

Creación de empresas y políticas públicas para la promoción del emprendimiento en Colombia

Business creation and public policies for promoting entrepreneurship in Colombia

HERNÁNDEZ, Hugo G.¹

NIEBLES, William A.²

FERIA, Jhon J.³

Resumen

La investigación se orientó a diagnosticar los aspectos más resaltantes relacionados con el emprendimiento y las medidas gubernamentales que incentivan la creación de empresas. Utilizando una metodología cualitativa con enfoque descriptivo, se emplea la revisión documental de fuentes bibliográficas que abordan el tema. Los resultados, muestran que en Colombia muchos emprendimientos son impulsadas desde el gobierno nacional a través de programas de fomento a la innovación; sin embargo, es importante hacer una revisión en pro de mejorar las estrategias vigentes.

Palabras clave: Emprendimiento, políticas públicas, creación de empresas

Abstract

The research was aimed at diagnosing the most important aspects related to entrepreneurship and government measures that encourage the creation of companies. Using a qualitative methodology with a descriptive approach, the documentary review of bibliographic sources that address the topic is used. The results show that in Colombia many ventures are driven from the national government through innovation promotion programmes; however, it is important to review to improve existing strategies.

keywords: Entrepreneurship, public policies, business creation

1. Introducción

La sociedad del siglo XXI, ha mostrado como uno de sus principales pilares de progreso, la aplicación de soluciones innovadoras en la satisfacción de las necesidades de la comunidad donde se desenvuelven (Sangar y Rangnekar, 2014), dando así origen a la creación de empresas. En este importante proceso de la economía, el Estado como brazo ejecutor de las disposiciones de la administración pública, tiene el compromiso de propiciar las mejores condiciones para que los emprendedores puedan canalizar de la manera más adecuada sus ideas de negocio, además de identificar las múltiples oportunidades que les otorga el mercado para introducir en este bienes o servicios de un valor agregado significativo (Chiquillo, Amaya y Hernandez, 2018).

¹Magister en Sistema de Gestión, Especialista en Estudios Pedagógicos, Especialista en Diseño y Evaluación de proyectos, Ingeniero Industrial. Docente Programa de Administración de Empresas Universidad del Atlántico-Colombia. hugofernandezpalma@gmail.com

² Doctor en Ciencias Gerenciales, Magister en Dirección Estratégica, Administrador de Empresas. Docente de la Universidad de Sucre. william.niebles@unisucra.edu.co

³Docente Investigador. Facultad de Ingeniería. Universidad de Sucre, Colombia. jhon.feria@unisucra.edu.co

Globalmente, son diversas las iniciativas propuestas por los gobiernos de cada nación en lo que respecta al impulso de la actividad emprendedora, que va desde incubadoras empresariales, incentivos tributarios, capacitaciones, hasta opciones de financiamiento, pasando por alianzas estratégicas con el sector privado (Niebles et al., 2018). Así las cosas, la mejor vía para suministrar estas alternativas a la población interesada se materializa a través de la implementación de políticas públicas, las cuales son emanadas del poder ejecutivo nacional, generalmente bajo un marco jurídico establecido, e implementadas por sus diferentes dependencias (Fischer, Mauer y Brettel, 2018). De esta forma, se consigue establecer una directriz que guía a los actores de la economía en lo que respecta a sus derechos, deberes y obligaciones en el sector, propiciando de esta forma una dinámica empresarial equitativa, con igualdad de oportunidades para todos.

Para poder determinar la efectividad de las medidas gubernamentales, es necesario identificar, en primera instancia, las estrategias que han sido ejecutadas en los últimos años (Pitre, Cardona y Hernández, 2017), además de los programas vinculados al impulso del emprendimiento en el país. Posteriormente, se requiere verificar la pertinencia y coherencia de las posiciones adoptadas con relación al resto de la legislación promulgada sobre el mismo tópico, para finalmente estudiar a fondo el abanico de propuestas existente, tratando de replicar en la mayor cantidad de escenarios posibles las mejores prácticas. De esta forma, se busca suministrar al sujeto creativo las herramientas necesarias para orientar productivamente sus esfuerzos por desarrollar proyectos de interés nacional, contribuyendo así con el crecimiento económico local (Leyden, 2016).

La interrogante que intenta responder la literatura, se basa en descubrir cómo ha venido progresando la interacción entre el gobierno y la ciudadanía en la difusión de las mencionadas estrategias, determinando si ciertamente están al alcance de la mayoría o solo es de acceso exclusivo para unos pocos. Adicionalmente, se existe el interés por determinar si el éxito de las medidas puesta en práctica, se traducen el triunfo de la puesta en funcionamiento de las iniciativas empresariales, pues de su óptima ejecución depende la generación de más puestos de trabajo, incremento de la riqueza, proyección internacional y regional, así como crecimiento competitivo (Edoho, 2016).

Por tal motivo, la finalidad de esta investigación se centra en analizar los aspectos más relevantes del emprendimiento y las políticas públicas para la promoción de la creación de empresas. Para ello, se abordan a lo largo del texto, aspectos como el progreso que ha tenido la temática a nivel mundial, examinando las prácticas de mayor relevancia. Seguidamente, se comenta acerca de las labores que se han llevado a cabo a lo interno, haciendo un estudio de los resultados obtenidos a raíz de las experiencias citadas del contexto nacional. Por otro lado, se hace una breve conceptualización de las medidas gubernamentales aplicadas por la administración pública, el marco normativo general por el cual se rige y la exposición de algunas alternativas que se actualmente se encuentran vigentes.

De acuerdo con lo expuesto en la literatura, existen diversos enfoques que permiten analizar desde un punto de vista teórico el fenómeno del emprendimiento. Entre estas, se destacan los modelos motivacionales que se basan en estudiar los aspectos que impulsan a un individuo para desarrollar una idea de negocio hasta convertirla en un proyecto estable transformado en empresa productiva (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014). Complementariamente, autores como Freire (2005) proponen que el emprendimiento es la combinación de tres (3) componentes fundamentales, a saber: la idea, capital (financiero o bienes) y el emprendedor; en este sentido, la persona que ejecuta la iniciativa debe garantizar estos dos elementos si quiere llegar con éxito a consolidar la empresa.

Por otra parte, Suárez y Vásquez (2015) han identificado que la evolución de los conceptos iniciales del perfil del emprendedor ha decantado en tres ejes principales: a) como persona que es capaz de asumir riesgos, operando bajo situaciones y escenarios de alta incertidumbre y cuenta con la capacidad de asumir las consecuencias de sus acciones en un constante proceso de mejora continua y aprendizaje; b) administrador de los recursos, líder

y observador eficaz de las oportunidades del mercado para aprovecharlas y c) innovador, promotor de cambios disruptivos, creador de oportunidades por medio de ideas transformadoras.

Adicionalmente, uno de los referentes más insignes en la literatura en torno a este tema ha sido Schumpeter (1935) quien realizó un primer acercamiento formal a la definición de emprendimiento, argumentando que son estas personas (emprendedores) los que tienen la función de reformar profundamente el patrón de producción establecido por medio de la explotación de una inversión de recursos, aventurándose a probar más allá de las convenciones, por ello, se considera esta una tarea compleja que presenta una responsabilidad económica distinta, puesto que se enfrenta a actividades poco rutinarias y el rechazo frente a las ideas que propone.

Tal argumentación, coloca al emprendedor como un sujeto capaz de superar elementos personales (miedo al fracaso, gestión de emociones, etc.) y externos como el financiamiento, para llevar a cabo un proyecto, dándole así una connotación especial dentro del modelo económico y productivo de una nación, por tal motivo, debe contar con herramientas psicoemocionales que le permitan gestionar este tipo de aspectos (Torres y Vidal, 2016) (Niebles et al., 2018). En contraposición a Schumpeter (1935) la denominada Escuela Austríaca ofrece una visión distinta sobre el emprendimiento, fundamentada en las ideas de Von Mises (1978), Hayek (1933) y Kizner (1997) quienes, a pesar de compartir la idea del emprendimiento como aporte al desarrollo capitalista, diferían en la concepción de la naturaleza de la persona y su capacidad para lograr un impacto en procesos económicos complejos.

Desde esta perspectiva, Mises (1978) señala que el emprendedor es un ente que especula ante las situaciones de incertidumbre, creando bienes y servicios de acuerdo a las oportunidades observadas en el mercado, asimismo, Kirzner (1997) concuerda afirmando que estos individuos tienen éxito por capitalizar estas brechas, por tal motivo, la principal diferencia de la Escuela Austríaca con Schumpeter (1935) radica en que la competencia es continua y las oportunidades surgen espontáneamente, por ende, no es un hecho puntual o fortuito que obedece a condiciones temporales.

En este orden de ideas, es importante comprender que las teorías y concepción sobre el emprendimiento como fenómeno y el emprendedor como persona, tiene profundas implicaciones en la formulación de las políticas públicas para impulsar proyectos productivos, puesto que la literatura científica ya ha logrado mostrar los puntos débiles que se deben abordar si se quieren superar las falencias de estos procesos empresariales. Con base en este planteamiento, se toman estas consideraciones para construir sobre la creación de empresas y los lineamientos que ha desarrollado el Estado para garantizar este componente tan importante del progreso nacional.

2. Metodología

La investigación de la temática que se aborda en este documento, se llevó a cabo a partir de una metodología cualitativa que, de acuerdo con lo manifestado por Marshall y Rossman (2014) y Silverman (2016), se centra en recopilar información producto tanto de las experiencias como de las opiniones de diversos sujetos acerca del escenario socio-cultural en el cual se desenvuelven, con la finalidad de poder obtener una visión integral del panorama. Al mismo tiempo, se pone en práctica el método descriptivo, donde se busca indagar acerca de algunos aspectos específicos de ciertas situaciones o conductas, que orientan al investigador en la obtención de datos precisos de un conjunto de variables (Nassaji, 2015).

Por otro lado, por medio de una revisión documental, que abarca la verificación de recursos bibliográficos diversos como: artículos científicos, publicaciones de revistas indexadas, fuentes oficiales, tesis de maestría y doctorales, entre otros, disponibles en español e inglés, se persigue el propósito de obtener nutridos puntos de vista acerca de un tópico, utilizando una técnica de análisis suplementario (Gómez, Fernando, Aponte &

Betancourt, 2014). Las referencias utilizadas son extraídas de bases de datos como: Springer, Emerald, Elsevier, Dialnet, Scielo, etc, empleando en la búsqueda palabras clave como: Emprendimiento, políticas públicas, creación de empresas, Colombia, y recurriendo a referencia que datan de los últimos cinco años.

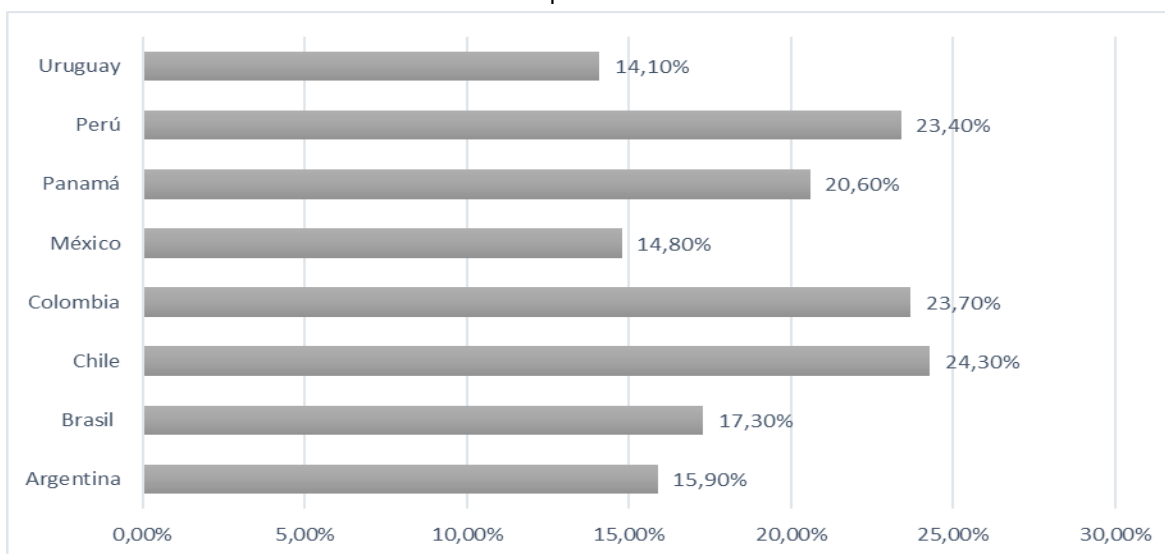
3. Resultados

El emprendimiento, ha sido interpretado por diversos autores como la disposición que tienen un individuo en utilizar sus conocimientos en la formular de ideas de negocio que puedan satisfacer las innumerables necesidades manifiestas por los integrantes de la sociedad (Tobón, Guzmán, Silvano y Cardona, 2015), asegurando, de esta manera el crecimiento económico de las naciones, además de coadyuvar a la identificación de ventajas competitivas en los mercados internacionales (Lupiáñez, Priede y López-Cózar, 2014). Tomando en cuenta el significado que tiene para los Estados el apoyo a la innovación, así como la generación constante de nuevas fuentes de empleo, adicional a la producción de ingresos, entre otros aspectos destacados, se han visto en la necesidad diseñar estructuras gubernamentales que contribuyan a multiplicar estas iniciativas (Mariñez, 2016).

Lo anterior, se puede evidenciar en Europa, según lo expresado en el artículo de Martínez y Larrambeberé, (2015), denominado La instrumentación en España de las Políticas europeas de emprendimiento ¿creación de empleo o profundización de la crisis del empleo asalariado?, donde se examina que tan efectiva ha sido la implementación de programas, emanados de instituciones europeas, de apoyo a los futuros empresarios por parte del gobierno español. Aplicando una metodología cualitativa, en la cual se hace una revisión de los preceptos teóricos sobre los se fundamenta y de los métodos puestos en práctica, se obtuvo como resultado que, las estrategias ejecutadas dan origen a sujetos que ponen en marchas sus proyectos de emprendimiento con el único ánimo de satisfacer sus necesidades individuales.

Por otra parte, Hidalgo, Kamiya y Reyes (2014) en la publicación N° 16. Emprendimientos dinámicos en América Latina. Avances en prácticas y políticas, también buscan reflejar la importancia que le otorgan los gobiernos a la creación y evolución proyectos empresariales, en pro del incremento de la oferta laboral, el fomento de la abundancia económica, así como el ofrecimiento de alternativas a la colectividad que permitan reducir los niveles de pobreza existentes. Utilizando el método cualitativo, los autores estudian un compendio de propuestas relacionadas con diversas iniciativas de innovación dinámicas, detallando cómo se compone cada una de estas muestras creativas, poniendo de manifiesto la realidad de algunos países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, entre otros, para finalmente hacer una introspección acerca de las medidas gubernamentales implementadas. A continuación, en la Figura 1 se observan los porcentajes intención emprendedora en ocho naciones del continente americano.

Figura 1
 Porcentaje de población económicamente activa
 iniciando actividad emprendedora en América Latina



Fuente: adaptado de Hidalgo, Kamiya y Reyes (2014)

De igual forma, Fuerlinger, Fandl y Funke (2015), en su investigación titulada *The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany*, examinan la interacción entre las partes que intervienen dentro del medio ambiente emprendedor alemán, haciendo énfasis en que, la influencia que puede ejercer el Estado para asegurar el éxito y la perdurabilidad de los proyectos, ha sido menospreciada. Valiéndose de la verificación sistemática de textos que abordan el tema en cuestión, se logran identificar las distintas acciones públicas que pueden beneficiar al entorno empresarial, a través de adecuaciones regulatorias, rediseño de los sistemas de formación de innovadores, además de poner a disposición de los ciudadanos una significativa cantidad de recursos público como capital semilla para el desarrollo de sus ideas de negocio. A su vez, también afirman que se debe proveer de incentivos financieros al recurso humano dedicado a incursionar en el área científica, buscando asimismo que también puedan acceder al respaldo económico de sector privado para lograr materializar las propuestas en todas sus etapas.

En otro orden de ideas, el libro *The triple helix: University–industry–government innovation and entrepreneurship*, de la autoría de Etzkowitz y Zhou (2017), se fundamenta en la teoría de que la sinergia entre el Estado, las instituciones de educación superior y la industria, es el principal motor que impulsa la economía de los países, pues a partir de esa interacción se promueve la generación de nuevos saberes, creatividad y espíritu emprendedor en los individuos. Utilizando una metodología documental, que recopila datos relevantes de fuentes bibliográficas reconocidas, se estudian a detalle los casos de éxito protagonizados por el Instituto Tecnológico de Massachusett y la Universidad de Stanford, en los cuales gobierno y empresas trabajan mancomunadamente para el desarrollo de lo que ellos denominan regiones innovadoras.

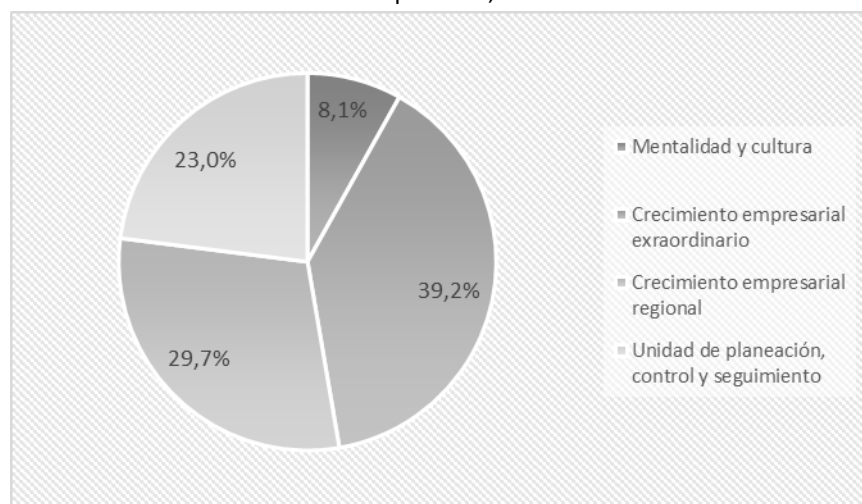
Ahora bien, es de vital trascendencia exponer, a la par de las tendencias que se han manifestado a nivel global, los aportes realizados desde Colombia en relación a la temática desarrollada. Para ello, la investigación adelantada por Cardona, Rada y Palma (2017), que lleva por nombre *Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región caribe en Colombia*, afirma que la fundación de compañías es sinónimo de evolución económica y competitividad comercial, no obstante, un porcentaje muy bajo de las iniciativas llegan a ser sostenibles en el tiempo, por lo que los sujetos de la innovación deben encontrar soporte en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), convertirse en impulsores de la oferta laboral y otorgar un plus para los miembros de su entorno.

A nivel metodológico, se recurre a una revisión documental, que arroja como resultado un conjunto de razonamientos acerca de la trascendencia de la creación de proyectos empresariales, refiriéndose específicamente a su establecimiento en el caribe colombiano, tomando en cuenta su beneficiosa posición geográfica, su creciente progreso, todo ello en pro del mejoramiento de las condiciones de vida de sus pobladores.

Otro caso resaltante, se deriva del trabajo de Benavides (2015) en el artículo Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano, donde se examinan un conjunto de medidas gubernamentales implementadas en el sector turismo, en paralelo con una planificación enfocada en seguridad, con el propósito de propender las mejores circunstancias que incentiven la financiación de este ramo de la economía. Haciendo uso del método cualitativo, se estudia cómo a través de las estrategias estatales de turismo hospitalario, se maximizan las alternativas de competitividad, fundamentándose en la explotación de las opciones de las que se disponen a nivel nacional.

Así las cosas, Vesga (2015) también brinda su punto de vista en la publicación N° 19. El caso de INNpalsa Colombia. La evolución de una política pública para el crecimiento empresarial extraordinario, donde se expone los múltiples beneficios para la comunidad emprendedora que se han originado a partir de la iniciativa INNpalsa Colombia, estrategia diseñada por el banco de desarrollo del Estado colombiano (Bancoldext), la cual busca potenciar el progreso económico de la nación por medio de la instauración de nuevas entidades comerciales con una importante proyección de evolución, además de otorgar apoyo a las compañías en los procesos creativos. Utilizando como base de la investigación la revisión documental, se busca imitar las mejores prácticas en lo que respecta a medidas gubernamentales en América Latina, con la intención de que la propuesta vigente de apoyo al emprendimiento se transforme en un propulsor del avance monetario regional. En la Figura 2 se detalla el porcentaje de utilización de los fondos públicos por área, entre los años 2001 y 2014.

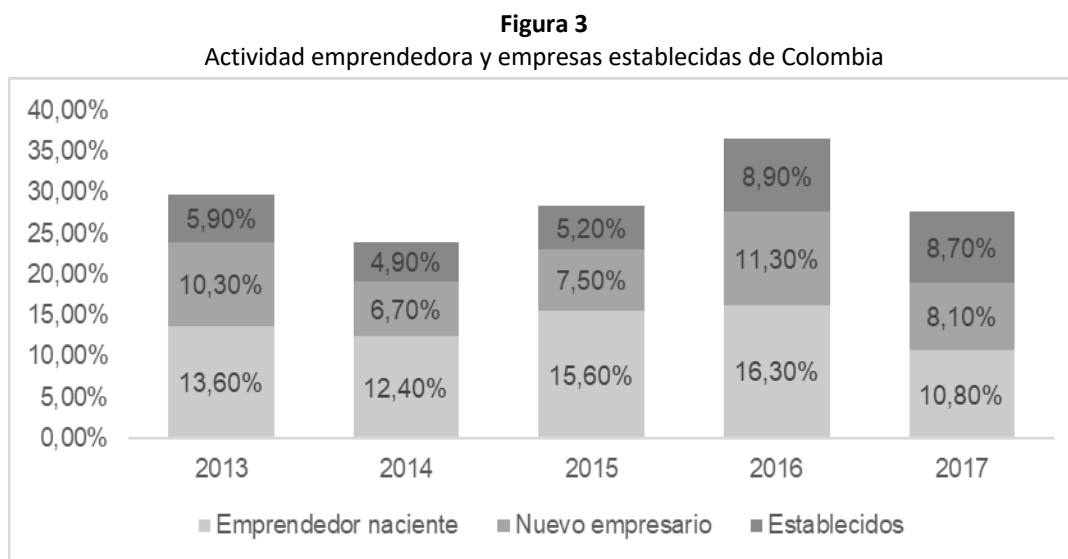
Figura 2
INNpalsa Colombia: porcentaje de usos
de recursos por Área, 2011-2014



Fuente: Vesga (2015)

De acuerdo con cifras reportadas por el estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) específicamente para Colombia, se ha observado una tendencia positiva en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, total entrepreneurial activity por sus siglas en inglés), que permite evaluar el progreso del emprendimiento tomando como referencia los emprendedores nuevos (personas adultas entre 18 a 64 años que iniciaron algún tipo de negocio y no han pagado salarios por un periodo mayor a tres meses) y empresarios nacientes (número de individuos que han creado una organización desde cero a 42 meses). En este sentido, para el año 2018 el país

alcanzó una tasa de 18,9% de la TEA compuesta por una proporción de 60% en empresarios nacientes y 40% ya establecidos (GEM, 2018); la Figura 3 muestra estas proyecciones para el período 2013 – 2017.



Lo anterior, se debe en gran parte a la baja aversión al riesgo que caracteriza al emprendedor colombiano, lo que ha permitido que la TEA se mantenga estable durante los últimos años, asimismo, el fuerte énfasis hacia el emprendimiento que se ha realizado en las instituciones de educación superior como un componente viable para desarrollarse profesionalmente, está dando frutos positivos en este tipo de indicadores (Della, 2017). Este hecho contribuye significativamente a la construcción de un tejido empresarial robusto, dispuesto a crecer y asumir riesgos importantes para avanzar en nuevos sectores que ofrecen la oportunidad de incrementar la diversidad productiva del país.

Retomando el argumento de emprendimiento como opción de carrera, se ha evidenciado que esta alternativa se toma hoy en día como una opción viable (Sánchez-Otero, García-Guillany, Steffens-Sanabria & Palma, 2019), lo que fomenta indudablemente el incremento en la tasa de creación de empresas, en este sentido, el 68% de los nacionales lo considera como una alternativa deseable (GEM, 2018). Según cifras entre el 2014 y 2017 la proporción de colombianos que perciben esta alternativa como positiva se ha mantenido entre el 67% y 72%, no obstante, hay un decrecimiento en cuanto a la cobertura que dan los medios de comunicación al tema del emprendimiento, pasando de 67,5% en 2013 a 52,1% en 2017, mostrando este hecho la necesidad urgente de formular estrategias que vengan desde el Estado para detener esta tendencia (GEM, 2018).

Al impulsar desde las políticas públicas estas iniciativas productivas, habrá mayor oportunidad para fomentar el crecimiento de la producción nacional, puesto que estudios empíricos revelan que las economías fundamentadas en la innovación, atraen la atención de emprendedores, quienes perciben que existen potencialidades capitalizables en el mercado (Leyden, 2016). Esta dinámica genera que se transforme la estructura empresarial de la economía, favoreciendo la creación de nuevas compañías, como muestra de esta afirmación, el GEM (2018) señala que la etapa del emprendimiento naciente en Colombia, es superior a la reportada globalmente, es decir, esta se ubica en un 10,8% de empresarios incipientes (que no han pagado salarios en los primeros tres meses) frente a otros países que se encuentra en 7,2%; misma situación se observa en los nuevos empresarios, donde la nación obtuvo un 8,1% en comparación con el 5,3% a nivel mundial.

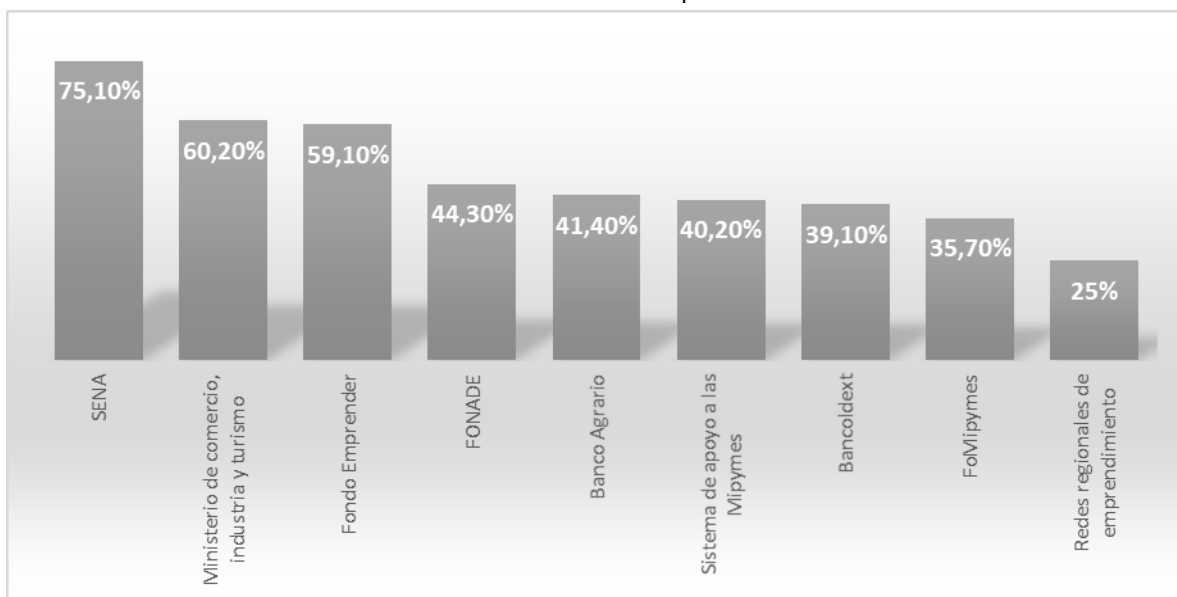
Adicionalmente a estas cifras mostradas por el GEM (2018), en el documento elaborado por Nova (2014), que tiene por título Emprendimiento en Colombia, se hace énfasis en que la actividad innovadora se ha convertido

en el insumo de mayor importancia para el desarrollo por parte de los Estados de una planificación estratégica orientada al impulso de las ideas de negocio y a la concreción de estructuras corporativas formales, pues estos esfuerzos van direccionado a lograr el progreso económico nacional. El artículo en mención persigue, por medio de una revisión detallada de las fuentes bibliográficas diversas, estudiar la influencia que han tenido las medidas gubernamentales puesta en práctica en Colombia en la evolución de los proyectos de emprendimiento. De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que, en los años recientes se ha evidenciado un avance importante en el área, reconociendo a los sectores agroindustriales, manufactureros y de servicios, como los de mayor empuje, a su vez que son hacia los que regularmente se dirige con más ahínco el apoyo estatal.

De igual modo, se detecta que la creación de empresas muchas veces se ve obstaculizada por la falta de información de la población de los nutridos programas creados para contribuir con la formación de los futuros empresarios, otorgar recursos financieros, además de brindar herramientas para estructurar las propuestas innovadores y ponerlas en funcionamiento. El autor recomienda robustecer las vías de diálogo y los sistemas de emprendimiento, trazando planes para hacer llegar la información a la mayor cantidad de ciudadanos. La Figura 4 se detalla, según la opinión expresada por los colombianos, cuáles son las instituciones u organizaciones estatales que tienen una influencia superior en la ciudadanía.

Figura 4

Grado de importancia de las entidades vinculadas a la actividad emprendedora



Fuente: NOVA (2018)

Dentro de los antecedentes examinados en los párrafos anteriores, se evidencia que, en un número importante de los casos, la interacción Estado-empresa ha servido como motor dinamizador de las economías mundiales (Martínez, Biedma y Ruiz Navarro, 2015), utilizando como herramienta para la concreción de estos fines un conjunto de medidas gubernamentales. Sin embargo, para hacer un análisis adecuado de la temática, es necesario conceptualizar el término políticas públicas, que consiste en una serie de actos particulares, congruentes entre sí, llevados a cabo por los gobiernos, que van dirigidos a resolver ciertas situaciones de orden colectivo (Cejudo y Michel, 2016).

Esto quiere decir que, debe existir por parte del ente regulador una labor de detección de necesidades (Zárate, 2016), para posteriormente diseñar las estrategias más viables para su resolución (Vegas, 2017), y finalmente, en la fase de implementación, socializar con la ciudadanía la implicación de estas disposiciones (Echeverría y

Meyer, 2017). Uno de los puntos de partida para la instauración de las políticas públicas por parte de los gobernantes, se da a partir de la promulgación de leyes orientadas a regular un tópico en específico (Milia, 2014). En el caso colombiano, tal como lo asevera Nova (2014), actualmente se cuenta con una serie de preceptos legales que dictan las pautas para el impulso constante de la actividad emprendedora, así como creación de empresas.

En primera instancia, se pone de manifiesto en el artículo 333 de la Constitución Política de Colombia (1991), donde se afirma que la ejecución de iniciativas empresariales es libre, dentro del marco del bienestar de la sociedad, forma parte integral del progreso económico de la nación y se puede llevar a cabo bajo condiciones de sana competencia; de igual forma, el gobierno está llamado por esta ley a propiciar su promoción y consolidación, además de salvaguardar el cumplimiento tanto de los deberes como de las obligaciones emanadas por este cuerpo normativo. En la Tabla 1 se reflejan las principales regulaciones con relación al tema, que aportan al acatamiento de la cláusula legal anterior.

Tabla 1
Marco normativo del emprendimiento en Colombia

Marco normativo	Aspectos relevantes
Ley 590 del 2000	Desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes).
Ley 789 de 2002	Apoyo al empleo y ampliación de la protección social.
Ley 905 de 2004	Modifica la Ley 590 del 2000.
Ley 1014 de 2006	Fomento de la cultura del emprendimiento.

Fuente: Adaptado de NOVA (2014)

Así las cosas, la Ley 590 del 2000, centra su acción en la creación de Mipymes, teniendo entre sus objetivos la multiplicación de nuevas propuestas de valor, reforzamiento de las compañías que se encuentran en funcionamiento, adicional a la fundación del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico (FOMIPYME), así como la instauración de ciertos incentivos tributarios en los diferentes. Posteriormente, el Estado implementa la Ley 789 de 2002, la cual se basa en la reformulación de las condiciones laborales de los trabajadores, además de expandir las medidas que rigen la protección social del empleado (salud, pensión, subsidios, entre otros).

En el caso de la Ley 905 de 2004, viene a modificar algunos aspectos de la ley publicada en el año 2000, como, por ejemplo, la activación de herramientas de acceso a mercados financieros, al igual que el establecimiento de parámetros para definir lo que se entiende por micro, pequeña y mediana empresa. Por último, en la Ley 1014 de 2006, se persigue estimular el espíritu emprendedor en los alumnos de las universidades del país, transformándolos en individuos con habilidades y competencias ideales para incursionar en la creación de negocios con valor agregado para la sociedad.

A partir de estas leyes, el Estado colombiano han puesto en marcha un conjunto de políticas cuyo fin primordial es apalancar la materialización de la innovación empresarial. Prueba de ello son las redes regionales de emprendimiento, que surgen como una propuesta emanada del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en la cual se busca interrelacionar a todas las entidades distribuidas a lo largo y ancho del territorio, que se dedican a apoyar la actividad emprendedora (Ruano, 2017). Igualmente, otro ejemplo de la aplicación de las medidas estatales es la denominada economía naranja, que es una de las principales propuestas del actual gobierno, la cual se fundamenta en promover el desarrollo económico a partir de ideas de negocio enfocada en el ofrecimiento de bienes y servicios que tienen origen en la herencia cultural, y cuyo valor agregado viene dado por el aporte intelectual de cada individuo (Buitrago y Duque, 2013).

Finalmente, es de apreciar los esfuerzos de la administración nacional por ofrecer a la población una gama de alternativas de progreso tanto individual como colectivo; no obstante, es primordial destacar la necesidad de divulgar de una manera más efectiva esta información a las partes interesadas, que muchas veces no se integran a estas iniciativas por miedo a fallar, desconocimiento, falta de orientación, etc., pues la intención es que sea del conocimiento general y el apoyo llegue a todos los sectores (Treviño y Tolentino, 2017). Posterior a esta exposición, resulta relevante contrastar los hallazgos frente a lo reseñado por algunos autores en el área de estudio del emprendimiento.

4. Conclusiones

Con respecto a la temática abordada, se pone de manifiesto que diversas experiencias a nivel global dan cuenta de la importancia que tiene para los gobiernos el fomento del emprendimiento a toda escala, pues el apalancamiento de ideas innovadoras, a partir de estrategias que resultan de la detección previa de las necesidades específicas de la comunidad, se logran activar las acciones públicas dirigidas a generar bienestar en el contexto empresarial. Lo comentado, coincide con la perspectiva de Fuerlinger, Fandl y Funke (2015), quienes aseguran que factores como la adaptación de los marcos regulatorios, rediseño de las redes de formación y el apoyo financiero, hacen que el éxito de los proyectos empresariales se convierta en un horizonte posible.

En el territorio nacional, también se dispone de una variedad de opciones planteadas por el Estado, en las cuales se enaltecen elementos propios de la región como la posición geográfica, los recursos turísticos, etc., que pueden verse potenciados con el apoyo de los entes gubernamentales, quienes tienen el compromiso de brindar a los emprendedores las mejores herramientas que aseguren la puesta en marcha de las ideas de negocio (Ortega, Niebles y Hernandez, 2018). Lo anterior converge con lo manifestado por Nova (2014), que, además, recomienda fortalecer los canales de comunicación, así como llevar a cabo una labor más profunda de socialización de las alternativas puestas a disposición de la población.

Por último, una vez conceptualizado el término políticas públicas, catalogado como una estrategia estatal para dar solución a las necesidades diagnosticadas en la población, se evidencia cómo a través de las acciones del poder legislativo, se implementan estas medidas dentro de la economía nacional, que dan origen a iniciativas como las redes regionales de emprendimiento y a alternativas formuladas a partir de la economía naranja. Este punto de vista se ajusta a la opinión de Ruano (2017), cuando indica la necesidad que existe de interrelacionar las entidades que orientan su razón de ser hacia la creación de empresas innovadoras, en función de lograr acciones mancomunadas al respecto.

Definitivamente, y en concordancia con Barrios et al., (2018), para poder propiciar un ambiente empresarial sano, donde todos los participantes, internos y externos, puedan contar con óptimas condiciones para el desarrollo de sus labores, es fundamental la acción de los Estados, como garantes de la consecución de las propuestas bajo ciertas circunstancias legales, donde se pueda acceder a las oportunidades en términos de igualdad, con el fin principal de solventar las necesidades del entorno. Está comprobado que, la colaboración de la administración pública, a través de sus diversas figuras institucionales, brindan al futuro empresario un conjunto de herramientas estratégicas, que le ayudan conocer su entorno, identificar las ventajas competitivas que posee la región donde va a desarrollar su proyecto, acceder a opciones de formación especializadas en el tema, además de obtener recursos económicos para el financiamiento.

No obstante, como se manifiesta en el texto, las instituciones del Estado deben entrar en una labor de autodiagnóstico en cuanto a la efectividad de las medidas implementadas, y principalmente en lo relacionado con la transmisión de la información a los sujetos interesados en integrarse a estas iniciativas, pues, la experiencia indica que muchas personas no acceden a estos programas por temor al fracaso, carencia de información o poca

guía al respecto. Por lo antes mencionado, es aconsejable afinar las estrategias de socialización y difusión del abanico de opciones que los emprendedores tienen a su disposición.

Colombia es considerado el segundo país con mayor nivel de iniciativas innovadoras en América Latina, solo superado por Chile, y esto es gracias al papel que ha venido desempeñando como referente regional en la materia. Esto da cuenta del alto grado de competitividad que ostenta en el continente, por lo que se refuerza el compromiso que tiene el gobierno nacional en seguir manteniendo la posición actual, que se traduce en mayor oferta laboral, elevación de los ingresos económicos, descenso de la pobreza, así como condiciones beneficiosas para todos los actores de la sociedad contemporánea.

Referencias bibliográficas

- Barrios, I., Hernández, H., Niebles, L., Niebles, W., & Rodero, A., (2018). The Organizational Climate and its Impact on Business Competitiveness: Perception of Colombian SMEs. *Contemporary Engineering Sciences*, 11(54), 2669-2677. <https://doi.org/10.12988/ces.2018.86265>
- Benavides, G. F. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de negocios*, 6(13), 66-73. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.005>
- Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). The orange economy: An infinite opportunity. Washington, DC: Inter-American Development Bank.
- Cardona, D., Rada, A. M., & Palma, H. G. H. (2017). Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región caribe en Colombia. *Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 134-143. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.698>
- Cejudo, G. M., & Michel, C. L. (2016). Coherencia y políticas públicas: Metas, instrumentos y poblaciones objetivo. *Gestión y política pública*, 25(1), 03-31. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792016000100001
- Chiquillo, J., Amaya, A., & Hernandez, H., (2018). Innovation and its Influence on Organizational Development: Description of the Process in Colombian SMEs. *Contemporary Engineering Sciences*, 11(82), 4069 – 4076. <https://doi.org/10.12988 / ces.2018.88470>
- Colombia, Congreso de la República. Constitución Política de Colombia. (1991). Gaceta Constitucional No. 116. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.secretariasenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>
- Colombia, Congreso de la República. Ley 1014. (2006). De fomento a la cultura del emprendimiento. Bogotá D.C., Colombia: Diario oficial No. 46.164. Recuperado de https://normograma.info/men/docs/pdf/ley_1014_2006.pdf
- Colombia, Congreso de la República. Ley 590. (2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Bogotá D.C.: Diario oficial No. 44.078. Recuperado de https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/Juridica/Leyes/L0590_00.pdf
- Colombia, Congreso de la República. Ley 789. (2002). Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo. Bogotá D.C.: Diario oficial No. 45.046. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0789_2002.html
- Colombia, Congreso de la República. Ley 905. (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. Bogotá D. C., 2004. N° 45.628. Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html
- Della Volpe, M. (2017). Formación para el emprendimiento en la educación superior. Estudio comparativo entre Colombia e Italia. *Cultura Latinoamericana*, 26(2), 184-204. Recuperado de <https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/RevClat/article/view/1753>
- Echeverría, M., & Meyer, J. A. (2017). Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 15(30), 29-50. <http://dx.doi.org/10.22395/angr.v15n30a1>.
- Edoho, F. M. (2016). Entrepreneurship paradigm in the new millennium. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 8(2), 279-294. Recuperado de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEEE-08-2015-0043/full/html?skipTracking=true>
- Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). *The Triple Helix: University–industry–government innovation and entrepreneurship*. London, U. K.: Routledge.
- Fischer, D., Mauer, R., & Brettel, M. (2018). Regulatory focus theory and sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 408-428. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2015-0269>
- Freire, A. (2005). *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- Fuerlinger, G., Fandl, U., & Funke, T. (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. *Triple Helix*, 2(3), 1-26. <https://doi.org/10.1186/s40604-014-0015-9>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). *Estudio de la actividad empresarial Colombia*. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report>
- Hidalgo, G., Kamiya, M., & Reyes, M. (2014). N° 16. Emprendimientos dinámicos en América Latina. Avances en prácticas y políticas. *Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva*, 16. Caracas, Venezuela: CAF. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/371>
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of economic Literature*, 35(1), 60-85. Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=1505851>
- Leyden, D. P. (2016). Public-sector entrepreneurship and the creation of a sustainable innovative economy. *Small business economics*, 46(4), 553-564. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9706-0>
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., & Betancourt-Buitrago, L. A. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *Dyna*, 81(184), 158-163. <http://dx.doi.org/10.15446/dyna.v81n184.37066>
- Lupiáñez Carrillo, L., Priede Bergamini, T., & López-Cózar Navarro, C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N° 3048*. Madrid, España: ICE. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/325049373_EL_EMPRENDIMIENTO_COMO_MOTOR_DEL_CRECIMIENTO_ECONOMICO
- Mariñez Navarro, F. (2016). La dimensión relacional del gobierno abierto y el liderazgo colaborativo. *Espiral (Guadalajara)*, 23(65), 47-87. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-05652016000100002&script=sci_abstract
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. New York, USA: Sage publications.

- Martínez-Fierro, S., Biedma-Ferrer, J. M., & Ruiz-Navarro, J. (2015). Las condiciones del entorno emprendedor y el desarrollo económico: un análisis de los países GEM. *Revista de Economía mundial*, 41, 181-212. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/866/86643415008.pdf>
- Martinez, L., & Larrambeber, V. B. (2015). La instrumentación en España de las Políticas europeas de emprendimiento¿ creación de empleo o profundización de la crisis del empleo asalariado?. *Revista Eletrônica de Ciência Política*, 6(1). <http://dx.doi.org/10.5380/recp.v6i1.37493>
- Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 36, 206-138. <http://dx.doi.org/10.14482/pege.36.5571>
- Milia, M. F. (2014). Marco de Políticas Públicas de Ciencia, Tecnología y Educación Superior en el Ecuador. Nuevos horizontes: dinámicas y condicionamientos para una Investigación Universitaria de cara a la Sociedad. En: Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/congreso2014/memorias2014.php>
- Mises, L. V. (1978). *Erinnerungen von Ludwig v. Mises: mit einem Vorwort von Margit v. Mises und einer Einleitung von Friedrich August von Hayek*. Stuttgart, Fischer. Recuperado de https://www.mises.ch/library/Mises_Erinnerungen.pdf
- Nassaji, H. (2015). Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis. *Language Teaching Research* 19(2). 129-132. <https://doi.org/10.1177/1362168815572747>
- Nova, J. A. B. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 43(59), 7-21. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403431>
- Niebles, L., Niebles, W., Rodero, A., Barrios, I., & Hernández, H., (2018). Management Skills and Leadership Styles: A Reflection with a Global Focus. *Contemporary Engineering Sciences*, 11(54), 2661 – 2668. Recuperado de <http://www.m-hikari.com/ces/ces2018/ces53-56-2018/p/hernandezCES53-56-2018-2.pdf>
- Niebles, W., Rodero, A., Niebles, L., Barrios, I., & Hernández, H., (2018). Entrepreneurship and the Informal Economy: Characterization of Business in Colombia, an Analysis from the Global Entrepreneurship Monitor. *Contemporary Engineering Sciences*, 11(54), 2651 – 2659. Recuperado de <http://www.m-hikari.com/ces/ces2018/ces53-56-2018/p/hernandezCES53-56-2018-1.pdf>
- Ortega, D., Niebles, W., & Hernandez, H., (2018) Organizational Challenges in Small and Medium Enterprises on the Colombian. *Indian Journal of Science and Technology*, 11(45), <https://doi.org/10.17485/ijst/2018/v11i45/137681>
- Pitre-Redondo, R., Cardona-Arbeláez, D., & Hernández-Palma, H. (2017). Proyección del emprendimiento indígena como mecanismo de competitividad en el postconflicto colombiano. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 7(2), 231-240. <https://doi.org/10.19053/20278306.v7.n2.2017.6068>
- Ruano, E. (2016). Red regional de emprendimiento del Cauca: avances y desafíos de un instrumento de política pública. *Revista Ciencias Estratégicas*, 24(35), 181-197. <https://doi.org/rces.v24n35.a11>
- Sánchez-Otero, M., García-Guiliany, J., Steffens-Sanabria, E., & Palma, H. H. (2019). Estrategias Pedagógicas en Procesos de Enseñanza y Aprendizaje en la Educación Superior incluyendo Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. *Información tecnológica*, 30(3), 277-286. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300277>.

- Sangar, R., y Rangnekar, S. (2014). Role satisfaction and entrepreneurship: An approach to analyze the dynamics of relationships. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), 122-139. <http://dx.doi.org/10.1108/JEEE-02-2014-001>
- Schumpeter, J. (1935). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*. Fondo de Cultura económica, México. Recuperado de <https://www.eumed.net/coursecon/textos/schump-cambio.pdf>
- Silverman, D. (Ed.). (2016). *Qualitative research*. Madrid, España: Sage publications.
- Suárez, L., & Vásquez, C. (2015). Evolución del concepto de emprendedor: De Cantillón a Freire. REDIP. UNEXPO. *Revista Digital de Investigación y Postgrado*, 5(3), 882-894. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/53b2/6f405ee1d2f6bfda608515e0e4c0f6359aeb.pdf>
- Tobón, S., Guzmán, C. E., Hernández, J. S., & Cardona, S. (2015). Sociedad del Conocimiento: Estudio documental desde una perspectiva humanista y compleja. *Paradigma*, 36(2), 7-36. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1011-22512015000200002&script=sci_abstract
- Torres-Coronas, T., & Vidal-Blasco, M. A. (2016). Becoming a Successful Entrepreneur through emotional intelligence development. In *Handbook of Research on Learning Outcomes and Opportunities in the Digital Age* (pp. 198-220). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-9577-1.ch009>
- Treviño Ronzón, E., y Tolentino Rodarte, M. (2017). El lugar de lo político en el discurso de las políticas públicas. *Andamios*, 14(35), 99-121. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v14n35/1870-0063-anda-14-35-00099.pdf>
- Vegas Meléndez, H. (2017). Políticas públicas y gobernanza Articulación para una gestión pública local autónoma. *Polis (Santiago)*, 16(48), 155-172. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682017000300155>.
- Vesga, R. (2015). N° 19. El caso de INNpuls Colombia. La evolución de una política pública para el crecimiento empresarial extraordinario. *Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva; 19*. Caracas, Venezuela: CAF. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/709>
- Von Hayek, F. A. (1933). The Trend of Economic Thinking. *Económica*, (40), 121-137. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/2548761>
- Zárate Badillo, C. (2016). *Componentes básicos de un modelo genérico de negocios socialmente responsable e innovador* (Tesis de Maestría). Instituto Politécnico Nacional. Ciudad de Mexico D.F., Mexico. Recuperado de <http://tesis.ipn.mx/handle/123456789/16513>