

**IMPACTO DE LAS REDES DE EMPRENDIMIENTO PARA LOS EMPRENDEDORES
JUVENILES EN TRES CASOS DE ORGANIZACIONES DE LA CIUDAD DE TUNJA**

IMPACT OF ENTREPRENEURIAL NETWORKS ON YOUNG ENTREPRENEURS IN
THREE CASES OF ORGANIZATIONS IN THE CITY OF TUNJA

Ángela Paola Galvis Díaz

Estudiante de Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás, Tunja, Colombia

angela.galvisd@usantoto.edu.co

RESUMEN

La percepción sobre el fenómeno del emprendimiento no es de corte individualista. Es por ello que el artículo radica en una reflexión acerca de las redes de emprendimiento como activo valioso para el emprendedor, ya que les permite acceder a recursos e información y son fuente de competitividad y desarrollo; las cuales asumen especial importancia para detonar la capacidad emprendedora en los jóvenes, consecuencia de que a través del establecimiento de múltiples relaciones con el entorno se potencializa el conocimiento y las habilidades empresariales de este segmento poblacional.

El objetivo de este artículo radica en analizar la importancia de las redes de emprendimiento para los emprendedores juveniles; para ello, se estudian los casos de tres jóvenes emprendedores de la ciudad de Tunja, a los cuales se les realizó una entrevista abierta

con el fin de medir la percepción que tienen los emprendedores juveniles con respecto a la contribución de las redes de emprendimiento. De esta forma, se incorporan las descripciones teóricas referentes a cómo el argumento y la conformación de esas redes aportan al triunfo del ejercicio del emprendedor; se determina, que el impacto de las redes de emprendimiento ha sido positivo, resultando ser un recurso por medio del cual los emprendedores obtienen con facilidad una gran cantidad de apoyo y procuran adquirir ayudas importantes mediante la consecución de información relevante. A su vez, los emprendedores utilizan las redes en la búsqueda de asesoría, hallazgo de oportunidades, acceso a distintos recursos materiales e inmateriales e incluso para la resolución de inconvenientes; por lo cual, distintas clases de redes de emprendimiento son necesarias para diferentes fines, y la conveniencia de la clase de red y los vínculos que ellas constituyen, obedecen principalmente a la fase de la iniciativa de emprendimiento que se esté adelantando.

Palabras Clave: Redes de emprendimiento, emprendedor, emprendimiento juvenil, idea de negocio, innovación, oportunidades, desempleo.

ABSTRACT

The perception of the phenomenon of entrepreneurship is not individualistic. That is the reason why the article is based on a reflection on entrepreneurial networks as a valuable asset for the entrepreneur, since it allows them to access to resources and information and are a source of competitiveness and development; which assume special importance to trigger the entrepreneurial capacity in young people, as a consequence of the fact that through the establishment of multiple relationships with the environment, the knowledge and business skills of this population segment are potentiated.

The objective of this article is to analyze the importance of entrepreneurial networks for youth entrepreneurs; For this, the cases of three young entrepreneurs from the city of Tunja are studied, to whom an open interview was conducted in order to measure the perception that young entrepreneurs have regarding the contribution of entrepreneurship networks. In this way, the theoretical descriptions make reference to how the argument and the conformation of those networks contribute to the success of the entrepreneur's exercise; it is determined that the impact of entrepreneurship networks has been positive, turning out to be a resource where entrepreneurs easily obtain a large amount of support and seek to acquire important aid by obtaining relevant information. At the same time, entrepreneurs use networks looking for advice, to find opportunities, to access to different material and immaterial resources and even for the resolution of problems; whence, different kinds of entrepreneurial networks are necessary for different purposes, and the convenience of the kind of network and the links that they constitute, mainly obey to the phase of the entrepreneurial initiative that is being carried out.

Key Words: Entrepreneurship networks, entrepreneur, youth entrepreneurship, business idea, innovation, opportunities, unemployment.

INTRODUCCIÓN

El efecto del emprendimiento y la innovación sobre los negocios evoluciona de una forma muy acelerada y posee un alcance enorme, resultando complejo concebir cómo proceder para alcanzar los resultados que un país como Colombia busca en este frente; la evidencia internacional ratifica que los índices más altos de desarrollo conciernen a países que muestran altos índices de emprendimiento innovador en sus economías, lo que es menos evidente es cómo consiguen alcanzar ese estado los países que todavía se encuentran lejos de él.

Los países están llamados a concebir programas, normas y proyectos que vayan dirigidos a establecer un escenario para las personas que están en la búsqueda de alternativas que posibiliten su desarrollo en todos los aspectos innatos del individuo (Kraus, Halbertstadt, Niemand, Shaw & Syrja, 2017). Hoy hay una evidente propensión en todas las partes del mundo, hacia el fomento del emprendimiento desde las políticas públicas; en los escenarios nacional y regional (O'Connor, 2013); por lo que se ha determinado que el aumento del emprendimiento forma la ruta hacia el desarrollo y es trascendental su promoción, pues beneficia toda clase de organismos tanto públicos como privados, además empresas grandes, medianas y pequeñas, y también fomenta progreso en el comercio nacional e internacional. (Soriano & Huarng, 2013).

En Colombia y generalmente a nivel global, en la última década, se ha ido impulsando el espíritu emprendedor y el establecimiento de empresas, como un factor determinante para el desarrollo económico y la competitividad del país. El emprendimiento ha producido una

transformación de percepción, actualmente resulta ser uno de los métodos implementados para afrontar las épocas de dificultad, de transición y de inestabilidad a las que se exponen las diferentes sociedades. (Toca Torres, 2011); en consecuencia, los gobiernos se han percatado de lo viables que pueden resultar los modelos de negocio de los emprendedores y el incremento exponencial de los mismos al punto de conformar organismos que trabajan conjuntamente con el estado para ofrecer una orientación en todo el tema del desarrollo comercial del plan de negocio.

Actualmente, el impulso al emprendimiento está en incremento; desde el gobierno se han formulado y adoptado leyes para crear espíritu empresarial, financiar el establecimiento de empresas y orientar a emprendedores; con el fin de reducir las elevadas brechas de desigualdad e inequidad, en vista de que proporciona alternativas a la población y posibilita llevar a cabo iniciativas productivas novedosas que respondan a las exigencias del mercado y de la población en general; intentando de esta manera, resarcir los rezagos y demandas que la sociedad reclama referente a trabajos y quehaceres como instrumento para luchar contra la pobreza.

El emprendimiento se ha transformado en una actividad económica llamativa que cuenta en la actualidad con mucho respaldo público y privado; desde mediados de la década de los 90, el gobierno colombiano empezó a instaurar normas que originaron la creación de organizaciones y proyectos con la intención de proveer recursos y formación a los cuales los potenciales empresarios pudieran recurrir a fin de lograr el desenvolvimiento de sus destrezas y competencias. En este sentido el emprendimiento en la actualidad adquiere un valioso interés, dadas las necesidades de diferentes sectores de la población de adquirir autonomía y estabilidad financiera; factores como el desempleo y la falta de garantías laborales en un trabajo, han provocado que las personas busquen el desenvolvimiento de planes que posibiliten la generación de fondos propios y de esta manera pasar de empleados a empleadores, por ende, la creación de

nuevas empresas es una necesidad. Según el informe de dinámica empresarial de Colombia realizado por Confecámaras en el primer semestre de 2018, se crearon en el país 185.330 unidades productivas; 37.440 sociedades y 147.890 personas naturales, reflejando un aumento del 3,6% en el total de empresas creadas respecto al año anterior, cuando se ubicaban en 178.809 al 2018 (Confecámaras, 2018).

Se puede decir que a nivel nacional se busca promover una cultura empresarial que va a favorecer al progreso y evolución del país. En este sentido numerosas entes de índole público y privado se han transformado en los defensores del fomento de esta forma de cultura mediante la asistencia a los proyectos productivos, ofreciéndoles capacitación, apoyo técnico, seguimiento, consultoría y financiamiento a fin de materializar las ideas de negocio de todos los habitantes que tengan una idea o un plan de negocio factible y tornarlos sustentables en el tiempo mediante dicha cooperación y soporte de las entes, designadas para este fin.

La difícil y complicada realidad de los y las jóvenes en relación con su integración al mundo del trabajo, no es un problema reciente ni casi propio de esta emergencia, por el contrario, viene generándose desde finales de los años 70 (Rodríguez San Julián & Ballesteros Guerra, 2013).

En Colombia aún falta capacitar a los jóvenes en la cultura empresarial. Así lo señaló el informe de Dirección de Emprendimiento de la Universidad Antonio Nariño (UAN), en donde se destacó que la iniciativa de hacer empresa ha mostrado una inclinación descendente entre los años 2014 y 2016.

Existen distintos motivos para fomentar el emprendimiento, tanto a nivel general como del emprendimiento juvenil en específico. Especialmente, impulsar la acción emprendedora en

los habitantes jóvenes conforma un foco de interés para los creadores de política pública y la sociedad en general, puesto que, como derivación de las condiciones propias de este segmento poblacional (inventiva, no adversidad al riesgo, físicamente capaces para aumentar el rendimiento) se adjudica una correlación natural entre los jóvenes y el desarrollo económico (Abdala, 2004; Fuentes y Sánchez, 2010).

Ciertamente, los emprendedores no desarrollan sus actividades de forma aislada, se hallan incorporados en redes que les proporcionan acceso a poder, información, conocimiento y recursos de financiamiento; así, las redes de emprendimiento se transforman en el elemento máspreciado que posee el emprendedor para impulsar el éxito de su labor. Un emprendedor que forma parte de una red más evolucionada en el sentido de la cantidad y la calidad de los vínculos creados, tendrá mayor probabilidad de tener acceso a recursos escasos, aumentando la posibilidad de éxito del emprendimiento.

Definiendo así, una red de emprendimiento como una estructura social que se puede representar a través de uno o varios grafos¹, en la cual los nodos representan individuos u otras redes, denominados actores, y las aristas, relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, pero están principalmente destinadas a la realización de operaciones de intercambio. En nuestro caso, denominaremos red de emprendimiento al tipo de intercambios que se realizan entre los actores y que favorecen la creación de nuevas empresas y el desarrollo de la actividad del emprendedor. (Herrera Echeverri, 2009).

¹ Una definición simple de grafo se puede hacer refiriéndolo a un conjunto de objetos llamados vértices o nodos unidos por enlaces llamados aristas o arcos, que permiten representar relaciones binarias entre elementos de un conjunto.

Desde la Secretaria de la Mujer, Equidad de Género y Desarrollo Social de la Alcaldía Mayor de Tunja en la oficina de Juventud, a pesar de no tener a modo de ocupación principal el emprendimiento; se viene fomentando una red de emprendimiento juvenil que se halla en una etapa incipiente de progreso, con la cual se pretende potenciar el entorno de emprendimiento en la ciudad, al ejecutar el plan de acción establecido en la política pública de Juventud para el apoyo a iniciativas de emprendimiento e innovación.

De esta forma, este artículo se enfoca en el trabajo de práctica realizado con dicha red de emprendimiento juvenil. Por ello, el propósito de este artículo es presentar una reflexión sobre ¿cuál es el impacto de las redes de emprendimiento para los emprendimientos juveniles en la ciudad de Tunja?

La metodología utilizada se basa en la investigación de tipo cualitativa, a través de la revisión documental y a su vez, mediante estudio de caso, en donde, la recolección de información se hizo a través de entrevistas abiertas, tomando una muestra aleatoria simple de tres emprendimientos de jóvenes entre 14 y 28 años de edad que participaron de la feria empresarial “Expo Joven 2020” y que actualmente se encuentran vinculados al programa “Activa T”.

El artículo se encuentra distribuido en cuatro partes: después de esta introducción, la primera parte de este documento expone el origen de las redes de emprendimiento. Posteriormente, aborda la gestión de la red de emprendimiento juvenil de la oficina municipal de juventudes, detallando el trabajo que se realiza allí con los jóvenes emprendedores y se da cuenta del trabajo realizado con este segmento poblacional en el transcurso de la práctica. En tercer lugar, se expone el panorama del emprendimiento juvenil en el país, describiendo a partir de diferentes estudios la situación de los jóvenes en Colombia en su camino por iniciar su propio

emprendimiento. En seguida el artículo aborda tres casos de estudio de emprendimientos de la red de emprendimiento juvenil de la oficina municipal de juventud, seleccionados aleatoriamente como muestra simple; los cuales como es mencionado anteriormente son jóvenes entre 14 y 28 años de edad, quienes hicieron parte de la feria empresarial “Expo Joven 2020”, la cual tuvo lugar durante la práctica que realicé con la entidad; de esta forma, a dichos emprendedores se les realizó una entrevista abierta semiestructurada, con el fin de medir la percepción que tienen los emprendedores juveniles con respecto a la contribución de las redes de emprendimiento. El artículo finaliza proponiendo algunas conclusiones y las referencias bibliográficas consultadas.

REFLEXIÓN:

1. Antecedentes de las redes de emprendimiento

Un emprendedor se enfrenta a múltiples obstáculos para desarrollar sus iniciativas. Uno de los más difíciles es la obtención de los recursos necesarios, los cuales incluyen desde información y capital financiero, hasta el respaldo simbólico que otorga la legitimación social de su actuación. Obtener dichos recursos dependerá de la habilidad del emprendedor para crear relaciones sostenibles de intercambio con las fuentes de recursos, hecho que implica una naturaleza relacional en el emprendedor y otorga un carácter social, además del económico, al proceso de emprendimiento.

Las acciones relacionadas con el éxito del emprendimiento dependen de manera importante de una plataforma adecuada para ello, en la que se incluya al gobierno, a la empresa privada, a la academia y al personaje fundamental en el proceso: el emprendedor y su capacidad de conformar redes de cooperación en torno a su proyecto.

El planteamiento anterior se ve complementado al hacer presente la importancia que los creadores de empresa deben conceder al medio en el cual se desarrollan. Un concepto relativo a esta premisa es el que denominan “ecosistema de emprendimiento”, que corresponde al escenario donde se cuenta con la participación de estamentos públicos y privados, de la academia y de los emprendedores. Esta red debe garantizar la infraestructura y los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades de emprendimiento. (Uribe Macías, 2017).

De esta forma, el proceso de consolidación y fomento del emprendimiento en Colombia, como un instrumento para el crecimiento económico, se ha venido promoviendo a partir de 1970, en el que sin duda incidieron unos departamentos más que otros, e incluso los mismos especialistas manifiestan el valor destacable que tuvo la alta sociedad para que este proceso sucediera.

En un escenario macroeconómico entre 1970 y 2005 en Colombia el país tuvo épocas muy intensas como lo fueron el crecimiento y desaceleración de la economía internacional a raíz de las exportaciones, acontecimientos como la bonanza cafetera de 1976 a 1978 y la del narcotráfico (1978-1983), ocasionaron consecuencias tan desfavorables como el incremento en el valor de las exportaciones y la caída en el de las importaciones, lo que contribuyó a la desindustrialización colombiana.

La liberación financiera concedida por el gobierno y la elevación inusual en las tasas de interés contradijo el avance del trabajo productivo obteniendo como resultado la consolidación del rentismo y el parasitismo. Se resalta la instauración del UPAC (unidad de poder adquisitivo constante). En los 80 el país se ve perjudicado por el desplome en el precio del azúcar y el café;

y el incremento del gasto público, lo que exige procurar el desenvolvimiento del pensamiento estratégico por parte de las empresas en cada ciudad.

La Constitución Política de 1991, obedece con el fin del Estado de procurar la prosperidad y fija las primeras bases del emprendimiento, lo que permite reflejar que el interés en fomentar y preservar, de alguna forma, la actividad económica se orienta a motivar el bienestar de la sociedad en general, así como ser el garante del emprendimiento y planear políticas de Estado que faciliten el desarrollo de negocios, su permanencia en el mercado y, simultáneamente, su evolución para favorecer el desarrollo comercial.

Colombia ha fomentado diversas políticas para favorecer el emprendimiento en distintos periodos, no obstante, fue hasta en 1999 que surgen proyectos de emprendimiento de manera más concreta, a causa de los altos índices de desempleo que el país experimentaba en ese tiempo. Estas circunstancias perjudicaban sobre todo a los jóvenes profesionales de todo el país, por lo cual el Gobierno constituyó el programa Jóvenes Emprendedores Exportadores con la finalidad de suministrar a los jóvenes graduados de universidades, los instrumentos imprescindibles para establecer compañías exportadoras. Este programa junto con el programa de Incubadoras de Empresas de base tecnológica del SENA, lanzado en el año 2000 mediante la ley para pequeñas y medianas empresas (ley 590), hicieron parte de la génesis de la política pública de emprendimiento del país.

La Ley de Reforma Laboral 789 de 2002 dio paso a la constitución del Fondo Empezar del SENA, el cual apoya proyectos de emprendimiento productivo que permiten la transmisión de saberes y experiencias de los empresarios afianzados a los que inician nuevos negocios; además, suministra acceso a capital inicial y establecimiento de nuevos centros de producción, y

mediante el cual se han favorecido un sinnúmero de estudiantes de esta entidad, universidades y profesionales graduados con no más de dos años de haber conseguido su primer título universitario.

La ley 905 de 2004, establece la iniciativa de fomentar, impulsar y promover la capacidad emprendedora del país, fija los criterios y establece las particularidades básicas, del mismo modo, también posibilita generar planes y estrategias para desarrollo y afianzamiento. Esta ley ha propiciado distintos programas y organizaciones, como el FoMipyme (cuyo objeto es el financiamiento de proyectos, programas y actividades para el avance tecnológico de las Mipymes y la aplicación de beneficios no económicos dirigidos a su promoción y fomento).

El Código del Comercio establece todos los procedimientos legales por los que se va a guiar la actividad comercial en el país, del mismo modo fija todas las normas y los criterios con los cuales se deben efectuar todo tipo de actividad mercantil y comercial. Este proporciona la estructura general de los intercambios comerciales que realicen las personas en nuestro país, así toda acción mercantil y comercial debe cumplir con su normativa; regular la actividad mercantil y comercial es importante para prevenir cualquier tipo de desacuerdos entre las partes, asimismo para contribuir con el régimen legal de los negocios de un determinado territorio. El emprendimiento en el país, desde el Estado, está a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; entidad responsable de direccionar y plantear las pautas al respecto a nivel nacional.

En 2006 surge la Ley de fomento a la cultura emprendedora (ley 1014), la cual pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes, desde preescolar hasta la universidad, y hacer de ellas personas capacitadas para innovar y generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales. Ésta fija un sistema y una estructura para fomentar el

emprendimiento, comprende estrategias de educación y apoyo financiero; se crearon la Red Nacional y las Redes Regionales de Emprendimiento, con las cuales se están orientando todas las acciones a llevar a cabo para mejorar, desarrollar, establecer estrategias y diseñar planes, programas y proyectos que aporten a la creación de empresa y de negocios en el país. En estas, se define emprendedor como una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva (Ley 1014 de 2006, Art. 1); también plantea el emprendimiento, como “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Ley 1014 de 2006, Art. 1).

Las Redes Regionales de Emprendimiento han llegado a ser el más importante mecanismo para promover el desarrollo de negocios directamente en cada una de las regiones, ya que en cada región hay que mirar las posibilidades y las carencias que existen. Cada una de ellas posee particularidades completamente distintas, tanto territoriales como patrimoniales que, a la vez, producen oportunidades y beneficios que difieren en cada una de ellas. Por lo que se puede ver que el emprendimiento en el país está pasando por fases de descentralización, particularidad significativa del Estado colombiano, orientándose en las características distintivas que tiene cada zona del país.

Las redes cada día se consolidan como los espacios naturales de articulación en temas de emprendimiento, contando actualmente con la participación de más 660 instituciones entre Gobernaciones, alcaldías, cámaras de comercio, Universidades, Cajas de Compensación, Fundaciones, Colegios, instituciones de apoyo al emprendimiento e

incluso emprendedores en todo el territorio nacional. ("Emprende Colombia | Mi Pymes", sin fecha).

Seguir fortificando las Redes Regionales y consolidar los programas para la creación de empresas por oportunidad, por necesidad y micro franquicias, son los desafíos a futuro, para seguir impulsando el emprendimiento en el país, por lo que, es indispensable evaluar continuamente cada uno de los programas y proyectos que están incluidos para tal fin en los planes de políticas de Estado, esto debido a que aportan significativamente y en alto porcentaje al producto interno bruto (PIB) del país.

La conformación preconcebida de redes de emprendedores es una medida indispensable hacia la consolidación de ideas; las posibilidades de competitividad de los negocios innovadores obedecen de manera decisiva a los activos inmateriales referentes al conocimiento, los cuales necesitan de la presencia de redes eficaces a fin de lograr desenvolverse.

Durante los últimos años viene extendiéndose la idea de una red de emprendedores. Una red de emprendedores se encuentra conformada por un grupo de personas que quieren comenzar una empresa o actividad comercial y que resuelven aliarse a fin de intercambiar experiencias, saberes y financiamiento. La red de emprendedores se orienta en apoyar la creación de novedosas actividades comerciales y contribuir en el afianzamiento de la labor de aquellos profesionales que así mismo son parte de esta.

Las redes de emprendedores actuales pueden envolver 2 estructuras. Pueden habilitar un punto físico a donde los emprendedores recurran a fin de cooperar entre sí, de manera parecida a la labor de un semillero de empresas, asimismo pueden hacerse virtuales por medio de una plataforma en línea o app que posibilite a los participantes mantenerse en contacto entre ellos.

Esta última forma es la más difundida, puesto que posibilita el vínculo entre emprendedores a nivel mundial, esto posiblemente sea significativo frente a profesionales y/o compañías que se encuentran implicados en la globalización. ("¿Qué es una red de emprendedores?", 2018).

Aparte de los pertenecientes emprendedores, muchas redes disponen de la cooperación de instituciones gubernamentales o entidades privadas como entidades bancarias y cajas de ahorro que mediante su labor buscan fortalecer el entorno económico del país.

Lo usual es que las redes de emprendedores posean una acción social y no se exija a sus integrantes ninguna contribución para pertenecer a la misma, ni siquiera acostumbran a pedir muchas condiciones a fin de empezar a pertenecer a la red.

Si bien hay redes de emprendedores generales, la nueva tendencia es hallar redes especialistas en una concreta línea de negocio o actividad. Muestra de esto son las redes de emprendimiento enfocadas en negocios digitales o las redes de emprendimiento que abarcan a empresarios y profesionales cuya acción está orientada a la defensa ambientalista. (Herrera Echeverri, 2009).

Las redes de emprendedores promueven el emprendimiento propio, al igual que el emprendimiento en colaboración y en red, estableciendo redes de empresas que actuando conjuntamente logran cubrir mejor la demanda que existe en el mercado.

En esta clase de sitios el emprendedor consigue hallar datos valiosos acerca de procedimientos administrativos y jurídicos a fin de adelantar su tarea según la ley, lograr hacer contacto con distintos profesionales o compañías que le orientarán, hallar accionistas a fin de ampliar su emprendimiento adentro y afuera de los límites nacionales, capacitarse con respecto a asuntos comerciales por medio de talleres privados, foros, etc., estar informado acerca de

subsidios y auxilios para que logre favorecerse y dar a conocer su experiencia con los otros, contribuyendo a que esa información logre aportar asimismo a nuevos emprendedores al llevar a cabo su emprendimiento.

A fin de que la red de emprendimiento se desempeñe debidamente es indispensable que sus integrantes se involucren en contribuir en esta y adquieran un auténtico empeño en comunicar su experiencia y saberes con distintos profesionales.

Gracias a estos esfuerzos de política del gobierno y al trabajo de diferentes entidades privadas y públicas, se viene afianzando en el país una combinación de proyectos, programas y servicios encaminados a afianzar la educación emprendedora y la actividad comercial, a manera de foco del progreso local y nacional.

2. Gestión de la red de emprendimiento de la oficina municipal de juventud

Tunja viene fomentando una red de emprendimiento que se halla en una etapa rudimentaria de progreso, ahí los integrantes poseen la intención de potenciar el entorno de emprendimiento en la ciudad, sin embargo, no hay un proyecto de trabajo claro, ni se han determinado objetivos ni acciones concretas a fin de alcanzar una incidencia importante, aparte de las tareas que habitualmente ejecutan individualmente los entes.

Una buena cantidad de entes no tienen a modo de ocupación principal el emprendimiento a excepción de la oficina de apoyo al emprendimiento denominada como “Activa T” donde disponen de una división que se ocupa de ciertos servicios para los emprendedores.

La población de Tunja cuenta desde el año 2014 con el centro de empleo y emprendimiento Activa -t, dependencia de la secretaria de desarrollo; el cual trabaja por la intermediación laboral con entidades públicas y aliadas, cuyo propósito es generar empleo en la ciudad. Además, este centro apalanca ideas de negocios nacientes, en evolución o que ya están establecidas; un claro ejemplo de ello es el proyecto realizado en el año 2019, que mediante convocatoria de inscritos en Activa-t y en cumplimiento de una serie de requisitos, se hizo entrega de incentivos y capital semilla, propendiendo por el emprendimiento y por el bienestar social y productivo de los habitantes del municipio. (Alcaldía Mayor de Tunja, Plan de Desarrollo Municipal de Tunja 2020-2023).

Desde la Secretaria de la Mujer, Equidad de Género y Desarrollo Social de la Alcaldía Mayor de Tunja en la oficina de Juventud se vela por el desarrollo social de la ciudad donde acompañamos al emprendedor en la determinación, planteamiento y formulación de la idea de negocio, asimismo, se suministra información sobre los organismos y entes que gestionan y financian recursos a proyectos de emprendimiento a nivel municipal, departamental y nacional. Desarrollando espacios de participación empresarial como “Expo Joven” cuya finalidad se enfoca en la exhibición y venta de productos desarrollados por Jóvenes emprendedores entre la edad de los 14 y los 28 años según la política pública de Juventud Acuerdo 030 de 2019 “Jóvenes en Equipo”. Esta política pública se desarrolla de acuerdo a la siguiente estructura:

- Ejes estratégicos
- Líneas estratégicas
- Plan de acción.

Es por eso que en su contenido y marco programático establecen el apoyo al emprendimiento así:

1. Eje estratégico. Ampliación de oportunidades laborales y económicas
2. Líneas estratégicas:
 - Fortalecimiento de garantías de acceso al ámbito laboral
 - Apoyo a iniciativas de emprendimiento e innovación

Para el caso en concreto se establecieron como prioridad en el plan de acción de la Oficina de Juventud las siguientes acciones que se estipulan en la línea estratégica “Apoyo a iniciativas de emprendimiento e innovación”.

3. Acciones:

- Premiar el emprendimiento por medio de un concurso de ideas innovadoras, apoyando pago de impuestos, entrega de insumos, capacitación en su labor, entre otros.

- Impulsar programas de atención y apoyo en alianza con la cámara de Comercio, para jóvenes empresarios (tarifas especiales para jóvenes que desarrollen iniciativas empresariales). Institucionalizar espacios para el fomento de la innovación de la juventud a través de (ferias, muestras, festivales).

- Promover la creación de carpetas de estímulos a jóvenes con iniciativas de emprendimiento e innovación, teniendo en cuenta parámetros departamentales.

- Crear una página web donde se expongan los productos que realizan los jóvenes con el fin de que sean comercializados. Realizar alianzas para el desarrollo de líneas especiales de crédito y fomento de capital semilla.

- Adelantar alianzas y/o convenios para dictar cátedras sobre educación empresarial, teniendo en cuenta las etapas de emprendimiento, innovación, aceleración de empresas.

- Sensibilizar a los jóvenes sobre la importancia de dar continuidad a las empresas familiares brindando acompañamiento para su fortalecimiento. (Concejo Municipal de Tunja, Acuerdo 030 de 2019).

La oferta institucional que se brinda a los y las Jóvenes de Tunja consiste en tres etapas enfocadas en caracterización, formación y exposición. Las cuales se desarrollaron de la siguiente manera:

1. Caracterización: Se desarrolla a través de un formato de caracterización ya establecido, las diferentes prioridades y datos generales del Joven que se está vinculando a la oficina de Juventud de la ciudad de Tunja, siguiendo los lineamientos de la política pública de Juventud. De esta manera se completa una base de datos que permite identificar las necesidades del Joven y las acciones a desarrollar. Para el caso en concreto en los temas de emprendimiento el formato establece el diligenciamiento de datos como:

- ¿Tipo de empleo?
- ¿Vinculación a bolsas de empleo?
- ¿Formación en temas de emprendimiento?
- ¿Clase de formación recibida en temas de emprendimiento?
- ¿Tipo de certificación generada?
- ¿Vinculación a vitrinas de emprendimiento realizadas por la Alcaldía Mayor de Tunja?

- ¿Vinculación a Fondo emprender?
- ¿Vinculación a la Oficina de desarrollo empresarial de Activa T?

Este formato de caracterización lo desarrolla la Alcaldía Mayor de Tunja y se establece en el sistema de calidad con el código de identificación DSO-F-169 como requisito sin el cual no se puede acceder a la oferta institucional de la Oficina municipal de Juventud.

Figura 1.

Ficha de caracterización de la atención prestada a los jóvenes de 14 a 28 años Municipio Tunja.

4. AMPLIACIÓN DE OPORTUNIDADES LABORALES Y ECONÓMICAS												
OCUPACIÓN U OFICIO:		TIENE EMPLEO			SI	RANGO SALARIAL		MENOS DE 1 SMLV		1 SMLV	ENTRE 1 Y 2 SMLV	MÁS DE 2 SMLV
		NO										
TIPO DE EMPLEO	INDEPENDIENTE	EMPLEADO	EMPRESARIO	INFORMAL	EMPRESA DONDE LABORA			TIPO DE VINCULACIÓN	CONTRATO LABORAL	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	FOR DIAS	
SE INCORPORÓ EN BOLSAS DE EMPLEO	SI	NO	TIENE EQUIPO DE COMPUTO	SI	NO	TIENE ACCESO A INTERNET	SI	NO	MENCIONE EN QUE TEMAS GENERALES DE CAPACITACIÓN TECNOLÓGICAS E INFORMÁTICA REQUIERE FORMACIÓN			
HA RECIBIDO FORMACION EN			LA FORMACIÓN GENERO CERTIFICACIÓN	SI	NO	TIPO DE CERTIFICACIÓN	CHARLA VIRTUAL	CHARLA PRESENCIAL	DIPLOMADO	SEMINARIOS	CURSOS CORTO:	
¿TIENE USTED ALGUN EMPRENDIMIENTO?	SI	NO	¿HA SIDO PARTE DE LAS CONVOCATORIAS DE EXPOSICIONES Y VENTAS GENERADAS POR PARTE DE LA ALCALDIA			SI	NO	FECHA DE POSTULACIÓN				
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO					TIEMPO DE CREACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO/EMPRESA	MENOS DE 2 AÑOS	1 A 2 AÑOS	¿USTED ES EL REPRESENTANTE LEGAL?		SI	NO	
TUVO CAPACITACION EN EMPRENDIMIENTO		SI	NO	¿QUE MEDIO SE UTILIZÓ?			CHARLA PRESENCIAL	VIRTUAL	¿LE GUSTARÍA SER INFORMADO PARA LA VINCULACIÓN DE CURSOS RELACIONADOS CON EMPRENDIMIENTO?			SI
							FOLLETO	LLAMADA				NO
¿HA SIDO PARTE DE FONDO EMPRENDE?		SI	NO	¿HA PARTICIPADO EN CONVOCATORIAS PARA OBTENER CAPITAL SEMILLA?			SI	FECHA	¿LE GUSTARÍA SER VINCULADO CON FONDO EMPRENDE?			SI
							NO					NO
¿HA SIDO PARTE DE LAS CONVOCATORIAS DE ACTIVA-T?		SI	NO	¿FUE CAPACITADO Y/O INFORMADO FRENTE A LA LEY 1739 DE 2014?							SI	NO

Tomada de: (Alcaldía de Tunja, 2021).

- Formación:** Una vez establecidos los datos necesarios del formato de caracterización DSO-F-169 con relación al tema de emprendimiento, oportunidades laborales y desarrollo empresarial se brinda acompañamiento al emprendedor en la determinación, planteamiento y formulación de la idea de negocio, se capacita con respecto a asuntos comerciales, y asimismo, se suministra información sobre los organismos y entes que gestionan y financian recursos a proyectos de emprendimiento a nivel municipal,

departamental y nacional; a su vez se notifica y se solicita la vinculación a través de oficio a la entidad adscrita a la Alcaldía Mayor de Tunja como dependencia de desarrollo empresarial y apoyo al emprendimiento “Activa T”. Del mismo modo se hace la vinculación a los diferentes cursos desarrollados por el Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA” no solo con relación a Fondo Emprender para la consecución de capital semilla para el fortalecimiento de los respectivos emprendimientos sino también con la formación para los cursos cortos como el curso indispensable de “manejo de alimentos” técnicos y tecnólogos que sirvan para el complemento del emprendimiento previamente establecido.

3. **Exposición:** Bajo las estrategias planteadas desde la oficina de Juventud se estableció como vitrina de emprendimiento “Expo Joven”. Para culminar con la participación en la vitrina de desarrollo empresarial con el ánimo de fortalecer el proceso del Joven emprendedor.

Figura 2.

Publicidad convocatoria "Expo joven"



Tomada de: (Alcaldía Mayor de Tunja, 2020).

Figura 3.

Stands I feria de emprendimiento juvenil "Expo Joven 2020" en el centro comercial Viva Tunja.



De esta forma, mediante las etapas mencionadas anteriormente a través de la oficina de juventud, se busca ejecutar el plan de acción estipulado en la política pública de Juventud; adelantando alianzas para dictar cátedras sobre educación empresarial, impulsando programas de atención para jóvenes empresarios e institucionalizando espacios para el fomento de la innovación de la juventud, a través de ferias de emprendimiento juvenil; en las cuales se busca brindar espacios a los jóvenes donde puedan dar a conocer su emprendimiento y tener un punto físico con el fin de facilitarles un contacto directo con clientes potenciales.

3. Panorama del emprendimiento juvenil en el país

La falta de empleo juvenil en Colombia es persistente en la población activa, inclusive independientemente de la presente emergencia sanitaria. A lo largo del segundo trimestre del 2020 se perdieron más de 4,8 millones de puestos de trabajo ("¿Cómo se ha comportado el

empleo formal durante el 2020?", 2020), porcentaje que alarma si se toman en consideración los índices de deserción en carreras universitarias a raíz de las insuficientes facilidades y ayudas, y la disolución de negocios ocasionadas por las estrategias de confinamiento generadas por la pandemia.

Así, en el 2020 la Tasa de Desempleo en Tunja fue 20,7 %, lo que representó un aumento de 9,5 puntos porcentuales frente al 2019 (11,2 %). La Tasa Global de Participación se ubicó en 56,0 %, lo que representó una disminución de 4,9 puntos porcentuales frente al 2019 (60,9 %). Finalmente, la Tasa de Ocupación fue 44,4%, lo que significó una reducción de 9,0 puntos porcentuales respecto al 2019 (53,4 %).

El mercado laboral de Tunja ha sufrido variaciones negativas importantes al comparar el trimestre octubre-diciembre 2019 y 2020, siendo la causa la emergencia sanitaria y una menor demanda de bienes y servicios, el descenso en la Tasa Global de Participación (0,5%), el aumento en tasa de desempleo (7,0%) y una disminución en la Tasa de Ocupación (4,64%), sustentan el deterioro de la capacidad de la ciudad en la generación de empleo y el impacto de la emergencia sanitaria a finales de marzo, que se prolongó por varios meses, y una disminución de los ocupados en la ciudad en 5.681 personas. Por otra parte, es preocupante el aumento de la Población en Edad de Trabajar en 3.837 personas.

Es decir, para el trimestre octubre-diciembre del 2020, Tunja ocupó el tercer lugar entre las 23 ciudades y sus áreas metropolitanas con mayor tasa de desempleo con un 19,7%, solo superada por Quibdó con una tasa de desempleo de 20 % y Neiva del 19,7 %; por su parte Cartagena registró la menor tasa de desempleo con 12,1 %.

En efecto, el desempleo juvenil (población joven entre 14 y 28 años) siguió escalando para el trimestre octubre-diciembre del 2020 con respecto al mismo trimestre del 2019. La tasa de desocupación para personas entre 14 y 28 años en Tunja subió a 26,0 %, esto indica que de cada 100 jóvenes que están en busca de trabajo, 26 no consiguen empleo; entre las 23 ciudades y sus áreas metropolitanas, Tunja se ubica en el undécimo lugar con mayor tasa de desempleo juvenil. La tasa de desempleo juvenil para la ciudad en el trimestre octubre-diciembre del 2020, aumentó en 5,1 puntos porcentuales con respecto al mismo trimestre del 2019. (Cámara de Comercio de Tunja, 2021).

No obstante, nuestra facultad de reinventarnos en todo punto de nuestras vidas ha determinado el desenvolvimiento de nuestro entorno de trabajo y, en esa reactivación, emprender es una de las alternativas más factibles a fin de que los jóvenes se empleen entre ellos mismos.

Por esa razón, en Colombia, la visión del emprendimiento juvenil se ha continuado afianzando más sólidamente. El fomento de varias iniciativas de parte de organismos públicos, concretamente iNNpulsa, Fondo Emprender, Tecnoparques, Bancoldex, Colciencias, Mprende, Cultura E, ParqueSoft, Ventures, Apps.co y HubBog, entre otras, han sido un enorme respaldo.

Igualmente, las estrategias encaminadas a proporcionar apoyo financiero a estos jóvenes y, las diferentes exhibiciones, eventos, representaciones empresariales, congresos y seminarios, acerca de emprender.

En el transcurso del 2018 se inscribieron de forma oficial en las Cámaras de Comercio 168.380 negocios establecidos por emprendedores jóvenes. Y las actividades económicas que priorizan los emprendedores con la intención de comenzar su plan comercial son los servicios con un 43,9%, comercio 38,9% y la industria con el 9%. (Amaya M., 2019).

Sin embargo, la actividad empresarial en Colombia ha caído significativamente desde el 2020. En 2021, la tasa efectiva anual de Colombia fue del 15,7%, casi la mitad de su tasa efectiva anual del 31,1% en 2020. No obstante, la reducción en la tasa efectiva anual de 2021 puede atribuirse a el impacto del COVID-19 sobre el sector informal. ("Global Report 2021/2022 Opportunity Amid Disruption", 2022).

De acuerdo con, el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor Colombia) el 55,9% de los colombianos se han visto en la necesidad de buscar nuevas oportunidades debido a la pandemia. A su vez, la dificultad de comenzar un negocio ha incrementado en comparación con hace un año, resultando actualmente del 58,4%.

Asimismo, en cuanto a percepción y actitudes se encuentra un 58,2% el ítem de conocer a alguien que haya comenzado un nuevo negocio y la facilidad de emprender, es del 29,0% cifras que proyecta el seguimiento del informe GEM.

De acuerdo con iNNpulsa, en Colombia al tercer año de operación solo el 63,4 % de las empresas creadas sobrevive en el mercado, al término de cinco años permanecen en operación apenas el 54,3 % de las empresas constituidas, porcentaje que desciende al 40,5 % al décimo año. En otras palabras, en el primer año de vida de las empresas en Colombia tres de cada cuatro empresas sobreviven; en el quinto año, una de cada dos empresas continúan vigentes, y pasados diez años, dos de cada cinco empresas prevalecerán. (iNNpulsa Colombia, 2020).

Por otro lado, los emprendedores juveniles tienen que resistir al ‘valle de la muerte’, un término algo desfavorable, sin embargo, refleja un escenario que comprende un lapso de tiempo, el cual oscila entre los 2,5 y 5 primeros años de funcionamiento de los negocios, donde surge un riesgo elevado de inestabilidad, señala Ignacio Gaitán, gerente general de iNNpulsa.

Entre los motivos para ingresar al llamado “valle de la muerte”, cuando se quedan sin recursos de financiación para seguir con el negocio, se encuentran la falta de generación de ingresos, recursos financieros, problemas en la ejecución y control, y crisis económica y jurídica.

Se evidencia que el fracaso de un emprendimiento tiene múltiples causas y pueden ser externas, que son las relacionadas con el entorno y que comúnmente son imprevisibles, o internas, y se originan en particularidades propias del mismo y que en muchos casos pueden ser pronosticadas con anterioridad.

Por tanto, el fracaso depende de una combinación de causas y es raro encontrar una sola. No obstante, dentro de las principales desventajas para el emprendimiento se encuentran los mismos emprendedores sin saberes administrativos sobre planificación, educación financiera, análisis de resultados o aspectos empresariales de ningún tipo, además, no son amparados por políticas educativas y socioeconómicas que solucionen la situación, la mayor educación emprendedora deriva del autoaprendizaje. Así mismo, se encuentra el difícil acceso a la financiación, los fondos disponibles o de fomento requieren soportes altamente articulados de los planes de negocio, lo que va en dirección contraria de la formación ya mencionada, o presentan altas tasas de interés, entre el 35 % y el 45 %, no viables para la liquidez de una compañía que apenas comienza. (The failure institute, 2015).

El principal factor de fracaso tiene que ver con el tema económico; no lograr ingresos suficientes, problemas de financiamiento, conseguir que lo realizado sea igual a lo proyectado, crisis económicas o políticas y falta de indicadores o seguimiento. El tema de financiación es fundamental; los emprendedores necesitan realizar una planificación apropiada, conocer de

temas financieros y calcular puntos de equilibrio y tasas internas de retorno realistas para el negocio. (Giraldo López, 2019).

En consecuencia, todos estos elementos ratifican la necesidad de incorporar medidas en el desarrollo de políticas y estrategias para apoyar a los emprendedores y que estos, a su vez, consigan una mejor gestión financiera de su idea de negocio, con mejores condiciones de seguridad para la permanencia y consolidación del negocio, en un ámbito competitivo que fortalezca el desarrollo económico de los países.

Asimismo, el segundo motivo de muerte está relacionado con la forma como los emprendedores asumen la organización y administración del emprendimiento. Se evidenció que las principales variables están relacionadas con la planificación; ya sea por no lograr su cumplimiento, por problemas con la misma, y por la falta de índices o métodos para calcular rendimientos o eficiencias. (The failure institute, 2015).

La estructura institucional es clave para conservar el emprendimiento y volverlo exitoso en la medida que se tienen claros los papeles y se realiza una gestión correcta. La planificación deficiente es una de las causas del fracaso del negocio; para el éxito de un emprendimiento son clave la experiencia y los instrumentos gerenciales con los que cuenta el emprendedor.

Además, el marketing es esencial en cualquier tipo de emprendimiento porque consiste en dar a conocer el producto, asegurar la negociación del producto o servicio ofertado y producir los recursos que permitan la continuidad del negocio. En este factor, las principales causas de fracaso están relacionadas con la promoción y publicidad del negocio, con no lograr una comercialización adecuada y con haber realizado una investigación de mercado débil. El mercadeo es vital para el negocio y no se deben ahorrar esfuerzos en él, pues posibilita que se

llegue a conocer el producto y que surja la necesidad de compra puesto que, por más que el producto o servicio sea bueno, es preciso forjar la necesidad y el requerimiento por parte del cliente a través de diversas estrategias.

Del mismo modo, la contratación del personal es otro elemento esencial para que las empresas perduren. De acuerdo con las bolsas de empleo, a veces son más significativos los trabajadores que el artículo que vende la compañía, pues sin un medio adecuado y la motivación indicada, es difícil tener éxito en el mercado. En los emprendimientos es fundamental contar con un recurso humano comprometido y motivado con el negocio; establecer las competencias, los roles y puestos de trabajo requeridos con el fin de asegurar que se cumplan las necesidades mínimas del emprendimiento resulta realmente ventajoso, sin olvidar, por supuesto, una gestión de este recurso humano que permita el crecimiento y el desarrollo de sus habilidades y competencias de acuerdo con las tendencias del entorno y las necesidades propias del negocio.

En este factor, los principales motivos fueron la falta de capacitación y entrenamiento, la compensación del personal y la selección de personal. Por lo general, los emprendimientos exitosos impulsan a sus empleados a trabajar de manera óptima y comprometida para lograr el crecimiento y la subsistencia del negocio; sin embargo, los cambios en las estrategias de motivación en el tiempo, el mantener una visión tradicional del negocio, insistir en los errores, no aprender de ellos y la falta de capacidades (tiempo, conocimiento y experiencia) pueden ser causas que incidan en el fracaso de los negocios. Estos elementos destacan el valor de los trabajadores, donde es clave identificar prácticas y estrategias específicas que permitan al personal llevar a cabo un rol activo, oportuno y adecuado en el desarrollo y crecimiento organizacional. (The failure institute, 2015).

De acuerdo con los expertos, una importante razón por la que las Pyme fracasan está en que los emprendedores suelen hacer gastos innecesarios para sostener su operatividad, adquiriendo más de lo que en realidad requieren.

No conocer el sector y perder vigencia en sus saberes es otro de los motivos por los que los emprendedores desaparecen en tan poco tiempo. Los expertos señalan que no es suficiente limitarse al conocimiento obtenido en la universidad, sino que también se debe acudir a capacitaciones para estar a la vanguardia del negocio. (Giraldo López, 2019).

En los emprendimientos, los factores externos son elementales puesto que, a pesar de las medidas preventivas, los cambios del entorno pueden impactar al negocio, ocasionando su fracaso. En general, los emprendedores suelen examinar sus acciones para, después, precisar cómo es que el entorno afectó los rendimientos del negocio. En este punto, las principales causas son: las crisis económicas y políticas, los problemas con proveedores o contratistas y la entrada de un competidor fuerte.

Aunque estos datos parezcan pequeños, los expertos señalan que de ellos puede depender la resistencia de su organización y tener más posibilidades en el mercado que plantea el siglo XXI. (Giraldo López, 2019).

Es por lo anterior, que el tema del financiamiento es de especial atención al ser reiterado; aunque la impresión es que no hay suficiente apoyo, en Colombia se han generado diversos proyectos para la financiación de emprendimientos, como es el caso de iNNpulsa (2012). iNNpulsa busca impulsar Emprendimientos Dinámicos Innovadores, los cuales se definen por su rendimiento y desarrollo rápido y sostenible, porque logran reinvertir y alcanzar un nivel de ventas significativo en una década (lo que implica ventas con metas aproximadas de un millón a

un millón quinientos mil dólares en el décimo año), un margen operativo del 4% y empleados que ganan tres veces el salario mínimo legal vigente. En estos casos se financia hasta el 80% del valor del proyecto, donde el valor máximo de financiación es de aproximadamente 125 mil dólares. Estos proyectos requieren de una mayor divulgación, seguimiento, capacitación y establecimiento de las necesidades reales de los emprendedores al iniciar su negocio, de tal manera que se logre determinar sus resultados e impacto. (The failure institute, 2015).

Cabe señalar que, a nivel nacional existen instituciones que cuentan con capital para emprendimientos como Fundación Coomeva, Fundación Mundo Mujer, Bancamía (prestadoras de capital), y Colciencias, Fondo Emprender SENA, Fundación Corona, Presidencia, Red de Emprendedores Babarúa (portadoras de capital semilla). Este capital se adquiere por concursos de planes de negocios o convocatorias.

Sin embargo, no todos los emprendedores saben cómo defender sus ideas de manera organizada con el fin de acceder a los recursos y demostrar la rentabilidad de su plan de negocio, por lo que no suelen cumplir con las pautas planteadas por el mercado financiero o las instituciones mencionadas.

En este sentido, las circunstancias detalladas anteriormente son inquietantes, evidencian que no se puede visibilizar el emprendimiento como el salvador económico del país si las circunstancias del ambiente emprendedor no han sido favorecidas, ni se fortalecen los aspectos internos del negocio. Factores como el desempleo y la inactividad hacen que algunas personas emprendan sin tener estudios sobre planificación, educación financiera, análisis de resultados o aspectos empresariales de ningún tipo; por lo tanto, se podrá concebir el emprendimiento como

activo de la economía y contribuidor a los indicadores de bienestar, cuando las políticas educativas y socioeconómicas tiendan a ello.

No obstante, los jóvenes en la actualidad resuelven convertirse en emprendedores por diversos motivos, sin embargo, el más importante es para marcar una diferencia, igualmente también hay emprendedores que tienen como motivación construir un gran patrimonio, ganarse la vida o continuar con la tradición familiar.

El 2021 cerró con un balance muy positivo en materia de emprendimiento en el país: entre enero y diciembre se crearon 307.679 nuevas empresas en todo el territorio nacional, un aumento de 10,6% en comparación con 2020. Así se desprende del Informe de Dinámica de Creación de Empresas realizado por Confecámaras, con base en la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que recoge información del registro mercantil de las 57 Cámaras de Comercio del país.

Las actividades económicas relacionadas con el sector de servicios registraron la mayor contribución en materia de creación de empresas al tener una variación positiva del 13,1%, seguido del sector comercio con una variación del 7,3%, industria con 9,5% y construcción con 10,2%. (Confecámaras, 2022).

“Uno de los principales activos de la sociedad son sus empresarios, que trabajan sin descanso por sacar adelante sus emprendimientos y generar nuevas oportunidades, siendo ejemplo para el país. No cabe duda del importante papel que cumplen como fuente de bienestar, progreso y de empleo para los colombianos. El compromiso de las Cámaras de Comercio es estar a su lado ofreciéndoles los mejores servicios para apoyarlos en su crecimiento”, asegura Julián Domínguez, Presidente de Confecámaras.

“Un emprendedor joven debe tener en cuenta que la vía del emprendimiento constituye una gran cantidad de desafíos cotidianos, que colocarán a prueba su iniciativa. Entre ellos, la disciplina y la versatilidad”, afirma Édgar Sánchez, director de la consultora EY Colombia.

4. Estudios de caso

Se seleccionaron tres casos de emprendimientos diferentes con el fin de dar respuesta a la pregunta de investigación y poder conocer de primera mano, la percepción que tienen los emprendedores juveniles con respecto a la contribución de las redes de emprendimiento. De esta forma, se tomó una muestra aleatoria simple de tres emprendimientos de jóvenes entre 14 y 28 años de edad que participaron de la feria empresarial “Expo Joven 2020” y que actualmente se encuentran vinculados al programa “Activa T”. A los cuales se les realizó una entrevista abierta, semiestructurada, en la cual no se siguió estrictamente una lista formal de preguntas.

Con el fin de conocer su experiencia con la red de emprendimiento, inicialmente se pidió a cada uno de los entrevistados que realizara una descripción de su emprendimiento, posteriormente se realizaron preguntas sobre la forma en la que iniciaron su emprendimiento y el estado en el que este se encontraba antes de acudir a la red de emprendimiento, luego se les preguntó acerca de su proceso en la red de emprendimiento y cuál fue el impacto de esta en su proceso de emprender, también se preguntó sobre su experiencia en la feria de emprendimiento “Expo Joven” y si el apoyo recibido por parte de la entidad había sido el esperado, para finalmente preguntarles sobre el estado actual de su emprendimiento después de haber contado con el apoyo de la red de emprendimiento juvenil.

- ✓ **Rococo • Diseño Alternativo:** Motivados por la falta de empleo y malas experiencias laborales Paola y David decidieron hace 5 años con recursos propios comenzar con este emprendimiento, dedicado a la elaboración de bisutería y marroquinería en cuero, principalmente a la confección de productos como bolsos, porta documentos, llaveros, aretes, pulseras, collares y anillos.

Figura 4.

Productos Rococo Diseño Alternativo.



Tomada de: (Rococo diseño alternativo, 2020).

Antes de acudir a la oficina municipal de juventudes, el emprendimiento ya se encuentra con ventas a través de redes sociales y envíos a toda Colombia, como su único canal de distribución.

Después de hacer parte de la red de emprendimiento juvenil, “Rococo Diseño Alternativo”, ha hecho parte de 4 convocatorias de ferias de emprendimiento organizadas

desde la oficina municipal de juventudes, las cuales han sido de gran utilidad para dar a conocer su emprendimiento; ya que, por redes sociales resulta más complicado tener visibilidad; de esta forma a través de las ferias de emprendimiento, resulta mucho más fácil tener contacto directo con la gente, al tener el cliente la posibilidad de interactuar con el producto; posibilidad que no se tiene por redes sociales.

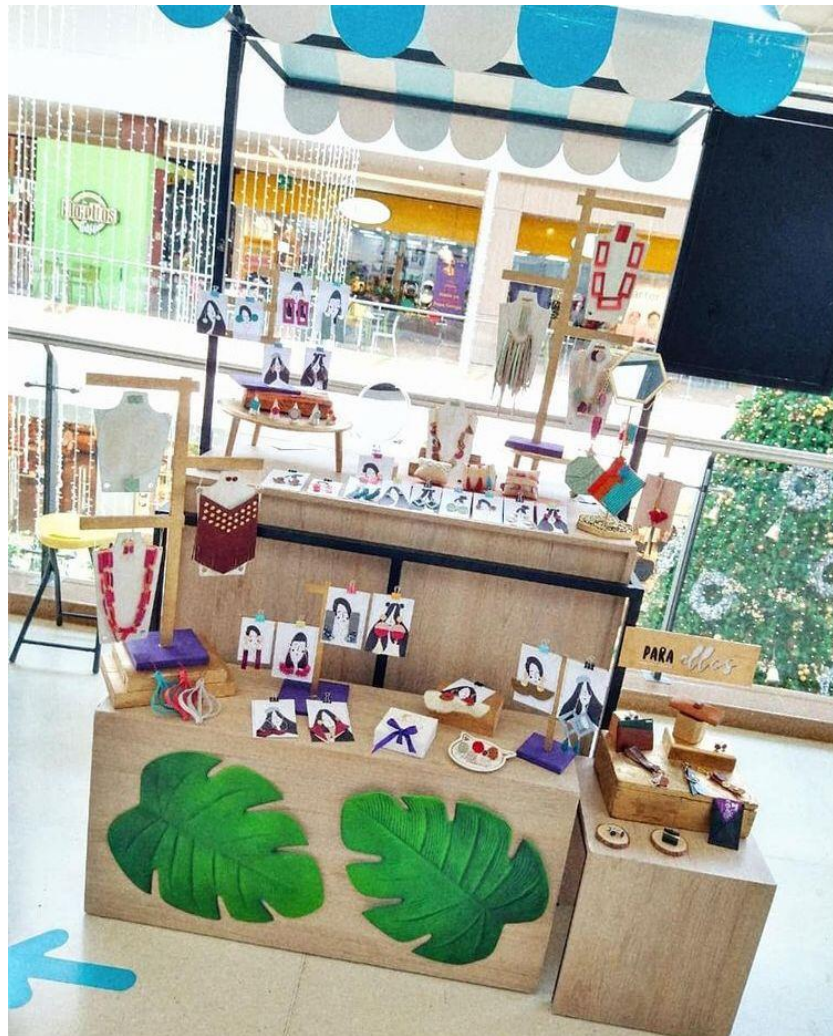
Es así como se hizo parte de la feria “Expo joven” organizada por la oficina municipal de juventud, la cual resultó ser una buena experiencia gracias a que el centro comercial “Viva Tunja” donde se llevó a cabo dicha feria; es un muy buen punto de venta los fines de semana para los emprendedores, y siempre que se ha tenido participación dentro de las ferias de emprendimiento, se ha tenido la oportunidad de entablar relaciones estratégicas con los otros emprendedores de la red.

Sin embargo, para el caso de este emprendimiento el proceso con la alcaldía ha sido muy inestable, debido a que cuando se realizan convocatorias no siempre es seleccionado para participar y no se le es brindada información oportuna, sobre el estado del proceso de selección dentro de las convocatorias.

Igualmente, se esperaba por parte de estos emprendedores que con la reactivación económica después de la pandemia se realizaran más eventos; debido a la afectación que tuvieron los emprendedores que no poseen productos básicos ni cuentan con puntos físicos de distribución, por lo cual esperaban un mayor apoyo de parte de la alcaldía a través de más eventos y convocatorias para los emprendedores.

Figura 5.

Stand de Rococo Diseño Alternativo en "Expo Joven"



Actualmente se continua con la venta de productos a través de redes sociales, pero también se están empezando a realizar alianzas estratégicas con locales comerciales para distribuir los productos en un punto físico.

- ✓ ***Daled Accesorios:*** Es un emprendimiento dedicado a la elaboración de manillas, aretes y collares hechos a mano. Este emprendimiento inició hace 4 años, cuando motivados por el desempleo y la falta de oportunidades Dalgis y Edwin decidieron invertir sus ahorros en materiales para la elaboración de manillas.

Figura 6.

Productos Daled accesorios.



Tomada de: (Daled accesorios, 2022).

El emprendimiento antes de acudir a la oficina municipal de juventudes, ya se encuentra con ventas a través de redes sociales y envíos a toda Colombia, como canal de distribución.

Al hacer parte de la red de emprendimiento juvenil, los emprendedores de “Daled accesorios” han recibido capacitaciones y asesorías en financiamiento sobre cómo llevar los costos y gastos de su emprendimiento; igualmente, han hecho parte de aproximadamente 6 convocatorias de ferias de emprendimiento organizadas desde la oficina municipal de juventudes, sirviéndoles dichas ferias y convocatorias para darse a conocer y de esta forma, se ha tenido en cuenta este emprendimiento; el cual ha sido convocado constantemente para más eventos de emprendimiento organizados por distintas entidades adscritas a la alcaldía de Tunja.

Figura 7.

Stand de Daled accesorios en "Expo Joven"



Destacando en este caso, el apoyo que ha recibido este emprendimiento y la publicidad que ha generado la alcaldía en las distintas ferias de las que ha sido participante.

Actualmente se realizan ventas a través de redes sociales, domicilios en la ciudad de Tunja y envíos nacionales, y se mantienen puntos físicos frecuentes cada vez que hay ferias empresariales organizadas por cualquier entidad.

- ✓ **Meal Box:** El emprendimiento consiste en dos ramas, la primera es bebidas no alcohólicas, es decir: jugos, batidos y granizados, adicionalmente se manejan choco bombs y tortas. Por otro lado, la segunda rama, es de kits de comida por suscripción, en donde el cliente paga una cuota de suscripción mensual, elige que tipo de comida consume, y a su casa le llega una caja cada semana por 4 semanas, en donde llega un recetario y todos los ingredientes que necesita para preparar las recetas que están en ese recetario. Alejandro inició este emprendimiento hace un año y medio, debido al desempleo y la falta de oportunidades generadas a raíz de la pandemia; por lo cual buscó

una alternativa de independencia laboral teniendo ingresos estables. Empezó el emprendimiento pensando en diferentes ideas de negocio, y fue así como se encontró una oportunidad de negocio en otros países y con recursos propios y apoyo económico de familiares, buscó la forma de implementarlo en Tunja y como forma de distribución se encontró la oportunidad en las plataformas de domicilios digitales, que en el momento de mayores restricciones de la pandemia resultó de gran utilidad para el crecimiento del emprendimiento.

Figura 8.

Publicidad de los productos de Meal Box en Rappi.



Tomada de: (Meal Box, 2021).

Antes de acudir a la oficina municipal de juventudes, el emprendimiento ya se encuentra con ventas a través de redes sociales y aplicaciones como ifood, Rappi, llevaloo y OlaClick.

Después de estar activo en estas plataformas y buscar otras oportunidades de crecimiento, se buscó algún tipo de apoyo financiero en alguna oficina municipal y ahí se llegó a la oficina municipal de juventudes, en donde se brindaron pasos a seguir, orientación y talleres, y ha hecho parte de 3 convocatorias de ferias de emprendimiento

organizadas desde la oficina municipal de juventudes, de esta forma se ha convocado al emprendedor cada vez que hay algún tipo de feria de emprendimiento; brindando así, la posibilidad al emprendedor de hacer un acercamiento con la gente y dar a conocer su emprendimiento, donde los clientes tienen la posibilidad de probar los productos, ver el logo y conocer las redes sociales del emprendimiento, gracias a la buena acogida que tienen este tipo de eventos y el buen cubrimiento en medios que se le da a las ferias organizadas por la alcaldía, haciendo de las ferias un espacio de gran ayuda para los emprendedores; igualmente se suministra información sobre los organismos y entes que gestionan y financian recursos a proyectos de emprendimiento; de esta forma, y con el apoyo de “Activa T”, en este caso el emprendimiento participó en una convocatoria de FENALCO para empresas innovadoras, cuyos emprendedores debían pertenecer a grupos de vulnerabilidad; convocatoria en la cual fue acreedor de un incentivo de \$2.000.000 de pesos en elementos necesarios para el emprendimiento.

Figura 9.

Stand de Meal Box en "Expo Joven"



Se resalta que el apoyo recibido ha sido bastante bueno.

Actualmente se encuentran en proceso de abrir su primer punto físico en la ciudad de Tunja y se ha incrementado la cantidad de pedidos recibidos principalmente de los kits de comida.

De acuerdo a los casos anteriormente expuestos, y teniendo en cuenta que fueron seleccionados como muestra de manera aleatoria; se destaca el surgimiento de emprendimientos principalmente a causa de la pandemia por COVID-19, debido al desempleo y la falta de oportunidades; generando que las personas buscaran la manera de reinventarse y generar ingresos estables. Igualmente, el principal medio de ventas y de publicidad actualmente para los emprendimientos es a través de redes sociales. En cuanto a la labor de la red de emprendimiento juvenil se resaltan las capacitaciones y asesorías brindadas; a su vez, cabe destacar la buena acogida que han tenido las ferias de emprendimiento y lo provechosas que han resultado para los emprendedores, a la hora de dar a conocer su emprendimiento y de entablar relaciones estratégicas con los otros emprendedores de la red.

Asimismo, se encuentra un contraste entre los emprendedores de Rococo • Diseño Alternativo y el emprendedor de Meal Box; ya que, en el primer caso manifiestan que el proceso con la alcaldía ha sido muy inestable, debido a que cuando se realizan convocatorias no siempre es seleccionado para participar y no se le es brindada información oportuna, sobre el estado del proceso de selección dentro de las convocatorias; igualmente, se esperaba por parte de estos emprendedores que con la reactivación económica después de la pandemia se realizaran más eventos, debido a la afectación que tuvieron los emprendedores que no poseen productos básicos ni cuentan con puntos físicos de distribución, por lo cual esperaban un mayor apoyo de parte de la alcaldía a través de más eventos y convocatorias para los emprendedores. Por otro lado, en el caso de Meal Box, se destaca la buena experiencia hasta el momento de este emprendimiento, al haber tenido la oportunidad de resultar acreedor a incentivo en una convocatoria de FENALCO, a pesar del poco tiempo que tiene este emprendimiento en funcionamiento.

CONCLUSIONES

El emprendimiento es parte fundamental del desarrollo económico. A pesar de que los componentes puntuales, la intensidad, la temporalidad y el rumbo de esta relación aún es incierta, es claro que la instauración de compañías y la prolongación de estas en el tiempo incrementa la competencia, la creación de mejores trabajos, la innovación y la diferenciación productiva.

Asimismo, el emprendimiento es un poderoso instrumento para enfrentar los problemas de trabajo que afronta la juventud en muchas comunidades alrededor del mundo, aparte de ser un semillero de creatividad e innovación que aporta considerablemente al progreso de comunidades.

Además, los aspectos claves en el sostenimiento de los emprendimientos, cambian en función del contexto, la clase de negocio, la zona geográfica en cuestión, el entorno de emprendimiento y las condiciones económicas. Independientemente de dichos factores, el emprendimiento se tiene que asentar con respecto a potenciales plenamente determinados que den cuenta del requerimiento actual y el potencial del mercado. Del mismo modo, los emprendedores tienen que determinar actividades comerciales cuyo ciclo de vida se encuentre en pleno crecimiento y ubicaciones geográficas que muestren posibilidades de desarrollo llamativas a fin de asegurar la demanda.

Ahora bien, de acuerdo con la finalidad tratada en este artículo, puede ser contemplado que los jóvenes consideran que emprender en Colombia es una actividad con muchos inconvenientes en especial: escasa ayuda financiera, insuficiente asistencia del gobierno, trámites administrativos enormes y desinformación.

A pesar de que la creación de empresas ha producido un aporte significativo al crecimiento económico, está relacionado a la decisión y el riesgo que asume el emprendedor al

momento de poner en marcha su actividad comercial. Sin embargo, es deber de la administración pública fomentar y proporcionar los escenarios a fin de que se logre alcanzar el más grande beneficio social y financiero de esta labor.

No obstante, el fomento del emprendimiento es un asunto de creciente interés entre las economías globales, especialmente las de América Latina, que desde hace unos años han efectuado, en mayor o menor medida, diferentes transformaciones para captar inversores e incentivar emprendedores en áreas fundamentales de sus economías a fin de disminuir el desempleo, fortalecer el sistema productivo y aumentar el grado de productividad.

Sin embargo, dentro de los puntos que se rescatan después del procedimiento de observación y revisión de los datos se resalta: Colombia es uno de los países de Latinoamérica que evidencia una significativa tendencia en torno al proceso emprendedor, lo que está reflejado a través de los datos arrojados por instituciones de observación a nivel mundial. Asimismo, se aprecia que, en tema legislativo el estado ha adoptado medidas determinadas a fin de fomentar el progreso de las ideas emprendedoras, identificando actualmente varias figuras con el fin de promover la creación de distintos negocios.

Por consiguiente, la conexión de los emprendedores con inversores locales y extranjeros es de crucial importancia para los periodos de inicio y aceleración de actividades comerciales, por lo cual es imprescindible trabajar en sólidos estímulos a fin de que empresarios nacionales y extranjeros decidan invertir en proyectos colombianos.

En consecuencia, se recomienda realizar un banco de datos de entidades nacionales e internacionales que impulsan y contribuyen financieramente al crecimiento de emprendimientos. En esta base de datos, además es conveniente señalar cronogramas y plazos en que pueden exponerse proyectos, tanto como los requerimientos pedidos

Así pues, el emprendimiento requiere del pensamiento táctico y en este ámbito el emprendedor Tunjano debe desarrollar una grande habilidad de proyección.

De este modo, los organismos de promoción al emprendimiento en el departamento de Boyacá y la ciudad de Tunja proporcionan seguimiento, orientación y capacitación en la conformación de planes de emprendimiento a los habitantes que buscan alternativas distintas con la intención de subsistir, mediante la formulación y desenvolvimiento de novedosos modelos de actividad comercial, que aporten al progreso económico, social y al fomento de oportunidades de empleo para los ciudadanos del municipio.

Sin embargo, no hay agrupación de datos conjuntos acerca de emprendimiento al interior de las entidades, ni en la red. Lo que está acorde al grado de informalidad con que se dirigen las Unidades de Emprendimiento en una considerable cantidad de organismos.

Con respecto a los estudios de caso, se puede concluir que el impacto de las redes de emprendimiento para los emprendedores juveniles en la ciudad de Tunja ha sido bastante bueno, ya que a través de la red de emprendimiento juvenil se ha logrado impulsar programas de atención y apoyo para jóvenes empresarios, mediante capacitaciones y asesorías; además, se ha brindado la posibilidad a los emprendedores de entablar relaciones estratégicas y también, se ha suministrado información sobre los organismos y entes que gestionan y financian recursos a proyectos de emprendimiento; así como, la institucionalización de espacios para el fomento de la innovación de la juventud a través de ferias de emprendimiento, las cuales han sido espacios de gran utilidad para los emprendedores a fin de dar a conocer su emprendimiento.

Así las cosas, la importancia de las redes no se encuentra reducida al surgimiento de los emprendimientos: los emprendedores siguen empleando las redes en búsqueda de asesoría, seguimiento de oportunidades, acercamiento a nuevos recursos materiales e inmateriales y para

la resolución de inconvenientes; en la práctica, distintas clases de redes son requeridas para diferentes finalidades, y la conveniencia de la clase de red y los vínculos que ellas constituyen, obedece principalmente a la etapa de la iniciativa de emprendimiento que se encuentre adelantando.

Asimismo, los vínculos entablados en las redes fomentan prestigio y forman una imagen que el emprendedor transmite hacia las fuentes de financiamiento con el fin de disminuir su percepción de riesgo y adquirir validación cognitiva y social en relación con su trabajo. Los emprendedores requieren validación con la intención de lograr una aprobación explícita, que conlleve una impresión favorable respecto a la tarea de emprendimiento. Así, pueden contribuir al establecimiento de diferentes relaciones y el aumento de nuevos contactos, mediante los que se consigue tener acceso a distintos compradores y proveedores a fin de aumentar el intercambio de recursos.

REFERENCIAS

Alcaldía de Tunja. (2021). Ficha de caracterización de la atención prestada a los jóvenes de 14 a 28 años municipio Tunja [DSO-F-169]. Sistema integrado de gestión de calidad, desarrollo social.

Alcaldía Mayor de Tunja. [Alcaldía Mayor de Tunja]. (4 de diciembre de 2020). ¿Te gustaría ser parte de la I Feria de Emprendimiento Juvenil? [Publicación de estado] Facebook.

<https://www.facebook.com/AlcaldiaTunja/photos/a.449198775179697/3181404628625751/?type=3>

Alcaldía Mayor de Tunja. (2020). Plan de Desarrollo Municipal de Tunja 2020-2023: “Tunja, la capital que nos une”. Colombia: Tunja.

Amaya M., Y. (2019). 4 millones de jóvenes están vinculados a emprendimientos. Recuperado el 5 de marzo de 2022. En: <https://www.eltiempo.com/economia/4-millones-de-jovenes-estan-vinculados-a-emprendimientos-354134>

Cámara de Comercio de Tunja. (2021). Boletín económico covid-19: impacto del desempleo en Tunja trimestre móvil octubre – diciembre del 2020. Recuperado de <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2021/02/IMPACTO-DEL-DESEMPLEO-EN-TUNJA-OCTUBRE-DICIEMBRE-DEL-2020.pdf>

¿Cómo se ha comportado el empleo formal durante el 2020? (2020). Recuperado el 5 de marzo de 2022. En: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/documentos-noticias/empleo-en-colombia-como-se-ha-comportado-el-empleo.aspx>

Concejo Municipal de Tunja. (14 de noviembre de 2019). Acuerdo 030. Por medio del cual se adopta la política pública municipal de juventud de Tunja 2019-2030. https://alcaldiatunja.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldiatunja/content/files/000673/33602_33601_2019_acuerdo_municipal_030_del_14nov2019.PDF

Confecámaras. (2022). 307.679 nuevas empresas se crearon en el país durante 2021, un aumento del 10,6% con respecto a 2020. Recuperado el 25 de abril de 2022, 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-respeto-a-2020>

Congreso de la Republica de Colombia. (30 de diciembre de 1999). Promover la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales. [Ley 550 de 1999]. DO: 43.836.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0550_1999.html

Congreso de la Republica de Colombia. (12 de julio de 2000). Se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. [Ley 590 de 2000]. DO: 44.078.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html

Congreso de la Republica de Colombia. (27 de diciembre de 2002). Se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social. [Ley 789 de 2002]. DO: 45.046.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/13869/Ley%20789%20de%202002.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Congreso de la Republica de Colombia. (2 de agosto de 2004). Modifica la Ley 590 de 2000 sobre desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. [Ley 905 de 2004]. DO: 45.628.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

Congreso de la Republica de Colombia. (27 de enero de 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento. [Ley 1014 de 2006]. DO: 46.164.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Daled accesorios. [@daled.acc_]. (7 de febrero de 2022). ¿Ya tienes tu regalo para el día de San Valentín? [Fotografía]. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/CZsXktrptZy/?igshid=NDA1YzNhOGU=>

Emprende Colombia | Mi Pymes. Recuperado el 23 de abril de 2022, de

<https://www.mipymes.gov.co/programas/emprende-colombia>

- Giraldo López, J. (2019). Los tres factores que aumentan el fracaso de los emprendedores en Colombia. La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/alta-gerencia/los-tres-factores-que-aumentan-el-fracaso-de-los-emprendedores-en-colombia-2846985>
- Global Report 2021/2022 Opportunity Amid Disruption. (2022). Recuperado el 5 de marzo de 2022. En: <https://gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption>
- Herrera Echeverri, H. (2009). Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. En INNOVAR (19ª ed., págs. 19-33).
- iNNpuls Colombia. (2020). Emprendimiento dinámico y Supervivencia Empresarial en Colombia. Obtenido de: https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/Analitica_EmprendimientoDin%C3%A1mico_SupervivenciaEmpresarial_2020.pdf
- Kraus, S., Halbertstadt, J., Niemand, T., Shaw, E. y Syrja, P. (2017). Orientación al Emprendimiento Social: Desarrollo de una Escala de Medición. Recuperado el 25 de febrero de 2022, de https://pure.strath.ac.uk/ws/portalfiles/portal/64978259/Kraus_etal_IJEBR_2017_Social_entrep
- Meal Box. [@mymealencaja]. (9 de septiembre de 2021). Queremos contarte que estamos en rappi ahora, ya puedes encontrarnos en más de tus plataformas favoritas [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CToHzkdoPpF/?igshid=NDA1YzNhOGU=>
- O'Connor, A. (2013). Un marco conceptual para la política de educación para el emprendimiento: Satisfaciendo los propósitos gubernamentales y económicos. *Revista de Negocios Venturing* 28(4), 546-563.

¿Qué es una red de emprendedores? (2018). Recuperado el 15 de marzo de 2022, de <https://redautonomos.es/emprendedores/red-emprendedores>

Rococo diseño alternativo. [@rococoalternativo]. (23 de junio de 2020). Este fue el kit que recibí nuestra ganadora del concurso Papá Mi Héroe [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CBx9DC2gQ_1/?igshid=NDA1YzNhOGU=

Soriano, D. y Huarng, K. (2013). Innovación y emprendimiento en las industrias del conocimiento. Elsevier, (66). Obtenido de https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2327050/mod_resource/content/1/2013/artigos_modulo_2/1-s2.0-S014829631300043X-main.pdf

The failure institute. (2015). ¿Por qué los negocios fracasan en Colombia? Obtenido de <https://thefailureinstitute.com/wp-content/uploads/2015/11/Fracaso-emprendimiento-Colobia.pdf>

Toca Torres, C. (2011). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos escenarios y posibilidades. En Estudios gerenciales (26ª ed.). Repositorio ICESI.

Uribe Macías, M. (2017). El emprendimiento: algunas reflexiones desde un enfoque de revisión. Recuperado el 26 de abril de 2022, de Doi:10.21676/23897848.2436

Urna de Cristal. (2018). Este es el espacio de emprendimiento para los jóvenes. Recuperado el 23 de abril de 2022, de <https://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/este-es-espacio-de-emprendimiento-j-venes#:~:text='Colombia%20Joven%20Emprende'%20permite%20la,y%20oportunidades%2C%20para%20los%20emprendedores.>