrania
España	Grupo Cima
Francia	Grupo Cima
Alemania	Grupo Cima
Aruba	Grupo Cima
Costa Rica	Grupo Cima
Chile	Grupo Cima

Conclusiones

Durante 39 años una empresa en constante cambio, nos permite visualizar el paso de un grupo de personas con convicciones, formas de ser y actuar, modelos de pensamiento que les permite hoy; la satisfacción de haber sido parte de una empresa que deja huella; en su ambiente se siente el aroma a optimismo, en sus contactos se escuchan los principios inexorables para ser una persona feliz, que busca su esencia y demuestra su enriquecimiento por medio de resultados.

Considero que es un ejemplo que aportara ideas a quienes desean proyectar una empresa que perdure en el tiempo y que con dedicación, trabajo arduo y una convicción plena de sus beneficios logran apalancar la economía colombiana.

Es edificante conocer como empresarios con una visión de aporte al progreso del país se destacan rompiendo fronteras comerciales y que con su talento, entrega y convicción en lo que enseñaba, forjo una empresa que aun después de su muerte persiste y se posiciona como una entidad de gran aporte al desarrollo de los vendedores y empresarios.

Esto nos permite vislumbrar que estamos frente a un modelo de acción, una empresa que trasciende, con base en la esencia del ser, que permite el desarrollo de habilidades especializadas y son fuente de mano de obra calificada para el mundo comercial y de servicios, la meta continua es trabajar, bajo la premisa en gestar una orientación mas estructurada cuyos resultados sean mas visibles.

Uno de los aspectos a reconsiderar el lugar de trabajo y su incidencia en el futuro, administrar la imaginación humana es un reto de la sociedad que cambia incesante. Uno de los diferenciadores es el hecho de diseñar capacitación que se adapte a las particularidades de cada empresa o sector, que sea teórica práctica

Grupo CIMA resplandece como el diamante que se esculpe cada día, descubierto por un visionario y que brilla para iluminar el camino de los que como el desean construir con base en una visión trascendente, igual que los creadores de Toyota motors, cuando gestaron la compañía, plantearon una visión a 120 años. Los emprendedores cuyo objetivo es ser promotores de empresas exitosas, deben ser conscientes de su papel en la historia de las empresas, mediante su espíritu innovativo, una visión de progreso incesante, la preparación para enfrentar momentos críticos y aprovechar situaciones favorables, las empresas creadas por oportunidad contienen una base solida en su iniciación.

Reconocer que ha existido emprendedores cuya experiencia nos brinda un panorama de los éxitos y fracasos, en la medida que aprendamos de ellos el camino se hace más trascendental.

Ser pioneros, hacer lo que a otros les da miedo o pereza, no es una tarea fácil, exige de los emprendedores disciplina, entrega a una tarea, vocación por un ideal y un compromiso firme e ineludible frente a su responsabilidad social.

Como lo expresa el emprendedor empresario caso de estudio, la acción es la base del resultado, generar mejoras a lo existente, soñar con imposibles y convertirlos en posibilidades, servicios o productos posibles, así aportar en la evolución de la humanidad.

Razón por la cual es preciso arriesgarse a formar parte de los emprendedores, que utilizan su intuición, visión de futuro, un tremendo entusiasmo por las actividades realizadas, un plena convicción por su propósito de vida y una fe perdurable en su contribución, por medio de los talentos que Dios nos otorgo..

Recomendaciones

Desde mi punto de vista la tarea a emprender tiene como prioridad descubrir cuáles son los talentos con que se cuentan, entregarse a una tarea en cuerpo y alma, poder discernir cada detalle de las estrategias planteadas y tener la capacidad de adaptarse a nuevos escenarios, siempre con una visión innovadora, estar en permanente transformación ya que la competencia es un duro juez, que estará pendiente de los éxitos alcanzados para copiarlos y hacerlos cada vez mas rutinarios.

Uno de los aspectos que resalto es el hecho de construir equipo con una visión compartida, siempre vamos a requerir de personas talentosas, no siempre actuaran en consistencia con los principios planteados, sin embargo necesitaremos personas que se comprometan con la filosofía institucional, lo cual se logra, apreciando las individualidades, preocupándose por su permanente desarrollo en las dimensiones familiar, cultural, profesional y de oportunidades para lograr una mejor calidad de vida, creando ambientes altamente competitivos, en los cuales se cuente con las herramientas, recurso y conocimiento especializado requerido, contando con la exigencia del mundo corporativo.

Los emprendedores que dejan huella en la historia de las organizaciones se precian de ser humildes, estar con el deseo pleno de aprender de los que los rodean, de crecer tanto profesional como individual, de abrir nuevos espacios, no se conforman con lo visible y buscan la forma de aliarse con otras personas o entidades que los fortalecen en el tiempo y generan una relación en la cual se gaste un beneficio compartido.

Para lograr un resultado importante se requiere la aplicación de valores fundamentales como la honestidad, paciencia e insistencia, la ambición, que tomada desde el aspecto positivo, una de las mayores fuerzas impulsoras para seres

humanos de proyección, también la satisfacción derivada de la obtención de logros progresivos, que aportan con la creación de fuentes de empleo, oportunidades para el entorno y la consolidación de una idea de negocio como motor de desarrollo en la sociedad.

Bibliografía

Alcaraz, R.(2006), Emprendedor de éxito, McgrawHill.

Coombs, 1972, Philip H. Coombsy Manzoor Ahmend, 1975.J. La Belle, 1980.

Clement S., W., Sistema infalible, Editorial Grijalbo, 1992.

ESPECTADOR, periódico, Publicidad al día, Martes, 25 de Julio de 1967.

Faure, E., Unesco, 1972.

Cámara de Comercio de Bogotá. GEM, el reto de la ciudad emprendedora, Bogotá 2009, 2010,

Grupo CIMA, 20 años de progreso, libro biográfico.

Grupo CIMA internacional. (Agosto, 2010) disponible en: www.grupocima.org.

AL MUFTI, I., Amagi I.(1996), la educación es un tesoro, informe a la UNESCO de la comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI, Santillana editores.

Kennedy, D., 25 verdades secretas de los negocios, Mac-GrawHill, 1999.

LEY general de educación, Ley 115 de 1994.

LA REPÚBLICA, periódico, Actualidad, 10 Marzo, 1996.

○ Morales. P., LA REPÚBLICA, Domingo, 10 Marzo, 1996.

○ MARKETING, comercio y ventas, revista No 14, 1974.

Morales. P. (1967), revista cromos, como vender millones, historia del papa de las ventas.

Modernos sistemas de comercialización, boletín 14, 1.969.

Ministerio de Educación Nacional. (Agosto, 2010), disponible en: www.mineducacion.gov.co/.

Newman, Jhon W., start smart seminars. feria del emprendedor, CCB, Bogota, Colombia, 2010.

Observatorio Social de Bogotá, CCB, No 21, Julio 2008.

Observatorio social de Bogotá, CCB, No 20, Julio 2008.

Porter, M., (Institute for Strategy and Competitive), Harvard University, 1998.

REVISTA Marketing, comercio y ventas; Grupo Cima, Edición 76, año 1992.

REVISTA Grupo Cima 20 años, edición de aniversario.

REVISTA No 200, Marketing, comercio y ventas, 2007.

REVISTA Dinero, Marzo 15 de 2009.

Saxenian, A. (1991), the origins and dynamics. Informe GEM, el reto de la ciudad emprendedora, 2009, 2010.

Silva, J. E., Emprendedor, editorial alfaomega, 2009.

Stephen C., 7 hábitos de las personas efectivas, 2009.

Universidad Javeriana. (Agosto, 2010), disponible en: www.javeriana.edu.co/biblos/tesis.

UNESCO. (Agosto, 2010), disponible en: www.unesco.org/bpi/pdf.

Anexo 1

Ficha pedagógica

“Emprendedor Colombiano con visión de futuro”, modelo de empresas que perduran. Pedro H. Morales, Grupo CIMA Internacional.

1. Guía del facilitador

- a) Al concluir la temática “emprendedores empresarios, si ellos pudieron ud tambien”, se hace esencial dejar huella de memoria para la comprensión de los conceptos aprendidos, razón por la cual debemos pasar a la práctica, enriqueciendo el caso de estudio por medio de los aportes que soporten los principios base de este modulo.

Esta situación de una empresa real nos refresca sobre las decisiones que deben tomar los empresarios para permanecer y proyectarse a futuras generaciones.

Para la culminación del modulo se ha realizado este caso de estudio “Grupo Cima Internacional, trascendiendo vidas y fronteras”

Este caso especifico abarca los principios de empresas que trascienden, por tanto la gestión es aplicar conceptos, visión grupal y experiencias en la realidad, como si Ud. fuese el presidente de la empresa caso de estudio.

- b) Los temas que cubre esta investigación son integrales y van desde lo particular a estudiar aspectos generales para organizaciones en permanente cambio:

Empresarios emprendedores
Espíritu emprendedor,
Permanencia empresarial,



Visión corporativa,
Alianzas estratégicas,
Ventas,
Educación.

Este caso de estudio se puede aplicar en cultura de emprendimiento, para reflexionar sobre las competencias emprendedoras y trascendencia empresarial.

En áreas de estudio de ventas, gerencia estratégica, Liderazgo empresarial entre otras.

c) Los objetivos pedagógicos de la sesión inician mediante un proceso de lectura comprensiva, debate de opciones posibles y auto reflexión de parte de los estudiantes y por medio del conocimiento adquirido de empresas que han logrado altos estándares de resultado y se han consolidado como líderes en su sector de influencia.

- Que al finalizar esta sesión cada integrante de la clase pueda identificar cuáles son los factores críticos de éxito de las empresas que se mantienen en el tiempo, aun a pesar de los hechos críticos que puedan aparecer en el camino.
- También que puedan determinar de donde nacen las ideas emprendedoras.
- Que puedan conceptualizar las competencias de un empresario emprendedor.
- Así mismo que tengan la capacidad de demostrar con argumentos validos cuales han sido las estrategias utilizadas y las puedan interiorizar y adaptar a sus propios procesos empresariales.

- d) El proceso metodológico previsto de la discusión en cada sesión, se da siguiendo un protocolo de actividades, incluyendo preguntas para la discusión y mediante la orientación los estudiantes tendrán la oportunidad de construir conocimiento, ya que las respuestas posibles a estas preguntas, pueden llegar a ser tan variadas como lo son los puntos de vista de los lectores del caso.

Protocolo de actividades

1. Formar grupos de tres personas.
2. Realizar lectura completa del caso de estudio.
3. Diseñen un diagnostico por escrito de la situación actual de la empresa.
4. Especifique situaciones, personas, oportunidades y amenazas en la historia de esta empresa, así mismo determine las fortalezas utilizadas y las debilidades que Uds. encontraron o presumen han existido.
5. Preguntas orientadoras para discusión en grupo: estas le prepararan de manera cognitiva y emocional para ingresar al mundo empresarial.

¿De dónde surge la idea de negocio?

¿Determine 5 razones porque se debe cambiar, aun siendo líder del sector?

¿Qué problemas visualiza y como solucionarlos?

¿Cuáles han sido las innovaciones y Ud. que haría para permanecer como pionero?

¿Si Ud. fuera el fundador que haría diferente?

Definan como grupo que van a hacer para asegurar el futuro de la empresa.



6. ¿Ud. dejaría en manos de su familia el control de la empresa en caso de faltar, que políticas dejaría para ellos, que consejos?
7. Definan alternativas de solución y posibles innovaciones en la industria.
8. Como consultores de esta compañía que recomendaciones dan a los actuales directivos.
9. Referente a las capacidades y competencias emprendedoras, nombre 5 que haya podido identificar de los directivos de la empresa, nombre tres que desde su punto de vista son importantes y no son visibles en el caso de estudio.
10. ¿Qué enseñanza extrae y como la aplicara en su vida diaria, en el día a día de su empresa?
11. Preparen presentación para compartir en grupo, máximo 15 minutos, utilizando los recursos adecuados.

Ficha bibliográfica de la investigación	
Tipo	Investigación Historia empresarial; “Emprendedores empresarios, si ellos pudieron usted también”
Título	“Emprendedor Colombiano con visión de futuro”, Modelo de empresas que perduran. Pedro H. Morales, Grupo CIMA Internacional.
Grupo	Historia empresarial
Modalidad Investigativa	Fuentes primarias, encuestas, investigación fuentes secundarias videos, audios y textos, material grafico y escrito.

Edición	Universidad EAN, 2010.
Autor	Omar Galindo Serrano.
Sector Específico	Emprendimiento, empresarios trascendentes, transformadores.
Descripción	La investigación Grupo Cima Internacional esta orientada a brindar principios de éxito, mediante metodologías, estrategias y principios, utilizados en empresas posicionadas y de permanencia en el mercado Colombiano y que han logrado con éxito potencializarse a otros países.
Fuentes	Grupo CIMA, Fenalco, Ministerio de educación nacional, Unesco.



Contenido

En la primera parte se realiza una descripción de los antecedentes del proyecto y sus objetivos, un marco histórico, brinda el perfil de los pioneros en esta industria, en la segunda fase se detallan los hechos históricos más relevantes, cronología de eventos importantes y la transformación corporativa; en el tercer capítulo se explica los hechos e ideas emprendedoras, se dan a conocer de donde surgió la idea de negocio, para el cuarto segmento se detallan los perfiles de fundadores y directivos actuales, sus logros, sus características personales y las innovaciones tomadas.

En el quinto capítulo se enuncia la competencia Grupo Cima, en el sexto segmento se realiza un análisis de las teorías emprendedoras y en el séptimo capítulo presencia histórica de Grupo Cima en el mundo, también incluimos ficha pedagógica y estrategia de comunicación que servirá de referente para ser usado como caso de estudio.

Metodología

Se realizó estudio del sector, se abono con la experiencia adquirida de los empresarios, destacamos la proyección de esta industria en nuestro país y determinamos los beneficios y oportunidades para con las empresas cliente.

Se realizaron entrevistas para determinar la evolución histórica y se diseño como caso de estudio.

Investigador asociado Omar Galindo Serrano

Administrador de empresas Universidad EAN. Especialista en gerencia del servicio, diplomado en docencia con énfasis en desarrollo de competencias, diplomado en aulas virtuales. gerencia de ventas.

Docente, investigador asociado, Universidad EAN, experiencia en contratación dirección y capacitación, dirección estratégica de equipos de trabajo, con énfasis en mercadeo. Desarrollo de proyectos en áreas de servicio al cliente y gerencia de ventas.

Ha sido director de relaciones publicas Escuela Colombiana de diseño y artes decorativas, director comercial Artecom, ETB, director de capacitación y bienestar en PGNacional, Coordinador académico, docente Centro Andino de estudios, director de programas empresariales CONTACT SERVICES TRAINING.



Autor del libro “telemercadeo efectivo, servicio excelente 3ª edición”, galardonado con mención honorífica por trabajo científico investigativo, 2.002, mención honorífica por espíritu empresarial, Mayo 2.008, Universidad EAN, conferencista en las empresas: Kellogg de Colombia, Tecnimotosierras, Colceramica, Pizza Pizza, CITIBANK, Sinapsis contact center, Jueves del vendedor, Fenalco Bogotá, diplomado gerencia comercial, Fenalco EAN, Bolivariana de mudanzas, ejercito nacional entre otras.



Misión

"Contribuir a la formación integral de la persona y estimular su aptitud emprendedora, de tal forma que su acción coadyuve al desarrollo económico y social de los pueblos".

Visión

"Ser líder en la formación de profesionales, reconocidos por su espíritu empresarial".

Carrera 11 No. 78-47 Bogotá D.C.
Telefono: 5936464 Ext. 1469 - 1455
Bogotá D.C. - Colombia - Sur América