

resumen

El emprendimiento en los últimos años se ha convertido en uno de los temas más importantes de todos los gobiernos para el diseño de planes, programas y proyectos de las políticas públicas de creación de empresa y nuevos negocios, ya que ha llegado a ser uno de los dinamizadores de la economía mundial. En la actualidad se han creado diversos esquemas para poner en marcha ideas emprendedoras; ya que, a la vez, contribuyen a generar nuevos empleos. Muchas veces el desconocimiento de los programas implementados, el miedo a fracasar, la desinformación y la falta de confianza en las ideas de negocio se convierten en los obstáculos para la puesta en marcha de nuevos conceptos de emprendimiento en el país. El propósito de este documento es analizar el impacto de las políticas públicas de emprendimiento implementadas en el desarrollo del país en los últimos años.

**Palabras clave:** emprendimiento, cultura emprendedora, políticas públicas de emprendimiento y desarrollo económico.

abstract

The entrepreneurship during last years has become in one of the most important topics to the plans, programs and projects designing of public policies of enterprises and startup to every government, due that it has converted in one of the revitalizing of the worldwide economics. Currently, a lot of programs have been created to start entrepreneurial ideas due that they contribute to generate new employment positions. Generally the population's unknowledge about the implemented programs, failure fear, the lack of information and the lack of trust in the business ideas are the obstacles to open new concepts of entrepreneurship in the country. The purpose of this document is to analyse the impact of the public policies of entrepreneurship implemented during the last years in the country's development.

**Key words:** entrepreneurship, entrepreneurial culture, public policies of entrepreneurship and economic development.

resumo

O empreendimento nos últimos anos se converteu em um dos temas mais importantes de todos os governos para o desenho de planos, programas e projetos das políticas públicas de criação de empresa e novos negócios, já que chegou a ser um dos dinamizadores da economia mundial. Na atualidade, diversos esquemas foram criados para pôr em marcha ideias empreendedoras; já que, ao mesmo tempo, contribuem para gerar novos empregos. Muitas vezes o desconhecimento dos programas implementados, o medo de fracassar, a desinformação e a falta de confiança nas ideias de negócio se convertem em obstáculos para a colocação em marcha de novos conceitos de empreendimento no país. O propósito deste documento é analisar o impacto das políticas públicas de empreendimento implementadas no desenvolvimento do país nos últimos anos.

**Palavras-chave:** empreendimento, cultura empreendedora, políticas públicas de empreendimento e desenvolvimento econômico.

Recibido: septiembre de 2014  
Aprobado: noviembre de 2014

# Emprendimiento en Colombia

JAHIR AUGUSTO BUITRAGO NOVA <sup>1</sup>

## Introducción

El emprendimiento se materializa con la creación de empresa que contribuye al crecimiento y desarrollo económico de cualquier país. El análisis de las políticas públicas y las leyes implementadas para favorecer el espíritu emprendedor es importante para poder ver el impacto en la práctica dentro de un contexto real e, igualmente, cómo se están tomando y llevando a cabo cada una de las estrategias implementadas sobre este asunto por el Estado.

Generalmente, el desconocimiento de las normas y de las oportunidades, así como de los deberes y derechos, que se le presentan al individuo es el primer obstáculo para realizar las ideas emprendedoras que se tienen. El individuo, por naturaleza propia, posee un espíritu emprendedor amplio y con grandes ideas que, en muchas ocasiones, no se materializan o no se llevan a cabo; ya sea porque no hay el suficiente apoyo, porque se cree que no son posibles o, tal vez, porque se desconocen las oportunidades que se tienen.

Las políticas públicas tienen un impacto ya sea positivo o negativo sobre el emprendimiento, por lo que el análisis de cómo se ha llevado a cabo la implementación de las normas, leyes y decretos se hace con el ánimo de ver la efectividad y pertinencia de estas; además de evidenciar las oportunidades que brindan a las personas emprendedoras, con capacidad de generar ideas y crear empresa que, en últimas, es lo que necesita Colombia, para poder desarrollarse como un país con grandes ventajas competitivas en cuestión de formalización de nuevos negocios.

Según Crissien, *“la calidad del tejido empresarial y de los emprendedores de un país, los cuales de manera ética aprovechan y crean recursos tradicionales y no tradicionales; se logra con un sistema de creencias que privilegia el espíritu empresarial a diferencia del espíritu empleacional”* (2007, p. 180). Es evidente que el espíritu empresarial hace parte de la cultura que se tiene en países prósperos; pero, para esto es necesario crear un complemento entre

1 Administrador Público, Licenciado en Educación Básica con Énfasis en Inglés, Especialista en Lingüística Aplicada, Magister en Traducción Económica, Financiera y Negocios Internacionales y Magister en Traducción Científico-Técnica. Docente de Inglés, International Business y Traducción Especializada. Investigador y Catedrático Universitario Universidad EAN. Correo:jahirbuitrago@gmail.com

lo que es la implementación organizada de políticas públicas que generen y propicien la creación de empresa y el estímulo para el emprendimiento de las personas que lo habitan; es por eso que el Estado debe crear estrategias de generación de capacidades emprendedoras.

Emprendimiento es más que una simple capacidad de generar ideas de negocios; en realidad, va más allá. De acuerdo con Rubio *“emprender es aprender a detectar las oportunidades que ofrece el entorno”* (2007, p. 74); de esta manera, también, se refiere a la capacidad de analizar cada contexto, de determinar todas las oportunidades y de estudiar la viabilidad económica y financiera del tipo de negocio que se desea implementar. Con base en lo anterior, se puede decir que emprendimiento es la capacidad de empezar una nueva idea de negocio con todo lo que esto trae consigo: el análisis del entorno, de la distinción del producto o servicio, de la competencia, de la factibilidad en cuanto a lo financiero y de la rentabilidad proyectada.

El mundo globalizado ha creado nuevas oportunidades, y la tendencia actual es que la creación de empresas y la inversión en nuevas oportunidades de negocio pueden, de alguna manera, generar desarrollo tanto social como económico. De acuerdo con Crissien *“hoy en día en el mundo la tendencia referente a los modelos económicos para el desarrollo económico se centran en el desarrollo empresarial. En la creación de empresas, en el estímulo a la cultural empresarial y por ende, al surgimiento de nuevos empresarios como vía para generar desarrollo económico”* (2007, p. 172). Es el Estado el que tiene el avance para generar los modelos económicos deseados; en consecuencia, es el encargado de crear el estímulo empresarial y el espíritu emprendedor, por lo que toda política pública debe ser encaminada al emprendimiento y a la formación de nuevas empresas, y debe generar de alguna manera, impactos positivos en el entorno.

La relación entre políticas públicas de emprendimiento y creación de empresas con las limitaciones, y teniendo en cuenta las variables que se presentan en cada ámbito, pueden generar a la vez impedimentos o garantías para fomentar nuevas oportunidades de negocios y las capacidades emprendedoras de los individuos. Hacer un análisis sobre los planes, proyectos y programas al respecto, es reconocer y, al mismo tiempo, verificar que tan óptimas han sido cada una de las estrategias implementadas por parte de los últimos gobiernos.

El impacto de las políticas públicas en el ámbito de emprendimiento y creación de empresa genera, de algún modo, influencias en el desarrollo económico del país, por lo que se hace necesario analizar la realidad frente a este tema con el ánimo de dar a conocer, no solo las posibilidades para formar empresa, sino también de examinar qué tanto ha aumentado la creación empresarial en nuestro país y qué tipo de ventajas y garantías se han dado por parte de Estado para garantizar su estabilidad en el mercado. El presente documento incluye el análisis teórico, el marco jurídico más importante en materia de emprendimiento, el análisis de los resultados encontrados y las conclusiones generales.

## 2. Emprendimiento, la ruta del desarrollo y el progreso

Emprendimiento se entiende como la capacidad que posee una persona para alcanzar los objetivos que se ha trazado y para lograr las metas propuestas en la vida. Este concepto ha estado siempre presente en el entorno de la humanidad; pero, en los últimos años ha tomado gran fuerza para referirse especialmente a la capacidad de creación de empresa o negocio, lo cual incluye parámetros de innovación y creatividad con el ánimo de generales valor agredo a los productos y servicios que se ofrecen. Rodríguez, retomando el concepto de Rusque, menciona que *“la capacidad emprendedora se manifiesta mediante la concepción de un proyecto que contenga elementos innovadores y el grado en que se logra materializarlo, es decir, transformar, cambiar de forma, de idea a realidades en un plazo y con recursos definidos”* (2006, p. 15)

Promover cambios y revolucionar en el mercado con ideas novedosas es el reto de toda persona que desea crear empresa, que tiene iniciativa emprendedora. Soporosi afirma que *“el pequeño empresario se enfrenta a la adivinanza de si el concepto de la empresa funcionará o no”* (1991, p. 105). Una idea de negocio se enfrenta a retos de incertidumbre en si será viable; pero, lo más importante es minimizar el impacto negativo y no quedarse en el intento, sino poder ver realizadas las ideas de forma innovadora y creativa en procesos de emprendimiento que se mantengan en el mercado.

Hay que tener en cuenta que el proceso de emprendimiento parte de una idea, la cual se debe transformar y llevar a la realidad, y se hace necesario trabajar arduamente para hacer que esta tenga éxito,

lo cual no basta para mantenerse en el mercado, sino que requiere de que continuamente se sigan procesos más innovadores y creativos como parte de valor agregado que todo negocio debe tener.

Por lo tanto, el emprendimiento se convierte en la ruta del desarrollo y el progreso de cualquier sociedad. Qué sería de una sociedad en el mundo actual, si no se crean empresas y negocios; pero, lo más importante es hacer que las ideas emprendedoras se desarrollen, crezcan en el tiempo y se les garantice una viabilidad y un crecimiento en el futuro. Mantener un idea de negocio, requiere de grandes inversiones, de tiempo, de paciencia, de trabajo arduo, de búsqueda de oportunidades y de fortalecimiento, tanto como emprendedores que como personas. Todo empieza con un sueño que no se debe quedar en eso: un simple y llano sueño, sino que se debe materializar.

### 3. Cultura emprendedora, motor de desarrollo

Toda sociedad necesita de cultura de emprendimiento; ya que esto contribuye a la materialización de las ideas de negocio y de empresa, es importante notar que se debe generar confianza y oportunidades en el mundo del mercado. Mientras más confianza existe en la economía, más ideas emprendedoras se generarán y se materializarán con el paso del tiempo. En los tiempos modernos, las personas están en aprendizaje continuo y actualización permanente, de una u otra forma el conocimiento se ha convertido en el eje principal para desarrollar cultura, en especial para la capacidad de emprendimiento y de contribuir con el desarrollo y crecimiento. Según Vergara, existen dos ventajas afines que son importantes para generar oportunidades y son: la cultura y la capacidad de aprendizaje (1993, p. 92).

La cultura, según Malo es *“esencial a la condición humana, no solo en su sentido tradicional como resultado de un cultivo de nuestras facultades, que culmina con conocimientos y capacidades desarrolladas, así como sistemas de conocimiento y comunicación”* (2000, p. 2). Desde este punto de vista se puede tomar la cultura de emprendimiento como las habilidades, destrezas y saberes que el individuo adquiere socialmente en todos los aspectos relacionados con el proceso emprendedor y con el planteamiento de objetivos de creación de negocios innovadores que contribuyan y ayuden a fortalecer la sociedad.

Dentro de la cultura de emprendimiento lo interesante es ver cómo se materializan los proyectos, esas ideas de empresa y de negocio que se tienen; pero no debe quedarse en esto únicamente, sino en el fortalecimiento de las ideas a través de procesos creativos e innovadores para hacer de la empresa e idea de negocio una concepción viable y rentable en el tiempo para mantenerla estable y que, a futuro, aporte significativamente como motor en el desarrollo de la sociedad. Silva dice que *“se sabe que los emprendedores se lanzan a realizar sus proyectos, sea por necesidad o por oportunidad, pero finalmente crean trabajo para sí y para otros y eso es un elemento vital en la convivencia humana”* (2008, p. 29).

Las características culturales de determinada sociedad hacen que se den, de una u otra forma, las características de los emprendedores. Estas características diferenciadoras de la cultura en relación al emprendimiento las menciona Zuluaga cuando argumenta que *“es necesario tener en cuenta, conocer y estudiar los elementos que hacen parte de cultura (...), dentro de los cuales se encuentra: el lenguaje, la religión, los valores, las actitudes, las normas y las costumbres sociales, la estética y la educación, entre otros”* (2007, p. 68). Dentro de estos elementos los más sobresalientes son los valores, las actitudes, las normas, las costumbres sociales, pero también se agregan aspectos de ética, capacidad creativa y de innovación; todo esto se materializa con buenos ejes educativos que sean transversales y contribuyan a la generación de cultura del emprendimiento.

De acuerdo con Price y Allen, *“el conocimiento se ha convertido en la moneda de la competencia económica moderna y (...), se debe buscar su adquisición por todos los medios posibles”* (2000). La cultura de emprendimiento se toma desde el conocimiento que se tiene, no solo desde los determinados sectores que mueven a la sociedad, sino también desde los ejes tecnológicos, las características sociales y culturales que la identifican, porque de alguna manera esto hace parte esencial de los frutos que se puedan tener. Dicho de otra manera, toda sociedad se debe basar en el conocimiento y debe trabajar para que, cada vez más, se construya y se creen nuevas oportunidades de desarrollo y crecimiento continuo. La cultura emprendedora hace parte importante de todo este proceso, ya que requiere de conocer e identificar esas diferencias culturales y crear conocimiento sobre lo saberes empresariales y potenciarlos para así generar nuevas ideas de negocio.

La cultura del emprendimiento es el aprendizaje que todos los individuos toman de su vida diaria para incorporarlos a la empresa, a las ideas de negocio que se tienen. Esto implica involucrar elementos culturales de la sociedad y transformarlos en el punto partida. Se debe recordar que la empresa más importante es nuestra vida y, dependiendo de la forma en que la manejamos, realizamos nuestras ideas y administramos los negocios. Todos los elementos presentes en la cultura de una sociedad influyen en la cultura empresarial del individuo, así como permiten que se involucren como un complemento que transforman la idea de negocio que se tiene, con el fin de darle valor agregado a la razón de ser de toda empresa. En la medida en que una sociedad enseña a formar empresa y a crear negocios se va fortaleciendo su economía y se contribuye a la generación de empleo.

#### 4. Políticas públicas sobre emprendimiento

Una política pública se orienta a la consecución de los fines del Estado en pro del bienestar y desarrollo de una sociedad; está enfocada a lograr el equilibrio en la misma, en la promulgación de los objetivos y metas de los gobiernos. Según André-Noél, que retoma a Mény y Thoenig (1986), una política es “*la acción de las autoridades públicas en el seno de la sociedad*” (2007, p. 25). Este concepto se refuerza con la opinión de Salazar, quien plantea que toda política pública se relaciona con “*las sucesivas acciones del Estado frente a situaciones socialmente problemáticas*” (1994).

Peters menciona que una política pública es “*el conjunto de actividades de las instituciones del gobierno, actuando directamente o a través de agentes y que van dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos*” (1982, 142). Lo más importante en una política pública es el impacto que se puede dar a partir de la implantación de planes, programas y proyectos que la soporten, por eso se espera que los efectos sean positivos y contribuyen a solucionar las necesidades de la población de manera general.

Definitivamente, el directo responsable de la implementación de políticas públicas en una sociedad es el Estado, y es el encargado de ejecutar y hacer que todas las acciones tengan un impacto, en lo posible positivo, para hacer que se le brinden a la sociedad las garantías necesarias para solucionar

todas las problemáticas y todas las necesidades. De acuerdo con Olavarría, una política pública es la “*intervención del Estado expresada en un conjunto de decisiones interrelacionadas, orientada a resolver, o aminorar, un problema público y que sigue un proceso formal, que lleva a dictar documentos formales, que expresan las decisiones y un proceso político que muestra la confrontación de intereses*” (2007, 44).

Farag menciona que una política pública se refiere a todos los planes, posiciones y guías gubernamentales, los cuales influyen en las decisiones del gobierno (2003). En sí, toda política gubernamental es una política pública implementada con el ánimo de apoyar los planes de desarrollo, para de esta manera brindar mayores oportunidades a la sociedad, así como solucionar problemáticas y necesidades que requieren de acciones y, por supuesto, de inversiones para minimizar todos los aspectos negativos que se evidencian.

En políticas públicas, los modelos de análisis, según Hernández, se toman teniendo en cuenta los enfoques teóricos, entre los cuales menciona: a) *public choice*, observa la conducta de los individuos, y son los actores políticos y económicos, los que actúan racionalmente con el objetivo de satisfacer los intereses personales, b) *welfare economics*, se caracteriza por la resolución de problemas, propendiendo por un proceso de producción de políticas fundado sobre el racional; c) teorías de clase, planteadas por supuestos neomarxistas, da prioridad a las entidades colectivas, y explica que las políticas en las sociedades se explican a partir de los intereses de ciertas clases sociales, y constatan la falta de autonomía del Estado; d) pluralismo y corporativismo, en este enfoque se utilizan métodos inductivos, analiza la supremacía de los grupos de interés en el proceso político; e) estatismo o sociedad producto del Estado, plantea el análisis de las organizaciones sociales o las instituciones políticas, en las cuales el Estado es la institución fundamental, y f) neoinstitucionalismo, se fundamenta en variables de tipo institucional, sobre cuestiones relativas a las organizaciones, así como otorga gran importancia a los roles, rutinas y símbolos institucionales; también se tiene en cuenta la actividad gubernamental y su efecto, y se hace énfasis sobre la importancia en el contexto social para explicar el desempeño de las instituciones

Por otro lado, André-Noél menciona que una “*política pública contiene cuatro elementos: implicación del gobierno, percepción de problemas, definición*

*de objetivos y procesos*" (2007, p. 26). Es decir, una política pública es parte funcional de todo Estado, en la medida en la que el gobierno se apropie de las políticas públicas y las involucra a su plan de gobierno, convirtiéndolas en parte transversal de todos los programas, planes y proyectos para fomentar el desarrollo y el crecimiento, tanto social como económico de la sociedad en general.

El Estado, con las medidas intervencionistas, se convierte en el artífice o la barrera para la cultura emprendedora de las personas, en la medida en la que las normas se crean, detienen o fomentan la creación de nuevas empresas, lo que a la vez se convierte en mejorar la actitud de los individuos en torno a nuevas ideas para generar nuevos negocios. Silva concluye que:

Muchos emprendedores no llegan a concretar proyectos por factores del entorno, como el exagerado intervencionismo del estado, las regulaciones, el elevado costo de capital, la democratización de la propiedad, la actitud de la sociedad hacia el trabajo independiente, la valoración social del emprendedor y, en fin, todo el proceso dispendioso para crear y mantener empresas (2008, p. 29).

Así que el Estado, por medio de las autoridades, es el responsable de que las empresas se mantengan, y se hagan cada vez más solidas.

El emprendimiento necesita de políticas públicas que contribuyan a fortalecer las empresas y los negocios creativos, así como a brindarles las garantías necesarias para que permanezcan en el tiempo y se conviertan en el futuro de la economía del país. Estas últimas, se convierten en el motor de las empresas para laborar diariamente, ya que en la medida en la que el emprendedor conozca las reglas, las normas, los beneficios, los derechos y, también, los deberes jurídicos, puede sacar adelante su empresa, su negocio, volviendo exitosa la idea de crecer y hacerla viable en el mercado.

Las políticas públicas no deben constituirse en impedimento para la formación y creación de empresa, sino todo lo contrario, deben hacer del emprendimiento una regla general para los planes, programas y proyectos de cualquier gobierno, convirtiéndolo en el responsable de la dinámica empresarial y emprendedora de la sociedad. En síntesis, es función de un Estado garantizarles a los empresarios y a los emprendedores las condiciones mínimas para mantenerse en el mercado y hacerse

más productivos, fortaleciendo, de esta manera, la economía de un país.

## 5. Metodología

La investigación en las que se sustentan los planteamientos que se hacen en este artículo, se desarrollo con base en el análisis de datos cuantitativos y cualitativos sobre la problemática. Los datos cuantitativos se obtuvieron, de segunda fuente, de organismos estatales responsables del emprendimiento en el país, los cuales dan cuenta de la forma cómo han crecido las empresas en el país, así como del impacto en la economía, también, por medio de encuestas, las cuales brindan datos importantes del comportamiento social frente al emprendimiento en el país. Por otro lado, los datos cualitativos se recolectaron por medio de entrevistas, para de esta manera analizar las perspectivas y la opinión de la población en relación a la creación de empresa en nuestro país.

De esta forma se tomaron tres puntos clave que se deben tener en cuenta en cualquier proyecto de investigación: fuentes secundarias, encuestas y entrevistas. Las fuentes secundarias dan cuenta de la realidad, las encuestas del conocimiento y de las prospectivas sociales frente al conocimiento de las políticas públicas implementadas en el país, y las entrevistas de las perspectivas y opiniones de los actores involucrados. De esta manera el análisis de los datos dio la posibilidad de tener los diferentes puntos de conexión que se tienen en cuenta en cualquier contexto.

Se recopilaron datos que dan cuenta del impacto de las políticas públicas en el país, el nivel de emprendimiento, el porcentaje de empresas creadas en los últimos años en el país, y los planes, programas y proyectos implementados para poder incentivar y promover el emprendimiento y la cultura emprendedora. De igual manera, se analizaron la variación de estos datos de un año a otro y los aspectos jurídicos y políticos que han influido en el desarrollo del emprendimiento en el país.

Con las encuestas aplicadas se analizó el impacto que las políticas públicas sobre emprendimiento han tenido en la sociedad; se tuvieron en cuenta los sectores que generan más confianza en la población y los que menos incentivan la creación de empresa, así como la confianza que se tiene en la intervención; las políticas implementadas por parte del Estado y los gobiernos de turno, y las garantías mínimas

que se deberían tener para fomentar e incentivar el emprendimiento y la creación de empresa en el país.

Con las entrevistas se miró la confianza que la población tiene en las acciones gubernamentales y en las entidades responsables de promover el emprendimiento en el país; se analizaron las acciones del aparato estatal en el fortalecimiento de la cultura empresarial, así como de las perspectivas de creación de empresa en el país. De igual manera, se tuvieron en cuenta los planes, programas y proyectos que se tienen para motivar a las personas a crear empresa, ya que la actividad empresarial y comercial es el motor de la actividad económica de toda sociedad.

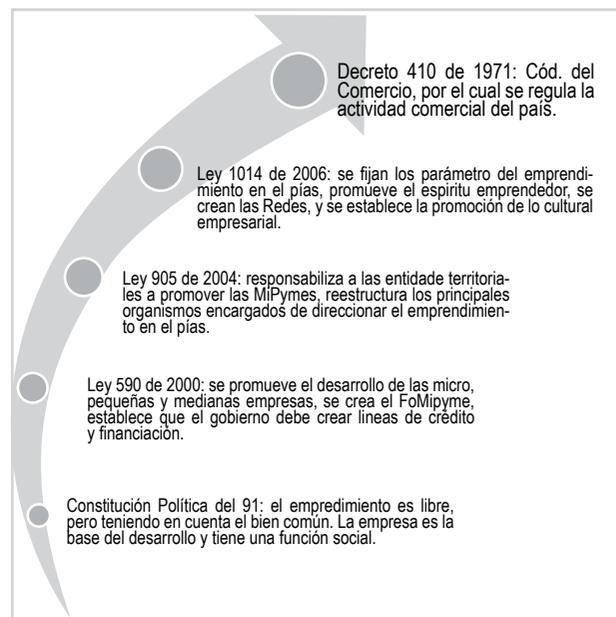
Con lo anterior, se logró una triangulación desde tres puntos de relación muy importantes: sociedad, estado y contexto, para conseguir un punto de correlación sobre cómo se perciben las políticas públicas y su aplicación en el ámbito de desarrollo y crecimiento del país. Se analizaron el enfoque y la orientación de los planes, proyectos y programas de emprendimiento, y cómo se incentiva y promueve la creación de empresa en el país para lograr ver qué tan efectivas y qué tan confiables son, y el impacto que provocan en la sociedad.

El análisis tomó elementos de dos enfoques muy importantes en el tema de políticas públicas: el enfoque neo institucional y el enfoque de estatismo o sociedad producto del Estado. El primero se enfoca en la observación de la población y en el estudio de variables institucionales, en este caso, del Estado; el segundo, en aspectos netamente realizados por las instituciones políticas y del Estado, este último, organismo responsable de la implementación, ejecución y análisis de toda política pública.

## 6. Resultados

El trabajo de investigación que sustenta este artículo permite afirmar que las normas jurídicas, básicamente, son el sustento legal sobre el cuales se fundamenta las políticas públicas. Entre ellas está la norma por excelencia que es la Constitución Política, en la cual se basan la demás reglamentaciones jurídica, empezando por las leyes y decretos. El principal marco jurídico colombiano en materia de emprendimiento se representa en la gráfica 1.

Gráfica 1. Normatividad jurídica en temas de emprendimiento



Fuente: elaboración propia

Esta gráfica permite evidenciar la reglamentación en materia de emprendimiento en el país, siendo la Constitución Política de 1991 la norma principal, que cumple con el fin del Estado de promover la prosperidad y fija las primeras bases del emprendimiento, lo que permite evidenciar que el interés en promover y proteger, de algún modo, la actividad económica se orienta a motivar el bienestar de la sociedad en general, así como ser el garante del emprendimiento y planear políticas públicas que faciliten la creación de empresas, su estabilidad en el mercado y, a la vez, su crecimiento para propiciar el desarrollo empresarial.

Las Leyes 590 de 2000, 905 de 2004 y 1014 de 2006 (ver gráfica 1), plantean la necesidad de promover, incentivar e inducir la capacidad emprendedora del país, establecen los parámetros y fijan las características básicas, así mismo, también se crean organismos como el FoMipyme y las Redes de Emprendimiento, organismos encargados de facilitar y cultivar el emprendimiento. En estas, se define emprendedor como una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva (Ley 1014 de 2006, Art. 1); también plantea el emprendimiento, como *“una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo*

*equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Ley 1014 de 2006, Art. 1).*

El Código del Comercio constituye todas las acciones legales por las cuales se va a regir la actividad comercial en el país, de igual manera establece todas las reglas y los parámetros por los cuales se deben realizar todo tipo de actividad mercantil y comercial. Este brinda la estructura general de las negociaciones que realicen las personas en nuestro país, así toda acción mercantil y comercial debe cumplir con su normatividad. Reglamentar la actividad mercantil y comercial es importante para evitar cualquier tipo de desavenencias entre las partes, de igual modo para contribuir con la estructura legal de los negocios de un determinado territorio.

#### 6.1. Integración y coherencia de las políticas públicas nacionales

El emprendimiento en el país, desde el Estado, está a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; entidad encargada de direccionar y plantear los parámetros al respecto a nivel nacional. Por medio de la Ley 1014 de 2006, se crearon la Red Nacional y las Redes Regionales, por las cuales se están enfocando todas las acciones a implementar para mejorar, desarrollar, crear estrategias y plantear planes, programas y proyectos que contribuyan a la creación de empresa y de negocios en el país.

Las Redes Regionales de Emprendimiento han llegado a ser el principal instrumento para fomentar la creación de empresa de manera directa en cada una de las regiones, ya que en cada región hay que mirar las oportunidades y las necesidades que existen. Cada una de ellas posee características totalmente diferentes, tanto geográficas como culturales que, a la vez, generan oportunidades e intereses que difieren en cada una de ellas. Por lo que se puede ver que el emprendimiento en el país está pasando por procesos de descentralización, característica fundamental del Estado colombiano, enfocándose en las especificidades que tiene cada zona del país. Las acciones que se ha estado tomando, entre otras, son:

Laboratorios de emprendimiento: están enfocados a)

b). Rutas para el emprendimiento innovador: están creadas para fortalecer la cadena de valor del emprendimiento en especial de emprendedores nuevos, tiene cuatro fases que son: sensibilización, identificación, puesta en marcha y aceleración de las ideas de negocios y de empresa, es como una cadena que surte efecto solo de forma integrada.

c). Vehículos de financiación en etapa temprana: funciona como enlace entre empresarios y emprendedores innovadores y creativos; tiene como finalidad sacar adelante las ideas de negocios y empresa que cuenten con un valor agregado en edad temprana, de tal manera que se integren, los grandes líderes empresariales a los proyectos de emprendimiento nacional. Este programa se denomina Red de Ángeles Inversores.

d) Capital semilla: programa de estructura financiera para promover la primera inversión de las ideas de negocios que resulten viables, dinámicos e innovadores. Este programa contribuye con un gran porcentaje del presupuesto total del proyecto.

e) Encuentros de emprendimiento: la Red Nacional de Emprendimiento organiza cada año seminarios, talleres y programas de socialización y presentación de ideas de negocio innovadoras y creativas con alto valor agregado y que han tenido gran impacto, con el ánimo de dar a conocer lo que se hace en las redes regionales y en las instituciones a cargo de promover el emprendimiento en el país.

Cabe recalcar que a la mayoría de estos programas se accede por medio de convocatorias, las cuales son diseñadas y llevadas a cabo por diferentes organizaciones, que son las encargadas de promover la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico, así como de direccionar los recursos para programas específicos; de igual manera, quienes accedan a estos planes están sujetos a controles de impacto, de beneficio, rendimiento y de población atendida; así como de la calidad de los proyectos realizados y de los resultados obtenidos.

Se puede decir que “patear rápido al arco” se ha convertido en el ícono de la cultura y del fomento del emprendimiento en el país; esto se debe a que la idea es inculcar en los emprendedores la importancia de poner en marcha o de llevar a la práctica las ideas de negocio que se tienen lo más pronto posible, en otras palabras, poder llevar a la acción el esquema que se tiene para incursionar en el mercado. Por otro lado, cabe recalcar que todos los esfuerzos se

están enfocando en el impulso de emprendimiento desde tres puntos muy interesantes: a) negocios por oportunidad, es cuando se generan ideas de empresa desde al entorno, por las características del mercado y de acuerdo a las condiciones se generan situaciones en las cuales se puede invertir; b) negocios por necesidad, se refiere a aquellas personas que se encuentran en problemas económicas, en calidad de desempleo o desean mejorar sus ingresos, crean negocios con el ánimo de solucionar las deficiencias de recursos monetarios que tienen, y c) micro franquicias, es cuando se compra una idea de negocio que ya opera, que es exitoso o que genera buenos resultados de rentabilidad, con las ventajas del *know-how*, la marca, y las características del mismo, con una mínima inversión para adquirirla.

Para poder enfocar los recursos de manera muy directa, y de forma que se puedan tener un impacto positivo, es necesario analizar los sectores en los cuales la economía tiene grandes avances. También se hace necesario especificar el tipo de negocios en los cuales se desea centralizar los planes, programas y proyectos, para, de esta manera, ver qué tipo de negocios son lo que mejor acogida tienen en la población y los que proyectan mejor rendimiento y perspectivas presentan. El Programas de Producción Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se enfoca desde tres sectores estratégicos y los respectivos tipos de negocio que presentan mejores ventajas, primer grupo: agroindustria, incluye camaronicultura, carne bovina, chocolatería, confitería y sus materias primas, lácteos, hortofrutícola, palma, aceite, grasas vegetales y biocombustibles; segundo grupo: manufacturas, conformado por cosméticos, artículos de aseo, editoriales e industrias de comunicación gráfica, industria de autopartes y vehículos, metalmecánico, siderúrgico y astillero, y sistema moda, y tercer grupo: servicios, compuesto por los sectores de tercerización de procesos de negocios BPO&O, energía eléctrica, bienes y servicios conexos, software y tecnologías de la información, turismo de naturaleza, turismo de salud y bienestar.

Seguir fortaleciendo las Redes Regionales y fortalecer los programas a la formación de empresa por oportunidad, por necesidad y micro franquicias, son las apuestas a futuro, para continuar fomentando el emprendimiento en el país, por lo que, es necesario evaluar constantemente cada uno de los programas y proyectos que están integrados para tal fin en los

planes de políticas públicas nacionales, esto debido a que aportan en gran medida y en gran porcentaje al producto interno bruto (PIB) del país.

## 6.2. Emprendimiento en los últimos años

El emprendimiento en el país, en los últimos años, ha tenido grandes avances a pesar de las problemáticas sociales y económicas vividas, tanto en el ámbito nivel nacional como en el internacional. A pesar de que las depresiones economías europeas y estadounidenses han tenido gran repercusión en Latinoamérica, Colombia ha logrado mantenerse estable y ha crecido desde comienzos del siglo. Esto se debe, en gran medida, a que en el país se ha estado invirtiendo y generando mayor valor agregado, y dinamizando la economía de manera más estable. A pesar de los problemas antes mencionados y del conflicto interno, las perspectivas a futuro crecen constantemente, no solo por la estabilidad económica y social que se vive, sino por la forma en la que se están enfocando las políticas públicas en el país para hacer crecer la economía de manera más ágil y confiable.

El crecimiento de las empresas generadas desde el año 200 hasta el año 2011 por personas jurídicas, evidencia un crecimiento constante y a la vez estable cada año (ver tabla 1). De igual manera, se logra ver como todos los sectores de desarrollo económico creen en la generación de negocio, lo cual para la economía del país es muy bueno, ya que logra no solo un equilibrio homogéneo sino integral, debido a que año a año se está creciendo, pero de forma que todos los artífices lo hacen de manera igual.

**Tabla 1.** Creación de empresas por personas jurídicas

Año	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	Z	Total
2000	1149	67	215	3228	124	1710	7920	452	2398	857	5478	53	336	1277	662	2	0	1656	27584
2001	1546	109	191	3578	146	2009	8995	480	3477	890	5918	92	376	1367	789	0	0	1883	31846
2002	1449	63	189	3682	115	1761	8246	436	3197	957	5705	88	422	1383	780	0	1	1523	29997
2003	1494	70	215	3873	112	2033	8580	465	3820	883	5683	104	366	1243	917	1	1	1201	31061
2004	1306	71	349	4596	120	2541	10013	700	3280	945	6849	79	446	1284	1130	0	0	898	34607
2005	1285	67	440	4349	92	2274	9561	633	2594	879	6240	82	523	1081	915	0	2	766	31783
2006	1358	87	439	4623	134	2748	9849	704	2585	842	7236	73	301	1173	1044	1	1	636	33834
2007	1341	93	499	5147	130	3236	10561	823	3014	889	7873	84	371	1347	969	1	0	751	37129
2008	1559	75	658	5068	142	3851	11190	859	2821	916	9343	115	299	1559	1117	2	0	632	40206
2009	1520	67	632	4695	155	3523	11698	976	2292	834	10300	123	294	1474	972	1	0	558	40114
2010	1870	68	919	5596	162	4477	12420	1266	2668	1281	12709	133	387	1483	1100	3	0	266	46808
2011	1965	57	1179	6453	175	6236	15060	1454	3669	1230	16415	202	511	1781	1414	4	2	267	58074
Total	17842	894	5925	54888	1607	36399	124093	9248	35815	11403	99749	1228	4632	16452	11809	15	7	11037	443043

Fuente: Registro Único Empresarial y Social – RUES – Confecámaras. Los sectores económicos determinados por Confecámaras son: Agricultura, ganadería, caza y silvicultura; Pesca, Explotación de minas y canteras; Industrias manufactureras; Suministro de electricidad, gas y agua, Construcción, Comercio al por mayor y por menor, Hoteles y restaurantes, Transportes, almacenamiento y comunicaciones, Intermediación financiera, Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; Administración pública y defensa, seguridad social, Educación, Servicios sociales y de salud, Servicios comunicatorios, sociales y personales, Hogares privados con servicio domestico, Organizaciones u órganos extraterritoriales, Otras actividades no específicas.

El crecimiento en los procesos de creación de empresa por personas naturales también es importante (ver tabla 2), pero lo más significativo, es que el número es mucho mayor, y se quintuplica al final del periodo

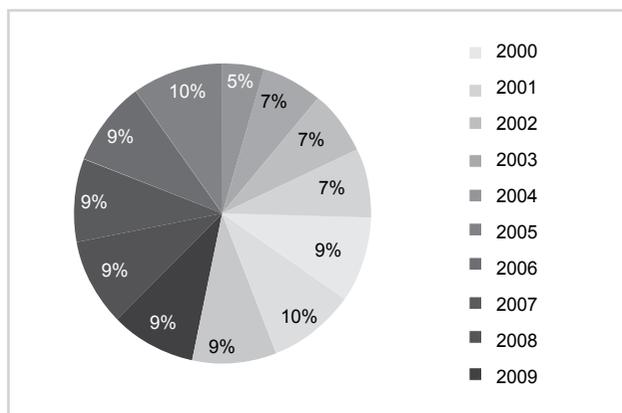
**Tabla 2.** Creación de empresas por personas naturales

Año	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	Z	Total
2000	768	59	148	8961	108	2447	40159	7775	2761	1254	4581	27	814	1125	3893	2	0	4943	79825
2001	1372	98	195	14536	202	4371	61827	12808	5509	2183	8173	53	1143	1897	6559	5	0	6536	127467
2002	1299	84	197	14683	209	3761	65862	14636	6148	1985	7663	70	1231	1931	11956	1	0	5317	137033
2003	1797	102	265	15907	269	4644	72120	16436	8499	1890	9006	86	1254	2046	8878	2	1	4908	148110
2004	2490	140	447	21820	228	6908	87109	21019	14544	2270	12507	70	1476	2057	9683	7	3	4547	187325
2005	2000	87	395	20216	126	5415	96552	23115	16278	1821	11417	87	1330	1927	10760	10	0	4862	196398
2006	2054	134	362	19165	138	5587	87538	23629	16432	1840	11856	64	1235	1985	10813	15	1	3783	186631
2007	2412	190	423	19789	131	6806	86946	24098	13276	1738	12557	55	1202	2114	10575	15	0	3036	185363
2008	2413	131	402	18497	135	6532	90337	24992	11317	2316	13360	59	1125	2013	10230	7	0	1941	185807
2009	2114	115	405	16073	120	5103	86447	25300	9538	2179	13109	94	1035	1905	9941	8	0	2115	175601
2010	1979	97	424	16284	89	4633	86592	25605	8914	2030	13905	54	1046	2004	10365	11	0	1142	175174
2011	2159	100	594	16888	102	5574	86226	27434	9154	2217	14942	54	1058	2123	10695	9	0	1183	180512
Total	22857	1337	4257	202819	1857	61781	947715	246847	122370	23723	133076	773	13949	23127	114348	92	5	44313	1965246

Fuente: Registro Único Empresarial y Social – RUES – Confecámaras.

En la tabla 2, al igual que en la tabla 1, se puede observar que los sectores económicos crecen, generando grandes expectativas a futuro. La creación de empresa, desde el año 2000 hasta el 2011, ha sido progresiva y ha tenido muy buenos avances (ver gráfica 2), lo que indica que las políticas públicas aplicadas durante la última década han surtido efecto positivo y han logrado mejorar la capacidad de emprendimiento en el país, de tal manera que, a futuro, se espera que tanto la creación de empresa como la capacidad empresarial y la cultura de emprendimiento en la sociedad crezcan.

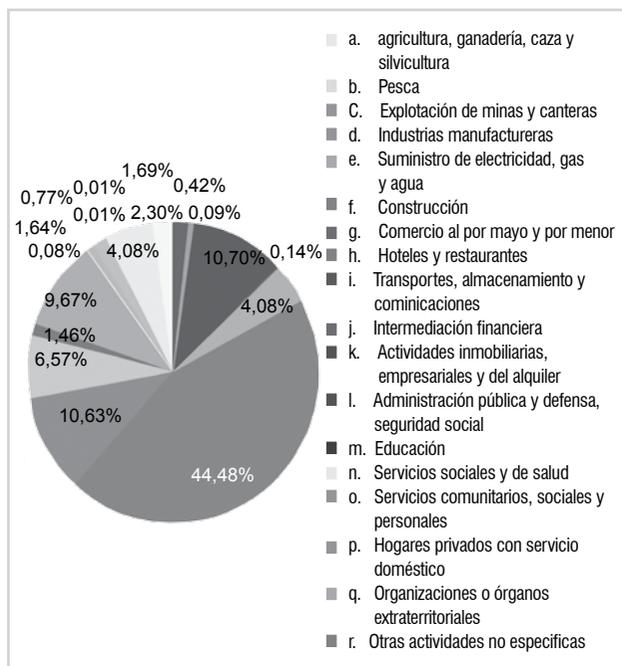
**Gráfica 2.** Porcentaje de creación de empresa, 2000-2011



Fuente: elaboración propia, a partir de los datos de las tablas 1 y 2.

Desde el año 2000, el sector que mejor ha tenido desarrollo en el país es comercio, seguido por los sectores de hotelería y restaurantes, industrias manufactureras y actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, y a mediana escala los servicios de transporte, almacenamiento y comunicaciones; servicios comunicativos, sociales y personales; y construcción (ver gráfica 3).

**Gráfica 3.** Porcentaje de creación de empresa por sectores, 2000-2011



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de las tablas 1 y 2

Por otro lado, según los informes de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM), aunque en los últimos años ha disminuido un poco el nivel de

emprendimiento, se ha mantenido estable desde el 2006, año desde el cual Colombia forma parte. Según este organismo, el mejor año de emprendimiento en el país durante este periodo fue en el 2008, con una Total Entrepreneurial Activity (TEA) de 24,52%, y a pesar que en el 2011 este cayó al 21,62 en promedio, durante los seis años que ha formado parte, ha sido constante en la generación de ideas emprendedoras, tal como se observa en la tabla 3.

**Tabla 3.** Nivel de emprendimiento del país

2006	2007	2008	2009	2010	2011
22,48	22,72	24,52	22,38	20,62	21,62

Fuente: elaboración propia con base en informes anuales de la GEM

En los últimos años el emprendimiento en el país ha tenido grandes avances. La creación de empresa y negocio ha aumentado considerablemente, contribuyendo, de alguna forma, a dinamizar el crecimiento del país. El emprendimiento se ha convertido en un factor macroeconómico, en el cual se han centrado la mayoría de los planes, programas y proyectos que ayuden a fortalecer cada uno de los sectores. Además, generar cultura emprendedora en la sociedad es muy importante, ya que permite mejorar la capacidad de crear empresa e ideas de negocio, porque a la vez contribuye a generar empleo.

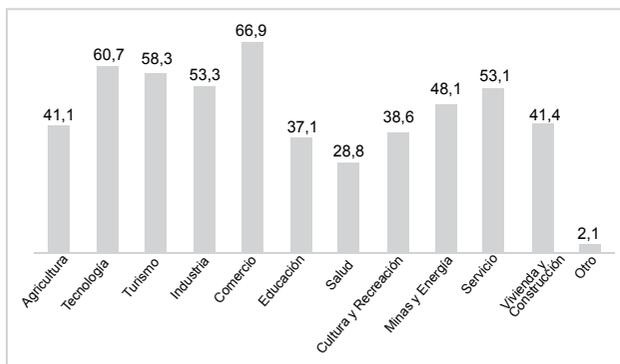
### 6.3. Políticas públicas de emprendimiento en la economía del país

Como se ha dicho a lo largo de este documento, las políticas públicas de emprendimiento y de creación de empresa y negocios tienen impacto en el desarrollo del país, especialmente en el nuestro, cuando el aporte de las Mipymes al desarrollo y crecimiento del país es muy importante. Cabe resaltar que el análisis del impacto de estos planes, programas y proyectos demuestra que se requiere que sean mucho más asertivos en los sectores que mueven y regulan la economía. De igual manera, se debe tener en cuenta que, para poder focalizar los recursos y que el impacto sea positivo, es necesario evaluar constantemente la destinación de los recursos y los esfuerzos hechos.

La generación de cultura y de conocimiento en emprendimiento, la puesta en marcha de ideas de empresa y negocio, y la implementación de políticas públicas que jalonen la economía le aportan al país de manera muy relevante, por lo que identificar los sectores económicos que mejor tienen desarrollo en

el país es muy importante, ya que de esta manera se focalizan los programas y proyectos, y en sí todas las acciones que pueden contribuir al crecimiento del nivel empresarial. El estudio, realizado por medio de la encuesta, a personas de diferentes edades y ciudades del país, sobre el impacto, las expectativas y las perspectivas que tienen frente a las políticas públicas de emprendimiento instauradas por los últimos gobiernos, deja ver los puntos y referencias más relevantes en el análisis, al momento de crear empresa en el país (ver gráfica 4).

**Gráfica 4.** Sectores con mejores perspectivas de crecimiento en emprendimiento

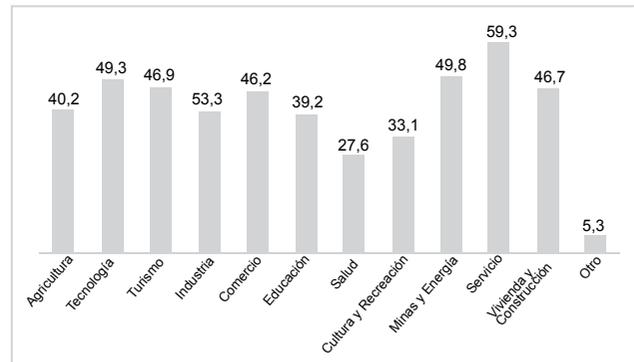


Fuente: elaboración propia

La gráfica 4 muestra que, según la población encuestada, los macrosectores económicos con mayores perspectivas de crecimiento en emprendimiento son: comercio, con un nivel de importancia de 66.9%, tecnología, 60.7%; turismo, 58.3%; industria, 53.3%; servicios, 53.1%; minas y energía, 48.1%; vivienda y construcción, 41.1%; agricultura, 41.1%; cultura y recreación, 38.6%; educación, 37.1%, y salud con 28.8%.

Los sectores que más confianza presentan en materia de emprendimiento, creación de empresa y negocio en el país, según los encuestados, son servicios con el 59.3%; minas y energía, 49.8%; tecnología, 49.3%; turismo con el 46,9%, vivienda y construcción, 46.7%; comercio, 46.2%; agricultura, 40.2%; industria, 40.1%; educación, 39.2%; cultura y recreación, 33.1%, y salud, 27.6% (ver gráfica 5).

**Gráfica 5.** Nivel de confianza de los sectores en materia de emprendimiento



Fuente: elaboración propia

Los procesos económicos, que se han dado por la globalización, requieren que se involucren criterios de eficiencia, innovación y creatividad, para poder generar valor agregado identificable y perceptible en cada una de las ideas de empresa y negocio que se crean. Por otro lado, las características de la economía del país también permiten que se generen determinado tipo de negocios y que unos sectores se desarrollen de forma más eficiente que otros.

El fortalecimiento y la consistencia de los planes, programas y proyectos sobre políticas públicas genera de igual forma confianza en la población, de la misma manera todo repercute en la creación de nuevas empresas y nuevos negocios; por tanto, el conocimiento que se tiene al respecto es vital para generar familiaridad con las acciones implementadas por parte de los organismos a cargo de fomentar el emprendimiento en el país. Teniendo en cuenta lo anterior y los datos del estudio que apoya este artículo, se puede evidenciar que: a) el 60% no cree que el Estado colombiano cuente con políticas públicas de emprendimiento consistentes que generen confianza y contribuyan a la creación de empresa en el país; b) el 69% de la población considera que el Estado colombiano no cuenta con políticas públicas adecuadas y coherentes en emprendimiento que contribuyan a la creación de empresa; c) frente a si el Estado colombiano brinda las condiciones necesarias de creación, sostenibilidad y permanencia en el tiempo en el mercado de las empresas especialmente de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), el 63% opina que no es así; d) en lo relacionado a si en Colombia es una buena opción como proyecto de vida y de desarrollo personal, formar y crear empresa, el 80% de la población considera que sí; pero que no hay condiciones de rentabilidad y estabilidad a futuro.

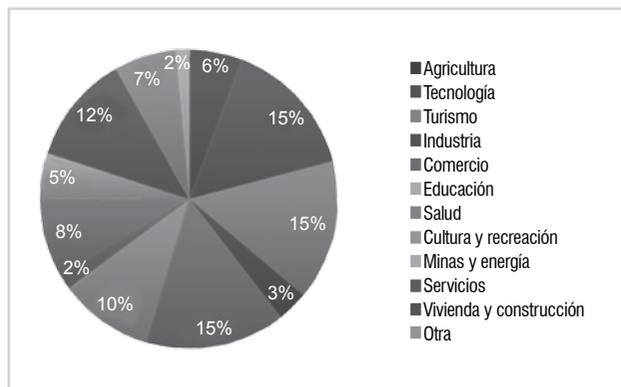
La economía del país en gran medida se ve dinamizada por la implementación de las políticas públicas de emprendimiento y formación de empresas y de negocio que, no solo crean nuevos empleos, sino también, contribuyen a mejorar la capacidad empresarial, a movilizar los mercados, a permitir el flujo de materias primas e insumos y a formar emprendedores, así como a incentivar la innovación y la creatividad en las sociedades.

#### 6.4. Expectativas y perspectivas frente al emprendimiento

La confianza que se genera en la población frente a las políticas públicas de emprendimiento es vital para poder determinar qué tan importantes han sido y cuál es el impacto que han tenido, en cuanto a las expectativas y las perspectivas que tienen los habitantes de determinada región frente a los sectores, el tipo de negocios que estarían dispuestos a crear y cómo conformarían una empresa. Además hay que tener en cuenta que conocer las entidades y las formas jurídicas al momento de formar empresa en el país es importante, debido a que de esta forma se conocen los derechos y deberes que deben enfrentar como emprendedores.

Los sectores generan mayor confianza en la población se presentan en la gráfica 6, y en su orden están: tecnología, turismo y comercio con un 15% respectivamente, servicios con el 12%, educación con el 10%, cultura y recreación con un 8%, vivienda y construcción con el 7%, agricultura con 6%, y a menor escala encontramos industria, salud, minas y energía, vivienda y construcción.

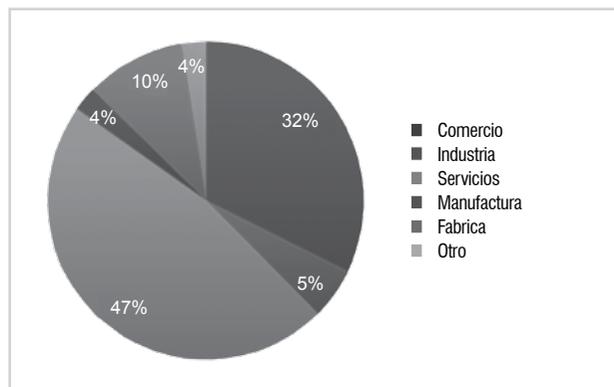
**Gráfica 6.** Sectores que mayor confianza en la población para invertir



Fuente: elaboración propia

Respecto al tipo de empresa que más estarían dispuestos a crear los colombianos están: con el 47%, servicios; el 32%, comercio; el 10%, fábrica; 5%, industrial; el 4%, manufactura, y el 4% en otro tipo (ver gráfica 7)

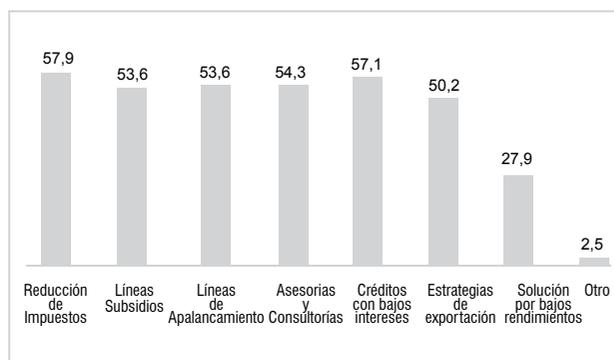
**Gráfica 7.** Tipo de empresa que genera más confianza para crear



Fuente: elaboración propia

En relación con las necesidades para el fomento del emprendimiento y creación de empresa en el país, se muestra que la mayoría de las carencias presentan un nivel de importancia para la población por encima del cincuenta por ciento en su orden están: reducción de impuestos con el 57.9%, créditos con intereses bajos 57.1, asesorías y consultorías con el 54.3%, líneas de subsidios y líneas de apalancamiento con un 53.6% cada una; estrategias de exportación con el 50.2%, y en menor nivel soluciones por bajos rendimientos con el 27.9% (ver gráfica 8).

**Gráfica 8.** Estrategias para el fomento del emprendimiento y creación de empresa en el país

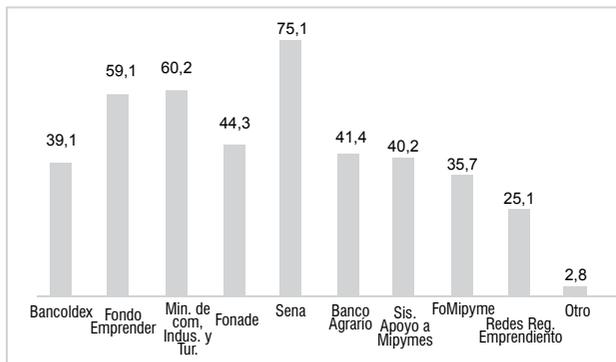


Fuente: elaboración propia

Según las perspectivas y visión de la población, definitivamente el SENA es el organismo que mejor nivel de importancia y reconocimiento presenta en

materia de emprendimiento en el país con un 75.1%; le siguen el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el 60.2%; el Fondo Emprender con un 59.1%; FONADE con el 44.3; el Banco Agrario, 41.4%; el Sistema de Apoyo a las Mipymes, 40.2%; Bancoldex, 39.1%; FoMipyme, 35.7%, y las Redes Regionales de Emprendimiento, 25% (ver gráfica 9).

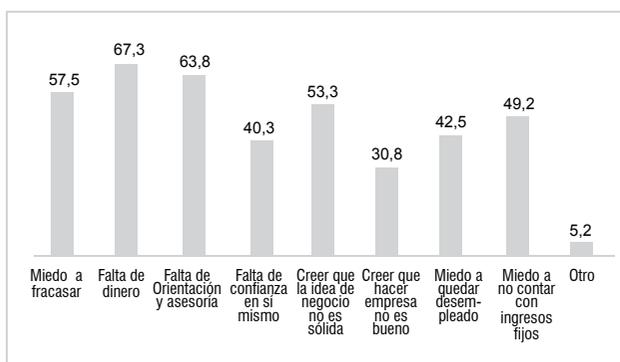
**Gráfica 9.** Nivel de importancia de los organismos involucrados en emprendimiento



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con las razones por las cuales la población no crea empresa y que han impedido realizar una idea de negocio, en la gráfica 10 se puede ver, que la falta de dinero tiene un nivel de importancia del 67.3%; la carencia de orientación y asesoría, 63.8%; el miedo a fracasar, el 57.5%; creer que la idea de negocio no es sólida, 53.3%; el miedo a no contar con ingresos fijos, 49.2%; el miedo a quedar desempleado, 42.5%; la falta de confianza en sí mismo, 40.3%, y con 30% creer que hacer empresa no es bueno ni viable en el país (ver gráfica10).

**Gráfica 10.** Razones que han impedido llevar a cabo una idea de negocio



Fuente: elaboración propia

La confianza que se genera en la población para generar ideas de negocios y poder crearlas, en otras palabras, llevarlas a la práctica y realidad es de vital importancia, ya que en gran medida depende de la acogida que se tenga en la sociedad y, así mismo, por el conocimiento que se posee sobre los aspectos jurídicos que se presentan, especialmente para saber los deberes y derechos que se tiene como emprendedores.

Por otro lado es también de suma importancia conocer y saber qué instituciones y organismos estatales colaboran y ayudan en el proceso de formar, asesorar y brindar consultoría en relación al emprendimiento, creación de empresa y de negocio, ya que, generalmente, por desconocimiento el colombiano no se atreve a solicitar información ni a pedir cualquier tipo de ayuda.

Los impedimentos para formar empresa van relacionados con la parte legal, el temor, los miedos y hasta la motivación, siendo esto de vital relevancia, porque contribuyen, en gran medida, a cohibir al individuo de atreverse a innovar y crear estrategias que puedan dar un buen resultado. Crear empresa no es una tarea fácil, y más cuando el mercado, el Estado y el entorno requieren de ideas innovadoras y creativas que generen valor agregado, de características diferenciadoras de las ya existentes o simplemente de buenos resultados frente a la competencia. Por lo que el emprendimiento se convierte en una ardua tarea de pensar, planear, implementar y analizar que va a caracterizar la idea de empresa o negocio que se desea formar.

## 7. Conclusiones

Los avances en materia de emprendimiento en los últimos años en el país han tenido gran impacto; así como, el nivel de emprendimiento y los niveles de creación de empresa y negocios que han mejorado notablemente, de igual manera se han identificado tres grandes grupos de sectores, agroindustria, manufacturas y servicios en los cuales se centran los esfuerzos del Estado por promover la cultura emprendedora y motivar la generación de ideas de negocios. Por otro lado, se han enfocado planes, programas y proyectos a los negocios generados por oportunidad, por necesidad y a la adquisición de micro franquicias, ya que son la forma en que se generan las ideas de empresarial del país.

Las grandes acciones que se han implementado a través de programas como los laboratorios de emprendimiento, rutas de innovación, vehículos de financiación, capital semilla y los encuentros regionales, no son muy conocidas por la población en general. Esto genera que las oportunidades de creación de empresa, en muchas ocasiones, se vean limitadas para todos por igual. Por consiguiente, se debe centrar estos esfuerzos en la divulgación y canales de comunicación que permitan dar a conocer todo lo que se crea en favor del emprendedor colombiano.

El fortalecimiento de las redes de emprendimiento es vital para poder divulgar las acciones llevadas a cabo en cada región, sin olvidar que cada una de estas posee diferencias, tanto culturales como sociales, y que estas influyen en la cultura emprendedora. De igual manera, la apuesta también debe ser por incentivar propuestas innovadoras, creativas y con valor agregado que impacten con éxito en el mercado.

Para terminar, las ideas de negocio relacionadas con el comercio son las que mayor impacto y acogida tienen por los emprendedores; pero, los últimos

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- años, sectores como tecnología, turismo, hotelería, restaurantes, manufactureras y de servicios han crecido en buen nivel, generando gran confianza en la población, aunque esta se ve afectada por la falta de dinero, de orientación y de asesoría, así como por el miedo a fracasar o creer que la idea de negocio no es sólida.
- André-Noél, R. (2007). *Políticas públicas: Formulación, implementación y evaluación*. Bogotá: Ediciones Aura
- Arzuza M. et al. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. *Pensamiento y Gestión* 21. Recuperado de [http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento\\_gestion/21/politica\\_publica\\_creacion\\_empresas.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf).
- Colombia. Congreso de la República. *Constitución Política de Colombia 1991*. Bogotá: Autor.
- Colombia. Congreso de la República. (jul., 2000). Ley 590 de 2000: Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las la micro, pequeñas y medianas empresas. *Diario Oficial* 44078.
- Colombia. Congreso de la República de Colombia. (agost., 2004). 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. *Diario Oficial* 45628.
- Colombia. Congreso de la República. (ene., 2006) Ley 1014 de 2006: De fomento a la cultura del emprendimiento. *Diario Oficial* 46164.
- Colombia. Presidencia de la República. (jun., 1971). Decreto 410 de 1971: Por el cual se expide el Código de Comercio. *Diario Oficial* 33.339.
- Crissien J. (2007). *Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico*. Bogotá: Universidad EAN.
- Elizalde A. (2003). *Planificación estratégica territorial y políticas públicas para el desarrollo local*. Santiago de Chile: ILPES. Recuperado de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/11852/sgp29.pdf>.
- Farag, M. (2003). *A guide to policy development. Office of the Auditor General*. Winnipeg, Manitoba, Canada Recuperado de: <http://www.oag.mb.ca/wp-content/uploads/2011/06/PolicyDevelopmentGuide.pdf>
- Jiménez J. et al. (1995). *Crear empresas, misión de todos*. Cali: Icesi.
- Malo, C. (2000). Patrimonio Cultural y Globalización. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/profesorleandro/patrimonio-cultural-y-globalizacion3>
- Olavarría, M. (2007). Conceptos Básicos en el Análisis de Políticas Públicas. *Documentos de Trabajo 11*. Recuperado de [http://captura.uchile.cl/jspui/bitstream/2250/10754/1/Conceptos\\_%20Basicos\\_Politiclas\\_Publicas.pdf](http://captura.uchile.cl/jspui/bitstream/2250/10754/1/Conceptos_%20Basicos_Politiclas_Publicas.pdf).
- Peters, B. (1982). *American Public Policy*. New York: FWP
- Price C. & Allen Kathleen (2000). *Tips y trampas para emprendedores: ideas y soluciones para su negocio*. México: MacGraw Hill Interamericana.
- Rodríguez, L (2006). *Bogotá empresarial: desarrollo de la capacidad emprendedora y asociativa en los colegios oficiales de Bogotá*. Universidad Autónoma de Colombia, Instituto Superior de Pedagogía. Bogotá, pág. 15.
- Rubio A. (2007). *Emprendimiento y creación de empresas*. Bogotá, Universidad EAN.
- Salazar C. (1994). La definición de política pública. Recuperado de: [http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc209/C\\_Salazar.pdf](http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc209/C_Salazar.pdf).
- Silva J. (2008). *Emprendedor, crear su propia empresa*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.
- Soporosi G. (1991). *Pasión Entrepreneur*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Vergara, J. (1993). *Alianzas estratégicas*. Buenos Aires: Verlap.
- Zuluaga R. (2007). *Creación consolidación de empresas*. Bogotá: Eco ediciones.

