



ugr

Universidad
de **Granada**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TESIS DOCTORAL

**PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA
CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN COLOMBIA**

Margot Cajigas Romero

Directora:

María del Carmen Haro Domínguez

Programa Oficial de Doctorado en Ciencias Económicas y
Empresariales

Granada, 2019

Editor: Universidad de Granada. Tesis Doctorales
Autor: Margot Cajigas Romero
ISBN: 978-84-1306-205-1
URI: <http://hdl.handle.net/10481/55752>

Dedicatoria

A Blanca Romero y Hugo Cajigas, mis padres, a Elbar Ramírez mi esposo, a David Alejandro y Camila Andrea, mis hijos.

Agradecimientos

A la Universidad de Granada, a sus profesores y funcionarios, y en particular a la Dra. María del Carmen Haro Domínguez, por la voluntad para orientarme en la estructuración y realización de este trabajo.

CONTENIDO

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 INTERÉS DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO	5
1.2.1 Ámbito Social	6
1.2.2 Ámbito Internacional y nacional	7
1.2.3 Generación de conocimiento	13
1.2.4 Retorno de la inversión del Estado	13
1.2.5 Funcionamiento del programa y valoración de las empresas creadas	14
1.2.6 Agencias promotoras del emprendimiento empresarial como política de Estado	15
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 ESTRUCTURA DEL TRABAJO	18
CAPITULO 2: PREMISAS PARA EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA ORIENTADA AL FORTALECIMIENTO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN COLOMBIA: REVISIÓN TEÓRICA Y DESARROLLO DE HIPOTESIS	20
2.1 CONTEXTO TEÓRICO	20
2.1.1 Teoría de recursos y capacidades (TRC)	23
2.1.2 Teoría de gestión de conocimiento (GC)	32
2.1.3 Teoría del emprendimiento	36
2.2 PERSPECTIVA DE CAPACIDAD EMPRENDEDORA	39
2.3 MARCO DE REFERENCIA DEL FENOMENO EMPRENDEDOR Y DESARROLLO DE HIPOTESIS	44
2.3.1 Importancia del Emprendimiento	47
2.3.2 Financiamiento empresarial	57
2.3.2.1 Financiación empresarial en América Latina	58
2.3.2.2 Financiación empresarial en Colombia	67
2.3.3 Dinamismo Empresarial	82
2.3.3.1 Dinamismo empresarial en América Latina y en Colombia	85
2.3.5 Aspectos claves del emprendedor	89
<i>Se advierte en esa definición una perspectiva neutra en términos del género, femenino o masculino del emprendedor, pues en principio, es aceptado y conveniente que ambos géneros tienen igual posibilidad de emprender empresas, al menos en la parte de la humanidad que vive dentro de la cultura occidental, orientada en democracia como sistema de gobierno y en economía de mercado, como modelo de interacción social y económica.</i>	89
<i>Así como esa primera definición, los conceptos expresados a continuación se mantienen dentro del espíritu neutro en relación al género, por ello se hablará de “persona”, lo que se pone de presente, para poder plantear al final de este apartado una hipótesis en relación a la incidencia o afectación del género en la capacidad emprendedora.</i>	90
Por ello algunos estudios ocupados de la incidencia en el emprendimiento del género, han reportado que	96
2.3 COLOMBIA COMO ESCENARIO GEOGRAFICO DONDE SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN	98
CAPITULO 3. METODOLOGIA	107

3.1 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	107
3.2 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	110
3.3 UNIDADES MUÉSTRALES OBJETOS DE LA INVESTIGACIÓN	111
3.3.1 Características de la muestra	111
3.4 ESTUDIO ESTADÍSTICO Y ECONOMETRICO	113
3.4.1 Explicación del modelo Logit (ML)	116
3.5 PROCEDIMIENTO, RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y CODIFICACIÓN DE LOS DATOS	117
<i>CAPITULO 4: RESULTADOS DEL ESTUDIO</i>	119
4.1 LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS CREADAS. BASE DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA	119
4.1.1 Justificación y perfil operativo del Fondo Emprender	120
4.1.1.1. Conformación jurídica de los proyectos	121
4.1.1.2 Presencia en zonas geográficas del país	122
4.1.1.3 Sectores económicos en los que se presentó proyectos entre 2006 y 2017	124
4.1.1.4 Perfil de los emprendedores participantes en el programa Fondo Emprender	126
4.1.2 Indicadores e impacto del programa Fondo Emprender	137
4.1.3 Análisis de los resultados del programa Fondo Emprender	142
4.2 FACTORES DEL ÉXITO O FRACASO EMPRESARIAL	145
4.3 BARRERAS PARA LOGRAR MAXIMIZAR LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN COLOMBIA	150
4.4 ESTRATEGIA PROPUESTA PARA FORTALECER LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN UN PAÍS	153
<i>CAPITULO 5. ANALISIS DE LOS RESULTADOS. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS</i>	210
5.1 ANÁLISIS DE LA PRIMERA HIPÓTESIS	210
5.2 ANÁLISIS DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS	213
5.3 ANÁLISIS DE LA TERCERA HIPÓTESIS	214
5.4 ANÁLISIS DE LA CUARTA HIPÓTESIS	215
5.5 ANÁLISIS DE LA QUINTA HIPÓTESIS	217
<i>CAPITULO 6: CONCLUSIONES, IMPLICACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES</i>	219
6.1 CONCLUSIONES	219
6.2 IMPLICACIONES	235
6.3 FUTURAS INVESTIGACIONES	239
7. BIBLIOGRAFÍA	241
<i>ANEXOS</i>	265
<i>ANEXO A NORMATIVIDAD EN MATERIA DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA</i>	265
<i>ANEXO B DOCUMENTO CONPES</i>	269
<i>ANEXO C SONDEO DE OPINIÓN APLICADO A LOS EMPRENDEDORES</i>	271
<i>ANEXO D REGRESIONES SIMPLES</i>	278

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Entidades que apoyan el emprendimiento empresarial</i>	11
<i>Tabla 2 Puntuación promedio de los 60 países estudiados</i>	41
<i>Tabla 3 Puntuación promedio de los 60 países estudiados</i>	42
<i>Tabla 4 Panorama de los esquemas de política pública de apoyo al acceso a financiamiento de las PYME en los países de la OCDE</i>	60
<i>Tabla 5 Principales programas de emprendimientos de la región, según CAF, ICSEd-Prodem</i>	62
<i>Tabla 6 Supervivencia de sociedades, comparación internacional</i>	77
<i>Tabla 7 Perfil psicológico del emprendedor</i>	95
<i>Tabla 8 Escuela de pensamiento</i>	95
<i>Tabla 9 Perfil emprendedor</i>	96
<i>Tabla 10 Datos relevantes de Colombia al 2017</i>	99
<i>Tabla 11 Composición de la muestra objeto de estudio</i>	111
<i>Tabla 12 Características de la muestra</i>	111
<i>Tabla 13 Descripción y medida de las variables</i>	113
<i>Tabla 14 Descripción y medida de las variables que permitieron determinar el perfil de los emprendedores</i>	114
<i>Tabla 15 Variables explicativas del éxito o fracaso de proyecto financiados por el Fondo Emprender</i>	115
<i>Tabla 16 Formación jurídica de la población</i>	121
<i>Tabla 17 Formación jurídica considerando el éxito o fracaso</i>	122
<i>Tabla 18 Sector económico más dinámico de los proyectos exitosos y los no exitosos</i>	125
<i>Tabla 19 Edad de los emprendedores</i>	132
<i>Tabla 20 Perfil del emprendedor</i>	134
<i>Tabla 21 Observaciones sobre el proyecto y su operación</i>	136
<i>Tabla 22 Dinámica empresarial de acuerdo con la zona geográfica, número de proyectos financiados y recursos asignados Fondo Emprender</i>	138
<i>Tabla 23 Financiamiento, número de beneficiarios y zona geográfica de los tres programas analizados 2006-2017</i>	139
<i>Tabla 24 Zona geográfica más dinámica en Colombia: Recursos y proyectos (Promedio simple)</i>	140
<i>Tabla 25 Modelo Logit: modelo explicativo del éxito o fracaso de los proyectos financiados por el Fondo emprende</i>	145
<i>Tabla 26 Estadísticos de evaluación de las predicciones, (Logit)</i>	147
<i>Tabla 27 Interpretación de los efectos marginales Modelo Logit de las variables independientes sobre la probabilidad de éxito de los proyectos financiado por el Fondo Emprender</i>	148
<i>Tabla 28 Variables de IAF</i>	178
<i>Tabla 29 Métodos para calcular KT (capital de trabajo)</i>	180
<i>Tabla 30 Explicación de cada variable</i>	180
<i>Tabla 31 Estructura de costos posible de un proyecto emprendedor</i>	181
<i>Tabla 32 Estructura del Estado de Resultados a conocer por emprendedores</i>	204
<i>Tabla 33 Estructura del flujo de caja libre (FCL)</i>	205
<i>Tabla 34 Estructura del flujo de caja libre disponible para socios (FCLDPS)</i>	206
<i>Tabla 35 Hipótesis H.1.1</i>	211
<i>Tabla 36 Hipótesis H.1.2</i>	211
<i>Tabla 37 Hipótesis H.1.3</i>	212
<i>Tabla 38 Hipótesis H.1.4</i>	212
<i>Tabla 39 Hipótesis H. 2.1</i>	213
<i>Tabla 40 Hipótesis H.2.2</i>	214
<i>Tabla 41 Hipótesis H.2.3</i>	214
<i>Tabla 42 Hipótesis H3</i>	215
<i>Tabla 43 Hipótesis H.4.1</i>	216
<i>Tabla 44 Hipótesis H.4.2</i>	216
<i>Tabla 45 Hipótesis H.4.3</i>	217

<i>Tabla 46 Normatividad por la que rige a Colombia en materia de emprendimiento</i>	<i>265</i>
<i>Tabla 47 Normatividad por la que rige a Colombia en materia de emprendimiento</i>	<i>267</i>
<i>Tabla 48 CONPES</i>	<i>269</i>
<i>Tabla 49 Regresiones simples</i>	<i>278</i>

ÍNDICE DE FIGURA

<i>Figura 1</i> Teoría de recursos y capacidades posición contemporánea.....	31
<i>Figura 2</i> Marco de referencia del fenómeno emprendedor. Fuente: elaboración propia.....	45
<i>Figura 3</i> Dimensiones de la capacidad emprendedora.....	46
<i>Figura 4</i> FD de América Latina y el Caribe: Distribución sectorial de la cartera de créditos (%).....	65
<i>Figura 5</i> IFD de América Latina y: Distribución por tipo de empresa de la cartera de créditos (%).....	65
<i>Figura 6</i> Entidades que apoyan y financian el emprendimiento empresarial en Colombia.....	70
<i>Figura 7</i> Etapas del plan de negocio Fondo Emprender.....	75
<i>Figura 8</i> Determinantes de la supervivencia empresarial.....	78
<i>Figura 9</i> Objetivos estratégicos de la política de emprendimiento en Colombia.....	80
<i>Figura 11</i> Modelo propuesta de capacidad emprendedora.....	98
<i>Figura 12</i> Tasa global de participación (TGP), tasa de ocupación (TO) y tasa de desempleo (TD) Total nacional Abril (2009 – 2018).....	102
<i>Figura 13</i> División política de Colombia.....	109
<i>Figura 14</i> Zona geográfica con mayor participación de acuerdo al número de proyectos y cantidad de recursos...123	123
<i>Figura 15</i> Zona geográfica dinámica considerando el número de proyectos exitosos y no exitosos.....	123
<i>Figura 16</i> Zona geográfica más dinámica considerando el número de proyectos exitosos y los no exitosos.....	124
<i>Figura 17</i> Participación sectorial.....	125
<i>Figura 18</i> Fuente o el origen de la idea de negocio.....	127
<i>Figura 19</i> Razones que motivan al emprendedor.....	128
<i>Figura 20</i> Base de su idea de negocio.....	129
<i>Figura 21</i> Grado de formación académica del emprendedor.....	130
<i>Figura 22</i> Las características personales que mejor describen a los emprendedores.....	131
<i>Figura 23</i> Influencia en la iniciativa empresarial.....	133
<i>Figura 24</i> FONDO EMPRENDER-Recursos desembolsados 2006 - 2017 (cifras en pesos).....	137
<i>Figura 25</i> Dinámica empresarial de acuerdo al sector económico Fondo Emprender.....	139
<i>Figura 26</i> Relación entre capacidad emprendedora – concentración de la población –necesidades básicas insatisfechas.....	141
<i>Figura 27</i> Sectores más dinámicos: Fondo Nacional de Garantías y Fondo Emprender.....	142
<i>Figura 28</i> Representación gráfica del objetivo dos: factores determinantes de la capacidad emprendedora en Colombia.....	149
<i>Figura 29</i> Representación gráfica del objetivo tres: La etapa del proceso emprendedor más limitante de la capacidad emprendedora.....	151
<i>Figura 30</i> Modelo para fortalecer la capacidad emprendedora.....	155
<i>Figura 31</i> Estrategia Competitiva y Ventaja Competitiva.....	163
<i>Figura 32</i> Estrategia CIEM.....	191

INDICE DE ECUACIONES

<i>Ecuación 1 El modelo Logit</i>	<i>116</i>
<i>Ecuación 2 Estimación de la CI básica (Cib)</i>	<i>173</i>
<i>Ecuación 3 Equivalente Estimación de la CI básica (Cib)</i>	<i>173</i>
<i>Ecuación 4 Capacidad instalada básica en unidades (Cibu)</i>	<i>173</i>
<i>Ecuación 5 Capacidad instalada potencial por año (Cip).....</i>	<i>173</i>
<i>Ecuación 6 Capacidad instalada óptima (Clop) a un horizonte de tiempo</i>	<i>174</i>
<i>Ecuación 7 Estimación de la CI a usar efectivamente para igualar a la competencia</i>	<i>175</i>
<i>Ecuación 8 Inversión total (IT)</i>	<i>178</i>
<i>Ecuación 9 Inversión en activos fijos (IAF)</i>	<i>178</i>
<i>Ecuación 10 Inversión en capital de trabajo (IKT).....</i>	<i>180</i>
<i>Ecuación 11 Costo variable unitario promedio ponderado (CVupp).....</i>	<i>182</i>
<i>Ecuación 12 Calculo del punto de equilibrio en unidades (Peu).....</i>	<i>183</i>
<i>Ecuación 13 Calculo del margen de contribución unitario promedio ponderado (MCupp).....</i>	<i>183</i>
<i>Ecuación 14 Calculo del costo del inventario de materiales directos e indirectos</i>	<i>185</i>
<i>Ecuación 15 Costo del inventario de producto terminado.....</i>	<i>185</i>
<i>Ecuación 16 Cuentas por cobrar (CC).....</i>	<i>186</i>
<i>Ecuación 17 Precio de venta unitario promedio ponderado (PVupp)</i>	<i>186</i>
<i>Ecuación 18 Inversión en generación de marca (IGM)</i>	<i>187</i>
<i>Ecuación 19 Equivalencia del cálculo de la inversión en generación de marca (IGM).....</i>	<i>187</i>
<i>Ecuación 20 Calculo de las ventas por pagar proveedores (CP)</i>	<i>187</i>
<i>Ecuación 21 Capital de trabajo por periodo de desfase (KTppd)</i>	<i>189</i>
<i>Ecuación 22 Capital de trabajo neto operativo</i>	<i>189</i>
<i>Ecuación 23 Beneficio mínimo esperado</i>	<i>197</i>
<i>Ecuación 24 Calculo de unidades proyectas a producción y vender por año.....</i>	<i>198</i>

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1 INTERÉS DE LA INVESTIGACIÓN

El emprendimiento empresarial, asumido como la iniciativa de las personas por hacer empresa, al ser un medio para conseguir su crecimiento personal, social y económico, está siendo difundido y auspiciado por la ONU (Organización de las Naciones Unidas) y otras instituciones multilaterales en cada región del planeta, así como por los gobiernos de cada país, al considerarlo una estrategia para fundar empresas, como fuentes de generación de riqueza, manifiesta en productividad, traducida en empleo y dinámica económica y social en general.

Ante ello se ha propuesto disponer en las distintas naciones las llamadas Agencias de Innovación y Emprendimiento (AIE), (Angelelli, Luna y Suaznábar, 2017), focalizadas en promover y auspiciar la investigación, el desarrollo y la innovación (I + D + i) en las empresas, así como la creación y crecimiento de estas, operando como vaso comunicante entre los funcionarios públicos responsables de trazar estrategias y diseñar políticas de innovación y emprendimiento empresarial, con aquellos agentes públicos y/o privados que ejecutan las actividades de innovación y emprendimiento.

Estudiosos como Crespi (2014), han planteado que las AIE deben, al menos, tener tres capacidades básicas: estratégica, política y de implementación. Lo estratégico se refiere a conocer y establecer concertadamente lo que se quiere obtener, en tiempo y forma, lo que es responsabilidad del alto gobierno. La capacidad política significa la definición de parámetros de operación, presupuestarios, de coordinación entre agentes comprometidos y disposición de la logística funcional, siendo tarea de los ministerios y de la dirección de las respectivas entidades; mientras el tercer nivel, la implementación, se aplica al diseño y funcionamiento de los programas de innovación y emprendimiento, es decir, aquí está el objetivo esencial de las AIE,

pues implica la realización del trabajo con la gente para cumplir el objetivo para el que fueron concebidas.

La implementación es tarea de los funcionarios que aplican los programas de emprendimiento empresarial en los distintos países, y ante igual objetivo, se puede esperar estrategias y políticas similares, pero ante resultados deficientes en algunas naciones respecto al número de empresas creadas y las que perduran, es necesario evaluar resultados individuales en cada nación para mejorarlos.

Los resultados de las AIE, según Angelelli, et, al, (2017) han sido poco estudiados en América Latina y el Caribe (ALC), por ser algo relativamente nuevo, con excepción de Chile y Brasil, donde las AIE llevan más tiempo funcionando. Esto justifica la realización de este trabajo. Centrado en el caso concreto de Colombia, donde se pretende conocer la efectividad de la implementación del Programa Emprender, el más representativo de cuántos existen en el país, destinado a financiar proyectos de creación de empresas. Este análisis nos permitirá conocer las debilidades y fortalezas del programa a fin de poder diseñar una estrategia innovadora que permita fortalecer la capacidad emprendedora de Colombia.

Efectivamente, el gobierno de Colombia, nación localizada en América del Sur, ha buscado incorporarse a esa corriente mundial, por ello ha creado distintos programas para auspiciar el emprendimiento empresarial, desde el nivel municipal, departamental y nacional, contándose entre ellos con el Fondo Nacional de Garantías (FNG), Finagro y el Fondo Emprender.

El FNG es una entidad capitalizada con recursos tanto públicos como privados, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Está orientada a posibilitar el acceso al crédito comercial a las MIPYMEs (micro, pequeña y mediana empresa), opera en todo el país y por una

comisión inferior a la cobrada por otras entidades similares, extiende una garantía, es decir, un título o acto jurídico, donde a solicitud de una empresa o emprendedor solicitante de crédito, se compromete, ante el intermediario financiero que concede el crédito, a pagar, en caso de que aquel incumpla el pago de la deuda.

El FNG contribuye también al emprendimiento colombiano. Las entidades financieras presupuestan más dinero dirigido a las MIPYMEs, y estas encuentran acceso al crédito, aunque no cuenten con experiencia crediticia, en condiciones más beneficiosas en cuanto a cantidad, plazo y tasa de interés. Sin embargo, esta entidad no será el epicentro del estudio, pues su método de trabajo con los emprendedores es indirecto, impersonal, dado que el trámite de la garantía se hace sólo a través de la entidad financiera, y no prestan ningún tipo de apoyo para conseguir una gestión eficiente de la empresa y no se dedica a difundir el emprendimiento empresarial como un objetivo primario.

Por su parte, Finagro (Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario) también es capitalizado por el Estado y privados, está vinculado al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Su misión es ser banco o entidad de segundo piso, por lo que entrega sus recursos a las entidades financieras para que estas lo presten a los empresarios agrícolas, sirviendo además como Fondo Agropecuario de Garantías, es decir, cumple las mismas funciones del FNG, pero de forma particular dirigida al sector agrario.

Como el FNG, Finagro no trabaja directamente con los emprendedores agrarios, presta sus servicios sólo a través de intermediarios financieros y sus programas tampoco tienen el perfil de promover el emprendimiento, más allá del financiamiento, como sí lo hace el Fondo Emprender, a través de todo un sistema organizacional orientado a promover el espíritu emprendedor.

Efectivamente, de los tres programas referidos en este trabajo para valorar y buscar mejorar la capacidad emprendedora en Colombia, quizá el más sólido por su estructuración, cubrimiento nacional, financiación propia, difusión y enfoque para fomentar la iniciativa emprendedora, es el programa Fondo Emprender, administrado por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), entidad estatal dedicada a la formación a nivel técnico y tecnológico de jóvenes con título de bachiller, así como a la preparación para el trabajo en varios oficios a personas de todas las edades, sin requisitos de formación académica.

El Fondo Emprender dispone de financiación reglamentada por ley, posibilitándole inyectar recursos en calidad de préstamo a los proyectos que sean aprobados en cada convocatoria. Este capital podrá ser condonado a las empresas que cumplan un conjunto de indicadores dispuestos por la administración del Fondo. Sin embargo, aquellas empresas que no cumplen esos indicadores, estarán obligadas a devolver el dinero prestado por el Fondo, esta situación provocaría el cierre de estas empresas.

El FNG y Finagro, pueden ser considerados como subsidiarios o de apoyo al Fondo Emprender, pues un equipo emprendedor que pudiera requerir un monto de inversión superior al límite máximo de crédito condonable ofrecido por el Fondo Emprender, bien pudiera usar los servicios de estas dos entidades para alcanzar el complemento requerido. Ante ello, y por la relevancia ganada en la sociedad colombiana, el Fondo Emprender constituye el eje del estudio.

El emprendimiento empresarial, está siendo un objetivo prioritario tanto para Universidades como para los centros educativos en Colombia, se ha visto fortalecido por el Fondo Emprender. Este programa permite que cualquier estudiante, en fase terminal de sus estudios, pueda presentar iniciativas a evaluación, siendo ello extensivo a egresados a nivel técnico, tecnológico, profesional y aún de posgrados.

En ese contexto, el interés de este estudio es conocer cuál es la capacidad emprendedora en Colombia y cómo se la puede mejorar, a partir del análisis de los resultados del Fondo Emprender, en el periodo 2006-2017. Entendemos por capacidad emprendedora el número de empresas creadas por año y el porcentaje de ellas que subsisten al final del primer año. La consolidación de estas empresas contribuirá a mejorar la tasa de empleo productivo y al desarrollo de Colombia.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO

Con este trabajo pretendemos buscar los fundamentos que permitan proponer una estrategia para fortalecer la capacidad emprendedora en Colombia. Estudiaremos el éxito o fracaso de las iniciativas empresariales, teniendo en cuenta que el emprendimiento enfocado a la generación de empresas es el motor de crecimiento de la economía, y ésta es la base de la estabilidad social de las naciones. Las razones que justifican este estudio serían las siguientes:

- Los recursos usados por el Fondo Emprender son públicos, por ello, deben ser empleados con eficiencia. En este sentido, debe esperarse que se financien ideas de negocio bien estructuradas, cuyas empresas originadas sean capaces de perdurar en el tiempo.
- Dada la escasez de recursos en un país en vías de desarrollo y los diversos frentes de sensibles necesidades, como salud, educación, infraestructura y recreación, es necesario valorar si el dinero usado en emprendimiento empresarial puede brindar el retorno social y económico, que permita a los ciudadanos que pagan impuestos aceptar que se continúe empleando su dinero en este frente, el cual tiene la connotación especial de enriquecer de forma monetaria y directamente a unas pocas personas, llamadas emprendedoras, y no a otras que no tienen la posibilidad, el interés

o capacidad de emprender.

- Un programa como el Fondo Emprender debe ser monitoreado para ejercerle el respectivo control social, considerando no sólo sus resultados en términos de empresas auspiciadas y las que subsisten el primer año de vida, sino observando su funcionamiento técnico, en términos de lo acertados que puedan ser sus parámetros de operación.
- Los programas sobre emprendimiento empresarial deben ser revisados periódicamente para poder mejorarlos y robustecerlos, tanto en el aspecto técnico, operativo como financiero.
- Los resultados obtenidos en estos programas de apoyo al emprendimiento pueden animar a otros países a iniciar programas similares.

Otros aspectos a tener en cuenta en la justificación del tema abordado y que ayudarían a contextualizar el trabajo, serían los siguientes:

1.2.1 Ámbito Social

Desde el ámbito social debemos identificar si los programas dirigidos a fomentar el emprendimiento atraen a los jóvenes en las distintas regiones del país que los implementa, y con ello, verificar si, efectivamente, cambian positivamente la realidad, contribuyendo al desarrollo de cada subregión, mediante la generación de empresas, lo que conlleva a que se dinamice la economía, generando riqueza.

Adicionalmente, se debe analizar si la inversión hecha por el Estado colombiano está siendo efectiva, o simplemente, es un proceso de cosmética propagandística, con camuflaje social, que no genera resultados positivos que contribuyan a mejorar indicadores sociales como

niveles de empleo, estabilidad laboral e incremento de la media salarial, lo que, de darse, reflejaría una dinámica social y económica.

En naciones de economía emergente como Colombia, avocadas a la flexibilización laboral, los cambios en la legislación convirtieron en una constante el desempleo, subempleo y los bajos salarios, esto termina dañando a las familias y a la sociedad en general (Naciones Unidas 2017). Las familias viven en incertidumbre ante la inestabilidad laboral ocasionada por contratos laborales de corta duración, tanto los salarios públicos como los privados se hacen cada vez más bajos (OIT, 2006), esta situación sólo sería reversible invirtiendo en empresas nuevas o repotenciando las existentes.

1.2.2 Ámbito Internacional y nacional

En Colombia y otras naciones de América Latina y el Caribe (ALC), acogidas o no a tratados comerciales, los salarios se reducen y los contratos laborales son flexibles, no sólo para poder exportar, sino incluso para que las empresas radicadas en el país puedan vender en el mercado local. El fin de esta práctica de gobiernos y empresarios es competir con productos de bajo precio en vez de con productos de alta calidad. Ante ello, es necesario fortalecer los programas orientados a crear más y mejores empresas, en especial, si con estas se dinamiza el acceso a la creación de riqueza por parte de los jóvenes, estudiantes y profesionales recién graduados.

Desde el punto de vista internacional, reviste importancia el hecho de haberse concedido un premio Nobel de La Paz a una persona ocupada de irrigar por el mundo la creación de empresas, según ocurrió con el señor Muhammad Yunus, quien con su propuesta del “Banco de los Pobres”, ratifica lo que ya estaba demostrado: gobernantes y ciudadanos, sin distinción

alguna, saben que es creando y consolidando empresas como se elimina la pobreza que entristece al mundo.

Al lado del programa generador de empresas del premio Nobel, existen otros tantos en el planeta, evidenciando el accionar por una causa capaz de dar sosiego al conflicto social del mundo a causa de la pobreza en sus distintos niveles. Diferentes entidades multilaterales con disponibilidad de recursos de toda índole, como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco de Desarrollo de América Latina entre otras, han adelantado programas desde los años noventa en los diferentes países en pro del emprendimiento empresarial, trabajando en consorcio con entidades locales tales como universidades, fundaciones, bancos o alcaldías, demostrando esto, la pertinencia de valorar el tema.

Así, por ejemplo, los informes del BID, desde el 2006 “capital semilla para el financiamiento de las nuevas empresas. Avances y lecciones aprendidas en América Latina” hasta el 2017 “Agencias latinoamericanas de fomento de la innovación y el emprendimiento: características y retos futuros”, demuestran un vivo interés por la materia emprendedora, mostrando los avances y las correcciones que se deben hacer en los distintos países ALC, en cuanto a capital semilla para el financiamiento de nuevas empresas con alto potencial de crecimiento (NEAPC)” (Echecopar et al, 2006) y el funcionamiento que deberían tener los programas para obtener mejores resultados. (Angelelli, et al, 2017.)

Considerados esos ejemplos, es claro que el estado de la cuestión sobre práctica generadora de empresas, revela la existencia afortunada de distintos programas dirigidos a fomentar el espíritu emprendedor tanto en América Latina como en el resto del mundo.

Concretamente, las iniciativas sobre emprendimiento empresarial en Colombia, cada vez toman más fuerza, porque los gobiernos, las universidades y demás organizaciones nacionales e

internacionales se han propuesto fomentar el emprendimiento como medio de generación de desarrollo local, regional y nacional. Nosotros nos identificamos con el concepto de desarrollo local, el cual establece que el nivel de vida de una localidad está determinado por la cantidad y calidad de empresas que estén establecidas en dicha localidad, lo cual contribuye a que haya un dinamismo económico.

Desde el punto de vista legal, en Colombia la Ley 590 del año 2000 fue el impulso inicial para el surgimiento de una política nacional de emprendimiento, que en la actualidad tiene como objetivos principales promover la articulación institucional, facilitar la formalización de la actividad empresarial y desarrollar nuevos instrumentos de financiación para fortalecer la industria y la actividad emprendedora que debe articularse con la ciencia, la tecnología y la innovación. Para resaltar la relevancia y trabajo conjunto de todos los entes comprometidos e interesados en el surgimiento de nuevas empresas, que sean capaces de aportar al desarrollo local, se menciona a continuación algunas iniciativas que aportan y apoyan al emprendimiento empresarial en Colombia.

Programa de la presidencia de la República 2006 – 2010. En Colombia existe la Ley 1014 de 2006 creada para el fomento de la cultura del emprendimiento, y cuyos objetivos son:

- “Promover el espíritu emprendedor en los estamentos educativos del país.
- Sentar las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional que promuevan el emprendimiento.
- Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos.
- Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia.

- Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo.
- Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro, así como orientar sobre las distintas formas de asociación”. (Ley 1014 de 2006)

La cultura emprendedora dispone de una amplia gama de entidades trabajando para capacitar en crear y administrar empresas. Se puede afirmar que tanto universidades como centros de formación técnica y tecnológica se ocupan de ello en algún nivel, junto a alcaldías, cámaras de comercio, incluso gremios empresariales y otras instituciones de manera formal o informal. Los medios de comunicación asociados con empresas, fundaciones, bancos y otros agentes mantienen concursos sobre planes de negocio y ofrecen premios atractivos, conducentes a conseguir la implementación de los proyectos empresariales. Una pequeña muestra en este sentido se presenta en la tabla 1.

Tabla 1 Entidades que apoyan el emprendimiento empresarial

ENTIDAD DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO	OBJETIVO
Corporación Emprendedores Colombia	Agremiar, apoyar y fortalecer jóvenes emprendedores y empresarios de diversos sectores económicos.
Parquesoft	Desarrollo y respaldo para emprendedores de Software.
Banko	Divulgación de proyectos de inversión.
IncubarFuturo	Promover y apoyar la creación y consolidación de oportunidades de negocios.
Sena	Sensibilización, Identificación, Pre-incubación, búsqueda de Financiación, Creación, etc. Programa Emprender.
Fundaempresa	Consolidación de micro, pequeñas y medianas empresas por parte de la juventud universitaria.
Fondo Regional de Garantías	Respaldo a empresas y emprendedores para adquirir crédito bancario.
Incubar Colombia	Laboratorio empresarial de última generación, es decir, una fábrica de nuevas empresas.
Centro Nueva Empresa	Efectiva y exitosa implementación de nuevas empresas con proyección competitiva.
Incubadora de Bucaramanga	Incubadora empresarial y multisectorial orientada.
Innovar	Promover y lograr, en conjunto con empresarios como instrumento que busca estimular el espíritu emprendedor e innovador. Innovadores y en forma rentable la creación y consolidación de empresas de base tecnológica en el país.
Fundación Corona	Contribuye a mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas de menor escala.
Incubadora del Urabá	Creación de empresas agroindustriales.
Incubadora del Caribe	Apoyará a los emprendedores desde la elaboración del Plan de Empresa hasta las actividades operativas de la empresa creada.
Fundaempresa Atlántico	Creación o consolidación de micro, pequeñas y medianas empresas por parte de la juventud universitaria, técnica y profesional.
Fundación Mario Santodomingo	Generación de Ingresos, desarrollo Integral.
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Programa Jóvenes Emprendedores	Desarrollar Cultura Exportadora.
Ventures	Concurso de mejor idea de negocio innovadora, financiamiento y puesta en marcha.
Universidad de los Andes	Programas sobre ambiente laboral, desarrollo académico, red de empresarios y apoyo financiero y entrenamiento.
Universidad Gran Colombia	Empresas asociativas y fomento al espíritu empresarial.
Universidad ICESI	Apoyo en las distintas etapas del proceso empresarial.
Escuela de Administración de Negocios EAN	Cursos y seminarios para la creación de empresas.
Desarrollo Empresarial de Colombia DESACOL	Información, consultoría y capacitación en desarrollo de sistemas de franquicias.
Cámara de Comercio de Bogotá	Programas de cultura empresarial, entorno favorable para la creación de empresas, sensibilización, seguimiento y monitoreo.
Universidad de Antioquia	Parque del emprendimiento liderando las cátedras fórmate, los concursos Planes de Negocio y Empresa a partir de resultados de investigación, fortalecimiento de empresas y el semestre del emprendimiento.
Universidad Nacional en Medellín	Unempresas, programa con un módulo de capacitación de 30 horas para identificar sus competencias y habilidades para la creación de nuevas empresas, con lo cual ya ha formado 450 empresas.

Universidad Pontificia Bolivariana	Centro de desarrollo empresarial, brindan sensibilización, formación, motivación, asesoría, rutas de formación empresarial, creación de empresas y relaciones interinstitucionales.
Universidad de Medellin	Se incentiva el emprendimiento social, una estrategia para llevar campañas de emprendimiento a las comunas aledañas a su territorio, a través de su unidad de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial.
Universidad EAFIT	Programa Empresarismo con el cual ofrecen herramientas para la gestación, la implantación y la operación de empresas generadas desde las aulas de la universidad.
Instituto Tecnológico Metropolitano	Cátedras de emprendimiento implementando la creación de su propia empresa, con esta institución se demuestra que para emprender no es necesario llevar un rótulo universitario.

Fuente: elaboración propia

Todos estos programas, pretenden facilitar la puesta en marcha de proyectos emprendedores. El programa Fondo Emprender del SENA, cuenta con una fuente de recursos propio que le ha permitido financiar la operación de 4853 empresas desde 2006 al 2017.

Otros programas exigen la puesta en marcha de la empresa, ello ocurre en algunas universidades, donde se acepta como trabajo de grado un plan de negocio y se requiere, como requisito para permitir su sustentación, presentar por parte de los estudiantes, el certificado de constitución y gerencia expedido por la Cámara de Comercio. Esto induce a los estudiantes a crear empresas de papel, pues, aunque el proyecto resultara viable, carecen del dinero necesario para implementarlo. La falta de recursos para realizar los proyectos es el común denominador que ha impedido que la cultura empresarial esparcida positivamente por el país haya arrojado frutos traducibles en una economía más fuerte y sólida, con menos desempleo y subempleo y mejores salarios, camino para disminuir la pobreza.

En épocas de cambio, globalización, reestructuración empresarial, reformas del Estado, innovación, avance tecnológico y las nuevas tendencias administrativas, se hace necesario e indispensable la creación y sostenimiento de programas orientados a dar soluciones a los efectos negativos de esos cambios. Es crucial evitar el colapso de las comunidades en los países rezagados frente a las naciones ricas, lo que justifica la labor de los agentes comprometidos en el

desarrollo social de las naciones, orientando su labor hacia la creación de empresas mediante el emprendimiento empresarial, para dar soluciones prontas a los problemas de desempleo y generación de riqueza (Elizalde, 2003).

1.2.3 Generación de conocimiento

El conocimiento se genera en cada área, hora a hora, proceso a proceso vivido u observado, transformándose en capital intelectual, organizado y sistematizado, lo que permite su transferencia, aplicación y evolución a través del tiempo entre las personas. Estudios como el de Kantis y Federico (2014) revelan la situación de Argentina, o seminarios en Bridgetown, Barbados, sobre cómo impulsar las economías mediante la generación del conocimiento, (SELA, agosto de 2016), reflejan lo necesario e importante que es hacer estudios dirigidos a fortalecer el diseño de los programas emprendedores.

1.2.4 Retorno de la inversión del Estado

El Fondo Emprender opera con recursos públicos, estos son escasos, siempre está la pregunta sobre dónde se deben invertir estos recursos para obtener el mayor beneficio social, considerando las distintas áreas prioritarias, y la iniciativa emprendedora de crear empresas. Esto puede ser discutido, pues se centra en pocas personas, tiene resultados inciertos y conseguiría enriquecer a un grupo focalizado y en un plazo entre mediano y largo de 4 a 5 años, lo que la hace débil como alternativa sensible y prioritaria.

En virtud de lo anterior, es imprescindible hacer el respectivo control social a los recursos aplicados a este tipo de programas, pues contando con que estén exentos de corrupción, ello no garantiza el buen manejo y menos la eficiencia en el uso del recurso, dado que ello trasciende

este nivel, pues el ideal es que las empresas creadas sobrevivan, se consoliden y crezcan para que retornen la inversión realizada en términos económicos, al generar riqueza, y en términos sociales, al absorber mano de obra, impulsar el crecimiento salarial y estimular la demanda interna.

1.2.5 Funcionamiento del programa y valoración de las empresas creadas

Las AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento) tipo Fondo Emprender, deben ser evaluadas, no sólo en su funcionamiento, en cuanto dependencias oficiales que son, sino en relación a las políticas con las cuales desarrollan sus objetivos, para ver si estas consiguen el alcance de esos objetivos de la forma más eficiente y transparente posible. Se trata de comprobar la cantidad de empresas auspiciadas en relación a los recursos disponibles por año y el número de ellas que aprueban la medición de indicadores al final del año de fundadas. Esto permite deducir la efectividad en la colocación de los recursos y del seguimiento practicado a lo largo de ese primer año.

Sólo la revisión continua y desde distintos ángulos de pensamiento, puede conducir a tener agencias formadoras de emprendedores y empresas de ellos derivadas, más sólidas y asertivas en sus objetivos y estrategias de funcionamiento, para conseguir que cada unidad monetaria invertida en el funcionamiento del programa y en la propia generación de las empresas, redunde en mayores beneficios económicos y sociales para el país.

1.2.6 Agencias promotoras del emprendimiento empresarial como política de Estado

Una política es un principio rector, que orienta la forma de cumplir un determinado objetivo en un país. Por tanto, cuando un principio se erige como una política de Estado, es porque ese es un camino adecuado para alcanzar los objetivos trazados en el frente en cuestión.

Dentro de ese criterio, estudiar los resultados y funcionamiento de un programa promotor de empresas se justifica, pues de resultar positivos sus alcances y cumplimiento de objetivos, se evidencia que los recursos comprometidos en su funcionamiento están generando el retorno económico y social pretendido. Si esto es así, estos programas no sólo deben mantenerse, sino fortalecerse para constituirlo como política de Estado, lo que sirve para que otros Estados lo emulen, a efecto de avanzar más rápido hacia el bienestar colectivo general.

Un programa como el Fondo Emprender, puede presentar fallas y resultados no muy halagüeños, incluso sería susceptible de ser reestructurado a fin de fortalecerlo. Las empresas acogidas a estos programas que consigan los resultados esperados, se convierten en una fuente de recursos, vía impuestos pagados por las empresas creadas que lleguen a generar riqueza, así como por los impuestos generados por sus empleados y clientes, que es el resultado máximo esperado de este tipo de programas. El Estado invertirá recursos en el ámbito del emprendimiento en detrimento de áreas sensibles como educación, salud y recreación, pues en el futuro, visto a cinco años de fundadas las empresas, se comenzará a recoger por los Estados esos beneficios de manera perpetua, lo que resarcirá a esas áreas sensibles, compensándoles la espera, con mayores aportes.

Indicada la justificación del estudio y los factores que validan invertir recursos en realizarlo, en la sección siguiente se plantean los objetivos, a efecto de tener un punto de llegada claramente establecido.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Esta sección plantea el propósito del trabajo, el cual debe contextualizarse observando el comportamiento esperado de la economía del mundo. Efectivamente, atendiendo al informe realizado por Cavallo y Powell, (2018), donde el crecimiento económico proyectado del mundo para el año 2018 será del 3.9 %, con Estados Unidos creciendo el 2.7%; Europa, en su zona euro, 2,2%; China un 6.6%; y así, 80 economías, crecerán una media del 3.5%; quien daña la media es América Latina y el Caribe (ALC), al crecer sólo el 1.9%; lo que se puede revertir, según el estudio, fundamentalmente con mayor inversión e incremento de la eficiencia en las empresas.

Ese punto, mayor inversión y productividad empresarial, son finalmente la solución al bajo crecimiento económico, raíz de la pobreza y sus males derivados. Es lo que une a la macroeconomía con las AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento) orientadas a impulsar la creación de empresas y valida estudiar un programa de tal dirección, para proponer, antes de conocer sus resultados, cómo es factible hacer que generen más y mejores empresas, demandando ello resolver este interrogante primario: ¿Qué estrategia debe estructurarse para fortalecer la capacidad emprendedora en un país?

Como se aprecia, esa pregunta no está referida a Colombia en particular, pues el emprendimiento empresarial, como lo indican las investigaciones previas consultadas, es un área de interés mundial, y los programas para impulsar la creación de empresas tienen un marco general también global, como se desprende de la presencia de las llamadas AIE aquí consideradas, y por ello, existen problemas o limitantes comunes para todas esas agencias, los emprendedores y las empresas creadas, por lo que una posible propuesta de solución puede ser aplicable en cualquier país, previos ajustes de adaptación.

Con esa perspectiva, se plantean en su orden, los objetivos de la investigación y la estructura del trabajo.

1.3.1 Objetivo General

Proponer una estrategia para fortalecer la capacidad emprendedora en Colombia, como vía para conseguir que más empresas de las creadas por año perduren siendo productivas y generadoras de bienestar económico y social.

Ese propósito exige conocer cómo se está realizando el proceso emprendedor a través de un programa aplicado a impulsar la iniciación de empresas, reconocer sus aciertos y errores, identificar sus resultados, filtrar todo a través de las teorías apropiadas, consultar estudios previos y con todo ello, empleando los conocimientos propios de la ciencia administrativa, materializar una propuesta capaz de dar respuesta al interrogante base.

1.3.2 Objetivos Específicos

Para cumplir el objetivo general será necesario alcanzar estos objetivos primarios:

- Establecer si la capacidad emprendedora en Colombia se determina por el número de empresas creadas por año o por la cantidad de estas que sobreviven tres años.
- Identificar los factores que afectan la capacidad emprendedora en un país, para establecer la incidencia de variables como la financiación, el sector donde se invierte, el dinamismo empresarial, el género del equipo emprendedor, zona geográfica y cantidad de población de la localidad donde se invierte.
- Definir la etapa del proceso emprendedor donde se genera la mayor barrera para lograr la maximización de la capacidad emprendedora en una nación, considerando las fases generación de la idea de negocio, evaluación del proyecto, implementación y operación

de la empresa.

- Formular la estrategia para superar la barrera que limita la capacidad emprendedora en un país, fundándose en los resultados del estudio y el conocimiento administrativo necesario que permitan obtener el objetivo.

Expuestos los objetivos, el apartado siguiente muestra la estructura del trabajo.

1.4 ESTRUCTURA DEL TRABAJO

La estrategia definida se presenta en un modelo conceptual, donde se desarrollan las variables esenciales a organizar y planificar por un equipo emprendedor, comprometido en crear una empresa, a efecto de minimizar el riesgo de cierre durante los primeros cuatro años de operación. Ya que como hemos comentado anteriormente, la capacidad emprendedora de un país se valora no sólo en función de las empresas creadas por año, sino, sobre todo, por el porcentaje de ellas que sobreviven al final del primer año de fundadas, y se consolidan y desarrollan en los cuatro años siguientes, generando valor para la nación donde operan.

Para presentar los resultados y la forma de hallarlos, el trabajo se ha estructurado así:

El capítulo 1, constituye la introducción, presentando el interés de la investigación, la justificación del tema de estudio, se describe los objetivos de la investigación y la estructura del trabajo.

El capítulo 2, presenta las premisas para el diseño de una estrategia orientada al fortalecimiento de la capacidad emprendedora, los elementos que validaron la realización del trabajo, compuesta por el marco teórico, perspectiva de la capacidad emprendedora, el marco de

referencia e hipótesis, además de la reseña de Colombia como escenario geográfico donde se desarrolla la investigación.

En el capítulo 3, presentamos la metodología, ceñida a una investigación social, sustentándose entonces en herramientas cuantitativas (estadística descriptiva) y empleando un sondeo de opinión aleatorio, pues se analizó información conceptual y numérica, usando un modelo econométrico de regresión de respuesta binaria, el modelo de regresión logística Logit (El objetivo de este modelo es básicamente obtener la probabilidad que uno de los acontecimientos suceda).

El capítulo 4 se ocupa de presentar y analizar los resultados, considerando el alcance de los cuatro objetivos específicos dispuestos, indicando que maximizar la capacidad emprendedora exige centrarse por parte de los impulsores del emprendimiento, en auspiciar proyectos sostenibles, sobre la base de la forma como se formulen y planeen. Para ello, se propone un modelo fundado en 17 herramientas claves, propias de la ciencia administrativa, dirigidas a corregir las causas del cierre de las nuevas empresas.

En el capítulo 5, se analiza los resultados contrastando las hipótesis planteadas.

En el capítulo 6, se presentan las conclusiones, implicaciones y futuras líneas de investigación.

Expuesto el capítulo uno, introductorio, el siguiente apartado muestra las premisas para el diseño de una estrategia orientada al fortalecimiento de la capacidad emprendedora en Colombia; integrado por el marco teórico, la perspectiva de la capacidad emprendedora, el marco de referencia y una reseña de Colombia como escenario geográfico donde se desarrolla la investigación.

CAPITULO 2: PREMISAS PARA EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA ORIENTADA AL FORTALECIMIENTO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN COLOMBIA: REVISIÓN TEÓRICA Y DESARROLLO DE HIPOTESIS

2.1 CONTEXTO TEÓRICO

A través de la historia, los economistas han buscado explicar las razones por las cuales algunos países viven en la riqueza y otros en la pobreza. Explicaciones con alguna validez aportan los trabajos más reconocidos, los cuales, desde distintos enfoques y fundamentos, han buscado esclarecer el fenómeno, pudiéndose concluir que la mayoría de los autores coinciden en que el factor diferenciador es la forma en la que los habitantes de cada país han conseguido emplear productivamente los recursos abundantes o escasos poseídos. (Smith, 1776; Porter, 1990).

Los estudios recientes, obtenidos con herramientas estadísticas y métodos más sofisticados, refrendan que la productividad es el requisito para generar riqueza, (Cavallo y Powell, 2018); Kantis y Federico. 2014). En cada país se investiga la productividad total de factores (PTF), esto es, el nivel de eficiencia con el que las empresas, emplean sus recursos, capital de inversión, tierra, trabajo, tecnología, información y capacidad de gestión, para generar los bienes tangibles e intangibles demandados por las personas, en un ciclo de producción continua en la que pueden participar todos los agentes sociales en una relación ganar-ganar.

La productividad, según los estudios macroeconómicos, es el pilar para generar riqueza, y ésta se consigue invirtiendo en empresas capaces de ser eficientes, pero dicha inversión dependerá de las tasas de ahorro interno, que permitan financiar a las empresas con tasas de interés ajustadas a la media internacional de las economías más productivas, requisitos no cumplidos por las empresas de América Latina y el Caribe, cuyas empresas, por su tamaño

micro, pequeño y mediano, en el 99% de los casos, y la inadecuada gestión administrativa son altamente improductivas. (Kantis y Federico. 2014; Cavallo y Powell, 2018),

Acogiendo la premisa de la productividad, se evidencia que el recurso central, primario, que no ha sido productivamente empleado en las naciones menos ricas y, por tanto, no desarrolladas, es la población. Es decir, en los países menos avanzados las personas no se han empleado así mismas de forma productiva. De todo esto, podemos decir que el origen de la riqueza o la pobreza de cada nación, radica en la capacidad de las personas de organizar los medios de producción en empresas, para generar riqueza, aun compitiendo en los mercados con los productores de las demás naciones.

De todo esto se deduce que los países ricos deben esta posición de privilegio a las personas emprendedoras que los habitaron antes y quienes los habitan actualmente, personas que han ideado, organizado y puesto a operar empresas a partir de los recursos disponibles, superando las dificultades y las limitaciones de los propios recursos y el acceso a ellos.

En ese contexto, este trabajo se fundamenta en la teoría de los recursos y capacidades, (Barney 1986, 1991), entendida como el acervo conceptual que explica el éxito de las empresas como resultado de la gestión administrativa eficiente, gracias a contar con los recursos de infraestructura físicos, intangibles y monetarios apropiados, junto a las capacidades de conocimiento, experiencia, destrezas y compromiso trabajador que les permiten ser productivas y competitivas, para poder generar beneficios superiores a la tasa de retorno exigida por los inversores en función a la arrojada en promedio por el sector a que pertenece cada empresa.

Así, el bienestar generado en un país, estará determinado por los resultados obtenidos por las empresas localizadas en él, y la estabilidad y desarrollo de las empresas dependerá del uso que haga cada equipo gerencial de los recursos y capacidades comprometidos en ella.

La teoría de los recursos y capacidades tiene implícita la capacidad de gestión como requisito obligado, pues la sola suficiente dotación de recursos no garantiza el éxito de una empresa, y la gestión significa posesión y buen uso del conocimiento a favor de la consecución de los objetivos de las empresas.

Este trabajo también emplea la teoría de gestión del conocimiento, para explicar la existencia o no de capacidad emprendedora en un país.

La gestión del conocimiento, aceptada como la generación o descubrimiento del conocimiento, de saber el origen y el cómo, por qué y para qué de las cosas, abarcando su difusión y aplicación, es decir, el uso del conocimiento, su gestión en la administración empresarial para obtener resultados generadores de desarrollo, (Avendaño y Flórez 2016). Es el complemento obligado de la teoría de los recursos y capacidades para poder concluir si un país tiene o no el requisito de la capacidad emprendedora necesario para conseguir el éxito de las empresas nuevas y con él la estabilidad económica y desarrollo integral de las naciones.

Numerosos trabajos desarrollados en el marco de las teorías de recursos y capacidades y de gestión del conocimiento han centrado su investigación en la elección y aplicación de estrategias empresariales capaces de generar resultados positivos en las empresas, (Fong, Flores, & Cardoza, 2017). Sin embargo, son escasos los trabajos que han investigado sobre el proceso de creación y desempeño de las nuevas empresas (Álvarez y Busenitz 2001; Betancour, 2011).

El emprendimiento empresarial, como campo teórico de estudio, dirigido a entender y explicar el interés y la intención de las personas en crear empresas, puede ser visto desde estas dos teorías, pero su visión será diferente, pues la empresa a crear aún no existe, es una idea, un propósito, y por ello, se debe pensar en los recursos con los que se la debe dotar, para que pueda usar bien las capacidades de sus futuros administradores, quienes deberán hacer uso de los

conocimientos anteriores que puedan poseer sobre administración de empresas, para gestionar con ellos los recursos, sabiendo que la nueva empresa, comenzará a construir conocimiento propio una vez puesta en marcha.

Así, en pos de conseguir que las empresas nazcan con menor exposición al riesgo de cierre prematuro, debe reconocerse que ellas nacen con la fuerte desventaja de la inexperiencia propia; nacen en zona de pérdidas, pues tienen costos fijos y variables que cubrir antes de generar ingresos por ventas; tienen la tarea dura de penetrar y consolidarse en el mercado, mientras tienen en los competidores actuales, directos e indirectos, los rivales dispuestos a impedir que ello se logre, y así con un conjunto de dificultades y retos a superar. Teniendo en cuenta estas dificultades, las teorías de recursos y capacidades y de gestión del conocimiento deben tener un enfoque diferente cuando se dirigen a empresas a crear, versus el asumido cuando se dirigen a empresas activas.

En los epígrafes siguientes se amplía y profundiza las premisas teóricas planteadas.

2.1.1 Teoría de recursos y capacidades (TRC)

La TRC formula que cada empresa dispone de recursos y capacidades únicas, diferentes a los de las demás, y, por tanto, cada una debe establecer su estrategia competitiva a partir de la organización y uso potencial de esos recursos, para emplearlos como capacidades estratégicas que le permitan obtener ventajas competitivas con las cuales generar valor en mercados intensamente competitivos. (Barney, 1991)

Este trabajo se fundamenta en la TRC ya que considera que la capacidad emprendedora de un país se debe valorar, en principio, tomando el número de empresas creadas por año y el

porcentaje que de ellas perduran después del quinto año, (Confécamaras 2017), lo que se consigue sólo si se emplea estratégicamente los recursos y capacidades de las empresas creadas.

Penrose (1959, citada por Rugman & Verbeke, 2002), propone los fundamentos de la teoría y describe los procesos mediante los cuales una empresa crece, observándola como un conjunto de recursos productivos con una organización administrativa responsable de hacerla productiva y competitiva.

Teece (1982) basado en Penrose (1959), manifiesta que las empresas poseen un exceso de recursos, los cuales pueden ser empleados en una amplia variedad de productos terminados.

Respaldo esas posiciones, Wernerfelt (1984), se refiere a las empresas como un conjunto más amplio de recursos para tener el equilibrio de la explotación de ellos y el desarrollo de otros nuevos. Estudia las capacidades que las organizaciones tienen y el nivel de desempeño de estas con respecto a sus competidores (Teece, 1982; Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Peteraf, 1993).

La TRC defiende que las empresas son fundamentalmente heterogéneas, en cuanto a sus recursos y capacidades internas, lo que ha significado ser el corazón de la gestión estratégica, permitiendo que cada empresa pueda ser única, en el producto tangible o intangible que pone a disposición del cliente (Peteraf, 1993; Barney 1991).

A raíz de esto Peteraf (1993), formula un modelo de ventaja competitiva, el cual tiene cuatro condiciones que deben cumplirse: primero, el uso superior de los recursos disponibles en la empresa, explicado como la existencia de heterogeneidad de recursos en las empresas que conforman cada industria, pero donde empresas con recursos diferentes o menores pueden competir en un mercado homogéneo, es decir, un mercado con equilibrio de demanda y oferta, si los recursos disponibles son los esenciales y la organización y gestión se aplican con eficiencia.

Empresas con recursos marginales o insuficientes, no pueden producir a costos competitivos en mercados en equilibrio y deben abandonarlo.

Segundo, límites ex post a la competencia, entendido como la necesidad en las empresas líderes en un mercado de mantener la heterogeneidad, como fuente de rentas permanentes para las empresas que con mejores y mayores recursos los emplean más eficientemente. Se entiende así el concepto ex post, como que “después de que una empresa gane una posición superior y gane rentas, debe haber fuerzas que limiten la competencia para esas rentas” (Peteraf, 1993 p. 182.) a efecto de preservarlas.

Ahora, esas fuerzas no son por monopolios o artilugios anti competencia, son mecanismos legales anti imitación, como patentes, secretos productivos corporativos basados en curva de experiencia e investigación y desarrollo, los costos de entrar a un mercado nuevo, los costos de cambiar de proveedores, y en general, barreras de movilidad que protegen a grupos de productores de los otros en competencia, y por supuesto, las barreras de entrada, que dificultan el ingreso de nuevos competidores.

El tercer componente del modelo de Peteraf para obtener la ventaja competitiva es la capacidad imperfecta de los recursos, explicada desde el punto de vista de la inmovilidad propia de algunos activos que impiden su comercialización o transferencia de una empresa a otra. Es decir, no todo el saber hacer de una empresa es transferible a otra, pues cada factor de producción es único y su aportación dentro de una noción de equipo es única en coordinación funcional con los otros factores que operan. Los recursos se tornan imperfectamente móviles al especializarse a las condiciones operativas de una empresa o cuando trasladarlos resulta antieconómico.

El cuarto elemento del modelo de Peteraf para obtener la ventaja competitiva son los límites ex ante a la competencia, entendido como que antes de que una empresa llegue a establecer una posición de superioridad con base a sus recursos y el uso eficiente de ellos, debe existir un límite anterior a ese nuevo límite, algo así como el atleta que supera el anterior record. La cuestión es que imponer un nuevo límite resulta costoso para la empresa que lo busca, pues la investigación y desarrollo de productos y procesos es costosa e implica el riesgo de la incertidumbre en los resultados, los cuales, de ser negativos causan pérdidas pero no necesariamente eliminan de la empresa, pero de ser positivos, incrementan las rentas ex ante, es decir, sobre lo que existía antes del éxito del cambio, llevando a la empresa a la cúspide de la ventaja competitiva, la cual sólo es sustentable o perdurable en tanto se mantenga enfocada en la mejora, traducida en innovación.

Las visiones presentadas de la TRC muestran claramente que esta teoría se centra en los factores internos poseídos por las organizaciones, los cuales, si se consiguen potenciar en su uso con sentido estratégico, les pueden permitir un desempeño superior frente a sus competidores directos e indirectos, (Teece, 1982; Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Peteraf, 1993).

La teoría en cuestión, a juicio de distintos autores, (Sáez, 2000), ya constituye un cuerpo teórico maduro, construido a lo largo de los años desde las publicaciones que la originaron (Penrose, 1959; Teece, 1982; Wernerfelt, 1984), semilla, sobre la cual, construyeron (Barney 1986, 1991; Grant, 1991, 1996; Peteraf, 1993; Porter, 1985, 1991), lo que se refrenda en el estudio de Fong, et al, (2017), donde se revela la teoría ha sido citada recurrentemente.

La principal validación de esta teoría viene dada por el gran número de empresas que la aplican. En este plano se encontró que las empresas con capacidades de gestión más sólidas, por tener equipos gerenciales más completos en número, formación y experiencia, son las que tienen

niveles más altos de presencia efectiva en mercados internacionales, consiguiendo generar valor en mercados competitivos, donde las dinámicas de crecimiento pueden ser menores, pero ello no les ha impedido obtener sus objetivos estratégicos y disfrutar de un rendimiento superior. (Spyropoulou, Katsikeas, Skarmeeas & Morgan. 2017).

El trabajo realizado por (Woo & Choi, 2017), pone de manifiesto el papel de las capacidades de recombinación de conocimiento de las empresas y las colaboraciones externas en el desarrollo de productos convergentes, usando datos de una encuesta de 858 empresas de Corea del Sur, hallando que la presencia de empleados interdisciplinarios, junto al fuerte compromiso de los CEOs, se encuentran entre las capacidades importantes de recombinación de conocimiento para desarrollar productos convergentes que los clientes quieren y pueden pagar.

Otro estudio realizado con 99 PYMEs en Eslovenia en un contexto de emprendimiento internacional, demostró que la estrategia desarrollada enfocada en la optimización de los recursos y capacidades, permitió obtener resultados relevantes en las exportaciones de las empresas objeto de estudio. (Celec & Globocnik. 2017).

Sobre esta evidencia empírica, se podría decir que toda empresa dotada con los recursos necesarios podría llegar a tener ventaja competitiva sostenible, acentuándose esto si la capacidad instalada suministrada por esos recursos se emplea dinámicamente, por un equipo gestor dotado con conocimiento, imaginación y acción realizadora, para conseguir una empresa eficiente, condición necesaria para alcanzar una ventaja competitiva sostenible. (Supriyadi, 2017).

Por tanto, apoyándonos en la TRC, una empresa obtiene ventajas competitivas, no por la imperfección de factores externos moviéndose en el entorno general y sectorial, sino por la calidad, cantidad y forma de utilizar los recursos internos, que son sobre los cuales la

administración de cada empresa puede actuar con mayor libertad, oportunidad y certeza. (Penrose, 1958)

Los pioneros de la teoría destacan la clave del éxito para una empresa: cada empresa posee unos recursos, unas capacidades, y con ellas produce los bienes que ofrece al mercado y compite con rivales directos e indirectos, viéndose afectados todos de manera proporcional por las fuerzas del entorno general, como la economía y la política, mientras todos también deben estar atentos a los cambios planteados por el sector, bien por innovaciones en el producto, los procesos productivos o cualquier otro frente. (Porter, 1985, 1991).

La capacidad del grupo directivo en la empresa se potencia cuanto más se use y más tiempo trabaje, los recursos, en cambio, se agotan a través del tiempo y el uso, pero ello no representa problema, pues ellos son reemplazables por nuevos de mayor capacidad tecnológica y productiva, para ser empleados con mayor eficiencia por equipos humanos de gestión y operación, cuyas destrezas siguen aumentando al crecer su curva de experiencia.

El reemplazo de los recursos, materializados en activos fijos tangibles e intangibles, será posible en tanto la empresa se mantenga vigente compitiendo en los mercados, pues esos activos continuamente renovados permiten producir a un costo variable unitario similar o inferior al de los competidores más eficientes, generando porcentajes de margen de contribución perfectamente competitivos según sea la categoría del producto, para establecer así precios de venta ajustados al target al cual se vende.

La TRC exige obtener un rendimiento sobre la inversión (ROA) ajustado al costo de capital, constituido éste como el promedio ponderado entre el costo de la deuda (tasa de interés) y el costo del patrimonio (tasa de retorno) aportado por los socios.

La TRC integra las cinco áreas funcionales de la empresa. Propone su operación armónica y fluida en función a los objetivos y estrategias dispuestos por el equipo gerencial, (Cardona, 2011), para obtener beneficios en relación a los recursos comprometidos. Estos beneficios no sólo son medidos en términos del estado de resultados, sino del flujo de caja libre (FCL), como herramienta clave de medición, para establecer la capacidad de una empresa de generar valor, esto es, ofrecer un retorno sobre la inversión superior a la tasa de retorno exigida por los propietarios de la empresa.

Sobre elementos de esa envergadura es claro, la fortaleza de la TRC radica en que ha sido potenciada a través del tiempo con aportes de diversos autores, (Fong, et al. 2017), así se entiende que toma la inversión total como los recursos dispuestos para la operación de la empresa, en producción, mercadeo y ventas, recursos humanos, gestión y dirección, y por supuesto, en contabilidad y finanzas, cuyas herramientas de medición, como el FCL, se usa como la herramienta más poderosa y efectiva de cuantas se pueden usar para valorar el desempeño de una empresa.

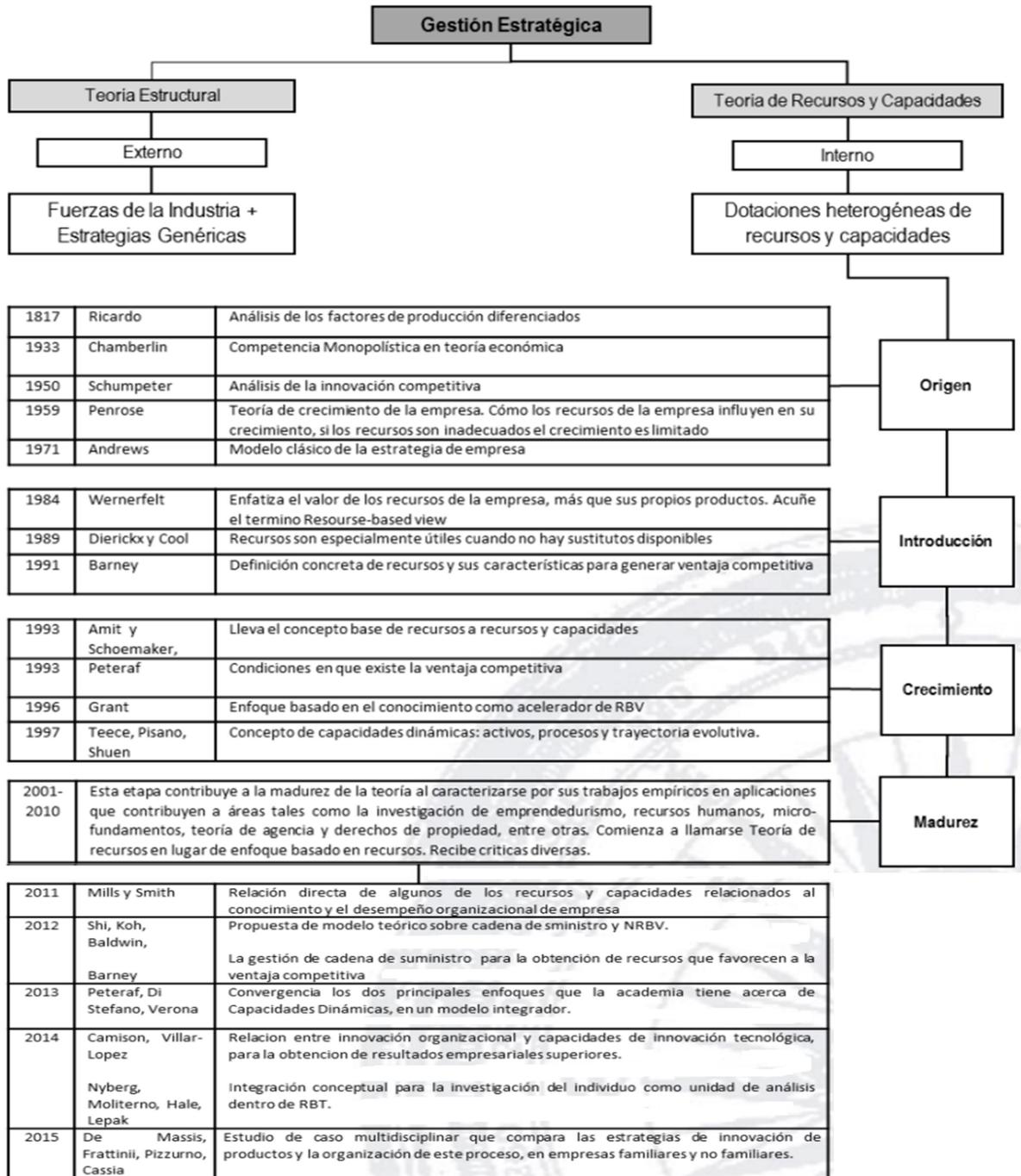
Una compañía que emplea sus recursos y capacidades con la estrategia adecuada, arrojará un FCL positivo, el cual es asumido como el saldo periódico final, una vez descontado del flujo de caja bruto la inversión para reponer activos fijos productivos y el capital de trabajo, ambos necesarios para mantener actualizados los recursos operativos de la empresa. Así se auto protege de la posible voracidad de sus propietarios, quienes sólo se podrán distribuir, a manera de dividendos, el valor que arroje el flujo de caja libre disponible para socios (FCLDPS), que es el valor del FCL, una vez se le ha descontado los intereses y el abono a capital pagados por deudas.

La TRC constituye una rica plataforma de pensamiento para la gestión empresarial, al conducir a pensar y dirigir la empresa en términos de sus potencialidades, contenidas en los

recursos internos que posee, junto a las capacidades del equipo humano que la dirige y opera, permitiendo medir el desempeño obtenido con técnicas de distinto orden, tanto cualitativas como cuantitativas, como las destacadas de perfil financiero.

Para cerrar este apartado, se presenta la figura 1 con la génesis de la TRC, desde 1837 hasta 2015, mostrando su evolución a través de las aportaciones recibidas por distintos autores, para sustentar por qué ha sido considerada en este estudio como base teórica.

Figura 1 Teoría de recursos y capacidades posición contemporánea



Fuente: Fong, et al. (2017)

El apartado siguiente se ocupa del complemento de la TRC, la teoría de gestión del conocimiento. Como se ha comentado, la abundancia de recursos en una empresa durante un periodo de tiempo determinado no asegura su estabilidad y menos su crecimiento económico y desarrollo integral. Para ello, se debe tener en cuenta, cómo la gestión del conocimiento puede afectar la generación del flujo libre de caja.

2.1.2 Teoría de gestión de conocimiento (GC)

La gestión del conocimiento es una noción teórica atribuida a Etzioni Amitai, quien, en 1979, trató sobre “cómo crear y usar el conocimiento sin minar la organización” (Farfán & Garzón 2006, p 6), propuesta que fue enriquecida posteriormente por distintos autores. (Choo, 1998; Stewart, 1997; Davenport, 1998; Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka, 1999; Edvinsson y Malone, 1999; Sveiby, 1998).

Algunos mensajes sobre la relevancia del conocimiento retumbaron y superviven, como: “La productividad del trabajador del conocimiento es el mayor desafío de la gestión en el siglo XXI. Los países y las industrias que han emergido como líderes en el mundo en los últimos cien años son aquellos que han sido líderes en incrementar la productividad del trabajador manual. En aproximadamente cincuenta años, el liderazgo de la economía mundial se habrá desplazado hacia aquellos países e industrias que hayan incrementado de la manera más sistemática y más exitosa la productividad del trabajador del conocimiento” Drucker (1999, p 83)

El conocimiento, en realidad, siempre ha estado presente en la historia de la humanidad. Los “trabajadores del conocimiento son “aquellos integrantes de la fuerza laboral cuyas destrezas son principalmente intelectuales en lugar de manuales, son las personas que crean y aplican el conocimiento en lugar de fabricar cosas” (Drucker, 1957 p. 53). Esta noción ha sido trascendida,

pues hoy en día se acepta que aún los trabajadores que producen manualmente los objetos tangibles o intangibles con máquinas o sin ellas, no dejan de percibir y pensar mientras operan, y a través de esa conciencia operativa son el primer receptor del conocimiento, bien para corregir los procesos, las máquinas y equipos, y por, sobre todo, su propia forma de operar.

Se comprende mejor que todos los trabajadores gestionan conocimiento, al considerar que la gestión del conocimiento (GC) es un proceso en el que intervienen todos los empleados administrativos u operativos de la organización. El conocimiento se genera en el puesto de trabajo y su interacción, sistematizándose mediante la codificación, para hacerlo útil y asimilable por todos, permite poder hacer la difusión dentro y fuera de la compañía. (Nonaka, et al, (1999).

La GC es un concepto generado y aplicado con especial énfasis en la administración de empresas, (Acevedo et al, 2005). Cada compañía incorpora a su operación el conocimiento que le llega del exterior y a partir de ahí construye, pudiendo diseñar e implementar un sistema de GC, para capturar, procesar, apropiar y difundir el conocimiento internamente ganado o generado para alcanzar los objetivos organizacionales definidos dentro de la estrategia de la empresa, en un contexto de trabajo colaborativo en equipo, retroalimentado con información externa. (Nonaka & Hirotaka, 1998; Davenport, 1998).

La GC implementada en la empresa a través del tiempo permite consolidar el capital intelectual (CI) de la organización, representado en el cúmulo de saberes, que, transformados en diagramas de procesos, principios, políticas, permiten a cada empresa funcionar dentro de un ambiente organizacional que imprimen una personalidad a sus productos, con los cuales llegan a sus clientes, ganando su confianza, para que los adquieran con fidelidad. Así la GC es una herramienta para hacer más competitivas a las empresas. (Peteraf & Barney, 2003).

El CI se genera a través de la GC, por lo que se convierte en material intelectual, que se utiliza para crear valor, haciendo que el activo alcance el valor más alto (Stewart, 1997), permitiendo que el capital intelectual transforme el conocimiento y otros activos intangibles en fuentes generadoras de riqueza (Bradley, 2003).

Así pues, la teoría de GC permitirá captar y explotar información sobre cada uno de los procesos, de los materiales, de la mejor forma de hacer el trabajo, de cómo llevar el producto al cliente para conseguir una ventaja competitiva frente a los principales competidores. Al mismo tiempo, también permitirá atender las regulaciones del Estado, y con todo ello, se crea nuevas y más eficientes formas de hacer las cosas, de cumplir los procedimientos, todo en el objetivo de optimizar la productividad, haciendo más con menos recursos, con mejor calidad, con mejor diseño, para ganar clientes siempre satisfechos. (Sáez, 2000)

El saber hacer a través de la GC se ha convertido en CI, gracias a ello es más fácil entrenar a los trabajadores en cada cargo, tanto antiguos como nuevos, para conseguir la armonía en los procesos, habiendo obtenido la coordinación entre trabajadores, máquinas y equipos, a efecto de poder satisfacer las solicitudes del cliente, gracias a un ambiente de trabajo colaborativo dentro de la empresa. (Avendaño, & Flores, 2016).

El CI va más allá de simples manuales de procedimiento, es la búsqueda continua de la mejora, es la consecución de la innovación o del invento. Las empresas, en especial las grandes, buscan trascender hacia la investigación y el desarrollo, para lo cual, destinan recursos, asignan responsables y fijan cronogramas, con el propósito de conseguir ventaja competitiva, manifiesta en productos valiosos, escasos y difíciles de imitar y de sustituir, con los cuales obtener las preferencias de los compradores en mercados cada vez más exigentes. (Bermúdez, Boscan, Muñoz, et al, 2017; Naranjo, González, & Rodríguez, 2016).

Algunos autores encuentran en la GC, la base para poder acometer todos los procesos y gestión de la organización (Caraballo, Mesa & Herrera, 2009) argumentando que ella permite la mejora continua, por ello, las empresas se encuentran en continua búsqueda de nuevo conocimiento y prácticas para poder implantarlas en concepto de mejora de sus procesos y productos.

Sobre esa base existen distintos modelos para medir la generación de capital intelectual, aplicables de manera selectiva en los diferentes renglones de la producción (Monagas, 2012), (Robayo, 2016). Esto facilita la expansión de la teoría de la GC, y de sus resultados. La generación de capital intelectual y los modelos existentes se vuelven una herramienta que permiten replicar su utilización incluso por empresas de tamaño mediano, pequeño o incluso micro, tanto en empresas de nueva creación como en empresa consolidadas.

Así se puede concluir, que las teorías de los recursos y capacidades y la gestión del conocimiento no son temas vedados para los emprendedores empresariales. Esto significa que los responsables de administrar y operar estos programas pueden y deben cuidar por conseguir que los emprendedores los incorporen a su base cognoscitiva, lo que conducirá a que la apliquen en las unidades productivas que consigan poner en marcha, como medio para conseguir empresas capaces de ser productivas y competitivas, requisitos básicos para que las empresas nuevas puedan perdurar en el tiempo, generando flujo de caja libre positivo, es decir, para que consigan permanecer generando valor, que puede ser el indicador central para identificar si en un país existe o no capacidad emprendedora. (Alvarez & Busenitz, 2001).

2.1.3 Teoría del emprendimiento

Este trabajo está basado, principalmente, en la teoría del emprendimiento, por ello gravita en él, tanto o más que las demás teorías citadas. Esta teoría nos permitirá concluir el aspecto central del trabajo: definir si en Colombia existe o no capacidad emprendedora y proponer cómo fortalecerla, a partir de valorar los resultados del programa clave del país en la materia.

La teoría del emprendimiento empresarial, para algunos, es apenas una pre-ciencia, es decir, un conjunto de conceptos aceptados por una comunidad científica, sin que ellos hayan sido probados, por lo que la recurrente frase, según la cual “las naciones logran mejores niveles de vida en función a la cantidad y calidad de empresas que operen en ella”, (Castro, García, & Adame, 2015), no está debidamente soportada por las estadísticas, pues aún en los países más ricos, con muchas empresas, de donde se deduce tienen muchos emprendedores, existen altas cantidades de pobres y notorias consecuencias negativas de ello, y lo peor, muchas de las empresas no son productivas y apenas sobreviven por subsidios estatales perversos. (Cavallo y Powell, 2018)

Ciertamente la teoría del emprendimiento empresarial adolece de unificación de criterios en principios fundamentales. No existe consenso sobre lo que es emprendedor y empresario, teniendo en el concepto “espíritu emprendedor” otra debilidad por lo etéreo que puede resultar esa noción, si bien parece haber aproximación sobre lo que es “la empresa”, como resultado del trabajo emprendedor.

Algunos, citando a Richard Cantillon, recuerdan que este pionero definió en 1730 al emprendedor, como la persona que es capaz de generar su propio empleo, comprando bienes a precios conocidos para vender a un precio futuro desconocido. (Pico del Rio Cortina, Trujillo, & Arias, 2017)

Para otros, el emprendedor es quien se desempeña en la sociedad como un “rebelde inquieto que imposibilita que la economía se hunda en el letargo” (Torres, 2017 p. 237) y en ese orden se puede hallar todo tipo de definiciones, unas más sugestivas que otras, para poder entender que el emprendedor es simplemente quien idea y realiza iniciativas para crear empresa, pues el emprendimiento puede estar enfocado a distintas causas.

El término “emprendedor” así planteado se diferencia del vocablo “empresario”, éste ha sido asumido en los tiempos que corren más en el sentido economicista que dieron a la palabra “emprendedor” pioneros como Cantillon y Jaques Tugot (1759), quien lo definía como el inversor capitalista, es decir, quien aporta recursos monetarios, activos fijos e intangibles, trabajo, tecnología para conseguir implementar y mantener operando la empresa. (Pico del Rio Cortina, at al, 2017)

Así, quien siendo empleado gestiona y administra una empresa, no es un empresario, pues no arriesga sus recursos en ella, como no lo es tampoco el emprendedor, quien aportó la idea de negocio y consiguió con recursos de otros ponerla en marcha, pero no invirtió su capital económico en ella, por lo cual no es propietario de la empresa, y por tanto, no es empresario. (Pico, del Rio Cortina, at al, 2017).

Ahora, sobre “espíritu empresarial” se puede anotar que el espíritu está en el cerebro del ser humano, en su inteligencia, identificando distintos tipos de espíritu, según las inclinaciones intelectuales, tendencias, gustos o preferencias de cada ser humano, por lo que el espíritu sería libre, (Bartra, 2013), pero se ve limitado o supeditado por la realidad que sobre él incide, según las posibilidades ciertas de cada ser humano de poder dedicar su vida a lo que su tendencia natural, inteligente, le invita, pues las exigencias naturales y sociales, como la necesidad de alimentarse y protegerse de la intemperie lo condicionan, quitándole esa libertad.

Así, el espíritu emprendedor para hacer empresa es una manifestación de la inteligencia humana propia de la economía de mercado, haciéndose posible su manifestación en tanto el individuo pueda disponer de las condiciones materiales, contenidas en los recursos que pueda demandar crear y poner a operar cada empresa visualizada por cada espíritu emprendedor.

Lo anterior deja claro que la teoría del espíritu empresarial tiene principios aceptables, y ese espíritu se halla en cualquier persona que exprese una idea de negocio, pero él no se materializa en tanto no se ponga la empresa en marcha, lo que no es posible para la mayoría de los espíritus emprendedores, pues no todos tienen los recursos monetarios para ejecutar el emprendimiento, razón que valida la existencia de programas estatales como el Fondo Emprendedor, capaz de aportar el dinero para que nazcan las empresas, al menos, en un tamaño básico, permitiendo así aflorar el espíritu empresarial.

Donde tampoco existe consenso es en el proceso a seguir en la puesta en marcha de un proyecto emprendedor. Algunos profesores del área de emprendimiento empresarial dirán que a partir de una idea innovadora (Gil & Giner 2012; Varela, 2001; Ireland y Webb, 2007), siendo ésta la que da vida a un producto nuevo, diferenciado, o producido o comercializado de manera distinta a como lo hacen los competidores actuales (Schumpeter, 1934).

Otros teóricos podrán decir que no importa tanto la innovación, como los determinantes de la inversión (Ramírez & Cajigas, 2004), por lo que se debe crear empresa en las actividades económicas cuyo margen de contribución, nivel de demanda, acceso al crédito y tasa de retorno entre otras variables claves sean altas, mientras el nivel de competencia es menos fuerte y la mano de obra es más barata.

Algunos responderán que para crear la empresa basta una buena idea de negocio innovadora, y montar la empresa de forma pragmática, sin teorías ni planes de negocio, mientras

otros, al contrario, piden que se haga un análisis de prefactibilidad de la propuesta, y si éste arroja resultados positivos, se proceda a la realización de un plan de negocio en profundidad (Sapag, 2016), todo ello dirigido a minimizar el riesgo de la inversión y posibilitar la consolidación y desarrollo de la empresa.

Las contradicciones de los teóricos del emprendimiento no paran aquí, y se profundizan aún más, pues entre quienes están de acuerdo en hacer planes de negocio, no definen una estructura única para ello, (Friend & Zehle, 2008; Sapag, 2016; Varela, 2001) y peor aún, los distintos autores presentan vacíos en aspectos vitales, como la forma de establecer la capacidad instalada de producción a largo, medio y corto plazo, (Bunn y Oliveira, 2016; Murcia, 2009), el monto de la inversión derivada de ella y dentro de ésta, la forma de calcular la inversión en capital de trabajo, (Cajigas, Haro & Ramírez, 2018), sin olvidar los desacuerdos para estimar la participación esperada en el mercado.

En este escenario de desacuerdos, los emprendedores no encuentran en los teóricos las respuestas precisas necesarias para cumplir su trabajo de crear empresas, lo que demuestra que el emprendimiento empresarial no es una ciencia exacta, es una variante o un tema dentro de la ciencia social económica, cuyo agente social, el emprendedor, no puede ser definido como alguien que debe tener unas determinadas características en su espíritu, aunque su resultado, la empresa, es un objeto caracterizable en un sector, un tamaño y unos objetivos, como puede ser parametrizada la capacidad emprendedora de los habitantes de un país.

2.2 PERSPECTIVA DE CAPACIDAD EMPRENDEDORA

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), define la capacidad emprendedora a través de un índice anual de creación de empresas en cada uno de los países incluidos en su análisis.

Aporta un marco conceptual que articula los diversos factores que actúan sobre el proceso emprendedor para explicar su incidencia sobre el crecimiento económico y los clasifica en dos grandes grupos: “el de las condiciones inherentes al contexto nacional —que afecta las oportunidades para emprender—, y el de las condiciones del contexto social, cultural y político”, lo cual, todo junto incide sobre la actividad y la capacidad emprendedora, las oportunidades para emprender, y determinan la dinámica de los negocios, que finalmente debe reflejar la contribución del emprendimiento al crecimiento económico de un país (GEM, 2016).

El GEM se complementa con otros estudios como el Doing Business, el Reporte Mundial de Competitividad y el Índice de Libertad Económica; el primero encargado de estudios sobre la facilidad para crear empresa, el segundo ocupado de comparar los factores macro de competitividad y el último, muestra las barreras impuestas a la libre creación de empresas en cada país.

En esta línea, es relevante mencionar el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (ICSEd-Prodem), un ranking entre 60 países, el cual analiza los factores que influyen en el emprendimiento, especialmente en América Latina. (Kantis et al., 2015).

El ICSEd-Prodem se basa en un modelo conceptual sistémico y ecléctico (Verheul, Wennekers, Audretsch, & Thurik, 2002), da cuenta de los diferentes factores sociales, culturales, económicos y políticos que afectan la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos y la generación de futuros emprendedores.

Este modelo agrupa tres ejes conceptuales: primero, el capital humano emprendedor; segundo, los factores que influyen sobre la existencia de oportunidades de negocios, como la demanda; y, por último, incluye aquellos factores que hacen posible que un proyecto se convierta

en empresa y su posterior desarrollo. Paralelamente, observa la existencia de fuentes financieras para crear y hacer crecer los emprendimientos, junto a las relaciones de confianza que faciliten la construcción de redes entre empresarios, instituciones y otros agentes.

Para la construcción de este índice se siguieron las mejores prácticas indicadas por la OCDE. En total, se incluyeron 41 variables en la elaboración de las 10 dimensiones que forman parte del ICSEd-Prodem. Estas variables se obtuvieron de diversas fuentes de datos reconocidas internacionalmente como el Banco Mundial, el Global Entrepreneurship Monitor, el Global Competitive Index, el World Value Survey y UNESCO, entre otras

A continuación, la tabla 2, muestra los resultados del ICSEd Prodem en el año 2017, en cuyo ranking de 60 lugares, los países de América Latina ocupan los puestos rezagados: el 33, el 38, y el 39, del 42 al 45, el 48, y del 54 hasta el 60, lo que explica la constante perturbación social que reportan, diariamente, los medios de comunicación en estos países, como resultado de su debilidad económica estructural, explicada en su débil capacidad de emprendimiento empresarial.

Tabla 2 Puntuación promedio de los 60 países estudiados

1	Singapur	21	China	41	Marruecos	33.21
2	Estados Unidos	22	Dinamarca	42	México	32.95
3	Finlandia	23	Republica Checa	43	Costa Rica	32.81
4	Países Bajos	24	Portugal	44	Uruguay	32.66
5	Irlanda	25	Polonia	45	Colombia	32.22
6	Suecia	26	Eslovenia	46	Sudáfrica	30.22
7	Alemania	27	Letonia	47	Indonesia	29.42
8	Reino Unido	28	Tailandia	48	Perú	29.19
9	Canadá	29	Hungría	49	Egipto	28.67
10	Japón	30	Italia	50	Irán	26.21
11	Austria	31	España	51	Filipinas	26.17
12	Noruega	32	Turquía	52	Croacia	25.91
13	Suiza	33	Chile	53	Grecia	23.12
14	Australia	34	Rusia	54	El Salvador	22.77
15	Francia	35	Malasia	55	R. Dominicana	22.64
16	Bélgica	36	India	56	Bolivia	22.30
17	Israel	37	Eslovaquia	57	Ecuador	21.11
18	Corea, Rep.	38	Brasil	58	Panamá	15.94
19	Hong Kong	39	Argentina	59	Venezuela	15.59
20	Estonia	40	Vietnam	60	Guatemala	13.96
	ALTO	MEDIO	MEDIO ALTO	MEDIO BAJO	BAJO	

Fuente: condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico América Latina: avances y retrocesos en perspectiva. Pág. 6.

En el interior de Latinoamérica, Chile encabeza el ranking regional de condiciones sistémicas para emprender, seguido por Brasil y más atrás por Argentina, México y Costa Rica. Argentina, pasó del 7º puesto al 3º puesto entre 2011 y el 2016, lo cual hace que Uruguay y Colombia abandonen el top 5 regional, desplazados por Argentina y Costa Rica, tal como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3 Puntuación promedio de los 60 países estudiados

	País	ICSEd 2017	Posición en el ranking global	Cambio vs, ranking 2016
Ranking en América Latina	1 Chile	38,70	33	0
	2 Brasil	34,17	38	0
	3 Argentina	33,77	39	4
	4 México	32,95	43	-1
	5 Costa Rica	32,81	42	1
	6 Uruguay	32,66	44	-2
	7 Colombia	32,22	45	-2
	8 Perú	29,19	48	1
	9 El Salvador	22,77	56	4
	10 República Dominicana	22,64	54	4
	11 Bolivia	22,30	55	-3
	12 Ecuador	21,11	57	-2
	13 Panamá	15,94	59	-2
	14 Venezuela	15,59	58	-2
	15 Guatemala	13,96	60	0

Fuente: condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico América Latina: avances y retrocesos en perspectiva. Pág. 8.

La capacidad emprendedora, también puede ser explicada a través del dinamismo empresarial que involucra las características del emprendedor y del mercado, el acercamiento al

mercado, las dimensiones del capital relacional, la estructura de la industria, la estrategia, la motivación para crecer y por último, la aproximación al entorno donde se desarrolle. (Capelleras y Kantis, 2009; Sandberg y Hofer 1987; Nitcher y Goldmark, 2009).

Otros investigadores (Vesga, Rodríguez, Schnarch, & García, 2015-2017), indican que la capacidad del país para absorber y replicar rápidamente el conocimiento generado por sus emprendedores dinámicos, se convierte en una variable que determina la dimensión del impacto que el emprendimiento puede tener sobre la actividad económica general, impactando en la economía del país.

En tal contexto, la capacidad emprendedora de un país debería establecerse considerando la cantidad de empresas nacidas cada año y las que de ellas perduran más de cinco años generando riqueza, pero puede resultar insuficiente, si en el país persisten altos niveles de desempleo, subempleo y bajos salarios, estos factores demuestran que la tasa de emprendimiento no responde a las necesidades nacionales para corregir estas tres anomalías básicas.

En esa noción, este trabajo procura identificar el potencial emprendedor actual en Colombia, a partir de observar los resultados del programa Fondo Emprender, administrado y promovido por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), entidad adscrita al Ministerio de Educación Nacional del país, cuenta con cobertura nacional y recursos monetarios suficientes para hacer entre dos y tres convocatorias por año, para conseguir que estudiantes y egresados de instituciones Estatales y privadas, tanto de educación técnica, tecnológica como profesional, e incluso con formación a nivel de maestría y doctorado, puedan presentar sus ideas de negocio con el objetivo de obtener el total o parte del capital que pueda requerir cada iniciativa emprendedora para su puesta en marcha correctamente.

El estudio contiene información de las propuestas empresariales aprobadas y puestas en marcha en el periodo 2006-2017, teniendo como medidor el éxito o fracaso de las iniciativas empresariales efectivamente financiadas e instaladas.

Sobre esta evidencia empírica, se conocerá la realidad coyuntural del emprendimiento en Colombia, al tiempo que sirve como base para poder inferir el comportamiento futuro de esta variable seminal del crecimiento económico y cimiento del desarrollo social integral.

2.3 MARCO DE REFERENCIA DEL FENOMENO EMPRENDEDOR Y DESARROLLO DE HIPOTESIS

El objetivo principal de este trabajo es proponer cómo mejorar la capacidad emprendedora en Colombia, a partir de la valoración mediante la observación y análisis de las empresas creadas con recursos del Estado.

Se estudiaron tres programas gestionados por el gobierno colombiano como parte de su política pública: el primero orientado al fortalecimiento empresarial, centrado en servir como fondo garante para facilitar el acceso al crédito de las empresas; el segundo dirigido a proyectos productivos específicos del agro; y el tercero, aportante de capital semilla para la creación de nuevas empresas.

Una vez se estudiaron estos programas, el análisis se centró en los resultados del tercero, denominado FONDO EMPRENDER, por ser éste el más sólido y representativo de cuántos se conoce en el país, para auspiciar el emprendimiento empresarial.

Dicho Fondo cuenta con un alto presupuesto monetario anual de operación y aplicación de recursos, tiene cobertura nacional y está administrado por una entidad de formación técnica nacional, la cual goza de prestigio y aceptación por la población colombiana. El estudio

comprendió el periodo entre los años 2006-2017, teniendo como medidor el éxito o fracaso de las iniciativas empresariales efectivamente financiadas e instaladas.

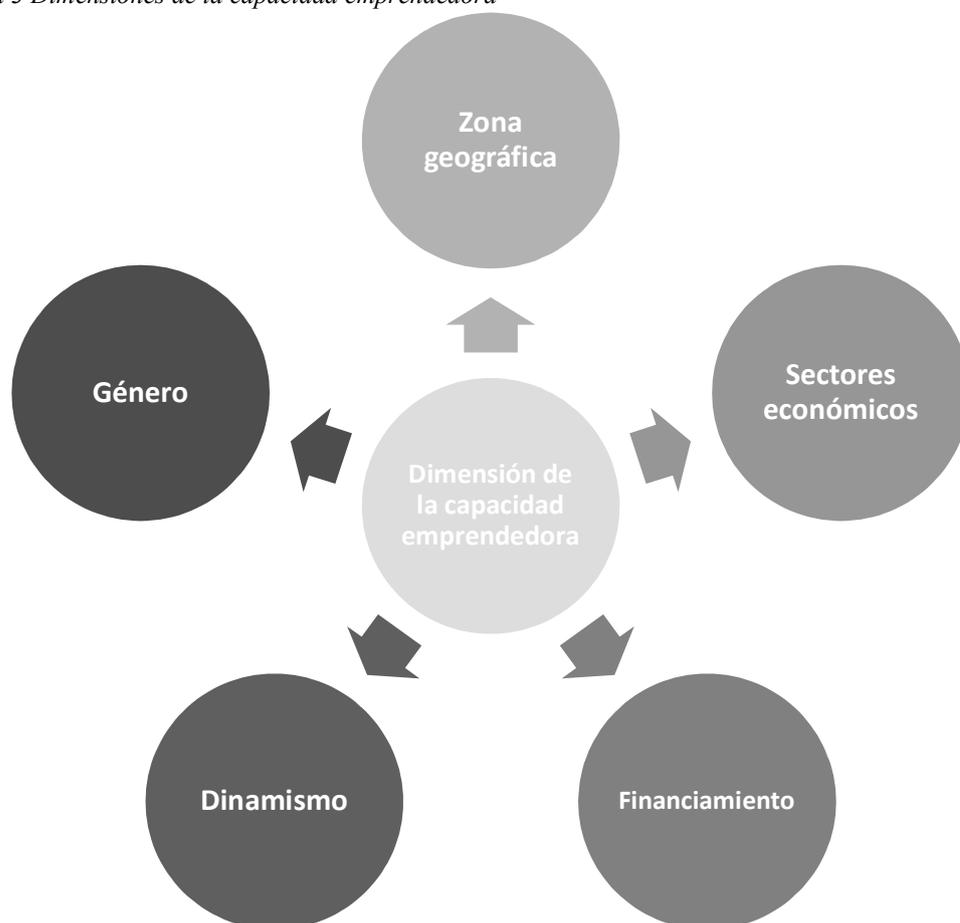
La revisión de la literatura para proponer cómo mejorar la capacidad emprendedora en Colombia, se inició con el análisis de dicha capacidad emprendedora y se estructuró en 4 bloques: Importancia del emprendimiento (considerando lo económico, histórico, político y social); financiación empresarial (abarcando el ámbito América Latina y de Colombia en particular); el dinamismo empresarial (observando América Latina y Colombia) y, por último, aspectos claves del emprendedor desde una perspectiva general. La figura 2 resume el contenido de este apartado.

Figura 2 Marco de referencia del fenómeno emprendedor. Fuente: elaboración propia



De esta revisión teórica de la capacidad emprendedora se obtienen 5 dimensiones: financiamiento, sector económico, dinamismo empresarial, perfil emprendedor-género y zona geográfica, todo ello visto desde una perspectiva de la capacidad emprendedora, medida en términos de número de proyectos exitosos de las empresas creadas y que están en funcionamiento generando valor. La figura 3 resume esta visión.

Figura 3 Dimensiones de la capacidad emprendedora



Fuente: elaboración propia

Dimensión Zona geográfica: Colombia está integrada por 32 departamentos, con particularidades de todo orden. A través de esta dimensión se espera comprobar si este tipo de programas atraen a los jóvenes en las distintas regiones de Colombia, y con ello, medir la dinámica empresarial por región, considerando los proyectos y la financiación otorgada desde los tres programas analizados, buscando evidenciar si la ubicación tiene relación con el éxito o fracaso emprendedor para el caso particular del programa Fondo Emprender.

Dimensión Sector económico: esta dimensión está orientada a identificar qué sectores económicos dinamizan la economía colombiana, desde la perspectiva emprendedora. En principio, con el análisis de los tres programas, y después, desde la incidencia que tiene generar proyectos emprendedores en ciertos sectores económicos y la relación con el éxito o fracaso empresarial.

Dimensión financiamiento: el financiamiento representa uno de los principales obstáculos en el momento de emprender, y aún lo sigue siendo en las etapas de crecimiento y consolidación empresarial. Esta dimensión está orientada a identificar si la financiación recibida por el emprendedor está asociada con la capacidad emprendedora, además de verificar si incide en el éxito o fracaso de la iniciativa una vez puesta en marcha.

Dimensión dinamismo empresarial: el concepto de dinamismo empresarial puede estudiarse desde diferentes frentes, no obstante, hemos tomado el concepto de dinamismo empresarial considerando indicadores claves del Fondo Emprender como: la gestión de empleo, gestión de ventas y gestión presupuestaria.

Dimensión Perfil emprendedor-género: son varios los estudios aquí referidos que indican que el perfil o género del emprendedor tiene relación directa con la capacidad emprendedora, partiendo desde aspectos psicológicos, pasando por elementos sociales y motivacionales. Para nuestro estudio, hemos seleccionado sólo la variable género, identificando si el hecho de ser hombre o mujer incide en el éxito o fracaso emprendedor.

2.3.1 Importancia del Emprendimiento

El emprendimiento empresarial ha sido estudiado desde diferentes enfoques, para el trabajo hemos seleccionado tres de ellos; el emprendimiento desde el enfoque social, desde las

políticas públicas y desde lo económico como aporte al desarrollo, (Ordóñez, 1998), por lo que aquí se presentará diferentes posturas, con propuestas de diversos autores, para resaltar la importancia del emprendimiento empresarial.

El emprendimiento como aporte social: las sociedades y los gobernantes en diferentes países, ante los niveles de desempleo y subempleo, particularmente entre los jóvenes, y frente a la incapacidad de absorber esa masa de demandantes de empleo por las empresas operando y el sector público, han coincidido en proponer como una de las soluciones la creación de empresas por parte de los desempleados. Así, los responsables de implementar soluciones al desempleo a través de las políticas públicas se ven ante la necesidad de fomentar el espíritu empresarial, como vía para conseguir la puesta en marcha y desarrollo de nuevas empresas.

Giddens (2000) ve al emprendedor como el elemento generador de riqueza, clave para conseguir equilibrio social. De igual manera, indica Schumpeter (1996), es el impulso fundamental que pone y mantiene en movimiento a la máquina capitalista, que procede de los nuevos bienes de consumo, métodos de producción y transporte, mercados y formas de organización industrial.

El emprendimiento representa esa alternativa de solución a un mundo superpoblado, con mayores exigencias a nivel de bienes y servicios, lo que indica la existencia de oportunidades para generar empresas en los diferentes sectores económicos. La coincidencia de esas necesidades termina validando la aparición de instituciones de apoyo a la creación de empresas. (Fuentelsaz, González, Maícas., 2015; Urbano y Toledano, 2007, p 33); convirtiéndose la educación y la acción empresarial en el gran reto para las instituciones públicas encargadas de este frente (O'Connor, 2013, p. 556).

Por lo tanto, la cultura del emprendimiento es un objetivo, de entes públicos y privados. En esa dirección, son varios los trabajos de investigación desarrollados en esta temática; aparecen estudios, orientados al análisis del emprendedor joven. (Echecopar, Angelelli, Galleguillos y Schorr, 2006); o los que centran su atención en el emprendimiento desde lo social, Choi y Majumbar (2014); otros autores como Thanh y Turkina (2014) identificaron factores determinantes de las iniciativas emprendedoras. Gries y Naudé (2011) investigaron el espíritu empresarial como un fin y no como un factor de producción.

De igual manera, se han realizado estudios de análisis históricos que permiten ver la evolución de la iniciativa empresarial (Minniti y Lévesque, 2008). Por último, disponemos de trabajos que investigan el fenómeno emprendedor a nivel mundial, los informes elaborados proporcionan estadísticas comparativas de las prácticas desarrolladas por los distintos países del mundo (The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Varela, et al, 2016), entre otros.

El emprendimiento desde la política pública: se considera que emprendedores exitosos generan empleo, y el empleo genera dinámica económica y social y ello lleva al desarrollo integral. En esa perspectiva, el emprendimiento se sitúa como elemento determinante en la política nacional y regional, siendo una herramienta de competitividad.

En América Latina, como región de menor desarrollo económico relativo, comparada con otras regiones del mundo, se revela que existe una tensión entre el uso de los recursos para impulsar el emprendimiento, como una herramienta con resultados inciertos de mediano y largo plazo, buscando mejorar la competitividad regional y generar empleo, o, atender los problemas presentes que aquejan a la población, como educación o salud, aunque todo está dirigido a hacer frente a las desventajas económicas y sociales de la gente. (Huggins & Williams, 2011).

Frente a esa disyuntiva, sobre dónde y cómo aplicar los recursos escasos, algunos creen que debería priorizarse invertir en auspiciar el nacimiento y consolidación de más empresas, ya que los países latinoamericanos necesitan ganar dinámica empresarial y desarrollo económico (competitividad), transformando su tejido empresarial con empresas que generen valor, lo que a medio y largo plazo llevará a solucionar de manera definitiva los retrasos en atención en frentes como servicios de educación y de salud. (Amorós, Fernández & Tapia, 2012).

Trabajos empíricos se han desarrollado en torno a un interrogante central que implica responder si la inversión del Estado y las políticas públicas en emprendimiento, como políticas de desarrollo, reportan una relación positiva entre la creación de nuevas empresas y el crecimiento económico.

Al respecto, el estudio realizado por Más, Baviera y Martínez (2009), analiza si las políticas están dirigidas a proyectos empresariales específicos o no en la región de Valencia, revelando un alto grado de diseño de política, donde las características, como experiencia previa, edad y otras, no parecen relevantes en cuanto a la recepción de los fondos públicos para crear empresa, lo que se valida en cumplir el objetivo de crear empresas.

Por su parte, Murdock (2012), basándose en la idea de que las compensaciones en las políticas públicas, constituyen la base de la separación de las economías dirigidas o planificadas (comunistas) y las de libre mercado o emprendedoras (capitalistas), investigó el impacto de la política sobre la actividad empresarial real en estos dos tipos de economías, encontrando que el gasto en I + D no está contribuyendo a un aumento en las patentes, ni en los indicadores de nuevas empresas, indicando que se deben orientar los esfuerzos en la comercialización de los resultados de la investigación. Por lo tanto, es necesario aumentar esfuerzos para desarrollar

políticas públicas de las regiones competitivas, que contribuyan a la transformación económica de los países y de todo el territorio de la UE.

En la segunda Conferencia Global Entrepreneurship Research, donde el tema central fue comprender las relaciones entre la iniciativa empresarial, el crecimiento económico y las políticas públicas, y las variaciones de acuerdo con la etapa de desarrollo económico, se destaca el trabajo de Acs y Szerb (2007), quienes indican que los países de ingresos medios deberían centrarse en aumentar el capital humano, la mejora de la disponibilidad de tecnología y promover el desarrollo empresarial, y para los países desarrollados es necesario la reducción de las normas de entrada. Finalmente precisan que la reforma del mercado laboral y la desregulación de los mercados financieros, pueden ser necesarias para apoyar el crecimiento de las empresas de alto rendimiento.

Los investigadores Spencer, Murtha y Lenway (2005), explican cómo los gobiernos en las economías capitalistas desarrolladas pueden ayudar, obstaculizar o evitar hacer daño a las nuevas empresas. Resaltando que los Estados pueden trabajar eficazmente en conjunto con sus culturas emprendedoras nacionales y la economía mundial para ayudar a la creación de la nueva industria, si sus estrategias coinciden con las características distintivas de sus propias estructuras institucionales. No obstante, ello se dificulta pues los Estados son menos flexibles que las empresas.

Por su parte Anitra, Audretsch, & McDougall (2004), hacen una breve descripción histórica del papel de la política pública dirigida hacia los negocios, seguida de un marco teórico explicando los factores que provocan la intervención del gobierno y el cambio hacia el nuevo paradigma, mostrando como La Ley de Empleo en 1946, fue la responsable del crecimiento económico y del empleo en los Estados Unidos, gracias a la orientación de las políticas públicas.

De igual manera Rok & Phan, (2006), indican que las políticas macroeconómicas, la tecnología, la generación de oportunidades y la formación de la dirigencia de la iniciativa empresarial, explican la dinámica de la formación de nuevas empresas en EE. UU, durante el periodo 1968-1993. Por lo tanto, se advierte a los gobiernos actuales que orienten sus políticas en las áreas de la tecnológica, el capital de conocimiento, las oportunidades económicas, la estructura y la movilidad laboral, lo cual influye en la formación de nuevas empresas.

El emprendimiento desde lo económico: en épocas de crisis económicas, los gobiernos miran hacia el emprendimiento como medio de salvación, pero ante esto surge esta visión crítica: los políticos suelen pensar que la creación de más empresas va a transformar las regiones, va a generar innovación y crear puestos de trabajo. Esta creencia es errónea porque la típica puesta en marcha no es innovadora, crea pocos puestos de trabajo y genera poca riqueza. Llegar al crecimiento económico y a la creación de puestos de trabajo de los empresarios no es un juego de números (Shane, 2009, p. 141).

En la misma dirección de Shane, la investigación de Roman, Congregado y Millán (2013), analizan el caso de gobiernos europeos que han desarrollado nuevos programas de emprendimiento durante las recesiones, encontrando que la contribución de estos incentivos es dudosa, si el objetivo de luchar contra la crisis económica y el desempleo no está determinado por factores específicos de cada país, como la situación económica y el rigor de las leyes laborales.

Se acepta que el emprendimiento aporta al crecimiento económico y al desarrollo, pero 2. existe quien considere: *“El desarrollo consiste en la eliminación de aquellas barreras que limitan a los individuos las oportunidades para expresar sus ideas. El crecimiento del PIB o de las rentas personales, puede ser, desde luego, un medio importante para expandir las libertades*

que disfrutan los miembros de una sociedad. Pero las libertades también dependen de otros determinantes, como las instituciones sociales y económicas (por ejemplo, los servicios de educación y de atención médica) así como de los derechos políticos y humanos)” (Sen, 2000, p.19).

Desde la óptica de Schumpeter (1996); el espíritu emprendedor es uno de los factores que explica el desarrollo económico de las localidades y de los países. Crecimiento que genera empleo, haciendo que la distribución de la riqueza tienda a ser equitativa, proporcionando mejores condiciones de vida para los ciudadanos. Por lo tanto, la generación de nuevas empresas, desde los diferentes programas de emprendimiento e innovación, incrementarían la capacidad competitiva de un país.

De igual manera, el emprendimiento permite aumentar capacidades y oportunidades, favoreciendo los procesos de desarrollo local, (Albuquerque, 2004), lo que se consigue gracias al emprendedor, asumido como “un agente que compra medios de producción a ciertos precios, los transforma y combina de forma ordenada, obteniendo un nuevo producto. El emprendedor a diferencia de otros agentes, acepta el riesgo, es decir, no tiene plena certeza, por tanto, es un agente tomador de riesgos que afecta el comportamiento de un mercado” (Crissien, 2009 citando a Thorton, 1988), por lo que las sociedades requieren de ese emprendedor para tener empresas.

Por su parte, (Sen, 2000, p. 21), argumenta que las libertades políticas (en forma de libertad de expresión y elecciones libres) contribuyen a fomentar la seguridad económica. Las oportunidades sociales (en forma de servicios educativos y sanitarios) facilitan la participación económica y los servicios económicos (en forma de oportunidades para participar en el comercio y la producción) pueden contribuir a generar riqueza personal y general, así como recursos públicos para financiar servicios sociales”.

Otro elemento relevante es el capital de riesgo, el cual facilita o limita la apertura de nuevos emprendimientos. En ese sentido se destaca el trabajo de Cumming (2007), quien estudia el fondo de Inversión para la innovación de Australia (IIF), haciendo comparaciones con programas de capital de riesgo del gobierno de Canadá, el Reino Unido y los EE.UU. El análisis se centró en el desempeño del fondo IIF considerando: la propensión a asumir riesgos al invertir en las primeras etapas y las inversiones de alta tecnología, la propensión a supervisar y añadir valor a las sociedades a través de puesta en escena, la sindicación y el tamaño de la cartera al gestor de fondos; y el éxito empresarial y la salida o fracaso de la empresa.

Varios investigadores coinciden indicando que existe un ecosistema que facilita o dificulta el emprendimiento, integrado por organismos del gobierno, entes privados y públicos, instituciones financieras, entidades educativas, que interactúan facilitando la creación y el desarrollo sostenible de nuevas empresas” (Mason y Brown, 2014, p.5; Isenberg, 2010, p.3; Cohen, 2006. p.3; Das, 2012), incidiendo en la competitividad de un país. (Soto- Rodriguez, 2014, p.31). Además, Hechavarria e Ingram, (2014) destacan que cuando el acceso a la financiación está asegurado para la innovación, la consolidación del ecosistema de emprendimiento es un hecho.

Por su parte, la promoción de nuevas empresas de alto potencial de negocio y demandantes de capital de riesgo es fundamental para el crecimiento económico, pero uno de los obstáculos más comunes es la falta de información disponible para los inversores de capital riesgo, y por lo tanto, una tarea para el gobierno, está en recopilar información (Lerner, 2010) y ponerla a disposición de los interesados.

No se puede concluir la discusión sobre si el emprendimiento contribuye o no en el crecimiento económico, sin considerar la visión estrictamente económica, la cual “indica que el

crecimiento en América Latina y el Caribe ha sido mediocre y que podría aumentar con una mayor inversión y con una mayor eficiencia de la inversión, obteniendo más por cada dólar invertido” (Cavallo y Powell, 2018, p. 23). De interpretarse correctamente, debemos decir que es una llamada al orden para crear más empresas, capaces de generar riqueza a través del tiempo, siendo productivas y competitivas, y estas son el objetivo de los emprendedores, pudiéndose colegir que sin ellas no es viable aspirar a lograr crecimiento económico y, por tanto, estabilidad social en la región.

En esta línea, se puede indicar que otros estudios también relacionan el incremento económico con la productividad, a través del vaso comunicante de la investigación, el desarrollo y la innovación (I + D + i), (Angelelli, Luna y Suaznábar, 2017) y que la evidencia empírica mostrada revela que los empresarios tienen una función importante en la economía, como lo demuestra la revisión sistemática elaborada por Van Praag y Versloot (2007), basado en 57 estudios, encontrando que contribuyen a la creación de empleo, crecimiento de la productividad, la comercialización y generan innovaciones de alta calidad.

Los investigadores, Reynolds, Storey y Westhead (1994), argumentan que la cantidad de la población es un factor determinante, pues influye en la tasa de empleo por cuenta propia. Por ejemplo, en zonas poco pobladas y pequeñas, es común encontrar muchos comercios y talleres pequeños, mientras que, en áreas urbanas, son más propensos los negocios de economías de escala. De igual manera, las redes y otros factores de la oferta en las zonas urbanas favorecen el nuevo emprendimiento en industrias de servicios. En el mismo sentido, Armington y Acs, (2002); Wennekers et al. (2005), indican que el crecimiento de la población tiene un efecto positivo sobre el espíritu empresarial y, por tanto, sobre la tasa del emprendimiento naciente.

De todo lo comentado anteriormente, podemos formular la hipótesis H1: desde la dimensión Zona geográfica (ZG)

H.1: La zona geográfica (ZG) donde el emprendedor desarrolla su proyecto, influirá en la capacidad emprendedora.

H.1.1: Los proyectos desarrollados en Cundinamarca (CU) (incluido Bogotá), influirán positivamente en la capacidad emprendedora.

H.1.2: Los proyectos desarrollados en las ciudades del departamento del Valle del Cauca (VLL), influirán positivamente en la capacidad emprendedora.

H.1.3: Los proyectos desarrollados en las ciudades del departamento de Antioquia (AN), influirán positivamente en la capacidad emprendedora.

H.1.4: Los proyectos desarrollados en las ciudades del departamento de Huila (HU), influirán positivamente en la capacidad emprendedora.

Varios estudios muestran cómo desde los años 80 del siglo XX el desarrollo económico en el ámbito local está adquiriendo importancia. (Vázquez, 2007) (Ramírez y Cajigas 2006). En esa dirección el Banco Mundial impulsó en Colombia su iniciativa “alianzas para la superación de la pobreza”. Esta iniciativa consistió en emplear los recursos propios de cada localidad, lo cual se hizo a lo largo y ancho del mundo, contando con el potencial endógeno de las localidades, en términos de su fuerza de trabajo, el capital disponible, los recursos naturales, la tecnología presente y potencialmente creable, pero, sobre todo, invitando a emplear el espíritu imaginativo, emprendedor, realizador de las personas en cada localidad, para hacerlas artífices de las soluciones que requieren.

De todo lo expresado anteriormente, se deduce que, el desarrollo local requiere la existencia de espíritu empresarial a nivel local, asimilado como la fuerza interior, que permite a las personas crear y explotar una empresa en cualquier sector económico: industria, agricultura, servicios, comercio o minería (Ramírez y Cajigas, 2008; Frederick y Monsen (2011)).

En esta dirección se formula la Hipótesis H2 desde la dimensión Sector económico (SE)

H2: Los sectores económicos donde el emprendedor desarrolla su proyecto, influirán en la capacidad emprendedora.

H.2.1: Los proyectos desarrollados en el sector agricultura y pesca (AG) presentarán una relación positiva con la capacidad emprendedora.

H.2.2: Los proyectos desarrollados en el sector comercio (CO) tendrán una relación positiva con la capacidad emprendedora.

H.2.3: Los proyectos desarrollados en el sector manufacturero (MF), tendrán una relación positiva con la capacidad emprendedora.

2.3.2 Financiamiento empresarial

El emprendimiento reviste importancia para las economías sin importar el tamaño de la empresa. Es conocido que uno de los principales obstáculos para el desarrollo empresarial es la financiación. Los gobiernos están trabajando en el desarrollo de mecanismos que disminuyan esta barrera, creando y consolidando programas que apuntan, no sólo al fortalecimiento empresarial, sino al apalancamiento de iniciativas nacientes, con aportes destinados a sembrar la semilla empresarial. A continuación, se presenta opciones de financiación empresarial; primero en América Latina y luego en Colombia.

2.3.2.1 Financiación empresarial en América Latina: la falta de financiación en el nacimiento, crecimiento y consolidación de empresas de tamaño MIPYME, dificultan la existencia en mayor proporción de este tamaño de empresas en las economías emergentes de América Latina, (Saavedra y León, 2014). Sumado a ello, está el hecho de que la financiación con algún tipo de subsidio desaparece en la etapa de madurez, impidiendo el crecimiento y permanencia de las MIPYME.

De igual manera, los bancos consideran que la empresa nueva presenta alto riesgo obligando a los empresarios a la autofinanciación o a préstamos extra bancarios, de familiares o proveedores en sus primeras etapas de existencia, minimizando esto sus posibilidades de subsistencia inicial. (Echecopar, et al, 2006)

Por su parte, la OCEDE (2017), encuentra que en América Latina se ha iniciado una etapa donde se promueve apoyo técnico y financiero para la creación de empresas, con una tendencia hacia las empresas innovadoras y de base tecnológica, lo que estaría relegando a las empresas nuevas en los considerados renglones tradicionales.

Las limitaciones anotadas se aprecian en las MIPYME, pues las grandes corporaciones, tanto financieras como del sector real de la economía, en las economías emergentes más grandes de Sur América, (Brasil, México, Chile, Argentina, Colombia y Perú), tuvieron un acceso favorable al crédito, desde las medidas adoptadas en el año 2008 en los principales centros financieros para revertir la crisis económica (Abeles, Pérez, Baldecantos. 2018).

Así mismo, las PYMEs de América Latina y el Caribe (ALC), no han tenido el nivel de respaldo crediticio, tanto en crédito directo como en garantías para acceder al mismo, disfrutado por las empresas de estos tamaños de los países desarrollados, donde un 12 % de los créditos

tuvieron vinculación con las políticas públicas, nivel no reportado por las naciones ALC. Ese porcentaje es mayor en Grecia, 34.3%, y Estados Unidos 16 %; mientras en El Salvador es del 4%, en República Dominicana es del 6% y en Colombia es del 10%. (Ketterer y Villacorta, 2017).

Para superar las barreras de desarrollo de las PYMEs, los gobiernos de los países reunidos en la OCDE (Organización para Cooperación y Desarrollo Económicos) atacan la fuente del problema: las barreras de acceso al crédito. Para ello emplean principalmente el sistema de garantías de crédito (SGC), por lo que los programas del Estado pagan el crédito si el deudor no lo hace, entre 11 tipos más de políticas públicas, recogidas por Ketterer y Villacorta, (2017) las cuales podemos ver en la tabla 4.

Tabla 4 Panorama de los esquemas de política pública de apoyo al acceso a financiamiento de las PYME en los países de la OCDE

Pais	Sistemas de garantías de crédito	Garantías especiales y préstamos para start-ups	Garantías para exportaciones y trade credit	Crédito directo de programas del gobierno	Subsidio a tasas de interés	Capital emprendedor, financ. De capital e inversiones ángel	Bancos pyme	Consultoría y asesoría empresarial	Exenciones de impuestos	Mediaciones, revisiones y códigos de conducta	Cuotas de cartera pyme y encaje legal menor en Banco Central	Financiamiento del Banco Central
Australia			x					x				
Austria	x	x	x	x	x	x		x				
Bélgica	x		x	x		x			x	x		
Canadá	x	x	x	x		x						
Chequia	x	x	x	x		x	x	x				
Chile	x			x		x						
Colombia	x		x					x				
Corea	x	x	x	x								
Dinamarca	x	x	x			x		x			x	
Eslovaquia	x			x		x						
Eslovenia	x			x								
España	x		x	x	x	x			x	x		
Estados Unidos	x											
Estonia	x	x	x	x		x						
Finlandia	x		x	x		x		x	x			
Francia	x			x		x	x			x		
Georgia	x				x			x				
Grecia	x		x	x		x						
Hungría	x		x	x	x	x						
Irlanda	x			x		x				x	x	
Israel	x			x		x						
Italia	x								x			
Japón	x			x								
Malasia	x											
México	x	x										
Noruega	x											
Nueva Zelanda		x	x			x		x	x	x		
Países Bajos	x	x	x			x		x				
Portugal	x			x	x	x	x					
Reino Unido	x	x		x	x	x	x					x
Rusia	x				x		x					
Serbia	x	x		x								
Suecia			x	x		x		x	x			
Suiza	x			x								
Tailandia	x		x		x		x	x				
Turquía	x			x	x	x			x			

Fuente Ketterer y Villacorta, (2017)

No obstante, las dificultades son superables, si en cada nación los responsables de los programas propulsores del emprendimiento empresarial se organizan y buscan los recursos en los fondos adecuados, como se hace en Chile, a través de Factotal S.A, organización privada que ofrece financiación a las PYMEs de esa nación y del Perú con tasas rebajadas, mediante factoraje y arrendamiento financiero y operativo de equipos tecnológicos, contando para ello con recursos crediticios, obtenidos de BID Invest, marca de la Corporación Interamericana de Inversiones,

miembro privado del grupo Banco Interamericano de Desarrollo BID, lo que prueba la existencia de mecanismos para desarrollar las PYMEs en la región.

Lo mismo hace BID Invest en Brasil a través del Banco Itaú Unibanco, el más grande de capital privado de América Latina, a cuyo programa, Mujer Emprendedora, concedió préstamo por 100 millones de dólares, a efecto de potenciarlo para conseguir el objetivo del banco de fortalecer la capacidad de la mujer brasileña de aportar como empresaria en el desarrollo económico y social del país. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017)

Esos ejemplos, reportados en los años 2018 y 2017, pueden ser consecuencia del hecho que los bancos están valorando el segmento PYME como una verdadera oportunidad de negocio, pues ya en 2012, una encuesta del grupo Banco Interamericano de Desarrollo y la Federación Latinoamérica de Bancos, con 106 bancos de la región, encontró que el 77% de ellos proyectaba un crecimiento de su cartera PYME en relación a su cartera total, y para ello, la totalidad de los bancos grandes disponía de una gerencia focalizada al segmento PYME, lo mismo que el 87% de los medianos y el 72% de los pequeños; siendo en un 56% de las veces la principal objeción para trabajar con las PYMEs, la informalidad de estas, que las conduce a no tener información financiera confiable. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2012)

Junto a la apertura de los bancos, es necesaria la coordinación de los programas de emprendimiento, entendidos como los encargados de trabajar con los emprendedores para conseguir la creación y sostenibilidad de las empresas, con las ya citadas Agencias de Innovación y Emprendimiento (AIE), que como se indicó, son organizaciones ocupadas de fomentar la investigación, desarrollo e innovación (I + D + i) en las empresas, por lo que la conexión es natural. (Angelelli, et. al, 2017.)

Respecto a programas enfocados a conseguir que los emprendedores materialicen sus propuestas en empresas, al acompañar el proceso desde la gestación hasta la financiación, el SELA (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe, 2016) reporta que en la región ALC son los programas estatales los que mayor éxito presentan, destacando que Brasil, Chile, México y Colombia tienen los casos más sólidos y maduros. (SELA, 2016).

En Brasil se hace a través de la Financiera Nacional de Estudios y Proyectos (FINEP) y en Chile mediante la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), casos éstos destacados en el estudio del SELA como banderas, por tener un diseño que ha evolucionado ajustándose a las cambiantes expectativas de los emprendedores. La Tabla 5 muestran los principales programas de apoyo al emprendimiento diseñada por el organismo:

Tabla 5 Principales programas de emprendimientos de la región, según CAF, ICSEd-Prodem

Fuente	Organismo creador/ejecutor	Programas creados/ejecutados
CAF 2014	CORFO (Chile)	-Programa para el desarrollo de capital de riesgo -Programa de capital semilla (PCS)
	INNOVA-CORFO (Chile)	-Start-Up Chile
	FINEP (Brasil)	-Programa INOVAR
	Privados + Corporación Nacional de Desarrollo + CAF y FOMIN (Uruguay)	-Fondo Emprender (FE)
	SEBRAE (Brasil)	
	FINEP (Brasil)	-Programa INOVAR
	BNDES (Brasil)	-Programa INOVAR
	Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (MCTI) (Brasil)	-Start-Up Brasil
	INNOVA (Chile)	-Start-Up Chile
	SENA (Colombia)	-Red Nacional de Emprendimiento - Fondo Emprender
	BANCOLDEX (Colombia)	-Programa Bancoldex Capital
	INNpulsas (Colombia)	-Colombia CO4 (innovación abierta)
	MINTIC (Colombia)	-Programa APPS CO
	INADEM (México)	-Programas de fondo de capital semilla
	Cámaras empresariales y AMPYME (Panamá)	-EMPRETEC Panamá
	Ministerio de la Producción (Perú)	-Start Up Perú
	Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) - Uruguay	-Programa de financiamiento en etapas tempranas (Fondo Emprender)

Fuente: SELA, (2016)

Continuación. Principales programas de emprendimientos de la región, según CAF, ICSEd-Prodem

Fuente	Organismo creador/ejecutor	Programas creados/ejecutados
ICSE d- Prodem 2015	Ministerio de la Producción (Produce) (Perú)	-Start Up Perú -Concurso de Proyectos de Fortalecimiento de Incubadoras de Negocios
	Ministerio de la Producción (Perú)	-Perú Emprende
	Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC) (Perú)	-CienciaActiva (programa de apoyo para la formación de centros de I + D + i)
	Secretaría de la PYME (SEPYME) (Argentina)	-Programa INCUBAR
	Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (Argentina)	-Programa Empretecno (creación de empresas de alta tecnología a partir de la colaboración público privada)
	Gobierno de Ecuador	-Proyecto Yachay (ciudad de conocimiento)
	FOMIN y la Universidad de Montevideo (Latinoamérica)	-Programa Xcala (crear y fortalecer las redes de inversores ángeles en los países de la región)
	CORFO (Chile)	-Start Up Chile
	INNpulsA (Colombia)	-Programa de impulso a la inversión para empresas en etapa temprana (dirigido a inversores privados) -Programa de fortalecimiento de actores de la industria de financiación en etapa temprana -Colombia CO4 (innovación abierta)
	Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)-México	-Fortalecimiento de incubadoras y creación, seguimiento y fortalecimiento de empresas básicas y de alto impacto. -Fortalecimiento de las capacidades de las aceleradoras y los procesos de aceleración de empresas -Desarrollo del ecosistema de capital emprendedor -Red de apoyo al emprendedor (Ventanilla Única)
	FINEP (Brasil)	-Programa INOVAR
	Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDS) (Brasil)	-Programa de Fondo CRIATEC
	Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (MCTI) (Brasil)	-Start Up Brasil
	Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) (Uruguay)	-Programa de Apoyo a Futuros Empresarios (PAFE) -Softlandings Uruguay (un programa que busca atraer emprendedores, sean o no uruguayos) -Red de Apoyo a Futuros Empresarios (RAFE) -Programa de apoyo financiero a incubadoras y aceleradoras
	CORFO (Chile)	-Start Up Chile

Fuente. SELA, (2016)

El SELA (2016) indica que esos programas en su mayoría se cumplen dentro de un ecosistema compuesto por el emprendedor como agente central, cuya iniciativa cuenta con el respaldo para alcanzar el objetivo de hacer empresa con otros agentes claves, materializados en

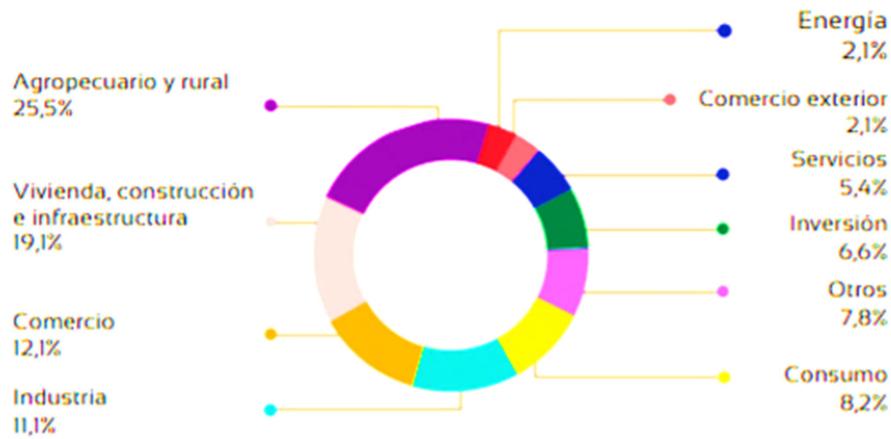
capitalistas de riesgo, inversores ángeles, generadores de redes y concursos, mentores y consultores, incubadoras de empresas, aceleradoras de empresas, formadores y aún edificios donde se puede operar mediante espacios de trabajo compartidos o coworking.

No obstante, los programas citados por el SELA, los acuerdos en Chile y Brasil con BID Invest, y la apertura de los bancos para tomar a las PYMEs como sujetos de crédito, algunos autores opinan que el acceso a recursos financieros de las empresas en América Latina está relacionado con su tamaño, participación internacional y capacidad de exportación, bajo el supuesto que las empresas grandes y exportadoras tienen mayor acceso al crédito (Greenaway, Guariglia y Kneller 2007; Berman y Héricourt, 2010).

Pero ante ello, de nuevo, la evidencia empírica tozudamente contradice a los autores, indicando las IFD (Instituciones Financieras de Desarrollo), de 19 países de la región ALC, que son predominante de propiedad pública, que sus activos se incrementaron en el año 2016 en 14.3 % respecto al año anterior, alcanzando 1.478.790 millones de dólares estadounidenses, llegando la cartera neta de 48 IFD de 18 países, a los 807.427 millones de dólares, mostrando un aumento del 14.9% frente al año 2015. (Alide, 2018).

Esa cartera se colocó en un 25.5 % en el sector agrario (agroindustria y agro negocios), en vivienda y construcción el 19.1%, en comercio el 12.1% y en industria el 11.1%, dada la orientación multisectorial de las IFD y su interés en diversificar el riesgo. La Figura 4 muestra los sectores irrigados por el crédito:

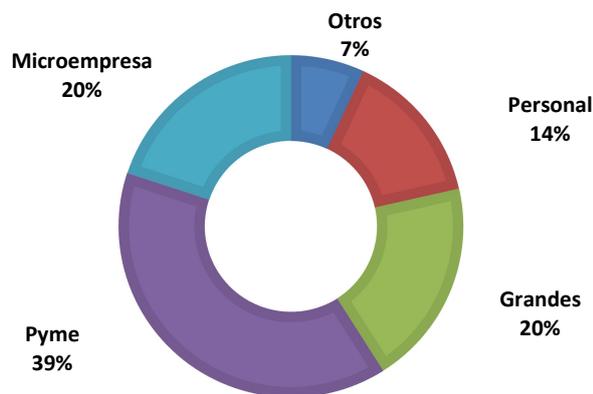
Figura 4 IFD de América Latina y el Caribe: Distribución sectorial de la cartera de créditos (%)



Fuente: base de datos de ALIDE (Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo).

Por tipo de empresa, las IFD generó una de cartera así: las PYMEs el 38,9%; a microempresas el 19.9 %, a grandes empresas el 19.5 %, empresas de persona natural o unipersonales 14.7 % y otros tipos de empresa el 6.9 %. Las IFD tenían un patrimonio al cierre de 2016 de US\$ 156 846,8 millones, un 24.1 % superior al del año 2015, y obteniendo un retorno sobre él del 11.4 %, lo que significa que su negocio es rentable, si bien el retorno sobre los activos totales es de sólo el 1.51%. Véase Figura 5.

Figura 5 IFD de América Latina y: Distribución por tipo de empresa de la cartera de créditos (%)



Fuente: Base de datos de ALIDE (Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo).

Para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMEs, en América Latina se dispone de sistemas nacionales de garantías. Ésto diluye el riesgo percibido por los bancos y las IFD. Riesgo debido a los montos relativamente pequeños de los créditos, a la carencia de patrimonio propio utilizable como garantía, el corto plazo a que se toman, insuficiente y no actualizada información contable, a normas legales de protección a las MIPYMEs que al impedir cobros coactivos se convierten en sistemas perversos contra ellas mismas, (Cavallo y Powell, 2018). Todo esto hace que los tipos de interés que se les aplica sean mayores a las de las grandes empresas, conduciendo a disminuir su capacidad de competir vía productividad o eficiencia.

Tanto las IFD como los bancos comerciales deben cumplir las normas de Basilea para conceder créditos, unido a las debilidades señaladas de las MIPYMEs, hacen más difícil evaluar las solicitudes de crédito e incrementan la percepción de riesgo, ya de por sí ampliada por la baja capacidad de producción de las empresas. Esta situación no sólo es debida a una mala gestión administrativa, sino porque fueron mal planificadas desde su nacimiento, y lo peor de todo, fueron mal financiadas, tanto en sus activos fijos como en su capital de trabajo. (Cavallo y Powell, 2018)

La suma de todo lo anterior, valida plantear que, para las MIPYMEs, *“las barreras en materia de financiamiento todavía siguen siendo un escollo en la gran mayoría de los países. Si bien la tendencia general en materia de financiamiento indica que se trata de una clara debilidad, la realidad de los distintos países no es la misma. Por ejemplo, Chile, país que lidera el ranking regional en materia de financiamiento, presenta valores medio-altos como consecuencia de la situación existente en materia de acceso a créditos bancarios y de private equity pero también, aunque en una medida muy inferior, de recursos para etapas tempranas (capital semilla, inversores ángeles y fondos)”* (Kantis, Federico & Ibarra, p 18,73, 2015).

2.3.2.2 Financiación empresarial en Colombia: a mediados de la década de los 90 del siglo anterior el gobierno colombiano empezó a establecer leyes que promovieran la creación de organismos y programas para concretar y fomentar ideas de negocio. (Ver Anexo A Leyes colombianas de apoyo al desarrollo empresarial).

El gobierno para apoyar y fomentar al emprendimiento empresarial actúa a través del CONPES¹, máxima autoridad nacional de planificación y organismo asesor del gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para ello, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el gobierno, a través del estudio y aprobación de programas dirigidos a conseguir el desarrollo general. (Ver Anexo B documentos CONPES).

El documento Doing Business, subraya que Colombia cayó seis posiciones en el ranking general, pasando de la posición 53 a la 59. Comparando los resultados de Colombia con América Latina, se encuentra que ocupa la cuarta posición (59) después de México (49), Chile (55) y Perú (58). Se resalta una desmejora significativa en la apertura de un negocio y en el manejo de los permisos de construcción, donde cayeron 35 y 47 posiciones respectivamente. (Banco Mundial 2018).

Desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el gobierno trabaja en el fomento del emprendimiento en tres roles principalmente: -Promover la alianza público-privada-académica; -Facilitar condiciones para el emprendimiento y- Desarrollar la dimensión local del emprendimiento. Adicionalmente la política de Emprendimiento tiene cinco objetivos estratégicos: a) facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial, b) promover el acceso a

¹ CONPES es el Consejo Nacional de Política Económica y Social, creado por la Ley 19 de 1958, emanada del Congreso Nacional de Colombia

la financiación para emprendedores y empresas de reciente creación, c) promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia, d) fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee de asesoramiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha y e) promover emprendimientos que incorporan ciencia, tecnología e innovación. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010).

En Colombia existe la presencia de organismos internacionales, nacionales y locales de apoyo a las MIPYMEs. Entre los organismos internacionales se destacan: el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Fundación Panamericana para el Desarrollo (FUPAD), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Agencia Española para la Cooperación Iberoamericana (AECI), (Gómez, Veciana & Urbano, 2004).

A nivel nacional se cuenta con el Sistema Nacional de Apoyo a las MIPYMEs, creado bajo el marco de la Ley MIPYME 590 de 2000 y modificada en 2004, fue dando origen a la ley 905. Introdujo elementos como el sistema nacional de apoyo al sector, aunque algunos logros obtenidos en la ley 590 fueron minimizados o eliminados.

La Ley MIPYME creó el Consejo Superior de Micro y PYME, y los Consejos Regionales y Municipales de Microempresa. Estos Consejos promueven el reconocimiento de las microempresas y PYME a nivel territorial, desde la incorporación de programas en los planes de desarrollo, hasta la coordinación de acciones con el nivel nacional.

La norma estableció incentivos fiscales para fomentar el desarrollo de estas unidades empresariales. Autorizó a las entidades territoriales para crear regímenes especiales (menores tasas impositivas, períodos de exclusión para el pago de los impuestos o contribuciones entre otros) para la creación y subsistencia de las MIPYMEs. Con los estímulos parafiscales se

pretende generar condiciones para favorecer la formalización empresarial y la subsistencia de las mismas, al reducir los aportes al SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), al ICBF (Instituto colombiano de bienestar familiar) y a las Cajas de Compensación para las empresas que se constituyeran a partir de la promulgación de la Ley. (Colombia, Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2010).

Como mecanismo coordinador de la política nacional de fomento a la creación y fortalecimiento de las nuevas empresas, se cuenta con entidades gubernamentales: BANCOLDEX, FINAGRO² Y FIDUCOLDEX³. Bancos de segundo nivel, de economía mixta, con participación mayoritaria del Estado colombiano. Sus recursos son prestados a través de intermediarios financieros previamente autorizados, entre los que se encuentran bancos nacionales e internacionales, corporaciones financieras, compañías de financiación comercial, cooperativas y ONG's. El Fondo Nacional de Garantías (FNG) y el Fondo Nacional Agropecuario (FAG), también son organismos de economía mixta con participación mayoritaria del gobierno nacional.

Para impulsar el espíritu emprendedor se han creado programas, desde el sector público o privado, por ejemplo, la “Cátedra virtual de creación de empresas de base tecnológica”, a instancias del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Comercio Exterior, y el que quizá sea el más contundente y sólido, liderado por el SENA, denominado “Fondo Emprender”, puesto en funcionamiento mediante el decreto 934 de abril 11 de 2003.

² FINAGRO. Fondo para el financiamiento del sector agropecuario.

³ FIDUCOLDEX. La Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A., FIDUCOLDEX, es una sociedad de servicios financieros de economía mixta indirecta, filial del Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. BANCOLDEX; constituida mediante escritura pública número 1.497 de octubre 31 de 1.992, otorgada en la Notaría Cuarta de Cartagena, (Bolívar), autorizada para funcionar mediante resolución número 4.535 de noviembre 3 de 1.992 expedida por la Superintendencia Bancaria, hoy Superintendencia Financiera de Colombia.

La Figura 6 presenta el esquema a nivel nacional para apoyar y financiar el emprendimiento desde dos frentes, la creación de nuevas empresas y apoyo financiero a empresas ya constituidas.

Figura 6 Entidades que apoyan y financian el emprendimiento empresarial en Colombia



Fuente: elaboración propia, basada Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

A continuación, se hace una descripción de los programas que fomentan y financian iniciativas empresariales, precisando que la información aquí consignada es de libre acceso, y fue tomada directamente de la entidad.

Banco de desarrollo empresarial- BANCOLDEX: entidad que diseña y ofrece nuevos instrumentos financieros y no financieros para impulsar la competitividad, la productividad, el crecimiento y el desarrollo de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas colombianas, ya sean exportadoras o dedicadas al mercado nacional. Para ello, además de ofrecer crédito

tradicional, cuenta con programas especiales como: INNpulsa Colombia e INNpulsa MIPYME; la banca de las oportunidades y el programa de transformación productiva.

El crédito va dirigido a todo el tejido empresarial colombiano. También atiende a los compradores de productos colombianos en el exterior; entidades públicas o privadas, nacionales o internacionales y establece alianzas con entes territoriales de Colombia y organismos multilaterales.

Como administrador de programas especiales, Bancóldex ofrece instrumentos para promover la inclusión financiera en la población de menores ingresos a través del “Programa de Inversión de Banca de las Oportunidades”. También promueve el emprendimiento dinámico y de alto impacto a través de INNpulsa Colombia; apoya, mediante instrumentos de cofinanciación no reembolsable, programas y proyectos dirigidos a la innovación y competitividad por medio del Fondo de Modernización e Innovación para las Micros, pequeñas y medianas empresas INNpulsa MIPYME.

Finalmente, la administración del Programa de Transformación Productiva-PTP-, cuya función se concentra en fomentar la productividad y competitividad de sectores con elevado potencial exportador, permitió consolidar en Bancóldex una oferta de servicios más integral para atender, junto con los Programas Especiales, desde iniciativas de emprendimientos de alto impacto, hasta las necesidades de financiamiento de grandes empresas con un mercado ya consolidado a nivel internacional.

Fondo para el financiamiento del sector agropecuario FINAGRO: fundado en el año 1990, es un organismo de economía mixta con participación mayoritaria del Estado colombiano, vinculado al Ministerio de Agricultura, perteneciente al Sistema Nacional de Crédito Agropecuario (SNCA). Surge de la necesidad del sector rural colombiano de tener una entidad

autónoma y especializada que maneje los recursos de crédito. Su objetivo es financiar las actividades agropecuarias de los pequeños, medianos y grandes productores, mediante la canalización y administración de recursos financieros.

Otorga créditos agropecuarios a través de intermediarios financieros mediante el mecanismo de redescuento⁴. Los créditos están dirigidos al financiamiento de capital de trabajo e inversiones para el desarrollo de la actividad productiva.

Fondo nacional de garantías (FNG): es una sociedad de economía mixta vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Su objeto principal es facilitar el acceso al crédito para las MIPYME, mediante el otorgamiento de garantías. El único sector que no cubre es el agropecuario debido a que éste cuenta con el Fondo Agropecuario de Garantías.

El Fondo sólo otorga garantías para empresas con activos inferiores a 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes SMMLV (equivalente ello a precios del año 2017 a 17.685.000.000 pesos colombianos, que expresados en dólares de Estados Unidos a la tasa del 31-12-2017, representan 5.926.608); es decir, para el segmento de las micro, pequeñas y medianas empresas, según la definición de la Ley 905 de 2004. El valor de los activos de las empresas es certificado por estas mediante los estados financieros auditados.

Fondo Emprender: es un programa creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por alumnos del SENA que hayan finalizado la etapa lectiva de un programa de formación; alumnos o egresados de cursos del SENA en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo; estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior

⁴“Se entiende por redescuento toda operación en virtud de la cual una entidad entrega recursos a un establecimiento de crédito o a entidades debidamente autorizadas por la ley para intermediar, con el objeto de que estas financien operaciones de crédito a cambio de la cesión de garantías suficientes”.

reconocido por el Estado colombiano de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994; personas que hayan concluido materias dentro de los últimos doce (12) meses; profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos veinte cuatro (24) meses; estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos doce (12) meses. Las condiciones de beneficiarios del Fondo Emprender se establecen ampliamente en el Acuerdo 004 del 26 de marzo del 2009.

El Fondo Emprender se rige por el derecho privado, y su presupuesto está conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje de que trata el artículo 34 de la Ley 789 del 2002, así como por los aportes del presupuesto general de la nación, recursos financieros de organismos de cooperación nacional e internacional, recursos financieros de la banca multilateral, recursos financieros de organismos internacionales, recursos financieros de fondos de pensiones y cesantías y recursos de fondos de inversión públicos y privados.

El objetivo del Fondo Emprender es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas, facilitando el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

El Fondo Emprender otorgará recursos hasta 100% del valor del plan de negocio, así:

- Si el plan de negocio genera hasta tres (3) empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ochenta (80) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV. (equivalente ello a precios del año 2017 a 59.017.370 pesos colombianos, que expresados en dólares representan 19.778 U\$)

- Si el plan de negocio genera hasta cinco (5) empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los cientos cincuenta (150) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV. (equivalente ello a precios del año 2017 a 110.657.550 pesos colombianos, que expresados en dólares representan 37.083 U\$)
- Si el plan de negocio genera hasta seis (6) o más empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los cientos ochenta (180) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV. (equivalente ello a precios del año 2017 a 132.789.060 pesos colombianos, que expresados en dólares representan 44.500 U\$)
- El Fondo Emprender hace convocatorias anuales, incluso dos o más por año, invitando a los emprendedores interesados a cumplir un proceso de tres etapas, así:

En la primera etapa se formula el plan de negocio. Comienza con el registro del equipo emprendedor para recibir la asesoría correspondiente, se hace la aprobación técnica de la idea de negocio y finalmente, se presenta la misma a la convocatoria respectiva.

En la segunda etapa se hace la evaluación y asignación de recursos, correspondiendo aquí la evaluación del plan de negocios, la asignación de recursos a los proyectos aprobados y la legalización del contrato.

En la tercera etapa, se lleva a cabo la ejecución del proyecto, ofreciendo el organismo el apoyo en la puesta en marcha de la empresa, procediendo con la ejecución del plan de negocio, el seguimiento y acompañamiento, la evaluación o medición mediante los indicadores de gestión, y finalmente, la decisión final del Fondo Emprender, sobre si el crédito recibido por un equipo emprendedor debe o no reembolsarse, según haya alcanzado, a un año de iniciar operaciones, los estándares mínimos de los indicadores dispuestos. La figura 7 institucional siguiente resume el proceso.

Figura 7 Etapas del plan de negocio Fondo Emprender



Fuente. Fondo Emprender <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Que%20es%20FondoEmprender.aspx>

Puede apreciarse que el Fondo Emprender opera con la política de conceder créditos condonables sólo si la empresa tiene éxito, lo que puede resultar un impulsor o desafío positivo para algunos emprendedores, o un disuasor para otros, quienes pueden sentirse impedidos a tomar el crédito, ante el riesgo de no tener éxito, y verse avocados a devolver un dinero que ya no tienen por haberlo invertido en una empresa que no generó valor.

La política del crédito condonable exige cumplir unas condiciones, otras AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento), por el contrario, concede el llamado *crédito de honor* donde sólo las empresas que tienen éxito deben pagarlo. (SELA, agosto de 2016)

Otro factor observable en la política del programa es la cuestión de los montos otorgados como crédito condonable, siendo claro que las escalas al año 2017 de 19.778 U\$ por hasta 3 empleos generados, 37.083 U\$ por hasta 5 empleos y 44.500 U\$ por 6 o más empleos, indican que se está auspiciando la creación de micro empresas, incluso considerados montos de inversión y número de empleos sólo en países de América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018), que bien pueden resultar inapropiadamente establecidos por no haber una medida de proporcionalidad exacta entre esos montos financiados y el condicionante del número de empleados exigidos en cada escala. (Abeles, et, al, 2018)

La micro empresa es un tamaño de inversión que resulta más débil que la PYME (pequeña y mediana empresa), la cual, según los estudios citados de Cavallo y Powell, (2018) es ineficiente, es decir, es improductiva y tiende a la quiebra financiera, lo que se profundiza en la micro empresa, ya que, en el mejor de los casos, se vuelve un negocio de subsistencia, con limitadas posibilidades de autogenerar su crecimiento. (OCDE/CAF/CEPAL, 2018).

Confecamaras, entidad que agremia a las cámaras de comercio en Colombia, en un estudio que abarcó 48.740 firmas nacidas en el año 2011, indica que en los países de la OCDE y América Latina, entre un 20 y un 30% de las empresas nuevas cierran antes de cumplir el primer año de operación, continuando una mortandad del 10% por año, que al cabo del quinto año supera el 50%; señalando que en Colombia, de las empresas que mueren cada año, el 98% son de tamaño micro, patrón que es similar al de España, Portugal, Chile, México, Sudáfrica, Estados Unidos, Reino Unido y otros países europeos. (Confecamaras. 2017). Véase la Tabla 6.

Tabla 6 Supervivencia de sociedades, comparación internacional

País	Supervivencia empresarial en 1 año	Supervivencia empresarial en 3 años	Supervivencia empresarial en 6 años
Bélgica	92,0	98,4	82,2
Finlandia	80,2	57,8	63,5
Austria	88,5	69,2	59,7
Eslovenia	90,2	65,6	56,6
Luxemburgo	89,3	70,6	55,2
Francia	77,9	66,4	51,5
Estados Unidos	79,4	61,9	51,0
España	76,4	55,1	49,5
Chile	85,2	63,0	49,4
Argentina	-	60,1	49,1
Italia	83,1	61,3	47,1
Holanda	92,6	68,1	45,3
República Checa	81,8	60,4	44,5
Bulgaria	79,2	60,3	43,9
Polonia	87,9	55,7	43,8
Estonia	83,0	65,6	43,6
Noruega	83,7	53,4	43,6
Dinamarca	75,4	52,8	43,2
Colombia	78,3	61,0	42,9
Reino Unido	86,3	49,6	39,7
Alemania	76,8	50,2	39,6
Hungría	73,6	50,3	38,5
México	67,0	-	35,0
Portugal	69,0	35,3	29,6

Fuente: Confecamaras, 2017, p. 9 (Fuente: Eurostat, RUES y Oficinas Nacionales de Estadística)

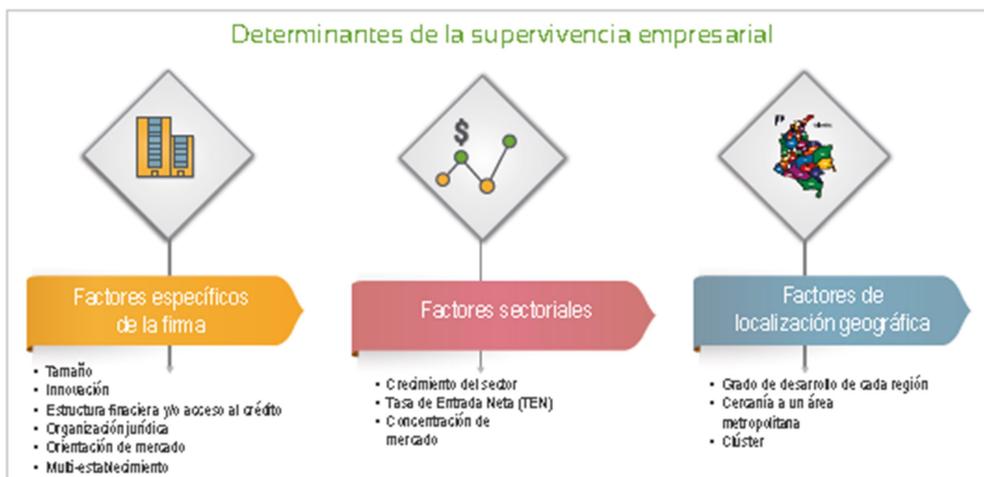
Sobre las razones de cierre de las empresas en Colombia, un informe del Instituto del fracaso cita: déficits financieros el 22,9% de las veces; fallos organizacionales 19,9 % y problemas de mercadeo 17%. (Pardo, C y Alfonso, W., 2015)

Las razones que permiten conseguir que las firmas nuevas no cierren y por el contrario, sobrevivan, según el estudio de Confecamaras (2017) son: el tamaño de la empresa; la participación en el mercado externo; tener multi-establecimientos (mayor presencia en el mercado); el acceso al crédito con garantías mobiliarias; y la innovación del proceso para

optimizar los recursos y/o la innovación de producto incorporando las exigencias del mercado global (global –mercados externos- y local, -mercado nacional-).

Igualmente se encontró que el sector o renglón económico donde se entra a competir es relevante para la supervivencia empresarial, por lo que los emprendedores deben informarse y evaluar en qué actividad económica es conveniente ingresar en cada coyuntura, aunque puede haber renglones estructuralmente positivos o negativos para invertir. La clave en este frente es observar el nivel de crecimiento de los sectores en un rango de cinco años atrás y valorar su comportamiento futuro a ese mismo tiempo. Véase figura 8.

Figura 8 Determinantes de la supervivencia empresarial



Fuente. Confecamaras 2017, p. 11.

La incidencia en el éxito de la localización geográfica mostró, en el estudio en cuestión, que ubicarse en áreas metropolitanas incrementa la posibilidad de fracaso, debido a la mayor presencia de competidores directos e indirectos, mientras el nivel de desarrollo de la región no es determinante para la supervivencia empresarial.

Claramente, la supervivencia de una empresa depende desde la elección del sector donde se competirá, según el producto inicial definido, junto a la capacidad de gestión de los recursos y capacidades de una empresa poseídos por el equipo directivo y operativo, según el uso que haga

de su capital intelectual, con el cual interpreta y actúa frente a las cambiantes situaciones del sector y el entorno.

En contraste con empresas cerradas, otro estudio de Confecamaras (2017), que incluyó veintiséis mil compañías que registraron sus ventas en el RUES (Registro Único Empresarial y Social) entre los años 2011 al 2015, reveló que 612 de ellas fueron firmas de *acelerado crecimiento*, lo que equivale al 2.35%, cifra ajustada a los hallazgos de la OCDE, que plantea que entre un 2 y 6% de las empresas suelen presentar esta condición en sus mercados.

Esas empresas de acelerado crecimiento tuvieron utilidades cinco veces superiores, crecieron un 10% más y contribuyeron ocho veces más al fisco que las firmas de comportamiento moderado, todo gracias a “el servicio postventa, a la inversión en innovación, al talento humano que aporta nuevos conocimientos, la capacidad de reclutar gente buena y las alianzas con proveedores”. (Confecamaras, 2017. P. 6).

Se destaca en ese estudio, que, de las empresas de acelerado crecimiento, el 73% son PYME y el 27% son grandes, lo que significa que las PYMEs bien gestionadas, son alternativa de solución cierta para generar empleo, tributos, exportaciones y en general, mejorar la dinámica económica y social de un país.

La tendencia de las AIE es a respaldar iniciativas emprendedoras dinámicas, esto es, proyectos que ofrezcan al mercado bienes tangibles o intangibles con valor agregado, bien en el producto, la distribución y venta, el proceso de elaboración o servicios de pre o postventa, con componente tecnológico, de consumo continuo por el target al que se dirige, flexible para aceptar los cambios por tendencias de moda, generadores de valor económico, y siendo capaces estas empresas de financiar su propio crecimiento, materializado en la diversificación del portafolio de productos y la presencia vendedora en distintos mercados del país de origen, y en otros en una

segunda fase de evolución de la empresa, requisitos que difícilmente se pueden cumplir por las empresas micro, a las que apunta el Fondo Emprender, de acuerdo con el monto de capital semilla que otorga como crédito condonable.

Adicionalmente Colombia cuenta con los objetivos estratégicos de política de emprendimiento con tres pilares: la iniciación, la financiación y articulación, Véase Figura 9.

Figura 9 Objetivos estratégicos de la política de emprendimiento en Colombia



Fuente: adaptado del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Como hemos venido mencionando, la financiación empresarial, desde la política pública, va orientada a desarrollar las localidades, y esa financiación está asociada a la disponibilidad de recursos financieros para la creación de empresas. Partiendo de la premisa anterior, Gries y Naude (2011), encuentran que la afirmación de que el espíritu empresarial es un determinante importante del crecimiento económico y el desarrollo, no es del todo cierta, pues esto no se logra demostrar en su investigación, donde encuentran que el espíritu empresarial no es una condición vinculante para el desarrollo en los países más pobres.

Por su parte, el progreso de nuevas empresas, según, Wennekens et al., (2005), está asociado al nivel de desarrollo de los países, por ejemplo, en las economías avanzadas, la mejora de las estructuras de incentivos para la creación de empresas y la promoción de la explotación

comercial de los resultados científicos ofrecen una orientación más acertada para la política pública. En los países en desarrollo, sin embargo, puede ser mejor perseguir la explotación de economías de escala, el fomento de la inversión extranjera directa y la promoción de la educación de gestión.

De igual manera Shane (2009), plantea otra visión del financiamiento empresarial y la política pública, precisando que fomentar la creación de empresas de alto crecimiento es lo ideal y, por lo tanto, los responsables de la política pública deben reconocer que sólo un selecto grupo de empresarios crearán las empresas que liberarán a las personas de la pobreza, fomentarán la innovación, crearán empleo y harán que los mercados sean más competitivos, para así aumentar el crecimiento económico. Esto indica que los políticos deberían dejar de subsidiar la formación de la típica empresa, y centrar su atención en proyectos que propongan empresas con potencial de crecimiento, y, por lo tanto, eliminen los incentivos por el solo hecho de crear empresas, lo que permite a los políticos mejorar el rendimiento promedio de los nuevos negocios.

En relación a esto último, el informe GEM 2016, mostraba un decrecimiento del número de emprendedores en Colombia en los cuatro años anteriores, quizá lo más retributivo para un país no es que se creen muchas empresas por año, sino que se creen empresas sólidas, capaces de ser productivas y competitivas. Esto sólo lo pueden demostrar los resultados de las empresas años después de su puesta en marcha. Por tanto, que el número de empresas aumente del 6% registrado en el 2014, al 9% en el año 2016, como en Colombia, puede ser saludable, pero realmente, lo que interesa es saber de todas esas empresas creadas, cuántas sobreviven, se estabilizan y crecen durante los primeros cuatro años de vida.

Sobre los fundamentos anteriores se dispuso la hipótesis (H3) desde la dimensión Financiamiento empresarial (FE).

H3: Una mayor financiación otorgada por el Fondo Emprender, estará asociada positivamente con la capacidad emprendedora.

De igual manera fue importante revisar los diferentes referentes sobre dinamismo empresarial que se desarrollan en el apartado siguiente.

2.3.3 Dinamismo Empresarial

Cuando se habla de dinamismo empresarial, se debe partir del hecho que no hay un criterio único que permita establecer cuál es la unidad de medida para determinar si las empresas de un país, o un sector, o una empresa en particular, es o no dinámica.

Desde lo macroeconómico, para Cavallo y Powell, (2018) los factores de producción se deben asignar a las empresas dinámicas con potencial competitivo, siendo estas aquellas que son productivas, es decir, aquellas que elaboran el número de unidades por unidad de tiempo que les permite producir a costos variables similares a los competidores más eficientes y vender a precios adecuados al segmento atendido. En estos casos, su porcentaje de margen de contribución unitario es perfectamente competitivo, consiguiendo mantener una participación en el mercado nacional y/o extranjero que les posibilita generar riqueza.

Desde esa perspectiva, la dinámica empresarial se identifica con productividad, la cual sería requisito implícito cuando se define como empresas dinámicas aquellas que tienen un alto crecimiento, superior al 20 %, durante tres años consecutivos y tienen 10 o más empleados al inicio del periodo de estudio. (Kantis, y Federico. 2014). Si las empresas que cumplen estas exigencias son nuevas, se les denomina gacelas.

Autores como King, Dang y Ashley (2006), dicen que, para medir el nivel de dinámica en una empresa, se debe considerar tanto criterios financieros como no financieros, destacando entre

estos indicadores el de utilidad operativa, retorno sobre activos, crecimiento en utilidades y productividad, entre otros.

También se argumenta que los emprendimientos dinámicos presentan aspiración de alto crecimiento y alta rentabilidad desde el momento de su diseño, involucrando el uso de innovaciones en productos, procesos, tecnologías o modelos de negocio, al articular su fuente fundamental de ventaja competitiva y presentar una mezcla de aspiraciones de rentabilidad y capacidad para generar innovación (Acs & Zaltan 2010).

Wennekers, Thurik, Reynolds, (2005) muestran cómo para conseguir dinámica empresarial en las naciones más avanzadas, la mejora de las estructuras de incentivos para la creación de empresas y la promoción de la explotación comercial de los resultados científicos ofrecen el método más prometedor para la política pública. Para las naciones en desarrollo, puede ser mejor seguir la explotación de economías de escala, promover la inversión extranjera directa y la promoción de la educación en gestión.

Es de interés tener en cuenta la investigación de Frederick y Mosen (2011). Muestra cómo Nueva Zelanda es un caso atípico, pues mientras para el resto del mundo pareciera confirmado que existe una asociación cuadrática entre la actividad emprendedora dinámica y el desarrollo económico; este estudio demostró que los altos índices de iniciativa empresarial no siempre se traducen en desarrollo económico y que las políticas deben ser adaptadas a las condiciones locales.

Desde el punto del emprendedor se sustenta que los emprendedores dinámicos son personas que enfrentan los retos de sus empresas, desde una perspectiva distintiva, en términos de las posibilidades de crecimiento que logran ver cada vez que se presenta una barrera, y utilizan la racionalidad mental para entender la forma de operar sus empresas a partir de modelos

de negocio caracterizados por la escalabilidad, la replicabilidad y la sostenibilidad. Otros atributos, como la disposición a asumir riesgos y a construir configuraciones innovadoras en el modelo de negocio, pueden apreciarse cuando se examinan empresas individuales en detalle, pero es difícil encontrar variables indicativas que revelen la presencia de este tipo de comportamientos de los emprendedores y por tanto, resulta complicado su medición cuantitativa con una muestra amplia de empresas. (Vesga et al., p-21 2015)

El tema de la dinámica empresarial se ha abordado también desde la teoría del conocimiento empresarial, la cual indica que la relación entre los nuevos conocimientos y la actividad empresarial depende de la eficiencia de la comercialización y de la competencia. Así, en regiones donde hay mayor conocimiento, el emprendimiento es mayor. Encontrando una relación positiva entre el nuevo conocimiento y la actividad empresarial. (Lawrence & Zoltan, 2014).

Con relación a la generación de empleo, como elemento de dinámica empresarial, ésta se da si la empresa cuenta con quince empleados y no más de trescientos, o si las empresas duplican el número de empleados en cinco años; y para el caso de empresas nuevas, serán dinámicas, si se espera emplear al menos a veinte personas dentro de los primeros cinco años de existencia (Kantis, y Federico. 2014) (Kantis et al., 2005) (Autio, 2007).

Siguiendo con el elemento generación de empleo, estudios empíricos en Estados Unidos y en algunos países de América Latina (Crespi, Fernández, Stein, 2014; Estava, Meléndez, & Perry, 2014) han verificado que la mayoría de las empresas pequeñas y medianas no tienen una vocación de crecimiento rápido ni de generación de empleo. En realidad, esa capacidad de gestionar crecimiento y crear empleo parece concentrarse en emprendimientos más jóvenes, de reciente creación. A medida que pasa el tiempo, las empresas que no tienen vocación de

crecimiento consolidan unas prácticas y rutinas que difícilmente se transforman más adelante. Así, las empresas jóvenes pueden tener un efecto desproporcionadamente alto en la generación de valor y empleos.

En relación al indicador de ventas, la empresa es dinámica cuando se tiene una tasa de crecimiento de ventas de al menos un 20% anual durante cinco años consecutivos. (Fischer y Reuber, 2003); o aquella que ha alcanzado una tasa compuesta de crecimiento de ventas anuales de al menos un 80% en tres años y, por tanto, proveen un importante estímulo a la economía nacional (Barringer, Jones y Neubaum, 2005); y para las empresas gacela-nuevas, serán dinámicas, si incrementaron sus ventas en, al menos, un 50% durante los últimos tres años (Autio, Arenius y Wallenius, 2000).

De igual manera McDougall, Robinson y Denisi (1992), indican que cuando hay un crecimiento en los tres últimos años en sus ventas, esto representa un indicador de dinamismo. Así mismo, los investigadores Dalton y Kesner, (1985); Hambrick y Lei, (1985); y Venkatraman y Ramanujam, (1987), indican que el comportamiento de la industria, el crecimiento en las ventas y el retorno sobre la inversión son indicadores de dinamismo. A lo anterior, se suma indicadores como la edad de la empresa y desempeño general. (Cuba, Decenzo y Anish, 1983; Khan y Rocha, 1982).

2.3.3.1 Dinamismo empresarial en América Latina y en Colombia: este apartado contiene algunos estudios sobre el dinamismo empresarial, en términos de creación y sostenibilidad de las empresas, lo que los vincula con el objetivo del presente estudio.

Un primer referente a considerar es el ya mencionado estudio GEM, desarrollado a nivel mundial desde 1999, y que para el año 2015-2016 contaba con la participación de 60 países.

Latinoamérica participa desde el año 2000 con Argentina y Brasil y, en 2006, Colombia se integró al estudio.

El documento GEM muestra cómo la tasa de actividad emprendedora-TEA- de Colombia por oportunidad, es superior al promedio para cada nivel de desarrollo económico propuesto por el World Economic Forum (WEF). Sin embargo, el emprendimiento por necesidad en Colombia es alto, si se compara con las economías impulsadas por la eficiencia y por la innovación, lo cual explicaría la alta mortalidad de las empresas en el país, pues resultan más estables las empresas creadas por aprovechamiento de oportunidades, pero finalmente, las empresas creadas por necesidad encuentran protección ideológica en frases como esta:

”El desempleo y la propiedad pueden estar relacionados de varias maneras. A medida que aumenta el desempleo, las personas con menos alternativas de empleo pueden optar por iniciar su propio negocio que resulta en un aumento de la propiedad. Potencialmente, esto puede reducir el desempleo en el largo plazo”. (Gohmann et al. 2014).

Finalmente se indica que la TEA por necesidad presenta una tasa por encima del TEA promedio respectivo de los países de América Latina y el Caribe.

Por su parte, el estudio de Franco, (2012), encontró la existencia de factores positivos en el dinamismo empresarial, resaltando la tecnología, el posicionamiento de marca, la solución de conflictos, la adaptación a nuevos escenarios, la formación empresarial, el poder de negociación, el apoyo de los amigos y la aceptación de la comunidad como factores dinamizadores para la permanencia de las empresas nuevas.

Así mismo, se destacan estudios que relacionan el tiempo de vida de la empresa, como instrumento facilitador u obstáculo en el dinamismo empresarial, como plantean Gartner & Shane (1995), quienes revisan tres problemas de medición: el nivel de análisis de diferencia entre

las empresas y los individuos; las diferencias entre las medidas de velocidad y de valores, y los efectos de la perduración durante un determinado tiempo. Encontraron que los factores que impulsan los cambios en la tasa de emprendimiento no es probable que se manifiesten en cortos períodos de tiempo, y que los cambios en los valores, las actitudes, la tecnología, las regulaciones gubernamentales, la economía y la sociedad tienen una influencia significativa en los cambios en el espíritu empresarial a través del tiempo.

Por su parte, Norrman & Bager-Sjögren (2010), a través de un estudio, utilizando datos del Centro de Innovación de Suecia (SIC), investigaron el impacto de un programa dirigido a apoyar a los emprendedores en la innovación en etapas tempranas, hallando que el apoyo público no ha generado un resultado capaz de ser medido, aunque el programa ha seleccionado las empresas a nivel general, y sin embargo, entre los seleccionados, el sistema no ha podido identificar las empresas potencialmente exitosas.

Sobre el contexto anterior, varios son los criterios usados para vincular el dinamismo empresarial con indicadores como: generación de empleos, gestión de los recursos y participación en el mercado. (Gilbert, McDougall y Audretsch, 2006; Weinzimmer, Nystrom y Freeman, 1998; Wiklund, Patzelt y Shepherd, 2009).

Llegado a este punto, podemos deducir que no todos los emprendimientos están destinados a tener un impacto significativo sobre la riqueza o el bienestar de la sociedad. En realidad, solamente una minoría de los emprendimientos llega a crecer sostenidamente en el tiempo y a generar niveles sustanciales de riqueza y empleo. Adicionalmente, la mayoría de los emprendedores no tienen las competencias necesarias para lograr empresas de alto crecimiento (Coad, et al., 2014).

En Colombia, el estudio realizado por la firma consultora The Breakthrough, siguió la metodología básica propuesta por el Monitor Entrepreneurship Index y encontró que los emprendimientos de alto crecimiento son escasos. Considerando una amplia muestra, el estudio encontró sólo 284 empresas en el país (el 5% de la muestra analizada) que habían sido creadas en los 10 años anteriores y lograron superar unos indicadores básicos de dinamismo y rentabilidad, logrando ventas superiores a \$6.000 millones de pesos, equivalentes a 2 millones de dólares USA, y márgenes operacionales superiores a 10%, (Ángel, 2011).

Quizá sobre estas bases y las comentadas anteriormente, los responsables del programa Fondo Emprender establecieron, como indicadores de medición de la dinámica de las empresas: gestión de empleo, gestión de ventas y gestión presupuestaria y otros elementos como el sector al que pertenece el proyecto y zona geográfica.

En ese sentido, el mecanismo instaurado fue medir al final del primer año de puesta en operación cada empresa, si el equipo emprendedor consiguió o no las metas a que se comprometió frente a cada variable, pues esto fue la base para recibir un determinado monto de financiación.

Con esas variables, finalmente, se está midiendo si las empresas creadas con recursos públicos pueden o no continuar operando al cabo del primer año, en el programa más representativo de Colombia en materia de impulso al emprendimiento empresarial, base esto para establecer si en el país se tiene o no capacidad emprendedora.

Todo lo anterior permite formular la Hipótesis H4, desde la dimensión Dinamismo empresarial (DE)

H.4: El dinamismo empresarial influirá positivamente en la capacidad emprendedora.

H.4.1: La gestión eficiente en la generación de empleo (GE), estará asociada positivamente con la capacidad emprendedora.

H.4.2: Una adecuada gestión presupuestal (GP) influirá positivamente en la capacidad emprendedora.

H.4.3: La gestión eficiente en ventas (GV), estará relacionado positivamente con la capacidad emprendedora.

Considerado el aspecto, dinámica empresarial, a continuación, se observa el llamado fenómeno emprendedor, por la connotación que tiene como una tendencia social, capaz de crear cultura positiva hacia la creatividad y el trabajo, el cual es indispensable para que, irradiando a muchas personas, en particular a los jóvenes, genere un efecto contagio que eleve la fertilidad y densidad empresarial en un país.

2.3.5 Aspectos claves del emprendedor

Partiendo de la definición de emprendedor, dada por la Real Academia de la Lengua, como “Quien emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”. Se puede decir que “los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan, son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados” (Trujillo y Guzmán, 2008).

Se advierte en esa definición una perspectiva neutra en términos del género, femenino o masculino del emprendedor, pues en principio, es aceptado y conveniente que ambos géneros tienen igual posibilidad de emprender empresas, al menos en la parte de la humanidad

que vive dentro de la cultura occidental, orientada en democracia como sistema de gobierno y en economía de mercado, como modelo de interacción social y económica.

Así como esa primera definición, los conceptos expresados a continuación se mantienen dentro del espíritu neutro en relación al género, por ello se hablará de “persona”, lo que se pone de presente, para poder plantear al final de este apartado una hipótesis en relación a la incidencia o afectación del género en la capacidad emprendedora.

El emprendedor o emprendedora puede poseer una serie de características, desde “sentido común”, hasta “buenos hábitos de trabajo”, pero al contrario de lo que indican algunos manuales y autores no es necesario hacer un test psicológico para valorar si una persona puede o no proceder como emprendedor (Ibarra, 1990). La sola necesidad de sobrevivir y un ego elevado, pueden hacer surgir al emprendedor oculto en un individuo.

El emprendimiento puede verse como resultado del aumento del desempleo, es decir, que las personas con menos alternativas de empleo pueden optar por iniciar su propio negocio. (Gohmann & Fernández, 2014).

Por otra parte, la “iniciativa personal” se propone como un rasgo característico de quienes crean su propia empresa. Esta iniciativa personal se representa por un individuo: consistente con la misión de la organización, con un enfoque a largo plazo, dirigido hacia el objetivo y orientado a la acción, es persistente al afrontar barreras y contratiempos, la automotivación y proactividad. (Frese, et al., 1996).

Otros investigadores sostienen que “las personas que evidencien un elevado control interno, alta necesidad de logro, capacidad para asumir riesgos y una alta tolerancia a la ambigüedad, tienen mayores oportunidades de crear empresa” (Brockhaus y Horwitz, 1986). El

hecho de sentirse libre y el deseo de influir en los demás, está relacionado con el deseo de realización personal y la necesidad de poder (Abramson, Seligman, y Teasdale, 1978).

Desde el punto de vista del logro, existen emprendedores y emprendedoras que presentan una alta motivación al logro, por lo que trabajan en la mejora permanente, afrontan la consecución de sus objetivos y asumen riesgos (McClelland, 1985); por lo que se dice que este tipo de personas tienen alta necesidad de logro y no de poder; contrario a los altos directivos de las grandes empresas, que tendrían una alta necesidad de poder y no de logro (McClelland y Burnham, 1976).

Lo anterior se enlaza con la definición de los rasgos de personalidad de los profesores Varela & Bedoya (2007), quienes manifiestan que estas se determinan por “un conjunto de atributos (motivaciones, actitudes, valores, auto conceptos, conocimientos y habilidades) y que, a su vez, se manifiestan en comportamientos que son definibles, observables y medibles, y que están causalmente vinculados con un desempeño superior en la acción empresarial”.

Los autores Robinson, et al, (1991), no están de acuerdo con la definición de la conducta emprendedora a partir de los rasgos de personalidad, pues expresan que no se cuenta con instrumentos y metodologías precisas para medir a los emprendedores y sólo se miden tendencias generales, proponiendo realizar un cambio en los estudios de la conducta emprendedora, indicando que los estudios se deberían basar en las actitudes, por considerar que estas son menos estables que los rasgos de personalidad, y van cambiando de acuerdo con las situaciones. En este aspecto, han desarrollado y validado el Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO), un cuestionario que mide actitudes sobre cuatro ámbitos: el logro en los negocios, la innovación en los negocios, el control personal percibido de los resultados de los negocios y la autoestima.

Por su parte, otras investigaciones han estudiado la conducta emprendedora explorada desde los valores personales (Mariano, Trejo y Palací, 2001). Dentro de las dimensiones individualismo y colectivismo que favorecen la conducta, afirmando que quienes emprenden están inspirados por valores individualistas. Estos son los valores que manifiestan una independencia emocional con respecto a grupos y organizaciones, obteniendo resultados altos en valores como: libertad, disfrutar de la vida, un mundo en paz, amistad verdadera y reciprocidad de favores. De estos valores tienen mayor puntuación libertad y disfrutar la vida, dando una puntuación baja al valor colectivista de orden social.

Chlosta, et al, (2012,) estudiaron el efecto de la personalidad y la motivación para tener su propio negocio. Basaron su estudio en la teoría del aprendizaje social y examinaron la influencia de los roles de los padres y su efecto en los hijos, cuando éstos son empresarios. Destacaron una influencia altamente positiva. Revelan que el rol del padre y la madre presenta diferencia entre ellos, favoreciendo el estereotipo de que el hombre debe dedicarse a actividades de emprendimiento más que la mujer, pues estas tienen orientación hacia los quehaceres del hogar.

Lo anterior indica, que los hijos se inclinan por el rol del padre, y menos por el rol de la madre, no obstante, esto puede cambiar, considerando la apertura del individuo. Reforzando este estudio, Brockhaus y Horwitz, (1986), indicaron que el hecho de “pertenecer a un núcleo familiar con experiencia empresarial hace que la persona se introduzca poco a poco en dicho ambiente”. Por lo tanto, la influencia de los padres aumenta la probabilidad de que los jóvenes se conviertan en emprendedores, pero agregan que la personalidad del individuo y el medio ambiente generan influencia en un individuo para convertirse en empresario.

Una investigación sobre los empresarios de Israel reveló que los empresarios que manejan una alta novedad y alta incertidumbre tecnológica tenían educación superior, les encantaban los retos y estaban más comprometidos, son soñadores, creativos, intuitivos, investigadores y ambiciosos y las empresas que tienen gran novedad tecnológica y alta incertidumbre son de más éxito y reflejan un potencial de construcción de futuro. (Dvir, Sadeh, Malach-Pines Gurion, 2010).

Por su parte, Brandstätter (2011), halló que la personalidad tiene influencia en las características básicas del empresario, expresadas en la estabilidad emocional, apertura a la experiencia, motivación al logro, extraversión y propensión al riesgo, siendo estas dimensiones denominadas meta-análisis, lo cual, es complementado con el modelo de Frese (2009), el cual elabora una relación entre las características de personalidad del empresario, así como los recursos empresariales, que se suponen es medida por los estilos de acción como la orientación de metas y la planificación, lo que a su vez genera la relación con el entorno como el ciclo de vida, originando dinamismo o velocidad al cambio, y donde se puede apreciar la falta de recurso (hostilidad) y la rama de la actividad (industria). Véase Figura 10, Modelo complejo del proceso de la iniciativa empresarial

Figura 10 Ejemplo de un modelo del proceso de la iniciativa empresarial



Fuente: Frese, 2009

Recogiendo el perfil psicológico de los emprendedores a través de Barba, Jiménez, Martínez, (2007), se evidencia que son varios los autores que han trabajado las características desde el punto de vista del deseo de independencia; otros como gusto por el riesgo; o por la elevada necesidad de logro; o simplemente por la alta necesidad de competencia y algunos caracterizan al emprendedor considerando la preferencia por la innovación. La Tabla 7 sintetiza el perfil psicológico de la persona emprendedora.

Tabla 7 Perfil psicológico del emprendedor

Característica	Autor / Año
Deseo de independencia	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); Barredo y Llorens (1993); Collis, moore y unwala (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Fessen y Dugan (1989); García y Wandoseeel (2004); Genesca y venecia (1984); Jenssen y Kolvered (1992); Koh (1996); Martinez, Sánchez y Urbina (1998); Rusque (2002); Sheinberg y Mac Millan (1988); Woo, Cooper y Dunkelberg (1988).
Gusto por riesgo	De Pablo y Bueno (2004); Díez de Catro et al (1995); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Smith, Backerd y Miner (1987).
Elevada necesidad de logro	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); Barredo y Llorens (1993); Box, White y Barr (1993); Collins, Moore y Unwala (1964); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Catro et al (1995); Dubini (1988); Jenssen y Kolvered (1992); Jonson (1990); Koh (1990); Koh (1996); McClelland (1968); Rusque (2002); Woo, Cooper y Dunkelberg (1988).
Alta necesidad de competencia	Box, White y Barr (1993); Davidsson (1988); De Pablo y Bueno (2004); Duchéneaut y Orham (1998); Fessen y Dugan (1989).
Preferencia por la innovación	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); De Pablo y Bueno (2004); Dubini (1988); García y Wandoseeel (2004); Jenssen y Kolvered (1992); Smith, Backerd y Miner (1987).

Fuente: elaboración propia, se recoge las características destacadas de cada uno de los autores.

Los autores Rodríguez & Jiménez, (2005), indican la existencia de cuatro corrientes que integran la clasificación del emprendedor: la escuela económica, la comportamental, la psicológica (cognitiva) y la escuela de procesos, tal como se presenta en la Tabla 8:

Tabla 8 Escuela de pensamiento

Escuela	Definiciones del emprendedor	Autores de referencia
Escuela psicológica con las corrientes personalistas y cognitivas	Se define por un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias.	Shaver y Scott (1991)
Escuela comportamental	Se define por el conjunto de actividades que pone en marcha para crear una organización	Gartner (1988)
Escuela económica	Se especializa en la toma intuitiva de decisiones pensadas, relativas a la coordinación de recursos raros.	Casson (1991)
Escuela de procesos	Es aquel que desarrolla oportunidades y crea organización para explotarlas.	Bygrave y Hofer (1991)

Fuente: Rodríguez & Jiménez, 2005:83

Finalmente, la Tabla 9 recoge a manera de síntesis el perfil del emprendedor visto desde diferentes matices.

Tabla 9 Perfil emprendedor

Elemento observado	Influencia en el emprendedor	Autor/Año
Soñadores	Hacen realidad lo que imaginan, son responsables de innovar y obtiene resultados.	(Trujillo y Guzman, 2008).
Alternativa de empleo	El emprendimiento puede verse como resultado del aumento del desempleo, es decir, que las personas con menos alternativas de empleo pueden optar por iniciar su propio negocio.	(Gohmann & Fernández, 2014).
Iniciativa personal	La personalidad tiene influencia en las características básicas del empresario, expresadas en un alto ego, control interno, necesidad de logro, arriesgado, tolerante, estabilidad emocional, apertura a la experiencia, sentirse libre e influir en los demás. Estas características pueden hacer surgir a un emprendedor	(Frese, et al., 1996); (Abramson, Seligman, y Teasdale, 1978); Brandstätter (2011); Frese, 2009); (Ibarra, 1990), (Brockhaus y Horwitz, 1986). (McClelland, 1985); (McClelland, 1985); (Abramson, Seligman, y Teasdale, 1978).
Rasgos de personalidad	Los rasgos son atributos motivaciones, actitudes, valores, auto conceptos, conocimientos y habilidades, los cuales están vinculados con un desempeño empresarial.	Varela & Bedoya (2007),
Valores individualistas	Estos son los valores que manifiestan una independencia emocional, obteniendo resultados altos en valores como: libertad, disfrutar de la vida, un mundo en paz, amistad verdadera y reciprocidad de favores.	(Mariano, Trejo y Palací, 2001)
Motivación	Desde la teoría del aprendizaje social, la influencia de los padres y su efecto en los hijos, cuando éstos son empresarios. Destacaron una influencia altamente positiva.	Chlosta, Patzelt, Klein, Dormann (2012); Brockhaus y Horwitz, (1986)

Fuente: elaboración propia, se recoge lo más destacado de cada uno de los autores.

No obstante, la perspectiva neutra seguida, para indicar el principio de que el emprendimiento empresarial no tiene género, existen características diferenciales entre los dos géneros que influyen en la creación de nuevas empresas.

Por ello algunos estudios ocupados de la incidencia en el emprendimiento del género, han reportado que la tasa de actividad femenina es negativa, frente a la tasa total de empleo por cuenta propia (Uhlaner y Thurik (2004). Por su parte, el informe de buenas prácticas en la promoción del empresariado femenino de la Comisión Europea, argumenta que las mujeres se enfrentan a una serie de barreras específicas de género, en la puesta en marcha y gestión de una

empresa. En el espíritu empresarial a nivel individual se considera como una forma importante para que las mujeres lleguen a ser financieramente independientes y consigan combinar las responsabilidades laborales y domésticas (Verheul, 2005).

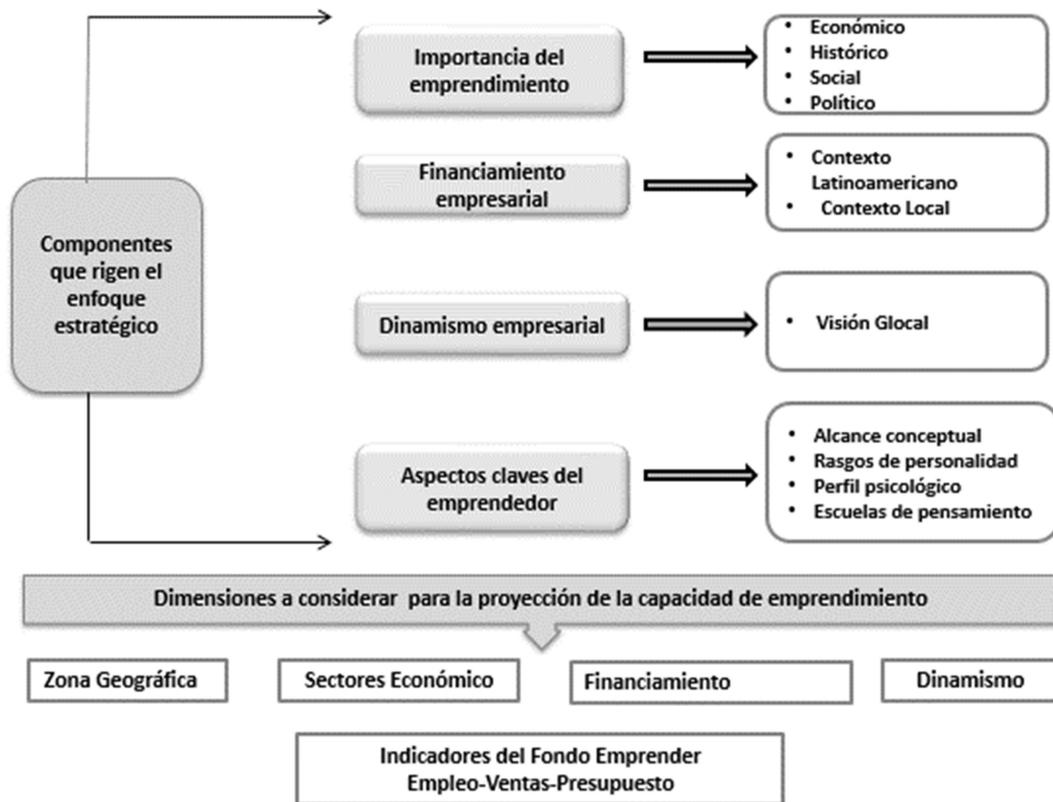
El enunciado planteado permite formular la Hipótesis H5, desde la dimensión Perfil del emprendedor-genero (GN)

H.5: El género (GN) del emprendedor afectará a la capacidad emprendedora.

Las hipótesis propuestas nos llevan a plantear el siguiente modelo teórico, que permiten determinar la capacidad emprendedora en Colombia a través del análisis del Fondo Emprender.

Véase Figura 11.

Figura 10 Modelo propuesta de capacidad emprendedora



Fuente: elaboración propia

A continuación, se presenta el apartado del escenario geográfico donde se desarrolla la investigación.

2.3 COLOMBIA COMO ESCENARIO GEOGRAFICO DONDE SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo se enmarca en un Estado soberano, localizado al noroccidente de América del Sur, oficialmente llamado República de Colombia, cuya capital es Bogotá. Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá.

En cuanto a límites marítimos, colinda con Panamá, Honduras, Jamaica, Haití, República Dominicana y Venezuela en el mar Caribe, y con Panamá, Costa Rica y Ecuador en el océano Pacífico, cuenta con 1.141.748 Km² de superficie terrestre y 928.660 Km² de área submarina, para un total de 2.070.408 Km².

La fecha oficial de creación reconocida es el 20 de julio de 1810, y está dotado con una constitución moderna promulgada en 1991, cuyos 49 millones de habitantes a junio 11 de 2018, son una mezcla interracial, unidos en la democracia, el idioma castellano, el peso como moneda y se aceptan como una nación multicultural. La Tabla 10 ofrece un perfil del país.

Tabla 10 Datos relevantes de Colombia al 2017

Capital	Bogotá	PIB 2017	USD 309197 millones
Superficie	1141748 Km ²	PIB per capital 2017	USD 14485
Población	49.291.609 de habitantes 2018	Crecimiento del PIB (2016-2017)	2.0% y 1.8%
Moneda	Peso colombiano	IED 2017	USD 14.518 millones
EXPORTACIONES 2017		IMPORTACIONES 2017	
Total	USD 37766,3 millones	Total	USD 346075,7 millones
Principales productos	Petróleo crudo (29.0%), Hullas (18.0%), Petróleo refinado (5.4%), Oro (4.6%), Flores (3.7%)	Principales productos	Petróleo refinado (9.6%), Teléfonos (5.5%), Automóviles de turismo (5.3%), Medicamentos dosificados (3.5%), Maquinas para procesamiento de datos (2.6%), maíz (2.4%)
Destino	Estados Unidos (27.9%), Panamá (6.8 %), China (5.3%), Países Bajos (4.1%), México (4.1 %), Ecuador (3.9%)	Origen	Estados Unidos (25.2%), China (19.0%), Países Bajos (4.1 %), México (7.5%), Brasil (5.0%), Alemania (4.1%), Japón (2.7%)

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

En el contexto social, Colombia ha sufrido cinco décadas la guerra interna de baja intensidad, finaliza parcialmente con la firma del acuerdo de paz entre el gobierno y la guerrilla más grande, autodenominada Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), y el anuncio de inicio de conversaciones de paz con otra fuerza guerrillera de menor tamaño, autodenominada Ejército de Liberación Nacional (ELN), lo que de conducir a firmar un acuerdo similar, permitirá alcanzar el fin definitivo de la confrontación armada en el país, base para comenzar a conseguir la paz social, asumida como un *modus vivendi* general donde ningún

miembro de la sociedad es sometido a violencia por razones políticas, económicas o de otra índole.

El presidente Juan Manuel Santos Calderón, en su plan de gobierno, ha puesto énfasis en la paz, la equidad y la educación, al valorar que han sido tres deudas históricas de los gobiernos anteriores con los colombianos, por lo que han sido estos tres ejes en los que se ha puesto el mayor esfuerzo presupuestal en sus ocho años de gobierno, en los periodos 2.010-2014 y 2.014-2.018.

Con relación al índice de Desarrollo Humano, el presidente y ganador del Premio Nobel de la Paz de 2016, Juan Manuel Santos, expreso que:

“coincidimos con el espíritu de este Informe de Desarrollo Humano, que es el de entender la prosperidad de las sociedades a partir de la riqueza de las vidas humanas, por encima de la riqueza de las economías. En ese sentido, comprendemos que la paz es una condición básica para enriquecer las vidas de los colombianos. Y hablo de la paz en un sentido más amplio, que trasciende el fin del conflicto y que significa armonía y bienestar”.

Efectivamente, Colombia según el índice de desarrollo humano del año 2015, a nivel mundial, ocupa el puesto 95°, lo que puede significar que existe mucho por mejorar en la materia, y este gobierno ha conseguido resultados positivos en los tres frentes indicados, (PNUD, 2016).

Colombia, en principio, cuenta con un recurso esencial: una constitución política moderna, y en ella se consagra los derechos civiles universales, tales como el sistema democrático como modelo de gobierno, con derecho de los ciudadanos a elegir y ser elegido

gobierno o legislador, la igualdad de todos ante la ley, y el derecho de cada ciudadano a la libre actividad económica.

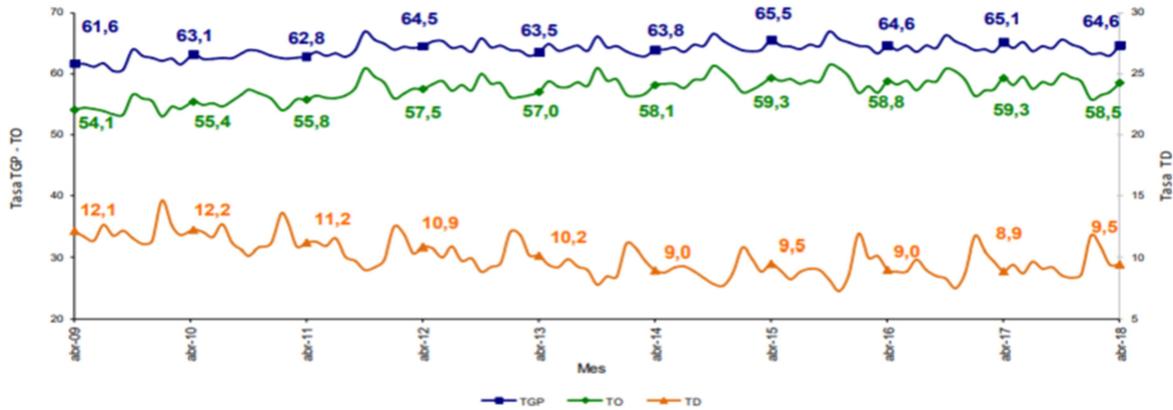
Junto a economía de mercado y la elección democrática de gobierno nacional, departamental y municipal, y sus respectivos órganos de control político, por periodos definidos de tiempo, el país dispone de recursos claves, siendo el primero de ellos el contar con la gente, 49 millones de habitantes, cuyos desempleados, subempleados y trabajadores de bajo salario siendo algo negativo, y pareciendo ir en contra de hacer empresa, por contraste lo que demuestra es la existencia de un mercado a crear y potencializar, pues las personas en esa situación de alguna manera comparten los valores democráticos, entre ellos la economía de mercado y la libre iniciativa individual en el accionar económico empresarial.

Colombia está dotada de recursos básicos naturales, pero ellos no se han sabido administrar y emplear adecuadamente por sus habitantes, lo que explica la incipiente dotación de recursos avanzados, llevando a la escasa generación y duración de las empresas, por lo que la pobreza multidimensional al año 2017 azotaba al 17% de la población, si bien se redujo del 30.4% registrado en 2010. (Departamento Nacional de Planeación-DNP- DANE, 2017)

El índice de concentración de la riqueza a 2010 era del 0.56, mejorando al 0.51 en el 2017, no obstante, sigue siendo uno de los más altos del mundo, indicando la baja redistribución de la riqueza, lo que sólo se consigue creando más empresas capaces de perdurar en el tiempo, vía para disminuir también el desempleo, que para el año 2010 era del 11.8% y al final de 2017 fue del 8.7%.

La figura 12 muestra el comportamiento del desempleo, con corte al mes de abril, entre los años 2009 al 2018. (Departamento Nacional de Planeación-DNP-. DANE, 2017).

Figura 11 Tasa global de participación (TGP), tasa de ocupación (TO) y tasa de desempleo (TD) Total nacional Abril (2009 – 2018)



Fuente: DANE (2108). Boletín técnico. Gran encuesta integral de hogares (GEIH)

Colombia viene mejorando sus indicadores económicos y sociales. Un gobierno con sensibilidad social, como el del presidente Juan Manuel Santos, pudo demostrar que aún en épocas de bajo crecimiento del producto interno bruto (PIB) se puede obtener buenos resultados, pues al comenzar su gobierno, en el 2010, ese indicador fue del 4.3%, y en 2016, por factores externos como la caída del precio del petróleo, era del 2.0%, y al cierre del 2017, fue del 1.8%, pero no obstante, se adelantaron programas para el desarrollo del país, que benefician directamente a la gente como otorgar 755.876 viviendas en el sector urbano y 237.709 en el sector rural, entre gratuitas y subsidiadas, lo que eleva sustancialmente la calidad de vida de la gente más pobre, a quienes sólo les faltaría darles más acceso a empleo estable y remunerado de acuerdo con el marco legal vigente, para lo que se requiere más y mejores empresas. (Departamento Nacional de Planeación-DNP-. DANE, 2018).

En materia de inversión, como porcentaje del PIB, Colombia pasó de un 24.5% en 2010 a un 27.5% en 2017, siendo la inversión extranjera para el primer año de 6.430 millones de dólares, que al incrementarse un 111.5% alcanzó los 13.600 millones siete años después, pero ello resultó insuficiente para absorber el desempleo del 8.7% y el subempleo del 27,1% al 2016,

lo que resulta ser uno de los mayores problemas de Colombia, pues las personas afectadas no se ocupan el número de horas que desean para alcanzar su nivel de pleno empleo y productividad para su beneficio y el del país. (Departamento Nacional de Planeación-DNP-2018).

Colombia entre 2.010 y 2.017 logró incrementar su infraestructura vial, modernizó y construyó nuevos aeropuertos y puertos, consiguió incrementar el número de turistas extranjeros que visitan el país y lo mejor, evitó los cientos de muertos y heridos que cada año se presentaban en la guerra sin fundamento de una guerrilla que no sólo no contribuía a mejorar el país en ningún aspecto, sino que lo destruía, y peor aún, evitaba que el sentido emprendedor de los colombianos para crear empresa se pudiera manifestar libremente, empleando productivamente la infraestructura económica y social del país.

Frente a otro grave problema de Colombia, la seguridad ciudadana, también se ha mejorado ostensiblemente, pues la tasa de homicidios pasó de 34 a 25 por cada 100.000 habitantes, representando una caída del 25.9% entre el 2010 al 2017, a lo que también contribuyó el acuerdo de paz con la guerrilla, pues el terrorismo de ésta sin castigo, sembraba en el país la sensación de impunidad entre la gente, por lo que cualquier ciudadano se sentía en libertad de agredir a otro creyéndose o sabiéndose libre de cualquier medida legal. (Departamento Nacional de planeación-DNP-2018).

Entre 2010 y 2017, el frente social reporta una mejora del 3.2% en el porcentaje de afiliados al sistema de seguridad social en salud, el número de personas beneficiadas con acueducto creció el 17%, mientras las dotadas con sistemas de alcantarillado domiciliario aumento 20.1%, las proveídas con gas subieron 34%, mientras la población campesina que viviendo en lugares apartados comenzó a disfrutar del servicio eléctrico alcanzó las 150.471 personas. (Departamento Nacional de planeación-DNP-2018).

El gobierno implementó el programa ser pilo paga, consistente en dar becas para cursar estudios universitarios a jóvenes que viviendo en los estratos 1 y 2 más pobres de Colombia, obtuvieran los puntajes más altos en los exámenes estatales que miden la calidad educativa mediante el rendimiento escolar, beneficiando a 30.500 bachilleres, en un programa innovador, en un país donde es necesario estimular el que la gente, sus empresarios y emprendedores, alcancen objetivos de vida con base en el rendimiento personal, en el esfuerzo, en vez de en recomendaciones de políticos, de los ricos o de amigos con algún tipo de poder.

Para conseguir emprendedores mejor preparados e informados en el futuro, la matrícula en educación superior aumentó entre 2010 y 2017 el 40.7%; las conexiones a internet de banda ancha crecieron el 410 %, pasando de 3 a 15.3 millones de personas; así quedaron conectados a redes de alta velocidad (fibra óptica o microondas) 1075 municipios en 2017, cuando en 2010 eran sólo 200. En este periodo la dotación de computadores y tabletas a escuelas, colegios y puntos de acceso libre a estos dispositivos electrónicos se elevó en el 10.023%, pasando de 25.587 aparatos en 2010 a 2.590.175 en 2017, lo que permitió pasar de una cobertura de 24 niños por computador a sólo 4, facilitando esto el que las clases populares dispongan de acceso a la red y tengan el instrumento electrónico para ello.

En relaciones internacionales los colombianos podían entrar sin visa en el año 2.010 a 25 países y un territorio estatal, mientras en 2.017 lo pueden hacer a 69 naciones y 14 territorios estatales, pudiendo llegar esto a contribuir a que los empresarios del país tengan una perspectiva de mundo para hacer negocios.

En el 2.018 Colombia cumplió todos los protocolos para ser aceptada en la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), cuestión que obliga a los futuros gobiernos a trabajar a la altura del gobierno del presidente Santos, pues la OCDE

promueve las buenas prácticas en las políticas y procesos de gobierno, lo que hace más transparente la toma de decisiones por parte de los gobernantes, desde las licitaciones de compras del Estado, hasta la adopción de decisiones para solucionar las diferentes situaciones políticas, sociales y económicas que se suscitan diariamente en el devenir de la gente en cada nación.

La balanza comercial colombiana presentó déficit en los últimos cinco años. Para marzo de 2018 se logró reducir en 1.268 millones de dólares FOB, constituyendo un reto para empresarios y nuevos emprendedores producir bienes capaces de ser vendidos en los mercados externos, vía para resolver estructuralmente ese déficit, al conseguir que el valor de las exportaciones supere el de las importaciones. (DIAN, DANE, 2108).

Crear y conseguir que perduren la cantidad de empresas necesarias para absorber de forma dinámica no sólo el déficit comercial, sino las demandas de empleo en la sociedad a través del tiempo, es el desafío por el que se debe trabajar, tanto por el gobierno a través de programas como el Fondo Emprender, como por la sociedad civil, representada en instituciones privadas y personas naturales interesadas en forjar empresa. Este estudio pretende contribuir a esa tarea, evaluando el programa más importante, para buscar señalar criterios que permitan afianzar la capacidad de construir empresa en Colombia.

Ello, partiendo de una premisa, la mayoría de los problemas de un país tienen como fuente los problemas económicos, y éstos surgen de la falta de empresas. O ara crear y conseguir la permanencia de estas, se requiere que en el país haya los recursos y capacidades necesarios para ello, destacándose entre esos recursos la consecución, posesión y uso del saber sobre empresa, y la gestión o aplicación apropiada de ese conocimiento, reflejado en los resultados

obtenidos en número de empresas creadas y las que de ellas perduran más allá del quinto año de fundadas.

Así las cosas, en Colombia lo que cabe es organizar sus recursos y capacidades, empleando la gestión del conocimiento, para conseguir crear de manera dinámica empresas, en todas las actividades económicas, disponiendo al interior de cada empresa los recursos y capacidades apropiadas a su propia realidad, para lograr su estabilidad y crecimiento, que son los factores con los cuales se puede concluir si una nación tiene o no capacidad emprendedora.

Considerada la constante dinámica de cambio social y económico, ante la masa de desempleados, subempleados y trabajadores de baja remuneración, la única solución posible es crear nuevas empresas, en todos los sectores productivos, para lo cual se debe buscar aportar desde la academia, diagnosticando y proponiendo soluciones, aplicables por los tomadores de decisiones de gobierno, por directores de entidades privadas y por personas individuales, trabajando todos en función de crear y fortalecer la empresa, célula del desarrollo económico en cada nación.

CAPITULO 3. METODOLOGIA

Para poder responder la pregunta básica de este trabajo: ¿Qué estrategia debe estructurarse para fortalecer la capacidad emprendedora en un país?, se organizó el desarrollo del estudio mediante los procedimientos propios de una investigación empírica, con elementos cualitativos y cuantitativos, siendo necesario utilizar herramientas de análisis y la aplicación de un modelo econométrico.

Se exploraron los diferentes programas que fomentan el desarrollo empresarial, tanto de proyectos existentes, como para la creación de nuevas iniciativas empresariales en Colombia, y a partir de aquí se escogió el programa FONDO EMPRENDER, por ser el de mayor impacto, gracias a su capacidad organizativa, financiera, cubrimiento nacional y el aporte que hace mediante crédito condonable del capital semilla necesario para que los emprendedores puedan iniciar sus proyectos empresariales.

3.1 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La delimitación del trabajo en materia de tiempo y espacio geográfico se comenta a continuación:

- *En lo temporal*

La investigación se desarrolla para los años comprendidos entre el periodo 2006 y 2017, por considerar que en este periodo el programa del Fondo Emprender, como base del estudio, tiene la madurez suficiente y está posicionado en el colectivo social colombiano, en lo que podría denominarse “una positiva recordación de marca”, tanto entre las instituciones de formación

técnica, tecnológica y profesional, incluyendo allí docentes y alumnos activos, como entre egresados y la población en general.

Adicionalmente, para ese período ya se tienen antecedentes de los resultados de los años anteriores y el programa podía contar con los ajustes técnicos en lo presupuestal, de gestión interna y en lo operativo con los emprendedores postulantes, que le podrían permitir un mejor desempeño y el alcance consecuente de mejores y mayores resultados.

El periodo resulta también relevante, pues se verifica en él que el programa se convirtió en una política de Estado, pues habiendo sido creado en el gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez (gobierno del 2002 al 2006 y del 2006 al 2010) continuó en el gobierno del presidente Juan Manuel Santos Calderón (de 2010 al 2014 y del 2014 al 2018) a pesar de las enormes diferencias conceptuales en materia de políticas de gobierno entre los dos líderes. De esta forma, se comprueba que el modelo trascendió de un simple programa de gobierno para ser adoptado como una política de Estado, lo que refuerza el criterio expresado en este trabajo, sobre que el emprendimiento empresarial es un pilar esencial hacia el desarrollo para los gobernantes de la mayoría de las naciones del mundo.

Finalmente se valida la determinación del periodo, ya que el gobierno nacional también ha decidido fortalecer en ese período de tiempo la política de apoyo al sector agropecuario a través de Finagro, el otro programa en estudio. Esto conduce a un fortalecimiento del programa de apoyo a la obtención de crédito, materializado en el Fondo Nacional de Garantías, el cual se incluyó en el estudio por valorar que es un soporte obligado para que funcione eficientemente el programa de Finagro.

En lo espacial

Gracias a que los programas del Fondo Emprender, Finagro y el Fondo Nacional de Garantías cubren toda la geografía colombiana, la investigación consecuentemente abarca todo el país, en sus 32 departamentos, cuyo mapa representativo se presenta en la figura 13 siguiente:

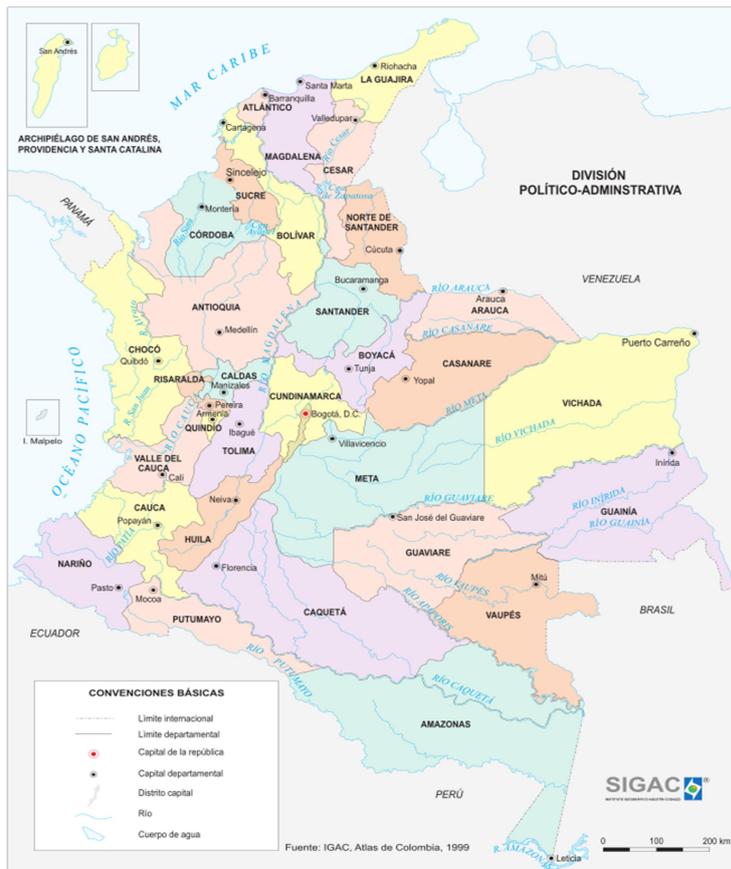


Figura 12 División política de Colombia

Fuente: http://www.imagui.com/a/mapa-de-la-division-politica-de-colombia-TEXGkAna8_junio_06_de_2014

3.2 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

Procedimiento para escoger la población

Para poder proponer una estrategia capaz de fortalecer la capacidad emprendedora en un país, a partir de observar las empresas financiadas con recursos del Estado, se tomaron las bases de datos de las tres entidades financiadoras seleccionadas y se analizó años tras año en el periodo indicado.

Para el caso del programa del Fondo Emprender, se toma la base de datos suministrada por el SENA, entidad que coordina y avala los proyectos emprendedores. Se hace un primer filtro, pues ésta contiene todos los resultados de las convocatorias hechas, sin distinguir convocatorias cerradas por regiones, de las abiertas o nacionales. Para el objetivo de la investigación sólo interesan los proyectos financiados en las convocatorias nacionales.

Se toman todos los proyectos financiados por la entidad, desde la convocatoria N° 1 en el año 2005, con desembolsos en el año 2006, hasta la convocatoria N° 51 en el año 2017. Luego, se hace un segundo filtro, seleccionando sólo los proyectos que tuvieron éxito o fracaso, considerando indicadores establecidos por la entidad, de acuerdo a la normativa de la convocatoria.

De la población total de 4853 emprendedores se llega a la muestra de 2119, siendo éstos los que se clasifican entre exitosos y no exitosos. La diferencia se clasifica en un grupo que presenta características diferentes, ya que algunos no emprendieron el negocio y otros estaban en proceso de evaluación y legalización ante la entidad financiadora.

3.3 UNIDADES MUÉSTRALES OBJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para cumplir con el objetivo de la investigación, se seleccionaron los proyectos financiados por el Fondo Emprender, que se calificaron como exitosos y no exitosos. Los proyectos exitosos son aquellos a los cuales se les condonó el crédito, representando el capital semilla, pues cumplieron con indicadores preestablecidos por la entidad. Los no exitosos, son aquellos que fueron financiados, pero no cumplieron con los indicadores y se les obliga a devolver el recurso recibido, lo cual implica el no funcionamiento del proyecto. Véase la tabla 11.

Tabla 11 Composición de la muestra objeto de estudio

MUESTRA	PROYECTOS
EXITOSOS	1170
NO EXITOSOS	949
TOTAL	2119

Fuente: elaboración propia con base en la información del SENA

3.3.1 Características de la muestra

Con relación a las características de la muestra se encontró que el 62 % son emprendedores hombres y el 38 % mujeres. Las actividades se concentraron en tres sectores económicos: Agricultura-pesca, Manufacturero y Servicios. El 55% de la muestra está representada por proyectos exitosos y un 45 % de los emprendedores se clasifican como proyectos no exitosos. La formación jurídica más elegida por los emprendedores es la empresa unipersonal, con una participación del 47.4 %, debiéndose resaltar que la base de datos no permitió clasificar a un 16.3% de los emprendedores. Ver tabla 12 de las características de la muestra.

Tabla 12 Características de la muestra

DESCRIPCIÓN	MUESTRA
Genero	
Hombres	1313 62%

Mujeres	806	38%
SECTOR ECONOMICO		
Servicios	435	21%
Manufacturera	758	36%
Agricultura y pesca	784	37%
Comercio	131	6%
Extractiva	11	1%
ZONA GEOGRAFICA		
Cundinamarca	322	15%
Cauca	171	8%
Huila	150	7%
Valle del Cauca	142	7%
Antioquia	140	7%
Nariño	138	7%
Risaralda	102	5%
Santander	101	5%
Atlantico	98	5%
Norte de Santander	91	4%
Caldas	90	4%
Sucre	78	4%
Bolivar	75	4%
Caqueta	74	3%
Boyaca	72	3%
Tolima	69	3%
Quindio	39	2%
Cordoba	27	1%
Cesar	25	1%
Magdalena	18	1%
Guajira	16	1%
Guaviare	16	1%
Meta	15	1%
Putumayo	12	1%
Amazonas	10	0%
Arauca	9	0%
Choco	9	0%
Casanare	8	0%
Guainia	1	0%
Vaupés	1	0%
Archipiélago de San Andres	0	0%
TIPO DE SOCIEDAD O CONFORMACION JURIDICA		
EU.Empresa Unipersonal	1005	47%
SAS Sociedad por acciones simplificada	465	22%
LTDAD. Sociedad Limitada	304	14%
No identificadas	345	16%

PROYECTOS FINANCIADOS		
Proyectos que tuvieron éxito	1170	55%
Proyectos que Fracasaron	949	45%

Fuente: elaboración propia con base en la información del SENA

3.4 ESTUDIO ESTADÍSTICO Y ECONOMETRICO

Se utilizó estadística descriptiva para establecer los siguientes parámetros: el número de proyectos financiados; cantidad total financiada durante los años 2006-2017, tanto de iniciativas nuevas como en el fortalecimiento; zonas geográficas con mayor dinámica emprendedora; sectores económicos más dinámicos; participación emprendedora considerando el género. La tabla 13 muestra la descripción y medida de las variables.

Tabla 13 Descripción y medida de las variables

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	MEDIDA
Monto de financiación de cada uno de las fuentes financiadoras.	Establece los recursos colocados para el financiamiento empresarial desde los programas en principio y luego considerando el programa con mas dinámica en la creación de nuevos proyectos.	Variable cuantitativa, discreta
Número de proyectos financiados	Determina cuantos proyectos se financiaron.	Variable cuantitativa, discreta
Zona geográfica con más tendencia emprendedora considerando el número de proyectos y emprendedores beneficiados	Permite medir la dinámica empresarial en cada región considerando el número de proyectos.	Variable cuantitativa, discreta
Sector económico al que pertenecen los proyectos financiados	Permite identificar los sectores económicos de los proyectos	Variable cualitativa nominal
Actividades empresariales más exitosas, considerando de indicadores.	Clasifica a emprendedores exitoso y no exitosos, de acuerdo al nivel de cumplimiento de indicadores preestablecidos por el Fondo Emprender, es decir, el programa con más dinámica empresarial.	Variable cualitativa ordinal
Género	Clasifica las empresas nuevas según el género y establece si éste tiene incidencia en el éxito o fracaso empresarial.	Variable cualitativa nominal

Fuente: elaboración propia

Igualmente, para el caso de establecer el perfil se aplicó el sondeo de opinión de manera aleatoria a los emprendedores, localizados en diferentes zonas del país. (Ver Anexo C).

Descripción y medida de las variables que permitieron determinar el perfil de los emprendedores. Véase tabla 14.

Tabla 14 Descripción y medida de las variables que permitieron determinar el perfil de los emprendedores

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	DESCRIPCION	MEDIDA
Socio Demográfico del Emprendedor	Conformación del equipo emprendedor	Evalúa si el emprendedor presentó su proyecto solo o asociado	Cualitativa nominal
	Educación	Establece el nivel de formación del emprendedor	Cualitativa nominal
	Área de formación o profesión	Busca identificar el área profesional y así relacionarlo con su proyecto	Cualitativa nominal
	Condición para asociarse	Identifica la pertinencia de asociarse	Cualitativa nominal
	Edad	Establece la edad en años	Cuantitativa discreta
	Estrato social	Nivel económico medido a través del estrato al que pertenece	Cualitativa ordinal
	Género	Identifica el género del emprendedor	Cualitativa ordinal
Características Personales	Número de empleos genera	Número de Empleos	Cuantitativa discreta
	Motivación	Identifica elementos del por qué emprende	Cualitativa nominal
	Características Personales	Busca dar un perfil al emprendedor	Cualitativa nominal
	Influencia en el proyecto	Establece de otros en la iniciativa	Cualitativa nominal
Características del Negocio	Origen del proyecto	Busca identificar que influencia tiene el entorno en la iniciativa	Cualitativa nominal
	Naturaleza del producto	Clasificar el producto, en productos ya existentes, productos innovados o productos mejorados	Cualitativa nominal
	Experiencia en proyectos anteriores	Determina experiencias anteriores	Cualitativa nominal
	Funcionamiento actual del Proyecto	Identifica el éxito o fracaso, medido a nivel de funcionamiento simplemente	Cualitativa nominal
	Procedencia de los recursos	Posibilidad de recursos	Cualitativa nominal

Fuente: elaboración propia

Para explicar las variables que influyen en el éxito o fracaso de los proyectos financiados por el Fondo Emprender, se utilizó el modelo econométrico de regresión de respuesta binaria, el

modelo de regresión logística Logit. (El objetivo del modelo es básicamente obtener la probabilidad que uno de los acontecimientos suceda). En la aplicación del modelo se trabajó bajo el marco de los programas estadísticos y econométricos GRTEL y STATA, herramientas útiles para este tipo de modelizaciones.

Al aplicar el modelo fue necesario identificar la variable dependiente, la cual está dada por el éxito o fracaso de los proyectos, representada por la letra “Y”. Donde Y toma el valor de 1, para los proyectos exitosos y 0 para los proyectos no exitosos. La variable “Y” se pretende explicar a través de una serie de variables independientes, tanto cuantitativas continuas, como cualitativas dicotómicas, (considerando criterios de evaluación establecidos por el Fondo Emprender).

Tabla 15 Variables explicativas del éxito o fracaso de proyecto financiados por el Fondo Emprender

Tipo	Variable	Descripción	Clasificación
<i>Factores de éxito asociado al emprendedor</i>	Género	0=Mujer 1=Hombre	Cualitativa- Nominal
	Financiación	Monto financiado por el Fondo Emprender	Cuantitativa- Continua
	Ventas reales	Ventas ejecutadas en el periodo de análisis	Cuantitativa- Continua
<i>Factores de éxito asociado a la empresa</i>	Empleos	Empleos generados	Cuantitativa- Discreta
	Ejecución Presupuestal	Presupuesto consumido	Cuantitativa- Continua
	Gestión de ventas	0= Deficiente 1= Eficiente	Cualitativa- ordinal
	Gestión de empleo	0= Deficiente 1= Eficiente	Cualitativa- ordinal
<i>Factores de éxito asociado a la actividad económica</i>	Gestión presupuestal	0= Deficiente 1= Eficiente	Cualitativa- ordinal
	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.	0= Otro caso 1= Pertenece al sector agricultura, ganadería, caza y pesca	Cualitativa- Nominal
	Comercio	0= Otro caso 1= Pertenece al sector comercio	Cualitativa- Nominal
	Manufactura	0= Otro caso 1= Pertenece al sector manufactura	Cualitativa- Nominal
	Servicios	0= Otro caso 1= Pertenece al sector servicios	Cualitativa- Nominal
	Extracción	0= Otro caso 1= Pertenece al sector extracción	Cualitativa- Nominal
	Cundinamarca	0= Otro caso 1= Pertenece a Cundinamarca	Cualitativa- Nominal
	Antioquia	0= Otro caso 1= Pertenece a Antioquia	Cualitativa- Nominal
<i>Factores de éxito asociado a la</i>	Valle del Cauca	0= Otro caso 1= Pertenece al Valle del Cauca	Cualitativa- Nominal

zona geográfica	Huila	0= Otro caso 1= Pertenece a Huila	Cualitativa- Nominal
	Otra Zona	0= Otro caso 1= Pertenece a una zona diferente a las anteriormente especificada	Cualitativa- Nominal

Fuente: elaboración propia.

De las variables de la Tabla 15, sólo se incluyeron en el modelo las que de forma independiente lograron tener una significancia estadística a la explicación del éxito o fracaso de los proyectos, y que en conjunto no presenten problemas de multicolinealidad perfecta. Para ello se estimaron regresiones simples tomando como variable endógena el “éxito o fracaso de los proyectos” y como independientes cada variable mencionada, excepto las variables: “Servicios” y “Otra zona”, las cuales son complementos de los factores de éxitos asociados a la actividad económica y a la zona geográfica; y al incluirlo en el análisis generan colinealidad perfecta.

3.4.1 Explicación del modelo Logit (ML)

El método de estimación del Logit, es el de máxima verosimilitud (MV). La verosimilitud de cada observación depende del valor de los parámetros y de si el evento se presenta o no. Puntualizando la función de verosimilitud como la probabilidad de que Y_i tome el valor que se observa para cada elemento de la muestra, condicionado a los valores de X . Por lo tanto, el principio de máxima verosimilitud consiste en escoger los valores estimados de los parámetros que maximicen la función de verosimilitud.

Ecuación 1 El modelo Logit

Supone que una variable dependiente $Y=1$

$$Y^* = B_0 + B_1.X_1 + \dots + B_n.X_n \quad (1)$$

Donde se tiene una variable latente $Y^* > 0$, y si se distribuye como una logística

Denominando $Z = B_0 + B_1.X_1 + \dots + B_n.X_n$

$$P_i = E(Y = 1 | X_i) = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}}$$

Donde X son las variables explicativas y, Y la variable dependiente; si Y=1 significa que el evento ocurre, si Y=0 el evento no ocurre.

3.5 PROCEDIMIENTO, RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y CODIFICACIÓN DE LOS DATOS

Para construir el marco teórico fue necesario hacer una revisión sistemática de los artículos que están en revistas de alto impacto, haciendo la selección de acuerdo al tema central de la investigación, considerando criterios claros del nombre de la revista, autores, fechas, número de citas del artículo y la base de datos.

Para identificar los factores que afectan la capacidad emprendedora de un país, con programas tipo, como el de Colombia, se tomaron los tres programas (FINAGRO -Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario-, Fondo Nacional de Garantías y el Fondo Emprender), bajo la mirada de análisis en tres frentes importantes en el desarrollo empresarial. Utilizando esta información se identificó la cantidad de recursos asignados a cada departamento y el número de beneficiarios, criterio utilizado como indicador de capacidad emprendedora.

Para la determinación de los factores que inciden en el éxito o fracaso de los emprendedores financiados se escogió el Fondo Emprender con el criterio de ser el programa que auspicia nuevas iniciativas emprendedoras. Se hace la clasificación de proyectos exitosos y de proyectos no exitosos, de acuerdo a los indicadores de logro establecidos por la entidad financiadora: número de empleos generados versus lo presupuestado, el monto de ventas presupuestadas versus lo alcanzado, el cumplimiento del presupuesto de inversión, logros

alcanzados en producción, monto de la financiación, entre otros. A continuación, se presentan los resultados de la investigación.

CAPITULO 4: RESULTADOS DEL ESTUDIO

Este capítulo presenta los resultados del estudio, sobre la base del análisis de lo hallado, fundando todo en el acervo conceptual planteado, desde el marco teórico hasta los resultados arrojados al filtrar la información por el modelo estadístico utilizado, lo que permitirá mostrar el alcance de cada uno de los objetivos específicos, fase indispensable para poder proponer una estrategia para fortalecer la capacidad emprendedora en Colombia.

El apartado desarrolla en cuatro secciones, una por cada objetivo específico así: 4.1 la sostenibilidad de las empresas creadas base de la capacidad emprendedora; 4.2 factores del éxito o fracaso empresarial; 4.3, barreras para lograr maximizar la capacidad emprendedora en Colombia; y el 4.4, la estrategia propuesta para fortalecer la capacidad emprendedora en dicho país.

4.1 LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS CREADAS. BASE DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA

En relación con el primer objetivo específico, dirigido a establecer si la capacidad emprendedora en un país se determina por el número de Empresas creadas por año o por la cantidad de estas que sobreviven, se valora su cumplimiento considerando tres subapartados: justificación y perfil operativo del Fondo Emprender; indicadores e impacto del Fondo Emprender; y análisis de las cifras del programa.

4.1.1 Justificación y perfil operativo del Fondo Emprender

Debido a que, en una democracia como la colombiana, existe libertad ejercida de opinión y oposición a las posturas oficiales tomadas por los gobiernos de turno, se hace necesario presentar las motivaciones que validan mantener en funcionamiento un programa como el Fondo Emprender, sobre los elementos siguientes:

- Es un programa que, aportando capital semilla, estimula a los emprendedores para que formulen y creen sus propuestas para crear empresas, las cuales habrán de contribuir al desarrollo económico y social.
- La financiación es un préstamo condonable, el cual, una vez se cumpla el proceso de puesta en marcha del negocio y se verifique por los interventores el cumplimiento de los indicadores establecidos, desaparece como pasivo a nombre del emprendedor.
- El emprendedor tiene acompañamiento de conocedores de la teoría y práctica administrativa empresarial, durante todas las etapas de la formulación, evaluación y puesta en marcha de la idea emprendedora.
- Es un programa con convocatorias abiertas a toda la población.
- El monto de la financiación está sujeta al número de empleos a generar.
- No condiciona la financiación a un sector de la economía, es decir, las ideas de negocio pueden estar en los sectores industrial, agrario, comercial, minero o de servicios.
- Abre convocatorias a lo largo de cada año, con diferentes fechas de cierre, lo que amplía la posibilidad de participación.
- No limita las veces de participación, es decir, el emprendedor puede participar cuantas veces como sea necesario hasta lograr su cometido.

- Las convocatorias son a nivel nacional.
- La participación puede ser grupal o individual.
- Los recursos inyectados al Fondo por el gobierno son permanentes para cada año, con las variaciones necesarias, de acuerdo a disposiciones presupuestales.

La operación del programa, en términos de la atención a los emprendedores y sus ideas de negocio, se realiza cubriendo la conformación jurídica de los proyectos; la presencia en zonas geográficas del país; los sectores económicos en los que se presentó proyectos entre 2006 y 2017; y el perfil de los emprendedores participantes.

4.1.1.1. Conformación jurídica de los proyectos: en la muestra seleccionada de 2119 emprendimientos, se observa que el 47% se inclinan por organizarse como Empresas Unipersonales (EU), un 22% como Sociedades por Acciones Simplificada (SAS), mientras un 14% como sociedad limitada. Esto significa que la mayoría de los emprendimientos en Colombia son de una sola persona, pudiéndose sumar en esta franja a las empresas constituidas como Sociedad por acciones simplificada (SAS). La ley permite un solo dueño o “socio accionista”, alcanzando la opción individual un 69%, consecuente esto, con la noción que el colombiano suele ser egoísta e individualista y no suele trabajar en equipo. Véase Tabla 16.

Tabla 16 Formación jurídica de la población

CONFORMACIÓN JURÍDICA	# EMPRENDEDORES	PARTICIPACIÓN
E.U. Empresa Unipersonal	1.005	47%
S.A.S. Sociedad por acciones simplificada	465	22%
LTDA. Sociedad Limitada	304	14%
Otros	345	16%
TOTAL	2.119	100%

Fuente: elaboración propia, con información de la entidad

Al estudiar separadamente aquellas empresas que obtuvieron éxito de aquellas otras que fracasaron, se encuentra que la tendencia es similar, prevalece la formación jurídica como empresa unipersonal, seguida de sociedades anónimas simplificadas y, por último, la sociedad limitada. Si bien, en este frente, también se presenta el problema de falta de información, se puede concluir que el tipo de sociedad o formación jurídica no está asociado al éxito o fracaso empresarial. Véase Tabla 17.

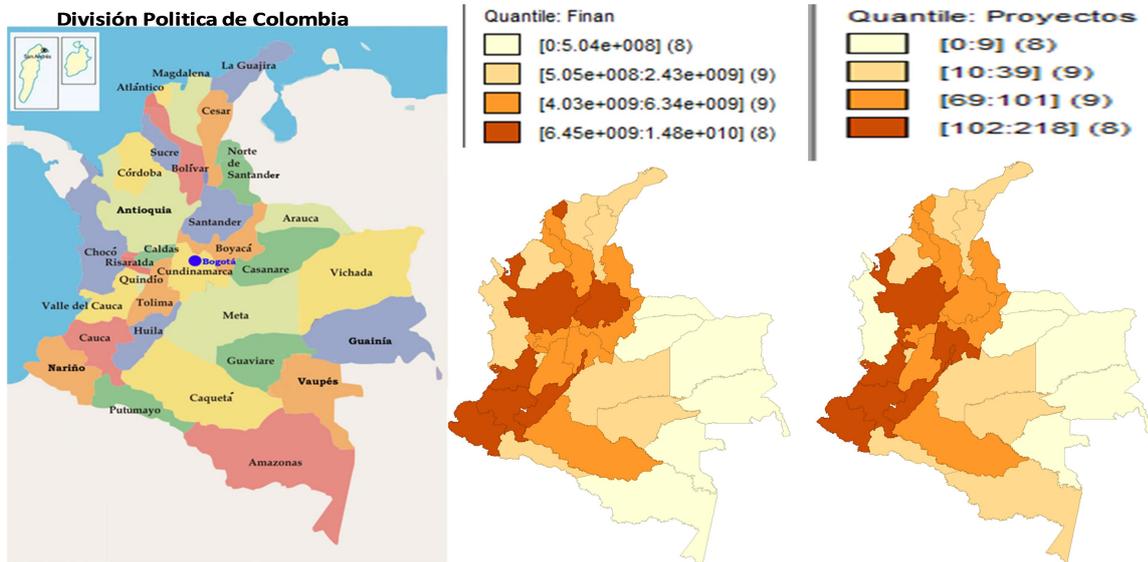
Tabla 17 Formación jurídica considerando el éxito o fracaso

CONFORMACIÓN JURÍDICA	ÉXITO	PARTICIPACIÓN	FRACASO	PARTICIPACIÓN
EU. Empresa Unipersonal	628	54%	378	40%
SAS Sociedad por acciones simplificada	283	24%	182	19%
LTDA. Sociedad Limitada	182	16%	122	13%
Otros	77	7%	267	28%
TOTAL	1170	100%	949	100%

Fuente: elaboración propia, con información de la entidad

4.1.1.2 Presencia en zonas geográficas del país: las zonas geográficas con mayor participación en el programa Fondo Emprender, de acuerdo al número de proyectos y la cantidad de recursos asignados fueron: Cundinamarca, Huila, Valle del Cauca, Cauca y Antioquia, como se muestra en la Figura 14.

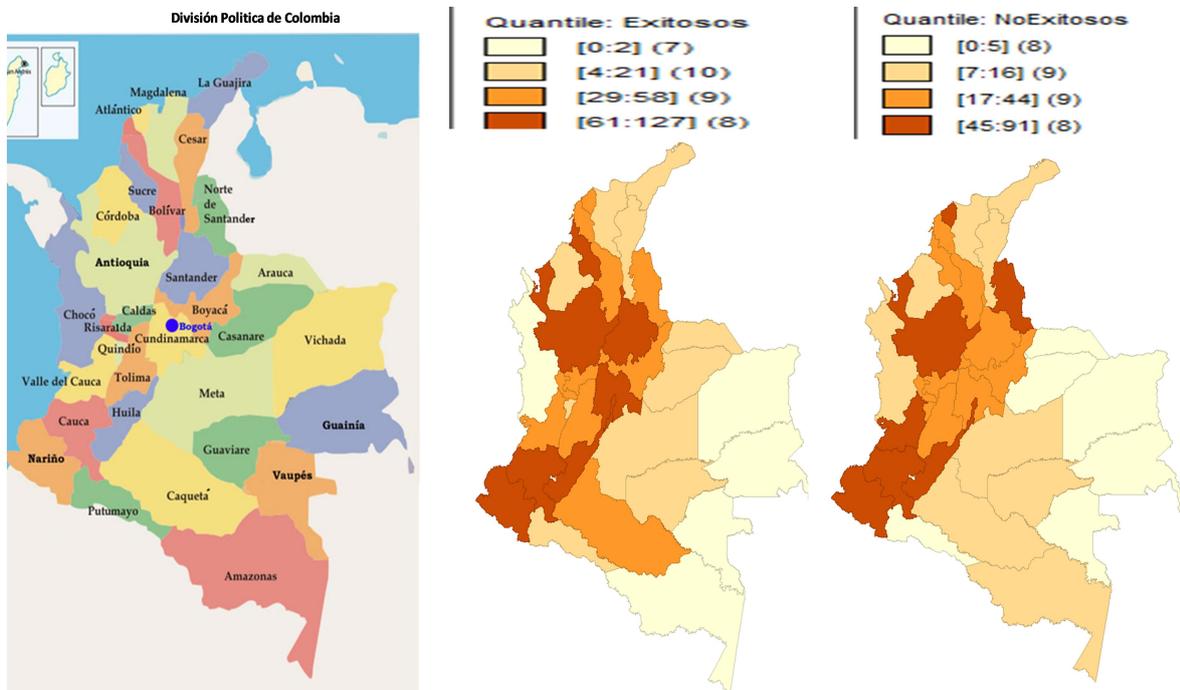
Figura 13 Zona geográfica con mayor participación de acuerdo al número de proyectos y cantidad de recursos



Fuente: elaboración propia, con los resultados obtenidos

De igual manera se analizó el éxito o fracaso de los proyectos, considerando la ubicación geográfica, Obsérvese la Figura 15.

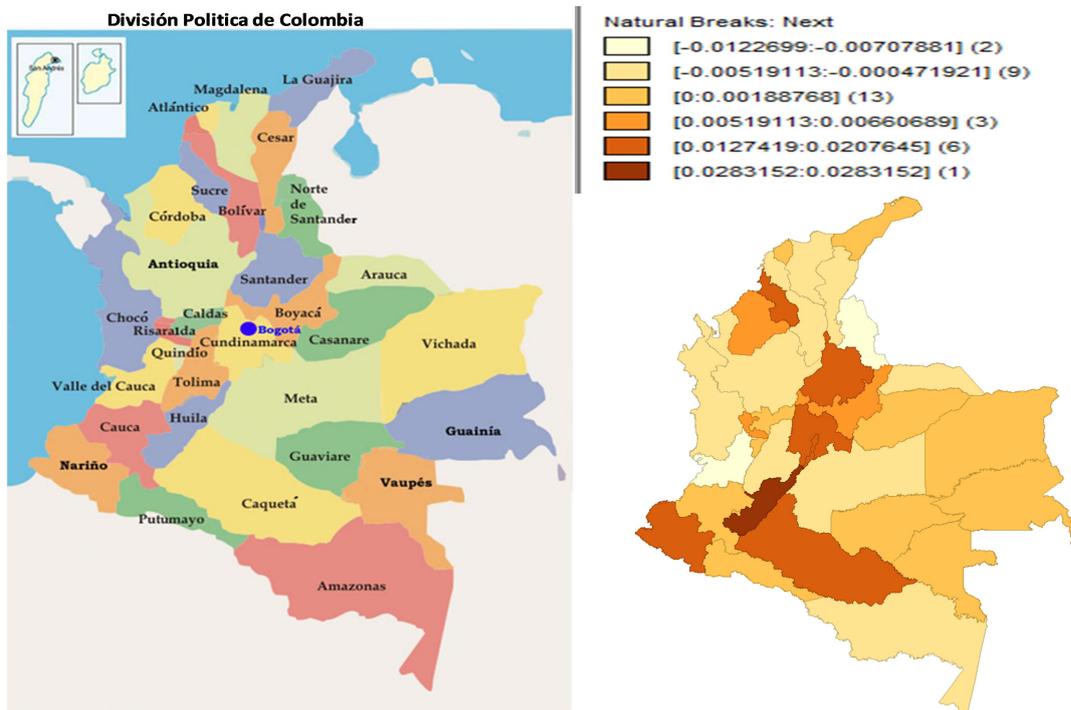
Figura 14 Zona geográfica dinámica considerando el número de proyectos exitosos y no exitosos



Fuente: elaboración propia, con los resultados obtenidos

Adicionalmente se ponderan los proyectos exitosos y no exitosos. Los dos colores claros, muestran que en esos departamentos los proyectos presentan menos éxito, mientras, los colores más oscuros, indican que los proyectos ubicados en esos departamentos presentaron éxito. Véase la Figura 16.

Figura 15 Zona geográfica más dinámica considerando el número de proyectos exitosos y los no exitosos

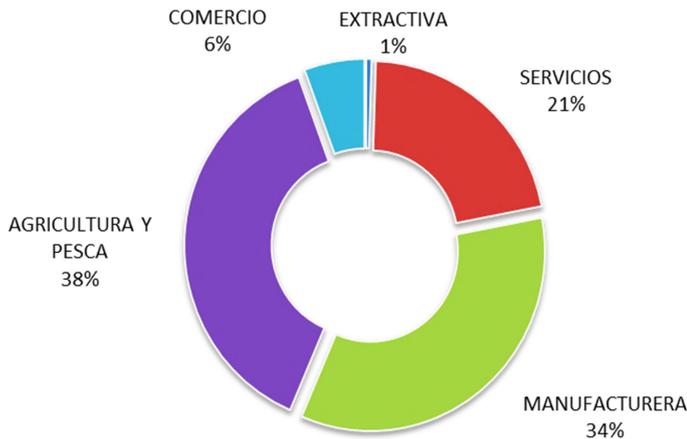


Fuente: elaboración propia, con los resultados obtenidos

4.1.1.3 Sectores económicos en los que se presentó proyectos entre 2006 y 2017: desde el punto de vista del sector económico, las nuevas iniciativas empresariales auspiciadas por el programa presentan una participación concentrada en tres sectores económicos: el sector agricultura y pesca con una participación del 38%, seguida, muy de cerca, por manufacturera o industria, con una participación del 34.5 % y en tercer lugar, aparece el sector servicios con una participación del 21,5%, encontrando que el sector comercio y extractiva sólo alcanzan una participación del

6.08 %, teniendo en cuenta que este tipo de actividad requiere de alta inversión. Véase la Figura 17.

Figura 16 Participación sectorial



Fuente: elaboración propia

Por su parte, los exitosos siguen la tendencia del total de los proyectos financiados, en el caso de los proyectos no exitosos, se cambia el orden, pero sigue siendo alta la concentración en los tres sectores ya mencionados. Éstos apuntan más al sector manufacturero, en segundo lugar, a la agricultura y pesca y en tercer lugar el sector servicios, se resalta el hecho de que se presenta una participación mayor en el sector comercio y extractivo. Tal como se muestra en la tabla 18:

Tabla 18 Sector económico más dinámico de los proyectos exitosos y los no exitosos

SECTOR ECONÓMICO	ÉXITO	PARTICIPACIÓN	FRACASO	PARTICIPACIÓN
Servicios	229	19,6%	206	21,7%
Manufacturero	353	30,2%	405	42,7%
Agricultura y Pesca	532	45,5%	252	26,6%
Comercio	52	4,4%	79	8,3%
Extractiva	4	0,3%	7	0,7%
TOTAL	1.170	100%	949	100%

Fuente: elaboración propia

4.1.1.4 Perfil de los emprendedores participantes en el programa Fondo Emprender: para obtener esta información se realizó un sondeo aleatoriamente a emprendedores clasificados como exitosos y no exitosos. Este sondeo estuvo estructurado en dos partes: El emprendedor y su proyecto y observaciones sobre el proyecto y su operación.

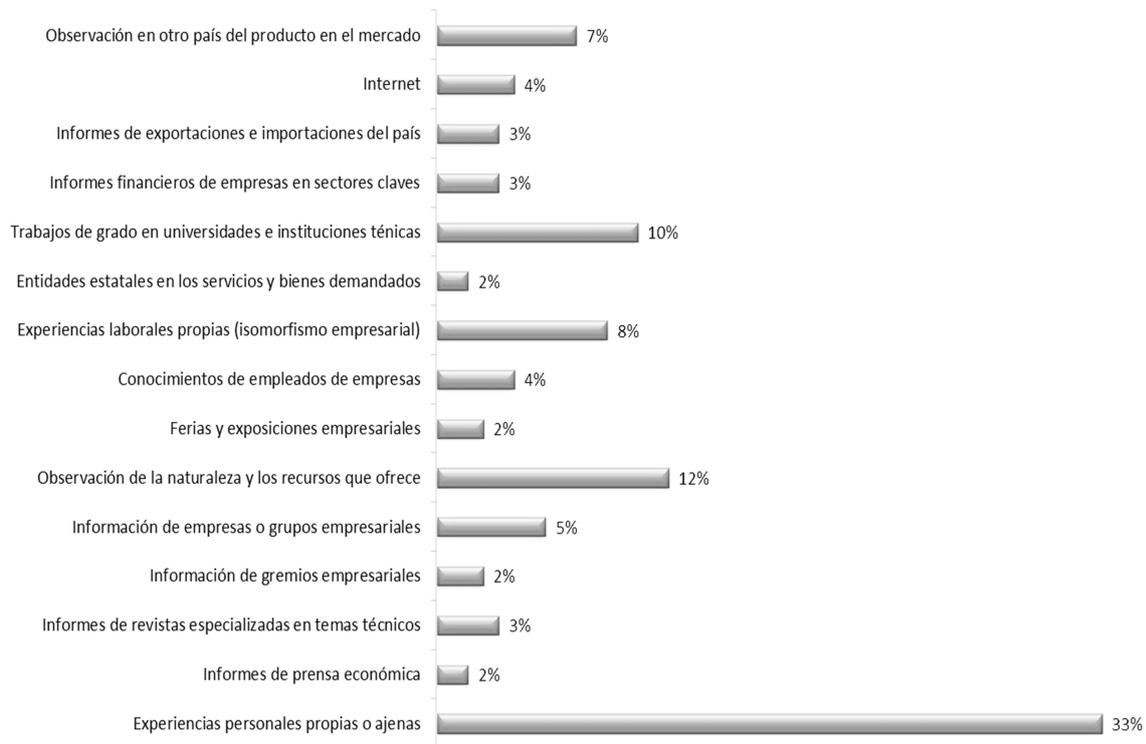
a) El emprendedor y su proyecto

La idea emprendedora se estructuró y presentó: El 63% de los emprendedores presentó su proyecto de forma individual y el 37% de manera grupal.

La fuente o el origen de la idea de negocio fue: Se concentran en experiencias propias o ajenas con un 33%, seguida de observación de la naturaleza y los recursos que ofrece con un 12%, trabajos de grado en universidades e instituciones técnicas 10%, experiencias laborales propias 8% y un 7% de observación en otro país del producto en el mercado. Las demás fuentes de origen de las ideas de negocio representan el 30%.

Esta información nos refleja que los emprendedores apuntan a proyectos donde se evidencia la experiencia, de igual manera, se consideran los recursos naturales que posee el país, se observa que las universidades hacen su aporte al emprendimiento desde la formulación y desarrollo de los trabajos de grado. Véase la Figura 18.

Figura 17 Fuente o el origen de la idea de negocio



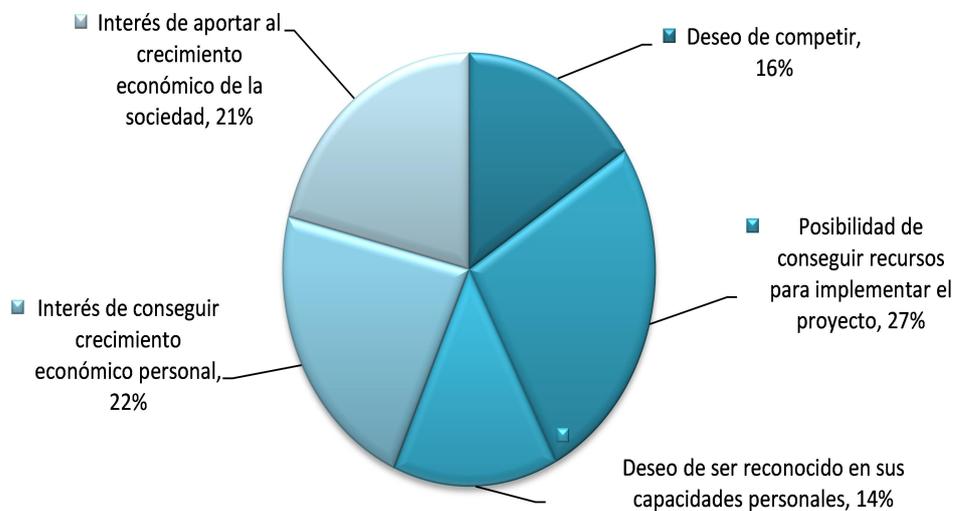
Fuente: elaboración propia

Razones que llevaron a los emprendedores a presentarse al Fondo: El 27% de los emprendedores manifiestan que la posibilidad de conseguir recursos para implementar el proyecto, es una de las razones que lo motivaron a participar; el 22% lo hace por el interés de conseguir crecimiento económico personal; así mismo, el 21% manifiestan que se debe al interés de aportar al crecimiento económico de la sociedad; mientras el deseo de competir aparece con un 16%; al igual que el deseo de ser reconocido en sus capacidades personales que está representado por un 14%.

Estas respuestas dejan una conclusión clara: Los emprendedores están imbuidos de lo que se puede denominar pensamiento pragmático empresarial. No de otra forma se puede interpretar el que se dé una importancia apenas marginal a factores como “el deseo de competir” o “el deseo de ser reconocido” para ser tomados como motivadores para concursar, mientras la posibilidad

de conseguir los recursos para implementar el proyecto y el interés de aportar al crecimiento individual y colectivo toman los mayores porcentajes. Cuestiones de índole subjetivas pesan poco, los elementos pragmáticos, definitivos, los de la hora de la verdad para determinar la vida de un proyecto, son los más valorados por los emprendedores para participar de este tipo de convocatorias. La figura 19 muestra las razones que motivan al emprendedor.

Figura 18 Razones que motivan al emprendedor



Fuente: elaboración propia

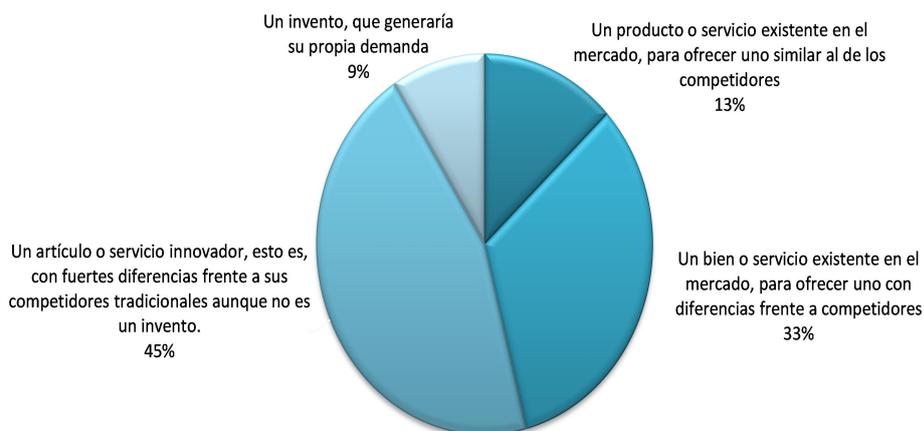
La propuesta emprendedora se centraba en: se evidencia que los emprendedores colombianos son conscientes de la importancia de lanzar al mercado productos innovadores que aporten al consumidor un plus frente a los de la competencia, ya que el mercado está saturado de productos similares y sin ningún valor agregado adicional.

Consecuente con esta afirmación se observa que el 45% de los emprendedores afirman que sus propuestas eran artículos innovadores; otro 33% participó con un bien existente en el mercado incorporando nuevas presentaciones frente a los de sus competidores, un 13% de los emprendedores se presentaron con un producto existente en el mercado similar al de los

competidores, resaltándose finalmente, que el 9% de los proyectos fue orientado a un invento que generaría su propia demanda.

De prosperar esta nueva generación de empresarios, con su visión de productos nuevos, sofisticados, diferenciados, con mayor valor agregado y, por tanto, precio de venta superior, la base empresarial colombiana, fundada en productos sin valor agregado, esto es, en commodities, pudiese tener un nuevo enfoque, consolidado, en cuanto a las vertientes de inversión, al pasar de bienes primarios y de productos con poca diferenciación, a productos con capacidad de conquistar a cualquier mercado, orientados hacia bienes tangibles e intangibles cada vez más funcionales y flexibles. Véase la figura 20.

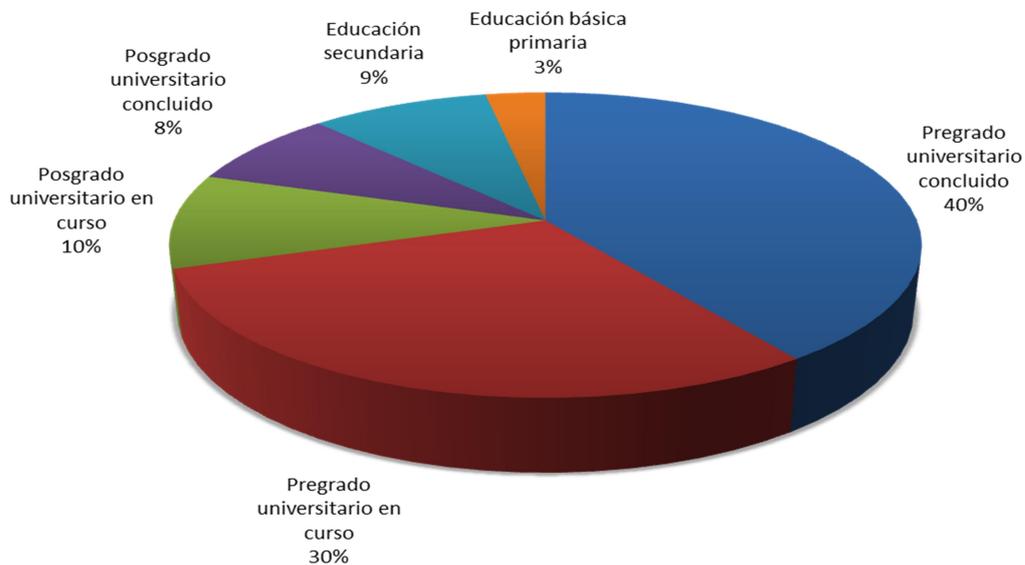
Figura 19 Base de su idea de negocio



Fuente: elaboración propia

Nivel educativo de los emprendedores: El nivel de educación es alto, se observa que el 40% tienen pregrado universitario concluido; el 30% están cursando el pregrado; posgrado universitario en curso 10% y un 7% concluidos; un 9% con estudios de secundaria y tan sólo un 8% tienen educación básica. Véase figura 21.

Figura 20 Grado de formación académica del emprendedor



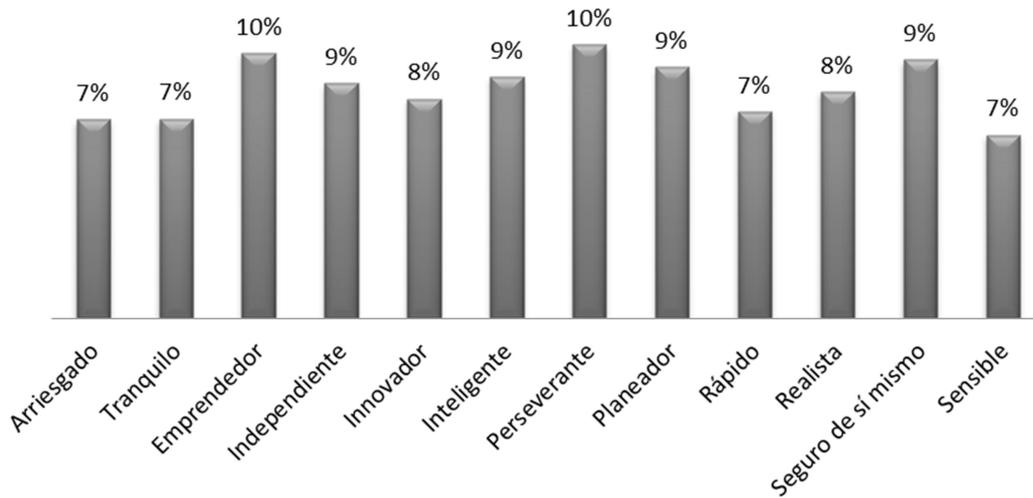
Fuente: elaboración propia

Experiencia empresarial anterior: En el grado de experiencia en el mundo empresarial se encuentra que sólo el 17% de los emprendedores manifiestan haber tenido empresa antes y el 63% son nuevos empresarios.

Elementos que motivan a los emprendedores a formar equipo: El 63% de los emprendedores que conformaron equipo para emprender la nueva iniciativa, expresan que se debió a varios criterios: el 37% lo hacen de una manera pragmática por complementariedad; el 45% por amistad y el 18% por otras razones no explicadas. Es importante resaltar que ningún emprendedor considera la casualidad dentro de las motivaciones de conformación de grupo.

Características personales que mejor describen a los emprendedores: El sondeo reveló como características más destacadas: perseverancia, planificador, tranquilo, seguro de sí mismo, realista y emprendedor. Así, como se muestra en la figura 22.

Figura 21 Las características personales que mejor describen a los emprendedores



Fuente: elaboración propia

Edad del emprendedor. El 89% de los emprendedores tienen entre 21 y 40 años. Esto expresa un rico panorama empresarial futuro para las regiones colombianas, pues los nuevos emprendedores son, en su mayoría, menores de 41 años, por lo cual, tienen un horizonte productivo superior a los 25 años, si se considera un promedio de esperanza de vida para hombres y mujeres en Colombia de unos 70 años.

Si los programas forjadores de empresa consiguen seguir convocando a jóvenes, con ideas sólidas, en renglones productivos promisorios, se estaría sembrando la más promisoriosa de las semillas para hacer riqueza nacional desde la formación del más importante de los factores de producción: el capital humano.

Desde otra mirada, podría decirse que la falta de experiencia podría ser un factor negativo para las nuevas empresas. Si observamos los emprendedores exitosos, el 87% contaban con una edad entre 21 y 40 años en el momento de emprender su proyecto, así mismo, para los emprendedores no exitosos el 100% contaban con una edad entre 21 y 40 años en el momento de

emprender su proyecto, podría pensarse entonces que esta variable no presenta correlación significativa para garantizar el éxito o el fracaso empresarial. Véase la tabla 19.

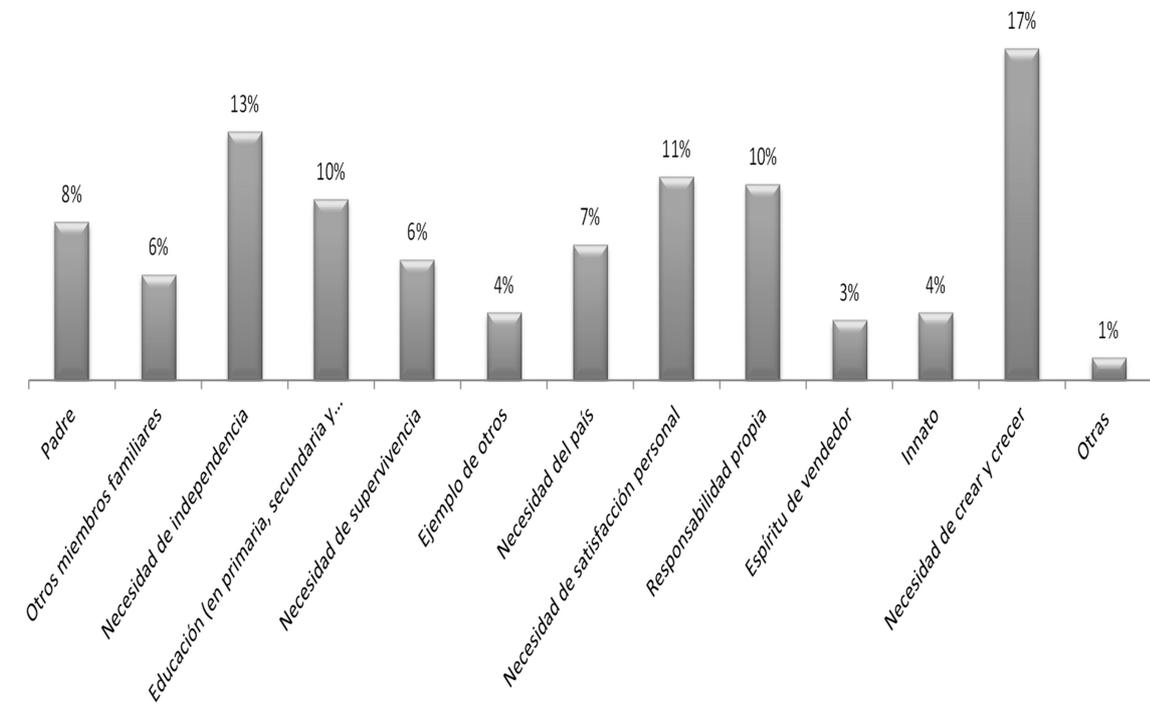
Tabla 19 Edad de los emprendedores

Rango de edad	# Emprendedores	%	Exitosos	% de los exitosos	No exitosos	% de los no exitosos
Entre 18 y 20 Años	2	3%	2	4%	-	0%
Entre 21 y 30 Años	43	65%	32	58%	11	92%
Entre 31 y 40 Años	17	24%	16	29%	1	8%
Entre 41 y 50 Años	4	6%	4	7%	-	0%
Entre 51 y 60 Años	1	2%	1	2%	-	0%
Totales	67	100%	55	100%	12	100%

Fuente: elaboración propia

Nivel de influencia en su iniciativa empresarial: La variable más influyente para hacerse emprendedor no viene de fuera, esto es, ningún agente externo es relevante en la decisión. Para los propios emprendedores el factor de mayor influencia radica en la necesidad de crear y crecer, esto es, la pura ambición o expectativas personales, en un 17%, es lo que empuja a una persona a considerar que es haciendo empresa como mejor se puede conducir con éxito social y económico en su vida. Le sigue muy de cerca otro anhelo, también interior, la necesidad de independencia, con una participación del 13 % y la necesidad de satisfacción personal con un 11%, revelando el deseo de libertad interno en las personas, por ser su propio jefe, por auto dirigirse, gracias a que creen en ellos mismos, antes que decidir por factores externos. Véase la figura 23.

Figura 22 Influencia en la iniciativa empresarial



Fuente: elaboración propia

Estrato social⁵ al que pertenecen los emprendedores. El 87% de los emprendedores pertenecen a los estratos bajos 0, 2 y 3, y sólo el 13 % pertenecen a los estratos 4, 5 y 6. El resultado revela que el emprendimiento es considerado como la opción más sólida y cierta para conseguir ingresos, lograr movilidad social y desarrollar las localidades. El emprendimiento es la puerta de escape a la pobreza, para los estratos bajos, mientras los estratos altos quizá visualizan o prefieren emplearse.

⁵ Estrato social. En Colombia los estratos sociales van de 0 a 6 para las ciudades capitales, siendo 6 la clase social con mejor posición económica.

La tabla 20 sintetiza la primera parte de los resultados del perfil de los emprendedores, la cual se denominó, “el emprendedor y su proyecto”. También se puede ver en las columnas 3 y 4 el perfil de los exitosos y los no exitosos.

Tabla 20 Perfil del emprendedor

PERFIL DEL EMPRENDEDOR	TOTAL	EXITOSOS	NO EXITOSOS
CONFORMACIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR			
Grupal	37%	40%	25%
Individual	63%	60%	75%
RAZONES DE CONFORMACIÓN DE SU EQUIPO			
Por amistad	45%	44%	50%
Por complementariedad en conocimientos	37%	38%	30%
Por casualidad	0%	0%	0%
Por otras razones	18%	18%	20%
RAZONES QUE LO MOTIVARON A EMPRENDER			
Deseo de competir	14%	23%	17%
Posibilidad de conseguir recursos para implementar el proyecto	30%	24%	29%
Deseo de ser reconocido en sus capacidades personales	14%	19%	13%
Interés de conseguir crecimiento económico personal	22%	23%	19%
Interés de aportar al crecimiento económico de la sociedad	21%	11%	23%
GRADO DE FORMACIÓN ACADÉMICA			
Educación básica primaria	3%	4%	0%
Educación secundaria	9%	9%	8%
Pregrado universitario en curso	30%	27%	42%
Pregrado universitario concluido	40%	40%	42%
Posgrado universitario en curso (especialización, maestría y doctorado)	10%	11%	8%
Posgrado universitario concluido (especialización, maestría y doctorado)	7%	9%	0%
CARACTERÍSTICAS PERSONALES			
Arriesgado	7%	7%	7%
Tranquilo	7%	7%	8%
Emprendedor	10%	10%	10%
Independiente	9%	9%	8%
Innovador	8%	8%	9%
Inteligente	9%	9%	9%
Perseverante	10%	10%	10%
Planeador	9%	9%	10%
Rápido	7%	7%	7%
Realista	8%	8%	8%
Seguro de sí mismo	9%	10%	9%
Sensible	7%	7%	6%
EDAD DEL EMPRENDEDOR			
Entre 18 y 20 Años	3%	4%	0%
Entre 21 y 30 Años	65%	59%	92%
Entre 31 y 40 Años	24%	28%	8%
Entre 41 y 50 Años	6%	7%	0%
Entre 51 y 60 Años	2%	2%	0%

Fuente: elaboración propia

b) Observaciones sobre el proyecto y su operación

Puesta en marcha del proyecto: El 82% de los emprendedores respondieron que su proyecto fue puesto en marcha, mientras el 18% manifestaron lo contrario. El 100% de las razones por las cuales no emprendieron o fracasaron sus proyectos se centraron en los recursos financieros.

Las siguientes apreciaciones son tomadas directamente de los emprendedores: los socios emprendedores no contaban con los fondos necesarios para capitalizar el proyecto; no se contó con los inversores de capital de riesgo dispuestos a invertir en el proyecto; los recursos provenientes del programa fueron insuficientes; los bancos y otras entidades se negaron a financiar el proyecto en los montos requeridos y el grupo emprendedor se desintegró.

Los resultados previstos en el plan de negocio: El 52% de los emprendedores manifiestan no haber alcanzado lo previsto en el plan de negocio y sólo el 48% afirman que se cumplió lo previsto.

El número de empleos generados: El 90% de los emprendimientos nuevos generan entre 1 y 10 empleos. Importante es resaltar que cuantos más empleos generen más recursos aportará el Fondo Emprender.

Por último, la tabla 21 sintetiza la segunda parte de los resultados del sondeo aplicado a los emprendedores financiados por el Fondo Emprender, para así completar el perfil de los emprendedores, la cual se denominó, “Observaciones sobre el Proyecto y su operación”. De igual manera se puede ver en las columnas 3 y 4 el perfil de los exitosos y los no exitosos.

Tabla 21 Observaciones sobre el proyecto y su operación

LA IDEA DE NEGOCIO	TOTAL	EXITOSOS	NO EXITOSOS
ORIGEN DE LA IDEA DE NEGOCIO			
Experiencias personales propias o ajenas.	33%	32%	38%
Informes de prensa económica.	2%	2%	0%
Informes de revistas especializadas en temas técnicos.	3%	3%	5%
Información de gremios empresariales.	2%	3%	0%
Información de empresas o grupos empresariales.	5%	6%	5%
Observación de la naturaleza y los recursos que ofrece.	12%	12%	10%
Ferías y exposiciones empresariales.	2%	1%	10%
Conocimientos de empleados de empresas.	4%	5%	0%
Experiencias laborales propias (isomorfismo empresarial).	8%	8%	10%
Entidades estatales en los servicios y bienes demandados.	2%	2%	0%
Trabajos de grado en universidades e instituciones técnicas.	10%	10%	10%
Informes financieros de empresas en sectores claves.	3%	3%	5%
informes de exportaciones e importaciones del país.	3%	3%	5%
Internet.	4%	5%	0%
Observación en otro país del producto en el mercado.	7%	7%	5%
LA PROPUESTA SE CENTRÓ EN			
Un producto o servicio existente en el mercado, para ofrecer uno similar al de los competidores.	14%	15%	8%
Un bien o servicio existente en el mercado, para ofrecer uno con diferencias frente a competidores.	32%	36%	17%
Un artículo o servicio innovador, esto es, con fuertes diferencias frente a sus competidores tradicionales aunque no es un invento.	44%	39%	67%
Un invento, que generaría su propia demanda.	10%	10%	8%
INFLUENCIA EN LA FORMULACIÓN DE SU IDEA DE NEGOCIO			
Padre	8%	8%	10%
Otros miembros familiares	6%	5%	7%
Necesidad de independencia	13%	13%	15%
Educación (en primaria, secundaria y superior)	10%	10%	7%
Necesidad de supervivencia	6%	8%	0%
Ejemplo de otros	4%	3%	5%
Necesidad del país	7%	7%	10%
Necesidad de satisfacción personal	11%	10%	12%
Responsabilidad propia	10%	11%	5%
Espíritu de vendedor	3%	3%	2%
Innato	4%	4%	2%
Necesidad de crear y crecer	17%	17%	22%
Otras	1%	1%	2%

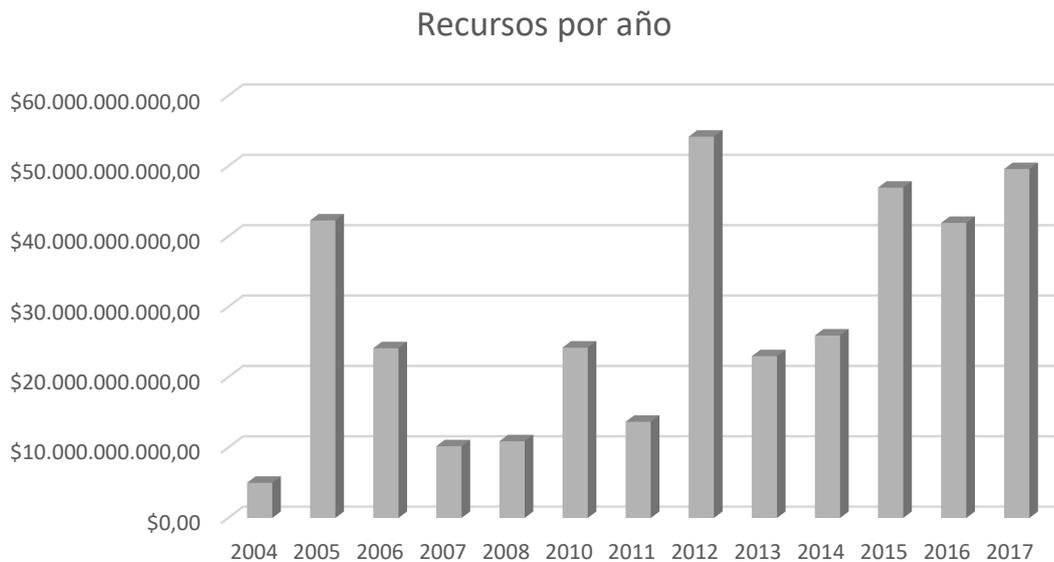
Fuente: elaboración propia

4.1.2 Indicadores e impacto del programa Fondo Emprender

Se presenta los principales indicadores del programa para determinar la dinámica empresarial, para ello se consideró: total de recursos desembolsados, los sectores más dinámicos, el número de proyectos y monto de financiación por zona.

Con relación a la asignación de recursos, el programa ha desembolsado 371.978.033.023 pesos colombianos, durante el periodo de estudio (equivalente a 124.657.518 U\$). No hay una tendencia marcada, por ejemplo, para los años 2011 al 2012, se da un incremento del 297%, mientras que durante el 2012 y 2013, se presenta un decrecimiento del 58%, los años 2016 y 2017 presentan un incremento del 170%. Véase Figura 24.

Figura 23 FONDO EMPRENDER-Recursos desembolsados 2006 - 2017 (cifras en pesos)



Fuente: elaboración propia, basada en información de la entidad

De igual manera durante el periodo de estudio, el Fondo Emprender aprobó la financiación de 4.853 nuevas iniciativas empresariales, encontrando que los departamentos con mayor dinámica empresarial, según el número de proyectos aprobados y el monto de los recursos son Cundinamarca con una participación del 12,86%, seguido de Huila con un 11.95%, Cauca y Valle del Cauca con una participación del 7.44% y 7.40% respectivamente y Antioquia y Nariño

con un 5.56% y 5.54% de participación. Cundinamarca aparece en primer lugar gracias a Bogotá, la capital de Colombia, que concentra alrededor de 9 a 10 millones de habitantes. Véase la tabla 22 .

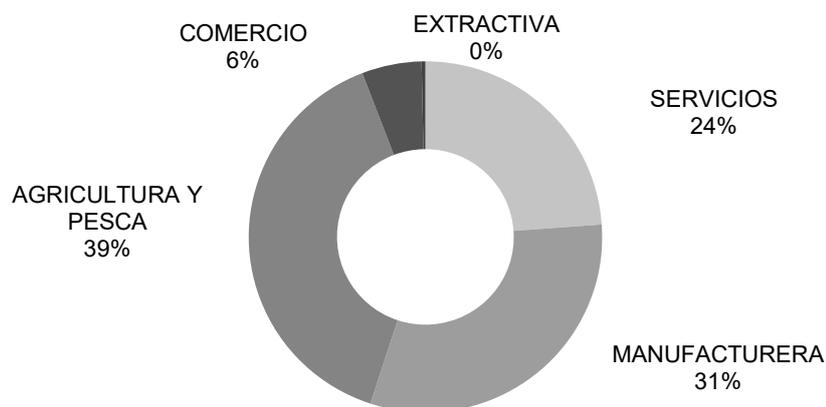
Tabla 22 Dinámica empresarial de acuerdo con la zona geográfica, número de proyectos financiados y recursos asignados Fondo Empezar

DEPARTAMENTO	RECURSOS	PARTICIPACIÓN	# PROYECTOS	PARTICIPACIÓN
Amazonas	\$ 1.143.193.966	0,31%	18	0,37%
Antioquia	\$ 19.743.505.710	5,31%	270	5,56%
Arauca	\$ 4.497.784.474	1,21%	45	0,93%
Archipiélago de San Andrés	\$ 1.854.068.000	0,50%	22	0,45%
Atlántico	\$ 12.204.741.378	3,28%	158	3,26%
Bolívar	\$ 8.449.734.379	2,27%	124	2,56%
Boyacá	\$ 16.661.751.674	4,48%	205	4,22%
Caldas	\$ 10.246.469.217	2,75%	154	3,17%
Caquetá	\$ 24.614.337.909	6,62%	259	5,34%
Casanare	\$ 2.772.360.464	0,75%	27	0,56%
Cauca	\$ 25.538.665.455	6,87%	361	7,44%
Cesar	\$ 3.722.755.604	1,00%	57	1,17%
Chocó	\$ 1.853.540.459	0,50%	26	0,54%
Córdoba	\$ 5.554.131.548	1,49%	64	1,32%
Cundinamarca	\$ 48.357.914.935	13,00%	624	12,86%
Guainía	\$ 754.262.513	0,20%	9	0,19%
Guajira	\$ 3.908.632.978	1,05%	48	0,99%
Guaviare	\$ 2.273.811.447	0,61%	34	0,70%
Huila	\$ 42.865.995.072	11,52%	580	11,95%
Magdalena	\$ 3.226.349.616	0,87%	39	0,80%
Meta	\$ 4.671.430.210	1,26%	52	1,07%
Nariño	\$ 21.020.954.668	5,65%	269	5,54%
Norte de Santander	\$ 9.165.584.640	2,46%	147	3,03%
Putumayo	\$ 3.927.039.816	1,06%	50	1,03%
Quindío	\$ 8.107.592.426	2,18%	98	2,02%
Risaralda	\$ 12.078.046.705	3,25%	171	3,52%
Santander	\$ 15.846.076.758	4,26%	199	4,10%
Sucre	\$ 16.014.610.997	4,31%	189	3,89%
Tolima	\$ 14.633.288.897	3,93%	189	3,89%
Valle del Cauca	\$ 25.817.601.308	6,94%	359	7,40%
Vaupés	\$ 355.147.300	0,10%	5	0,10%
Vichada	\$ 96.652.500	0,03%	1	0,02%
TOTAL	\$ 371.978.033.023	100%	4.853	100%

Fuente: elaboración propia, basada en información de la entidad

Además, se evidencia una mayor asignación de recursos en los sectores de agricultura y pesca con un 39%, seguida del sector manufacturero con una participación del 31%, servicios con un 24%, constatándose una baja participación de proyectos en comercio y extractivos. Véase la Figura 25.

Figura 24 Dinámica empresarial de acuerdo al sector económico Fondo Emprender



Fuente: elaboración propia, basada en información de la entidad

Finalmente, de acuerdo al análisis de los tres principales programas (Fondo Nacional de Garantías –FNG-, el Fondo para el financiamiento del sector Agropecuario-FINAGRO- y el Fondo Emprender) se procedió a indicar que la capacidad emprendedora de Colombia presenta el siguiente comportamiento. Véase Tabla 23.

Tabla 23 Financiamiento, número de beneficiarios y zona geográfica de los tres programas analizados 2006-2017

PROGRAMA	RECURSOS ASIGNADOS	# DE BENEFICIARIOS	ZONA GEOGRAFICA DE MAYOR INCIDENCIA	RECURSOS ASIGNADOS PROMEDIO
FINAGRO	\$ 49.720.818.000	2.063.342	Antioquia Bogota D.E. Valle del Cauca Tolima Santander	\$ 24.097.000
FONDO EMPRENDER	\$ 371.978.033.023	4.853	Cundinamarca Huila Valle del Cauca Cauca Antioquia Nariño	\$ 76.649.090
FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS	\$ 86.106.839.000	3.798.116	Cundinamarca Antioquia Valle del Cauca Costa Santander	\$ 22.671.000
TOTALES	\$ 507.805.690.023	5.866.311		\$ 86.563.000

Fuente: elaboración propia, basada en información de las tres entidades

Se observa que el Fondo Nacional de Garantías participa mayoritariamente tanto en el aval financiero como en el número de beneficiarios, seguido de FINAGRO. Es de destacar que, aunque el Fondo Emprender tiene una participación muy baja en cuanto a beneficiarios, es el programa, que, en promedio, asigna más recursos financieros por proyecto. Véase Tabla 24.

Tabla 24 Zona geográfica más dinámica en Colombia: Recursos y proyectos (Promedio simple)

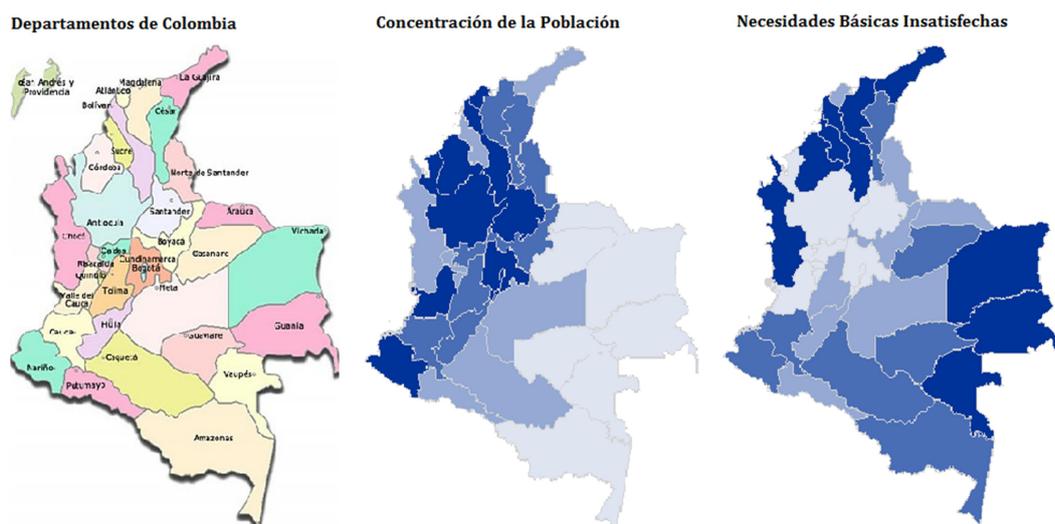
ZONA GEOGRAFICA	PARTICIPACION SEGÚN RECURSOS	ZONA GEOGRAFICA	PARTICIPACION SEGÚN PROYECTOS
Cundinamarca	22,49%	Cundinamarca	18,10%
Antioquia	11,21%	Valle del Cauca	10,80%
Valle del Cauca	8,99%	Antioquia	10,40%
Atlántico	5,94%	Atlántico	6,80%
Santander	5,60%	Santander	6,60%
Tolima	5,06%	Tolima	6,30%
Nariño	5,02%	Nariño	5,80%
Huila	4,56%	Huila	4,60%

Fuente: elaboración propia

Lo anterior permite concluir que la zona más dinámica de acuerdo con el número de beneficiarios y la cantidad de recursos asignados en Colombia es la zona centro, conformada por Cundinamarca-Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca.

También se estableció, si existía alguna relación entre la financiación, beneficiarios y los niveles de población y necesidades básicas insatisfechas, encontrando que los tres departamentos con más participación emprendedora son, efectivamente, donde hay mayor concentración de la población, y son, a su vez, los departamentos donde las necesidades básicas están satisfechas. Lo más preocupante es observar cómo en zonas donde aparentemente es indispensable desarrollar la localidad, por sus condiciones desfavorables, tanto sociales como económicas, la financiación de los programas es casi nula, principalmente en los departamentos de Vichada, Vaupés y Guainía. Véase la Figura 26.

Figura 25 Relación entre capacidad emprendedora – concentración de la población –necesidades básicas insatisfechas



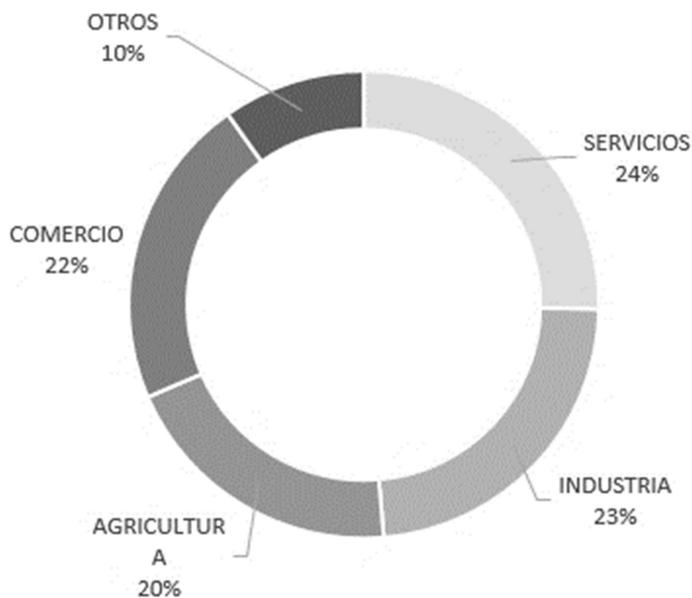
Fuente: Departamento Nacional de Planeación

Es de anotar, que la intensidad en los tonos, indica el nivel de representación, cuanto más oscuro más alta será la proporción, y los tonos más claros representan proporciones más bajas. Lo primero que queda en evidencia es que los departamentos con mayor incidencia de pobreza y necesidades básicas insatisfechas se concentran en tres regiones: en la región Atlántica (p. ej.

Guajira y Magdalena), en la región Pacífico (p. ej. Chocó) y en la región Occidental-Amazónica (p. ej. Vichada, Guainía, Vaupés, Caquetá y Amazonas).

Con relación a los sectores con mayor capacidad emprendedora consideramos sólo dos de los tres programas analizados, pues fue necesario descartar a FINAGRO por la particularidad de atender sólo proyectos relacionados con el agro, incluyendo producción de animales. Véase la Figura 27.

Figura 26 Sectores más dinámicos: Fondo Nacional de Garantías y Fondo Emprender



Fuente: elaboración propia

4.1.3 Análisis de los resultados del programa Fondo Emprender

El Fondo Emprender, como programa bandera de apoyo a la creación de empresas, arroja cifras concretas de su gestión durante el periodo 2006 – 2017, tales como 23300 proyectos o ideas de negocio recibidas en las convocatorias de carácter nacional abiertas, es decir, ese número no

incluye las iniciativas en las convocatorias cerradas, dirigidas sólo a estudiantes y egresados del SENA.

De esos 23300 proyectos, fueron avalados o aprobados como iniciativas capaces de llegar a operar como empresas en condición de cumplir los indicadores del programa, evaluados al final del primer año de iniciadas las operaciones, 4853 ideas de negocio, es decir, sólo el 20.82% de las propuestas recibidas, lo que por ser un porcentaje relativamente pequeño, podría significar que los dirigentes del Fondo Emprender aplican unos criterios de selección técnicos y rigurosos, como medio para asegurar que los proyectos escogidos, así como el perfil personal de sus emprendedores responsables, aseguren un mayor porcentaje de probabilidad de éxito, reflejado en la obtención de resultados positivos por parte de las empresas creadas en materia de generación de utilidades, flujo de caja y tasa de retorno, que son los indicadores primarios para finalmente demostrar la sostenibilidad de una empresa.

Frente a ese ideal de los 4853 proyectos bien escogidos para generar riqueza, se encontró que de la muestra de 2119, correspondientes a las propuestas que a la fecha de recogida de la información para este estudio se pusieron en operación por haber recibido el desembolso del capital semilla como crédito condonable, un total de 1170, equivalentes al 55.21% (viene de 1170/2119) fueron exitosos, cumpliendo los indicadores del programa, mientras las restantes 949 empresas, es decir, un 44.78%, (viene de 949/2119) fracasaron, al no generar el número de empleos prometidos, ni las ventas planeadas, como tampoco el presupuesto financiero esperado.

La cuestión es cómo juzgar ese 55.21% de las empresas exitosas, si como bueno, regular o malo. Quizá un ciudadano que pague sus impuestos y tarifas, fuente principal de financiación de los programas del Estado, podría decir que un porcentaje inferior al 60%, que podría ser la

media mínima aceptable, es evaluable como fracaso para un programa del alcance del Fondo Emprender.

Efectivamente, si el 44.78% de fracasos hallado con la muestra reportada fuera la media constante de cierre anual para los proyectos financiados por el Fondo Emprender, se estaría en un escenario peor al reportado como fracaso de las empresas nuevas por parte de estudios en Colombia, como el citado de Confecamaras (Cuaderno de análisis económico No. 14, 2017), el cual plantea una tasa de cierres del 20 al 30 % en países de la OCDE y América Latina.

Con ese comparativo, se evidencia que los cierres de empresas al final de primer año de creadas por el Fondo Emprender es excesivo, lo que valida considerar que la capacidad emprendedora de un país en principio no puede medirse en términos del número de empresas creadas por año, sino en función de las que de ellas sobreviven el primer año de fundadas y pasan a etapas de consolidación y desarrollo en los tres a cinco años siguientes.

Distintos estudios corroboran esa posición, indicando que en un país existe capacidad emprendedora cuando las empresas creadas por año sobreviven en un porcentaje superior al 80% en el año uno, y si al final del quinto año se alcanza una sobrevivencia superior al 50%, que bien podría esperarse fuera de al menos un 60%. (GEM 2016), (Cavallo y Powell, 2018), (CEPAL, 2018) y (Confecamaras, Cuaderno de análisis económico No. 14, 2017).

Las empresas se hacen sostenibles en tanto dispongan del tamaño o capacidad instalada suficiente para ser competentes vía capacidad operativa, dispongan de algún tipo de innovación o fortaleza que les permita competir, dispongan de la financiación adecuada, estén orientadas al mercado y tengan presencia efectiva en ese mercado a través de canales de venta propios o de terceros.

Igualmente, sobrevivir exige a las nuevas empresas participar de un negocio dentro de una actividad económica o sector con crecimiento en ventas, donde no exista una concentración del mercado a favor de uno o unos pocos oferentes. Por último, las empresas pueden verse favorecidas si operan en regiones de alto desarrollo relativo o en cercanía a un área metropolitana y son parte de una cadena de abastecimiento o clúster fuerte.

Finalmente, a la luz de la teoría de los recursos y capacidades, la capacidad emprendedora estaría determinada por los recursos disponibles en cada empresa creada, y junto a ellos, por los conocimientos y destrezas poseídos y aplicados por el equipo emprendedor, según predice la teoría de la gestión del conocimiento, en su aparte de la transferencia de conocimiento recibida por ese equipo.

4.2 FACTORES DEL ÉXITO O FRACASO EMPRESARIAL

Frente al segundo objetivo específico, centrado en identificar los factores que afectan la capacidad emprendedora en un país, la Tabla 25 muestra los resultados del modelo Logit para la explicación del éxito o fracaso de los proyectos financiados por el Fondo Emprender, en función sólo de los indicadores propios de este programa.

Tabla 25 Modelo Logit: modelo explicativo del éxito o fracaso de los proyectos financiados por el Fondo emprende

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Financiación	-1,69E-07	2,12E-08	-7,98	0,00E+00
Ventas	1,35E-08	5,15E-09	2,62	0,009000
Empleos	5,98E-02	0,0293432	2,04	4,20E-02
Ejecución Presupuestal	1,68E-07	2,13E-08	7,87	0,000000
Cundinamarca	0,2469759	0,2282844	1,08	0,279000
Antioquia	0,1217108	0,3587922	0,34	0,734000
Valle del Cauca	-0,5803062	0,2612113	-2,22	0,026000
Huila	0,1643558	0,3145748	0,52	0,601000
Agricultura	0,1693488	0,2263638	0,75	0,454000
Manufactura	-0,1590086	0,2047536	-0,78	0,437000
Comercio	0,3717866	0,389704	0,95	0,340000

Gestión de Ventas	1,080272	0,2815291	3,84	0,000000
Gestión de Empleo	2,312725	0,1921813	12,03	0,000000
Gestión Presupuesta	1,656153	0,812497	2,04	0,042000
Constante	-2,829590	0,8358618	-3,39	0,001000

Fuente: Elaboración propia

Para identificar la pertinencia del modelo en la explicación del éxito o fracaso de los proyectos financiados por el Fondo Emprender, primero se valora el modelo global, por medio del contraste de razón de verosimilitudes, es una prueba Chi cuadrado con 14 grados de libertad.

Hipótesis nula: el modelo global no es significativo

Hipótesis alterna: el modelo global es significativo

Nivel de significancia tolerables: 0,01; 0,05 y 0,1

Valor-p (χ^2 (14)) = 0,0000

Conclusión: la prueba rechaza la hipótesis nula, por tanto, es evidente que el modelo global es significativo para estimar el éxito o fracaso de los proyectos financiados por el Fondo Emprender.

El modelo global Logit dio significativo, algunas variables a nivel individual no muestran significancia estadística; sin embargo, como ya se mencionó en el capítulo de metodología, esto se debe a problemas de multicolinealidad entre las variables explicativas.

Para este modelo, la bondad de ajuste no se analiza a través del coeficiente de determinación, como se hace en los modelos de regresión lineal, ya que como menciona Gujarati, D. & Porter, D. (2010), el uso del coeficiente de determinación como estadístico resumen debe evitarse en modelos con variable dependiente cualitativa, como estadístico alternativo se encuentra el R^2 McF, éste es una variación del R^2 ajustada a regresiones de tipo binaria, además nace un nuevo estadístico, (cuenta R^2), que muestra la proporción de las

estimaciones correctas. En este modelo el R^2 McF=61,67% y la cuenta $R^2= 89,3\%$, estas cifras muestran una buena bondad de ajuste del modelo.

La Tabla 26 muestra el resumen de estadísticos de evaluación de las predicciones de modelo. Los resultados de estos indicadores son relativamente bajos, lo cual muestra una buena predicción en el modelo.

Tabla 26 Estadísticos de evaluación de las predicciones, (Logit)

Estadístico de Evaluación	Resultado
Error medio	-1,64E-13
Error cuadrático medio	0,080238
Raíz del Error cuadrático medio	0,28326
Error absoluto medio	0,16032

Fuente: Elaboración propia

En el modelo Logit **la interpretación de los parámetros** no se puede hacer directamente como en los de regresión lineal, pues en este modelo la relación entre los parámetros y la probabilidad de éxito de la variable dependiente es de tipo logístico.

En términos interpretativos los coeficientes de la tabla sólo son relevantes para identificar la relación que ostentan las variables independientes (X_i) en la variable dependiente (Y); es decir, si X_i influyen positiva o negativamente en la probabilidad de éxito de Y.

Para interpretar los efectos de cambios marginales en las variables independientes sobre la probabilidad de éxito de Y, se tomaron cómo se calcularon los efectos marginales con el comando “mfx” en el software STATA, este comando genera el efecto de los cambios mínimos de las variables independientes en la probabilidad de éxito de Y, teniendo en cuenta los valores medios de las respectivas variables explicativas, lo cual es importante establecer, debido a que el cambio en las probabilidades no es constante a lo largo de la curva de la función del modelo. Los resultados se muestran a continuación en la Tabla 27.

Tabla 27 Interpretación de los efectos marginales Modelo Logit de las variables independientes sobre la probabilidad de éxito de los proyectos financiado por el Fondo Emprender

VARIABLES INDEPENDIENTES	Efecto Marginal en Zona media	Interpretación
Financiación	-2,36E-08	Ceteris paribus, un incremento de un millón de pesos (335,12 dólares de USA) en la financiación, produce una disminución promedio en la probabilidad de éxito de los proyectos de 2,36% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial.
Ventas	1,88E-09	Ceteris paribus, un incremento de un millón de pesos (335,12 dólares de USA) en las ventas, produce un aumento promedio en la probabilidad de éxito de los proyectos de 0,19% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial.
Empleos	8,32E-03	Ceteris paribus, el incremento del número de empleos, produce un incremento promedio en la probabilidad de éxito de los proyectos de 0,83% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial.
Ejecución presupuestal	2,34E-08	Ceteris paribus, un incremento de un millón de pesos en la ejecución presupuestal produce un aumento promedio en la probabilidad de éxito de los proyectos de 2,34% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial.
Cundinamarca	0,04	Ceteris paribus, los proyectos desarrollados en el departamento de Cundinamarca presentan mayor probabilidad de éxito el 4% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial, en comparación con los proyectos desarrollados en otro departamento del país no contempladas en el modelo.
Antioquia	0,02	Ceteris paribus, los proyectos desarrollados en el departamento de Antioquia, presentan mayor probabilidad de éxito de 2% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial, en comparación con los proyectos desarrollados en otro departamento del país no contempladas en el modelo.
Valle del Cauca	(0,07)	Ceteris paribus, los proyectos desarrollados en el departamento del Valle del Cauca, presentan menor probabilidad de éxito de 7% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial, en comparación con los proyectos desarrollados en otro departamento del país no contempladas en el modelo.
Huila	0,02	Ceteris paribus, los proyectos desarrollados en el departamento del Huila, presentan mayor probabilidad de éxito de 2% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial, en comparación con los proyectos desarrollados en otro departamento del país no contempladas en el modelo.
Agricultura	0,02	Ceteris paribus, los proyectos pertenecientes al sector Agricultura, experimentan en promedio una mayor probabilidad de éxito de 2% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial, en comparación con los proyectos pertenecientes a otros sectores económicos no contemplados en el modelo.
Manufactura	(0,02)	Ceteris paribus, los proyectos pertenecientes al sector Manufactura, experimentan en promedio una menor probabilidad de éxito de 2% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial, en comparación con los proyectos pertenecientes a otros sectores económicos no contemplados en el modelo.

Comercio	0,06	Ceteris paribus, los proyectos pertenecientes al sector Comercio, experimentan en promedio una mayor probabilidad de éxito de 6% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial, en comparación con los proyectos pertenecientes a otros sectores económicos no contemplados en el modelo.
Gestión de venta	0,18	Ceteris paribus, la eficiencia en la Gestión de ventas genera un incremento promedio en la probabilidad de éxito de los proyectos de 18% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial.
Gestión de empleo	0,28	Ceteris paribus, la eficiencia en la Gestión de empleo genera un incremento promedio en la probabilidad de éxito de los proyectos de 28% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial.
Gestión presupuestal	0,18	Ceteris paribus, la eficiencia en la Gestión presupuestal genera un incremento promedio en la probabilidad de éxito de los proyectos de 18% en la zona media de la curva de probabilidades de éxito empresarial.

Fuente: Elaboración propia

Analizando los efectos marginales, se observa que las variables financiación, Valle del Cauca y Manufactura se encuentran relacionadas inversamente con el éxito de los proyectos financiados por el Fondo Emprender, y las demás variables tienen una interacción directa con éste.

Del mismo modo se observa que las variables con mayor influencia positiva en el éxito de los proyectos son: gestión de empleos, gestión presupuestal y gestión de venta, pero la variable que influye en el fracaso en mayor proporción es el Valle del Cauca.

Esos resultados en parte coinciden con los determinantes causantes del cierre de las empresas nuevas reportados por los estudios citados, tales como la inversión no suficiente a una capacidad instalada adecuada para competir y falta de una sólida organización vendedora, factores estos presentes en las empresas auspiciadas por el Fondo Emprender. Véase figura 28.

Figura 27 Representación gráfica del objetivo dos: factores determinantes de la capacidad emprendedora en Colombia



Fuente: elaboración propia

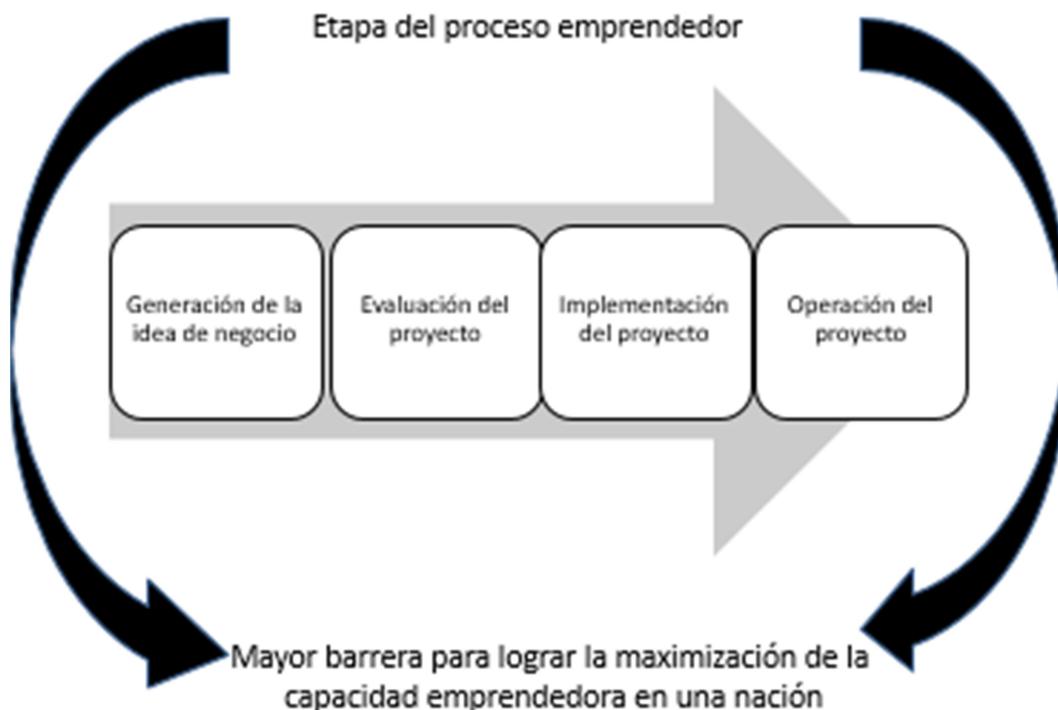
4.3 BARRERAS PARA LOGRAR MAXIMIZAR LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN COLOMBIA

La baja tasa de sobrevivencia de las empresas creadas por año en Colombia, y en particular las auspiciadas por el Fondo Emprender, que obligaron a calificar al país frente al objetivo uno como de baja capacidad emprendedora, tiene como base factores críticos como la insuficiente financiación de los proyectos para conseguir empresas de mayor capacidad de producción y presencia vendedora en los mercados; pero para hacer más completa la explicación de las causas de ese diagnóstico, debe observarse en qué etapa del proceso emprendedor se genera el mayor problema o limitante al desarrollo de las empresas creadas.

El sentido de este objetivo es conocer en qué etapa deben aplicarse correctivos por parte de las agencias de innovación y emprendimiento (AIE), para evitar la pérdida de recursos, consiguiendo resultados contrarios al desarrollo de las localidades de naciones cuyos agentes hacen el esfuerzo de apoyar el emprendimiento empresarial.

Las etapas básicas reconocidas del proceso emprendedor son la generación de la idea de negocio por parte del equipo emprendedor, la evaluación, planeación y estructuración del proyecto; la implementación de la empresa una vez aprobada la propuesta y efectuada su financiación, y por último, la puesta en marcha del empresa, operándola dentro del plan establecido, el cual se supone flexible para atender las variaciones reales del entorno general, el sectorial y las propias situaciones internas de la empresa. Véase la figura 29.

Figura 28 Representación gráfica del objetivo tres: La etapa del proceso emprendedor más limitante de la capacidad emprendedora



Fuente: elaboración propia

La mortalidad de las empresas auspiciadas por el Fondo Emprender está ocurriendo muy fuertemente dentro del primer año de operación, las causas de ello se derivan principalmente de sus limitaciones financieras, lo que coincide con los resultados de los estudios citados

anteriormente. No se puede decir que el problema se suscita en esa última etapa del proceso emprendedor, pues allí explotan naturalmente las consecuencias de los errores cometidos en las etapas anteriores, la mala financiación de un proyecto empresarial ocurre en las etapas de evaluación e implementación del mismo.

La evaluación de un proyecto de inversión comprende desde la observación del entorno general, el entorno sectorial, la dotación de recursos básicos y avanzados, hasta la contrastación de las posibilidades operativas internas de cada proyecto, en términos de sus áreas operativas, manifiestas en la planeación de su capacidad productiva en función al bien tangible o intangible a ofrecer; las condiciones del mercado potencial, y las posibilidades de obtener una participación estable y creciente en él; las posibilidades de poder contratar el equipo humano suficiente y con las destrezas y habilidades indispensables; las posibilidades de financiar la empresa y obtener el retorno apropiado en un plazo razonable; y por último, la posibilidad de poder organizar la empresa como un todo funcional, capaz de generar riqueza, cumpliendo las leyes y preceptos éticos que permitan la sostenibilidad a través del tiempo.

El punto que debilita la evaluación de los proyecto de inversión es que los emprendedores, y por sobre todo, los propios agentes capacitadores de las entidades que auspician la creación de empresas son reticentes a realizar todo este trabajo de estudio e investigación, argumentando distintos planteamientos, tales como que ello limita la voluntad de emprender, o que la planeación no es útil, o que cuanto más se piense un proyecto de inversión menos realizable resulta, o que las ideas de negocio se deben acometer con el mínimo de análisis posible, con rapidez y aprovechando la oportunidad hallada.

La etapa de evaluación y planeación de cada propuesta de negocio se ve como un obstáculo, como una tarea complicada y engorrosa, en vez de como una oportunidad de organizar la propuesta para evitar dificultades y minimizar el riesgo de invertir.

En ese contexto, las evaluaciones de las propuestas de inversión se hacen sobre preceptos mínimos, por cumplir un requisito, sin técnica ni rigor, por lo que no se determina con propiedad la viabilidad técnica, económica y financiera de la nueva empresa, no se calcula debidamente el total de la inversión necesaria y se piensa en el mercado como algo dado, existente por sí mismo, alegando una posible innovación, la cual olvidan desaparece cuando los competidores antiguos y otros más nuevos simplemente la copian.

Estamos ante un problema intangible, y este tipo de cuestiones son más difíciles de solucionar que los problemas materiales, tangibles u observables a simple vista.

La solución pasa quizá por recordarle a las agencias ocupadas de incentivar la creación de empresas, que en los tiempos modernos los mercados, los clientes son volátiles, la competencia es intensa y ser empresario exige más obligaciones y trabajo que ser empleado, por lo que cada empresa creada resulta un desafío que se debe administrar con atención, eficiencia y esfuerzo diario, para evitar su cierre temprano, lo que se puede conseguir mejor si cada empresa nace debidamente planificada, desde la etapa de la evaluación integral de la idea de negocio.

4.4 ESTRATEGIA PROPUESTA PARA FORTALECER LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN UN PAÍS

El cuarto objetivo específico pide formular la estrategia propuesta para fortalecer la capacidad emprendedora en un país como Colombia, tarea cumplida en este apartado.

La pregunta primaria, origen de este trabajo, es resuelta en esta sección, fundándose en la teoría del emprendimiento empresarial, la teoría de los recursos y capacidades (TRC) y la teoría

de gestión del conocimiento (TGC), las cuales se complementan y entrecruzan para poder consignar una respuesta que pudiera ser validada por la comunidad académica, la empresarial, y, sobre todo, por la comunidad emprendedora de Colombia.

En este apartado atendemos al interrogante ¿qué estrategia debe estructurarse para fortalecer la capacidad emprendedora de Colombia?

Para fortalecer la capacidad emprendedora de Colombia, las AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento) responsables de operar los programas dirigidos a respaldar a los emprendedores en su misión de crear empresa, deberían operar sobre la estrategia de crear empresas sostenibles.

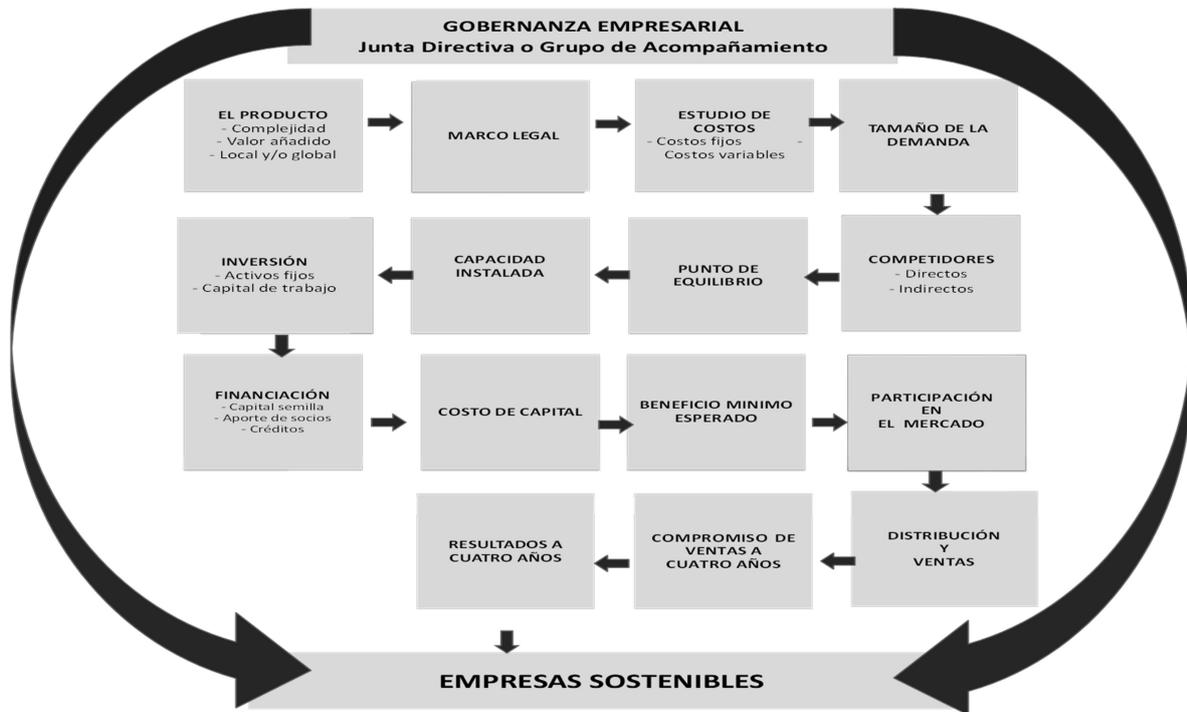
Esa estrategia es el fundamento para establecer qué proyectos aprobar y auspiciar en cada convocatoria, por parte de un programa generador de empresas y se entiende en este concepto:

La estrategia de un programa de emprendimiento empresarial es *crear empresas sostenibles*, sobre principios de gestión eficiente, medible, pudiendo las nuevas empresas realizar todos aquellos cambios que a lo largo del tiempo sean necesarios. Todo esto induce a los emprendedores a planear y operar cada empresa como un ser social económico, productivo, sobre cuyos resultados deben rendir cuentas periódicamente a la junta directiva o grupo de acompañamiento constituido, para que los oriente y apoye en el alcance de los objetivos definidos de supervivencia, estabilidad y desarrollo de la empresa.

La implementación de esa respuesta, para procurar que en un futuro trascienda el umbral de un simple concepto enunciativo, se formula en la Figura 30, la cual muestra las herramientas técnicas mínimas para la gestión administrativa asertiva. Los emprendedores empresariales deben estar capacitados para conseguir que las empresas creadas se establezcan, consoliden y

crezcan a través del tiempo, generando riqueza, prueba definitiva de la presencia de capacidad emprendedora en una nación.

Figura 29 Modelo para fortalecer la capacidad emprendedora



Fuente: elaboración propia

Presentada la respuesta y el modelo gráfico que la resume y sustenta, a continuación, se desarrolla cada uno de los elementos de gestión administrativa que le dan soporte y sentido, precisando que las entidades ejecutoras de los programas de fomento emprendedor, podrían tomarlos como insumo guía para capacitar a los emprendedores, sobre los elementos de planificación esenciales con los cuales deben operar cada empresa financiada.

Herramienta técnica 1. Gobernanza empresarial

Las empresas grandes tanto públicas como privadas, cuentan con sólidas ventajas frente a las MIPYMES impulsadas por los programas generadores de empresa, contándose entre ellas, su escala de producción, la productividad, la inversión en I + D + i, el patrimonio, el flujo de

tesorería, la participación en el mercado nacional y externo, el acceso a crédito, la curva de experiencia, el equipo de gestión y operativo altamente entrenado, el nivel de planificación, pero quizá una de sus mayores ventajas, sea el que funcionan sobre la base de una junta directiva, que ayuda al equipo gerencial ejecutivo a pensar y decidir sobre los elementos vitales de la organización a corto, medio y largo plazo.

La junta directiva de una empresa tiene como función esencial planear, organizar, dirigir y controlar el desempeño de la empresa, maximizando sus posibilidades de éxito.

Una exigencia clave para las MIPYMEs sería el establecimiento de objetivos, la definición de estrategias, de tareas, la asignación de responsabilidades, la elaboración de cronogramas, en definitiva, con ello, se podría contribuir a un mayor número de empresas consolidadas y a un crecimiento más ordenado.

Sobre esa plataforma, los programas emprendedores deben concienciar a cada equipo emprendedor sobre la necesidad e importancia de contar con un grupo humano que les pueda contribuir en calidad o a manera de una junta directiva, como medio para ampliar las posibilidades de éxito de las empresas creadas.

Las juntas directivas tienen reconocimiento jurídico. Esto implica una serie de deberes y obligaciones que les imponen responsabilidades en el desempeño o resultados de las empresas. Su gestión demanda compensación económica y esto, no está al alcance de muchas MIPYMEs nuevas. Al mismo tiempo, las co-responsabilidades en los resultados de las empresas pueden resultar algo inaceptable para personas informadas e idóneas que pudieran considerarse como candidatas para constituir las, todo ello hace que tal figura se torne difícil de implementar en todas las empresas puestas en operación.

En virtud de esas realidades, la propuesta es que haya junta directiva en las empresas creadas mediante la participación de dos o más inversionistas, por lo que éstos pueden constituir tal junta. En las MIPYMES de un solo propietario o en las cuales los socios inversionistas por alguna razón no puedan o no quieran participar en ellas, debería implementarse la figura de *grupo de acompañamiento*, para que cumpla las funciones de la junta, sin la carga o implicaciones jurídicas y de remuneración que ello implica.

La estrategia aquí es darle a las MIPYMES una herramienta de éxito empresarial, ajustándose a su realidad, mediante trabajo voluntario de personas como profesores universitarios, empresarios experimentados, trabajadores profesionales y otros grupos apropiados, entre quienes cada equipo emprendedor puede encontrar un número impar de personas (tres o cinco), que le quieran contribuir como grupo de acompañamiento para que le apoyen en el proceso administrativo de su empresa, a la manera de una junta directiva de una gran corporación.

El principio para ello es simple, si bien las juntas directivas son vitales para cuidar y buscar el crecimiento de los enormes capitales comprometidos en las grandes corporaciones. Los grupos de acompañamiento tienen igual relevancia para cumplir la misión de buscar que una MIPYME se consolide y desarrolle, generando beneficio para sus dueños y la sociedad.

Herramienta técnica 2: El producto

Los emprendedores generalmente llegan a las AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento) encargadas de auspiciar la creación de empresas, con una idea de negocio concebida, pues ya tienen imaginado, o descrito, o dibujado, o en holograma, o en prototipo o ya en producción el bien objeto de esa idea de negocio. Esa realidad, se puede mejorar hasta el

montaje de la nueva empresa, lo que se logra para bien, con la intervención documentada e idónea del equipo profesional del programa propulsor del emprendimiento.

La cuestión con el producto es si éste debe ser un invento disruptivo, esto es, algo que cambia lo conocido sobre un producto, sobre su estructura, configuración o beneficios dados al consumidor; o modifica la forma de elaborarlo, o de comercializarlo, o de venderlo o en cualquier otro frente que haga ver al producto como un invento, como algo nuevo. El producto también puede tener una innovación, es decir, una mejora sustancial frente al ya conocido. Los teóricos, invocando la destrucción creadora de Shumpeter, prefieren ideas de negocio con productos en alguno de estos dos niveles, lo que es aceptado por los profesionales pragmáticos que trabajan directamente con los emprendedores.

Ese punto, productos totalmente nuevos o mejorados, choca con ideas de negocio centradas en producto tradicionales, sin valor agregado. Estos últimos, no parecen estar clasificados como productos dinámicos, de alta demanda, por lo que se verían con desventaja en una convocatoria de ideas de negocio. Ante esta situación, consideramos que el principio con el que se debe seleccionar una idea de negocio, es si el producto tiene o no posibilidad de ser aceptado en el mercado, más allá de si es o no una nueva propuesta o es un bien tradicional, ya que éstos pueden tener oportunidad en mercados que por alguna razón no estén siendo bien abastecidos por cantidad, calidad, precio u otro aspecto, mientras un invento o una innovación puede ser un éxito o un fracaso, pues la innovación o la novedad por sí misma no garantiza el éxito.

En esa perspectiva, el equipo emprendedor debe ser capacitado por el programa para que asuma que una empresa es esencialmente el producto que ofrece al mercado, una empresa es apreciada por los compradores por su portafolio de producto, por los beneficios que de él

obtienen. Esa es la razón básica por la que el público paga por los bienes elaborados o servidos por cada negocio. Los factores que acompañan al producto, como la buena atención y productos complementarios “regalo”, son un plus que favorece la preferencia y fidelidad del cliente, aunque debemos tener en cuenta que los compradores racionales modernos compran un producto por los beneficios que él les genera en relación al precio que deben pagar, comparado con los productos competidores directos o indirectos.

Los emprendedores al concebir una idea de negocio y al ponerla en marcha, deben tener un producto con la calidad, diseño, estructura, funcionalidad, presentación y precio que le demanden los compradores, en función a la categoría competitiva del producto, pues la generación de valor de una empresa a futuro depende del portafolio de productos que ofrece.

Herramienta técnica 3: Marco legal

En general, todas las actividades económicas están reguladas por la ley, pero en determinados productos tangibles o intangibles, existen normas específicas, que ordenan cómo debe ser la infraestructura de producción, los procesos de elaboración, el sistema de bodegaje, el mecanismo de comercialización y venta, o el manejo de información de clientes, o establecen los montos mínimos de inversión, o requisitos de seguridad nacional o cualquier otro frente relacionado con el bien. Los orientadores del programa emprendedor deben indicar al equipo emprendedor sobre la obligación de investigar si sobre el portafolio de producto a ofrecer existe alguna ley que lo regule, y si es así, se debe citar la norma y asumirla en lo que dispone, para tener un producto acorde con las leyes, lo que evita dificultades a la empresa al ponerse en marcha.

Conocer y aplicar las normas legales contribuye a diseñar y elaborar los productos de manera correcta, y además, permite estructurar la planta de producción y su organización en la

forma apropiada, todo lo cual permite obtener los permisos, licencias y certificaciones exigidas en los mercados, lo que conduce a evitar pérdidas de dinero, causar daño, muerte o algún tipo de perjuicio a los compradores consumidores.

Herramienta técnica 4: Estudio de costos

Los programas de emprendimiento deberían tener como política esencial el que ninguna empresa pudiera ponerse en marcha sin haber establecido el costo cierto incurrido en elaborar cada unidad de producto del portafolio que se pretende ofrecer al mercado.

Cuando un equipo emprendedor hace el estudio de costos de su producto, no sólo consigue establecer el costo incurrido por unidad elaborada o servida, sino que consigue definir un estándar de cada línea del portafolio de producto de la empresa, aunque esas líneas sean cambiantes continuamente, esto le permite diseñar su producto con unas características ajustadas al target o grupo cliente que pretende satisfacer, en materia de calidad, diseño, estructura, presentación, sabor, color, servicios de pre y postventa y demás elementos exigidos por los clientes modernos.

A pesar de su importancia vital para administrar bien los recursos, uno de los aspectos, quizá más descuidados por las empresas, es la administración de los costos operacionales (la suma de los costos de producción y los costos fijos), área dónde muchas veces puede radicar el origen de las debilidades que amenazan la estabilidad financiera de las organizaciones. Para evitar este problema se establece como objetivo básico de la administración de costos el asegurar que en las organizaciones se haga un uso eficiente de los recursos para maximizar el valor a favor de clientes e inversionistas.

Ese objetivo implica racionalizar los costos de producción, desde el diseño de los productos hasta la distribución y servicio posventa, al igual que los costos fijos de la empresa,

para fundamentar la generación de valor en cada compañía. Ese objetivo se alcanza identificando y midiendo bien el costo variable unitario incurrido en elaborar cada producto obtenido y presupuestando debidamente los costos fijos incurridos en el funcionamiento de la empresa, así como definiendo técnica y estratégicamente los márgenes de contribución a obtener de cada línea de producto, para establecer precios de venta acordes a la categoría competitiva de los productos, dirigido a consolidar una participación en el mercado perdurable y creciente a través del tiempo, que permita asegurar la productividad, competitividad y generación de riqueza de la empresa.

La correcta administración de costos comienza por definir el sistema de costos a emplear en la empresa, considerando el tipo de bien ofrecido, el proceso o forma básica de producirlo y comercializarlo, escalas de producción posibles, y observando si el producto se puede elaborar mediante estándares, si se puede manejar inventarios de producto terminado, o si, por el contrario, se produce en función a requerimientos específicos de los clientes.

El estudio de costos permite identificar el Cvu (costo variable unitario) incurrido en producir cada unidad de producto, al cual se le cargará el %Mcu (porcentaje de margen de contribución unitario) para obtener el precio de venta, elemento clave para entrar, posicionarse y crecer en cada mercado donde se compita.

El %Mcu es el beneficio bruto que deja cada unidad vendida en una empresa, siendo, por tanto, el primer determinante para conseguir que emprendedores e inversores decidan aportar dinero y esfuerzo a una idea de negocio, debiendo ser establecido mediante el estudio de costos por el equipo emprendedor - inversor responsable de un proyecto empresarial. Para conseguir esto, los programas impulsores del emprendimiento deben ofrecer una capacitación profunda y amplia para posibilitar una mejor gestión y resultados en las empresas creadas.

Herramienta técnica 5: Tamaño de la demanda

Para estimar correctamente las ventas con cada idea de negocio, se debe cuantificar el tamaño de la demanda potencial, esto es vital para emprendedores e inversores comprometidos en una idea de negocio, valorar el número de posibles compradores/consumidores, así como el monto que invierten en adquirir el producto en una unidad de tiempo determinada, lo que permite estimar si el mercado en general es lo suficientemente grande para permitir la supervivencia de las empresas competidoras actuales, además de posibles nuevas empresas que puedan entrar a operar en el mismo mercado.

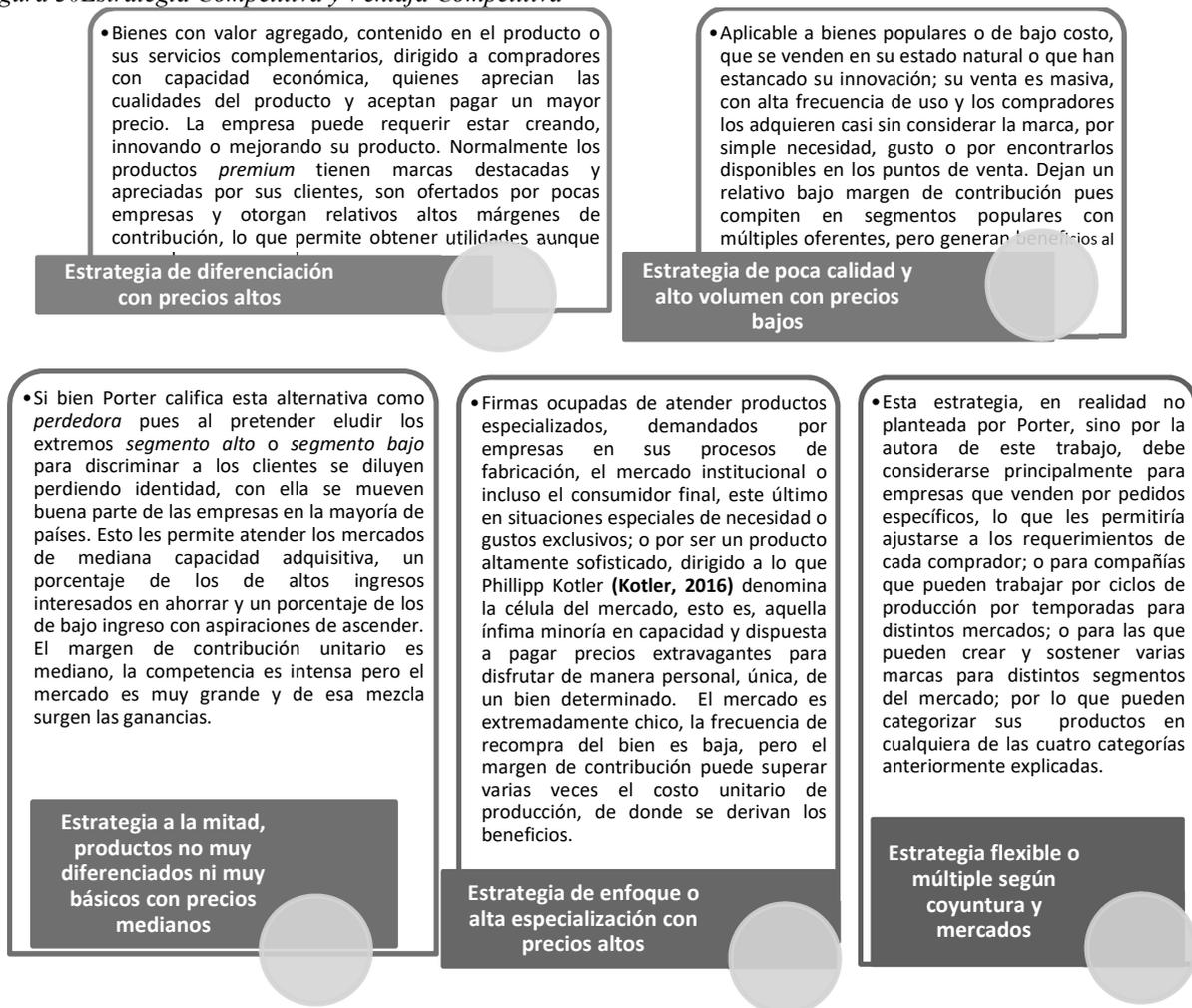
Herramienta técnica 6: Competidores

Considerando al número de competidores y a la intensidad con la que operan en el mercado se podrá valorar las posibilidades de entrar con éxito en un mercado. Es importante analizar la competencia para conocer las claves de su estrategia competitiva. Este análisis debe tener en cuenta, entre otras cosas, los años de permanencia de cada empresa competidora en el mercado, el segmento o segmentos de mercado a los que van dirigidos, los canales que utilizan para llegar al cliente, los recursos claves, así como las actividades claves, es decir, dónde invierten la gran parte de su dinero, tecnología, investigación, logística, publicidad, etc. De la misma manera, es importante analizar la imagen de marca de cada empresa e identificar la percepción, positiva o negativa del cliente sobre dicha marca.

Finalmente, se ha de identificar el porcentaje de participación en el mercado que tiene cada competidor en las ciudades mercado objeto de análisis, basándose para ello, en fuentes de información sectorial o gremial, lo que sirve para valorar si hay oportunidad de competir en esos mercados y estimar la cuota o porcentaje de participación que podría llegar a tener la idea de negocio en construcción.

A partir de la información obtenida a través del estudio de mercado realizado, la empresa podrá ir definiendo su modelo de negocio y con ello, concretando su propia estrategia empresarial, dirigida a la consecución de una ventaja competitiva sostenible y respondiendo al modelo de estrategia propuesto por Porter, (1982 y 1987). Véase Figura 31.

Figura 30 Estrategia Competitiva y Ventaja Competitiva



Fuente: adaptada de Porter, 1982 y 1987

Por la relevancia de este punto, una buena parte del tiempo de formación de los emprendedores debe dedicarse al estudio de mercado, tanto en términos generales como específicos, y muy especialmente a la competencia, a efecto de conseguir la realización de planes

de mercadeo y ventas con metas y objetivos ajustados a los recursos y capacidades de cada proyecto.

Herramienta técnica 7: Punto de equilibrio

Una herramienta útil para la gestión administrativa, en particular, para establecer metas de producción y ventas es el conocido cálculo del punto de equilibrio, (Pe). El potencial de esta herramienta va más allá de identificar las unidades a producir y vender por mes para evitar pérdidas, pues permite determinar el porcentaje de la capacidad instalada de un proyecto que será absorbido tan sólo para cubrir los costos fijos (CF).

Tal porcentaje debe estar dentro de la media del sector donde se competirá, considerando empresas participantes del mismo subsector económico, de tamaño similar o proporcional en cuanto a capacidad instalada, oferentes de bienes de idéntica categoría de producto y capaces de producir con similares costos variables unitarios y consecuentemente con porcentajes de margen de contribución perfectamente competitivos, lo que les conduce a tener precios de venta similares.

Calcular el Pe, es de vital importancia ya que estos costes los asumirá la empresa independientemente del nivel de producción alcanzado. Parte del margen de contribución generado con la venta de cada unidad de producto se dedicará a cubrir estos CF.

Los CF, asumidos como egresos que permanecen constantes por un lapso de tiempo considerable, dentro de un intervalo de producción establecido, en función a las operaciones normales dadas o proyectadas de una empresa, (Butler y Williams, 2006), son una verdadera carga para toda nueva empresa, por lo tanto, el empresario debe determinar cuántas unidades debe vender y qué porcentaje de la capacidad instalada debe aplicarse para cubrirlos y cuánto tiempo necesitará para alcanzar tal volumen de ventas que le permita hacer frente a dichos CF.

Así, el emprendedor deberá cumplir el desafío de cubrir sus CF en el menor tiempo posible y empleando idéntico porcentaje de capacidad instalada que sus competidores más eficientes, de lo contrario, su proyecto podría considerarse como incapaz de generar riqueza, al no ser sostenible, y en consecuencia se descartaría como sujeto de inyección de capital semilla.

Los capacitadores de los programas emprendedores deben poner énfasis en enseñar a los emprendedores a emplear la herramienta de Pe, no sólo por todo lo anterior, sino porque ésta le servirá para inducir a los emprendedores a establecer CF de manera austera, incluyendo sus salarios, manteniéndolos bien controlados, planificando el tiempo que puede tomar a la nueva empresa alcanzar el volumen de ventas necesarias para conseguir generar internamente el dinero necesario para cubrir los CF.

El Pe se puede calcular a parte del método tradicional, consistente en dividir los costos fijos entre el margen de contribución unitario (empresas con un solo producto), o entre el margen de contribución unitario promedio ponderado (empresas con dos o más productos), agregándole al numerador la cuota de créditos que se vaya a tomar para financiar el proyecto, el monto de utilidades esperadas o cualquier otro rubro de interés para los responsables de planear una inversión empresarial, permitiéndoles ello conocer la cantidad de unidades que se deben producir y vender para satisfacer el requerimiento observado, lo que es vital para saber: 1) Si la empresa puede producir y vender ese volumen de unidades por mes con la capacidad instalada prevista y 2) Qué nivel de generación de valor puede brindar la empresa empleando distintos porcentajes de la capacidad instalada después del porcentaje de uso absorbido para cubrir el Pe.

Herramienta técnica 8: Capacidad instalada (CI)

La teoría de los recursos y capacidades ha demostrado que la gestión exitosa de las empresas es una amalgama entre los recursos disponibles, el conocimiento y la capacidad de

pensamiento y acción del equipo humano. La correcta planificación de la capacidad de operación o producción de cada proyecto atendido por los programas impulsores del emprendimiento, determinará el volumen de inversión que debe realizar la empresa y su potencial para generar riqueza.

Al definir la CI (capacidad instalada o capacidad instalada máxima teórica) se establece el tamaño de la empresa, para saber si podrá ser una MIPYME o una grande, en función al monto de inversión que demanda en activos fijos, (tangibles e intangibles), y de otra índole, así como en capital de trabajo, lo que estará determinado por muchas variables, como el sector o actividad económica donde se competirá, pues los estudios económicos reportan que para ingresar en ciertos sectores se requiere altas inversiones, así como para ser al menos competitivo en otros, es necesario tener un tamaño mínimo crítico que asegure un nivel de productividad que permitan operar con unos costos de producción similares a los de los competidores líderes del renglón industrial.

Ante ello, la tarea de los programas generadores de nuevas empresas es conseguir que los emprendedores planeen montar negocios con la CI suficiente para ser productivos y competitivos, lo que los habilita para esperar que aporten soluciones estables contra el desempleo, contribuyendo al crecimiento económico y estabilidad social.

Para calcular la CI la literatura mostró diferentes modelos, la mayoría enfocados en empresas manufactureras y activas, indicando la metodología para reconocer cuál es la capacidad instalada poseída, no la que deberían tener las empresas de nueva creación para garantizar su permanencia, crecimiento y desarrollo. (Abdolshah, Yusuff, Hong, Yusof & Sadigh, 2011; Bunn & Oliveira, 2016; Butler & Williams, 2006; Du, Cook, Liang, & Zhu, 2014; Grant, 2010; Manyoma, Orejuela, Gil. 2011; Martínez-Costa, Mas-Machuca, & Corominas, 2014).

Otros autores proponen establecer la CI basándose en proyecciones de la demanda (Murcia, 2009), lo que condujo a considerarlos inapropiados, pues esa información es útil para verificar la existencia de un mercado, pero impropio para definir la capacidad instalada a dar a una nueva empresa, pues si bien, como efectivamente ocurre en este estudio, para ello debe usarse información del mercado, tanto en términos de compradores como de competidores, esta no debe provenir de proyecciones de la demanda sino de información estadística, como hechos cumplidos en el mercado.

Al no hallar un método para establecer la CI dirigido a empresas a crear, la doctoranda decide construir un modelo, partiendo de unos parámetros que determinen su base, enfoque y alcance, a tenor del acervo teórico presentado y la práctica profesional de la doctoranda. El diseño de un modelo para establecer la CI en empresas a crear, puede partir de uno de los diez principios que a continuación se presentan, si bien, sólo se asume como pertinente el último.

a. Cálculo de la capacidad instalada (CI), estableciendo el uso medio de la CI en el gremio: esta alternativa tiene la ventaja de considerar información sectorial, la cual suministra datos sobre niveles de ventas, costos de producción variables y costos fijos, insumo clave para decidir el equipo productivo de una empresa nueva. La desventaja que evita escogerlo estaría en que calcular la CI sobre información sectorial, no sería aplicable para el caso de una empresa innovadora o inventora, e incluso, si se fuese a producir un bien ya existente, pues hacer el cálculo con estos parámetros implicaría acogerse a las posibles ineficiencias comunes en el gremio.

b. Cálculo de la CI según manual sobre la capacidad de producción hora de máquinas y equipos requeridos: alternativa incompleta, pues para definir qué máquinas y equipos comprar con unos estándares de producción fijados en manuales, primero se

debe conocer cuánto se necesita producir y vender por mes, factor fortalecido porque en todas las empresas no se cumple el que su capacidad de producción esté vinculada sólo a máquinas y equipos, pues en muchas, el factor preponderante aún es la mano de obra, tal y como en un despacho de abogados, una firma de labores agrícolas e incluso en una manufacturera, en la cual, la simbiosis hombre-máquina permite obtener la producción. Paralelamente, pretender establecer la capacidad instalada considerando la mano de obra directa, conociendo su rendimiento medio por hora, tampoco da la respuesta, pues para saber cuánto personal contratar primero se debe conocer cuánto se necesita producir por mes. Por las limitaciones señaladas este enfoque se rechaza.

c. Cálculo de la CI por análisis de mercado potencial, objetivo y la participación esperada en él: opción comúnmente empleada, donde con un estudio de mercado se calcula el mercado potencial, de allí se deduce el mercado objetivo y de éste se deriva la participación en él esperada, dato al que se ajusta la CI, dando por cierto que se alcanzará tal participación, lo que se pone en duda por inversores racionales, para quienes siempre será más claro y preciso mostrarles la capacidad instalada para procesar la cantidad de unidades a producir y vender por mes, para conseguir que una planta de producción, en cualquier sector económico, alcance una participación en el mercado capaz de generar riqueza. Se rechaza esta opción porque un estudio de mercado debería dirigirse a demostrar que existe mercado para un bien, mientras la capacidad instalada debe demostrar que se puede elaborar, servir, comercializar o extraer la cantidad necesaria por mes de tal bien, para obtener riqueza en ese mercado (Zorzini y Pozzetti, 2007).

d. Cálculo de la CI por la generación de riqueza que se espera arroje el proyecto: enfoque interesante, pues vincula la capacidad instalada a incorporar a una

empresa a la riqueza esperada por sus inversores, pero tiene el insalvable impedimento de tener que hacer primero proyecciones de resultados financieros de los proyectos, lo que demanda contar antes con lo buscado, que es justamente la capacidad instalada a imprimir a la empresa, pues sobre ella se debe hacer las proyecciones de ingresos y egresos para medir la tasa de retorno, lo que hace se descalifique esta posibilidad.

e. Cálculo de la CI según capital de inversión disponible: definir la CI por este factor puede resultar ser lo más inconveniente que le puede ocurrir a un proyecto, pues podría dotarse con limitaciones en su infraestructura productiva, por la incapacidad de los socios de financiar con recursos propios o prestados la capacidad de producción óptima requerida, lo cual podría ocasionar ineficiencias causantes de disminuciones de ingresos, menor generación de valor e incluso pérdidas, pudiendo ser lo que les ocurre a empresas iniciadas con capital semilla de entidades tipo Fondo Emprender, el cual está delimitado. Sobre estos criterios esta opción no es aplicable.

f. Cálculo de la CI para proveer servicios públicos y privados domiciliarios o personales: definir la capacidad instalada de empresas que prestan esta modalidad de servicios (acueducto, gas, recolección de basura, energía eléctrica, alcantarillado, internet, televisión por suscripción, telefonía fija o móvil entre otros) (Levin; Tishler y Zahavi, 1985) se fundamenta en los criterios del punto “c” indicado, pues los planificadores simplemente deben establecer la demanda agregada de la población, dentro de un rango de años, para definir la CI a imprimir a la empresa. Las compañías que proveen tal tipo de bienes suelen ser monopolios u oligopolios en su área (Durham; McCabe; Olson; Rassenti; y Smith, 2004), lo que facilita calcular la CI, a diferencia del resto de sectores productivos que suelen ser muy atomizados. Esta opción se rechaza por ser aplicable a

empresas proveedoras de la modalidad de servicios indicados, no a la generalidad de las empresas.

g. Cálculo de la CI en minas y yacimientos: en estos casos se calcula la CI para extraer, en función a estudios técnicos, que indican con cierto grado de precisión, las reservas existentes en la mina o yacimiento estudiado, reservas que habrán de ser extraídas y procesadas en un tiempo determinado, en función al tamaño de la demanda nacional o extranjera a atender, lo que permite establecer la magnitud de la infraestructura que deberá instalarse para explotar las reservas probadas (ENR, 2003). La situación de este renglón es particular a él, no incluye a todos, por lo que no sirve como criterio genérico para la calcular la CI en todos los proyectos.

h. Cálculo de la CI en empresas que operan por proyecto: así trabajan desde compañías productoras de películas hasta firmas de ingeniería en distintos campos, quienes comprometen recursos en función a la envergadura de cada obra requerida, el tiempo en que se debe entregar, las dificultades previsibles y el monto y forma de financiarla. Una empresa dedicada a este tipo de contratos tendrá una CI flexible, ajustada en función a las condiciones de cada contrato y la cantidad de ellos que simultáneamente tenga, por lo que su CI queda sujeta a sus posibilidades de inversión para atender contratos de distintos tamaños de manera simultánea, condición particular a ellas, no presente cuando de instalar o reestructurar una empresa en los demás sectores productivos se trata, por lo que esta opción no es aplicable genéricamente y se descarta.

i. Cálculo de la CI según normas legales: las leyes que regulan los sistemas de producción de las empresas llegan a definir la capacidad instalada que en ciertos renglones estas deben tener, pues en el negocio avícola, por ejemplo, la legislación

colombiana indica que una granja productora debe tener los galpones de levante a cincuenta metros del perímetro del terreno en el que está localizada, y señala como tamaño posible para los galpones el tener cien metros de largo por diez de ancho, precisando que se debe guardar una distancia entre galpones, equivalente al doble del ancho del galpón (Resolución 3642 de 2013 Instituto Colombiano Agropecuario. ICA), lo cual obliga al emprendedor-inversor a establecer el tamaño mínimo de una granja en función a la extensión de la tierra que la ley obliga a emplear para poder obtener la certificación oficial. Si bien esta realidad existe en casi todos los países, ella no se cumple en todas las actividades económicas, por lo cual esta opción no se puede asumir como principio general.

j. Cálculo de la CI relacionando los costos fijos (CF) con ventas sectoriales: enfoque donde se espera que los CF esperados del proyecto en estudio, estando ajustados a la media del sector donde se competirá, sean la base para establecer la CI del proyecto, lo que otorga la ventaja de hacer cálculos sobre cifras internas, reales y propias del proyecto en relación con las del gremio, lo que da fortaleza y certidumbre al cálculo de capacidad instalada que se obtenga.

En toda empresa y en todo proyecto de inversión, es natural calcular sus costos fijos mensuales, asumidos éstos como aquellos que permanecen constantes por un lapso de tiempo considerable, dentro de un intervalo de producción establecido, en función a las operaciones normales dadas o proyectadas de una empresa, (Butler y Williams, 2006) ⁶. Un indicador clave, para los responsables de un proyecto de inversión, debería ser establecer cuántas veces su

⁶ Generalmente se acepta como costos fijos mensuales rubros como: arriendo, depreciación, salario y beneficios de empleados administrativos y de ventas e impuestos directos entre otros.

capacidad de producir y vender cubre esos costos fijos, pues, una vez cubiertos éstos con parte del margen de contribución las empresas generan beneficios.

Sobre lo anterior, es claro que este enfoque contiene elementos que le dan solidez y sustento para fundamentar la construcción de un modelo que permita calcular de manera genérica la CI de empresas a crear en distintos renglones productivos, pues parte de la variable “costos fijos”, común a todas las empresas, los cuales resulta obligado cubrir con un porcentaje de los ingresos por ventas, y cuando una empresa no vende lo suficiente para atenderlos, paulatinamente consume su capital de trabajo, perdiendo liquidez, pudiendo terminar en situación de bancarota, por lo que es válido reconocerlos como una carga financiera, cuyo cumplimiento debe presupuestarse desde el cálculo de la capacidad instalada a imprimir a un proyecto empresarial, preguntándose: ¿Cuántas veces la capacidad instalada de la empresa debe cubrir los costos fijos?

Definida la base más apropiada para diseñar un método que permita establecer las unidades que debe estar en capacidad de producir y vender por mes una empresa a crear o reestructurar, considerando una planta capaz de ser productiva por suficiente y eficiente; y competitiva, por calidad y precios ajustados a la categoría de competencia del producto, a efecto de cubrir la participación esperada en el mercado por un período de tiempo de entre 5 a 10 años, el paso siguiente es presentar el modelo, empleando un ejemplo, cuya solución permite asimilar la propuesta.

La información supuesta inicial es la siguiente, similar a la que podría corresponder a cualquier proyecto de inversión promedio.

- Margen de contribución unitario promedio ponderado (M_{cupp}) = 65.8 UM
- Costos fijos (CF) mensuales medios del sector o del proyecto = 20.500 UM

- Porcentaje medio de las ventas aplicado en el sector para cubrir costos fijos = 29 %
- Capacidad instalada media efectivamente usada por el sector (CIus) = 72.3 %
- Tasa de crecimiento anual de la demanda (r) = 3.5 %
- Tiempo (t) en que la empresa deberá actualizar maquinaria y equipo para mantenerse productiva y competitiva: t = 10 años.

El cálculo de la CI se haría así:

Paso 1: Estimar la CI básica (CIb)

Ecuación 2 Estimación de la CI básica (CIb)

$$CIb = \frac{cf \text{ mensual}}{\text{Porcentaje de ventas que los competidores aplican para cubrir los cf}} \quad (2)$$

Equivalente ello a:

Ecuación 3 Equivalente Estimación de la CI básica (CIb)

$$CIb = cf \text{ mensual} / \left(\frac{cf \text{ medios del sector}}{\text{ventas medias sectoriales}} \right) \quad (3)$$

Aplicando las cifras del ejemplo se tiene:

$$CIb = (20.500 \text{ UM}) / (0.29) = \mathbf{70.690 \text{ UM}}$$

Este resultado viene expresado en unidades monetarias (UM), por lo que debe convertirse a unidades físicas, pues la CI de una empresa debe ser informada en este formato.

Para expresar la capacidad instalada básica (CIb) de UM a unidades físicas se procede:

Ecuación 4 Capacidad instalada básica en unidades (CIbu)

$$CIbu = CIb \text{ en unidades monetarias} / Mcupp \quad (4)$$

$$CIbu = 70.690 \text{ UM} / 65.8 \text{ UM} = 1.074 \text{ U}$$

Paso 2. Capacidad instalada potencial por año (CIp)

Ecuación 5 Capacidad instalada potencial por año (CIp)

$$CIp = \frac{Cibu}{\text{Porcentaje de CIus}} \quad (5)$$

Dónde: CIus es el porcentaje de la capacidad instalada media efectivamente usada por el sector. Reemplazando con las cifras del ejemplo se obtiene:

$$CIp = \frac{1.975 \text{ U}}{0.723} = 2.732 \text{ U}$$

Paso 3. Capacidad instalada óptima (CIop) a un horizonte de tiempo

Ecuación 6 Capacidad instalada óptima (CIop) a un horizonte de tiempo

$$CIop = CIp(1 + r)^t \quad (6)$$

Dónde:

1 es un factor fijo; **r** es la tasa de crecimiento anual de la demanda sectorial o general, surgida de un análisis de mercado, fundamentado en la observación del comportamiento esperado de la demanda del sector al que pertenece el producto según estudios hechos por entidades creíbles, y de no existir estos estudios, se toma el dato de la variación esperada para el próximo año del PIB (producto interno bruto), pudiendo también emplearse datos de algún estudio serio demográfico, de donde se pueda derivar la respectiva tendencia de consumo per cápita del producto.

Por su parte, **t**, es el periodo de tiempo (en años) en que el tipo de proyecto en análisis debe actualizar maquinaria y equipo para mantener productiva y competitiva a la empresa a montar, o el tiempo en que se prevé se recuperará la inversión, o el plazo en que se prevé los productos de la empresa tendrían demanda por los clientes.

Con las cifras del ejemplo el resultado es:

$$CIop = 2.732 \text{ U}(1 + 2.732 \text{ U})^{10} = 3.854 \text{ U}$$

La empresa correspondiente al ejemplo debe montarse con una CI que le permita elaborar 3.854 U al mes, operando en un turno de 8 horas diarias (o las horas que disponga la ley en el país donde se aplique el modelo).

Paso 4. Estimación de la CI a usar efectivamente para igualar a la competencia

Si se quiere conocer las unidades que la empresa debe producir y vender para ajustarse a la media de uso de la CI empleada por los competidores, se calcula la capacidad instalada a usar (CI_u) de acuerdo con el porcentaje de uso de la capacidad instalada efectivamente usada por los competidores en la coyuntura en la que se está planeando el proyecto de inversión, así:

Ecuación 7 Estimación de la CI a usar efectivamente para igualar a la competencia

$$CIu_1 = CIop(\text{Porcentaje de CIus}) \quad (7)$$

$$CIu_1 = 3.854 \text{ U } (P0.723) = 2.787 \text{ U}$$

Definida la CI por mes requerida, el equipo emprendedor responsable de una idea de negocio podrá establecer respecto a la maquinaria y equipo, la cantidad, tipo y condición tecnológica, para definir si se compra o se alquila y a quién y en qué condiciones. Así mismo puede determinar la cantidad y perfil de operarios, empleados administrativos y de ventas a contratar, pudiendo establecer también el tamaño del local apropiado, aún su localización y dotación física y de infraestructura demandada, en términos de tipo de energía eléctrica, redes de agua, alcantarillado, gas, internet y demás condiciones logísticas para obtener una operación eficiente de la empresa.

Con esos aspectos establecidos, se puede presupuestar la inversión demandada en términos de activos físicos e intangibles, para después definir la inversión en capital de trabajo, como se plantea en el apartado siguiente.

Gracias a que el modelo dice las unidades que se debe estar en capacidad de producir y vender por mes, determina la participación en el mercado que debe obtener para generar valor, base esto para planear estrategias de entrada y permanencia en los mercados, disponiendo de un umbral interno para definir metas claras y escalonadas por periodos de tiempo, de preferencia mensuales, hasta alcanzar el volumen de ventas que permitan a la empresa generar riqueza de manera consistente.

Así es claro, el modelo entrelaza la capacidad instalada con la participación en el mercado que se debe alcanzar, haciendo de ésta una meta puesta desde los recursos y capacidades internas que debe poseer la empresa de manera cierta, para no hacerlo de la manera equivocada con que tradicionalmente se ha hecho, al definir una participación en el mercado con cifras externas provenientes del propio mercado, sin considerar si la empresa puede o no alcanzarlas con los recursos disponibles o a disponer.

Como restricción, en general, este modelo es inaplicable en casos del tipo de montaje de plantas proveedoras de servicios domiciliarios, en firmas que trabajan por proyecto y para las que explotan minas y yacimientos, así como empresas de servicios, tales como oficinas de asesores contables o jurídicos.

Otras limitaciones mayores, por ser capaces de invalidar el modelo integralmente, pueden surgir de dos frentes, el que se esté evaluando un proyecto cuyos costos fijos sean muy bajos o casi cero, lo que parece poco probable y hasta ilógico financieramente hablando; o el que se esté trabajando con un proyecto que represente un nivel de inversión total, por lo cual el bien a crear no pueda asimilarse a ningún bien existente en el mercado, impidiendo esto emplear información sectorial de costos fijos y ventas para hacer los cálculos, lo que se podría solucionar empleando datos de sectores conexos o sustitutos del invento en creación.

Herramienta técnica 9: Inversión

Una error a superar por parte de los programas impulsores del emprendimiento, es el poco monto que están en capacidad de aportar como capital semilla a las empresas a crear, haciendo que estas nazcan generalmente como microempresas, dotadas con insuficientes activos fijos y bajo nivel tecnológico, así como con escaso capital de trabajo, lo que las hace débiles y las lleva a no poder soportar el tiempo hasta alcanzar el punto de equilibrio, ocasionando esto su cierre, por falta de liquidez monetaria, aunque las ideas de negocio, como tales, hayan podido ser buenas, por tener altos márgenes de contribución y alta posibilidad de demanda, entre otros determinantes de la inversión claves.

Para conseguir mayores niveles de inversión por proyecto, se debe planificar estableciendo la capacidad instalada mínima crítica que les faculte para alcanzar el volumen de producción a tasas de productividad o eficiencia que les permita competir con opción cierta de ganar una participación en los mercados donde se operara, con la cual se pueda generar valor.

Ante la imposibilidad de los programas emprendedores de aportar capital semilla para garantizar crear empresas que seguramente dentro de ese principio deberían dejar de ser micros, para ser PYMEs (pequeñas y medianas empresas); se pasaría a atender menos proyectos por convocatoria, para poder concentrar el presupuesto en empresas de mayor tamaño y posibilidades de éxito, o hacer un cambio en las alternativas de propiedad de los proyectos, invitando a los emprendedores a incorporar a sus equipos a personas con capacidad de invertir, a efecto de reforzar el capital semilla medio que pueden aportar las instituciones.

Las AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento) hacen un mal uso de los recursos monetarios, de personal y de toda índole al crear microempresas. Estas empresas nacen con baja inversión, con el entusiasmo de sus dueños, pero pronto la realidad de un mercado difícil de

penetrar y estabilizarse en él, demuestra que no es con cantidad de empresas micro con lo que se aporta al desarrollo de un país, sino que se requiere empresas fuertes, con inversión en activos fijos y capital de trabajo que las doten de la capacidad instalada suficiente para operar generando beneficios.

Ante la relevancia de establecer apropiadamente la inversión en cada empresa, los programas impulsores del emprendimiento, deben capacitar a los emprendedores para que calculen la inversión total (IT) a partir del modelo siguiente:

Ecuación 8 Inversión total (IT)

$$IT = IAF + IKT \quad (8)$$

Dónde: IAF es inversión en activos fijos tangibles e intangibles. IKT es inversión en capital de trabajo.

La primera variable se desagrega y explica así:

Ecuación 9 Inversión en activos fijos (IAF)

$$IAF = IT + IE + IME + IHM + IMEO + ISV + IGMF + IAI \quad (9)$$

La tabla 28 muestra cada una de las variables que integran la formula.

Tabla 28 Variables de IAF

VARIABLES	INVERSIÓN (I)
IAF	Activos fijos
IT	Tierras
IE	Edificios para producir, almacenar o comercializar
IME	Maquinaria y equipo para producción
IHM	Herramientas y utensilios de mano
IMEO	Muebles y equipos de oficina
ISV	Seres vivos, como plantas y animales
IGMF	Gastos de montaje y formación
IAI	Activos intangibles (patentes, franquicias, cartera de clientes, base de datos u otro).

Fuente: elaboración propia

La IAF es relativamente fácil de definir por el equipo emprendedor, pues para el caso de los activos fijos que se decida comprar, basta adquirirlos ajustándose a los requerimientos

establecidos por la capacidad instalada (CI), calculada anteriormente y con la que se debe dotar la empresa.

La segunda variable, IKT, resulta compleja de calcular, lo que debe hacerse antes de iniciar operaciones en una nueva empresa. Las variables seleccionadas se derivan de los egresos operativos, guardando entonces fuerte correlación con la determinación correcta de las necesidades de capital de trabajo (KT).

Ese KT o fondo de maniobra, está constituido por activos corrientes, tales como el efectivo disponible en caja y bancos, las cuentas por cobrar, los inventarios, los depósitos bancarios en títulos de corto plazo, y en general, todos los activos que son rápidamente convertibles en efectivo, para ser aplicados a los pasivos corrientes, tales como las cuentas a pagar a los proveedores, pasivos bancarios y otros pasivos que deban cancelarse en plazo máximo de un año. (Berg, J. y DeMarzo, P. 2010).

El KT también es reconocido como el dinero destinado a cubrir los costos de operación (costos variables y fijos), conceder crédito, y aún generar marca, pues este recurso se mueve de forma dinámica entrando y saliendo de la empresa. Por ello, la administración del KT es una tarea central de la gestión administrativa en las empresas. (Valencia, 2009).

Así, su mala presupuestación y empleo se manifiesta en déficit de flujo de caja operativo, esto es, falta de efectivo para atender los costos y gastos demandados por la operación diaria, (Altman, E. 1993; Altman, E., & Hotchkiss, E. 2002) siendo necesario corregir en corto plazo, pues de lo contrario, se presenta iliquidez, y de continuar la situación, se avanza hacia dificultades de capital, poniendo en riesgo de quiebra y cierre a la empresa con déficit de caja.

La literatura consultada indica establecer el KT con uno de los modelos que se muestran en la tabla 29 siguiente los cuales son usados indistintamente por diversos autores. (Opler, T.,

Pinkowitz, L., Stulz, R & Williamson, R .1999; Ali S, Ullah M, Ullah N. 2016; Martínez C., Cepeda J., & García C. 2013; Rizzo M. 2007; Harford, J., Mansi A., & Maxwell F. 2012; Valencia H, 2015; Zhu, W., Zhang, Q., & Wang, H. 2017; Butler, M., & Williams, P. 2006).

Tabla 29 Métodos para calcular KT (capital de trabajo)

MODELO	CONCEPTO O FORMULA
Capital de trabajo neto	Activo corriente – Pasivo corriente
Capital de trabajo neto operativo (KTNO)	(Cuentas por cobrar + inventarios) - cuentas por pagar
Necesidades operativas de fondos	Existencias + Deudas + Tesorería – Pasivo espontaneo
Flujo de caja operativo o flujo de tesorería	Conjunto de ingresos y egresos dados o esperados en un periodo
Déficit acumulado máximo	Estimar flujos de ingresos vs egresos en un periodo
Capital de trabajo por periodo de desfase	(Costo anual / 365) * Días del periodo

Fuente: elaboración propia

Identificado con la evaluación de los resultados del Fondo Emprender, el nexo incorrecta financiación del capital de trabajo con riesgo de cierre en las nuevas empresas; y reconociendo que los métodos actuales no incluyen las variables suficientes para calcular la inversión en capital de trabajo (IKT) en nuevas empresas, la doctoranda propone el modelo “IKT proyectos nuevos” presentado a continuación.

Ecuación 10 Inversión en capital de trabajo (IKT)

$$IKT = CVu * Q + CFX + Clv + CC + IGM - CP \quad (10)$$

En la tabla 30, se muestra cada una de las variables que la componen.

Tabla 30 Explicación de cada variable

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
IKT	Inversión en capital de trabajo
CVu	Costo variable unitario o CVupp (Costo variable unitario promedio ponderado) de los bienes producidos o comercializados
Q	Cantidad de unidades de punto de equilibrio a producir o comercializar por mes
CF	Costo fijo por mes
X	Número de meses a cubrirse en CF
Clv	El costo del inventario, el cual puede ser de materia prima y producción terminada
CC	Cuentas por cobrar

IGM	Inversión en generación de marca
CP	Cuentas por pagar proveedores

Fuente: elaboración propia

El modelo IKT proyectos nuevos es flexible, por lo que el valor total hallado se puede reducir, pues algunas variables del modelo son cero, si ellas no aplican en algunos proyectos específicos, dada su naturaleza particular operativa, o porque en el sector no se las usa para competir, o porque el equipo emprendedor inversor decide no usar la variable al valorar que no resulta estratégica para el desarrollo de su proyecto, tal como puede ocurrir con las variables costo del inventario, cuentas por cobrar y generación de marca, y aún cuentas por pagar proveedores, si en el sector no se recibe crédito de proveedores ni se le da a los compradores.

A continuación, en la tabla 31 se presenta como se halla cada variable del modelo IKT proyectos nuevos, aplicando para ello un ejemplo, a partir de datos supuestos como los que se establece para cualquier proyecto nuevo:

Tabla 31 Estructura de costos posible de un proyecto emprendedor

Producto	CVu (Costo variable unitario)	% MCu (Porcentaje e margen de contribució n unitario)	PVu (Precio de venta unitario)	MCu UM* (Margen de contribución unitario)	% Part.Vta (Porcentaje de participación en venta)
A	102 UM*	40 %	170 UM	68 UM	45 %
B	78 UM	45 %	142 UM	64 UM	55 %
TOTAL					100 %

Fuente: elaboración propia. *UM es unidades monetarias

Paso 1: Cálculo del costo variable unitario promedio ponderado (CV_{upp}): si la empresa opera con un solo producto no se habla de CV_{upp}, sino de CV_u, pero como la mayoría de las empresas a instalar ofrecen dos o más bienes se emplea:

Ecuación 11 Costo variable unitario promedio ponderado (CV_{upp})

$$CV_{upp} = \sum_{i=1}^n (CV_{u_A} * \%Part.Vta_A) + (CV_{u_B} * \%Part.Vta_B) + \dots + n \quad (11)$$

Dónde:

- CV_{uA}, costo variable unitario del producto A.
- %Part.VtaA, porcentaje de participación en la venta del producto A.
- CV_{uB}, costo variable unitario del producto B.
- %Part.VtaB, participación en la venta del producto B, y así sucesivamente hasta completar el portafolio de producto.

Reemplazando con las cifras del ejemplo se obtiene el valor a llevar a la fórmula:

$$CV_{upp} = 102 \text{ UM} * 0.45 + 78 \text{ UM} * 0.55 = 88.8 \text{ UM}$$

Paso 2: Cálculo de los costos fijos (CF): Para el ejemplo se establece los CF en 20.500 UM.

Paso 3: Cálculo de la cantidad Q de unidades a producir y vender: las Q unidades sobre las cuales establecer la IKT inicial en una empresa a comprar, deben partir de identificar las unidades de punto de equilibrio al mes (para el caso de una empresa a crear) o las ventas medias por mes que trae la empresa, (para el caso de una empresa en operación), pues uno de estos umbrales permite a la empresa contar con el capital de trabajo mínimo para solventar sus costos variables iniciales, representando para sus administradores el desafío de construir a partir de allí un flujo de caja operacional que posibilite el funcionamiento de la empresa.

Para el caso de un proyecto a implementar, se calcula el punto de equilibrio en unidades (Peu), esto es, las Q unidades a vender por mes por parte de la empresa a crear para evitar pérdidas, así:

Ecuación 12 Calculo del punto de equilibrio en unidades (Peu)

$$Peu = CF / MCupp \quad (12)$$

El margen de contribución unitario promedio ponderado (MCupp) surge:

Ecuación 13 Calculo del margen de contribución unitario promedio ponderado (MCupp)

$$MCupp = \sum_{i=1}^n MCu_A * \% Part .Vta_A + MCu_B * \% Part .Vta_B \dots n \quad (13)$$

Dónde:

- MCu A, margen de contribución unitario monetario del producto A.
- MCuB, margen de contribución unitario monetario del producto B.

Reemplazando con las cifras del ejemplo se tiene:

$$MCupp = 68 UM * 0.45 + 64 UM * 0.55 = 65.8UM$$

Entonces el Peu queda:

$$Peu = 20.500 UM / 65.8 UM = 312 U$$

Este valor son las Q unidades sobre las cuales establecer la IKT

Paso 4: Cálculo del número de meses “X” a cubrirse en costos fijos (CF): la variable X se refiere a la medición táctica que debe realizarse para calcular los meses que puede tardar el proyecto en alcanzar el punto de equilibrio, (esto cuando se está comprando una empresa en dificultades o naciendo), durante los cuales los CF generan salidas obligadas de dinero, menguando el capital de trabajo inicial, origen de iliquidez y cierre de empresas.

Para calcular X no existe una fórmula, pudiendo definirse evaluando factores como: novedad del producto, capacidad de competir con diferenciación o precio, cantidad y fortaleza de los competidores, cantidad y dinámica de la demanda y barreras de entrada a más competidores.

Así, el número de meses siempre habrá de definirse sobre elementos de orden conceptual o cualitativo. Una nueva empresa o una que venga en dificultades y ventas bajas, en promedio pueden tardar entre seis y doce meses en alcanzar el nivel de ventas que le evite sufrir pérdidas. En consecuencia, el número de meses a cubrirse en CF debe ser tal, que evite iliquidez y permita un giro operativo dinámico en la firma, hasta que ésta esté generando el margen de contribución bruto suficiente para solventar sus costos fijos mensuales.

Ese número de meses, en principio, debería ser igual al tiempo que se valoró la empresa tardaría en alcanzar el punto de equilibrio. Para el ejemplo, se estima emplear 3 meses. Entonces se reemplazará la X de la ecuación de IKT con 3.

Paso 5: Cálculo del costo del inventario (CIV): los inventarios pueden ser de materias primas, producto en proceso y producto terminado, pero en todos los casos los inventarios pueden ser cero, según la naturaleza del producto y la dinámica de compras del mercado, y si se establece en una empresa la política de operar sin inventarios al prever aplicar el método de justo a tiempo.

La inversión en inventario surge de una política que se implante, considerando variables, para el caso de las materias primas, como escasez, tiempo tomado por el proveedor para ponerlas en la empresa, y el número de veces al año que se incrementan los precios, entre otros aspectos.

Para los productos terminados se observa el tiempo que tarda el proceso productivo, necesidad de exhibir productos, tipo de cliente, seguridad del inventario y periodicidad con que los clientes compran.

El costo del inventario de materiales directos e indirectos se calcula así:

Ecuación 14 Cálculo del costo del inventario de materiales directos e indirectos

$C_{Ivmate} =$

$$[(\text{Costo de materiales/política reposición de inventario}) * \text{días colchón de seguridad}] * Q. \quad (14)$$

Si en el ejemplo el peso de los materiales directos e indirectos es el 70% del CV_{upp}, la política es reponer inventario cada 30 días, y el colchón de seguridad es de 10 días, el valor de inventario de materiales a mantener es:

$$C_{Ivmate} = [(88.8 \text{ UM} * 0.7) / 30 \text{ días}] * 10 \text{ días} * 312 \text{ U} = 6.465 \text{ UM}$$

A la ecuación de IKT, en la variable C_{Iv}, su primer componente, correspondiente al inventario de materias primas, se lleva la cifra encontrada.

El costo del inventario de producto terminado se calcula:

Ecuación 15 Costo del inventario de producto terminado

$$C_{Ivpnterm} = (CV_{upp} * Q / \text{Días del mes}) * \text{días ciclo de producción} \quad (15)$$

Si en el ejemplo el ciclo de producción de un lote es de diez días y las ventas son diarias sin pedido previo, el colchón de seguridad que evite perder ventas podría ser de al menos diez días, por lo que el costo del inventario de producción terminada sería:

$$C_{Ivpnterm} = \left(88.8 \text{ UM} * 312 \text{ U} - 30 \right) * 10 = 9.235 \text{ UM}$$

Este valor, sumado al de inventario en materiales, es el CIV a llevar a la ecuación de IKT buscada.

Cálculo de las cuentas por cobrar (CC): las CC son el valor que en promedio mensual una empresa mantiene invertido para financiar a sus clientes, como un mecanismo estratégico útil para incrementar ventas.

Ecuación 16 Cuentas por cobrar (CC)

$$CC = [Ventas esperadas (CVupp / PVupp)] / Rotación CC \quad (16)$$

Equivalente a:

$$CC = [(PVupp * Q) (CVupp / PVupp)] / Rotación CC$$

El PVupp, es el precio de venta unitario promedio ponderado y surge de:

Ecuación 17 Precio de venta unitario promedio ponderado (PVupp)

$$PVupp = \sum_{i=1}^n PVu_A * \% Part .Vta_A + PVu_B * \% Part .Vta_B \dots n \quad (17)$$

Dónde:

- PVuA, precio de venta unitario del producto A.
- PVuB, precio de venta unitario del producto B.

Reemplazando con las cifras del ejemplo se tiene:

$$PVupp = 170 UM * 0.45 + 142 UM * 0.55 = 154.6 UM$$

Si en el ejemplo se concede 30 días a los clientes para pagar, la rotación de CC queda:

$$Rotación CC = \text{Días del año} / \text{política de CC}$$

$$= 360 \text{ días} / 30 \text{ Días} = 12 \text{ veces}$$

Entonces el valor de CC a llevar a la ecuación de IKT es:

$$CC = [(154.6 UM * 312) (88.8 UM / 154.6 UM)] / 12 \text{ días} \\ = 332.466 UM$$

Paso 6: Cálculo de la inversión en generación de marca (IGM): dinero aplicado en posicionar el producto en el mercado mediante la recordación de la marca por parte del comprador/consumidor, y la conversión de esa recordación en ventas efectivas, objetivo para el cual se debe invertir en hacer promociones, publicidad y merchandising, entre otras estrategias de marketing.

La IGM debe ser considerada en la inversión total inicial, y se obtiene de la información del sector donde se competirá, del líder del mercado, o, preferiblemente, de competidores directos de tamaño y producto similar al de la empresa a crear, y que venden al mismo segmento de clientes y en la misma zona geográfica. El valor se define:

Ecuación 18 Inversión en generación de marca (IGM)

$$IGM = Ventas * \% \text{ que de las ventas invierten los competidores en GM} \quad (18)$$

Equivalente a:

Ecuación 19 Equivalencia del cálculo de la inversión en generación de marca (IGM)

$$IGM = (PV_{upp} * Q) * \% \text{ que de las ventas invierten los competidores en GM} \quad (19)$$

Para el ejemplo, si se establece que los competidores invierten un 3 % de las ventas en GM, se halla el valor a llevar a la ecuación de IKT:

$$IGM = (154.6 \text{ UM} * 312) * 0.03 = 1.447 \text{ UM}$$

Paso 7: Cálculo de las cuentas por pagar proveedores (CP): las CP son un alivio a la inversión que debe realizarse en IKT, por esto el valor calculado se resta en la ecuación y se obtiene:

Ecuación 20 Calculo de las ventas por pagar proveedores (CP)

$$\text{Rotación de CP} = \text{Días del año} / \text{política de crédito proveedores} \quad (20)$$

$$CP = (\text{Costo de materiales} * Q) / \text{Rotación CP}$$

Si los proveedores conceden 30 días de plazo para pagarles, se tiene:

$$\begin{aligned} \text{Rotación de CP} &= 360 \text{ días} / 30 \text{ días} \\ &= 12 \text{ veces} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} CP &= [(88.8 \text{ UM} * 0.7) * 312] 12 \text{ veces} \\ &= 232.727 \text{ UM} \end{aligned}$$

Al llevar el valor de CP al modelo se conoce finalmente el valor de IKT, reemplazando con todos los valores encontrados así:

$$IKT = CVu * Q + CFX + Clv + CC + IGM - CP$$

$$\begin{aligned} IKT &= (88.8 \text{ UM} * 312 \text{ U}) + (20.500 \text{ UM} * 3 \text{ meses}) + (6.465 \text{ UM} + 9.235 \text{ UM}) \\ &\quad + 332.466 \text{ UM} + 1.447 \text{ UM} - 232.727 \text{ UM} \\ &= 206.091,6 \text{ UM} \end{aligned}$$

Evaluada la cifra final por los inversores, definirán si resulta apropiada a las condiciones del proyecto, pudiendo modificarla con tan solo cambiar el número de meses que se estipulo tardaría la empresa en alcanzar punto de equilibrio, o reemplazando con cero una determinada variable no aplicable a un caso particular, hasta obtener un valor que les sea posible financiar y asegure la sostenibilidad de la empresa a instalar, mientras esta alcanza y permanece en un nivel de ventas superior al punto de equilibrio.

Observado cómo se halló cada variable del modelo para establecer la IKT de un nuevo proyecto, se evidencia que surgieron de rubros puntuales, seleccionados por guardar estrecha relación con los costos operacionales y los rubros que inciden en la entrada y salida de dinero, los cuales se pueden obtener de información propia de cada proyecto, o del gremio al que pertenezca, diferenciándolo esto de algunos de los métodos reportados para calcular el KT en empresas operando, que emplean información contable causada o presupuestada.

Esa circunstancia, y la obligación de usar las mismas cifras del ejemplo, indican que el modelo IKT proyectos nuevos es comparable con los siguientes métodos presentados:

Capital de trabajo por periodo de desfase (KTppd):

Ecuación 21 Capital de trabajo por periodo de desfase (KTppd)

$$\begin{aligned}KTppd &= (\text{Costo anual} / 365) * \text{Días del periodo} && (21) \\ &= [(88.8 \text{ UM} * 312 \text{ U mes}) + 20.500 \text{ UM mes}] 12 \text{ meses} / 365 \text{ días} 30 \text{ días} \\ &= 47.545 \text{ UM}\end{aligned}$$

Capital de trabajo neto operativo (KTNO):

Ecuación 22 Capital de trabajo neto operativo

$$\begin{aligned}KTNO &= (\text{Cuentas por cobrar} + \text{inventarios}) - \text{cuentas por pagar proveedores} && (22) \\ &= [(332.466 \text{ UM}) + (6.465 \text{ UM} + 9.235 \text{ UM})] - 232.727 \text{ UM} = 115.439 \text{ UM}\end{aligned}$$

Como el modelo IKT proyectos nuevos considera más variables genéricas aplicables a los nuevos proyectos para calcular el KT, tiende a arrojar un valor superior a los dos con que se comparó, lo que representa un mayor esfuerzo de financiación para emprendedores, pero contribuye a la sostenibilidad de la empresa a corto plazo, justo cuando las empresas nuevas presentan el mayor riesgo de iliquidez y cierre, pues deben abrir mercado rápidamente, antes que los costos fijos consuman la inversión inicial en KT.

El modelo IKT proyectos nuevos es aplicable, pues trasciende las fórmulas tradicionales presentadas para calcular el capital de trabajo en empresas operando, al centrarse en variables generadoras de ingresos y egresos, previendo el tiempo durante el cual podrían presentarse pérdidas hasta comenzar a generar beneficios.

Herramienta técnica 10: Financiación

La necesidad de dotar a las empresas a crear con la capacidad instalada que las haga productivas y competitivas, se complementa con el requisito de prever niveles de inversión de mayor calado, demandante esto a su vez de disponer de fuentes de financiación que hagan posible poner en marcha programas con esta nueva visión y misión estratégica: impulsar la instalación de empresas planeadas con capacidad instalada alta y eficiente, con niveles de inversión ajustados al requerimiento de esa capacidad instalada y con fuentes de financiación que posibiliten poner a operar los proyectos potenciando sus posibilidades de éxito.

En ese panorama, la financiación de los proyectos debe comprender tres alternativas:

Capital semilla, aportado por la AIE, (Agencia de Innovación y Emprendimiento), bien como préstamo o crédito de honor, para que sea regresado sólo en los casos en que las empresas creadas alcancen a generar beneficios.

Aporte de socios, siendo éstos, tanto los emprendedores que aparte de plantear la idea de negocio puedan inyectar recursos monetarios u otros activos productivos valorables; como otros inversores, entre quienes pueden estar inversores de capital de riesgo, inversores ángeles, y sobre todo, trabajadores, empleados, que gracias a sus ingresos tengan capacidad y voluntad de invertir.

La novedad con los empleados inversionistas, es conseguir que a través de las AIE y alrededor de las ideas de negocio con potencial para generar riqueza, cuyo nivel de inversión es superior al demandado por una microempresa, se organicen los denominados CIEM (Colectivos de Inversión Empresarial) (Ramírez, E, Cajigas, M, & Estévez, P, 2011). Tal como se muestra en la Figura 32.

Figura 31 Estrategia CIEM.



Fuente: Ramirez., Cajigas., & Estévez (2011)

Un CIEM es cada grupo que se forme por voluntad propia entre Emprendedores e Inversores para generar empresa.

Los emprendedores pueden ser estudiantes, trabajadores, empresarios, instituciones y otros agentes, ubicados en la localidad foco de la inversión, y son los generadores de los planes de negocio. Los emprendedores pueden o no tener capacidad para invertir, pero en todos los casos su aportación de la idea de negocio, el plan para implementar la empresa y el capital semilla obtenido de la AIE, les serán valorados como un porcentaje del capital a invertir, en un monto que saldrá de acuerdo negociado entre inversores de capital y emprendedores, con el cual se configurará la parte de propiedad que de la empresa les pertenecería.

Inversores del mundo, son los que aportan el mayor capital para realizar el montaje de la empresa, los cuales pueden ser: emprendedores, trabajadores, inversores de capital de riesgo, instituciones, empresarios, dependencias oficiales y otros agentes. Cuando son trabajadores los que invierten empleando la táctica del Ahorro-Aporte, se obtiene al Trabajador-Empresario, agente que permitirá la redistribución de la riqueza y dinamizará la economía.

Los trabajadores como posibles inversores, podrían ser con relación a los emprendedores, familiares, amigos, relacionados o personas a conocer, residentes fuera o dentro del país, que tengan ingresos que les posibiliten invertir empleando la táctica prevista en la estrategia CIEM del Ahorro-Aporte. El contacto equipo emprendedor – trabajadores inversores se puede auspiciar mediante ruedas de negocio, consistentes en reuniones programadas, personales o a través de la web, en las cuales los emprendedores exponen sus propuestas ante los potenciales inversores, quienes escogen así en qué iniciativas aproximarse para conocerla más afondo y considerar la inversión.

El Ahorro-Aporte consiste en establecer el valor de aporte que haría cada Trabajador-Empresario, según el número de posibles socios en proporción a la inversión total presupuestada para cada idea de negocio, para con ello, establecer un ahorro en una entidad financiera participante de la alianza, mientras se hace el plan de negocio, lo que permite contar con un dinero por inversor a la fecha de realizar la capitalización de la empresa y obtener el crédito que pudiera hacer falta para completar el aporte de cada persona, crédito que se planificaría en monto, tasa de interés y plazo para que la cuota de pago mensual sea igual al monto de la cuota de Ahorro – Aporte que habría establecido cada inversor, de cara a sus posibilidades de invertir.

Con ese modelo, los programas de impulso a la fundación de empresas podrían trabajar con entidades financieras, tales como bancos, cooperativas y otras, quienes hallarían conveniente

hacer parte de la alianza, pues ganan ahorradores y tomadores de crédito para inversión, los cuales disponen de capacidad de pago, gracias a contar con empleo, lo que garantiza la devolución del préstamo, más allá de los resultados de la empresa creada, pues el crédito se toma a título personal por cada Trabajador – Empresario.

El que el crédito para hacer el aporte decidido por cada trabajador inversor quede bajo la responsabilidad del propio trabajador, es un elemento a favor del modelo CIEM, pues ello disminuye el nivel de riesgo de la empresa montada, ya que no se ve obligada a pagar deuda cada mes independientemente de sus resultados financieros, consiguiendo además evitar presión sobre su flujo de caja operacional, mismo que tendría si hubiese financiado con crédito a su cargo.

Quien invierta en una empresa mediante la estrategia CIEM es llamado Trabajador-Empresario, pues la propuesta es que la persona continúa trabajando donde lo viene haciendo y se convierte en empresario al aportar capital en un proyecto empresarial, como vía para conseguir mejorar su crecimiento económico.

La estrategia CIEM permite masificar la inversión y difundir el espíritu empresarial, invitando a los trabajadores a tomar el riesgo de invertir de manera organizada, planificada, tomando crédito no para consumo, sino para invertir, lo que potencia su capacidad de pago futuro, asunto éste que obra como una garantía más a su favor y de las entidades de crédito que decidan participar del modelo.

Adicionalmente, la unión emprendedores trabajadores en nuevas empresas, permitirán consolidar la organización de juntas directivas bien fundamentadas para las nuevas empresas, por su compromiso debido al interés directo que tienen en el éxito de la empresa, pudiendo los trabajadores aportarles a los emprendedores jóvenes su experiencia y conocimiento ganado en su práctica laboral, haciendo de esta manera una transferencia de conocimiento, lo que eleva las

posibilidades de las nuevas empresas de penetrar y consolidarse en los mercados donde compitan.

La figura CIEM y lo planteado puede ser atractiva para entidades multilaterales como el BID Invest, quien como se citó, ha prestado dinero a bancos de Chile y Brasil para que implementen y desarrollen sus programas creadores de empresa.

En la estrategia CIEM, el Ahorro-Aporte es una táctica que facilita a trabajadores asalariados ahorrar para invertir en una empresa, generando dinámica económica local y una mejor redistribución de la riqueza. El Ahorro-Aporte, entendido como ahorro programado para hacer inversión futura, o como el pago de un crédito adquirido para realizar el aporte en una inversión empresarial, se convierte en un mecanismo para permitir que los inversores sean no sólo personas con sólidos capitales, sino asalariados que pueden dirigir parte de su ingreso a invertir en un proyecto empresarial.

El Ahorro-Aporte posibilita a las personas con empleo invertir en empresas, lo que permite indicar que el modelo CIEM conduce a auspiciar la aparición continua del Trabajador-Empresario, entendido como una posible fuente de financiación de ideas emprendedoras, más fácil de contactar que los grandes inversores por cada equipo emprendedor dueño de un proyecto empresarial.

El valor del Ahorro-Aporte mensual se establece para cada idea emprendedora en función al monto de la inversión a realizar y de la capacidad del emprendimiento de generar utilidades y flujo de caja libre, por lo cual, se define su monto desde el análisis de pre factibilidad de la idea emprendedora o al hacer el estudio de factibilidad, es decir, que el instrumento se convierte en un elemento de planeación, organización, dirección y control en la estructuración de cada proyecto de inversión.

La estrategia CIEM con su táctica del Ahorro–Aporte permitirá a los programas emprendedores seguir atendiendo un gran número de propuestas de ideas de negocio por convocatoria, consiguiendo impulsar con su capital semilla inversiones que permitan obtener empresas más sólidas, por mejor dotadas en activos fijos tangibles e intangibles y capital de trabajo, lo que les fortalece para poder competir con productividad en los mercados nacionales o extranjeros donde decidan incursionar.

Finalmente, la estrategia CIEM propuesta permitiría conseguir empresas con juntas directivas o grupos de acompañamiento organizados, interesados en alcanzar resultados positivos para la empresa, al tiempo que facilita montar empresas más fuertes en tamaño, planeación y capacidad de acción, contando con financiación completa y suficiente, integrada por capital semilla, proveniente del programa emprendedor; aporte de socios, y crédito bancario a través de estos.

Herramienta técnica 11: Costo de capital

El área de capacitación de los programas impulsores de la creación de empresas debe fortalecer la visión pragmática de los emprendedores, precisándoles la relevancia de obtener el financiamiento de su inversión en las condiciones más favorables posibles en términos de minimización del riesgo. Se trata, por tanto, no sólo de conseguir las menores tasas de interés y plazos en los créditos que deban pedirse, sino, sobre todo, conseguir inversores dispuestos a asumir el riesgo de aportar capital que evite tomar crédito, pues ello es lo que más contribuye a disminuir el riesgo financiero.

El riesgo financiero inducido por el endeudamiento afecta menos a las antiguas empresas que a las nuevas, pues estas deben enfrentar los pagos por mes de créditos desde el día uno de su apertura, sin haber comenzado a vender, sin estar en punto de equilibrio. Ésta es la razón

principal por la que conviene financiarlas más con aportes de socios que con créditos. En niveles de ventas al mes, las empresas antiguas tienen una realidad histórica, las nuevas sólo expectativas.

Al emplear la estrategia de vincular a las ideas de negocio de los emprendedores a inversores de capital, encarnados en trabajadores, para conseguir montar empresas más sólidas con menor o ninguna deuda, se disminuye el riesgo financiero, pero se puede incrementar el costo de capital, factor que debe aprenderse administrar por los emprendedores, a través de la capacitación recibida.

El costo promedio ponderado del capital, o simplemente costo de capital (CK), es la tasa a la que cuesta financiar la inversión a realizar o hecha en una empresa, obtenida como la suma de los promedios ponderados entre capital de socios y crédito, habiéndole quitado a este último el efecto del impuesto a la renta.

Para establecer el CK de su idea de negocio, un equipo emprendedor debe establecer primero la capacidad instalada del proyecto, con ello define el monto total de la inversión requerida. Conocida ésta, se decidirá cómo habrá de financiarla entre capital y deuda, teniendo en cuenta que el costo del crédito que solicite estará determinado por la tasa de interés del mercado, mientras el costo del recurso aportado por los socios será la tasa de retorno, la cual siempre será mayor al costo de los créditos, y no sólo debe acogerse a la ofrecida por el mercado en cada renglón económico, sino que debe satisfacer las expectativas de las personas interesadas en invertir.

El riesgo viene asociado tanto al nivel de endeudamiento a tomar como a la tasa de interés que se debe asumir, teniendo en cuenta el nivel de tasa de retorno exigida por los inversores, lo que se conjuga en el CK, por lo que se debe procurar iniciar todo proyecto

emprendedor con el menor nivel posible de deuda, procurando financiarlo en el mayor porcentaje con recursos de inversores, aunque éstos exijan una tasa de retorno que siempre es superior entre 2 y 5 puntos porcentuales a la tasa de interés de los créditos, pero con la diferencia que los créditos deben pagarse forzosamente por lo general cada mes, mientras el retorno de los inversores se paga regularmente después del final de cada año contable si y sólo si el proyecto ha generado valor, es decir, si ha arrojado utilidades y flujo de caja libre positivos.

Para fortalecer la sostenibilidad de las empresas creadas, que es la prueba de capacidad emprendedora de un país, los capacitadores de los programas aplicados a la creación de empresas deben enseñar a los emprendedores a obtener el costo de capital de sus proyectos más bajo posible, minimizando el riesgo financiero, inducido por endeudamientos alto, invitándolos por el contrario a financiarse a través de Trabajadores-Inversores en calidad de socios.

Herramienta técnica 12: Beneficio mínimo esperado (BME)

Los emprendedores deben calcular el beneficio o utilidad neta mínima que debe ofrecer su proyecto por año, multiplicando el valor total de la inversión demandada en la idea de negocio (V) por el costo de capital (CK) anual así:

Ecuación 23 Beneficio mínimo esperado

$$BME = V \times CK \quad (22)$$

El resultado permite conocer la magnitud del compromiso que están asumiendo, pues con ese monto deben pagar a los acreedores y a los socios aportantes de capital.

El BME indica el rendimiento mínimo exigible a su gestión administrativa, es decir, el proyecto debe ofrecer un beneficio muy superior al número obtenido, pues de lo contrario, no estaría generando valor y por tanto carecería de atractivo tanto para el propio emprendedor como para cualquier grupo de interés, prestamistas, inversores, etc.

La tasa de rendimiento mínima (TRM) esperada o ROA (Retorno Sobre la Inversión), obtenida de dividir el valor del beneficio mínimo esperado (BME) anual entre el valor total de la inversión requerida, debe ser mayor al CK en varios puntos porcentuales, para que un equipo emprendedor considere bueno su proyecto y lo valide para presentarlo ante potenciales financiadores.

Establecido el BME anual, el equipo emprendedor debe calcular las unidades proyectadas (U_{py}) a producir y vender por año para obtenerlo, usando este modelo:

Ecuación 24 Cálculo de unidades proyectadas a producción y vender por año

$$U_{py} = \{[(CF + i) + [(BME / (1 - t))]] / Mcupp\} \quad (23)$$

Dónde: CF es el costo fijo anual; i es el interés anual a cargo de la empresa; BME es el beneficio o utilidad proyectada; 1 es un factor fijo; t es el porcentaje de impuesto a la renta vigente en el país; y Mcupp es margen de contribución unitario promedio ponderado.

La cifra obtenida debe compararse con la calculada como capacidad instalada (CI), la cual debe ser significativamente mayor a ésta, demostrando así que el proyecto tiene la capacidad de producción para elaborar y vender un número de unidades superior a las necesarias para generar el BME.

Este es el tipo de conocimiento que se debe transferir de los capacitadores de los programas impulsores del emprendimiento a los emprendedores, a efecto de conseguir lo que reclaman los economistas, los postulantes de la teoría de los recursos y capacidades y los ciudadanos que pagan impuestos para financiar tales programas: empresas generadoras de riqueza, manifiesta en empleos bien remunerados y estables, pago a financiadores y a la administración de impuestos y en general, dinámica económica, sustentadora de sociedades armoniosas por la calidad de vida digna que disfrutan.

Herramienta técnica 13: Participación en el mercado

En mercados competitivos, el nivel de éxito de las empresas existentes, dependerá del porcentaje de clientes del mercado objetivo que compran frecuentemente sus productos. Es decir, las empresas generan mayor valor o riqueza, cuanto mayor sea su cuota de mercado frente a sus competidores, razón ésta que obliga a cada nueva empresa a conseguir en el menor tiempo posible y de manera estable una parte del mercado, que le asegure el éxito.

Los teóricos de la formulación y evaluación de proyectos (Sapag, 2016) y del mercadeo (Kotler, 2016), proponen diferentes métodos para calcular la participación en el mercado o volumen de ventas anuales o mensuales que una nueva empresa debe tener, pero lo cierto, es que ello no debe representar ninguna dificultad para los capacitadores de los programas emprendedores, pues basta con enseñar a los emprendedores que ese cálculo se corresponde, o es similar, a la capacidad instalada.

Efectivamente, en principio, todo empresario espera vender la cantidad de unidades por año o mes que es capaz de producir o comercializar, es decir, su capacidad instalada máxima teórica. Éste sería su límite superior en cuanto a participación en el mercado por varios años; pues la fórmula propuesta de CI como se pudo observar, permite que se efectúe el cálculo con proyección a los años que el equipo emprendedor valore como apropiados a su iniciativa.

El equipo emprendedor así no aplica tiempo y esfuerzo en calcular algo que ya está hecho por descarte, lo que le permite focalizarse en definir bien el mercado potencial, reconocer a los competidores directos e indirectos, identificar y medir el comportamiento y conducta de su mercado objetivo, de su target cliente, para con ello pulir la personalidad de sus productos, a efecto de hacerlos atractivos y capaces de fidelizar a los compradores, para vender y conseguir que su negocio sea sostenible en el tiempo.

Herramienta técnica 14: Distribución y ventas

El equipo emprendedor responsable de una propuesta de inversión, tiene como tarea primordial definir a través de qué canales y logística de distribución y ventas podrá atender a sus clientes.

Tal logística debe estar correlacionada con la capacidad instalada mensual prevista para la nueva empresa, debiendo definirse los canales de distribución, considerando hacerlo mediante acuerdos con distribuidores mayoristas, tiendas especializadas, cadenas de supermercados, tiendas de barrio, puntos de venta propios, venta a través de la web o cualquier otro canal, o sistema o con todos ellos o algunas de esas alternativas.

El estudio de Confecamaras (Cuaderno de análisis económico No. 13, 2017) revela que las firmas con mayor crecimiento en ventas emplearon diferentes puntos o modalidades de venta, incluida la participación en el mercado nacional y del exterior. Tomando como referencia este trabajo, podemos sugerir que las nuevas empresas deben optar por este camino.

La política de logística de distribución y ventas dependerá de la capacidad de producción que decida la empresa alcanzar. El coste de dicha política quedará incluido en el monto de la inversión inicial total, y el plan de financiación que se debe trazar para poner en marcha la nueva organización.

Herramienta técnica 15: Compromiso de ventas a cinco años

Los citados estudios de Confecamaras (Cuaderno de análisis económico No. 14, 2017) y del Instituto del Fracaso (2015) han evaluado el comportamiento de las nuevas empresas en periodos de cuatro a cinco años, para establecer qué porcentaje de ellas cierran o sobreviven por año. Este intervalo de tiempo es el considerado por el área administrativa apropiado para proyectar y por el sector financiero para conceder créditos calificados como de mediano y largo

plazo, por lo que aquí se lo asume entonces como el indicado para proponerlo como la media general aplicable para trazar las metas de ventas a obtener por cada nueva empresa instalada.

Los compromisos de ventas se definen en función a los recursos y capacidades disponibles, tanto en producción como en mercadeo y ventas, consignando los planes para posicionar marca, considerando la inversión en publicidad, promoción y merchandising, que permita alcanzar las metas trazadas por mes.

Las empresas nuevas tienen una secuencia para llegar al posicionamiento en el mercado, que inicia por definir el tiempo que necesitarán para alcanzar el punto de equilibrio que les permita alcanzar el volumen de ventas a partir del cual empezarán a generar beneficios.

Fundándose en los resultados ofrecidos por Confecamaras (Cuaderno de análisis económico No. 14, 2017) entre el 20 y el 30 % de las nuevas empresas cierran al final del primer año de vida. Esto significa que es necesario que se alcance el punto de equilibrio (Pe) antes de ese plazo, porque las empresas no nacen con el capital de trabajo necesario para soportar pérdidas durante ese tiempo.

Así entonces, cada equipo emprendedor debe abrir su empresa disponiendo alcanzar el Pe en un plazo de tres a seis meses, pues más tiempo conduce al cierre, estando supeditado ese plazo al monto aportado dentro del capital de trabajo para cubrir sólo los costos fijos, por ser los que consumen el dinero presupuestado en la inversión inicial para pagar los costos de operación (costos variables y fijos) y conceder crédito entre otras necesidades.

En tal sentido, la primera meta, alcanzar ventas estables para cubrir Pe, se debe lograr en máximo cuatro meses, por lo que el equipo emprendedor debe trabajar de manera organizada y proactiva para alcanzar este propósito.

La segunda meta debe ser alcanzar el nivel de ventas que permita obtener el beneficio mínimo esperado (BME), lo cual debería lograrse por toda nueva empresa, como máximo al cumplir su segundo año de operación, considerando que durante este tiempo se logró conocer la realidad de los clientes, en términos de sus hábitos de compra, así como el funcionamiento cierto de los canales de distribución y venta con toda su logística operativa, al igual que la reacción de los competidores ante el ingreso al mercado de la nueva empresa.

Para llegar al segundo objetivo, un equipo emprendedor responsable, debe observar, interpretar y actuar de manera lógica, pronta y segura ante las señales del mercado, ajustar sus planes sobre la marcha y poner énfasis en vender un buen producto, bien agenciado antes y después de la venta, centrándose en el cliente.

La tercera meta, a cumplir en el tercer año de actividad, es lograr usar la capacidad instalada al nivel de uso medio de las empresas seguidoras del líder del mercado, contando que este grupo de empresas con ese porcentaje de uso de su capacidad instalada son productivas y están generando riqueza. En ese sentido, los emprendedores deben identificar cuál es el porcentaje de uso medio de la capacidad instalada que hacen las empresas del renglón donde se compite.

La cuarta meta se debería alcanzar al finalizar el quinto año. Este debe ser el año de la consolidación, durante el cual se logra trabajar a plena capacidad, usando entre el 90 y 95% de la capacidad instalada máxima teórica por turno, se tiene presencia en los principales mercados del país, y si el portafolio de producto es transable internacionalmente, se debe estar vendiendo en algunos mercados del exterior bien seleccionados, por lo que se debe proyectar trabajar a dos o tres turnos, si la planta de operación y condiciones del mercado lo permiten en el tipo de sector donde se compita.

Herramienta técnica 16: Resultados a cinco años

La agencia responsable del programa de emprendimiento debe inculcar a los responsables de la dirección y gestión de las empresas instaladas, la importancia de disponer de un plan anual, sencillo, hecho en una hoja electrónica, donde por cada área funcional de la empresa, se establezca los objetivos y metas, con las tareas, responsables de acometerlas, requerimientos para lograrlas, tiempo en que deben estar hechas y resultados esperados, como medio para que el equipo humano comprometido en la empresa trabaje con una hoja de ruta para alcanzar los objetivos dispuestos.

Escrito o no, las empresas deben operar dentro de un plan presupuestal, a efecto de que todos sus colaboradores conozcan lo que se quiere alcanzar y cómo y cuándo, disponiendo el costo que representa lograr cada objetivo, por lo que los resultados deben ser medibles, cuestión que motiva a exigir a las empresas a instalar el montaje y uso efectivo de un software contable, que permita hacer una gestión transparente, tanto para los interesados internos como externos, incluidos el sector financiero, proveedores, la administración de impuestos y público en general.

Un sistema contable enmarcado dentro de la normatividad internacional y bien usado, otorga a cada empresa que lo implementa una base organizativa sustancial, pues proporciona la información oportuna, completa y detallada que los administradores necesitan para tomar decisiones soportadas en información creíble. Requisito indispensable para incrementar las posibilidades de alcanzar los objetivos.

La información contable mide el alcance de los resultados en cifras, absolutas y relativas, útiles para que la junta directiva y ejecutivos de las empresas valoren el nivel logrado frente a los objetivos, y hace a la firma merecedora de confianza, de respeto, y le abren puertas para acceder a mercados a través de alianzas o acuerdos comerciales con distribuidores, al tiempo que le

facilita acceder a fuentes de financiación, tanto con proveedores, el sector crediticio y aportantes de capital.

Gracias a la información contable, los responsables de dirigir una empresa pueden identificar los costos, comportamiento de las ventas por comparación entre periodos y disponen del insumo esencial para preparar el flujo de caja libre, herramienta útil para establecer si se está o no generando valor, para poder establecer las líneas de actuación en un futuro.

Por lo anterior, los capacitadores de los programas de emprendimiento empresarial deben familiarizar a los emprendedores con los siguientes tres instrumentos contables que facilitan la medición de los resultados obtenidos por una empresa, invitándolos a implementarlos, gestionando la compañía con los principios en ellos abordados. Véase la tabla 32 siguiente:

Tabla 32 Estructura del Estado de Resultados a conocer por emprendedores

Rubro	Ejemplo con valor	Cálculo y explicación
(Inicio) Ventas (V)	1000 \$	$V = Q \times PVu$. Constituye el ingreso por vender el portafolio de producto que es la base de la actividad económica de la empresa. Surge de multiplicar las Q unidades producidas y vendidas por el precio de venta unitario.
(Menos) Costo de Mercancía Vendida (CMV)	600 \$	$CMV = Q \times Cvu$. Es el costo causado en el proceso productivo. Se obtiene multiplicando las Q unidades producidas y vendidas por el costo variable unitario (Cvu).
(Resultado) Utilidad Bruta (UB)	400 \$	$UB = Ventas - CMV$. La utilidad bruta o ganancia bruta es el mismo margen de contribución, no visto por unidad de producto sino por todas las unidades vendidas en cada periodo. La utilidad bruta, dada como porcentaje, al dividir su valor entre el monto de las ventas, tiende a ser similar entre empresas del mismo sector que operen con productos idénticos, sean de tamaños semejantes y empleen tecnologías y procesos productivos parecidos. Gracias a ello, al dividir la utilidad bruta (UB) entre el valor de las ventas, se obtiene el porcentaje de margen de contribución total, es decir, el porcentaje de contribución medio que obtiene una empresa del portafolio de producto que ofrece, de donde se puede deducir el porcentaje de margen de contribución unitario aproximado que puede obtener de cada línea de producto.
(Menos) Costos Fijos (CF)	100 \$	El CF es el valor incurrido por cada periodo de tiempo para mantener abierta una empresa. Los CF son la suma de todos los costos administrativos y los de ventas.
(Resultado) Utilidad Operacional (UO)	300 \$	$UO = UB - CF$. La utilidad operacional es la misma utilidad antes de intereses e impuestos (UAI) y es el indicador apropiado para medir el desempeño de una empresa, debido a que indica la rentabilidad que genera con la operación de su negocio o actividad económica propiamente dicha. En sectores integrados por empresas competitivas se espera que la UO dada como porcentaje sea similar.
(Menos) Intereses (I)	20 \$	$I = D \times i$. El monto de intereses se conoce multiplicando cada deuda (D) por la tasa de interés (i) pactada. Si se tiene varias deudas se hace la operación indicada y se suma los resultados para conocer el interés del periodo.
(Resultado) Utilidad Antes de Impuestos (UAI)	280 \$	$UAI = UO - I$. La utilidad antes de impuestos surge de restar a la utilidad operacional (UO) los intereses (i), arrojando la base gravable del impuesto a la renta de las empresas.

(Menos) Impuesto a la Renta (t) (de un 30% en el ejemplo)	84 \$	$T = UAI \times t$. Precisa el monto a pagar al Estado como retribución a la sociedad donde la empresa opera y se beneficia. Se calcula multiplicando la utilidad antes de impuesto (UAI), por el porcentaje de impuesto a la renta (t), el cual es establecido por el gobierno mediante una ley.
(Resultado) Utilidad Neta (U)	196 \$	$U = UAI - t$. Al restar a la UAI el valor del impuesto a la renta se obtiene la utilidad neta (U) que es el beneficio último logrado en un intervalo de tiempo por una empresa. No es apropiado esperar que la utilidad neta arroje un porcentaje similar en todas las empresas de un sector, pues el nivel de endeudamiento e interés que paga cada una es diferente.

Fuente: elaboración propia

Aceptada la importancia del estado de resultados para medir el desempeño de una empresa, los instrumentos siguientes son el flujo de caja libre (FCL) y el flujo de caja libre disponible para socios (FCLDPS), los cuales se debe dar a conocer a los emprendedores, por parte de los capacitadores, a efecto de conseguir que los conozcan, asimilen y apliquen en sus empresas como herramientas de medición y guía en la gestión administrativa, pues se centran en mostrar cómo administrar los beneficios obtenidos en la empresa, evitando que administradores y propietarios hagan un uso no organizado y planificado de ese recurso. Las figuras siguientes presentan la estructura del FCL y del FCLDPS. Véase la tabla 33 y 34.

Tabla 33 Estructura del flujo de caja libre (FCL)

Rubro	Explicación
(Inicio) Utilidad neta	Se toma la utilidad o pérdida neta del Estado de Resultados.
(Más) Depreciaciones y amortizaciones de gastos diferidos	Se suman estos rubros que no constituyen salidas efectivas de dinero (las depreciaciones) o son dineros pagados por anticipado (los gastos diferidos) para determinar el verdadero disponible monetario con que se contó en el periodo.
(Más) Intereses	Se adiciona los intereses, para establecer cuánto dinero se tuvo durante el periodo, antes de provisionar el pago de intereses, los cuales se habían descontado en el Estado de Resultados para poder calcular el monto del impuesto a la renta.
(Resultado) Flujo de Caja Bruto (FC)	Es la masa monetaria que circulo en la empresa durante el periodo.
(Menos) Aumento del capital de trabajo neto operativo (KTNO)	El KTNO surge de sumar las cuentas por cobrar con los inventarios y restarle las cuentas por pagar, resultado que se resta al flujo de caja bruto (FC), de donde se apropia los recursos adecuados a las necesidades operacionales diarias de una empresa.
(Menos) Aumento en los activos fijos por reposición.	Se resta la provisión contable o salida efectiva de dinero, necesaria para reponer los activos fijos de la empresa, equivalentes a la depreciación antes sumada, pues este valor no puede comprender egresos ocasionados en adquisición de activos dirigidos a mejorar capacidad instalada, pues podría conducir a obtener un FCL negativo que dañaría la verdadera percepción de valor de una organización. Las reposiciones de activos generalmente implican salidas de dinero superiores a las provisionadas como depreciación, porque los activos cambian de precio a través del tiempo por ser mejores o simplemente por la inflación.
(Resultado) Flujo de Caja Libre (FCL)	Es el resultado buscado, el cual indica junto a la utilidad la capacidad

	generadora de riqueza de un proyecto para atraer o no a los inversores. Parte del valor de FCL se emplea para cubrir el servicio de la deuda (interés y capital) y el resto queda a disposición de los dueños.
--	--

Fuente: elaboración propia

Tabla 34 Estructura del flujo de caja libre disponible para socios (FCLDPS)

Rubro	Explicación
Flujo de caja libre (FCL)	Toma el saldo arrojado como FCL
(Menos) Intereses	Valor del interés causado en el periodo contable, mostrado en el estado de resultados de la empresa. El valor se resta porque no hacerlo indicaría que los socios pueden tomar ese dinero, lo que no es así, pues si una empresa tiene deuda es porque sus dueños no pudieron o no quisieron cumplir su deber de financiarla. El valor obtenido sería de la empresa, como persona jurídica u organización independiente de sus dueños, aunque la empresa en sí sea de esos dueños. Ese dinero lo puede emplear la administración de la empresa para autofinanciar los planes de crecimiento de la empresa aprobados por los dueños, lo que finalmente fortalece el patrimonio de los propietarios de la empresa y le permite a futuro obtener mayor FCLDPS.
(Menos) Abono a capital	Valor del abono a capital, causado en el periodo contable, mostrado en el balance general de la empresa. La resta ocurre por la misma razón por la que se restó el interés, el dinero se usa para el desarrollo de la empresa y tiene a través del tiempo el mismo efecto positivo revertido a favor de los dueños.
Flujo de caja libre disponible para socios (FCLDPS)	El resultado es el flujo de caja libre disponible para socios. Sobre este monto, los socios pueden decidir qué porcentaje se distribuyen entre ellos y qué porcentaje dejan para el crecimiento de la empresa, que bien puede ser vertical, horizontal o por diversificación. En principio, los socios de una empresa podrían esperar se les distribuya un porcentaje del FCLDPS equivalente a la tasa de retorno que las empresas les ofreció al momento de invertir, por lo cual, el monto a distribuir debe calcularse así: Beneficios a distribuir = Patrimonio * Tasa de retorno. Así, al saldo obtenido como FCLDPS se le resta este valor, siendo la diferencia lo que se podría presupuestar para planes de crecimiento y diversificación de la empresa a partir de los recursos generados internamente por ella, es decir, sin tomar crédito o tomándolo en menor escala para financiar tales proyectos, lo que disminuye la exposición al riesgo financiero de la empresa y permite obtener finalmente más FCLDPS.

Fuente: elaboración propia

Herramienta técnica 17: Empresas sostenibles

Las 16 herramientas propuestas como posible solución a la necesidad de fortalecer la capacidad emprendedora en un país, se traducen en la pretensión primaria de conseguir que alrededor de un 60% de las empresas nuevas no fracasen durante sus primeros cinco años de vida, (Confecamaras, 2017), pues ello es un lastre para las finanzas de cualquier nación, no sólo por la pérdida del recurso invertido, sino por la disminución de fuentes de desarrollo económico

y social y por el efecto moral que esos cierres ocasionan en la mente de los emprendedores y sus familias.

Pero el alcance de esas 16 variables del pretendido modelo no termina aquí su cometido. Se debe concienciar a cada equipo emprendedor sobre la necesidad de conseguir participar de negocios sostenibles y comprometidos con el bienestar social. Para ello, las empresas deben ser responsables de realizar un consumo eficiente de los recursos y desarrollar las capacidades que sean necesarias para alcanzar las competencias en materia de gestión del conocimiento y del aprendizaje, de innovación, liderazgo, de trabajo en equipo, comunicación, creatividad, de planificación y organización, de gestión del cambio, de responsabilidad social y laboral, etc. El desarrollo de estas competencias garantizará el éxito en la implementación de la estrategia empresarial definida.

El modelo para fortalecer la capacidad emprendedora en cuestión, acoge la importancia de hacer sostenibles a las empresas nuevas tanto en lo económico, ambiental y socialmente.

En lo económico, a través de hacer la práctica comercial con ética, llevando al mercado bienes tangibles e intangibles bien hechos; exigiendo el comportamiento responsable de sus administradores para no correr riesgos indebidos; mantener una relación ganar- ganar con los clientes, proveedores y demás relacionados con la empresa; teniendo presente el compromiso de cumplir el pago de impuestos; y previendo cómo gestionar las crisis que pueden afectar a la empresa; y, finalmente, practicando procesos de inversión responsable, frente a propietarios, empleados y demás grupos de interés internos y externos.

Ambientalmente, las nuevas empresas deben nacer acogiéndose a la obligación de mitigar el impacto negativo ambiental de sus procesos operativos, disponiendo del sistema de gestión ambiental que le sea apropiado y proporcional; obteniendo el ahorro de agua, energía, papel y

viajes; disponiendo igualmente las estrategias y acciones para disminuir el cambio climático; y operando con el compromiso de comprar con responsabilidad materias primas, equipos y demás elementos necesarios; y por último, adoptar y aplicar todas las medidas que contribuyan al cuidado del medio ambiente, no sólo dentro del límite legal, sino ético.

En el ámbito social, las empresas sólo pueden instalarse, estabilizarse, consolidarse y desarrollarse en sociedades cuyos agentes conformantes disfruten de unas condiciones generales de vida dignas, entendiendo por tales unas circunstancias en las cuales las personas tengan un trabajo que les genere el nivel de ingresos adecuados para poder asegurarse una alimentación suficiente y balanceada en proteína y carbohidratos, una vivienda con el espacio suficiente para la vida familiar, acceso a salud, recreación, estudio, deporte, e incluso que ese ingreso les permita ahorrar. Este es el punto de partida para formular las políticas para contribuir a la sostenibilidad social por parte de las nuevas empresas.

Las empresas generan más riqueza en sociedades ricas. Esa debería ser la premisa a impartirles a los emprendedores cuyas ideas de negocio respalden para su montaje y operación las agencias de emprendimiento, inculcándoles con ello el precepto de pagarle a sus trabajadores salarios conforme al ordenamiento legal, en niveles ajustados al sector industrial donde participan, como vía para contribuir a la sostenibilidad de la sociedad.

Las ideas de negocio cuyo estudio de costos no demuestre su capacidad de generar riqueza pagando salarios ajustados a la ley, no pueden ser consideradas viables, igualmente, los emprendedores deben mostrar una posición de pensamiento a favor del respeto a los derechos humanos, manifiesto ello en aceptar la diversidad étnica, social, filosófica, política, religiosa y de preferencia sexual entre sus empleados, garantizándoles sus derechos laborales, incluso el de sindicalizarse.

Los nuevos empresarios deben estar preparados para escuchar y aceptar las ideas propuestas por sus trabajadores, creando condiciones de estímulo para ello, como plataforma para facilitar la toma, transferencia y difusión del conocimiento al interior de la nueva empresa.

A medida que se vayan obteniendo los resultados de consolidación y crecimiento de las empresas, los nuevos empresarios deben planear programas que mejoren la capacitación laboral y la situación financiera y social de sus empleados, es decir, es necesario que desde los programas de promoción empresarial se inculque a los emprendedores la conveniencia de conseguir el crecimiento de su negocio en paralelo con el crecimiento de sus trabajadores y sus familias.

Una vez consolidada cada empresa, esto es, del año sexto en adelante, gracias al cumplimiento de los objetivos trazados en los planes anuales, los empresarios podrán intervenir con mayor énfasis en el desarrollo del talento humano de sus colaboradores, fortaleciendo la capacitación para el trabajo, disponiendo sistemas de promoción con base en el desempeño laboral y en general, promoviendo equidad y respeto por el trabajo al interior de la empresa y hacia la sociedad en general.

Planteado el modelo para fortalecer la capacidad emprendedora, como propuesta que corrija el cierre de las empresas creadas por programas estatales tipo Fondo Emprender, se puede proceder a expresar las conclusiones e implicaciones, base para formular propuestas de futuras investigaciones.

CAPITULO 5. ANALISIS DE LOS RESULTADOS. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

A continuación, se presenta los principales contrastes de las hipótesis planteadas. En primera instancia recurrimos al análisis de la base de datos suministrada por el SENA, con la cual se clasificaron los proyectos emprendedores que lograron el éxito y los no exitosos. En segundo lugar, se establece el número de proyectos financiados; monto total de la financiación, sectores, zonas geográficas y género.

La aplicación del modelo Logit arroja los resultados que permitieron verificar o no las hipótesis propuestas.

Para contrastar las hipótesis, se siguió el modelo inicialmente planteado. El modelo se estructuró atendiendo a las siguientes dimensiones influyentes en el éxito emprendedor: la zona geográfica; sector económico; el financiamiento empresarial; el dinamismo empresarial y el éxito empresarial y el género del emprendedor.

5.1 ANÁLISIS DE LA PRIMERA HIPÓTESIS

Tomando los resultados y al contrastarlos con la investigación de Reynolds, Storey y Westhead (1994), quienes argumentan que la cantidad de la población es un factor determinante e influyente en el emprendimiento, podríamos decir que esto es cierto sólo para algunas regiones, pues la ubicación no es significativa para el éxito empresarial o capacidad emprendedora según los resultados del modelo Logit.

H.1: La zona geográfica donde el emprendedor desarrolla su proyecto, influye en la capacidad emprendedora.

H.1.1: Los proyectos desarrollados en Cundinamarca (incluido Bogotá), influye positivamente en la capacidad emprendedora.

Tabla 35 Hipótesis H.1.1

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Cundinamarca	0,2469759	0,2282844	1,08	0,279000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que el hecho de que los proyectos sean desarrollados en Cundinamarca influye positivamente en la capacidad emprendedora. Por lo tanto, no se descarta la hipótesis H.1.1. Sin embargo, el $P>|t|$ 0,279000 muestra que la variable no es significativa, debido a problemas de colineabilidad, y se aplica de manera independiente la regresión simple, donde se evidencia que la variable influye.

H.1.2: Los proyectos desarrollados en las ciudades del departamento del Valle del Cauca, influye positivamente en la capacidad emprendedora.

Tabla 36 Hipótesis H.1.2

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Valle del Cauca	-0,5803062	0,2612113	-2,22	0,026000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que el hecho de que los proyectos sean desarrollados en el Valle del Cauca es significativo, es decir, influye negativamente en la capacidad emprendedora (coeficiente -0,5803062), debido a que el valor $p=0.026$ > niveles de significancia =0.01; 0,05 y 0.1, lo que hace que se descarte la hipótesis H.1.2, pues hay evidencia suficiente para afirmar que los proyectos desarrollados en el Valle del Cauca influyen negativamente en la capacidad emprendedora.

H.1.3: Los proyectos desarrollados en las ciudades del departamento de Antioquia, influye positivamente en la capacidad emprendedora.

Tabla 37 Hipótesis H.1.3

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Antioquia	0,1217108	0,3587922	0,34	0,734000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que el hecho de que los proyectos sean desarrollados en Antioquia influye positivamente en la capacidad emprendedora. Por lo tanto, no se descarta la hipótesis H.1.3. Sin embargo, el valor $P>|t|$ 0,34000 muestra que la variable no es significativa, debido a problemas de colineabilidad, y se aplica de manera independiente la regresión simple, donde se evidencia que la variable influye.

H.1.4: Los proyectos desarrollados en las ciudades del departamento de Huila, influye positivamente en la capacidad emprendedora.

Tabla 38 Hipótesis H.1.4

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Huila	0,1643558	0,3145748	0,52	0,601000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que el hecho de que los proyectos sean desarrollados en Huila influye positivamente en la capacidad emprendedora. Por lo tanto, no se descarta la hipótesis H.1.4. Sin embargo, el valor $P>|t|$ 0,601000 muestra que la variable no es significativa, debido a problemas de colineabilidad, y se aplica de manera independiente la regresión simple, donde se evidencia que la variable influye.

Se resalta que las variables gestión de empleos, gestión de ventas y gestión presupuestal, son determinantes para explicar el comportamiento del éxito empresarial. Los coeficientes

indican que las tres variables son las que más aportan al éxito empresarial, en comparación con las demás variables analizadas en el modelo Logit.

Disponiendo del presupuesto teórico discutido, el análisis de la información procesada por medio de la herramienta econométrica y efectuada la verificación de hipótesis, es viable dar respuesta al interrogante básico, en el entendido que el compromiso superior de una tesis doctoral es presentar respuestas, para dilucidar o profundizar incógnitas teóricas, o plantear alternativas de solución dentro de lo posible aplicables a los problemas que se hayan estudiado.

5.2 ANÁLISIS DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS

H.2: Los sectores económicos donde el emprendedor desarrolla su proyecto, influyen en la capacidad emprendedora.

H.2.1: Los proyectos desarrollados en sector agricultura y pesca presentan una relación negativa con la capacidad emprendedora.

Tabla 39 Hipótesis H. 2.1

Variable	Coefficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura Y Pesca	0,1693488	0,2263638	0,75	0,454000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que el hecho de que los proyectos sean desarrollados en el sector agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca influyen positivamente en la capacidad emprendedora. Por lo tanto, se descarta la hipótesis H.2.1. Sin embargo, el valor $P>|t|$ 0,454000 muestra que la variable no es significativa, debido a problemas de colineabilidad, y se aplica de manera independiente la regresión simple, donde se evidencia la influencia de la variable.

H.2.2: Los proyectos desarrollados en sector comercio tienen una relación positiva con la capacidad emprendedora.

Tabla 40 Hipótesis H.2.2

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Comercio	0,3717866	0,389704	0,95	0,340000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que el hecho de que los proyectos sean desarrollados en el sector comercio influye positivamente en la capacidad emprendedora. Por lo tanto, no se descarta la hipótesis H.2.2. Sin embargo, el valor $P>|t|$ 0,34000 muestra que la variable no es significativa, debido a problemas de colineabilidad, y se aplica de manera independiente la regresión simple, donde se evidencia la influencia de la variable.

H.2.3: Los proyectos desarrollados en sector manufacturero tienen una relación negativa con la capacidad emprendedora.

Tabla 41 Hipótesis H.2.3

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Manufactura	-0,1590086	0,2047536	-0,78	0,437000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que el hecho de que los proyectos sean desarrollados en el sector manufacturero influye negativamente en la capacidad emprendedora. Por lo tanto, no se descarta la hipótesis H.2.3. Sin embargo, el valor $P>|t|$ 0,437000 muestra que la variable no es significativa, debido a problemas de colineabilidad, y se aplica de manera independiente la regresión simple, donde se evidencia que la variable influye.

5.3 ANÁLISIS DE LA TERCERA HIPÓTESIS

Desde las diferentes alternativas de financiamiento, el principio lógico indica que la financiación empresarial gubernamental busca favorecer la capacidad emprendedora del país.

H.3: Una mayor financiación otorgado por el Fondo Emprender, está asociada positivamente con la capacidad emprendedora.

Tabla 42 Hipótesis H3

Variable	Coficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Financiación	-1,69E-07	2,12E-08	-7,98	0,00E+00

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que la financiación es significativa para establecer el éxito empresarial, debido a que el valor $p=0 < \text{niveles de significancia} = 0.01; 0,05 \text{ y } 0.1$ influye negativamente, según el coeficiente $= -1,69 \text{ E}-07$. Esto hace que se descarte la hipótesis H.3, pues hay evidencia suficiente que indica que la financiación no influye positivamente en el éxito empresarial, expresado en la capacidad emprendedora.

Lo anterior permite concluir que la variable financiación, presenta una relación inversa, es decir, a más recursos financieros recibidos por el emprendedor, mayor es la probabilidad de fracaso, pues esto implica, según las condiciones del Fondo Emprender, cumplir con indicadores más altos (por ejemplo, generar mayor número de empleos), algo que no se logran alcanzar en el primer año de operación, haciendo que tengan que devolver el recurso financiero inicialmente recibido, determinante esto de que tengan que cerrar y abandonar el proyecto.

Es evidente que son los condicionantes impuestos por el Fondo Emprender, externos a las necesidades operativas de las empresas creadas, las que hacen que un elemento positivo, financiar correcta o suficientemente un proyecto, se convierta en un factor perverso.

5.4 ANÁLISIS DE LA CUARTA HIPÓTESIS

Como mencionamos, el dinamismo empresarial no tiene un criterio único de medición, en ese sentido, para el contraste de las hipótesis relacionadas, se establecieron los indicadores de

gestión de ventas, gestión de empleo y gestión presupuestal alcanzados por cada uno de los emprendedores financiados.

H.4: El dinamismo empresarial influye positivamente en la capacidad emprendedora.

H.4.1: La gestión eficiente en la generación de empleo, está asociada positivamente con la capacidad emprendedora.

Tabla 43 Hipótesis H.4.1

Variable	Coefficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Gestión de Empleo	2,312725	0,1921813	12,03	0,000000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que la gestión eficiente en la generación de empleo es significativa, debido a que el valor $p=0,000 < \text{niveles de significancia} = 0.01; 0,05 \text{ y } 0.1$, influyendo positivamente según el coeficiente=2,312725. Por lo tanto, no se descarta la hipótesis H.4.1, pues hay evidencia suficiente que indica que la gestión eficiente en la generación de empleo, está asociada positivamente con el dinamismo empresarial.

H.4.2: Una adecuada gestión presupuestal influye positivamente con la capacidad emprendedora.

Tabla 44 Hipótesis H.4.2

Variable	Coefficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Gestión Presupuesta	1,656153	0,812497	2,04	0,042000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que la gestión presupuestal es significativa, debido a que el valor $p=0,042000 < \text{niveles de significancia} = 0.01; 0,05 \text{ y } 0.1$, influye positivamente según el coeficiente=1,656153. Esto hace no descartar la hipótesis H.4.2, pues hay evidencia suficiente

que indica que la adecuada gestión presupuestal influye positivamente con el dinamismo empresarial.

H.4.3: La gestión eficiente en ventas, está relacionado positivamente con la capacidad emprendedora.

Tabla 45 Hipótesis H.4.3

Variable	Coefficiente	Desviación típica robusta	Estadístico t	P> t
Gestión de Ventas	1,080272	0,2815291	3,84	0,000000

Nota: elaboración propia, con los resultados del modelo

Los resultados indican que la gestión eficiente en las ventas es significativa, debido a que el valor $p=0,000000 < \text{niveles de significancia}=0.01; 0,05 \text{ y } 0.1$, influye positivamente según el coeficiente=1,080272. Esto hace no se descarte la hipótesis H.4.3, pues hay evidencia suficiente que indican que la gestión eficiente en ventas se relaciona positivamente con el dinamismo empresarial.

Se resalta que las variables gestión de empleos, gestión de ventas y gestión presupuestal, son determinantes para explicar el comportamiento del éxito empresarial. Los coeficientes indican que las tres variables son las que más aportan al éxito empresarial, en comparación con las demás variables analizadas en el modelo Logit.

Desde el punto de vista teórico, la investigación de Kantis et al, 2005, muestra cómo la generación de empleo es un factor determinante. Así como el incremento en ventas tal como lo indican Fischer y Reuber, (2003).

5.5 ANÁLISIS DE LA QUINTA HIPÓTESIS

Desde el punto de vista de estadística descriptiva los resultados concuerdan con lo expresado por Uhlaner y Thurik (2004), quienes indican que las mujeres tienen una tasa de

emprendimiento baja, pero desde el punto de vista del modelo Logit no se pudo evidenciar si el género tiene influencia en el éxito o fracaso empresarial, pues la variable no es significativa.

H.5: El género del emprendedor está asociado positivamente a la capacidad emprendedora.

Los resultados de las regresiones simples (Anexo D) sugieren que las variables “Género” y “Extracción”, no son significativas para explicar el comportamiento de la variable dependiente, por lo tanto, no son tenidas en cuenta en la estimación del modelo global.

CAPITULO 6: CONCLUSIONES, IMPLICACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

Cumpliendo con el proceso del método de investigación, a partir de la revisión teórica, la aplicación del modelo econométrico, los resultados del sondeo hecho a los emprendedores, el contraste de las hipótesis y el modelo para fortalecer la capacidad emprendedora, a continuación, se presentan las conclusiones, implicaciones y propuestas de futuras líneas de investigación como resultados del presente estudio.

6.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones serán planteadas en armonía con los objetivos específicos previstos y una vez verificado el alcance de éstos, se planteará la conclusión general frente al objetivo principal trazado.

Para llegar al primer objetivo específico, establecer si la capacidad emprendedora en Colombia se determina por el número de empresas creadas por año o por la cantidad de estas que sobreviven más de tres años, se recurrió a la teoría del emprendimiento. Tal teoría es catalogada como una pre-ciencia, pues los elementos centrales que la sostienen, como que el emprendimiento empresarial genera desarrollo económico en un país, no está debidamente probado, pues entre un 50 y 60% de las empresas creadas por los emprendedores cierran antes de cumplir cinco años (Confecamaras, 2017) y las que logran subsistir, siendo MIPYMEs, son improductivas e incapaces, por tanto, de ser competitivas. (Kantis y Federico. 2014; Cavallo y Powell, 2018; CEPAL, 2018) y (OCDE/CAF/CEPAL, 2018).

Se encontró que distintas organizaciones multilaterales del mundo, como Naciones Unidas, Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Unión Europea, Comunidad

de Estados Latinoamericanos y caribeños (CELAC), así como organismos de cooperación tales como la Fundación Unión Europea-América Latina y el Caribe (EU-LAC) entre otras, trabajan a favor de auspiciar el emprendimiento empresarial, por regiones y en naciones individualmente consideradas. (CEPAL, 2018; SELA 2016; Kantis y Federico. 2014.).

En los países desarrollados, como en América Latina y el Caribe (ALC), existen programas para financiar el emprendimiento, (Ketterer, Villacorta, 2017; Abeles, Pérez y Valdecantos, 2018) siendo observable que las AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento) con sus programas dirigidos a crear empresa, conceden micro créditos, originando micro empresas, carentes, como se indicó de capacidad productiva y competitiva.

La revisión del emprendimiento en el país tomado como base del estudio, Colombia, permitió identificar y describir los programas orientados a auspiciar y respaldar el crecimiento y desarrollo de su entramado empresarial, diseñado y gestionado desde el gobierno central, dentro de la política pública de apoyo a este frente.

Se detectó que Colombia cuenta con un esquema de financiamiento empresarial orientado desde la política pública, que va en concordancia con la normativa interna y las directrices internacionales que aconsejan respaldar el emprendimiento empresarial como vía hacia el crecimiento económico en las naciones. El apoyo financiero está direccionado en dos frentes: la creación de nuevas empresas y apoyo financiero a empresas ya constituidas en los diferentes sectores.

La investigación permitió establecer que entre los principales programas para financiar iniciativas empresariales está el Fondo Emprender; seguido de programas de apoyo a la pequeña, mediana y gran empresa mediante Bancoldex, Procolombia, y el Fondo Nacional de la Productividad y la Competitividad. De igual manera, se cuenta con un programa de apoyo al

sector agrario, llamado Finagro, y el Fondo Nacional de Garantías, enfocado a facilitar el acceso al crédito a empresas operando y en constitución.

Durante los once años cubiertos por el estudio se encontró que el gobierno asignó la suma de \$507, 805, 609,023 millones de pesos (equivalente ello a US 170, 176,170, a la tasa de cambio del 31-12-2017) beneficiando a 5, 866,311 empresarios, a través de los tres programas observados: Finagro, Fondo Emprender y Fondo Nacional de Garantías. No obstante, estos recursos básicamente están concentrados en once departamentos de los 32 que tiene Colombia, lo cual representa una grave inequidad a resolver por algún mecanismo estatal que dé prelación a la inversión en los departamentos que menor inversión generan y atraen.

Ese panorama general, y el particular del Fondo Emprender, como unidad de análisis clave por operar el programa dirigido a crear las empresas y hacerles seguimiento, que reveló cómo sólo el 55% de las empresas auspiciadas logran sobrevivir al final del primer año de fundadas, permiten concluir, frente al primer objetivo específico, que la capacidad emprendedora en un país está determinada no por el número de empresas instaladas y puestas en marcha por año, sino por el porcentaje que de ellas sobreviven ese año, se consolidan en los dos siguientes, y llegan a ser productivas y competitivas generando valor en los años 4 y 5 de estar operando.

Por tanto, iniciar un alto número de empresas y ver cómo cierran al final del primer año, no es más que perder recursos escasos. Esto, por tanto, no se puede identificar como capacidad emprendedora. El emprendimiento no se trata de imaginar y poner en marcha negocios que se cerrarán antes de un año, el emprendimiento es la capacidad de crear negocios capaces de ser productivos, eficientes, competitivos, por ser administrados sus recursos y capacidades con

conocimiento, destreza, organización, y objetivos bien planificados, alcanzados con trabajo bien hecho, como establece la teoría de recursos y capacidades. (Barney 1991)

Satisfecho el primer objetivo específico, el segundo, identificar los factores que afectan la capacidad emprendedora en Colombia, en términos del éxito o fracaso de las nuevas iniciativas empresariales, se obtienen las siguientes conclusiones:

Con relación al perfil de los emprendedores, el 62 % son emprendedores hombres y el 38% mujeres; las actividades se concentran en tres sectores económicos: Agricultura-pesca, manufacturero y servicios; el 55% está representada por proyectos exitosos y el restante 45 % por no exitosos; la formación jurídica más elegida por los emprendedores es la empresa Unipersonal, con una participación del 47.4 %; el 89% de los emprendedores tienen entre 21 y 40 años, lo cual expresa un panorama empresarial promisorio para las regiones colombianas, pues los nuevos emprendedores son, en su mayoría, menores de 41 años, por lo cual, tienen un horizonte productivo superior a los 25 años, si se considera 70 años el promedio de esperanza de vida para hombres y mujeres en Colombia; el nivel de educación es alto, se observa que el 40% tienen pregrado universitario concluido; el 30% están cursando el pregrado; un 10% cursa posgrado universitario y un 7% lo concluyó; mientras sólo un 9% presenta estudios de secundaria y tan sólo un 8% tienen educación básica.

Respecto a la influencia de localización geográfica en la capacidad emprendedora, de acuerdo al número de beneficiarios y cantidad de recursos asignados, podemos destacar para los tres programas considerados las siguientes conclusiones:

En el periodo 2006 – 2017 el Fondo Emprender aprobó la financiación de 4853 nuevas iniciativas empresariales, con un total de 371.978.033.023 pesos (equivalente ello a US

124.657.518, a la tasa de cambio del 31-12-2017). Los departamentos con mayor dinámica empresarial fueron: Cundinamarca, Huila, Valle del Cauca, Cauca y Antioquia.

De igual manera, se encontró que FINAGRO asigna sus recursos financieros considerando tres tipos de crédito: individual, asociativo y empresarial, siendo el más dinámico, de acuerdo a los recursos y al número de beneficiarios, el crédito individual con un 53% de los recursos y un 92% de beneficiarios, seguido del crédito empresarial con un 45% en recursos asignados y un 8% en beneficiarios, mientras, es muy baja, la participación en crédito asociativo con un 2%, tanto en recursos como en el número de beneficiarios. Sobre esos elementos las zonas más dinámicas son Antioquia y Cundinamarca.

En el caso del Fondo Nacional de Garantías, esta entidad distribuye sus garantías a través de diez grupos de regiones, mostrando que las zonas con mayor dinámica son: Bogotá, Cundinamarca, Meta, Guaviare, Vichada, Guainía, Vaupés y Amazonas, con una participación del 40% en el respaldo financiero y del 26% en el número de beneficiarios, seguido de Antioquia, Valle del Cauca y la Costa.

Los resultados permiten indicar que la zona más dinámica de acuerdo al número de beneficiarios y la cantidad de recursos asignados en Colombia es la zona centro, conformada por Cundinamarca-Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca, siendo ésta la zona con más capacidad emprendedora, donde hay mayor concentración de la población y donde las necesidades básicas están satisfechas, por lo que se puede concluir que las condiciones demográficas de las regiones inciden en su capacidad emprendedora.

Esta conclusión se respalda en el hecho fáctico que las empresas más grandes y productivas, generadoras del mayor volumen de empleo estable y bien remunerado, se concentran dentro o cerca de los grandes centros urbanos en cada nación, como medio para estar

cerca de los compradores, proveedores, sistema financiero y asegurar mano de obra e infraestructura de servicios públicos.

Las empresas grandes son imitadas en su estrategia de localización por las MIPYMEs, buscando estas emplear sus recursos y capacidades con la eficiencia de aquellas, objetivo que no logran debido a sus debilidades estructurales en materia de dotación de activos productivos, tanto en capacidad instalada, como en calidad de los mismos y bajo nivel tecnológico, unido a un personal trabajador poco experimentado y entrenado, contratado así por los bajos salarios pagados por estos tamaños de empresas, lo que las pone al margen de cumplir los preceptos de las teorías de los recursos y capacidades y gestión del conocimiento logrados por las grandes empresas.

Cumplido el segundo objetivo específico, centrado en identificar los factores que afectan la capacidad emprendedora en un país, se pasa al tercero, definir la etapa del proceso emprendedor donde se genera la mayor barrera para lograr la maximización de la capacidad *emprendedora en una nación*, analizando el programa Fondo Emprender, foco central del estudio.

Desde el punto de vista de la efectividad del programa Fondo Emprender, puede concluirse que resulta muy baja, o incluso negativa, pues a pesar de que los esfuerzos financieros y de gestión son significativos, no se cumple con la meta de asignación de recursos, ni con el cometido de dinamizar las regiones de Colombia, vía desarrollo local, pues en las 51 convocatorias analizadas se presentaron un total de 23.300 iniciativas empresariales, siendo seleccionadas sólo para ser financiados el 21%, es decir, 4.853 proyectos, de los cuales, para este estudio se seleccionaron 2.119, los cuales surtieron la etapa de evaluación y recibieron

efectivamente la financiación, cifras estas bastante bajas y epicentro de análisis en futuras investigaciones.

A partir de que sólo se selecciona un 18% de las ideas de negocio preliminarmente presentadas y suponiendo evaluadores expertos e idóneos funcionando con una metodología establecida para ello, se aprecia que las propuestas deben de ser muy débiles, por lo que no cumplen los requisitos mínimos para ser seleccionadas, lo cual significa que los emprendedores no están proponiendo iniciativas capaces de generar riqueza, por lo que se concluye que en esta primera etapa del proceso emprendedor existe una barrera fuerte para maximizar la capacidad emprendedora en Colombia, y quizá en otros países, pero aún es temprano para sentenciar si ésta es la mayor barrera.

El estudio Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia, (Confecamaras. 2017) plantea que previamente a la instalación de la empresa, se debe hacer el análisis de la actividad o sector económico en que se circunscribe la idea de negocio, a efecto de conocer la etapa de su ciclo económico y condiciones particulares de competencia, lo que debe verificarse se cumpla en la fase de entrenamiento técnico que se debe dar a los emprendedores, para ayudarles a generar ideas de negocio en actividades promisorias, sabiendo cómo se debe competir en ellas para incrementar posibilidades de éxito emprendedor.

La situación descrita resulta relativamente fácil de resolver, si los programas promotores del emprendimiento empresarial como el Fondo Emprender, son dotados de una metodología bien estructurada para orientar a los emprendedores en ésta y otras materias críticas, que cubren las etapas del proceso emprendedor, que van desde generación de la idea de negocio, su evaluación, implementación y operación de la empresa, temas que forman parte de la transferencia del conocimiento que se debe practicar del programa a los emprendedores.

Vistas las barreras de las etapas generación de la idea de negocio y su evaluación dentro del proceso emprendedor, se mira ahora las barreras de las fases implementación y operación de la empresa, considerando el éxito o fracaso de las nuevas iniciativas empresariales puestas en marcha, anotando como entre la muestra de 2119 proyectos financiados en el periodo 2006 - 2017, sólo un 55% pudo cumplir con los indicadores de medición del Fondo Emprender, expresados como generación de empleo, gestión de presupuestos y alcance de ventas, debiendo el restante 45% cerrar, lo que indica que las fallas de las dos primeras etapas se juntaron con las de la tercera (implementación) y cuarta (operación) para ocasionar este pobre desempeño.

El momento de éxito o fracaso de los proyectos financiados por el Fondo Emprender se presenta al final del año de iniciada la empresa, cuando se recibe la medición de los indicadores, no siendo concluyente decir en qué fase se presentó las fallas que impidieron cumplir los estándares, pero es claro que en la fase implementación un equipo emprendedor podrá notar si el capital semilla recibido del fondo resultó suficiente para dotar con los recursos apropiados para ser productiva y competitiva a la empresa, otorgándole la capacidad instalada apropiada para explotar adecuadamente sus propias capacidades, empleando a plenitud esos recursos y la propia capacidad de pensamiento/conocimiento/imaginación y acción de sus emprendedores.

La cuestión es que un equipo emprendedor, por inexperiencia, inhibición ante la situación o cualquier otra razón, no responde como lo haría un empresario más versado, si el capital semilla desembolsado resultó insuficiente para los requerimientos de la empresa, el emprendedor es corresponsable en la definición de ese monto, en razón a que en la fase de evaluación del proyecto debió calcular la capacidad instalada requerida, y por derivación, la inversión total necesaria, tanto en activos fijos como en capital de trabajo, y si a la fecha de instalar la empresa ello resultó insuficiente, es su responsabilidad, y por no asumirla, se termina instalando una

empresa débil, que no podrá operar con los niveles de eficiencia del sector industrial donde compite.

La empresa ha surtido la tercera fase, el montaje, el emprendedor oculta sus debilidades o errores, pero en la cuarta y definitiva etapa, la operación, recibe el impacto de la realidad del mercado, representada en clientes exigentes que demandan productos de calidad y bien agenciados antes, durante y después de la venta, y con precios similares al de los *competidores* eficientes ya posicionados en el mercado.

Simultáneamente, los proveedores presionan no concediendo créditos y descuentos sino hasta después de tener una relación comercial directa de tres a cuatro meses y otras condiciones, mientras los empleados demandan el pago puntual de sus salarios, y los clientes son reacios a comprar por primera vez, y los que lo hacen, no aprueban el producto, por lo que no se convierten en verdaderos clientes al no seguir comprando, todo ello hace parte de la realidad operativa de una nueva empresa, quien al no alcanzar rápidamente su punto de equilibrio en ventas, se ve enfrentada a una mala calificación por parte del Fondo Emprender, ocasionando su cierre.

El escenario recreado pretende mostrar que la fase última del proceso emprendedor, la operativa, es la culminante, da poco tiempo para ocultar los problemas, pero no necesariamente es la causante del cierre de la empresa, pues como se indicó, el origen del problema pudo estar en cualquiera de las tres fases anteriores.

Sobre esos elementos, se concluye que la mayor barrera para lograr la maximización de la capacidad emprendedora en una nación, considerando hasta aquí principalmente el accionar del equipo emprendedor, radica en la confluencia de fallas ocurridas en las tres primeras etapas: generación de la idea de negocio, su evaluación e implementación, las cuales se

manifiestan en la fase de operación de la empresa, en la cual la fuerza de la realidad desborda cualquier intención de matizarla.

Observando esto último, por deducción colateral, también se puede concluir que las dos primeras etapas, generación de la idea de negocio y su evaluación, de donde se obtiene el plan de negocio de una propuesta emprendedora, son las fases que revisten la mayor responsabilidad en los fracasos empresariales, porque se evidencia que el problema radica en la planeación de la propuesta, demostrado ello en que no se establece bien la capacidad instalada que se debe dar a la empresa, para que cuando inicie operaciones lo haga de manera organizada, sin problemas continuos desgastantes, permitiendo a los emprendedores ocuparse de cumplir objetivos de producción y ventas, de crear mercado, en vez de atender emergencias y problemas de toda índole ocasionados por la mala definición de esa capacidad productiva instalada y la inversión total requerida.

Así, las barreras principales a la maximización de la capacidad emprendedora en una nación son delimitables a la generación de la idea de negocio y la evaluación, lo cual es responsabilidad central del programa propulsor del emprendimiento, antes que del equipo emprendedor, pues los capacitadores del programa son los obligados a disponer del conocimiento para superar esas dos barreras, quienes deben transferirlo a todos los emprendedores, sin considerar la formación con la que lleguen al programa, cuya obligación es usar bien ese conocimiento para minimizar el riesgo de cierre de sus empresas.

Lo anterior lleva a concluir, que los programas propulsores de nuevas empresas mantienen importantes errores en el conocimiento que deben tener sus capacitadores en materia de la estructuración del plan de negocio, así como en la forma cómo lo transmiten a los emprendedores y consiguen que éstos lo apliquen como herramienta para conseguir implementar

empresas sólidas.

Paralelo a los problemas comentados anteriormente, tenemos los problemas derivados de la escasa financiación con la que los fondos como el Fondo Emprender dota a los distintos proyectos. Los gobiernos siguen empeñados en conseguir con poco presupuesto gran cantidad de propuestas de negocio, en vez de pocas, pero bien montadas empresas para poder aspirar a que sean integralmente sostenibles, o cumplir ambos elementos, muchas y sólidas empresas, incrementando la financiación del programa.

Definidas las etapas del proceso emprendedor donde se genera la mayor barrera para lograr la maximización de la capacidad emprendedora en una nación como Colombia, ha de indicarse que otra barrera, no propia de las empresas creadas y los emprendedores, sino de las políticas y directrices funcionales del programa Fondo Emprender, es la referente al tiempo en que se hace la evaluación de las empresas creadas.

En primera instancia debe decirse que es válido aplicar indicadores como gestión de ventas, gestión de empleo y gestión presupuestal para medir el desempeño de las empresas auspiciadas, pero deberíamos analizar la variable tiempo.

El periodo de un año, contado desde el desembolso del crédito, empleado por el Fondo Emprender para hacer la evaluación para decidir sobre la condonación o no del crédito concedido como capital semilla, puede estimarse como insuficiente para que las empresas creadas consigan posicionarse debidamente en el mercado. Debemos tener en cuenta que en el primer año los emprendedores debieron ocuparse de instalar la empresa (la fecha de apertura de cada proyecto no coincide necesariamente con la fecha de desembolso del crédito), alcanzar el punto de equilibrio (esto puede tomar hasta doce meses o más según el sector de inversión) y de cumplir los indicadores para conseguir la condonación del crédito.

Si bien, este elemento no es una etapa del proceso emprendedor sino que es algo impuesto desde afuera, pero fuertemente determinante, se concluye, que el aspecto de mayor incidencia en el éxito o fracaso de los proyectos es el limitado tiempo que el Fondo Emprender ha asignado para evaluar los resultados de cada empresa, debiendo ajustarse ese tiempo a un lapso que debe oscilar entre 18 y 24 meses, para cumplir el ciclo de gestación, iniciación, crecimiento y consolidación reconocido por los diferentes expertos del emprendimiento. (Sapag, 2016).

Hacer la medición de los resultados alcanzados por las empresas en un año no sólo daña a las empresas creadas, también daña al programa Fondo Emprender como un todo, pues se difunde entre la población colombiana de forma agravada y pernicioso una imagen negativa del programa, evitando que los emprendedores decidan presentar sus ideas ante el temor de no cumplir los indicadores, ser calificados como fracasados y quedar con deudas por las que pueden ser perseguidos jurídicamente al no poderlas pagar, pues deben devolver el dinero del crédito el cual ya fue gastado en activos y capital de trabajo del proyecto.

El daño infringido al programa por la medición prematura de resultados es una conclusión importante del estudio, sugiriendo que esto debe corregirse. De no hacerlo es seguir perdiendo el dinero invertido por el Estado en el funcionamiento del programa, es asfixiar a las empresas en su etapa temprana de organización y consolidación, y lo que es más grave aún, es aniquilar la actitud hacia el emprendimiento empresarial de los jóvenes colombianos, ante el temor del fracaso, que, de darse, les origina su ruina económica y problemas de persecución jurídica vía embargos.

La conclusión capital de este trabajo, queda contenida en que se debe incrementar el poco tiempo asignado para la evaluación de las empresas creadas, unido ello a corregir la mala gestión

del conocimiento transferido a los emprendedores para cumplir las etapas del proceso emprendedor, en particular, en las etapas de generación de la idea de negocio y evaluación de la propuesta o plan de negocio.

La conclusión final del trabajo se dirige al cumplimiento del cuarto objetivo específico, *formular la estrategia para superar la barrera que limita la capacidad emprendedora en un país como Colombia*, barrera reconocida en la débil transferencia de conocimiento a los emprendedores para que formulen planes de negocio para crear empresas altamente productivas, por lo que se debe cumplir el cometido de proponer el sistema o modelo que pueda conseguir que la capacidad emprendedora de un país se demuestre con una mayor tasa de sobrevivencia de las empresas creadas al término del quinto año de fundadas; se consiga montar empresas en capacidad de ser altamente productivas y competentes; y se consiga hacer una adecuada transferencia de conocimiento hacia los emprendedores para que las empresas se planifiquen desde la idea de negocio en una condición que les permita tener mayores posibilidades de éxito.

Para cumplir ese compromiso se propuso que, para fortalecer la capacidad emprendedora en un país, las AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento) responsables de operar los programas dirigidos a respaldar a los emprendedores en su misión de crear empresa, deberían operar sobre la estrategia de crear empresas sostenibles.

Esa estrategia se contiene, muestra y plantea en el *modelo para fortalecer la capacidad emprendedora*, con el cual se dio cumplimiento al objetivo general de la investigación.

El modelo busca ser una aportación a la solución del problema del alto porcentaje de empresas nuevas que cierran antes del quinto año de fundadas, parte de la información estudiada, se nutre de la teoría de los recursos y capacidades y de gestión del conocimiento, y verificado el alcance de los objetivos específicos, concluye que en países como Colombia sus habitantes

tienen vocación y capacidad emprendedora, y para solucionar el cierre de las empresas se centra en la necesidad de mejorar la transferencia de conocimiento capacitando a los emprendedores, para que éstos abran sus empresas considerando 17 variables esenciales para que sean sostenibles.

Asegurar la puesta en operación de más y mejores empresas generadoras de valor a partir de programas tipo Fondo Emprender, demanda la reestructuración del sistema, iniciando por establecer un modelo que oriente a los emprendedores sobre cómo concebir y proponer ideas de negocio capaces de ser productivas y competitivas, aptas para atraer inversores en disposición de aportar capital y conocimiento, a efecto de conseguir empresas de mayor capacidad instalada que les posibilite vender en el mercado interno y externo, empresas estas para las cuales el crédito condonable aportado por el programa de apoyo al emprendimiento sea apenas un estímulo marginal en vez de la total y única posibilidad de financiarse.

Presentadas las conclusiones, en cuanto al cumplimiento de los objetivos, conviene hacer algunas observaciones a partir de la contrastación de las hipótesis dispuestas:

Ante la hipótesis, *una mayor financiación otorgada por el Fondo Emprender, está asociada positivamente con la capacidad emprendedora*, se demostró que existe una relación inversa del aporte financiero y la capacidad emprendedora medida como éxito. Se observó que un incremento de una unidad monetaria en la financiación, disminuye la probabilidad de éxito de cada proyecto, en razón a que a mayor aporte recibido mayor número de empleos se deben generar. Esto da pie a concluir que puede ser negativo relacionar mayor crédito condonable con más empleos, pues ello genera mortalidad en las empresas, cuyos gestores, en el afán de cumplir este indicador para conseguir la condonación efectiva del crédito, acepten una carga laboral más alta de lo que el nivel de operación de su empresa permite, por lo que ningún programa del tipo

aquí referido debería adoptar esta política.

Esto demuestra que el objetivo *generar empleo* es un objetivo del gobierno central, no de las empresas creadas, es decir, una empresa es un agente social y económico independiente, que responde a sus propias dinámicas y necesidades, por lo que sólo debe generar el número de empleos que le sean imprescindibles en función a su capacidad de producción y ventas para funcionar armónicamente y generar riqueza. De todo ello deducimos que los directivos de programas del modelo Fondo Emprender cometen una gran equivocación, al relacionar *mayor financiación con más empleos generados*, pues la intensidad en el uso de mano de obra no depende del monto de financiación exigido por un proyecto empresarial, sino de sus ventas y consecuente necesidades de operación, que le determinan la cantidad de personas requeridas.

Sobre esa perspectiva, el gobierno central no debe continuar esperando que las nuevas empresas le solucionen el problema de empleo. Esa exigencia debe ser eliminada de las empresas creadas mediante esta modalidad de programas, pues de continuar seguirá aniquilando a las empresas creadas, quienes están pagando un gravoso *impuesto en empleos generados* por el crédito condonable recibido, lo que las va matando desde adentro a través de la nómina salarial excesiva que deben mantener, como si las empresas creadas fueran una entidad Estatal a la que el gobierno central seguirá girando recursos de forma indefinida en el tiempo para sostener una burocracia innecesaria.

Ahora bien, el gobierno central debe asumir que cumple con el objetivo de generar empleo a través de programas como el Fondo Emprender. Debe tener en cuenta que el número de empleos generados por cada empresa creada, aunque sólo sea el de su proponente y responsable, es una contribución en sí misma a la disminución del desempleo. No entender esto, es perderlo todo, no sólo el pequeño número de empleos que por su propia inercia operativa genere cada

empresa creada, sino todo el esfuerzo financiero y de esperanza para un país de emprendedores que es lo que en últimas mayor valor debe tener para quienes orientan a la nación y a programas de este estilo y sus similares.

Pasando a otro frente, la idea preconcebida que motivó la hipótesis *los sectores económicos donde el emprendedor desarrolla su proyecto, influyen en la capacidad emprendedora* no resultó cierta. Participar en un sector productivo en particular no asegura la capacidad emprendedora en una región o país, incluso si en cualquiera de esos ámbitos geográficos se tiene una ventaja natural comparativa para explotar económicamente un sector determinado, lo que posibilita concluir que la política del Fondo Emprender de no limitar el renglón económico en el cual se pueden presentar las ideas de negocio se puede mantener e imitar.

Frente a los sectores económicos, los resultados podrían acercarse a los planteamientos citados en el marco teórico de Shane (2009), en relación a que los gobiernos deben orientar la financiación empresarial a la creación de empresas de alto crecimiento, pues estas pueden estar en todos los sectores económicos, y al generarse una empresa inicialmente con baja inversión, puede ir creciendo a través del tiempo, llegando a vincular incluso a inversores de capital de riesgo.

Con relación al dinamismo empresarial, la hipótesis *el dinamismo empresarial influye positivamente en la capacidad emprendedora*, la investigación permitió establecer que efectivamente, la gestión de empleo, la adecuada gestión presupuestal y la gestión eficiente en las ventas, son variables determinantes en el dinamismo empresarial de los proyectos financiados por el Fondo Emprender.

La hipótesis que plantea *el género del emprendedor está asociada positivamente con la capacidad emprendedora*, se verifica, pues se evidencia que cuando el emprendedor es hombre, este hecho incide negativamente. Por su parte, a pesar de que la participación de las mujeres es baja, estas, cuando emprenden, son exitosas. Por lo tanto, esto indica que la variable género sí tiene incidencia en la capacidad emprendedora. Desde el punto de vista del género se coincidió con Uhlaner y Thurik (2004), en materia de la baja tasa de participación femenina, pudiéndose concluir que los distintos programas emprendedores podrían poner más énfasis en atraer a las mujeres a proponer más proyectos.

La última hipótesis planteada, *la zona geográfica donde el emprendedor desarrolla su proyecto, influye en la capacidad emprendedora* no resultó cierta, pues ubicar las empresas en una zona particular no asegura el éxito asimilado como capacidad emprendedora, como lo demuestra el hecho de haber resultado no significativo para los proyectos del Fondo Emprender localizarse en los principales centros urbanos del país, lo que es positivo en el sentido que las empresas pueden crearse en todas las localidades de un país.

Expuestas las conclusiones desde los objetivos y las hipótesis, se plantea ahora las implicaciones o repercusiones posibles que este trabajo puede tener.

6.2 IMPLICACIONES

Este trabajo encontró que la capacidad emprendedora de un país se determina antes que por el número de empresas fundadas por año, por el porcentaje de ellas que se consolidan, crecen y se desarrollan a través de los años, generando riqueza y así dinámica económica y bienestar social, lo que es factible conseguir al direccionar a los agentes comprometidos en auspiciar el

nacimiento de empresas para que operen sobre la premisa estratégica de crear empresas sostenibles.

En ese horizonte, el trabajo propone el *modelo para fortalecer la capacidad emprendedora*, centrado en precisar las variables claves que se debe transferir de las *AIE (Agencias de Innovación y Emprendimiento)* impulsoras del emprendimiento, a las personas que acuden a ellas para crear empresa, a efecto de estructurar proyectos de inversión con la capacidad de producción y comercialización que los hagan productivos y competentes en el mercado nacional y extranjero.

La estrategia que se propone en este trabajo parte de la corrección de la forma en la que se está capacitando a los emprendedores para definir su idea de negocio, estructurar la empresa, instarla y hacerla operativa. La viabilidad operativa de una empresa debe partir de una planificación basada en la capacidad instalada necesaria para hacerla productiva y al mismo tiempo con la disposición de recursos financieros suficientes que les permita participar en mercados fuertemente competidos, lo que las hace sostenibles.

La estrategia propuesta permitirá crear empresas sostenibles. Para su difusión será presentada ante programas impulsores del emprendimiento, entidades financieras, agencias gubernamentales, universidades, organismos multilaterales y demás agentes, a efecto de darla a conocer, procurar su aceptación, mejora y adaptación a las condiciones sociales donde operan las entidades que la encuentre viable de implementar.

La única implicación posible de esta investigación, es trabajar para que la estrategia propuesta sea implementada. El gran fallo descubierto en el modelo considerado para Colombia está en la debilidad de la capacitación impartida a los emprendedores para estructurar su plan de inversión, cuestión que puede estar ocurriendo en otras naciones.

Considerando otras implicaciones paralelas, se puede anotar cómo la investigación permite dejar a consideración de la comunidad académica, el gobierno y los empresarios, la conveniencia de mantener e incrementar recursos del Estado para fomentar las iniciativas empresariales en Colombia, y a partir de ahí, establecer correctivos en pro de que los recursos asignados sean realmente elemento de generación de dinámica económica en las localidades colombianas.

Sin duda, el programa estudiado puede arrojar mejores resultados en términos de más y mejores empresas generadas, si deja de imponerse una mayor cuota de empleos en función al monto financiado.

Consideramos que este trabajo debe servir de insumo para que los administradores del Fondo Emprender, asuman modificar la forma de medir si los proyectos financiados cumplen o no con los indicadores establecidos por la entidad, pues un periodo de un año es corto para valorar si un proyecto cumplió todos los indicadores. El número de empresas exitosas aumentaría si la medición de indicadores se hiciera en las tres fases siguientes:

Fase uno: Alcance del punto de equilibrio, cubriendo desde el mes uno hasta el mes 12 en el primer año de operación. Esto significa que se haría un proceso de acompañamiento en la toma de decisiones a los proyectos financiados durante el primer año de operación, en el objetivo de conseguir que cada uno alcance un volumen de ventas mensual que le permita salir de la zona de pérdidas y entrar a la zona de utilidades antes de concluir el primer año de operación.

Fase dos: Consolidación en el mercado, cubriendo desde el mes trece hasta el mes veinticuatro, contado desde la fecha de inicio de operaciones del proyecto. El seguimiento del Fondo Emprender debe tener como propósito posicionar a cada empresa en el mercado,

alcanzando un nivel de uso de su capacidad instalada en un porcentaje que supere las ventas necesarias para estar en punto de equilibrio y se aproxime al porcentaje de uso de capacidad instalada media empleado por las empresas competidoras directas, que lideran el sector donde compite cada proyecto. El objetivo en esta fase es acompañar la toma de decisiones de los emprendedores para posicionar a sus empresas hacia los niveles de competitividad media que exige el mercado, lo que asegura la participación en ventas, fuente final de sustento de las empresas a partir del uso productivo de su capacidad instalada.

Fase tres: Empresa en competencia generando valor. En esta fase el Fondo Emprender acompaña a los emprendedores entre el mes veinticinco y treinta y seis, periodo en el cual la empresa podría estar consolidada con una participación estable en el mercado, que le permita usar su capacidad instalada a un nivel porcentual similar al de sus competidores directos. El objetivo en esta fase es respaldar la toma de decisiones del emprendedor para que consiga mantener a su empresa en la zona de generación de valor, es decir, generando utilidades y flujo de caja libre positivos.

Es imperioso cambiar el enfoque de seguimiento aplicado en el Fondo Emprender, se debe abandonar la premisa de cumplir taxativamente unos criterios estrechos para pasar a una concepción de *acompañamiento al emprendedor en la realización de planes anuales y la toma de decisiones para alcanzar el desarrollo de cada empresa a través del tiempo*, lo cual arrojaría los frutos económicos y sociales deseados por el gobierno central, los directivos del Fondo Emprender, los emprendedores mismos y la sociedad.

Queda evidenciado que las políticas públicas deben estar destinadas a seguir impulsando la dinámica económica, no sólo de las zonas más prosperas, sino también de las

regiones menos favorecidas, para cumplir con el cometido de generar desarrollo en las localidades.

Y finalmente, la mayor implicación de este trabajo estriba en el hecho de confirmar que el camino para superar la pobreza y los males de ella derivados en todos los países es la creación y puesta en marcha de más y mejores empresas. La felicidad de las personas en una nación depende de la cantidad y calidad de empresas localizadas en su territorio, para generar dinámica económica manifestada en inversión, empleo, pago de impuestos, toma y cancelación de créditos con el sistema financiero, pago a proveedores, giro de utilidades a inversores y en general, alcanzar una economía de mercado competitiva y sostenible, fundada en el desarrollo integral, base de las sociedades sanas.

6.3 FUTURAS INVESTIGACIONES

Los resultados de la investigación evidencian que las políticas del gobierno en materia de financiación empresarial pretenden desarrollar las regiones, pero los hallazgos no alcanzan a establecer si efectivamente la financiación desarrolla las localidades colombianas. En este sentido consideramos importante para futuras investigaciones realizar un estudio longitudinal, donde se pueda establecer si el financiamiento empresarial como política pública ha logrado ese desarrollo anhelado por los gobernantes.

Por su parte, un factor influyente en la formación de los emprendedores son las Universidades, quienes a través de sus planes de estudios y en los centros de desarrollo empresarial, contribuyen a la orientación de sus estudiantes, pero no se sabe realmente del impacto que sus egresados tienen en el desarrollo de nuevos emprendimientos, ni mucho menos si éstos logran consolidarse.

Por último, nos atrevemos a afirmar que hay una falla procedimental en el hecho de que el Fondo Emprender pretenda evaluar los emprendimientos en su primer año de vida, pudiendo considerarse hacer un estudio comparativo del Fondo frente a otros similares a nivel de Latinoamérica, para buscar establecer si la política de evaluación a esa edad temprana es la adecuada para determinar el fracaso o éxito de los emprendimientos.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Abramson, L., Seligman, M., Teasdale, J. (1978). Learned helplessness in humans: Critique and reformulation. *Journal of Abnormal Psychology*, 87 (1), 49-74.
- Acevedo Almonacid, R., & Guerra Genskowsky, L., & Aravena Reyes, J., & Aguilar Molina, M., & Azevedo, W. (2005). Modelo para la gestión del conocimiento basado en la teoría de la regulación. *Apertura*, 5 (1), 55-66.
- Acs, Z., Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28 (2-3), 109–122
- Acs, Z., Zaltan (2010). High impact entrepreneurship. En Ács, Z., y Audretsch, D. *Handbook of entrepreneurship research. An interdisciplinary survey and introduction (Second Edition)*. New York: Springer.
- Abeles, M, Pérez, E, y Valdecantos, S. (2018). Estudios sobre financierización en América Latina. Libros de la CEPAL, N° 152 (LC/PUB.2018/3-P), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018. ISBN: 978-92-1-058619-1.
- Albuquerque F. (2004). El enfoque del desarrollo económico local. *Organización Internacional del Trabajo*, 1, 1 – 68
- Abdolshah, M., Yusuff, M., Hong, T. S., Yusof B. & Sadigh, A. (2011). Measuring process capability index Cpmk with fuzzy data and compare it with other fuzzy process capability indices. *Expert Systems with Applications*, 38, 6452–6457.
- Ali S, Ullah M, Ullah N. (2016) “Determinants of Corporate Cash Holdings ‘A Case of Textile Sector in Pakistan.’” *International Journal of Economics & Management Sciences*. Vol 05, no. 03 doi:10.4172/2162-6359.1000334.
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory.

- Journal of Management, 27(6), 755–775. Doi:10.1177/014920630102700609
- Altman, E. (1993). *Corporate Financial Distress: A complete Guide to Predicting, Avoiding, and Dealing with Bankruptcy*. 2ª edición. Nueva York. John Wiley & Sons. ISBN-13: 978-0471087076 -ISBN-10: 0471087076
- Altman, E. I., & Hotchkiss, E. (2002). “Corporate Financial Distress and Bankruptcy”. 3a Edition. Wile. 268p. ISBN 978-0-471-69189-1 doi: 10.1002/9781118267806.
- Amorós, J., Fernández, C., Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *Journal International Entrepreneurship and Management*, 8 (3), 249-270.
- Angelelli, P., Luna, F., y Suaznábar, C. (2017). *Agencias latinoamericanas de fomento de la innovación y el emprendimiento: características y retos futuros*. 2017. Banco Interamericano de Desarrollo. (Nota técnica del BID; 1285) IDB-TN-1285. <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/8569/Agencias-latinoamericanas-de-fomento-de-la-innovacion-y-el-emprendimiento-caracteristicas-y-retos-futuros.PDFnud>
- Angelelli, P., Llisterri, J. (2003). El BID y la promoción de la empresarialidad: Lecciones aprendidas y recomendaciones para nuevos programas. Recuperado de: <http://publications.iadb.org/handle/11319/5033?locale-attribute=es>
- Ángel, A. (2011). *Análisis TheBreakthrough. Escalando el emprendimiento en Colombia* Confecamaras. Cartagena-Colombia.
- Anitra, B., Audretsch, D., McDougall, P. (2004). The emergence of entrepreneurship policy. *Small Business Economics*, 22 (3-4), 313–323.
- Armington, C., Acs, Z. (2002). The determinants of regional variation in new firm formation. *Regional Studies*, 36 (1), 33-45.

Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo –Alide. (2108)

Revista Banca & Desarrollo. Lima, Perú. <http://www.alide.org.pe/wp-content/uploads/2018/02/REVISTA-ALIDE-2018-FINAL2.pdf>.

Autio, E., Arenius, P., Wallenius, H. (2000). Economic impact of gazelle firms in Finland. *ISIB Working Papers 2000-3*. Helsinki: Helsinki University of Technology.

Autio, E. (2007). Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/269>

Avendaño, V., & Flores, M. (2016). Modelos teóricos de gestión del conocimiento: descriptores, conceptualizaciones y enfoques. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 4 (10), 201-227. doi:<http://dx.doi.org/10.21933/J.EDSC.2016.10.181>

Barba, V., Jimenez, A., Martinez, M. (2007). Effects of entrepreneurial motivation and background on new venture's growth. International Congress "Marketing Trends" Paris, 26th-27th January. Ecole Supérieure de Commerce de Paris. Recuperado de: http://www.escpeap.net/conferences/marketing/2007_cp/Materiali/Paper/Fr/BarbaSanchez_JimenezZarco_MartinezRuiz.pdf

Barringer, B., Jones, F., Neubaum, D. (2005). A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. *Journal of Business Venturing*, 20 (5), 663–687.

Banco de Desarrollo Empresarial Colombiano BANCOLDEx. Recuperado de <http://www.bancoldex.com/>

Banco de la República. (2018) Reporte sobre la situación del crédito en Colombia, marzo de 2018 <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/reportesituacion-credito-colombia-marzo-2018.pdf>

- Banco Interamericano de Desarrollo BID (2017). Comunicados de prensa. BID Invest e Itaú Unibanco financian a MIPYMES dirigidas por mujeres en Brasil. <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2017-11-28/mipyme-de-brasil-incrementan-acceso-a-finanzas%2C11973.html>
- Banco Interamericano de Desarrollo BID (2012). Encuesta: 77% de los bancos en América Latina y Caribe planean aumentar créditos a las PYMEs. <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2012-11-19/encuesta-credito-para-las-pymes-2012-en-america-latina%2C10222.html>
- Banco Mundial (2017). Doing Business 2018, Reformando para la reacción de empleos. Recuperado de <http://espanol.doingbusiness.org/>.
- Bermúdez, M., Boscan, N., Muñoz, D., Vidal B., Archila G, (2017). Gestión del conocimiento en grupos de I+D: un enfoque basado en los componentes del capital humano. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(1), 133–143. doi:10.22507/rli.v14n1a12
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120. DOI: 10.1177/014920639101700108
- Bartra, R. (2013). Cerebro y libertad. Ensayo sobre la moral, el juego y el determinismo. México. FCE. ISBN 978-607-16-1432-2.
- Berg, J. y DeMarzo, P. *Corporate Finance* (2.a edición). Nueva York: Prentice Hall. 2010. 564p. ISBN-13: 978-0136089438 ISBN-10: 0136089437
- Berman, N., Héricourt, J. (2010). Financial Factors and the Margins of Trade: Evidence from Cross-Country Firm-Level Data. *Journal of Development Economics*, 93 (2), 206–217.

- Bentancour, B. (2011). La capacidad emprendedora y el desarrollo de nuevas empresas. *Cuadernos de Administración*, 20(32), 107. doi:10.25100/cdea.v20i32.205
- Bradley, K. (2003). «Intellectual capital and the new wealth of nations II» *Business Strategy Review*, vol. 8, no. 4, pp. 33-44, ISSN (printed): 0955-6419. ISSN (electronic): 1467-8616.). <https://doi.org/10.1111/1467-8616.00046>
- Brandstätter, H (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51 (3), 222–230
- Brockhaus, R., Horwitz, P. (1986). The psychology of the entrepreneur, the art and science of entrepreneurship. Cambridge: Sixton, D. L.; Smilor, R. W. (Eds.) Ballinger. 25-48.
- Bunn, D. W., & Oliveira, F. S. (2016). Dynamic capacity planning using strategic slack valuation. *European Journal of Operational Research*, 253 (1), 40-50. DOI:10.1016/J.EJOR.2016.02.013
- Butler, M & Williams, H. (2006). Discrete Optimization The allocation of shared fixed costs. *European Journal of Operational Research*, 170, 391–397.
- Cajigas, M., Haro, M., Ramírez, E. (2018). WORKING CAPITAL INVESTMENT STRATEGY. *DYNA*, 93(4). 359. DOI: <http://dx.doi.org/10.6036/8869>
- Caraballo, Y., & Mesa, D., & Herrera, J. (2009). Herramientas de gestión del conocimiento: convergencias hacia un aprendizaje organizacional. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 43 (1), 1-13.
- Cardona, R. 2011. Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el proceso de desarrollo. *Revista Electrónica Forum Doctoral*. Número 4. Mayo – Julio de 2011. ISSN: 2027-2146

- Capelleras, J., Kantis, H. (2009) *Nuevas empresas en América Latina: Factores que favorecen su rápido crecimiento*. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Castro, M. A. A. B., García, M. L. S., & Adame, M. E. C. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98–107. doi:10.1016/j.sumneg.2015.08.009
- Cavallo y Powell (2018). La hora del crecimiento. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Investigación y Economista Jefe. IDB-AR-161. p.23 <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/8805/Informe-macroeconomico-de-America-Latina-y-el-Caribe-2018-La-hora-del-crecimiento.pdf>,
- Celec, R., & Globocnik, D. (2017). Benchmarking Firm-level Resources, Capabilities, and Postures Driving Export Performance of SMEs. *Naše gospodarstvo/Our Economy*, 63(1). doi:10.1515/ngoe-2017-0005
- Confécamaras (2017). Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia. http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%0%B0lisis_Economico_N_14.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, (2018). La unión Europea y América Latina y el Caribe. Estrategias convergentes y sostenibles ante la coyuntura global. 2018. <https://www.panoramical.eu/america-latina-y-caribe/cepal-estrategias-convergentes-y-sostenibles-ante-la-coyuntura-global/>
- Choi, N. y Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29, 363–376

- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S., Dormann, C. (2012). Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38 (1), 121–138.
- Coad, A., Daunfeldt, S., Hözl, W., Johansson, D., & Nightingale (2014). High-growth firms: introduction to the special section. *Industrial and Corporate Change*, 23(1), 91-112. doi: 10.1093/icc/dtt052
- Cohen, B (2006), “Sustainable Valley Entrepreneurial Ecosystems”. *Business Strategy and the Environment*, Vol. 15, No. 1, pp 1-14. doi:10.1002/bse.428
- Sistema Económico Latinoamericano del Caribe –SELA. (2016). Cooperación Económica y Técnica: Experiencias recientes sobre programas de emprendimiento e incubadoras de empresas en América Latina y el Caribe: Hacia la creación de una economía impulsada por el emprendimiento. Seminario – Taller sobre Emprendimiento “Hacia la creación de una economía impulsada por el emprendimiento –desmitificando el proceso Bridgetown, Barbados. 17 y 18 de agosto de 2016 SP/STE-HCEIEDP/DT N° 2-16. <http://www.sela.org/media/2303968/experiencias-recientes-programas-de-emprendimiento.pdf>
- Crespi, G., Fernández, E., Stein E. (2014). ¿Cómo repensar el desarrollo productivo? Políticas e instituciones sólidas para la transformación económica. Banco interamericano de Desarrollo. Recuperado: <https://publications.iadb.org/handle/11319/6634>
- Crissien, J. (2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *EAN*: 66, 67-84.
- Cuba, R., Decenzo, D., Anish, A. (1983). Management practices of successful female business owners. *American Journal of Small Business*. 8 (2), 40–46.

- Cumming, D. (2007). Government policy towards entrepreneurial finance: Innovation investment funds. *Journal of Business Venturing*, 22, 193-235.
- Choo, W. (1998). *La organización inteligente*, Editorial Oxford Press, México D.F.
- Dalton, D., Kesner, I. (1985). Organizational performance as an antecedent of inside/outside chief executive succession: an empirical assessment. *Academy of Management Journal*. 28 (4), 749–762.
- Das, S. (2012). Entrepreneurship through Micro Finance in North East India: A Comprehensive Review of Existing Literature. *Information Management and Business Review*, 4 (4), 168-184.
- Dang, S., Ashley, C. (2006). Impact of human resource management: SME performance in Vietnam. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(1), 79–95.
- Dvir, D., Sadeh, A., Malach, A., (2010). The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. *Journal of High Technology Management Research*, 21 (1), 43–51.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2017). Pobreza Monetaria y Multidimensional en Colombia 2017. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-y-desigualdad/pobreza-monetaria-y-multidimensional-en-colombia-2017>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2018). Boletín técnico. Gran encuesta integral de hogares (GEIH). http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_abr_18.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2018). Boletín técnico:

- Cuentas Nacionales Anuales de Colombia 2016 provisional. Bogotá, mayo 15 de 2018.
<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cuentas-nal-anuales/bol-cuentas-nal-anuales-2016provisional.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2016) Indicadores de coyunturales.
https://www.dane.gov.co/files/ses/ses_2016/Indicadores_Coyunturales_05_03_2016.pdf
- Departamento Nacional De Planeación DNP: <https://www.dnp.gov.co/Paginas/inicio.aspx>
Departamento Nacional de Planeación
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia-DIAN y Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE. (2018) Balanza comercial.*
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/balanza-comercial>
- Davenport, Thomas H. (1998) “If HP only knew what HP knows...”, Perspectives on Innovation, Managing Organizational Knowledge
- Drucker, Peter (1957) *The Landmarks of Tomorrow*, Harper and Row, New York, 1957. La última reedición es de 1996, hecha por Transaction Books, New Jersey.
- Drucker, Peter, 1999, “Knowledge-Worker Productivity: The Biggest Challenge”, *California Management Review*, Vol. 41, Nro. 2, Winter.
- Du, J., Cook, W., Liang, L. & Zhu, J. (2014). Fixed cost and resource allocation based on DEA cross-efficiency. *European Journal of Operational Research*, 235, 206–214.
- Durham, Y., McCabe, K. & Olson, M. A., Rassenti, S. & Smith, V. (2004). Oligopoly competition in fixed cost environments. *International Journal of Industrial Organization*, 22, 147– 162.

- Edvinsson, L. y Malone, S. (1999). *El Capital Intelectual*. Gestión 2000. Barcelona.
- Echecopar, G., P. Angelelli, G. Galleguillos y M. Schorr (2006), “Capital semilla para el financiamiento de las nuevas empresas. Avances y lecciones aprendidas en América Latina”, Serie de informes de buenas prácticas del Departamento de Desarrollo Sostenible, BID, Washington, DC. Recuperado el 08 de abril de 2017, del sitio financiamiento web del Banco Interamericano de Desarrollo: Recuperado de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1442265>
- Elizalde, A. (2003). *Planificación estratégica territorial y políticas públicas para el desarrollo local*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. (Serie gestión pública CEPAL), 70
- ENR. (Engineering News Records). (2003). DAMS: World's Largest Capacity Reservoirs *ENR: Engineering News-Record*, 251(20), 27-29.
- Eslava, M., Meléndez, M., y Perry, G. (2014). *Notas sobre Política de Desarrollo Productivo en Colombia* (No.012342). CEDE - Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.
- Farfán, D., Garzón, M. (2006). *La gestión del conocimiento*. Documentos de investigación. Universidad del Rosario, Facultad de Administración. Editorial Universidad del Rosario Bogotá D.C. No. 29, ISSN: 0124-8219.
- Frederick, H., Monsen, E. (2011). New Zealand's perfect storm of entrepreneurship and economic development. *Small Business Economics*, 37, 187-204.
- Fischer, E., Reuber, R. (2003). Support for rapid growth firms: a comparison of the views of founders, government policymakers, and private sector resource providers. *Journal of Small Business Management*, 41 (4), 346–365.

- Franco, M. (2012). Factores Determinantes Del Dinamismo De Las PYMEs En Colombia (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España. Recuperado de: https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66146/1/pymes_colombia.pdf
- Frese, M. (2009), "Towards a Psychology of Entrepreneurship — An Action Theory Perspective", *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*: Vol. 5: No. 6, pp 437-96. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000028>
- Frese, M., kring, W., Soose, A., Zempel, J. (1996). Personal initiative at work: differences between east and West Germany. *Academy of Management Journal*, 39 (1), 37- 63.
- Fondo Emprender: <http://www.fondoemprender.com/>
- Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario FINAGRO: <https://www.finagro.com.co/>
- Fondo Nacional de Garantías: <http://www.fng.gov.co/>
- Fong, C., Flores, K., & Cardoza Campos, L. (2017). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Nova Scientia*, 9 (19), 411-440. doi:10.21640/ns.v9i19.739
- Friend, G., Zehle, S. (2008). *Cómo diseñar un plan de negocios*. The Economist. Lima. Perú. ISBN 978-987-1456-25-3.
- Fuentelsaz, L., González, Co., Maícas, J. (2015).” ¿Ayudan las instituciones a entender el emprendimiento?”. *Economía Industrial*. Forthcoming.
- Gartner, W., Shane, S. (1995). Measuring entrepreneurship over time. *Journal of Business Venturing*, 10 (4), 283-301
- Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado, Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. México, Taurus.

- Gil, Estallo, M, De la Fuente, F. (2012). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Alfaomega Grupo Editor, S.A. 2012. ISBN 978-607-707-511-0. 8ª. Edición
- Gilbert, B., McDougall, P., Audretsch, D. (2006). New venture growth: a review and extension. *Journal of Management*, 32(6), 926–950.
- Gohmann, S., Fernandez, J. (2014). Proprietorship and unemployment in the United States. *Journal of Business Venturing*, 29 (2), 289–309.
- Gómez, L., Veciana, J., Urbano, D. (2004). Medidas de apoyo en la creación de empresas en el caribe colombiano. *Investigación y desarrollo*, 12 (2), 372-395
- Grant, R. M. 1991. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33: 114-135.
- Grant, R. M. (2010). *Toward a Knowledge-based Theory of de, firm Strategic Management Journal*, Vol. Pp. 109 – 122. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/2486994>
- Grant R. M. 1996. Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17: 109-122.
- Greenaway, D., Guariglia, A., Kneller R. (2007). Financial factors and exporting decisions. *Journal of International Economics*, 73(2), 377-395.
- Gries, T., Naudé, W. (2011). Entrepreneurship and human development: A capability approach. *Journal of Public Economics*, 95 (3-4), 216-224.
- Gujarati, D., Porter, D. (2010). *Econometría 5ta Edición*. México: Mc GrawHill.
- Hambrick, D., Lei. D. (1985). Toward an empirical prioritization of contingency variables for business strategy. *Academy of Management Journal*, 28(4), 763– 788.
- Harford, J., Mansi A., & Maxwell F. “Corporate Governance and Firm Cash Holdings in the U.S.” *Corporate Governance*. 2012. p.107–138. doi:10.1007/978-3-642-31579-4_5.

- Hechavarria, D, Ingram, A (2014), "A Review of the Entrepreneurial Ecosystem and the Entrepreneurial Society in the United States: An Exploration with the Global Entrepreneurship Monitor Dataset". *Journal of Business & Entrepreneurship*, Vol. 26, No. 1, pp 1-36.
- Huggins, R., Williams, N. (2011). Entrepreneurship and regional competitiveness. The role and progression of policy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23 (9-10), 907-932.
- Ibarra, D. (1990). *Los primeros pasos al mundo empresarial*. México: Limusa.
- Imagui (2014). Mapa de la división política de Colombia. Recuperado de: <http://www.imagui.com/a/mapa-de-la-division-politica-de-colombia-TEXGkAna8>
- Instituto Colombiano Agropecuario ICA. (17 de octubre 2013). Resolución 3642 de 2013. *Fenavi*. Recuperado de: http://www.fenavi.org/images/stories/estadisticas/article/2834/Resoluci_n_3642_de_2013.pdf
- Ireland, R., & Webb, J. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. *Business Horizons*, 50, 49-59.
- Isenberg, D (2010), "How to Start an Entrepreneurial Revolution". *Harvard Business Review* Vol. 88, No. 6, pp 40-50.
- Kantis, H., Federico, J., & García, S. I. (2015). Condiciones sistémicas para el Emprendimiento dinámico. América Latina en el nuevo escenario global.
- Kantis, H., & Federico, J. (2014). Dinámica empresarial y emprendimientos dinámicos: ¿contribuyen al empleo y la productividad?: el caso argentino/ Monografía del BID; IDB-MG-206

- Kantis, H., Angelelli, P. y Moori, V. (2005). Developing Entrepreneurship. Experience in Latin America and Worldwide. Recuperado de: <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/442/Developing%20Entrepreneurship.pdf?sequence=1>
- Ketterer, J, y Villacorta, O. (2017). Créditos a las pyme y políticas de gobierno. La evidencia De los países desarrollados. Documento para discusión. IDB-DP-503. Marzo de 2017. Banco Interamericano de desarrollo.
- Khan, R., Rocha, J. (1982). Recurring managerial problems in small business. *American Journal of Small Business*, 7(1), 50–58.
- Kotler, Philip T and Lane, Kevin. (2016), Marketing Management, 15th Edition. Ed Pearson.
- King, S., Dang, S., Ashley, C. (2006). Impact of human resource management: SME performance in Vietnam. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(1), 79–95.
- Lawrence, P., Zoltan J. (2014). Localized competition in the knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 29 (1), 121–136.
- Lerner, J. (2010). The future of public efforts to boost entrepreneurship and venture capital. *Journal Small Business Economics*, 35 (3), 255-264
- Levin, N., Tishler A. & Zahavi, J. (1985). Capacity Expansion of Power Generation Systems with Uncertainty in the Prices of Primary Energy Resources. *Management Science*, 31(2), 175-187.
- Martínez C., Cepeda J., & García C. (2013) “Emisión de deuda Vs financiamiento tradicional como fuentes de capital de trabajo: Caso Colvanes S.A”. *Revista Contexto*. 2013. Vol. 2. p.114- 136. Disponible en: <file:///D:/Pc/Descargas/46-686-1-PB.pdf>
- McClelland, D. (1985). *Human motivation*: Scott Foresman & Co.: EE.UU.

- McClelland, D., Burnham, D. (1976). Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, 100-110.
- McDougall, P., Robinson, R., Denisi, A. (1992). Modeling new venture performance: an analysis of new venture strategy, industry structure and venture origin. *Journal of Business Venturing*, 7(4), 267–289. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(92\)90002-9](https://doi.org/10.1016/0883-9026(92)90002-9)
- Manyoma Velásquez P. C., Orejuela Cabrera J. P., Gil González C. A. 2011. Methodology to Determine the Installed Capacity of an Academic Program. *Revista Estudios Gerenciales*, 27(121), 143-158.
- Martínez-Costa, C., Mas-Machuca, M., Benedito, E. & Corominas, A. (2014). Review of mathematical programming models for strategic capacity planning in manufacturing. *International Journal Production Economics*, 153, 66–85.
- Mas, F., Baviera, A., Martínez, V. (2009). Entrepreneurship policy and targets: The case of a low absorptive capacity region. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5 (3), 243-258
- Mason, C, Brown, R. (2014), “Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship”. Final Report to OECD, Paris, pp 1-38.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). <http://www.mincit.gov.co/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado de [Dhttp://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Publicaciones&id=47](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Publicaciones&id=47)
- Ministerio de Educación. <http://www.mineducación.gov.co/portal/normativa/leyes94653:Ley-1014-de-Enero-26-de-2006> Ministerio
- Minniti, M. (2008). The role of government policy on entrepreneurial activity: Productive, unproductive, or destructive? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32 (5). 779- 790

- Monagas-Docasal, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial*, 33(2), 142-150. Recuperado en 07 de junio de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181559362012000200006&lng=es&tlng=es.
- Moriano, J. Trejo E., Palací F. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social: International Journal of Social Psychology*, 16 (2), 229-242
- Murcia, M. J. (2009). *Proyectos. Formulación y criterios de evaluación*. Bogotá: Alfaomega. 1ª edición.
- Murdock, K. (2012). Entrepreneurship policy: Trade-offs and impact in the EU. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9-10), 879–893. http://www.ecb.europa.eu/home/pdf/research/compnet/Muuls_2008.pdf??8ec293395fa86c2243f65732d93ed2b2
- Naranjo, S., González Hernández, D. L., & Rodríguez, J. (2016). El reto de la gestión del conocimiento en las instituciones de educación superior colombianas. *Folios*, 1(44), 151–164. doi:10.17227/01234870.44folios151.164.
- Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka (1999). *La organización creadora del conocimiento*, Editorial Oxford Press, México D.F.
- Norrman, C., Bager-Sjögren, L. (2010). Entrepreneurship policy to support new innovative ventures: Is it effective? *International Small Business Journal*, 28 (6), 602-619.
- Nitcher, S., Goldmark, L. (2009). Small firm growth in developing countries. *World Development*, 37 (9), 1453–1464.

O'Connor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28 (4), 546–563

Oficina Internacional del Trabajo. Trabajo decente en las Américas (2006). Una agenda hemisférica, 2006-2015. Informe del Director General. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---webdev/documents/publication/wcms_081003.pdf

Ordóñez, B. (1998). *Industrias y Empresarios Pioneros*. Cali: Universidad del Valle.

Opler, T., Pinkowitz, L., Stulz, R & Williamson, R (1999). The determinants and implications of corporate cash holdings. *Revista Journal of Financial Economics*, Junio 2017. Vol (52), 3-46. Disponible en: https://u.osu.edu/stulz.1/files/2016/05/Determinants_cash-holdings-lw4ptsv.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE & La Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2017). *Perspectivas económicas de América Latina 2017, Juventud, competencias y emprendimiento*. Recuperado de: https://www.oecd.org/dev/americas/Ebook_LEO2017_SP.pdf

OECD, CAF Development Bank of Latin America and United Nations Economic Commission for Latin America and the Caribbean. (2018). *Perspectivas económicas de América Latina 2018: Repensando las instituciones para el desarrollo*, Éditions OCDE, París. <https://doi.org/10.1787/leo-2018-es>

Pardo, C & Alfonso, W. (2015). ¿Por qué los negocios fracasan en Colombia? [Colombia]: Instituto del fracaso, 2015. 25 p. [recuperado] <https://thefailureinstitute.com/wp-content/uploads/2015/11/Fracaso-emprendimiento-Colobia.pdf>

Peteraf, M. (1993). *The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource – Base View*.

- In Strategic Management Journal, Vol. 3, Pp. 179-191.
- Peteraf, M., & Barney, J. (2003). Unraveling the resource-based tangle. *Managerial and Decision Economics*, 24(4), 309–323. doi:10.1002/mde.1126
- Porter, M. (1990). *La Ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona: Plaza & Janes.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage*. Boston: MA. Free Press.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitividad de las naciones*, España, Plaza & James editores.
- Penrose, E. (1958). *The theory of growth of the firm*. Oxford.
- Pico, A. A., del Rio Cortina, J., Trujillo, R. S., & Arias, C. R. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, ciencia y libertad*, 12 (1), 7.
- Naciones Unidas (2016). *Informe sobre Desarrollo Humano: Desarrollo humano para todos*. Propiedad del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo 1 UN Plaza, Nueva York, NY 10017, Estados Unidos
http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016_SP_Overview_Web.pdf
- Naciones Unidas (2017). *Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe. La inmigración laboral en América Latina*. Publicación de las Naciones Unidas. LC/TS.2017/30. Copyright © Naciones Unidas / © OIT, mayo de 2017. Impreso en Naciones Unidas, Santiago. S.17-00342.) (Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe. La inmigración laboral en América Latina. Publicación de las Naciones Unidas. LC/TS.2017/30. Copyright © Naciones Unidas / © OIT, mayo de 2017. Impreso en Naciones Unidas, Santiago. S.17-00342. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_553535.pdf
- Ramírez, E., Romero, M. C., & Estévez, P. J. (2011). *Colectivos de inversión empresarial: una*

- opción hacia el desarrollo local, 2. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 139-161.
- Ramírez E., Cajigas M. (2004). Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica. Editorial Universidad Nacional de Colombia. ISBN 9789588095247
- Ramírez E., Cajigas M. (2006). Los consorcios exportadores: estrategia para vender extralocalmente. *Revista Estudios Gerenciales*, 98, 57-81.
- Ramírez E., Cajigas M. (2008). Banco & Empresa. Minimizando el riesgo crediticio. Palmira. Universidad Nacional de Colombia.
- Reynolds, P., Storey, D., Westhead, P. (1994), Cross-national variations in new firm formation rates. *Regional Studies*, 28 (4), 343-346.
- Rizzo M. “El capital de trabajo neto y el valor en las empresas la importancia de la recomposición del capital de trabajo neto en las empresas que atraviesan o han atravesado crisis financieras”. *Revista EAN*. Jul 2007. Vol 61. p.103. doi:10.21158/01208160.n61.2007.421
- Robayo, A. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125–140. doi:10.1016/j.sumneg.2016.02.007
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J., and Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 15(4), 13 - 31.
- Rodriguez, C., Jimenez, M. (2005). Entrepreneurship, governmental action and academy: Revision des écrits. *Innovar*, 15 (26), 73-89.
- Román, C., Congregado, E., & Millán, J. (2013). Start-up incentives: Entrepreneurship policy or

- active labour market programme? *Journal of Business Venturing*, 28 (1), 151-175
- Rok, Y., Phan, P. (2006). The Influences of Economic and Technology Policy on the Dynamics of New Firm Formation. *Small Business Economics*, 26(5), 493-503.
- Sapag N. (2016) *Proyectos de Inversión*. Editorial Pearson. ISBN 9788490355077
- Saavedra, M y León, L (2014). Alternativas de financiamiento para la micro, pequeña y mediana empresa en Latinoamérica. *Revista Ruta volumen II*, 2014. (Versión pdf)
https://www.researchgate.net/publication/323759932_Alternativas_de_financiamiento_para_la_Micro_Pequena_y_Mediana_Empresa_Latinoamericana.
- Sandberg, W., Hofer, C. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2 (1), 5 – 28.
- Sáez de Viteri Arranz, D. (2000) EL Potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Vol. 6, N° 3, 2000*, pp. 71-86.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Ed. Planeta.
- Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA- <http://www.sena.edu.co/Paginas/Inicio.aspx>
- Schumpeter J. (1934). *Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge, MA
- Schumpeter, J. (1996). *Capitalismo, socialismo y democracia I*. Barcelona, Folio.
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy? *Journal Small Business Economics*, 33 (2), 141–149.
- Smith, A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*. Londres: W. Strahan & T. Cadell.

- Spencer, J., Murtha, T., Lenway, S. (2005). How governments matter to new industry creation. *Academy of Management Review*, 30 (2), 321-337.
- Soto, E (2014), "Entrepreneurial Ecosystems as a Pathway towards Competitiveness: The Case of Puerto Rico". *Competition Forum*, Vol. 12, N° 1, pp 31-40.
- Spyropoulou, S., Katsikeas, C. S., Skarmas, D., & Morgan, N. A. (2017). Strategic goal accomplishment in export ventures: the role of capabilities, knowledge, and environment. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 109–129. doi:10.1007/s11747-017-0519-8.
- Sveiby, K. (1998). *The new organizational wealth: managing and measuring intangible assets*. Berrett-Koehler Publishers, San Francisco.
- Stewart, T. (1997). *Intellectual capital. The new wealth of organizations*. Nicolas Brealey Publishing. London.
- Supriyadi, S. (2017). Analysis Effect of Resources and Dynamic Capabilities to Sustainable Competitive Advantages and Its Implications to the Firms Performance. *International Business Research*, 10(10), 209. doi:10.5539/ibr.v10n10p209
- Teece, D. (1982). Towards an economic theory of the multiproduct firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 39-63.
- Thanh, M.; Turkina, E. (2014). Macro-level determinants of formal entrepreneurship versus informal entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 29, p. 490 -510. Amsterdam: Elsevier. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.005> junio 9 de 2016.
- Thorton, M. (1988). *The origin of economic theory: A portrait of Richard Cantillon (1680-1734)*.

- Torres, Fernando. (2017). Trayectorias del emprendimiento hacia el desarrollo económico local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(78), 232-245.
- Trujillo, M., Guzman, A. (2008). Intraemprendimiento: una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. *Cuaderno Administración*, 21 (35), 37 - 63.
- Urbano, D. y Toledano, N. (2007). Políticas de apoyo a la creación de empresas en España. *Boletín Económico de ICE* N° 2905. Consultado en: <http://core.ac.uk/download/pdf/13270019.pdf>
- Uhlaner, L., Thurik, R. (2004), Post-materialism: a cultural factor influencing total entrepreneurial activity across nations. *Papers on entrepreneurship, growth and public policy, 07-2004*, Jena: Max Planck Institute.
- Valencia, H. Prácticas de capital de trabajo. Mejores prácticas financieras de las empresas en México. 1a. Edición. México. Valencia (Ed.). 2009. 253–294p. ISBN 9786079533113
- Valencia H. “Complementariedad de Las Inversiones a Largo Plazo y de Capital de Trabajo Ante Oportunidades de Negocios y Consideraciones de Liquidez En Países Latinoamericanos.” *Estudios Gerenciales*, Oct 2015. Vol. 31(137). p.364–372. doi: 10.1016/j.estger.2015.07.004
- Zhu, W., Zhang, Q., & Wang, H. “Fixed costs and shared resources allocation in two-stage network DEA”. *Annals of Operations Research*. Aug 2017. P.1-118. doi:10.1007/s10479-017-2599-8
- Van Praag, M., Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent Research. *Small Business Economic*, 29, 351–382.

- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas*. (2a ed.). México: Prentice Hall.
- Varela, R., Bedoya A, (2007). Modelo conceptual del desarrollo empresarial basado en competencias. Recuperado de: http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/198/html
- Varela, R., Moreno, J. Franco, C. Gómez, L., López, S. Osorio, F. Pereira, F. Buelvas, P. Matíz, F. García, G. *Dinámica empresarial colombiana GEM Colombia* (2016). Recuperado de: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/GEM-Colombia-2016.pdf>
- Vázquez, Antonio. *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial*. Investigaciones regionales, número 11. 2007, pp 183-210. Asociación Española de Ciencia Regional. Madrid. España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/289/28901109.pdf>
- Venkatraman, N., Ramanujam, V. (1987). Measurement of business economic performance: an examination method convergence. *Journal of Management*, 13(1), 109–122.
- Verheul, I. (2005). *Is there a (fe) male approach? Understanding gender differences in entrepreneurship*. ERIM Ph.D. Series Research in Management. Erasmus Research Institute of Management (ERIM). Retrieved from <http://hdl.handle.net/1765/2005>.
- Vesga, R, Rodríguez, M; Schnarch, D & García O (2015). “EMPRENDEDORES en crecimiento”. Editorial Kimpres SAS, Bogotá.
- Verheul, I, Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2002). An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture. In *Entrepreneurship: Determinants and policy in a European-US comparison* (pp. 11-81). Springer, Boston, MA.

- Wennekers, S. Thurik, R., Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small business economics*, 24 (3), 293 - 309
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5: 171-180. <http://dx.doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Weinzimmer, L., Nystrom, P., Freeman, S. (1998). Measuring organizational growth: issues consequences and guidelines. *Journal of Management*, 24(2), 235–262.
- Wiklund, J., Patzelt, H., Shepherd, D. (2009 Wiklund). Building an integrative model of small business growth. *Small Business Economics*, 32(4), 351–374.
- Woo, S., & Choi, J. Y. (2017). Knowledge sources and recombination capabilities in developing new convergent products. *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(2), 227–240. doi:10.1080/09537325.2017.1300249
- Zorzini, M., Corti, D. & Pozzetti, A. (2008). Due date (DD) quotation and capacity planning in make-to-order companies: Results from an empirical analysis. *International Journal Production Economics*, 112, 919–933.

ANEXOS

ANEXO A NORMATIVIDAD EN MATERIA DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

Tabla 46 Normatividad por la que rige a Colombia en materia de emprendimiento

Ley	DESCRIPCION
Ley 1286 de 2009	La nueva Ley eleva el nivel de Colciencias al de un Departamento Administrativo del orden nacional, bajo la dirección de la Presidencia de la República; fortalece el proceso de financiación buscando se eleve la inversión en el campo del desarrollo científico al 1% del PIB en el año 2010 y al 1,5% en el 2016; pretende consolidar un modelo sistémico con mucho mayor interdisciplinariedad; fomenta el proceso de regionalización para tratar de disminuir la brecha entre las regiones; y afianza la relación con el sector productivo nacional apoyando los procesos de innovación y la revolución tecnológica.
Ley 1014 de 2006	Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto "Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.
Ley 789 de 2002	Artículo 40, por la cual se crea el Fondo Emprender.
Ley 590 de 2000	Sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana, modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.
Ley 344 de 1996	Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público.
Ley 29 de 1990	Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.
DECRETOS	DESCRIPCION
Decreto 525 de 2009	Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.
Decreto 1192 de 2009	Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
La Circular 8 de 2008	De la Superintendencia Financiera, que autorizó a las administradoras de fondos de pensiones del régimen de pensión obligatoria, para realizar inversiones en fondos de capital privado colombianos.
Decreto 2175 de 2007	Sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los FCP.
Decreto 4466 de 2006	Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.
La resolución 470 de 2	De la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.
Decreto 393 de 1991	Por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.
Decreto 585 de 1991	Por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones.

Continuación....

DOCUMENTOS CONPES	DESCRIPCION
CONPES 3527 del 23 de junio de 2008	Sobre la Política Nacional de Competitividad y Productividad. Según la Política Nacional de Competitividad y Productividad, un país puede aumentar el valor de su producción por 3 vías: produciendo más (productividad), produciendo mejor (aumentando la calidad) o produciendo nuevos productos (transformación productiva). El emprendimiento es fundamental para alcanzar la transformación productiva y de ahí su estrecha relación con la competitividad.
CONPES 3533 del 14 de julio de 2008	“Bases para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional”.
CONPES 3484 del 13 de agosto de 2007	Sobre política nacional para la transformación productiva y la promoción de las MIPYMEs.
CONPES 3424 del 16 de mayo de 2006	Sobre Banca de las Oportunidades.
CONPES 3439 del 14 de agosto de 2006	Que crea el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad (El Decreto 1475 de mayo de 2008 incluye al MCIT en la Secretaría Técnica y define que MCIT y Confecámaras coordinarán las Comisiones Regionales de Competitividad).
CONPES 3297 del 26 de julio de 2004	Que define la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad.

Fuente: Síntesis construida con base al Mincomercio

Tabla 47 Normatividad por la que rige a Colombia en materia de emprendimiento

Referencia	Descripción
Constitución política de Colombia	Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica establece como principios orientadores del Estado Social de Derecho colombiano la libertad de empresa y la libertad de competencia. y 158 sobre Unidad de Materia.
Sentencia C–392 DE 2007	La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.
Sentencia C–448 DEL 3 de Mayo de 2005	Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran el artículo 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mipyme.
Ley 155 de 1959	Mediante la cual se dictaron disposiciones en materia de prácticas comerciales restrictivas.
Ley 256 de 1996	Mediante la cual se dictaron normas en materia de competencia desleal.
Ley 344 de 1996	Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.
Ley 446 de 1998	La cual, en sus capítulos IV y VI contiene disposiciones en materia de competencia desleal y procedimientos ante la Superintendencia de Industria y Comercio en relación con sus competencias en la materia.
Ley 590 de 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
Ley 789 DE 2002	Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.
Ley 905 DE 2004:	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
Ley 905 de 2004 ⁷	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
ley 1014 DE 2006:	Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA
Decreto 1302 de 1964	Mediante el cual se reglamentó la ley 155 de 1959.
Decreto 2153 de 1992	Mediante el cual se reestructuró la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictaron otras disposiciones relativas a sus competencias.
Decreto 266 de 2000	Mediante el cual se dictaron, entre otras, disposiciones en materia de procedimiento para la toma de decisiones en materia de procedimientos de prácticas comerciales restrictivas y competencia desleal e integraciones empresariales.
Decreto 934 de 2003	Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el

⁷ COLOMBIA, RAMA LEGISLATIVA - PODER PÚBLICO, Diario Oficial No. 45.628 de 2 de agosto de 2004

	cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.
Código de comercio	<p>Título III, Artículo 294: Sobre constitución de Sociedades Colectivas.</p> <p>Título IV, Artículo 323: Sobre constitución de Sociedades en Comandita.</p> <p>Título IV, Capítulo II, Artículo 337: Sobre constitución de Sociedades en Comandita Simple.</p> <p>Título IV, Capítulo III, Artículo 343: Sobre constitución de Sociedades en Comandita por Acciones.</p> <p>Título V, Artículo 353: Sobre constitución de Sociedades de Responsabilidad Limitada.</p> <p>Título VI, Artículo 373: Sobre constitución de Sociedades Anónimas.</p> <p>Título VII, Artículo 461: Sobre constitución de Sociedades de Economía Mixta.</p> <p>Título VIII, Artículo 469: Sobre constitución de Sociedades Extranjeras.</p> <p>Título IX, Artículo 498: Sobre constitución de Sociedades Mercantiles de Hecho.</p>

Fuente; elaboración propia, con información de diversas fuentes

ANEXO B DOCUMENTO CONPES

Tabla 48 CONPES

Referencia	Descripción
CONPES 3297 de 2004 Agenda Interna para la Productividad y Competitividad: metodología.	presentar la metodología para la definición, preparación y eje la agenda interna cuyo objetivo central será definir las necesarias para provechar eficientemente las oportunidades ofrecen los acuerdos comerciales, la adecuación institución compromisos adquiridos en dichos acuerdos y acompañar a los productivos y a las regiones en el proceso de implement mismo.
CONPES 3424 de 2006. La Banca de las Oportunidades. Una política para promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando equidad social.	Definir la política de la Banca de las Oportunidades para condiciones necesarias para facilitar el acceso al sistema formal, mediante la provisión de crédito y otros servicios financieros a las poblaciones que generalmente han sido excluidas de los mis
CONPES 3439 de 2006. Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad.	los principios rectores de política y las bases para el desarrollo de una nueva institucionalidad para la competitividad y productividad, ajustada a los nuevos desafíos que enfrenta Colombia: (i) la agresiva estrategia de integración comercial que adelanta el país; (ii) las acciones surgidas como resultado de la Agenda Interna para la productividad y la competitividad; y (iii) la formulación de metas estratégicas de mediano y largo plazo expuestas en el ejercicio Visión Colombia II Centenario: 2019 ⁸ . De acuerdo con lo anterior, se propone la creación del Sistema Administrativo Nacional de Competitividad.
CONPES 3484 de 2007. Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado.	Este documento presenta a consideración del Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, las estrategias de política para la transformación productiva y la mejora sostenible de la productividad y competitividad de las Microempresas y de las PYMEs. Se busca que estas empresas se constituyan en una fuente creciente de generación de ingresos y empleo de calidad y que logren insertarse y posicionarse en los mercados internacionales.
CONPES 3527 de 2008. Política Nacional de Competitividad y Productividad.	Este documento plantea 15 planes de acción para desarrollar la Política Nacional de Competitividad propuesta en el marco del Sistema Nacional de Competitividad. Los 15 planes de acción son los siguientes: 1) sectores de clase mundial, 2) salto en la productividad y el empleo, 3) competitividad en el sector agropecuario, 4) formalización empresarial, 5) formalización laboral, 6) ciencia, tecnología e innovación, 7) educación, 8) infraestructura de minas y energía, 9) infraestructura de logística y transporte, 10) profundización financiera, 11) simplificación tributaria, 12) TIC, 13) cumplimiento de contratos, 14) sostenibilidad ambiental como factor de competitividad, y 15) fortalecimiento institucional de la competitividad.
CONPES 3533 julio de 2008. Bases para la adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional".	Sobre la base de que el conocimiento en el siglo XXI es un recurso crucial entre los múltiples determinantes de la competitividad de un país, y de que la generación de valor

⁸ COLOMBIA, DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION DNP, Documento de Presidencia de la República y la DNP.

http://www.accionsocial.gov.co/documentos/207_vision2019.pdf

	<p>con base en la creación intelectual, es decir, la producción de conocimiento, así como el uso del conocimiento disponible, son herramientas fundamentales para producir bienes y servicios innovadores capaces de insertarse adecuadamente en mercados competitivos.</p>
<p>CONPES 3533 julio de 2008</p>	<p>El objetivo de este documento es presentar propuestas para potenciar el impacto de la relación Entre la creación y producción intelectual y el uso del conocimiento disponible en el Sistema de Propiedad Intelectual (SIP) logrando niveles óptimos de protección y respeto de sus derechos.</p>

Fuente: elaboración propia

ANEXO C SONDEO DE OPINIÓN APLICADO A LOS EMPRENDEDORES

1. PRESENTACIÓN

Con el propósito de conocer de los propios emprendedores su visión del programa Fondo Emprender del SENA, se presenta este formulario solicitándoles responderlo a quienes han sido exaltados por éstos programas como dueños en cada versión de las mejores propuestas emprendedoras, en el propósito de valorar los alcances y resultados del programa y detectar su impacto en el espíritu emprendedor en las regiones de Colombia.

2. CRITERIOS DE LOS EMPRENDEDORES SOBRE EL PROGRAMA DE CAPITAL SEMILLA, FONDO EMPRENDER (SENA)

2.1 El emprendedor y su proyecto

2.1.1 La idea emprendedora se estructuró y presentó:

- a) Por una sola persona. ()
- b) Por un equipo de personas. ()

¿Cuántas personas? _____

2.1.2 La fuente o el origen de la idea de negocio fue:

- a) Experiencias personales propias o ajenas. ()
- b) Informes de prensa económica. ()
- c) Informes de revistas especializadas en temas técnicos. ()
- d) Información de gremios empresariales. ()

- e) Información de empresas o grupos empresariales. ()
- f) Observación de la naturaleza y los recursos que ofrece. ()
- g) Ferias y exposiciones empresariales. ()
- h) Conocimientos de empleados de empresas. ()
- i) Experiencias laborales propias (isomorfismo empresarial). ()
- j) Entidades estatales en los servicios y bienes demandados. ()
- k) Trabajos de grado en universidades e instituciones técnicas. ()
- l) Informes financieros de empresas en sectores claves. ()
- m) Informes de exportaciones e importaciones del país. ()
- n) Internet. ()
- o) Observación en otro país del producto en el mercado. ()
- p) Otra () ¿Cuál? _____

2.1.3 Califique de cero (nada) a diez (lo máximo), las razones que motivaron la participación

- a) Deseo de competir. ()
- b) Posibilidad de conseguir recursos para implementar el proyecto. ()
- c) Deseo de ser reconocido en sus capacidades personales. ()
- d) Interés de conseguir crecimiento económico personal. ()
- e) Interés de aportar al crecimiento económico de la sociedad. ()

2.1.4 Su propuesta emprendedora se centraba en:

- a) Un producto existente en el mercado, a ofrecer similar al de los competidores.
- b) Un bien existente en el mercado, a ofrecer con diferencias frente a competidores.
- c) Un artículo innovado, esto es, con fuertes diferencias frente a sus competidores tradicionales, aunque no es un invento.
- d) Un invento, que generaría su propia demanda.

2.1.5 ¿Cuál era su grado de formación académica a la fecha en que participó del concurso emprendedor?

- a) Educación básica primaria.
- b) Educación secundaria.
- c) Pregrado universitario en curso.
- d) Pregrado universitario concluido
- e) Posgrado universitario en curso:
 - Especialización.
 - Maestría.
 - Doctorado.
- f) Posgrado universitario concluido
 - Especialización.
 - Maestría.
 - Doctorado.

2.1.6 ¿Usted o alguno de sus socios tuvo o tenía empresa antes de presentarse al programa?

a) Sí. ()

b) No. ()

2.1.7 ¿Cómo se conformó el equipo emprendedor que presentó la idea de negocio?

a) Por amistad ()

b) Por complementariedad en conocimientos ()

c) Por casualidad ()

c) Por otras razones () ¿Cuáles? _____

2.1.8 Del listado siguiente, califique de cero a diez, las características personales que mejor le describen.

a) Arriesgado. ()

b) Tranquilo ()

c) Emprendedor. ()

d) Independiente. ()

e) Innovador. ()

f) Inteligente. ()

g) Perseverante. ()

h) Planeador. ()

- i)Rápido. ()
- j)Realista. ()
- k) Seguro de sí mismo. ()
- l)Sensible. ()

2.1.9 ¿A la fecha de ser seleccionado por el Fondo que edad tenía?

- a) Esta edad _____

2.1.10 En la relación indicada abajo, señale los elementos que influenciaron en su iniciativa empresarial.

- a) Padre. ()
- b) Otros miembros familiares. ()
- c) Necesidad de independencia. ()
- d) Educación (en primaria, secundaria y superior). ()
- e) Necesidad de supervivencia. ()
- f) Ejemplo de otros. ()
- g) Necesidad del país. ()
- h) Necesidad de satisfacción personal. ()
- i)Responsabilidad propia. ()
- j)Espíritu de vendedor. ()
- k) Innato. ()
- l)Necesidad de crear y crecer. ()
- m) Otra () ¿Cuál? _____

2.1.12. A que estrato social pertenecía cuando participo?

- a. Estrato 0
- b. Estrato 1
- c. Estrato 2
- d. Estrato 3
- e. Estrato 4
- f. Estrato 5
- g. Estrato 6
- h. Estrato 7

2.2 Observaciones sobre el Proyecto y su Operación.

2.2.1 ¿Su proyecto emprendedor fue puesto en marcha?

- a) Sí.
- b) No.

2.2.2 Si su respuesta anterior fue NO, indique por qué:

a) Los socios emprendedores no contaban con los fondos necesarios para capitalizar el proyecto.

b) No se contó con los inversores de capital de riesgo dispuestos a invertir en el proyecto.

c) Los recursos provenientes del concurso a manera de premio o fondo para capitalizar el proyecto fueron insuficientes. ()

d) Los bancos y otras entidades se negaron a financiar el proyecto en los montos requeridos. ()

e) El grupo emprendedor se desintegró. ()

f) Otras razones () ¿Cuáles? _____

2.2.3 ¿La operación de la empresa ha dado los resultados previstos en el plan de negocio?

a) Sí. ()

b) No. ()

2.2.4 ¿Cuántos empleos nuevos generó la puesta en marcha de su negocio?

a) Directos ____ b) Indirectos ____ c) Otros ____

ANEXO D REGRESIONES SIMPLES

Tabla 49 Regresiones simples

Proyecto	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf.	Interval]
Financiación	2.42e-09	5.63e-10	4.30	0.000	1.32e-09	3.52e-09
_cons	.4081888	.0351888	11.60	0.000	.3391805	.477197
Ventas	3.19e-09	1.74e-10	18.32	0.000	2.85e-09	3.53e-09
_cons	.4513902	.0114479	39.43	0.000	.42894	.4738404
Empleos	.0460278	.0019292	23.86	0.000	.0422446	.0498111
_cons	.3561326	.0126313	28.19	0.000	.3313614	.3809037
Ejecución p/l	9.82e-09	3.10e-10	31.65	0.000	9.22e-09	1.04e-08
_cons	.1027099	.0167612	6.13	0.000	.0698397	.13558
Cundinamarca	.059357	.0300791	1.97	0.049	.0003694	.1183447
_cons	.5431274	.0117254	46.32	0.000	.520133	.5661219
Antioquia	-.0864289	.0434684	-1.99	0.047	-.1716741	-.0011837
_cons	.5578575	.0111731	49.93	0.000	.5359462	.5797688
Valle	-.1540177	.0430935	-3.57	0.000	-.2385277	-.0695077
_cons	.5624684	.0111555	50.42	0.000	.5405914	.5843453
Huila	.1591163	.0419981	3.79	0.000	.0767544	.2414782
_cons	.5408837	.0111174	48.41	0.000	.5189705	.5627969
Género	.0341007	.0222497	1.53	0.126	-.009533	.0777343
_cons	.5310174	.0175143	30.32	0.000	.4966704	.5653643
Agricultura p/l	.2006688	.0219565	9.14	0.000	.1576102	.2437275
_cons	.4779026	.0133554	35.78	0.000	.4517116	.5040937
Manufactura	-.1345947	.0223571	-6.02	0.000	-.1784389	-.0907505
_cons	.6002939	.0133716	44.89	0.000	.574071	.6265168
Comercio	-.1654277	.0447325	-3.70	0.000	-.253152	-.0777034
_cons	.5623742	.0111223	50.56	0.000	.5405625	.584186
Extracción	-.1894946	.1503388	-1.26	0.208	-.4843217	.1053326
_cons	.5531309	.0108318	51.07	0.000	.5318888	.5743731
Gestión de ve~s	.5246873	.0223772	23.45	0.000	.4808036	.568571
_cons	.4233896	.0110852	38.19	0.000	.4016506	.4451286
Gestión de em~c	.7595823	.0147687	51.43	0.000	.7306197	.788545
_cons	.089372	.0115276	7.75	0.000	.0667653	.1119786
Gestión pres~l	.7397858	.0186312	39.71	0.000	.7032484	.7763231
_cons	.005425	.0160166	0.34	0.735	-.025985	.0368349

Fuente: Elaboración propia, con los resultados del modelo

