



La importancia de la formación empresarial del emprendedor como herramienta esencial para desarrollar emprendimientos exitosos en Colombia.

Facultad de Administración de Empresas
Seminario de Investigación Financiera y de Contexto Organizacional

Mateo Andres Devia Bustos
Andrés Felipe Rodríguez Camargo

Docente: Miller Rivera

Bogotá, marzo 11 de 2022

Contenido

RESUMEN	3
Palabras Clave	3
1. INTRODUCCIÓN	4
2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	6
3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	7
4. OBJETIVOS	8
5. DEFINICIONES	8
5.1. EMPRENDIMIENTO	8
5.1.1. Principales carencias en la formación para el emprendimiento	9
5.1.2. Gestión de recursos financieros	10
5.1.3. Legislación y programas de fomento	11
5.1.4. Beneficios de la Ley del Emprendimiento	13
5.1.4.1. Aspectos generales y ejes temáticos de la Ley del Emprendimiento	16
5.1.5. Herramientas tecnológicas	21
5.1.5.1. Redes sociales:	23
5.1.5.3 Banca Virtual	29
5.1.6 Relaciones Interpersonales	31
5.1.7 Marketing emprendedor	34
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43

RESUMEN

El marco normativo denominado “la Ley del Emprendimiento” constituye el fundamento para la reactivación económica y el fortalecimiento del sector productivo por medio de la economía naranja. Esta ley surge en el contexto del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”, y su enfoque primordial representa la puesta en escena de Políticas Públicas para propiciar las economías del conocimiento, en medio de la Crisis sanitaria, económica y ecológica mundial ocasionada por el virus Covid- 19. El texto describe la importancia de la formación empresarial de los emprendedores para fomentar la viabilidad, crecimiento, consolidación y competitividad de los ciudadanos que constituyen el tejido empresarial en Colombia.

Palabras Clave

Emprendedor, emprendimiento, formación empresarial, legislación favorable, TICS, administración.

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en Colombia ha tenido gran relevancia en los últimos años ya que se ha incrementado el número de empresarios en el país, solo en el 2021 se evidenció un aumento del 10,6% de creación de nuevas empresas con respecto al 2020 (Confecámaras, 2022). Adicionalmente, Colombia se encuentra posicionada en el cuarto escalafón en la tasa de actividad emprendedora de acuerdo con el informe del Global Entrepreneurship Monitor (Innpulsa Colombia, 2011). Sin embargo, pese a que las cifras de iniciación son alentadoras, uno de los mayores inconvenientes radica en que la mayoría de estas empresas no logran ser sostenibles en el tiempo y en el largo plazo son pocas las que logran consolidarse.

El panorama de supervivencia empresarial en el país no cuenta con las mejores cifras, durante el primer año de operaciones subsisten 55% de las empresas, el segundo el 41% y el tercero el 31% (La República, 2017), esto es debido a varios factores, dentro de los cuales podemos encontrar que los emprendedores no cuentan con los conocimientos administrativos necesarios al interior de sus organizaciones, por lo cual se realizan gastos innecesarios o se hacen ahorros que a fin de cuentas llegan a ser perjudiciales, no se cuenta con el personal adecuado, no se tienen los recursos o fuentes de financiación al alcance que requiere el negocio, se centran en la producción y dejan de lado elementos vitales como el cliente y el mercado en el cual se van a mover, entre otros.

Estas falencias gerenciales o administrativas se deben en un porcentaje a que algunos nuevos empresarios no están capacitados en su totalidad para afrontar los desafíos que conlleva emprender, lo que no implica que su educación sea deficiente, sino que no se abordan a profundidad gran cantidad de saberes que pueden permitir que el negocio fluya

de la mejor manera. No basta con tener un producto y servicio excepcional, sino que debe existir un complemento de formación en las diferentes ramas de la gestión administrativa que permita potencializar ese bien o idea de negocio.

Es importante tener una muy buena idea de negocio, pero es más significativo tener una idea clara de donde y como se va a mover el emprendimiento en el mercado todo esto buscando que no solo la empresa sea rentable si no que sea duradera en el tiempo, no es un secreto para nadie que en el mercado se encuentra mucha competencia, por lo cual es necesario tener los conocimientos y una idea clara de cómo y a quién se le quiere llegar.

Muchas veces no es quien llega primero si no quien llega de mejor manera al público. Se pueden ver a diario como negocios que llevan años y no logran despegar teniendo una buena idea; así mismo llegan nuevos vendedores al mercado con una buena manera de llegar al público de forma impactante y logran escalar a niveles que superan a sus competidores, por lo cual es necesario tener en cuenta factores que pueden afectar de forma positiva como negativa en los emprendimientos.

Es importante ser consciente de que en el mundo de del emprendimiento es necesario realizar buenas relaciones empresariales y así mismo moverse de forma inteligente, muchas empresas logran crecer gracias a uniones estratégicas que hacen que sus negocios sean visibles, por lo cual es demasiado importante poder llegar a ser influyente y poder realizar buenas relaciones interpersonales que a final de cuenta llegan a ser esos contactos los que pueden llegar a ser una punta de lanza a la hora de hacer crecer una empresa.

El presente texto se enfocará en mostrar aspectos relevantes de la administración, tales como: gestión financiera, marketing, tecnología, relaciones interpersonales y

legislación, en tanto que ejes principales para tener en cuenta en el proceso de emprendimiento, así como los inconvenientes que presentan estos en el entorno colombiano.

2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

¿Cuál es la importancia que tiene la formación empresarial del emprendedor en la consolidación de emprendimientos a largo plazo ?

El emprendedor es el sujeto responsable de la realización del emprendimiento, es pues, la figura central de la que depende, en primera instancia, la sostenibilidad y ejecución de una idea de negocio. A su vez, el fortalecimiento del emprendimiento constituye el mecanismo de crecimiento económico que contribuye al desarrollo del tejido social y empresarial en Colombia. Así pues, el éxito del emprendimiento está subordinado a las habilidades, competencias y destrezas del emprendedor. De la misma manera que emprendedor y emprendimiento representan una unidad estrecha e indisoluble, es necesario señalar que los principales problemas y falencias de los emprendedores están asociados a una formación empresarial inadecuada e inciden directamente en la corta duración de un emprendimiento en el mercado.

De acuerdo con lo anterior, este trabajo pretende identificar los principales problemas que enfrentan los emprendedores a la hora de crear y consolidar su emprendimiento, promoviendo la indagación respecto a soluciones institucionales de carácter local, regional y personal que permitan aumentar las posibilidades de éxito de los emprendedores, y, con ello, la realización de sus ideas de negocio

.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

El presente documento da cuenta del intrincado camino que recorren los emprendedores, en gran medida, por falta de preparación empresarial para asumir su nuevo rol con éxito. Si bien Colombia cuenta con un amplio y generoso marco jurídico que proporciona las condiciones para la inserción de los ciudadanos interesados en el ámbito del emprendimiento y se han desarrollado ambiciosas estrategias institucionales para fomentar la participación en las economías del conocimiento y la creatividad, aún existe una brecha invisible que separa el progreso de los individuos con respecto a la ruta más apropiada para implementar ideas de negocio exitosas duraderas en contextos específicos.

Desde nuestra perspectiva, esta brecha se presenta, por una parte, debido a que la cultura de formación empresarial integral y efectiva no se encuentra plenamente interiorizada como una condición indispensable en la mentalidad de los emprendedores, y, por otra, porque no existe, una ruta simplificada o eficaz que facilite, de manera práctica, el desgaste producido por las pruebas ensayo- error implementadas, las pérdidas monetarias, la gestión emocional del fracaso y la búsqueda de condiciones dignas de subsistencia para quienes se aventuran en este propósito.

En este sentido, la identificación de los ejes conceptuales del proceso de emprendimiento en Colombia, unida al reconocimiento de las principales falencias que tienen los emprendedores a la hora de empezar y consolidar su negocio, nos permite enfocar nuestros esfuerzos en visibilizar la importancia que reviste una adecuada y pertinente educación empresarial del emprendedor como mecanismo esencial para aumentar las probabilidades de éxito de su emprendimiento, y contrarrestando el impacto de las malas decisiones financieras tomadas por afán, confusión, intercambio de prioridades y desconocimiento.

4. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Describir la importancia de la formación empresarial de los emprendedores como herramienta esencial para fomentar la viabilidad, crecimiento, consolidación y competitividad de los ciudadanos que constituyen el tejido empresarial en Colombia

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los ejes conceptuales del proceso de emprendimiento en Colombia.
- Reconocer las principales falencias que tienen los emprendedores a la hora de emprender en Colombia
- Promover la indagación e implementación de soluciones de educación empresarial mediante el acompañamiento institucional al proceso de emprendimiento por parte del emprendedor.

5. DEFINICIONES

5.1. EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es un término que de hace unos años se ha empezado a escuchar con mayor frecuencia, siendo una opción para muchas personas de todo rango de edades para poder trabajar, en un país donde las opciones laborales en ocasiones puede llegar a ser tan cerrado y así mismo siendo exclusivo, en un país donde los niveles de desempleo o de empleo informal son muy altos, por esta razón muchas personas del mercado laboral

buscan emprender siendo esta una solución para sus problemas laborales. Pero es necesario primero tener claro qué significa emprender y así mismo el impacto de este acto.

El emprendimiento se puede entender como el desarrollo de una idea o un proyecto con un fin ya sea económico, social o político que tiene una cuota de innovación, así mismo como perseguir una oportunidad más allá de los recursos que se poseen en el momento de iniciar un proyecto, estos proyectos que buscan una solución inteligente a las necesidades que en este caso tiene una población que se denomina clientes, buscando explotar esta oportunidad como una idea de negocio diferente. Todas estas ideas son desarrolladas por un emprendedor, palabra que tiene origen en el francés *entrepreneur* (pionero), término que se utilizaba para denominar a las personas que viajaban hacia el nuevo mundo, que viajaban sin ninguna certeza de que irían a encontrar allí. (Formichella, 2004)

5.1.1. Principales carencias en la formación para el emprendimiento

La educación que tiene los emprendedores en muchas ocasiones es la correcta, pero esto no significa que les falten más fundamentos para poder sobrellevar el reto que conlleva el emprender con un nuevo proyecto, en muchas ocasiones una de las falencias más importantes que se tienen es la carencia de conocimiento sobre el mercado, la falta del contexto sobre el mercado en el cual van a ingresar. Este es uno de los principales problemas y se puede pensar como de las principales causantes de que los negocios no prosperen y así mismo no se prolonguen en el tiempo; es supremamente importante que la formación que se brinde sea muy acorde a la actualidad tanto del mercado, la legislación, las tecnologías que están a disposición para impulsar un negocio y especialmente la

educación financiera y gerencial que en muchas ocasiones no se aplica correctamente en los negocios generando pérdidas innecesarias que a largo plazo se ven reflejadas en la finalización del emprendimiento.

Por eso es necesario tener los recursos tanto físicos, monetarios y más importante los conceptuales que ayuden a que las ideas se puedan desarrollar de forma correcta y no desfallecer en el intento.

5.1.2. Gestión de recursos financieros

Uno de los mayores obstáculos que surgen para muchos jóvenes emprendedores en Colombia al momento de iniciar un proyecto de emprendimiento, consiste, en la falta o carencia de formación para, administrar y dar sostenibilidad a nuevas empresas haciendo un buen uso de los recursos necesarios para ello. No han bastado los esfuerzos de algunas instituciones del país por promover los programas educativos en emprendimiento de muchos jóvenes pues según algunos estudios, estas nuevas ideas puestas en marcha no traspasan en promedio la barrera de los 3 años antes de llegar al fracaso.

¿Qué fuentes de financiación puede tomar un emprendedor en Colombia para dar el paso inicial y darle forma a su idea de negocio?

En primer lugar, podemos indicar que la primera fuente de financiación para un proyecto podría surgir de los familiares o amigos, está también el banco, aunque este último presenta varias dificultades a la hora de brindar los recursos necesarios.

Colombia cuenta actualmente con la Ley 2069 o Ley del Emprendimiento, creando varios programas de ayuda, financiación y acompañamiento al joven emprendedor. A través de

Bancolombia y Aldea, un programa creado por la organización Innpulsa, han sido otorgados varios créditos para la creación y apoyo al mentor empresarial, sin embargo, es necesario diferenciar entre el hecho de que una empresa sea sostenible al hecho mismo de crear o montar una empresa pues no son pocos los casos de éxito en los que se puede observar que varias empresas han surgido sin necesidad de una educación formal en finanzas o administración. Solo por mencionar algunos podemos mencionar casos bien conocidos como es el de Bill Gates, fundador de la empresa de software Microsoft, Marck Zuckerberg, fundador de Facebook, Steve Jobs, fundador de Apple, Richard Branson, fundador de Virgin, a nivel internacional, así mismo en Colombia podemos encontrar varios casos similares, aunque guardando las proporciones.

No obstante, lo anterior, al mencionar falta de educación formal, es importante resaltar que los casos exitosos de emprendimiento mencionados han dejado su educación formal pero no así su hambre por el aprendizaje continuo y la investigación, añádase a esto que la mayoría de los líderes comenta y refleja pasión por su idea de negocio y su posterior empresa.

5.1.3. Legislación y programas de fomento

En Colombia, la ley más importante que abarca y regula las actividades emprendedoras es la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020, cuyo objeto consiste en “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento, el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad”.

Cabe señalar que, en lo que concierne a los programas de fomento y la legislación más reciente, estos marcos normativos surgen en el contexto del manejo de la Crisis sanitaria y económica mundial ocasionada por Covid- 19, y en el caso de Colombia, obedecen a la necesidad Estatal e institucional de “mitigar, disminuir y sopesar los efectos de esta situación de carácter extremo e imprevisible, con el fin de evitar un mayor perjuicio en la vida de los ciudadanos a los ya causados por la pandemia global”, tal y como aparece en el Considerando del Decreto 637 de 20 de mayo de 2020, “Por el cual se declara un Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio Nacional”. El mencionado documento presidencial reúne la estimación sectorial de las consecuencias de la pandemia y su grave impacto en la economía nacional. De la misma forma y teniendo en cuenta los criterios establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”, liderado por el Presidente Iván Duque Márquez, se formulan políticas públicas para la reactivación económica y se toman un conjunto de medidas encaminadas al fortalecimiento del sector productivo y, especialmente, de la economía naranja, a través de sus actores fundamentales, denominados comúnmente “líderes del emprendimiento y emprendedores”. En consecuencia, la Ley del Emprendimiento, constituye una de las herramientas primordiales para la sostenibilidad empresarial pues define las condiciones genéricas que unifican e impulsan el crecimiento económico.

El motivo principal para esta ley es la necesidad de generar facilidades en los trámites que se requieren para crear empresa en Colombia, buscando así que mediante la misma se presenten estrategias para la reducción de cargas con el único objetivo de fomentar su creación, formalización y desarrollo. Debemos mencionar que esta ley no se concentra en

un grupo exclusivo de la población, sino que, por el contrario, busca cubrir a todos y cada uno de los emprendedores que toman la decisión de crear empresa, cuyo principal objetivo es que, a través de estas, se generen nuevos empleos, aumentando la productividad y la competitividad nacional.

5.1.4. Beneficios de la Ley del Emprendimiento

De acuerdo con Mincomercio e iNNpulsa, el ecosistema del emprendimiento en el país requería hace tiempo “actualizar la normatividad vigente e incorporar medidas que se ajustaran a las nuevas realidades de las empresas y mejoraran sus condiciones, incluso para la reactivación económica” (Mincomercio, 2020, julio 20) A continuación, se detallarán sus ventajas más significativas.

- El enfoque inclusivo de la Ley, que permite el acceso de los emprendedores en zonas rurales y urbanas y cobija diferentes grupos poblacionales en la diversidad del territorio nacional
- La creación del Sistema de información de actividades económicas informales (SIECI), operado por el DANE para la caracterización económica.
- Ahorro para las microempresas que ejecuten procesos de formalización y se registren ante las Cámaras de Comercio de sus regiones.
- Cierre de la brecha de formalización.
- La posibilidad de inversiones en herramientas tecnológicas para la innovación permite el uso de tecnologías para reducir costos, ahorrando tiempo y dinero.
- Facilidades para que los pequeños productores y campesinos ofrezcan sus cosechas, lo cual se traduce en un incremento de negocios y supresión del costo de un

intermediario. De acuerdo con las necesidades de cada región, se han creado entidades tales como la Agencia de Innovación y comercialización para el desarrollo de Cundinamarca, formando enclaves para la consolidación de los proyectos ciudad- región (véase Bogotá Región Metropolitana) y promover la eficiencia, racionalidad y precio justo, mediante una adecuada cadena de distribución. (Alcaldía Mayor de Bogotá, Desarrollo económico (2021, julio 22)

- Promoción de la competitividad, evaluando las restricciones normativas en los modelos de negocio innovadores. Surge una apuesta por el fortalecimiento de las capacidades y disponibilidad de recursos para la implementación de iniciativas empresariales.
- Fortalecimiento de los programas de ciencia, tecnología e innovación para el sector agropecuario. En este caso, es necesario tener en cuenta que este beneficio hace parte de la Ley del Emprendimiento y se presenta como resultado del proceso de formulación de Políticas Públicas de la Misión para la Transformación del Campo (MTC), cuyo diagnóstico ya había sido realizado por Corpoica y la Secretaría Técnica del DPN en 2016. Adicionalmente, se pretende mantener la cohesión de la proyección de la MTC a largo plazo (20 años), a fin de “disminuir las brechas urbano- rurales y evitar el rezago que sufren los habitantes del campo... a través de un enfoque territorial participativo y la promoción del desarrollo rural competitivo y ambientalmente sostenible” (Corpoica, DNP. 2016. Misión para la Transformación del Campo)

- Atención especial y enfoque diferencial a proyectos de emprendimiento en beneficio del cuidado y protección del medio ambiente en comunidades de alta vulnerabilidad social.
- Se fortalecen los procesos de transformación digital a fin de que más jóvenes emprendedores tengan conocimiento de los programas de emprendimiento, innovación y desarrollo empresarial y participen en los mismos. Dichas iniciativas han sido diseñadas e implementadas a través de los entes territoriales con el apoyo de las respectivas Gobernaciones, Alcaldías, Cámaras de Comercio y la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Criterios diferenciales que permiten incrementar notablemente las oportunidades que tienen las Mipymes de producción nacional de acceder a los procesos de contratación de compras públicas. La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca promover la participación en los procesos de compras públicas y facilita la información más pertinente mediante la “Guía para promover la participación de las Mipymes en los procesos de compra pública” (Colombia compra eficiente, 2021)
- La creación de Fondos de Emprendimiento Departamentales para fomento de la creación de empresas y el fortalecimiento de las legalmente constituidas. En Cundinamarca se llevó a cabo la convocatoria para el emprendimiento y la reactivación en 2021, brindando distintos rangos de financiación y microcréditos para el fortalecimiento empresarial en los 115 municipios que conforman el departamento. (Gobernación de Cundinamarca, 2021, 2 de julio. Texto de la

Convocatoria n°001 de 2021 del Fondo de Emprendimiento Departamental FED “Cundinamarca emprende y se reactiva”)

- Promueve la transparencia, facilitando los estándares de información contable y financiera.
- Fortalecimiento de alianzas para la formación de emprendedores. Nace la estrategia CEMPRENDE, en la cual las mejores universidades del país brindan asesoría gratuita a los emprendedores de las diferentes regiones a través de sus Consultorios Empresariales.

5.1.4.1. Aspectos generales y ejes temáticos de la Ley del Emprendimiento

La ley del Emprendimiento está fundada sobre cinco ejes temáticos principales en los que se articulan los componentes necesarios para incentivar la creación de empresas, permitiendo que, a nivel regional, el país se encuentre dentro de la media en el concepto de creación de empresas y estabilidad en el tiempo.

A la hora de emprender, las personas se encuentran con una serie de dificultades que pueden limitar sus oportunidades de crear empresa. En efecto, el desconocimiento de las diferentes herramientas normativas impide desde sus inicios una formación correcta; no hay que ir muy lejos para señalar que uno de los principales motivos para la quiebra empresarial en un periodo menor a 2 años está relacionado con la incorrecta financiación y constitución de sus unidades productivas. Por tanto, mencionaremos los ejes principales al interior de la Ley del Emprendimiento, con el fin de acceder, en primera instancia, al conocimiento necesario para empezar con pie derecho el funcionamiento de pequeñas y medianas

empresas, y, en segunda medida para entender que los diferentes organismos territoriales, bien sean públicos o privados, ofrecen un sinnúmero de oportunidades en las áreas administrativas, financieras y contables para que los emprendedores cumplan a cabalidad con el fin principal de la creación de empresas: la generación de empleo de manera sostenible.

- **El Primer eje estratégico** abarca la normatividad tributaria y pretende reducir las tarifas para la constitución y formación de empresas. En este punto es muy importante que se genere un análisis pues, haciendo un paralelo con los países que pertenecen a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Colombia resulta ubicarse como el tercer país más emprendedor, de acuerdo con seis variables (La República, 2021, 19 de agosto) Allí, se identificó que las condiciones más desfavorables para generar procesos exitosos de emprendimiento se establecen en la estructura empresarial, el capital social y el funcionamiento, lo cual indica que un número considerable de empresarios malgasta recursos en áreas en las que perfectamente el Estado genera apalancamientos; un ejemplo de ello está representado por aquellas empresas que manejan la línea de alimentos y están obligadas a adquirir los Registros Sanitarios INVIMA para sus productos, y precisamente, en uno de los apartados más importantes de la Ley del Emprendimiento se establece que para las MIPYMES se generan exenciones de pago por este concepto,

y, en el caso de las microempresas, una vez que se cumplan todos los requerimientos, se podrá generar una exoneración total de pago.

- **El segundo eje estratégico** responde a la necesidad de crear canales de comercialización. En la realidad colombiana los pequeños empresarios que están iniciando su actividad deben buscar diferentes canales de venta para sus productos y servicios, y el hecho de que la producción no se genere a un nivel superlativo aumenta los costos de producción, por lo cual competir con diferentes empresas que ya tienen un mayor bagaje en el área se convierte en una tarea difícil. En este punto, la Ley del Emprendimiento brinda oportunidad a las MIPYMES en la ampliación de mercados y promoción, facilitando su acceso al mercado de compras públicas mediante la inclusión de las pequeñas y medianas empresas en los procesos de mínima cuantía y tienda virtual del Estado en primera instancia; también en el ajuste de criterios de desempate a la hora de licitar pues las empresas lideradas por mujeres, MIPYMES y sociedades BIC tendrán un factor diferencial de decisión que les permitirá acceder a estas oportunidades que antes solo eran consideradas como imposibles.

Hasta el momento se ha comprobado que la normatividad y los canales de comercialización son factores importantes para el fortalecimiento de las MIPYMES, pero a partir de ahora, analizaremos el aspecto que, tal vez, desde la

perspectiva emprendedora, puede llegar a constituirse como la mayor dificultad, sin embargo, describiremos el eje que evaluamos como el de mayor oportunidad.

- **El tercer eje fundamental** designa las condiciones para el financiamiento, buscando que se genere una mayor facilidad para la consecución de recursos y el acceso a instrumentos económicos. El acceso a microcréditos con bajas tasas de interés, el apalancamiento con entidades encargadas de la promoción empresarial, tales como Innpulsa, son opciones favorables, así como la posibilidad de alivios tributarios a las grandes empresas que apoyen e incentiven Mipymes. En este sentido, las entidades territoriales juegan un papel decisivo a través de programas de apoyo: los departamentos, ciudades y municipios deben convertirse en actores principales a la hora de acompañar y estimular el espíritu emprendedor, destinando recursos en modalidades tales como Capital Semilla, a fin de ser el primer impulso a los proyectos de los emprendedores y con ello al surgimiento de nuevas unidades productivas bajo la premisa de la generación de empleo de calidad.
- **El cuarto eje fundamental** de la Ley del Emprendimiento corresponde al contexto institucional, el cual busca actualizar el marco normativo ajustándose a las necesidades de los emprendedores y fortalecer el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI). Esta instancia es muy importante puesto que “rige el conjunto de leyes, políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos encargados de coordinar y orientar

las actividades que realizan las instancias públicas, privadas y académicas relacionadas con la formulación, implementación y seguimiento de las políticas que promuevan la competitividad e innovación del país, bajo una visión de mediano y largo plazo, con el fin de promover el desarrollo económico, la productividad y mejorar el bienestar de la población”. El objetivo de este eje consiste en generar herramientas prácticas para que los emprendedores realicen sus actividades con un enfoque innovador.

Finalmente, uno de los mecanismos esenciales para que el emprendedor pueda iniciar y sostener su actividad económica de forma exitosa es la educación y el desarrollo de habilidades para el emprendimiento. A continuación, se describe el eje que actúa como pegamento de esta estructura bien articulada.

- **El quinto eje de la Ley del Emprendimiento** tiene como objetivo y fundamento la educación empresarial. En Colombia, el fortalecimiento del emprendimiento inicia desde la temprana edad; la Ley 2069 de 2020 menciona asertivamente que “los colegios y las instituciones de educación superior son aliados estratégicos que deben incentivar y fomentar el espíritu emprendedor, siendo responsabilidad de estas entidades que se formulen programas de formación donde los estudiantes puedan adquirir dichas habilidades” Este es un aspecto determinante y transversal: la educación permite que exista una apropiada trazabilidad que mitigue los riesgos de fracaso a partir de una adecuada formulación, planteamiento y

estructuración correcta de los cimientos del germen de una idea de negocio hasta la constitución y consolidación de una empresa. Entidades como el SENA juegan un papel importante a la hora de formar a los futuros empresarios en áreas elementales tales como finanzas, asesoría jurídica y formas de acceso al mercado. Así pues, resulta indispensable que las universidades e instituciones de educación superior motiven a sus estudiantes para crear proyectos que sirvan como opción de grado y que sean ese primer paso para crear empresas rentables con compromiso social, más allá del cumplimiento de los requisitos formales para recibir un título profesional.

Cabe destacar que Colombia cuenta con un número importante de Consultorios Empresariales, los cuales se articulan desde las universidades con los entes territoriales para apoyar la construcción de empresas a partir de una idea de negocio. Ahora bien, al evaluar los alcances y la estructuración de la Ley del Emprendimiento identificamos una serie importante de beneficios, aliados, estrategias y temas de interés para la creación de empresa en Colombia, sin embargo, la pregunta que atraviesa este texto es ¿Por qué los emprendedores no hacen uso de todas estas herramientas?

5.1.5. Herramientas tecnológicas

La tecnología en la actualidad aparece como una ayuda a la hora de emprender con una nueva empresa; las redes sociales, software de control o hasta

otros emprendimientos, como lo han sido Rappi o hasta Nequi, se muestran como impulsores de nuevas ideas que se están generando día a día. Es bien sabido que la mayoría de los emprendedores inicialmente tienen el apoyo de sus familiares o su círculo social cercano; lo cual a largo plazo entorpece el crecimiento y el mismo reconocimiento de sus emprendimientos. Aquí es donde aparece la tecnología donde su principal función recae en el desarrollo y muestra de la empresa; un ejemplo que está a la vista de todos son las redes sociales, las cuales pueden ser un puente entre sus ideas y el consumidor entablando nuevos contactos, nueva clientela y mayores tasas de expansión.

Pero, aunque las redes sociales, y el marketing en estas, sean una herramienta fundamental en el desarrollo de un emprendimiento; no solo se centra en ellas. También existen actualmente muchas herramientas que ayudan a capacitar, gerenciar, organizar, dirigir y hasta en realizar la logística necesaria para el buen funcionamiento del emprendimiento; la cual por medio de estas herramientas se puede volver más accesible al público general. Las herramientas tecnológicas aparecen como una opción para reducir costos tanto financieros como de personal y teniendo en cuenta que los emprendimientos no siempre inician con un gran capital económico o humano, estas herramientas son una gran ayuda.

Es importante saber que la tecnología abarca muchas opciones no solo para impulsar una empresa, sino que también se han visto cómo la tecnología es una opción o oportunidad para emprender: Rappi, Sterotheque, Uber, Beat y demás aplicaciones son ejemplos de emprendimientos que han aparecido por la visión de sus dueños. Desarrollos empresariales que han demostrado cómo la tecnología

puede llegar a ser una opción viable de generación de ingresos; sobre todo innovando en mercados que pueden llegar a estar saturados como por ejemplo el bancario: donde en los últimos años se han realizado pruebas piloto exitosas de bancas virtuales, cambiando por completo la idea de lo que es un banco como el caso del NU bank, creado por David Vélez.

En muchas ocasiones se piensa que, para poder generar estas empresas tan influyentes, o que tengan una notoriedad alta, es muy complicado para una persona que no tiene los recursos o conocimientos necesarios. Hace unos años atrás esto podría representar un inconveniente que solo se podría superar con muchos años de experiencia; pero en la actualidad se puede aplicar o se puede acceder a la información de forma más rápida y eficiente, en la internet se pueden encontrar foros, videos, documentales e investigaciones sobre el tema que se necesite.

Esta facilidad para poder obtener información o capacitarse es una gran ayuda para los emprendimientos, así mismo es más fácil conseguir información sobre el mercado al cual se quiere ingresar. En este orden de ideas, se tienen más herramientas para poder comenzar un emprendimiento, las cuales se enlistan a continuación:

5.1.5.1. Redes sociales:

Las redes sociales desde hace varios años se han convertido en parte de la vida cotidiana: ¿cuántas veces no nos hemos despertado y lo primero que hacemos es mirar nuestras redes sociales? Estas acciones las realizan millones de personas a diario en todo el mundo y así mismo el tráfico de información es enorme. Estas plataformas son un punto de conexión para las empresas ya que pueden llegar con

una gran facilidad a sus clientes y nuevos posibles clientes. Hablando ya directamente del impacto de las redes sociales en el desarrollo de un emprendimiento se puede notar que es una herramienta indispensable, ya que esta sirve como medio para dar a conocer sus ideas y más que todo llegar a un público más amplio.

Lo que inicialmente sucede es que en muchas ocasiones los emprendimientos no sienten que su producto sea el idóneo para ingresar a plataformas como lo son Instagram o Facebook. Aquí es importante recordar el momento histórico social en el que nos encontramos: es muy importante entender las herramientas que nos brinda la actualidad para de esa forma poder llegar al público de forma más rápida y empezar a darle una identidad al negocio. A partir de esto entonces se puede introducir el término *branding*; que se resume simplemente en el acto de darle una esencia, una personalidad y unos valores a la marca, término que comienza a tener una gran importancia en los emprendimientos de la actualidad.

Pero para poder llegar de forma más efectiva al mercado y más importante a los clientes, es necesario acercarse a ellos de una forma cálida y aquí es donde aparece el *marketing emocional*; otra herramienta con la que se busca es apelar a los sentimientos de los compradores, haciendo que los productos o los servicios que se brindan tengan una mayor aceptación. Todo esto hace parte de lo que se hablaba anteriormente: generar una personalidad que diferencie a la compañía de lo que

hace la competencia, una identidad que caracteriza el comportamiento y la visión que tiene la empresa.

Es indispensable que desde los emprendimientos se genere una relación con los clientes; y con las redes sociales se tiene una herramienta muy útil para generar una comunicación más directa y efectiva; claro está, dándole un buen uso para que así mismo se impulse a la marca de forma efectiva. Así mismo poder contar con personas que tengan conocimiento sobre el tema en el cual se está abarcando, la oportunidad de conseguir capital humano que ayude y pueda aportar al emprendimiento es un beneficio que se puede obtener mediante las redes sociales; ya que conseguir capital humano calificado se ha convertido en un obstáculo más fácil de sortear gracias a esta herramienta, y de esta forma se propicia el acercamiento de la empresa a los clientes y hasta otros posibles colaboradores.

Cabe aclarar que las redes sociales no solo se ciñen en las páginas más conocidas como Instagram, Facebook o Twitter; que, aunque son muy buenas plataformas para contactar con personas de todo el mundo con gustos variados, hay otras como lo sería el caso de LinkedIn. Esta última es una red social netamente empresarial donde se pueden contactar personas de todo el mundo, de todo tipo de profesiones y así mismo seguir o tener contacto con empresas multinacionales que tengan una cuenta; aquí pueden tener acceso a información de primera mano tanto de ofertas laborales como también de ofertas de personal capacitado en la especialidad que sea requerida.

Estos son algunos casos de la gran cantidad de opciones que ofrecen las redes sociales a un emprendimiento, ayudando a dar a conocer la empresa en todos

los ámbitos y también como mencionamos antes de forma muy económica. Para esto es necesario ser inteligentes a la hora de utilizarlas, ya que así mismo como esta herramienta puede mostrar una muy buena imagen, se puede también mostrar un concepto no deseado. Hay que ser muy consciente de lo que se quiere mostrar y a qué público se quiere llegar; para así lograr tener el empuje que se necesita a la hora de iniciar un negocio.

5.1.5.2 Educación:

La educación es parte esencial de este proceso de emprendimiento, ya que es la capacitación en las áreas que se requieran para que todo funcione de la forma correcta. Esto se ha convertido en algo indispensable para poder desarrollar alguna profesión o proyecto y no fallar en el intento; aunque es bien sabido que en ciertas épocas acceder a esta educación podía ser bastante complicado, muy costoso y la formación profesional podía llegar a ser poco accesible. En la actualidad se podría decir que estos inconvenientes se pueden sortear de forma más sencilla; ya con solo tener acceso a internet se puede consultar una gran cantidad de información de todos los tópicos que se quieran, se puede encontrar información desde lo más sencillo hasta carreras universitarias online completas.

La preparación es indispensable para poder desarrollar un emprendimiento y poder entender y dinamizar la gran cantidad de dificultades que se interponen al momento de crear una idea y una empresa en Colombia. Esto es algo que puede llegar a sonar como un discurso repetitivo, pero hay que ver más allá; esta educación es la formación a nivel empresarial y personal que se requiere para poder

no solo sacar a flote una empresa sino más importante mantenerse en el mercado. Es bien sabido que antes la educación normalmente o siempre se impartía de forma presencial; lo cual dificulta que personas que estuvieran ejerciendo alguna labor no pudieran acceder a la educación además de las dificultades financieras, pero hace varios años se ha empezado a implementar la educación de manera virtual lo cual ha ayudado a que más personas puedan acceder a educación de calidad.

Según cifras se dice que el mercado del e-learning tuvo un aumento del 7,6% al 9,6% en el año 2020 y seguirá en aumento en los próximos años; así mismo las clases virtuales aumentaron en un 70% (*Tres retos de la educación virtual en Colombia*, 2021). Es claro que este incremento se dio por la pandemia del COVID-19, que gracias a que se tuvo que entrar en cuarentena se tuvieron que buscar nuevas opciones para poder realizar las labores tanto académicas, laborales y sociales de forma remota. Aquí es donde aparecen los programas como Zoom o las páginas de Google y de Microsoft como lo son Google Meet y Microsoft Teams que se empezaron a utilizar para poder acercar a las personas entre toda la lejanía que se tenía en esa época.

Aunque se tienen mitos sobre la educación virtual respecto a su calidad y funcionamiento asertivo al momento de aprender ya poco a poco van quedando desvirtuados; esto debido a que se han conocido casos en donde estudiantes de modalidades virtuales han logrado obtener muy buenos resultados: un ejemplo es el de un estudiante de Cundinamarca que obtuvo el mejor resultado del ICFES en el departamento en la modalidad virtual.

En la actualidad se brindan muchas opciones y oportunidades para poder acceder a la educación tanto superior como técnica y así mismo a información de todo tipo que ayudan a la formación de las personas. Estos medios se valen de diferentes instituciones, páginas o empresas que brindan carreras o cursos virtuales para todos los gustos y disposiciones.

Algunos ejemplos que podemos encontrar en la internet son:

- nextu.com

Esta página brinda diversos cursos con certificados que son aceptados en el mundo laboral o así mismo ayudan a capacitar en diversos temas, tales como:

- Marketing Digital
- Diseño
- Desarrollo web
- Negocios Digitales

- Coursera.org

En esta página se pueden encontrar muchos cursos que son brindados por especialistas de universidades como la de Los Andes sobre diversos temas y así mismo con certificados que son reconocidos, muchos de los cursos son gratuitos, solo toca registrarse y ver cuáles son los cursos MOOCs (Massive Open Online Course - cursos virtuales masivos y abiertos). Se pueden encontrar cursos como:

- Fundamentos de finanzas empresariales
- Liderazgo y gestión

- Emprendimientos empresariales
- Estrategia de negocios

- Politécnicodecolombia.edu.co

En esta institución se brindan diplomados virtuales donde se pueden acceder a algunos cursos y luego se paga por el certificado; se abordan una gran cantidad de temas como:

- Gerencia en negocios internacionales
- Importaciones e importaciones
- Comercio exterior
- Instagram para el desarrollo de marcas

- Domestika.org

Es una página donde se brinda una gran cantidad de cursos de muchos temas desde artes hasta cursos de aplicaciones de Google o Facebook, aquí se puede adquirir el curso que se busque pagando el precio que dice la página y pueden acceder a toda la información de este módulo; se encuentran cursos como:

- Fotografía profesional para Instagram
- Organización de agenda: gestiona tu tiempo y energía
- Introducción al community manager
- Estrategia para contenidos de Instagram

5.1.5.3 Banca Virtual

Así mismo como la educación, el acceso a los servicios financieros ha ido cambiando y se ha ido volviendo más fácil de manejar y de adquirir; ya no es necesario tener una cuenta bancaria en la cual se tenga que ir a una sucursal física de las típicas blancas como las conocemos, ya con tener en el celular una aplicación se puede acceder a una cuenta de ahorros en la cual se puede realizar traspasos y recibir dinero de forma muy rápida, fácil y segura.

Estas nuevas aplicaciones han aparecido para quedarse y se han convertido en la mano derecha del desarrollo y expansión de muchos emprendimientos; las aplicaciones como Nequi, Daviplata o Rappi Pay ya son cotidianas y constituyen aplicaciones que poco a poco han ido reemplazando las transacciones bancarias tradicionales con dinero físico, ahorrando de esta forma el trámite de ir a un banco y realizar procedimientos como consignaciones acompañadas de filas interminables. Ahora con el número telefónico se puede realizar todo esto, de forma más sencilla y a cualquier hora y día de la semana.

Este cambio ha tenido un gran recibimiento del público en general y ha sido un proceso de años en los cuales se ha pasado de algo físico a un ambiente netamente virtual; tan solo en el año 2020 las operaciones financieras de Colombia que se manejaron por medios virtuales acapararon el 78% y según la consultora EY Parthenon determinó que el uso de plataformas y canales de banca digital aumentó 59 % en el país, y así mismo el uso de sucursales físicas de los bancos había caído un 33% (*Colombia vive el 'boom' de la banca digital*, 2021). Por estas razones los bancos tradicionales han empezado a apostarle a la banca virtual, brindando los mismos servicios que brindan en una sucursal física.

Por medio de las aplicaciones de los bancos se pueden realizar procesos como tomar créditos o tomar CDT's digitales desde montos de \$500.000 cop, adquirir tarjetas de crédito, crear cuentas de ahorros, hasta conseguir descuentos en seguros de vida, desempleo y otros, y así mismo poder contactar un colaborador del banco que le puede ayudar con cualquier duda o inconveniente que se pueda generar con algún trámite bancario en la aplicación. Adicionalmente ya no es necesario tener tarjetas físicas como antes; las tarjetas virtuales se han convertido en una muy buena opción mucho más segura y se pueden utilizar para hacer compras digitales en empresas tanto nacionales como multinacionales como eBay o Amazon; cerrando las brechas a la hora de realizar compras internacionales.

5.1..6 Relaciones Interpersonales

A lo largo de los años, se ha visto cómo las relaciones tanto comerciales como personales se empiezan cuando ambas partes tienen intenciones o características en común; unas buenas relaciones siempre llevan a que ambas partes ganen tanto en el ámbito personal como en el profesional. Diariamente vemos cómo las personas se relacionan, pero ¿se ha sido consciente de la importancia de estas interacciones?

Las relaciones interpersonales muchas veces no se toman con la seriedad con la que se tienen que afrontar y se dejan de lado en muchos momentos de la vida, ya sea en la universidad o en el trabajo. Esto hace que las personas tengan en ocasiones muchos problemas para relacionarse con otras personas de su entorno, y más en estos últimos años que con la tecnología nos hemos llegado a aislar agregando el agravante del confinamiento generado por la pandemia de la COVID-19 (Gonzales Jara, 2019).

Las universidades hacen mucho énfasis en la creación de empresas; ya sea para emprender en algún ámbito industrial o en el mercado local, y se enfocan demasiado en la parte técnica y conceptual, dejando de lado otras áreas como la social. Área que es indispensable para poder lograr esas relaciones que a futuro pueden llegar a ser indispensables; y no hablamos solamente de hacer amigos si no de generar redes de colaboración en todos los niveles. Como se menciona en el libro *Emprendimiento e innovación oportunidades para todos*, es necesario que los estudiantes adquieran competencias en áreas conexas que contribuyan al desarrollo de atributos que ayuden a lograr el objetivo principal que no es solo emprender, sino que sea útil para la sociedad (Harruzo-Gómez, Hernández -Sánchez, Cardella, & Sánchez-García, 2019).

Es importante aclarar que, aunque en muchas ocasiones los emprendedores logran generar muy buenas ideas y sacarlas adelante; detrás de todas estas ideas se han desarrollado grandes colaboraciones que han ayudado a que estas logren llegar muy lejos. Por lo que no se puede pensar que la autosuficiencia y un intelecto superior es todo lo que se necesita para poder tener una idea exitosa, las relaciones interpersonales son supremamente importantes porque son necesarias para impulsar, motivar y caminar de la mano en la búsqueda del mismo fin.

Para esto es importante empezar a mirar qué condiciones son las óptimas para poder tener una mejor relación con los que nos rodean, y así mismo saber con quién relacionarse; por lo cual es necesario estar en el ambiente adecuado con las personas adecuadas. Es bien sabido que un buen ambiente ayuda a generar más ideas innovadoras y así mismo encontrar personas que puedan alinearse. Aquí se empieza a hablar de cómo el ambiente es importante pero así mismo es necesario saber cómo mostrar y vender la idea.

El día a día es una constante intención de vender o convencer a las personas de que lo que se hace o lo que se busca realizar es una buena idea, algo innovador que puede llegar a ser una gran solución a un problema. En este orden de ideas es importante saber cómo vender o dar una idea a las demás personas; el mismo hecho se aplica a muchos ámbitos de la vida pues corresponden a habilidades que permiten comunicarse y ser claros, asertivos e influyentes con las personas.

Unas de las habilidades más importantes en todos los ámbitos de la vida es la de ser asertivo; normalmente cuando se habla con alguien o se busca vender una idea o producto se dan muchas vueltas al asunto y no se es claro con lo que se quiere comunicar, lo cual puede resultar en confusiones o simplemente aburrir a las personas que están escuchando y perder una oportunidad. Por lo que es necesario perfeccionar la habilidad, ponerla en práctica todos los días; con el objetivo de ir puliendo esos errores que se cometen normalmente inconscientemente.

Se habla que para tener una comunicación asertiva hay que tener en cuenta ciertas herramientas que pueden ayudar a esto; una de estas se denominan las 7 C's de la comunicación, las cuales corresponden a 7 puntos que ayudan a que lo que se quiere comunicar se haga de forma atractiva y efectiva:

1. **Claro:** Hay que tener presente que es lo que se busca, cual es el objetivo. Si no se tiene claro que busca, el receptor tampoco entenderá. Hay que ser claro en lo que se quiere decir o preguntar, con el menor número de palabras posibles.

2. **Conciso:** Es necesario mantener la información breve y trate de evitar adjetivos innecesarios como *básicamente* o *más o menos*.
3. **Concreto:** Importante para poder mostrar la idea en sí de forma clara y precisa.
4. **Correcto:** Revisar que la información que se brinda o lo que se está comunicando no contenga errores y sea verificable.
5. **Coherente:** Tener en cuenta que la información brindada esté relacionada con el tema principal y así mismo sea relevante para la misma.
6. **Completo:** Que la información que se brinde sea toda la necesaria para que la audiencia pueda tomar una decisión o pueda realizar una acción, que no falte nada, ser lo más específico posible.
7. **Cortés:** Tener una actitud amable y respetuosa es indispensable a la hora de comunicarse; evitando cualquier actitud grosera o pasiva agresiva, con un tono correcto sin ser agresivo.

Este último punto es uno de los más importantes, ya que la manera y la actitud con la que se comunica es esencial para que la audiencia se sienta atraída, generar empatía frente a lo que se está comunicando ayuda a generar un mayor entusiasmo frente al tema y así mismo pueda atraerlos.

5.1.7 Marketing emprendedor

Una de las grandes falencias que tienen los nuevos empresarios al momento de iniciar con sus negocios, es no comprender a su totalidad el contexto en que se desarrollan, el estudio del mercado y la manera como potencializar sus bienes o servicios. Como resultado de esto, se obtiene que ante los retos que imponen la competencia no se logre subsistir y mantenerse. La falta de capacitación propia en emprendimiento genera que no se conozca a profundidad todo el espectro y si bien un gran porcentaje de emprendedores cuentan con formación profesional, el no tener conocimientos en emprendimiento, garantiza el abandono del negocio de manera casi tan apresurada como se inicia (Mesa, 2019).

En este sentido, el mercadeo es una de las principales herramientas que puede utilizar el emprendedor para potencializar su negocio, pues a partir del conocimiento de esta disciplina se puede llegar a comprender de mejor manera el mercado donde se oferta el producto o servicio, conocer mejor sus clientes potenciales y así mismo la competencia directa.

Una definición del concepto de mercadeo, indica que son todas aquellas actividades que garantizan la transición de bienes y/o servicios desde las empresas a los consumidores (Jaramillo, 2014), lo cual debe tenerse en cuenta desde el mismo momento en que se percibe la idea de emprender, ya que desde un primer momento se debe conocer a exactitud el mercado o población en la cual se establecerá el negocio. En la actualidad no basta con tener una idea de negocio innovadora o un producto representativo, los negocios no fracasan por falta de ideas sino por carencia de una buena estrategia de marketing (Gomez, 2017), ya que las condiciones del mercado y los consumidores buscan satisfacer sus necesidades con bienes o servicios que sean accesibles, llamativos y que respondan

adecuadamente ante lo que se busca. A razón de lo anterior, es de gran importancia realizar un análisis completo de mercado donde se reconozca si el producto o servicio será aceptado, si el consumidor está en la capacidad de adquirirlo e identificar los bienes sustitutos con los que se compite (Julian Daes Amado, 2017).

Estos análisis permiten generar un plan de marketing que sirve como base y hoja de ruta para saber a dónde se quiere llegar y cómo hacerlo. En él se conciben ideas de segmentación de mercado, posicionamiento y reconocimiento de la marca o producto (Mesa, 2019). De igual manera, esta herramienta debe ser alimentada y ajustada con el transcurso de la formación y posicionamiento del negocio, no puede ser estático ya que todo el entorno, clientes, proveedores y demás actores del mercado son dinámicos. Es válido proponer metas y establecer indicadores que permitan hacer seguimiento y verificar que lo propuesto se esté cumpliendo.

Así como el mercado es relevante para el emprendedor, también lo debe ser su público objetivo, el consumidor. Tener nuevos clientes y luego expandirse (Isabella Botero, 2018), se deben comprender las necesidades y cómo satisfacerlas con el bien o servicio ofertado, de igual manera evaluar adecuadamente los costos incurridos para ofertar al precio apropiado los bienes o servicios. Es importante enfocar esfuerzos en atraer clientes y mantenerlos. Es importante enfocar esfuerzos en atraer clientes y mantenerlos, ya que la única garantía para estar y progresar es satisfaciendo mejor que la competencia las verdaderas necesidades del consumidor (Scharch Kirberg Alejandro, 2010).

Anudado a lo anterior, el emprendedor debe tener muy presente la mayoría de las variables que giran en torno al cliente, el mercado y la competencia. No se puede desconocer que los recursos, el tiempo y los conocimientos en ocasiones son limitados y

no permiten que el nuevo empresario se dé a la tarea de analizar a fondo estos componentes, sin embargo, se debe hacer todo lo posible para que antes de entrar en el mercado, se tenga todos o la mayoría de estos factores mapeados y de igual manera, como proceder y qué hacer en cada una de las etapas del desarrollo del producto o servicio y del negocio mismo.

Como mínimo se tiene que conocer, interpretar y desarrollar los siguientes aspectos:

- Industria o sector: En donde se van a desarrollar los negocios.
- Competencia: Cuáles son los productos similares o sustitutos y quién los ofrece.
- Tendencia del mercado: Los productos o servicios pueden ser reemplazados fácilmente por nuevas tecnologías o métodos. Cuáles son las necesidades insatisfechas.
- Segmentación: A qué población va dirigido, quién lo puede adquirir.
- Dimensiones y cambio: Cuál es el alcance del bien o servicio, cómo se adapta a los cambios de los consumidores.
- Imagen y posicionamiento: Cuales son las estrategias que van a dar un lugar en el mercado al producto y a la empresa.
- Diseño y presentación: Como se dará a conocer, tipo de empaques, embalaje y etiquetas.
- Distribución: Tanto de materias primas como de producto terminado, como conseguir los canales adecuados de comercialización.
- Precio: Costeo de todos los insumos tangibles e intangibles involucrados durante toda la cadena de suministro. Relación de precio – beneficio para que sea accesible al cliente.

- Promoción: Comunicar al público objetivo de la mejor manera sobre los productos o servicios que se ofertan, lograr convencer de adquirir y que se recuerde el bien.
- Ventas: Un plan de ventas y una red de distribución estructurada del producto es fundamental para la subsistencia de la empresa, ya que son los ingresos los que permiten que esto suceda.
- Atención al cliente: El cliente como eje fundamental del negocio, servir a este y tener presente que la opinión de este es una de las mejores fuentes de información sobre el bien que se vende, con el fin tomar decisiones adecuadas que permitan mejorar continuamente.

En resumen, el marketing es la herramienta que permite identificar las necesidades y los deseos del mercado para desarrollar productos o servicios que las satisfagan (Kiberg, 2016). Sin embargo, el emprendedor al no tener claros estos conceptos o no haber accedido a la formación complementaria para desarrollarlos de la mejor manera, se enfrenta a la gran incertidumbre del mercado y opta en ocasiones en enfocarse en que solo la idea o el producto logran cumplir con las expectativas de los clientes. No obstante, se deben tener presentes muchas variables y tener estructurado el cómo se lograrán alcanzar los objetivos, para que el mercado y los clientes no rechacen y permitan sostener en el tiempo a la empresa.

6. RESULTADOS ESPERADOS

El propósito fundamental de este documento ha sido evidenciar el papel de la educación empresarial del emprendedor como la herramienta más efectiva para aumentar las probabilidades

de éxito de su emprendimiento, evidenciando la estrecha relación entre las falencias del emprendedor en la implementación de su idea de negocio con la corta duración de su emprendimiento.

Por tanto, es de suma importancia destacar que la presente investigación proporciona una vista panorámica que dirige los actuales esfuerzos a incentivar en las comunidades la participación en programas y espacios de extensión para formación financiera, así como en módulos de entrenamiento que permitan a los ciudadanos un mayor desarrollo conceptual y cognitivo de sus habilidades empresariales, proporcionando y democratizando el acceso a los elementos para la correcta construcción de un producto servicio o unidad productiva, junto con los componentes necesarios para mantener la estabilidad del emprendimiento en el futuro, a través de la consolidación de iniciativas de desarrollo personal y local.

7. METODOLOGÍA

Para la elaboración del presente documento se realizó un análisis descriptivo de los principales problemas que enfrentan los emprendedores en la ejecución y consolidación de sus ideas de negocio, teniendo en cuenta que, solo un porcentaje menor, es capaz de transformarlas en proyectos productivos sostenibles a largo plazo.

En primer lugar, se formuló el marco conceptual junto con la normativa legal vigente que rige los procesos de emprendimiento en Colombia, definiciones y los cinco ejes fundamentales, de acuerdo con la Ley 2069 de 2020, también denominada “Ley del Emprendimiento”. Posteriormente se examinaron los problemas y falencias más frecuentes de los emprendedores durante el proceso, teniendo en cuenta fuentes de información de alcance nacional, estadísticas

mencionadas en informes de participación y cobertura de programas institucionales, así como los datos obtenidos en interacción con la Oficina de Emprendimiento y el Programa CIRES de la Secretaría de Desarrollo Económico del municipio de Sopó, Cundinamarca. Las inferencias permitieron detectar fortalezas y aspectos a mejorar en los procesos de capacitación y seguimiento a emprendedores, teniendo ahora una visión más amplia de las necesidades locales de este grupo de interés.

Adicionalmente, en la etapa de indagación de soluciones institucionales para promover la educación empresarial, se concluyó y enfatizó en la necesidad de continuar y fortalecer el acceso de los programas de formación en zonas apartadas mediante el desplazamiento de profesionales especializados para la capacitación, eliminando las barreras de desplazamiento. Resulta indispensable destacar aquí que el acceso a la conectividad en las regiones es lo que permitirá en el transcurso de los años una verdadera democratización del conocimiento para fortalecer el papel de los emprendedores en zonas rurales.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La ley del Emprendimiento es la herramienta genérica que actualizó la normatividad, implementando transformaciones para el fortalecimiento económico, así como la consolidación empresarial de las organizaciones y la vocación de los ciudadanos emprendedores. Este marco jurídico promueve el proceso de transformación digital en Colombia mediante la adopción de tecnologías de la información y la comunicación para favorecer la competitividad en todas las regiones del país y en diversos sectores de la economía. Sin embargo, la brecha en la formación de ciudadanos digitales competentes y

la escasa conectividad en las regiones apartadas impiden que estos mecanismos sean utilizados con eficacia para contribuir al desarrollo de las comunidades más vulnerables.

La tecnología ha generado nuevos conductos para poder comunicarse de forma asertiva y acercarse al mercado de forma más directa y eficaz; también ha facilitado el poder capacitarse y lograr obtener los conocimientos necesarios para poder desarrollar una idea de negocio y finalmente ha permitido acceder a las opciones bancarias de forma rápida y práctica.

Pero la tecnología no solo se queda ahí, la tecnología también es la plataforma para poder emprender y en la actualidad es el medio por el cual nacen más emprendimientos a nivel mundial; y se pueden ver varios ejemplos en los cuales estos emprendimientos han llegado a ser empresas muy grandes y poderosas, que han llegado a muchos países no solo de Latinoamérica sino del mundo, casos como lo son el de Rappi, Uber, NU bank, Ifood o hasta Duolingo demuestran que las apps son una plataformas muy útil que puede ser explotada.

La tecnología día a día ayuda a que la vida de las personas sea más fácil de llevar y no siempre se debe buscar en los problemas más grandes, simplemente con buscar cómo suplir una necesidad sencilla como realizar domicilios sin tener que llamar a un restaurante directamente o poder contactarse con una persona que haga viajes de un punto A un punto B. A veces las ideas más simples son las que más impacto tienen en la sociedad.

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MES	MES	MES	MES	MES
Elección del tema de investigación	FEBRERO				
Recopilación de fuentes de información y referencias bibliográficas	FEBRERO				
Análisis de causas y consecuencias	FEBRERO				
Planteamiento del problema - Pregunta de Investigación.	FEBRERO				
Planteamiento de Objetivos	FEBRERO				
Revisión del anteproyecto por parte del Centro de Investigaciones de la Facultad.	FEBRERO				
Entrega del Anteproyecto	FEBRERO				
Ajustes al Anteproyecto (sii se considera pertinente)		MARZO			
Desarrollo del Primer Objetivo		MARZO			
Desarrollo del Segundo Objetivo		MARZO			
Desarrollo del Tercer Objetivo		MARZO			
Conclusiones			ABRIL		
Referencias bibliográficas y fuentes de información			ABRIL		
Ajustes del documento final (Artículo)				MAYO	
Elaboración presentación para sustentación				MAYO	
Entrega final del artículo					JUNIO
Sustentación ante jurados					

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaldía Mayor de Bogotá. Desarrollo económico. (2021, julio 22) “ Alcaldía, Gobernación y Gobierno Nacional lanzan la Agencia de Comercialización e Innovación para el Desarrollo de Cundinamarca” Recuperado de <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/node/7390>

Coates, M. (13 de Enero de 2019). 5 Ways to Improve Your Assertive Communication Skills. Obtenido de mindvalley.com: <https://blog.mindvalley.com/assertive-communication/>

Colombia compra eficiente (2021) “Guía para promover la participación de las Mipymes en los procesos de Compra Pública” Recuperado de https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/cce_tienda_virtual/propuesta_guia_vf -mipymes.pdf

Confecámaras. (2022, 13 de enero) “307.679 nuevas empresas se crearon en el país durante el año 2021, un aumento del 10,6% con respecto a 2020”. Recuperado de <https://www.confecamaras.org.co/noticias/809-307-679-nuevas-empresas-se-crearon-en-el-pais-durante-2021-un-aumento-del-10-6-con-respecto-a-2020>

El Espectador. (2021, 3 marzo). “Tres retos de la educación virtual en Colombia”.

Recuperado 9 de marzo de 2022, <https://www.elespectador.com/especiales/tres-retos-de-la-educacion-virtual-en-colombia/>

Formichella, M. M. (2004, enero). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU*

RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL.

<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Gobernación de Cundinamarca. (2021, 21 de julio) “Convocatoria n°001 de 2021 del fondo de emprendimiento departamental FED “Cundinamarca emprende y se reactiva” Recuperado de

<https://www.cundinamarca.gov.co/Home/prensa/asnoticiasprensa/convocatoria+n001+de+2021+del+fondo+de+emprendimiento+departamental+fed+cundinamarca+emprende+y+se+reactiva>

Gobierno de Colombia. Decretos Coronavirus. (2022) Decreto 4171 de 17 de marzo de 2017, Decreto 457 de 22 de marzo de 2020 y Decreto 637 del 20 de mayo de 2020

<https://coronaviruscolombia.gov.co/Covid19/decretos.html>

Gómez, J. A. (2017). Barreras internas y externas a las que se enfrentan los emprendedores. Bogotá: Universidad San Buenaventura.

González Alonso, M. (13 de Septiembre de 2021). La comunicación asertiva, una habilidad fundamental para el convivir. Obtenido de ucentral.edu.co:

<https://www.ucecentral.edu.co/noticentral/comunicacion-asertiva#:~:text=Noticentral-La%20comunicaci%C3%B3n%20asertiva%2C%20una%20habilidad%20fundamental%20para%20el%20convivir,sentimientos%20de%20las%20otras%20personas.>

- Gonzales Jara, C. I. (2019). 1library. Obtenido de <https://1library.co/document/yj7xmepm-actitud-emprendedora-relaciones-interpersonales-estudiantes-instituto-superior-olivos.html>
- Grandón, C. (2018, 20 abril). “*Tecnología por y para el emprendimiento*”. Fundación microfinanzas BBVA. Recuperado, 24 de febrero de 2022 <https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/tecnologia-agente-potenciador-del-emprendimiento/>
- GALEANO, S. U. S. A. N. A. (2021, 16 febrero). Top 5: Los mejores servicios financieros y banca online en Colombia. marketing4ecommerce co. Recuperado 10 de marzo de 2022, de <https://marketing4ecommerce.co/banca-online-en-colombia/>
- Guadalupe Díaz Díaz, Peña Cárdenas, M., & Castellanos Ortiz, B. (2014). REVISTA GLOBAL DE NEGOCIOS. *EL LIDERZAGO Y LAS RELACIONES*, págs. 2-3.
- Harruzo-Gómez, E., Hernández -Sánchez, B., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. (2019). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: OPORTUNIDADES PARA TODOS*. Madrid: l DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015.
- Innpulsa Colombia. (2021). Innpulsa.com. <https://innpulsa.com/innformate/colombia-el-cuarto-pais-con-mayor-tasa-de-actividad-emprendedora-en-el-mundo>
- Isabella Botero, R. L. (2018). Análisis de la situación actual del marketing digital en los emprendedores de la ciudad de Manizales. Manizales: Universidad de Manizales.
- Jaramillo, L. M. (2014). Mercadeo Herramienta Estratégica para el Emprendedor.
- Julian Daes Amado, D. O. (2017). Factores externos necesarios para el éxito de las start-ups en Colombia. Bogotá: Colegio de estudios superiores de Administración- CESA.

Kiberg, A. S. (2016). El marketing como estrategia de emprendimiento. Bogotá: Ediciones de la U.

La República (2021, 19 de agosto) “Colombia es el tercer país más emprendedor de la OCDE, según datos de CircleLoop” Recuperado de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-es-el-tercer-pais-mas-emprendedor-de-la-ocde-segun-datos-de-circleloop-3219026>

La República. (2017). larepublica.co. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/emprendimiento/solo-55-de-las-empresas-sobreviven-el-primer-ano-2560248>

La llegada de bancos digitales que agitan la competencia del sector en Colombia. (2020, 5 octubre). El Pais. Recuperado 5 de marzo de 2022, de <https://www.elpais.com.co/economia/la-llegada-de-bancos-digitales-que-agitan-la-competencia-del-sector-en-colombia.html>

Lombardo, R. (2020, 12 febrero). Tecnología: Realidad del emprendimiento. Portafolio. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://www.portafolio.co/opinion/roque-lombardo/tecnologia-realidad-del-emprendimiento-538058>

Las nuevas tecnologías están transformando el emprendimiento. (2018, 10 octubre). Portafolio. Recuperado 23 de febrero de 2022, de <https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/las-nuevas-tecnologias-estan-transformando-el-emprendimiento-522187>

Mesa, S. L. (2019). Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas. Bogotá: Universidad Libre.

mindtools. (Septiembre de 2020). *mindtools*. Obtenido de <https://www.mindtools.com/pages/videos/7cs-transcript.htm>

Revista Semana.(2021, 18 noviembre) “Colombia vive el ‘boom’ de la banca digital” Recuperado 10 de marzo de 2022

<https://www.semana.com/economia/articulo/colombia-vive-el-boom-de-la-banca-digital/202100/>

Revisa Semana. (2020, 7 septiembre) “Cinco claves para potenciar un emprendimiento a través de la tecnología”. Recuperado, 27 de febrero de 2022

<https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/como-usar-la-tecnologia-para-potenciar-un-emprendimiento/299318/>

Scharch Kirberg Alejandro, S. G. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá: Eco Ediciones.