Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que "los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables."

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca
Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Evaluación del Impacto Económico del Programa "Mas Ideas Más Empresas" de la Cámara de Comercio De Bucaramanga

Diana Liceth Sepúlveda López, Yesenia Andrea Bayona Pedrozo

Trabajo de Grado para optar al título de Ingeniero Industrial

Director:
Manuel Márquez Díaz
Ingeniero Industrial

Universidad Santo Tomás de Bucaramanga
División de Ingenierías y Arquitectura
Facultad de Ingeniería Industrial
Bucaramanga
2017

TABLA DE CONTENIDO

Introducción 9

1. Título: Evaluación del impacto económico del programa "más ideas más empresas" de la cámara de comercio de Bucaramanga.....10
1.1 Planteamiento del Problema 10
1.1.1 Antecedentes: 10
1.1.2 El emprendimiento en Latinoamérica: 13
1.1.3 El emprendimiento en Colombia: 17
1.2 Justificación 20
1.3 Objetivos 21
1.3.1 Objetivo general: 21
1.3.2 Objetivos específicos: 22
1.4 Alcance 22

2. Marco Referencial.....24
2.1 Marco Conceptual 24
2.2 Marco Teórico 28
2.2.1 Programa + ideas +empresas: 29
2.3 Marco Histórico 33
2.4 Marco Legal 34

3. Estado del Arte.....38
3.1 GEM 38
3.2 Bogotá Emprende 39
3.3 Programa De Emprendimiento E Innovación 42
3.4 Cámara de Comercio de Bucaramanga 43

4. Diseño Metodológico.....45
4.1 Tipo de Investigación 46
4.2 Técnicas de Recolección de Información 47
4.2.1 Encuesta 47

5. Fase 1: Emprendimiento: El Motor de Desarrollo en Colombia.....50
5.1 Sobre el Empleo y la Ocupación 51
5.2 ¿Qué Es El Emprendimiento? 53
5.2.1 Concepto: 53
5.2.2 Antecedentes: 56
5.3 Acerca de la Competitividad y el Emprendimiento en Colombia 57
5.3.1 Herencia de la Apertura Económica 1990: 57

5.3.2 Diagnóstico de competitividad para Colombia: 59
5.3.3 Colombia 2020: 63

6. Fase 2: Planteamiento General del Programa "+ Ideas + Empresas……...66
6.1 Segmentación de la Muestra 66
6.1.1 Análisis de la Muestra y Selección:..... 67
6.1.1.1 Muestreo No Probabilístico: 68
6.2 Diagnóstico General del Programa 69
6.2.1 Marco Conceptual: 70
6.2.2 Empleo y Competitividad:..... 71
6.3 Marco de Referencia para el Programa + Ideas + Empresas..... 73
6.3.1 Objetivos:..... 74
6.3.2 Factores para el análisis del resultado del programa: 74
6.3.3 Variables a estimar: 75
6.3.4 Condiciones y Expectativas:..... 76
6.4 Análisis del Programa + ideas + empresas..... 76
6.4.1 Análisis cuantitativo (empleo y competitividad):..... 77
6.4.1.1 Modelo Estadísticos (Empleo y Competitividad):..... 79
6.4.2 Resultados Generales del Programa: 83
6.4.2.1 Análisis de resultados: 88

7. Fase 3: Estudio de Caso……...90
7.1 Análisis de Caso..... 90
7.1.1Antecedentes:..... 90
7.2 Ejecución y Resultados del Programa + ideas + empresas 91
7.3 Aplicación del Modelo Estadístico de Valoración de Empresas..... 97
7.4 Diagnóstico (Finanzas Corporativas – Expectativas)..... 99
7.4.1 EBITDA: 100
7.4.2 EVA:..... 102
7.5 Propuesta de Valor..... 104

Conclusiones……105
Recomendaciones……...107
Referencias bibliográficas……108
Apéndices……..110

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estrategia para Talleres de Fortalecimiento 31
Tabla 2. Ficha Técnica de Muestreo 48
Tabla 3. Ranking de Países Latinoamericanos para Competitividad 70
Tabla 4. Programa para la Superación de la Pobreza 72
Tabla 5. Estadísticas de la regresión 85
Tabla 6. Estrato familia y No Empresas 86
Tabla 7. Nivel de formación en empresas 87
Tabla 8. Empleos directos e indirectos en empresas 87
Tabla 9. Variables de regresión 98
Tabla 10. Costeo Total 101
Tabla 11. Indicadores financieros 103

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ruta del programa +ideas +empresas, Cámara de Comercio, 2014..... 29
Figura 2. Participación Sectorial, Cámara de Comercio de Bucaramanga (2014) 44
Figura 3. Fases de la Metodología 45
Figura 4. Distribución acerca del emprendimiento. 64
Figura 5. Comportamiento del PIB 2001 – 2011, DPN..... 71
Figura 6. Evolución de la integración TIC's, DANE 80
Figura 7. Evolución de la Integración TIC's por sectores, DANE..... 81
Figura 8. Comportamiento del Desempleo serie mensual, DANE 82
Figura 9. EBITDA Y Margen EBITDA. 101

LISTA DE APÉNDICES

Apéndice A. Cálculo de la población 110
Apéndice B. Cálculo de la muestra poblacional 111
Apéndice C. Cuestionario de encuesta 112
Apéndice D. Análisis de Varianza 119
Apéndice E. Gráficos Residuales 119
Apéndice F. Curvas de Regresión 121
Apéndice G. Gráfico de Probabilidad 122

Resumen

El presente proyecto de grado tiene como objetivo analizar si existe una relación directa entre la generación de empleo y los resultados del programa de "+ideas + emprendimiento", ejecutado por la cámara de comercio en la ciudad de Bucaramanga para empresas de la ciudad hasta el año 2014. En ese sentido, se demostró conceptualmente la existencia de la relación entre, la generación de estrategias orientadas a la competitividad como factor clave para el impacto económico al desempleo, esto se evidencia en dos aspectos: el primero obedece al comportamiento macroeconómico de la región respecto a su relación con la competitividad, y en segundo lugar al poder describir e identificar los factores claves que generar crecimiento a una empresa y establecer el valor de estos factores para el desarrollo de una metodología de valoración económica.

Palabras claves: emprendimiento, competitividad, empresas, estrategias.

Abstract

The present degree project aims to analyze if there is a direct relationship between the generation of employment and the results of the "ideas + entrepreneurship" program, executed by the Chamber of Commerce in the city of Bucaramanga for companies in the city until the year 2014. In that sense, the existence of the relationship between the generation of competitiveness-oriented strategies as a key factor for the economic impact of unemployment was demonstrated conceptually, this is evidenced in two aspects: the first is due to the macroeconomic behavior of the region in relation, to Its relationship with competitiveness, and secondly to be able to describe and identify the key factors that generate growth for a company and establish the value of these factors for the development of an economic valuation methodology.

Keywords: Entrepreneurship, competitiveness, companies, strategies.

Introducción

Cuando se piensa acerca de la competitividad como un elemento integrador del desarrollo económico de una región o un país, resulta un poco difícil de discernir, pero si se preguntara por como la competitividad funciona desde este carácter, la pregunta resulta mucho más compleja en su naturaleza, puesto que innumerables variables se presentan, y, este concepto que aparentemente es obvio para explicar el desarrollo económico, aparece a este momento con complejidad para comprender como funciona. Para tal fin, de inmediato es fácil asociar a este elemento, conceptos tales como empleo, ocupación, emprendimiento, y otros más. Así mismo, articularlos parece una tarea titánica, por tanto, a partir de estas consideraciones y estas preguntas planteadas por el equipo de trabajo, resultó ser la motivación para emprender una tarea investigar cómo funciona. Por tal razón, el lector podrá en el transcurso de este trabajo, plantearse las mismas preguntas que el equipo investigador se realizó y procurar tener más información acerca de ellas que le permitan responderlas. Este trabajo resulta ser la primera fase de una incansable tarea por comprender las vicisitudes que encierra la administración, la política económica y muchos más temas.

El presente documento consta de tres fases, en los cuales el lector podrá navegar desde una presentación, encontrando elementos conceptuales cruciales para comprender lo antes descrito, el análisis de programas encaminados al desarrollo exclusivo de condiciones favorables para la competitividad y finalmente una extrapolación a través de un análisis particular de caso, donde se plantea y se recogen todos los elementos presentados en el trascurso de este libro. Cabe resaltar que el lector podrá tener la certeza que el equipo investigador ha procurado presentar la información, de forma tal que sea de fácil análisis para facilitar la presentación y comprensión de la misma, abriendo las puestas a cualquier perfil de lector, más allá de ciertas competencias académicas.

1. Título: Evaluación del impacto económico del programa “más ideas más empresas” de la cámara de comercio de Bucaramanga

1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1 Antecedentes: La visión de crecimiento, desarrollo y progreso, es sin lugar a dudas una de las metas más importantes que toda comunidad desea alcanzar. Establecer políticas que faciliten el abastecimiento de productos de primera necesidad y algunos que son propios del lujo y la ostensión además de proveer de herramientas para los habitantes que les permita consumirlas, es la tarea fundamental del organismo estatal en términos de económicos. Pero pensar en ello implica la cuestión acerca, de ¿cómo se podrá hacer realidad?, responder a la pregunta no es para nada sencillo. Ya que sería necesario analizar innumerables elementos y variables que son inherentes al comportamiento de la sociedad y de la economía, ampliando un escenario de incertidumbre y alta especulación. Pero no todo es adverso a ciertas ambiciones. Durante los últimos dos siglos, los autores en las ciencias económicas han procurado revelar este misterio, encontrando algunas respuestas que se aproximan a tan anhelado sueño del crecimiento y desarrollo económico. Para tal caso la gran mayoría de los autores revelan que el elemento clave del desarrollo se encuentra en la intervención del Estado, durante décadas se pudo comprobar que el mercado y la economía no es perfecta y por tal motivo no es autorregulada, al contario la intervención del estado acelera o frena el crecimiento económico, de acuerdo a las expectativas que se tengan. Uno de los principales referentes en notar el papel trascendental del Estado fue Jhon Manyard Keynes, el cual en desarrolla la tesis en su libro “La teoría General de la Ocupación, el interés y el Dinero”, afirmando que el crecimiento de la economía subyace, en tanto se fomente y fortalezca la capacidad de ocupación, y empleo efectivo en la nación. Este será el principal

elemento evaluar ciertas políticas públicas en términos de la efectividad para la generación de empleo en la región

Sin embargo para analizar el empleo y algunas de sus implicaciones el presente proyecto se focalizará en a partir del concepto de emprendimiento como motor del crecimiento de la economía para las regiones, por tanto, el análisis que realiza Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) es sumamente importante ya que, profundiza sobre este concepto y analiza cada una de las particularidades que fortalecen el emprendimiento como elemento integrador de ideas y desarrollo de mejores condiciones para la economía. De igual forma este concepto de emprendimiento naciente para inicios del siglo XIX, resulta un poco fuera de contexto para el análisis del comportamiento de las condiciones económicas de la región. Por tanto las consideraciones aportadas por Michael Porter, en pro de la estrategia para la competitividad como el principal elemento para la generación de valor agregado, es crucial para entender el diseño de políticas públicas orientadas al emprendimiento.

En los últimos años, el término "Emprendimiento" ha tenido una interesante acogida en el mundo empresarial. En ese sentido algunos expertos consideran, que finalmente se han podido deducir políticas públicas que permitan luchar contra la pobreza y la necesidad de la generación de empleo a través de la empresa privada. De acuerdo al Profesor Rafael Vesga, en las últimas décadas ha ocurrido una transformación básica en la economía mundial, que ha pasado desde el capitalismo administrativo al capitalismo emprendedor donde la noción de emprendimiento ocupa un lugar central como motor del desarrollo económico. [1]

En ese orden de ideas, según el pensamiento económico clásico, la economía actual se originó a comienzos del siglo XVIII en Francia con los fisiócratas, cuyo autor más representativo fue Richard Cantillón (1680-1734), que introduce por primera vez el concepto moderno de

entrepreneur, definiendo “emprendedores”, como aquellos que reciben ganancias variables e inciertas (Rodríguez, 2009, 4). En el año 1986, se empezó a relacionar el concepto de empresario al de innovador ya que las empresas que crean nuevos productos y procesos son llamadas innovadoras debido a que crean un valor agregado que las hace diferentes. En ese mismo año, Peter Drucker analizando al empresario innovador y basándose en la teoría económica y social que expresa el término, lo consideró como algo normal y saludable y que cree que la tarea más importante de la sociedad y de la economía es hacer algo diferente [2]

Al respecto conviene decir, que se encuentra cierta aproximación con los conceptos del autor Fernando Trías de Bes, quien precisa en su libro *El libro negro del Emprendedor* (2007) que “el verdadero emprendedor es aquel a quien lo incierto procura un especial placer” y “el empresario es la persona que se mueve en un mundo incierto para que los que trabajan para él crean que ese mundo es seguro” [3]. De estas afirmaciones se desprende que el término Emprendimiento es retomado desde tiempo atrás, lo que importa observar es que a través de la historia el hombre se ha encaminado a enfrentar las adversidades, y para ello ha requerido de ciertas habilidades individuales para garantizar el éxito, y la más importante de estas, ha sido su aspiración de crear cosas nuevas y mejorar sus condiciones de vida, precisamente las labores de emprendimiento son las que impulsan la innovación y el desarrollo económico, de ahí la importancia de conocer y ahondar en las actividades emprendedoras del país y de esta forma llegar a generar dinámicas para promover el crecimiento y el desarrollo de una región.

Dado lo anterior, los programas de emprendimiento tienen el potencial de incentivar e impulsar la creación de nuevas empresas, de esta forma se generan oportunidades para el desarrollo empresarial, consolidando una dinámica económica que tiene la capacidad de mejorar las condiciones de vida, y favorecer los niveles de innovación y emprendimiento en determinado

territorio. Lo cierto es que los programas de emprendimiento son instrumentos esenciales para el crecimiento y el desarrollo de un país, de ahí la importancia de estudiar las características y los factores, que contribuyen al éxito de los programas de emprendimiento.

1.1.2 El emprendimiento en Latinoamérica: En Latinoamérica, en cuanto a programas de emprendimiento se destacan tres países, Brasil, Chile y Argentina. En el caso de Brasil la promoción de nuevas empresas innovadoras, la institución con mayor protagonismo es la Financiadora de Estudios y Proyectos (FINEP), quien depende del Ministerio de Ciencia y Tecnología. FINEP, ha adoptado a fines de los noventa el liderazgo de las políticas de fomento al desarrollo emprendedor dinámico e innovador a partir de una serie de fondos y programas. Algunos de sus programas más destacados son INOVAR y, más recientemente, aunque con corta vida, Primeira Empresa Inovadora (PRIME) [4].

El Programa INOVAR es una iniciativa conjunta de FINEP y el FOMIN- BID, lanzada en 2000, con el objetivo de crear y fortalecer la industria del capital de riesgo en el país. A tal fin cuenta con dos subprogramas principales, cada uno de ellos dirigido a una población objetivo diferente: INOVAR fundos e INOVAR fórum. El primero de ellos consiste en un Fondo para la constitución de nuevos fondos de capital de riesgo destinado a financiar nuevas empresas de base tecnológica y así fortalecer el lado de la oferta de financiamiento. El monto total de presupuesto de este programa es de 16 millones de dólares, aportados en un 77% por FINEP y el 23% restante por FOMIN- BID. En total, a través de su apoyo, INOVAR ha promovido la generación de 24 Fondos que terminaron invirtiendo en cerca de 100 empresas, la mitad de ellas micro y pequeñas. En cuanto a su composición sectorial, las inversiones de los Fondos creados por INNOVAR

tendieron a concentrarse en el sector de Electrónica e Informática (28%), seguido por Agronegocios (10%) y Farmacia, Medicina y Estética (8%) [4].

El segundo de los subprogramas de INOVAR (INOVAR forum) apunta a trabajar sobre el lado de la demanda de fondos (los emprendimientos) y, en particular, a la vinculación entre éstas y la oferta de financiamiento. Este Programa apunta a seleccionar, formar y entrenar a los emprendedores que lideran los proyectos innovadores para presentar sus propuestas y recibir aportes de capital (tanto de fondos como de ángeles). Este programa está orientado a empresas de los sectores de TICs, salud, biotecnología, química, energía, medioambiente, maquinaria y equipamiento y automatización. El rol de FINEP en este caso es seleccionar y capacitar a los emprendedores [4]. En resumen, Brasil ha venido implementando políticas y estrategias para fomentar dinámicas de emprendimiento e innovación, con el fin de impulsar la generación de nuevas empresas y desarrollar labores institucionales para el crecimiento empresarial dentro del país. Por otra lado, Chile ha implementado varias iniciativas públicas y privadas a fin de promover la creación de nuevas empresas, entre estas se destacan la creación de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) a través de su agencia Innova Chile, es la institución mediante la cual ejecuta las políticas en el ámbito del emprendimiento y la innovación.

Con el propósito de incrementar el flujo de proyectos y fortalecer las habilidades empresariales de los emprendedores, en 2002 se lanzó el programa Operación de Incubadoras de Negocios que subsidia la creación y operación de incubadoras. El apoyo que se les brindaba consistía en un subsidio no reembolsable de US$ 470.000 anual por proyecto con un tope máximo de hasta 75% del costo total del proyecto. Este monto de dinero cubría actividades referidas a la gestión y operación, capacitación del personal, plan comunicacional y de difusión, mejoras en las metodologías, entre otras actividades. En adición, las beneficiarias debían cofinanciar al menos el

25% del costo del proyecto mediante aportes en dinero. Durante el período 2003 - 2008, este programa asignó U$S 11 millones para distintas incubadoras [4].

El segundo tipo de iniciativas llevadas adelante por CORFO se relaciona con la provisión de Capital Semilla para nuevas empresas innovadoras. Este Programa se lanzó a inicios de la década de 2000 pero hasta 2005 no había arrojado resultados. A partir de los aprendizajes obtenidos en esta primera etapa, CORFO ajustó su diseño y lo relanzó en 2007. Los beneficiarios del programa debían ser empresas de menos de dos años de edad, presentados y preseleccionados por incubadoras de negocios. Este instrumento constaba de dos líneas: pre-inversión y puesta en marcha. En la línea de pre-inversión se proporcionaba un total de U$S 10.000 para que, en un período de 5 a 7 meses, se lleve a cabo el estudio de mercado pertinente de manera de generar un prototipo. En esta ocasión, la incubadora debía poner U$S 2.000. En caso de que el estudio saliera bien, se postulaba el proyecto para la siguiente etapa. En dicha fase se le proporcionaba otro monto de U$S 70.000 para el proceso de desarrollo y comercialización que se extendía entre 12 a 18 meses [4]. En ese sentido se evidencia que la apuesta de Chile en el tema de emprendimiento, se basa en la financiación de los proyectos que tenga la capacidad de incursionar y posicionarse en el mercado, básicamente es un apoyo financiero para el desenvolviendo y el crecimiento de modelos de negocios que apuestan a la innovación.

El tercer caso en Latinoamérica de emprendimiento que se destaca es que se ha llevado a cabo en Buenos Aires, Argentina. En el año 2008, con el propósito de crear y aumentar el número de empresas competitivas y con potencial innovador, la Subsecretaria de Desarrollo Económico (SSDE) del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires lanzó el Programa Buenos Aires Emprende (BAE). Este esfuerzo venía a capitalizar las experiencias previas que, aunque de forma intermitente y descoordinada, el Gobierno de la Ciudad venía desarrollando desde finales de la década del 90.

En la fundamentación del programa se identifican algunos factores que inciden sobre el proceso emprendedor, tales como el bajo nivel de capacitación de los emprendedores, las limitaciones del sistema educativo en la formación de vocaciones y competencias emprendedoras y la escasa difusión de la cultura emprendedora. Asimismo, se reconoce como factores relevantes que afectan el proceso de creación de empresas en la Ciudad de Buenos Aires la falta de información acerca de las características de los mercados, las deficiencias en el funcionamiento de los mercados financieros y las debilidades de las redes institucionales de apoyo a los nuevos emprendimientos. No obstante ello, se destacan las potencialidades de la ciudad para el surgimiento de emprendedores asociadas al perfil laboral y educativo de sus habitantes así como a su ambiente cultural y socio- económico [4].

El BAE cuenta con dos líneas de financiamiento, organizadas según el grado de avance del proyecto: a) Idea- Proyecto y b) Emprendimiento en Marcha. En la línea de Idea- Proyecto se pueden presentar proyectos de empresas que aún no tengan facturación y que cuenten con un primer producto, servicio o prototipo en etapa de validación comercial. En esta línea el monto máximo del ANR otorgado por el BAE es de aproximadamente U$S 11.000. En la categoría Emprendimiento en Marcha, por su parte, se evalúan empresas de reciente creación (menos de 2 años de creación) que ya estén en el mercado y que busquen mejorar un producto o servicio existente, posicionarse en el mercado o desarrollar nuevos productos y/o servicios. El monto total del ANR en esta línea es de aproximadamente U$S 21.000. Si bien los montos de los ANR dependen de la etapa del proyecto (línea de financiamiento) el porcentaje de cofinanciación es siempre el mismo. El ANR no deberá superar en ningún caso el 40% del valor del proyecto [4].

1.1.3 El emprendimiento en Colombia: En Colombia, el término "emprendimiento", empezó a tomar fuerza a partir del periodo presidencial 2002-2010 del Doctor Álvaro Uribe Vélez, en los Planes Nacionales de Desarrollo (PND) "Hacia un Estado Comunitario", (2002-2006) "Estado comunitario: desarrollo para todos" (2006-2010), y en el PND 2010-2014 "Prosperidad para Todos" del presidente Juan Manuel Santos se reflejan las intencionalidades y políticas sociales para la disminución de la pobreza extrema a través de Política de Generación de Ingresos (PGI) con enfoque en formación para el trabajo y desarrollo de emprendimiento empresarial como políticas sociales de corte transversal para el cumplimiento de esta meta [5].

Para dar cumplimiento a lo anterior, el gobierno colombiano ha establecido una serie de políticas dentro de las cuales se han diseñado programas, que tienen como objetivo capacitar a las personas emprendedoras en el desarrollo de sus planes de negocio, ofrecer asesorías para la puesta en marcha de sus compañías y llevar un registro de la actividad emprendedora del país. Entre los programas más importantes se destacan el programa Jóvenes con Empresa creado en el 2002 por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Fondo de Desarrollo Empresarial de la Fundación Corona, y el Global Entreperneuship Monitor (GEM) que es la red mundial de monitoreo a la actividad emprendedora más grande del mundo, donde participan más de 100 universidades e instituciones de todo el planeta [2].

En ese sentido el informe GEM del 2013, muestra cifras significativas respecto a los factores que definen a los empresarios potenciales en Colombia, observando una tendencia decreciente tanto en percepción de oportunidades como en la percepción de capacidades, y un crecimiento en el temor al fracaso con un 31.8% de la población, estimando que el desarrollo de las competencias empresariales es fundamental, en efecto las capacidades y habilidades para crear y gestionar una nueva empresa, crecen a medida que aumenta el nivel educativo [6].

En sintonía con lo anterior, el Foro Económico Mundial destaca el emprendimiento en Colombia, como uno de los países en donde más impacto tiene la creación de negocios propios, al considerar que Colombia y Chile son los países en donde el emprendimiento puede tener un mayor impacto positivo en la economía, por la cantidad de personas que participan en estas actividades, las expectativas de estos negocios y la innovación en los bienes y servicios que ofrecen [7].

1.1.4 Programas de apoyo al emprendimiento: En Colombia se han creado organizaciones y programas que tienen dentro de su misión el fomento del emprendimiento en el país o en las regiones. Si bien se han alcanzado logros significativos en esta materia, los esfuerzos institucionales en la gran mayoría de los casos continúan siendo aislados. Con el fin de articular la oferta institucional para el apoyo a la creación de empresas, la Ley 1014 de 2006, de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objetivos principales establecer instancias de coordinación entre los diferentes actores involucrados en el fomento del emprendimiento en el país. De esta forma, la Ley establece la creación de una Red Nacional para el Emprendimiento y de Redes Regionales para el Emprendimiento, responsables de: (i) definir las políticas y directrices que en esta materia se implementen en el país y en los departamentos y (ii) desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos [8].

En esas circunstancias en Santander nace el programa "+ ideas + empresas" desarrollado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga con el apoyo del SENA Regional Santander, la Gobernación de Santander y la Red de Emprendimiento de Santander, trazando una estrategia de orientación y fortalecimiento empresarial dirigida a quienes quieren empezar (emprendedores) y a aquellos empresarios que ya han adquirido experiencia y conocimiento. Lo anterior surge debido

a la preocupación generada por el hecho de que para el año 2011, de las 9.671 empresas constituidas, en la cámara de comercio, únicamente 3.568 se encontraban funcionando, es decir que al cabo de 6 años se contaba con un índice de deserción del 63.1% [9].

Dentro de este contexto cabe señalar al respecto, lo mencionado por Trías de Bes, dicho autor afirmar que el 90 por ciento de los emprendedores fracasan antes de cuatro años, solo en España se disuelve cada año cerca de diez mil sociedades mercantiles. En ese sentido, no basta con la creación de empresa, lo primordial reside en la consolidación, el posicionamiento y la supervivencia en el mercado.

En ese orden de ideas, la Cámara de Comercio de Bucaramanga en su programa "+ ideas + empresas" entre sus logros alcanzados a 2014, ha sensibilizado a 4.485 Emprendedores y nuevos empresarios, y ha evaluado en su potencial de gestión cerca de 1206 ideas de negocio emprendedores y/o empresarios que han acudido con una idea empresarial con potencial [9]. En ese sentido, el programa ha enfocado sus esfuerzos en promover la creación de ideas innovadoras y la puesta en marcha de empresas con alto potencial de crecimiento y permanencia en el mercado bajo un esquema diseñado paso a paso que se estipula en la Ruta de acompañamiento.

En concordancia el programa ha logrado el resultado planteado inicialmente, en donde se esperaba la participación en 4 años de una población aproximada de 700 empresarios, superando esta cifra con 920 empresarios, de los cuales han podido formalizar y poner en marcha su proyecto empresarial. No obstante no es posible precisar con un alto nivel de certeza el impacto general en términos económicos de este programa en la región, debido a que este programa hace énfasis en los aspectos generales de mercadeo, y por tal razón, este aspecto no puede generalizar el comportamiento de una economía regional como la santandereana, sin recurrir a desprestigiar o

desmeritar la importancia del mercadeo en el análisis económico. Dado ello se pretende conocer el estado de maduración de los negocios, la percepción e influencia del programa en la consolidación de sus modelos de negocio y consecutivamente, obtener información para formular programas de fortalecimiento empresarial que permitan brindar una herramienta que garantice el crecimiento del empresario y su permanencia en el tiempo.

Con base a todo lo dicho anteriormente expuesto, surge la necesidad presentar las siguientes inquietudes: ¿Cuál ha sido el impacto económico en materia de mercadeo (competitividad) en la región, del Programa + ideas + empresas, durante el desarrollo de la idea de negocio y la puesta en marcha del mismo? En ese mismo contexto se interroga por ¿Cuáles han sido los factores de éxito de aquellos participantes del programa, y cómo ha sido el desempeño y crecimiento de sus ideas de negocio? Según ellas se podrá llegar a conocer las características claves del programa de emprendimiento, desarrollado por la cámara de Comercio de Bucaramanga.

De igual modo es necesario registrar por lo menos un caso de éxito y/o de fracaso, que permita exponer los factores que han llevado cabo para alcanzar dicho éxito o, en caso contrario las dificultades que atraviesan sus labores de emprendimiento.

1.2 Justificación

Los programas de emprendimiento surgen como una herramienta estratégica para fomentar el espíritu emprendedor. En base a la preocupante cifra obtenida de la tasa de deserción de las empresas creadas en Santander, la Cámara de Comercio de Bucaramanga diseñó el primer programa regional de acompañamiento para beneficiar a santandereanos que decidieron de su proyecto de vida, crear empresa, apuntado a la participación activa del emprendedor/empresario para desarrollar empresas sólidas y competitivas.

Teniendo en cuenta la importancia de medir, el programa +ideas +empresas, busca conocer los factores y características claves del programa en su objetivo de impulsar el desarrollo y el emprendimiento en la región, con el fin de conocer aspectos generales que permitan diseñar mecanismos y políticas para fortalecer la generación de valor y la creación de empresas en la región.

Pero se reconoce que la principal dificultad a la que se enfrentan los futuros empresarios, es a que no saben ¿Cómo emprender?, dado que los elementos que encierran este elemento son un poco más complejo, de lo que simple vista puede parecer. Un ejemplo de ello es considerar que el emprendimiento se basa en la constitución de empresa o negocio, y que por ello se es un empresario, no hay nada más alejado de esta realidad y prueba de ello lo afirma, Trías de Bes, quien manifiesta en su libro que "animar a emprender a personas que no están preparadas no es fomentar el espíritu emprendedor, es un ejercicio de irresponsabilidad", en ese contexto, el desconocer todos los aspectos que el concepto de empresario encierra, no solo refleja un grado de ignorancia al respecto, sino una garantía hacia el fracaso, en este orden de ideas el presente trabajo tiene como consideraciones analizar el impacto de la competitividad, además de relacionarlo sobre los aspectos que pueden garantizar un mayor probabilidad para una idea de negocio o empresa.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general: Analizar si existe una relación directa entre la generación de empleo y los resultados del programa "+ideas + emprendimiento", ejecutado por la cámara de comercio en la ciudad de Bucaramanga para empresas de la ciudad hasta el año 2014.

1.3.2 Objetivos específicos:

- ✓ Realizar una revisión conceptual que permita determinar los factores claves para establecer una relación entre la generación de empleo y la implementación de programas de fomento empresarial, para reconocer los aspectos básicos y la estructura teórica del programa
- ✓ Plantear los factores en términos de generación de empleo que han permitido la consolidación de empresa en el programa "+ ideas + empresas" al año 2014, mediante la comparación de competitividad y desempleo, y de esta forma dar a conocer las características claves del programa de emprendimiento
- ✓ Desarrollar un análisis de correlación de factores para precisar un diagnóstico del programa, y un análisis sectorial, que permita describir los cambios positivos y/o negativos respecto de la aplicación del programa de "+ ideas, + Empresas" ejecutado por la cámara de comercio de la ciudad de Bucaramanga
- ✓ Realizar 1 (un) estudio de caso pedagógico, en dónde se documente los principales resultados personales y empresariales, y de esta manera evidenciar los efectos del programa "+ ideas + empresas" en correlación con la exposición a riesgos de liquidez.

1.4 Alcance

El presente trabajo constará de tres ejes temáticos, el primero de ellos realizará un análisis y construcción conceptual, alrededor del concepto de emprendimiento y crecimiento económico (focalizando sobre el impacto en la generación del empleo), para tal caso se fundamentará en la revisión teórica realizada por algunos economistas que analizaron y concibieron la idea de la competitividad como parte del plan de progreso para el desarrollo y económico de un territorio,

En segundo lugar o segundo eje, se realizará un diagnóstico de las empresas participantes del programa y activas en la actualidad, las cuales culminaron el Componente 1 del programa, desarrollando la Ruta de acompañamiento de "+ideas +empresas", para lo cual, se depurará la Base de Datos mediante la consulta individual en el RUES (Registro Único Empresarial y Social), y, se realizará una correlación de factores para reducir la brecha del análisis, por el predominio existente de variables cualitativas. De allí se integrarán los conceptos de empleo, emprendimiento e innovación, los cuales fueron propuestos tanto en los antecedentes como en la justificación. El objetivo de ello será estudiar los posibles impactos de la aplicabilidad de estos programas a la generación de empleo de la ciudad de Bucaramanga, una vez en marcha. Después, se realizará un taller empleando un sistema de muestreo por conveniencia a los participantes del programa de la cámara de comercio de Bucaramanga, este sistema permitirá recabar la información necesaria para obtención de datos cuantitativos, los cuales se pretenden analizar para dar cumplimiento a los objetivos generales y específicos propuestos en el anterior numeral. Finalmente el tercer eje temático constará de un análisis a profundidad sobre el impacto de las políticas del programa "+ideas más empresas en la generación" en la finanzas y la generación de valor a nivel de empresa para al menos un (1) caso. En tal evento se tomará una empresa y se generará un cuadro diagnostico que permita evidenciar con mayor notoriedad el impacto de estas políticas y prácticas orientadas a promover competitividad en las empresas de la región santandereana.

De acuerdo con lo anterior, se desarrolla un análisis del programa de forma integral, con el fin de validar el cumplimiento de los objetivos planteados para "+ideas +empresas" resumidos en:

- ✓ Generación de Empleo
- ✓ Aumentar la tasa de permanencia
- ✓ Brindar herramientas gerenciales
- ✓ Acompañamiento en la construcción del modelo de negocios.

2. Marco Referencial

2.1 Marco Conceptual

a) **Pleno Empleo**: es un concepto económico que hace referencia a la situación en la cual todos los ciudadanos en edad laboral productiva —población activa—, y que desean hacerlo, tienen trabajo. En otras palabras, es aquella situación en la que la demanda de trabajo es igual a la oferta, al nivel dado de los salarios reales

b) **Emprendedor**. aquel individuo con un amplio olfato, capaz de percibir y detectar las oportunidades; sin importar la adversidad, las limitaciones sociales e incluso la disponibilidad de recursos económicos

c) **Apertura de empresa:** se refiere a los procedimientos requeridos para incorporar y registrar la nueva firma antes que puedan iniciarse operaciones legalmente [9].

d) **Capital de riesgo:** es el capital destinado a financiar el crecimiento, expansión y desarrollo de una empresa, desde el comienzo de operaciones hasta que el producto o servicio logre penetrar en el mercado y comience su etapa de expansión.

e) **Capital semilla:** capital orientado a financiar la primera etapa de un negocio, es utilizado para investigar, probar y desarrollar un concepto inicial. Inversión antes que haya un producto o compañía real organizada. Primera ronda de capital para un negocio que apenas arranca. El capital semilla usualmente toma la forma de un préstamo o una inversión en acciones preferenciales o bonos convertibles, aunque a veces se hace en acciones ordinarias. El capital semilla provee a las compañías nuevas los recursos necesarios para su desarrollo y crecimiento inicial. Este tipo de inversiones tienen un alto nivel de riesgo debido a que no existe un historial que evidencie el desempeño de la compañía, ni un

producto o servicio probado, no existe tampoco un flujo de fondos. La tasa de mortalidad de este tipo de proyectos es elevada.

f) **Inversionista Ángel:** persona con cierto grado de experiencia en el mundo de los negocios que está interesada en identificar, para invertir, iniciativas empresariales que a su parecer representan un buen negocio. Aporta capital, experiencia en gestión, redes de contacto, manejo financiero, entre otros, a empresas en etapa de creación o crecimiento

g) **Cierre de empresa:** se refiere a los procedimientos requeridos para concluir obligatoria o voluntariamente las operaciones y existencia jurídica de una empresa.

h) **Emprendedor:** Es 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.

i) **Emprendimiento:** 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.

j) **Emprendimiento dinámico:** emprendimientos basados en un alto grado de diferenciación e incluso de innovación y en una clara voluntad de acumulación (muy por encima de la media de su sector) como para al menos convertirse en una mediana empresa.

k) **Formación para el emprendimiento**. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y

competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

l) **Planes de Negocios.** Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

m) **Mipyme (Micro, Pequeña y Mediana Empresa):** toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

- **Microempresa:** se considera microempresa cuando:

  - Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores

  - Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

- **Pequeña empresa:** se considera pequeña empresa cuando:

  - Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.

  - Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

- **Mediana empresa:** se considera mediana empresa cuando:

  - Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.

  - Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

n) **Red Nacional de Emprendimiento:** De acuerdo con lo señalado en el marco institucional y lo establecido en La Ley 1014 de 2006, la Red Nacional de Emprendimiento, tiene por objeto:

- Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.
- Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.
- Conformar mesas de trabajo.
- Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país.
- Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.

o) Redes Regionales de Emprendimiento: De acuerdo con lo establecido en La Ley 1014 de 2006, las redes regionales tienen por objeto:

- Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento dentro del territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita
- Formular un plan estratégico para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento
- Conformar mesas de trabajo
- Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita

p) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita. [9]

q) **Tasa de Actividad Empresarial (TEA):** índice calculado por el GEM que mide el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años que están iniciando un nuevo negocio o empresa, tal como el autoempleo, la creación de una nueva empresa o la expansión de un negocio existente [6].

r) **Unidad de emprendimiento:** es un centro o programa de atención en donde se capacita y asesora a emprendedores durante los procesos de creación y consolidación de empresas. Estos centros o programas son ambientes de aprendizaje encargados de fomentar el desarrollo de la cultura del emprendimiento. En Colombia se han desarrollado al interior de organizaciones tales como instituciones de educación superior y el SENA.

s) **Factores Clave de Éxito y/o Fracaso:** Factores que favorecen y/o dificultan la actividad empresarial.

2.2 Marco Teórico

Un referente muy importante a tener en cuenta sobre las virtudes y la necesidad por integrar más activamente el concepto de emprendimiento se encuentra en los autores como SCHUMPETER y PORTER, los cuales hacen especial referencia sobre el emprendimiento como generador del crecimiento económico de una región. Entiendo con ciertas limitaciones que el progreso nace y se desarrolla a partir de la generación de ideas. Por tal motivo los textos escogidos para fundamentar las consideraciones sobre el emprendimiento serán: “Estrategia competitiva y el Emprendedor Shumpiteriano, estos conceptos se integrarán a la visión de desarrollo se planea sobre el programa de la cámara de comercio de la ciudad de Bucaramanga (+Ideas + Empresas). Con ello permitirá obtener condiciones propicias para el análisis de esta información y concluir si existe una relación directa entre la ejecución de este programa y una efectiva generación de empleo en la ciudad de Bucaramanga.

2.2.1 Programa + ideas +empresas: El programa +ideas +empresas es una iniciativa gestada e impulsada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el SENA y la Gobernación de Santander, en la cual se tiene como objetivo promover la sostenibilidad en el tiempo de las nuevas empresas creadas en el Departamento, a fin de convertir a Santander, en una región más competitiva y generadora de riqueza, en beneficio de sus habitantes. El programa en el componente de creación de empresas se enfoca en promover la generación de ideas innovadoras y la puesta en marcha de empresas con alto potencial de crecimiento y permanencia en el mercado, teniendo como énfasis llevar al emprendedor a iniciar su vida empresarial de manera formal, con todos los beneficios que esto implica. En este caso, el emprendedor aumenta el nivel de maduración de su idea de negocio, al tiempo que va recorriendo un total de seis pasos que van desde la sensibilización a empresarios y potenciales emprendedores, hasta la implementación y puesta en marcha de las empresas. [9]

Figura 1 Ruta temática del programa +ideas +empresas, Cámara de Comercio, 2014

A continuación se define cada uno de los 6 pasos del programa:

Sensibilización: Dentro de esta etapa se busca dar a conocer la importancia de crear empresa, de igual forma abordar las capacidades y oportunidades que existen para las dinámicas de emprendimiento en el departamento. Estrategia: Conferencia: "Mentalidad y Sostenibilidad Empresarial", ampliar la visión frente al significado y responsabilidad de Ser Empresario, mediante el desarrollo de una mentalidad más ganadora, creativa, proactiva y orientada a los resultados.

Evaluación del potencial de la idea de negocio: las personas inscritas recibirán una llamada, donde se invitan a participar de la primera cita de reconocimiento de la idea de negocio, en sentido la actividad comprende un encuentro con un asesor – experto que actúa como evaluador del potencial de ideas de negocios.

En este paso se analiza el perfil emprendedor, el perfil competitivo de la idea de negocio y la perspectiva financiera, para estas mediciones, la Cámara de Comercio emplea el software SUAQUE®, una herramienta que diagnostica de manera sistemática y determina las características personales, habilidades gerenciales, y el atractivo del proyecto de empresa en un entorno competitivo. Adicional, la Cámara de Comercio ha desarrollado una herramienta detallada en Excel, con la cual, se realiza un análisis financiero que permite reconocer el comportamiento de los números de su negocio.

Estrategia: Asistencia técnica Individual

a) Test de Emprendimiento

- Fortalezas y Debilidades

b) Simulador Financiero (proyección 3 años)

-Capital de trabajo requerido

- Flujo de caja disponible

- Utilidades o pérdidas

- Balance general

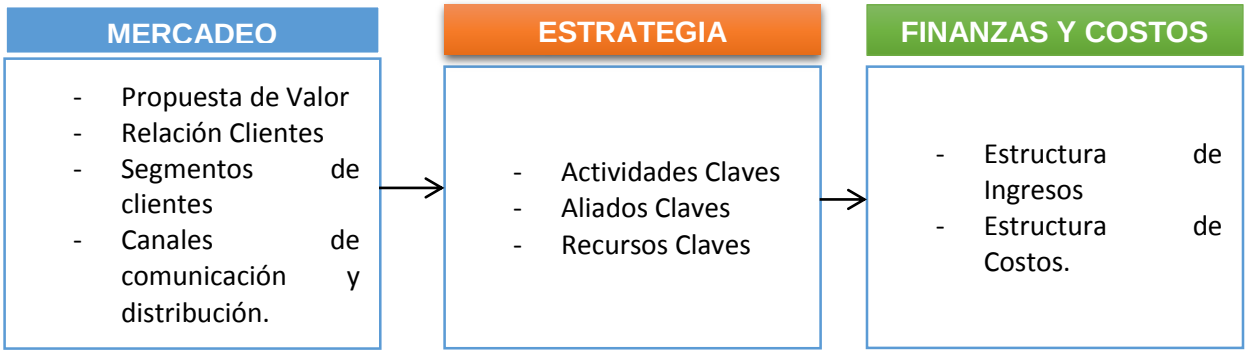
- Indicadores financieros

c) **Creatividad y modelo de negocio**: Es un taller intensivo de aproximadamente 20 horas, en el cual, de la mano de un experto consultor, se aprende la manera de capturar, retener y conseguir clientes para lograr una diferenciación y posicionamiento en el mercado. El principal insumo en este proceso es la creatividad, la experiencia en el negocio y la interacción con otros empresarios.

d) **Talleres de fortalecimiento de ideas:** Con el objetivo de ofrecer herramientas prácticas de aplicación en temas financieros, administrativos, comerciales y estructuración de planes de negocios, se establece un proceso formativo de manera grupal con una duración aproximada de 60 horas, 12 horas en promedio por tema.

Tabla 1.
Estrategia para Talleres de Fortalecimiento

Asistencia Técnica Grupal



Nota: Eje temático del programa + ideas +empresas, Cámara de Comercio, (2014)

Plan de negocio: En esta etapa se reúne información verbal y gráfica del negocio, de igual forma se realiza una síntesis de cómo el emprendedor, intentará implementar actividades

necesarias y suficientes para alcanzar el éxito. En ese sentido, el plan de negocio busca llegar a ser una herramienta que marque el camino a seguir, para el crecimiento y el desarrollo de nuevas empresas.

Implementación y puesta en marcha de la empresa: En esta última etapa se pretende resolver todas las inquietudes al emprendedor, de la mano de un asesor que con sus conocimientos apoyará al empresario en la toma de decisiones relacionadas con la implementación de su negocio [9].

Básicamente, el programa +ideas +empresas busca impulsar la asociatividad como mecanismo de fortalecimiento empresarial, generando espacios de discusión donde los empresarios reconozcan diferentes formas de hacer sus empresas más competitivas. En ese contexto, el programa está dirigido a empresarios de micro y pequeña empresa, de diferentes sectores económicos, matriculados en Cámara de Comercio y que cuenten con mínimo 12 meses de antigüedad.

Dentro de este marco se debe señalar que los asesores que acompañan los componentes de creación y fortalecimiento empresarial, cuentan con el siguiente perfil:

- Formación en Disciplinas Administrativas y afines: Ingeniería Industrial, Economía, Administración de Empresas, Mercadeo, Ingeniería Financiera, entre otras
- Experiencia Corporativa de más de 10 años en Cargos Directivos: Director Comercial, Gerente, Administrador, entre otros
- Especialización: Evaluación de Proyectos, Mercadeo, Finanzas, entre otros.
- Experiencia de más de tres años como Asesores de Emprendimiento: Desde diferentes enfoques e instituciones.

2.3 Marco Histórico

Para el año 2011, la tasa de permanencia de las nuevas empresas registradas en Santander después de cinco años de operación asciende al 36,9%; así lo demostró un análisis realizado con el apoyo del Observatorio de Competitividad de la Cámara de Comercio de Bucaramanga a cerca de 9.670 empresas formalizadas en el año 2005, de las cuales tan sólo 3.568 sobrevivían para el año 2011.

Debido a esta problemática, la Cámara de Comercio de Bucaramanga con el apoyo del SENA Regional Santander, la Gobernación de Santander y la Red de Emprendimiento de Santander, diseñaron el programa "+ideas +empresas.

Por otra parte, de acuerdo a la Información suministrada en el estudio GEM 2012, realizado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga y Universidades sobre el emprendimiento, se señaló que Santander, tenía una tasa de emprendimiento por oportunidad alrededor del 12.7%, con relación a tasa de emprendimiento por necesidad que es del 4.6%, lo que quiere decir que por cada emprendimiento por necesidad se generan 3 por oportunidad.

Se encontró, que en su mayoría, las empresas nuevas y establecidas de Santander, pertenecen al sector de servicios de consumo. Así mismo, dichas empresas presentan bajos niveles de innovación y tecnología, es decir que en sus procesos productivos utilizan tecnología obsoleta. Otros de los problemas identificados es que la mayoría de los emprendedores basan sus negocios en actividades poco rentables y de subsistencia y desconocen con anterioridad a su formalización el potencial de sostenibilidad de sus iniciativas de negocio. La mayoría de emprendedores y nuevos empresarios reconocen su debilidad gerencial en temas de planeación y organización de los recursos. También manifiestan dificultades para acceso a financiamiento [9].

2.4 Marco Legal

A continuación se identificarán las principales normas e instrumentos de planificación, que conforman el sustento jurídico de la política de emprendimiento.

Antecedentes jurídicos:

- Ley 29 de 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.
- Ley 344 de 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones.
- Ley 590 de 2000, sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana, modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.
- Ley 789 de 2002, por la cual se crea el Fondo Emprender.
- Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento.
- Ley 1286 de 2009, por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 393 de 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.
- Decreto 585 de 1991, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 4466 de 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

- Decreto 2175 de 2007, sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los FCP.
- Decreto 525 de 2009 por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.
- Decreto 1192 de 2009, por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
- La resolución 470 de 2005 de la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.
- La Circular 8 de 2008 de la Superintendencia Financiera, que autorizó a las administradoras de fondos de pensiones del régimen de pensión obligatoria, para realizar inversiones en fondos de capital privado colombianos.

Instrumentos de planificación relacionados con el emprendimiento:

- CONPES 3297 del 26 de julio de 2004, que define la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad.
- CONPES 3424 del 16 de mayo de 2006, sobre Banca de las Oportunidades.
- CONPES 3439 del 14 de agosto de 2006, que crea el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad (El Decreto 1475 de mayo de 2008 incluye al MCIT en la Secretaria Técnica y define que MCIT y Confecámaras coordinarán las Comisiones Regionales de Competitividad).
- CONPES 3484 del 13 de agosto de 2007, sobre política nacional para la transformación productiva y la promoción de las Mipymes.
- CONPES 3527 del 23 de junio de 2008, sobre la Política Nacional de Competitividad y Productividad. Según la Política Nacional de Competitividad y Productividad, un país

puede aumentar el valor de su producción por 3 vías: produciendo más (productividad), produciendo mejor (aumentando la calidad) o produciendo nuevos productos (transformación productiva). El emprendimiento es fundamental para alcanzar la transformación productiva y de ahí su estrecha relación con la competitividad.

- CONPES 3533 del 14 de julio de 2008, "Bases para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional".
- CONPES 3582 del 27 de abril de 2009, "Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación" [8]. A continuación se presenta el marco normativo que regula particularmente a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Mipymes:

LEYES:

- Ley 1676 de 2013 "Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias"
- Ley 1450 Articulo 43 de 2011, Publicada en el Diario Oficial No. 48.102 de 16 de junio de 2011, 'Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014.
- Ley 1429 de 2010, Ley de Formalización y Generación de Empleo
- LEY 905 de 2004, Modifica a la Ley 590 de 2000, publicada en el Diario Oficial No. 45.628, de 2 de agosto de 2004, 'se modifica la sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
- LEY 590 DE 2000 de (julio 10), Expedida por el Congreso de la República, "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".
- LEY 67 DE 1979, "Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República para fomentar las exportaciones a través de las sociedades de

comercialización internacional y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior."

DECRETOS:

- Proyecto de decreto "Por el cual se modifica el régimen franco (Zonas Francas) y se dictan otras disposiciones.
- Decreto número 489 del 14 de marzo de 2013: Por el cual se reglamenta el otorgamiento de Garantías, ofreciendo un descuento en el valor de las comisiones, dirigidas a empresas creadas por jóvenes menores de 28 años.
- Decreto número 0295 del 27 de febrero de 2013: Por el cual se adopta el Programa de San Andrés Providencia y Santa Catalina.
- Decreto No. 2706 del 27 de Diciembre de 2012, Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.
- Decreto No. 734 del 13 de abril de 2012: De las compras públicas.
- Decreto 1446 de 2011, "Por el cual se modifica y se adiciona el Decreto 2685 de 1999".
- Artículo 1 del Decreto 4327 de 2005. Superintendencia Financiera de Colombia.
- Decreto 2685 de 1999, "Por el cual se modifica la Legislación Aduanera".

RESOLUCIONES:

- ✓ Resolución número 1021 de 2013 "Por la cual se adopta el manual de contratación, supervención e interventoría del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo"
- ✓ Resolución número 3205 de 2008 del 28 de noviembre 2008: Por la cual se reglamentan las funciones de los Consejos regionales de las Mipymes y se fijan directrices para su organización y funcionamiento [8].

3. Estado del Arte

Sobre el estado de arte en el campo del emprendimiento se deben tener presente los siguientes documentos: GEM (Global Entrepreneurship Monitor), el estudio del Investigaciones para el Desarrollo (CID) sobre Bogotá Emprende, la evaluación del programa Emprendimiento e Innovación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y finalmente el informe de constitución de empresa 2014 de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. En base a lo anterior, se recapitularan elementos para el desarrollo del proyecto de grado, en ese sentido se presenta a continuación una breve síntesis de los anteriores estudios.

3.1 GEM

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el proyecto de investigación de mayor cobertura y alcance en el mundo, cuyos objetivos son: analizar la propensión de la población adulta de un país hacia la actividad empresarial e identificar las condiciones que facilitan o impiden estas iniciativas empresariales. En ese contexto Colombia se vinculó a GEM en el 2006 mediante una asociación de cuatro universidades: la Universidad Icesi de Cali, la Universidad del Norte de Barranquilla, la Universidad de los Andes de Bogotá y la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. La metodología de investigación de GEM se basa en una encuesta aplicada a una muestra de la población general de 18 a 64 años de edad. En Colombia se aplicaron, en 2013, 3400 encuestas en 35 municipios, que representan a la población segmentada en términos de urbano/rural, edades, género, estratos económicos. Estas encuestas miden la proporción de personas de 18 a 64 años que pertenecen a cada una de las etapas de la tubería empresarial, pero también miden las actitudes, aspiraciones e intenciones con respecto a la actividad empresarial, los perfiles empresariales, los

procesos de discontinuidad de las actividades empresariales, y muchas otras variables relativas a los empresarios y a sus empresas [6].

Con referencia al informe del 2013, se deben resaltar las siguientes conclusiones:

- La relación entre nivel educativo y propensión hacia la creación de empresas es directa y por ello mucho esfuerzo debe orientarse hacia el desarrollo educativo en general y al desarrollo de competencias empresariales en particular.
- La mayor proporción de iniciativas empresariales, tanto con las nacientes/nuevas como en las establecidas está en el sector terciario o de servicio al consumidor.
- El nivel de utilización de tecnología de última generación es bastante bajo tanto en las nacientes/nuevas como en las establecidas.
- La mayoría de las empresas están orientadas a mercados altamente competitivos y ofrecen productos muy similares a los competidores.
- Muy pocas empresas nacientes/nuevas o establecidas tienen una orientación significativa hacia los mercados internacionales [6].

3.2 Bogotá Emprende

Con respecto a la evaluación de los programas de emprendimiento, cabe resaltar el estudio realizado por el Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID), de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional, en donde para el año 2009 se evaluó el programa "Bogotá emprende". En ese contexto la evaluación presentó los siguientes objetivos:

- Identificar cual es el impacto generado a nivel local, comunal o social (indicadores de eficiencia, eficacia y efectividad)
- Medir el nivel de utilidad del servicio ofrecido por Bogotá Emprende

- Identificar el nivel de impacto en las empresas y en los individuos después del uso del servicio de Bogotá Emprende.
- Establecer qué tipo de ruta está recorriendo el usuario y por qué
- Identificar la necesidad de establecer o no, una ruta de desplazamiento dentro del programa y cuál sería la mejor para los dos segmentos: Emprendedores y Empresarios.
- Identificar otras prácticas de emprendimiento, establecer de manera general los productos y servicios que ofrecen estas entidades.

Para dar cumplimiento a los anteriores objetivos, el estudio planteo tres metodologías, como primera medida diseño una evaluación exploratoria por medio de entrevistas, Focus Group y observaciones en sesiones informativas. En segundo lugar, desarrolló encuestas dirigidas a empresarios y emprendedores y por último, planteo modelos econométricos para la evaluación de impacto. En ese orden de ideas, las principales conclusiones a las cuales llego el estudio del CID, son las siguientes:

- La evaluación pone de manifiesto la necesidad de profundizar en la adecuada utilización de los canales y el lenguaje para llegar al usuario de estratos más bajos, pues en muchas ocasiones el lenguaje y las herramientas utilizadas, como por ejemplo internet, resultan inapropiadas para la población de los sectores populares de bajo nivel de estudios y la población mayor. Esto se considera como una oportunidad para desarrollar un programa de alfabetización digital que facilite el acceso de muchas más personas al programa.
- Entre los factores que evidencian un efecto positivo tras la intervención del programa, se hallan el nivel de ingresos per cápita, ya que se encuentra un mayor nivel de ingresos per cápita entre los empresarios usuarios del programa en comparación con los empresarios que no son usuarios de Bogotá Emprende. Un resultado similar se presentó en la percepción

de los empresarios de aumento y/o mantenimiento de contactos, nivel de empleo, liquidez, ventas promedio y clientes. De la misma forma, entre los emprendedores usuarios se reconoce un aporte significativo del programa sobre el cumplimiento del objetivo de creación de empresa, a su vez, reconocen un gran aporte del programa para la ampliación y/o mejora de sus empresas. La evaluación también evidenció aspectos sobre los cuales la intervención del programa no representa un factor diferencial, entre ellos la duración de las empresas en el mercado, la rentabilidad, el nivel de empleo (ponderado por el número de meses en el mercado), la formalización, el aumento en la producción promedio y la financiación.

- Dentro de los factores que se consideran como oportunidades de mejora para el programa, se encuentra que entre los empresarios que toman los servicios se produce un mayor retraso en el pago de salarios y de prestaciones sociales. Estos factores inciden en la calidad del empleo generado por los empresarios, en tanto el tipo de contratación predominante (prestación de servicios) constituye un factor que requiere atención [10].

En ese orden de ideas las principales recomendaciones del Centro de Investigaciones para el Desarrollo al programa "Bogotá emprende" son las siguientes:

- ✓ Es importante que el programa direccione con claridad las ventajas obtenidas con la formalización, en términos de reconocimiento ante el Estado y los entes territoriales, en términos de acceso a fuentes de financiamiento, contratación y la posibilidad de acceder a nuevos mercados. También es importante que el programa identifique las combinaciones de servicios que ofrecen mejores resultados en términos de creación y emprendimiento para fortalecerlos, incrementar su oferta por medio de la frecuencia de los servicios y

buscar la implementación de planes de seguimiento basados en el apadrinamiento u observación por parte de empresarios con experiencias en sectores específicos.

- ✓ Los servicios del programa se deben segmentar considerando las siguientes variables: tamaño y actividad económica de la empresa, nivel educativo y formación especializada.
- ✓ Sería interesante establecer mayores espacios de contacto entre emprendedores y empresarios de sectores similares, con el propósito de intercambiar ideas y experiencias que puedan enriquecer los procesos de creación en los emprendedores y de crecimiento en los empresarios [10].

3.3 Programa De Emprendimiento E Innovación

Es importante considerar los resultados de la encuesta a emprendedores presentada por William Pérez Cotrino, Gerente de Emprendimiento e Innovación del MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO en la mesa nacional de emprendimiento del mes de agosto de 2014, y, realizada a una muestra de 1660 emprendedores [8] la cual permitió identificar importantes consideraciones que deben ser tenidas en cuenta para el impulso de programas de emprendimiento. En resumen, se presentan los siguientes resultados:

- En cuanto a la presencia en el vacío de ofertas, se evidencia un problema en la sensibilización del programa nacional por la desinformación de las entidades de apoyo y sus servicios, financieras y no financieras, y por el desconocimiento de las fuentes de financiación.
- En el problema de identificación, existe un déficit para validar las ideas de negocio, para identificar los problemas del mercado, un déficit en las metodologías para generar ideas de negocio, en donde el 79% de los emprendedores relaciona de alguna manera los planes de

negocio como un problema que les impide validar de manera eficiente la existencia de mercado.

- En cuanto a la puesta en marcha, 1 de cada 4 emprendedores identificaron la falta de líneas de crédito como el principal problema en esta etapa y 1 de cada 10 emprendedores identificaron la falta de innovación en sus modelos de negocio [8].

Entre las propuestas presentadas para mejorar el emprendimiento en Colombia se destaca:

- Fortalecer el sistema de información y divulgación de planes, proyectos y estrategias para el emprendimiento.
- Brindar más acompañamiento y seguimiento a los emprendedores para identificar sus necesidades.
- Mejorar el acceso a recursos financieros, a redes de ángeles inversionistas, a capital de riesgo y capital semilla [8].

3.4 Cámara de Comercio de Bucaramanga

En la escena departamental, se debe destacar el informe de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, sobre la constitución de empresas en Santander en el 2014. Se registró para el año 2014 un buen comportamiento en generación de nuevas empresas en Colombia. En las diferentes cámaras de comercio del país se matricularon 301.334 empresas para un crecimiento de 9,1% frente al año anterior. En ese sentido, Santander participó con el 6,1% en el total nacional, para ubicarse como la cuarta región con nuevas compañías y la tercera después de Casanare y Bogotá con mayor tasa de emprendimiento, aproximadamente 88 por cada 10 mil habitantes. Concretamente en el departamento se registraron 16.203 nuevas empresas, que de acuerdo con su participación sectorial, se distribuyeron de la siguiente forma:

Participación Sectorial

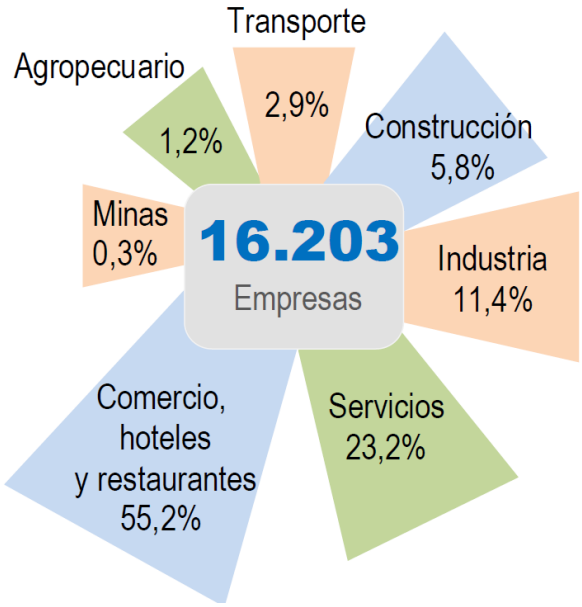


Figura 2 Participación porcentual de la constitución de empresas por sectores, Cámara de Comercio de Bucaramanga (2014)

Como se observa en la anterior gráfica, las nuevas empresas constituidas en Santander, el 55,2% se encuentran en el sector de comercio, hoteles y restaurantes, el 23,2% en el sector de servicios y el 11,4% en el sector industrial. Estas cifras evidencian una dinámica empresarial positiva, sin embargo es necesario conocer los factores claves de emprendimiento y de igual modo, las estrategias de supervivencia y crecimiento de las empresas de la región. Con ese fin, el actual proyecto de investigación plantea hallar los elementos y mecanismos esenciales para una eficiente y eficaz labor de emprendimiento en el departamento.

4. Diseño Metodológico

El proyecto se desarrollará de acuerdo con una metodología compuesta por tres fases como se muestra en la figura 3.

Figura 3 Marco metodológico del proyecto

- **Fase de Evaluación de Conceptos**

Durante esta fase se establece la importancia de presentar al lector tres elementos claves: empleo, emprendimiento y competitividad, para comprender el objetivo del presente trabajo, el cual va más allá de una recopilación de información y por tal motivo se procura analizar y presentar su importancia por medio de un diagnostico a partir de la revisión de ciertos hechos altamente relevantes, de esta forma el lector podrá asociar con mayor facilidad estos elementos a las evaluaciones realizadas por equipo investigador para las siguientes fases.

- **Fase de Análisis del programa de Emprendimiento (+ ideas + empresas)**

La fase de análisis consta de dos segmentos, el objetivo es comparar los resultados del programa + ideas + empresas propuesto por la cámara de comercio, el cual se presenta en un programa orientado al fortalecimiento de las áreas de mercadeo de las empresas-, con el comportamiento de un indicador macroeconómico como lo es el empleo, con ello se busca a partir

de una serie de análisis comparativos y cualitativos resolver si existe o no una relación entre estos dos elementos.

En segundo lugar se analizará los resultados propuestos por el programa, en los cuales se presentarán al lector la información descriptiva que le permitirá evidenciar de forma más clara el alcance que el programa institucional tuvo para la ciudad.

- **Estudio de casos**

Se evaluará en particular el caso de un empresario a través de una entrevista estructurada que se aplicará personalmente; este estudio servirá de apoyo para concluir los resultados del programa desarrollado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga y como material particular objeto de enseñanza.

4.1 Tipo de Investigación

El actual proyecto es una investigación descriptiva debido a que selecciona una serie de conceptos y busca el análisis de cada uno de ellos, independiente a otros conceptos, con el fin básicamente de describir sus características y comportamientos. En ese contexto, se estipula el objetivo de determinar los factores que han permitido la consolidación de empresa en el programa "+ ideas + empresas" hasta el año 2014, para de esta forma dar a conocer las características claves del programa de emprendimiento, promovido por la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Además el presente proyecto de grado es una investigación de campo, la cual en una primera instancia, presenta y analizar los conceptos relacionados al mercadeo y otros elementos propuestos en el programa +ideas +empresas, así como busca evaluar el impacto y encontrar los elementos determinantes para el crecimiento y sostenibilidad empresarial, toda vez que se toma como objeto de análisis el impacto individual en una empresa del programa

4.2 Técnicas de Recolección de Información

El presente trabajo tendrá dos fuentes de recolección de datos. El primero es el análisis de la base de datos facilitada por la cámara de comercio con los empresarios participantes. Con mencionada base se investigará el estado de la matricula mercantil para determinar los empresarios vigentes y con continuidad del negocio, de igual manera se actualizarán algunas variables claves para realizar la correlación de factores.

En segundo lugar, para la recolección de información del presente trabajo, se estipula la realización de una encuesta, a partir de una muestra no probabilística por conveniencia, toda vez que la disponibilidad de información, tamaño de la población y facilitad de canales de información limita el desarrollo de una muestra probabilística.

4.2.1 Encuesta

Encuesta programa "más ideas más empresas" de la Cámara de Comercio de Bucaramanga

Proyecto: Evaluación del impacto del programa "más ideas más empresas" de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Objetivos:

- Analizar según los resultados del programa si a partir de la consolidación de empresa en el programa se genera un incremento en el nivel de empleo de la ciudad haciendo énfasis principalmente en las principales industrias seleccionas para las empresas inscritas en el programa.

- Obtener conclusiones de la situación y del comportamiento del programa "+ ideas + empresas" alcanzados al año 2014, sobre la

Población: 399 Empresarios (Ver Apéndice A)

Diseño muestral: Muestreo No probabilístico por conveniencia (30)

Muestra: 30

Tabla 2.
Ficha Técnica de Muestreo

FICHA TECNICA DE MUESTREO	
Población objetivo	Empresarios con un tiempo de antigüedad superior a un (1) año, en el registro de la cámara de comercio de Bucaramanga, y aprobar la selección de perfil.
Marco muestral	Base de datos del programa +Ideas + Empresas suministrada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga
Diseño muestral	Muestreo no probabilístico (Por conveniencia)
Nivel de error	N/A
Cobertura	Bucaramanga
Muestra	30 Empresarios
Instrumento	Encuestas

Nota: Ficha técnica para la encuesta del proyecto

La encuesta se diseña en cuatro bloques descritos a continuación (Ver Apéndice C). Se hace anotación que se conoce cierta información que es registrada al inicio del programa, por lo cual se realizará nuevamente el cuestionamiento con el fin de actualizar la información y posteriormente, realizar la medición.

- El primer bloque comprende las preguntas relacionadas con la información socio demográfico, con la finalidad de realizar una caracterización del perfil de los beneficiarios.
- El segundo bloque contiene información de la empresa que permitirá realizar la caracterización de las empresas creadas y participantes del Programa +ideas + empresas.

Así mismo, se medirán algunas variables que se registraron al inicio del programa y que pueden haber tenido cambio en el tiempo.

- En el tercer bloque se utiliza una serie de preguntas para conocer el desempeño empresarial de las empresas constituidas por los beneficiarios del programa.
- En el cuarto y último bloque, se formulan algunas preguntas de valoración respecto al aporte del programa en la consolidación empresarial de los beneficiarios.

5. Fase 1: Emprendimiento: El Motor de Desarrollo en Colombia

"Sé innegablemente bueno. Ningún esfuerzo de marketing o palabra en redes sociales puede ser un sustituto para eso"

- Anthony Volodkin, fundador de HypeMachine

El presente capitulo tiene como fin, ubicar en un línea espacial de tiempo los eventos más relevantes sobre la gestión realizada sobre algunos organismos en términos de competitividad en Colombia, así mismo plantear la significancia que tiene ciertos conceptos a partir de un análisis propio del equipo de investigadores sobre conceptos de empleo, ocupación, desarrollo, competitividad y otros tocados en este capítulo, la finalidad no se encuentra más allá de presentar al lector la sensibilidad y la importancia que puede centrar sobre el análisis de estos elementos como fase inicial, si el deseo es conocer y comprender como llevar a cabo un plan orientado al desarrollo económico

Este capítulo contiene tres etapas de las cuales el equipo investigador procuro analizar y presentar más allá de la recopilación de conceptos y del cual es su intención analizar y ofrecer al lector. La primera fase, describe la definición de ocupación y empleabilidad, un concepto que está en argot de la comunidad colombiana, pero que pocas veces surte de análisis y del cual seguramente no reviste el interés por analizar este concepto, el equipo investigador considera que su importancia va más allá de solo presentar su concepto y por tal motivo decide que es fundamental analizarlo para ofrecer al lector una estructura y bases para la comprensión de la nueva tendencia hacia el desarrollo económico. La Segunda de estas etapas aborda el concepto de emprendimiento y permite ubicar espacialmente ¿Qué es el emprendimiento? Reconociendo que es un elemento muy singular y bastante popular en la actualidad. En el Tercer segmento se analiza competitividad como un elemento determinante para el desarrollo económico, del cual se procura

abordar desde base técnicas y revisiones metodologías de algunos expertos en su campo, además de describir un panorama de los avances y decisiones tomadas por las administraciones publicas referente a este tema. Con ello dando bases al lector para comprender y responder algunas preguntas que seguramente se planteará acerca del ¿Por qué el interés por el estudio y el desarrollo de nuevos emprendedores?, ya que de esta pregunta los elementos descritos anteriormente son pieza fundamental.

5.1 Sobre el Empleo y la Ocupación

Anteriormente se describe que es fundamental para la comprensión de la actual visión de competitividad y desarrollo económico, analizar y contextualizar los elementos más relevantes que componen la teoría general de la ocupación, el interés y el dinero, propuesta por uno de los pensadores económicos más grandes del siglo XX, Jhon Manyard Keynes, pero es claro que de esta afirmación, resulta la pregunta más intrigante de todas, "¿Por qué?", ¿Por qué los postulados de esta teoría de más de 80 años resultaría fundamental para entender el direccionamiento de la actual visión de desarrollo y competitividad?. Este será el objetivo de este apartado, responder a esta inquietud.

A Inicios del siglo XX el mundo a travesó una las crisis económicas más grandes de la historia, en el año 1929 ocurrió lo impensable, el sistema económico que regía el mundo había colapsado, las bolsa de valores de New York declaró un desplome abismal en la cotización de las acciones, lo que llevó a la quiebra a innumerables industrias, inversionistas y agentes de bolsa. Pero nadie podía entender porque había pasado esto, Keynes, postuló que la premisa de la teoría clásica donde afirmaba que el "mercado era perfecto y autorregulado (Smith 1776)" era una mentira, dado que los principios de perfecta información, libertad, económica para la oferta y

demanda de servicios, solo eran una fantasía heredada del siglo del siglo de las luces. En cambio, Keynes entendió que el único autor responsable de la generación de condiciones económicas favorables para una economía no es otro más que el Estado. Visionó a un Estado desde una figura más activa, dejando a un lado el concepto tradicional de Estado – Entendido como una simple institución encargada del recaudo de impuesto y establecimiento de seguridad en las fronteras – Keynes compendió que el único que puede fortalecer la economía para un crisis es el estado, los inversionistas son fugaces, simples oportunistas que en términos de costo y beneficio, toman decisiones.

De esta forma se postula el siguiente supuesto, una nación están fuerte económicamente, en tanto pueda garantizar un nivel de subsistencia y consumo para sus habitantes. Es decir, la obligación del estado deberá encaminarse a promover la generación de consumo para garantizar que la economía circule en un ciclo normal, pero ¿cómo hacer esto?, Keynes comprendió que si el estado garantiza la ocupación y el empleo para la población, contarían con recursos para la adquisición de bienes y servicios de primera necesidad, esta clase crearía una dinámica para la economía. Una forma bastante sencilla sería entenderlo con el siguiente ejemplo:

Piénsese por un momento que un país determinado se encuentra en crisis, sin inversión extranjera, con condiciones adversas que no posibilitan la creación de empresas, la oferta de bienes y servicios es excesiva, dado que nadie puede comprarlos, incluso los más básicos. Pero en este momento que pasaría si el Estado por medio de la inversión o gasto público emplea y ocupa a una cantidad determinada de habitantes, ellos recibirían un ingreso por su trabajo, el cual lo utilizarían para abastecerse de productos, las empresas a las cuales les compran, obtendrán una utilidad por sus ventas, cancelarían a su vez a su trabajadores los cuales al igual que los primeros obtendrían nuevos productos y de esta forma se crea un ciclo expansivo y multiplicador que impactaría a cada

industria de la economía. Esto es a lo que llamo Keynes el efecto multiplicador de la inversión estatal, este es el principio básico de la competitividad y el desarrollo, ya que en la actualidad no se expone la necesidad por crear puestos de trabajo por el gobierno, sino que es necesario desarrollar herramientas para que se creen nuevas empresas, se estimule el consumo de bienes y servicios, y solo la generación de empleo y ocupación, podrán determinar si un programa de competitividad y desarrollo fue realmente efectivo.

5.2 ¿Qué es el Emprendimiento?

Cuando se piensa acerca del "emprendimiento", es casi forzoso asociarlo a la idea de seguridad y tranquilidad, dado que aterra lo desconocido, sin embargo es común percibir este sentimiento de miedo. Ya que en la condición humana; el confort, la seguridad y lo conocido, resulta muy valorado en comparación de lo desconocido que puede tener una alta probabilidad de fracaso. Por tal motivo en este capítulo se fundamenta una pequeña reseña acerca del concepto del emprendimiento, y se analiza este aspecto como un motor y un generador de ideas que pueden ser la causa para el desarrollo económico en Colombia.

5.2.1 Concepto: El concepto de "Emprendimiento" es posible asociarlo inicialmente con la definición que Richard Cantillón (1680-1734) quien lo define como (entreperneur - pionero) como aquellos que reciben ganancias variables e inciertas [11]. En 1986, se empezó a relacionar el concepto de empresario al de innovador ya que las empresas que crean nuevos productos y procesos son llamadas innovadoras debido a que crean un valor agregado que las hace diferentes. En ese mismo año, Peter Drucker analizando al empresario innovador y basándose en la teoría

económica y social que expresa el término, lo consideró "como algo normal y saludable y que cree que la tarea más importante de la sociedad y de la economía es hacer algo diferente" [2]

Al respecto conviene decir, que se encuentra cierta aproximación con los conceptos del autor Fernando Trías de Bes, quien precisa en su libro El libro negro del Emprendedor (2007) que "el verdadero emprendedor es aquel a quien lo incierto procura un especial placer" y "el empresario es la persona que se mueve en un mundo incierto para que los que trabajan para él crean que ese mundo es seguro" [3]. De estas afirmaciones se desprende que el término Emprendimiento es retomado desde tiempo atrás, lo que importa observar es que a través de la historia el hombre se ha encaminado a enfrentar las adversidades, y para ello ha requerido de ciertas habilidades individuales para garantizar el éxito, y la más importante de estas, ha sido su aspiración de crear cosas nuevas y mejorar sus condiciones de vida, precisamente las labores de emprendimiento son las que impulsan la innovación y el desarrollo económico, de ahí la importancia de conocer y ahondar en las actividades emprendedoras del país y de esta forma llegar a generar dinámicas para promover el crecimiento y el desarrollo de una región.

Pero cuando se ahonda en la búsqueda sobre este concepto, se formula la pregunta, con la esencia misma ¿Qué es ser emprendedor?, para lo cual es posible asociarlo como aquel individuo con un amplio olfato, capaz de percibir y detectar las oportunidades; sin importar la adversidad, las limitaciones sociales e incluso la disponibilidad de recursos económicos. Al superar estas restricciones el emprendimiento ha de crecer, alimentado principalmente de factores tales como la independencia, la obtención de dinero, él logró de al algunas metas materiales, pero sin dudas el mayor motor para la generación del emprendimiento, se encuentra en el instinto de supervivencia. Durante algunas oportunidades se encontra la siguiente frase *"solo en la mayor angustia y adversidad, encontraremos nuestra mejor versión de nosotros",* si bien no es posible determinar

la autoría de esta frase, resulta interesante como el instinto de supervivencia juega un papel fundamental, reconociendo que solo la idea de "no éxito" resulta totalmente inconcebible, este aspecto acerca de la conducta que representa la materia de estudio para una disciplina como psicología, la cual intenta explicar cómo estas conductas meramente mentales, desencadenan resultados extraordinarios en los procesos productivos, innovadores y en el desarrollo de ideas económicas.

A partir de una percepción un poco más objetivo se evidencia que muchos emprendedores, se consideran imposibilitados para la creación de buenos negocios, haciendo referencia a que no poseen ideas innovadores o revolucionarias, pero ellos no conciben que un buen negocio en su inicio solo requiere una idea antigua, pero mejor. Por ello es necesario detectar las oportunidades en las necesidades insatisfechas por parte de la población y generar un valor agregado al mismo.

Es posible asociar al emprendimiento a la idea de innovación, que resulta ser el concepto de innovación, según el trabajo de Schumpeter, el cual entiende a la innovación como una de las causas más relevantes para explicar el desarrollo económico; con ello, mejoras sustanciales en la oferta de bienes y servicios, y la mejora continua en los métodos de producción y transporte. En la búsqueda del entendimiento de este concepto, Schumpeter clasificó de dos formas la idea de innovar: *Incrementales y Radicales*, definiendo a la primera como aquellas que establecen mejoras de producto, procesos o sistemas de gestión de calidad, mientras que la segunda afirmó que es la innovación más importante, dado que estas innovaciones posibilitan la generación de cambios revolucionarios y transformaciones tan extraordinarias, que han de ser considerados como aportes sustanciales para la economía y la sociedad, naturalmente implicando un alto riesgo en su ejecución.

Schumpeter considera que las innovaciones radicales no se dan espontáneamente sino que deben ser promovidas, por lo que él denomina el empresario innovador. Adicionalmente, algunos autores como Knight (1967), Utterback y Abernathy (1975), Damanpour y Gopalakrishnan (2001), han catalogado dentro del concepto de innovaciones radicales, las innovaciones tecnológicas de producto, las cuales se dan por cambios en el diseño, en la fabricación, en la comercialización o en la mejora del mismo a partir de las necesidades del cliente; así como las innovaciones tecnológicas de proceso, que se generan al implementar nuevos procesos de producción o modificaciones a los ya existentes, con el fin de mejorar la eficiencia, incorporando nuevas tecnologías tanto de materias primas, insumos, métodos de trabajo y flujo de trabajo; y las innovaciones en sistemas de gestión, responden a aquellas que se hacen a la estructura de la organización y al proceso administrativo [12].

5.2.2 Antecedentes: Pensar en el origen del emprendimiento y a su vez de la innovación, implicaría retroceder, hasta el inició de la civilización, pero conceptualmente su estudio como un elemento trascendental para explicar el desarrollo económico, se inicia con fuerza a partir del siglo XX, tal vez se deba a la serie de eventos económicos, sociales y culturales que durante este siglo se evidenció. Esta serie de transformaciones implicaron alterar y revolucionar los paradigmas del desarrollo de las fuerzas productivas de la economía y de allí un concepto propuesto por JOSEPH ALOIS SCHUMPETER, tomó una gran relevancia y este fue: “La destrucción-Creativa” [13].

Resulta interesante con base en el trabajo de Schumpeter, entender ¿dónde y cómo se origina la innovación?, para lo cual el autor responde que este proceso se encuentra bajo la responsabilidad de los empresarios; “dado que en su austeridad, solo los empresarios son capaces de generar ahorros para la reinversión y por tanto crecimiento económico” [13]. A primera vista

sería un poco discriminatorio pensar en que solo clase favorecida por ser empresaria o productora, tiene la capacidad de generar innovación, dado que cuentan con los recursos económicos para abastecerse en este proceso. Por tanto ha de preguntarse, ¿Qué hay de la clase trabajadora?, ¿No es posible que un trabajador logré ser empresario?, o resulta ser únicamente una fantasía propia de una historia novelística. Para no caer en este juego de percepciones, es sumamente importante dar claridad sobre un aspecto, Schumpeter, reconoce que un factor crucial para la ejecución de una idea revolucionaria es la disponibilidad de recursos económicos, dado que en un ambiente de liberalismo económico que imperaba, no existía un sistema de promoción por parte el estado, para esta actividad, lo cual hacia que toda la responsabilidad recayera en los empresarios, a quienes se les atribuía el desarrollo económico.

A partir de diferentes eventos que demostraron que la economía no obedecía a los paradigmas de un mercado perfectamente autorregulado por medio de la oferta y demanda, resultó crucial que el papel del estado fuera cada vez más activo, pero reconociendo nuevamente que el desarrollo económico se encontraba en la innovación. Por ende dejó de ser un estado observador a un estado promotor de ideas y de garantías para la ejecución de estas, abriendo las puertas del emprendimiento no solo a los empresarios que se encontraban en ciertas categorías económicas, sino que fue una apertura mucho más abierta en términos sociales para el desarrollo económico.

5.3 Acerca de la Competitividad y el Emprendimiento en Colombia

5.3.1 Herencia de la Apertura Económica 1990: La apertura económica que experimentó el territorio colombiano, fue resultado de la idea, “Integración a mercado más globales”, con la idea de generar mayores oportunidades de comercialización internacional, por medio de la especialización del trabajo y la concentración de recursos económicos en sectores de mayor ventaja

competitiva en relación a otros países. Esta idea fue replicada simultáneamente por diversos países en América Latina, en su premura por la participación del mercado mundial.

En Sur América, Chile fue el país que más notablemente adoptó este modelo económico durante el periodo en que el general Augusto Pinochet estuvo en el poder. La lógica detrás de este modelo consiste en que al introducir un elemento de competitividad extranjera, la calidad de los productos internos y la innovación aumentan, mientras que los costos tienden a bajar, de tal manera que es de mayor beneficio para el consumidor [14].

Estas ideas basaron que la especialización se fundamentará en las ventajas comparativas, en relación a la disponibilidad de recursos y materias para la explotación y desarrollo de actividades económicas para el país. En Colombia, se tomó la decisión de adoptar estas ideas liberales luego de haberse establecido durante varias décadas políticas proteccionistas la cual facilitó y promovió la saturación de productos locales. Según el estudio realizado por el Banco de la Republica, se encuentra que este efecto generaba un poder excesivo en la oferta sobre las condiciones económicas, esto conllevó a incrementos constantes de los precios y a un evidente deterioro de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos, dada la clara falta de competencia. Frente a ello el actual presidente para los años 90’s, Cesar Gaviria Trujillo, adoptó la política de apertura.

Del maremoto de competencia al cual se encontraba inundado el territorio colombiano, el mercado local se transformó completamente, dado que la relación de la demanda contuvo más poder, la preferencia por la calidad y el abastecimiento de muchos productos externos, provocó que aquellas empresas que no adoptaron cambios sustanciales e innovaran en su visión de los procesos de producción, desaparecieran al cabo de unos pocos años. Para los consumidores que no

fueron afectados en su capacidad de compra, esta apertura les significó el acceso a nuevos bienes y servicios de mayor calidad y variedad.

Según concluye la información del Banco de la república, "una década después de la apertura económica es claro que la lógica del modelo nunca fue aplicada en su totalidad. Sin excepción, todos los países en el mercado global continúan aplicando medidas proteccionistas, en forma de aranceles, subsidios a ciertos sectores, u otro tipo de restricciones. Igualmente, la idea de una economía global integrada aún no se ha concretado en su totalidad". Es decir, se generó un nuevo ambiente de protección pero ya no solo para el mercado interno sino para la integración de diversos mercados locales para afrontar el claro poder que ejercía ciertas industrias a nivel mundial.

En Colombia se han creado organizaciones y programas que tienen dentro de su misión el fomento del emprendimiento en el país o en las regiones. Si bien se han alcanzado logros significativos en esta materia, los esfuerzos institucionales en la gran mayoría de los casos continúan siendo aislados.

5.3.2 Diagnóstico de competitividad para Colombia: Cuando se piensa acerca sobre como Colombia se ha involucrado con la corriente de la competitividad, es posible retroceder un poco más de veinte años, durante este lapso de tiempo la administración pública colombiana, procuro ahondar esfuerzos en el desarrollo de estrategias efectivas que garantizarán el ingreso del país a esta nueva tendencia económica mundial. Para ello el objetivo de este apartado es considerar eventos relevantes que permitan al lector hacer referencia en una línea de tiempo sobre las propuestas presentadas para el desarrollo de estas metodologías.

Es claro que el concepto de competitividad cobro principal importancia a partir de los años 90's, pero tomo un poco más de tiempo hasta que se acentuara con mayor fervor el diseño de una estrategia conjunta que procurará el desarrollo de este factor en el territorio colombiano, solo hasta 1998 se efectuó directamente esta tarea, como así lo expresa el informe COMPES 3866 CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONOMICA Y SOCIAL. Documento COMPES 3866 [15]. En este documento, se constata que para este año, las agencias y organismos involucrados en la gestión de políticas y desarrollo económico se involucraron en la creación conjunta de una única agenda para la cooperación en términos de competitividad, la cual tenía como objetivo imperante una mejora sustancial de los indicadores evaluados por el Foro Económico mundial, los cuales para este momento no eran muy favorables para Colombia, en comparación de ciertos referentes del área latinoamericana, de todo el trabajo realizado es posible concluir que se procuraron abordas ciertas problemáticas las cuales eran percibidas como detonantes de improductividad y que afectaban considerablemente el desarrollo de condiciones favorables en Colombia, estos aspectos son principalmente:

...la falta de coordinación y compromiso entre las entidades con injerencia sobre la estrategia y las políticas de competitividad que trascendían el área de influencia del Ministerio de Comercio Exterior; ii) la dificultad de impulsar las políticas y programas por la inexistencia de un esquema institucional liderado por el Presidente de la República en el ámbito nacional, y por alcaldes y gobernadores en el ámbito territorial; iii) insuficiente participación del sector privado, y iv) falta de un sistema de seguimiento y evaluación de los programas y políticas [15].

El informe COMPES 3866 aborda un segundo hecho el cual durante proceso de reorientación y la clara necesidad por efectuar un seguimiento sectorial de las actividades principales del territorio nacional (agricultura, industria, comercio, servicios, etc.) , oriento a la

administración pública a fortalecer el estudio y el seguimiento de estos sectores económicos, además de ofrecer un una vinculación directa entre actores público – privado, reconoció para el año 2002, la oportunidad en ciertos sectores que podrían aportar al mejoramiento de condiciones económicas, y con base en otros argumentos establece una relación contractual por medio de un tratado de libre comercio con Estados Unidos, con ello se pretendía estructurar una agenda privada que facilitará las herramientas para el desarrollo empresarial y cumplir con las expectativas de crecimiento en ciertas regiones del país.

Durante años consecuentes principalmente entre los períodos del 2002 – 2010 la agencia para la cooperación y desarrollo encabezada por algunos representantes de ministerios, sectores industrial, empresarios y funcionarios de organismos públicos involucrados, buscaron durante este lapso de tiempo reconocer un aspecto circundante en el fortalecimiento de condiciones necesarias para el desarrollo y el crecimiento económico, por tal motivo, focalizó su esfuerzo en el desarrollo y fortalecimiento de instituciones como así lo refiere el presente informe consultado COMPES 3866 [15] . La nueva tendencia moderna sobre la práctica y la gestión pública del desarrollo económico en las naciones, aboco a retomar conceptos sobre la practica el diseño y la administración eficiente de los recursos por medio de sus instituciones públicas era fundamental para garantizar dichas metas de desarrollo propuestas, de esta forma como así se informa en el informe COMPES consultado para el presente documento, uno de los principales logros producto de esta nueva orientación, fue garantizar una comunicación efectiva entre las administraciones nacionales y territoriales que permitiera articular con grado mayor los intereses para el crecimiento económico nacional y de ciertas comunidades o territorios regionales, fue un gran paso dado que esta forma se dio creación a un sistema que facilitaría la implementación de políticas

macroeconómicas y desarrollo sectorial en las comunidades del territorio nacional, siendo el aumento de la competitividad el principal objetivo retador para la administración pública.

Si bien los resultados de estas estrategias implementadas durante estos años, pueden resultar un poco ambiguas, dado que no cumplieron al 100% de las expectativas, es de reconocer algunos elementos que fueron primordiales, la interacción con sectores un poco más desprovistos de acceso a recursos, mejoró sustancialmente, tales como la ganadería y el comercio, pequeños productores y comerciantes sintieron un mayor apoyo de las administraciones públicas para el desarrollo de sus actividades y la formalización de las mismas. Reconociendo a ellas como un pilar para la estructuración de condiciones óptimas para el desarrollo económico de la región y el país. Es claro que el programa no cumplió con las expectativas y fue mediocre en la articulación de los actores público-privado, toda vez que fue sumamente complejo integrar intereses ajenos y de los cuales no tenía puntos en convergencia, del cual se obtuvo como resultados, pobres estrategias para afrontar la inmersión de bienes y servicios extranjeros producto de los tratados comerciales vigentes, abocando una sería dificultad para estimular aquella industria nacional aún incipiente y con deseos de surgir.

Para la actualidad, las interacciones de las instituciones y organizaciones públicas y privadas han mejorado con los años, se plantea la necesidad de continuar trabajando en este fortalecimiento, y se han hecho avances notorios, la integración con agencias para el desarrollo y la gestión del conocimiento en redes de información y comunicación ha sido fundamental, y en tal medida se reconoce esta nueva oportunidad por medio de las TIC’s para insumo primario en la gestión de esa tan anhelada competitividad.

5.3.3 Colombia 2020: El ministerio de Comercio y Turismo ha tomado la directriz de gestionar políticas y herramientas que favorezcan el desarrollo de condiciones para el emprendimiento en Colombia en co-relación con la ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual se compromete como actor responsable de la política pública en materia (MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Política Nacional de Emprendimiento), estableciendo lineamientos y objetivos de parte del Estado de Colombia como:

- Promover la alianza público- privada académica
- Facilitar las condiciones para el emprendimiento
- Desarrollar la dimensión local del emprendimiento

En la gráfica que precede a continuación refleja un poco el mapa estratégico del papel estado entiendo su rol como garante en el diseño de un sistema que facilite la integralidad de actores para el desarrollo de la economía.

Distribución acerca del emprendimiento

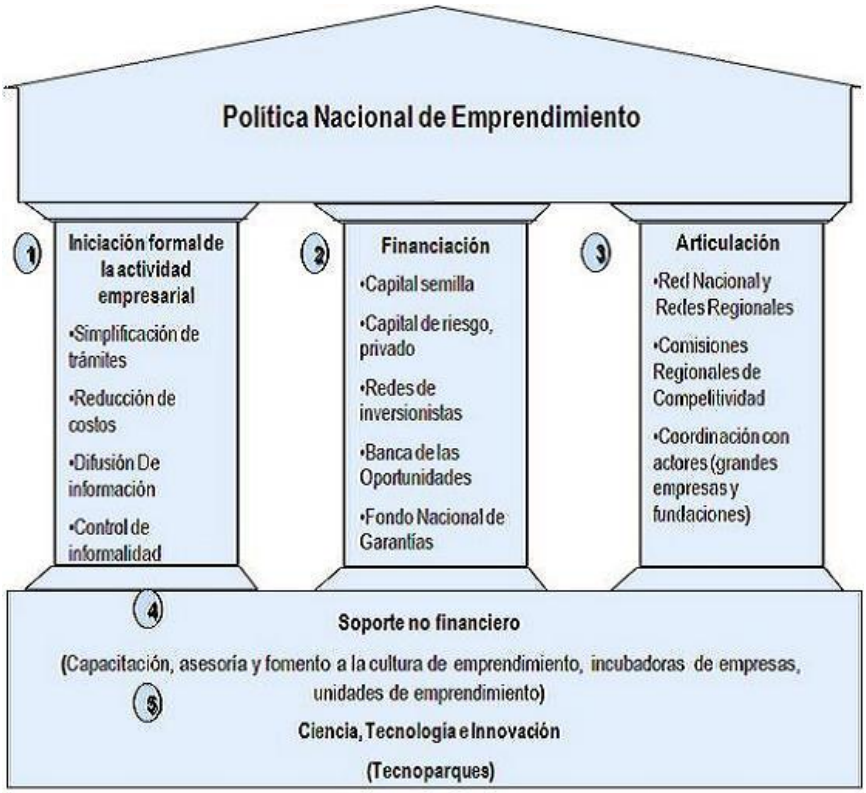


Figura 4 Distribución y política del emprendimiento en Colombia, MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Política Nacional de Emprendimiento.

De esta gráfica se puede deducir que el papel del estado no se atañe únicamente a la participación y a la gestión de recursos económicos para facilitar la ejecución de ideas innovadores que concierne a la cultura del emprendimiento, sino de forma adicional, comprende que la responsabilidad socio-económico de la creación de canales de comunicación e interacción con diferentes actores público-privado, asimilando que todo emprendedor se enfrenta a tres (3) retos durante la materialización de su idea emprendedora.

En primer lugar parte del interés del estado en fomentar esta cultura empresarial, es abordar aspectos de formalidad en la constitución de sus empresas, comprendiendo que este aspecto favorece el bienestar y la integración social de todos los actores de la economía (Empresarios y trabajadores principalmente), para lo cual establece como un primer objetivo el de superar y

facilitar herramientas que estimulen la formalización de las actividades empresariales, ello podría garantizar mejores condiciones y responsabilidades laborales que aportaría una clara mejoría a los aspectos económicos que están relacionados al trabajo.

En segundo lugar, el aspecto que ha de tener en consideración, será el ofrecer una estructura sólida y de fácil acceso para la financiación, ya que a diferencia en la visión neoclásica de la cual Schumpeter reconoce el emprendimiento y la innovación, el estado ha de jugar un papel muy activo y garante de condiciones de equidad para toda la población, reconociendo a los responsables del emprendimiento no solo a los empresarios que tienen excedentes para invertir, sino a cualquier ciudadano que desee materializar su idea.

Finalmente, el último aspecto a profundizar será la articulación, es sumamente importante garantizar la comunicación entre agentes internos y externos de la economía colombiana que facilite el comercio, entre estas, difícilmente un pequeño empresario que inicia sus actividades, dispondrá de la estructura suficiente para negociar en condiciones ecuánimes en mercados externos al colombiano, por tal motivo la cooperación de diversas agencias, y la integración de pequeños empresarios alineados a un objetivo de crecimiento juegan un papel fundamental al desarrollo de condiciones económicas más favorables.

6. Fase 2: Planteamiento General del Programa "+ Ideas + Empresas

Durante el desarrollo del presente capitulo se profundizará sobre la posibles implicaciones económicas en la generación de empleo evidentes, en la implementación del programa de competitividad y desarrollo empresarial "+ ideas + empresas", desarrollado por la cámara de comercio de Bucaramanga. Algunos aspectos que se tendrán en cuenta para el análisis del programa serán la búsqueda de factores de correlación que permita sustentar la hipótesis de la teoría económica propuesta por John Manyard Keynes, quien afirma que la el progreso y el desarrollo económico de un territorio se encuentra directamente influenciado por la intervención del Estado.

A su vez para el desarrollo de este análisis se establecen las siguientes directrices: Primero. Se recopilará información sobre algunas empresas inmersas en el programa de fomento empresarial, por medio de una muestra; esta muestra obedecerá a principios no estadísticos. En segundo lugar. Se realizará un ligero diagnostico a los resultados presentados por estas empresas al interior del programa, haciendo énfasis en la información relevante en términos de generación de empleo. Y, finalmente en tercer lugar, se depurará esta información y se establecerá las factores más relevantes que inicialmente contienen una correlación con la generación de empleo para la ciudad de Bucaramanga, una vez implementado el programa "+ideas + empresas"

6.1 Segmentación de la Muestra

En el presente apartado se abordarán los elementos para el diseño y la elaboración de la herramienta para la recolección de información la cual será objetivo de estudio para el desarrollo del presente documento.

Se establece que la herramienta más efectiva para esta tarea será la encuesta, dado que; "las encuestas otorgan un valor agregado a la colección de elementos que poseen características a investigar" [16]. La encuesta estará delimitada espacial y temporalmente, así mismo cada elemento de la población sujeta a análisis recibirá el nombre de unidad de muestreo y para el elemento de la población del cual se obtienen aquellos datos será una unidad de información. Esta información constituirá principalmente las variables que serán el insumo para su posterior análisis.

"Al planear una encuesta por muestreo, siempre se llega a la etapa en donde se debe tomar la decisión sobre el tamaño de la muestra. Aunque para algunos investigadores existe la idea de que se debe consultar un porcentaje determinado del total de la población para tener resultados confiables, la exactitud de las encuestas por muestreo no depende del porcentaje de la totalidad de elementos que haya sido consultada, sino del número absoluto de éstos; una muestra demasiado grande implica un despilfarro de recursos y una muy pequeña disminuye la utilidad de los resultados, (Cochran, 1980: 104).

6.1.1 Análisis de la Muestra y Selección: Conceptualmente las encuestas pueden clasificarse en dos grupos: aquellas en base a un concepto probabilístico y aquellas que no. Pero como diferenciar entre unas y otras, la principal diferencia que puede denotarse entre ellas es: que las muestras de carácter probabilístico obedecen para el análisis sectorial de poblaciones sujetas de estudio, haciendo principal énfasis en inferencias sobre las características poblacionales, mientras que para las muestras no probabilísticas, únicamente se hará referencias:

Una diferencia fundamental entre el muestreo probabilístico y el no probabilístico, es la selección de la muestra y con ello su representatividad, palabra a la que algunos autores no son afectos. En el probabilístico se habla de una selección aleatoria de las muestras en el que cada

elemento de la población tiene una probabilidad conocida no nula de ser seleccionado, con lo cual cada elemento de la muestra represente a un sector de la población y su totalidad a toda la población. La selección se puede hacer mediante un proceso mecánico similar al de una lotería, aunque es difícil manejar una lotería imparcial su equivalente práctico es la selección en las denominadas tablas de números aleatorios. En el muestreo no probabilístico las muestras no son aleatorias -de ahí que con frecuencia se diga que no son representativas- sino de tipo casual o fortuito [17].

6.1.1.1 Muestreo No Probabilístico: El muestreo no probabilístico, se denomina también conceptualmente como muestre de modelos, esto quiere decir que básicamente estas muestras no presentan un carácter representativos en relación a su selección, en cambio se pueden categorizar como elementos informales o arbitrarios, los cuales se basan en preceptos generales de la disponibilidad, acceso y distribución de las variables respecto de su población. Es decir la fundamentación de los criterios de para la selección de los candidatos de la muestra obedecen en mayor medida a aspectos cualitativos, tales como proximidad, condiciones físicas, disponibilidad o disposición del agente a consultar, entre otros. Un ejemplo de esto se puede encontrar de la siguiente manera.

Piénsese por un momento que se desea consultar las intenciones de consumo para la hora del desayuno de los estudiantes universitarios, para un análisis probabilístico se debería garantizar la aleatoriedad de los candidatos a evaluar por tanto una se tomaría un segmento de la población de todas las universidades registradas para la evaluación, en este caso particular implicaría que debería tomarse información en diferentes locaciones espaciales lo cual sería costoso, y de una alta dificultad para el investigador, por este tipo de motivos en particular, el investigador decide tomar

universidades cercanas de su ciudad para recabar información, esto implicaría algunos beneficios tales como:

- Menor Costo
- Accesibilidad para su administración
- Asegura una posible alta de participación
- Generalización de sujetos similares.

El muestreo de selección Experta, denominado también como muestreo de juicio, es una técnica utilizada por expertos para seleccionar especímenes, unidades o porciones representativas o típicas, según el criterio del experto; por ejemplo: la selección de un conjunto de especímenes con determinadas características, para un experimento de laboratorio, o la selección de determinadas semanas del año para llevar a cabo algunas auditorías. Es importante hacer notar que en este caso los criterios de selección pueden variar de experto a experto, al determinar cuáles son las unidades de muestreo representativas de la población [17].

6.2 Diagnóstico General del Programa

En el presente apartado se abarca la necesidad de la evaluación de los criterios de competitividad y fortalecimiento empresarial para de fomento de condiciones económicas óptimas para el crecimiento de la región santandereana. Durante el primer segmento se investigará sobre el contexto general en términos de competitividad para Santander en los últimos dos años previos a la implementación del programa “+ideas + empresas”, y en el segundo fragmento se revisará como algunas instituciones han seguido de cerca el comportamiento del empleo en la región santandereana y de los posibles escenarios que se esperan para el departamento en los futuros años.

6.2.1 Marco Conceptual: Con base en la información presentada por las comisiones regionales de competitividad (CRC), [1]para el año 2012, momento en el cual inicia el desarrollo del programa "+ideas +empresas", el contexto nacional de competitividad ubica a Colombia como el noveno país en Latinoamérica, según el índice de competitividad 4.20

Tabla 3.
Ranking de Países Latinoamericanos para Competitividad

Rnk Latam	Nombre País	Índice de Competitividad	Rnk Mundo
1)	Chile	4.70	(30) (31)
2)	Puerto Rico	4.58	(35) (41)
3)	Panamá	4.35	(49) (53)
4)	Brasil	4.32	(53) (58)
5)	México	4.29	(58) (66)
6)	Costa Rica	4.27	(61) (56)
7)	Uruguay	4.25	(63) (64)
8)	Perú	4.21	(67) (73)
9)	Colombia	4.20	(68) (68)
10)	Guatemala	4.00	(84) (78)
11)	Argentina	3.99	(85) (87)
12)	Honduras	3.98	(86) (91)
13)	El Salvador	3.89	(91) (82)
14)	Ecuador	3.82	(101) (105)
15)	Bolivia	3.82	(103) (108)
16)	Rep. Dominicana	3.73	(110) (101)
17)	Nicaragua	3.61	(115) (112)
18)	Paraguay	3.53	(122) (120)
19)	Venezuela	3.51	(124) (122)
			(2012 vs 2011)

Nota: Índice de competitividad por países, Comisiones Regionales de Competitividad (CRC)

De igual forma, históricamente Colombia ha mostrado un comportamiento de mayor favorabilidad en términos de generación y crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) respecto del promedio registrado para Latinoamérica, como se denota en la siguiente gráfica. Esto principalmente se debe a los incrementos en las cotizaciones internacionales de los precios del petróleo lo cual ha favorece enormemente a los países petroleros de la región.

[1] Las Comisiones Regionales de Competitividad (CRC) son organismos relativamente recientes, constituidos desde finales de 2006 a través de acuerdos de voluntades con el objetivo de integrar el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación y fomentar el avance de productividad y la competitividad a nivel local.

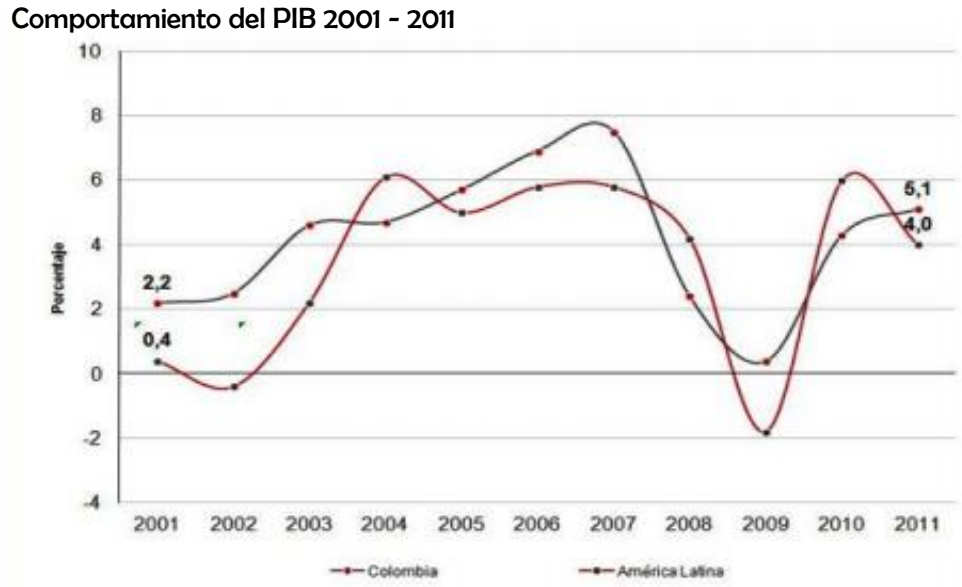


Figura 5 Comportamiento del PIB 2001 – 2011 en Colombia, DPN

6.2.2 Empleo y Competitividad: Según el informe general presentado por la gobernación de Santander para los años 2010 y 2012 se encuentra información sumamente relevante que se trae a mención, la cual permite contextualizar sobre las condiciones del departamento, la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, además de obtener una serie de nociones acerca de las expectativas del programa el cual iniciaría su ejecución a partir de este mismo año. Dentro de la información más relevante se encuentra:

- La incidencia de la pobreza en 2010 fue de 21,6%, mientras en 2012 se ubicó en 20,8%. Por su parte, la incidencia de la pobreza extrema en 2010 fue de 4,8%, mientras en 2012 fue de 4,6%.
- La incidencia de la pobreza para Bucaramanga en 2012 fue de 10,4%, 0,3 puntos porcentuales menos que en 2011 (10,7%). Además en 2012, se registró un 1,2% de la población bajo condiciones de pobreza extrema. En 2011 esta cifra fue de 1,1%, lo que representa un aumento de 0,1 puntos porcentuales aproximadamente.

- La tasa de desempleo en el área de Bucaramanga, Girón, Piedecuesta Y Floridablanca fue del 7,7% para el trimestre (Octubre -Diciembre 2013), comparada con 7,7% en el mismo trimestre de 2012.
- Los recursos para Santander pasaron de $1,59 billones en 2010 a $2,09 billones en 2014, esto representa un incremento del 31,2% [18].

Estos aspectos revelan cual era la situación del departamento principalmente en términos de ingreso, desempleo y gestión de recursos por parte del departamento de Santander para los años 2010-2012, dejando un panorama con un nivel de desempleo para las principales ciudades del departamento del 7,7% en promedio, con base en los criterios de evaluación y censo del Departamento Nacional de Estadística – quienes definen el concepto y los criterios para considerar en estado de desempleo a un ciudadano-. Si bien los indicadores de pobreza y desempleo para estos períodos son altos en algunos aspectos, si se analizara comparativamente años anteriores se evidencia según este informe, un descenso notorio en estos indicadores como se encuentra en la siguiente tabla.

Tabla 4.
Programa para la Superación de la Pobreza

PROGRAMAS PARA LA SUPERACIÓN DE LA POBREZA:		
Incidencia de la pobreza el departamento:		
2010: 21,6%	**2012:** 20,8%	0,9 puntos porcentuales menos
Incidencia de la pobreza extrema en el departamento:		
2010: 4,8%	**2012:** 4,6%	0,2 puntos porcentuales menos
Incidencia de la pobreza en Bucaramanga:		
2010: 10,9%	**2012:** 10,4%	0,5 puntos porcentuales menos
Incidencia de la pobreza extrema en Bucaramanga:		
2010: 1,2%	**2012:** 1,2%	0,0 puntos porcentuales menos

Nota: Indicadores de superación de pobreza en Bucaramanga, Departamento Nacional de Planeación. Archivos Virtuales, 2014

6.3 Marco de Referencia para el Programa + Ideas + Empresas

Cuando se piensa en el programa de "+ ideas + empresas" es claro pensar que su mayor interés se encuentra encaminado a la búsqueda de condiciones más favorables en términos de competitividad y desarrollo empresarial, pero resulta muy importante identificar ¿Cómo se evidencia la competitividad y el desarrollo empresarial?, y aún más importante ¿Quiénes son los directos beneficiarios de este programa?, estos son los elementos más importantes a tener en consideración para establecer los posibles efectos del programa "+ideas + empresas".

Pensar en la importancia y las posibles implicaciones que un programa estatal para la promoción empresarial de pequeños y medianos empresarios, con características específicas de antigüedad, tamaño, activos y número de empleados, hace parecer poco significativo, ya que la mayoría de estos negocios se contemplan a un nivel micro, pero si se revisa la comparativa para el año 2012 de la cámara de comercio en su informe anual, se encuentra que sin importar la industria o sector económico, entre un 85 – 90% en promedio las empresas que componen estos segmentos son microempresas, tal vez se deba al direccionamiento de la economía, o incluso a la necesidad por la supervivencia que cada vez es más frecuente encontrar emprendedores que dejan de ofrecer sus servicios laborales, para entidades en un carácter de dependiente para convertirse en independientes laboralmente, "ser su propio, jefe". Pero así mismo, como cada vez existe más empresas en constante crecimiento, es claro que su tasa de éxito se reduce exponencialmente, tal fue la situación que para la administración regional y la cámara de comercio de la ciudad de Bucaramanga, se fomentó la necesidad de *orientar* a estos empresarios, para resolver una de las situaciones más apremiantes a las cuales se enfrentan día a día, y es tomar decisiones oportunas y eficaces. Pero estas decisiones no solo abarcan a la idea de comprar y vender, se contemplan desde diferentes sentidos. El principal, reconocer la visión, una meta clara que toda empresa desea

alcanzar y para lo cual ha de potencializar áreas como: mercadeo, logística, finanzas, contabilidad, direccionamiento estratégico, entre otras.

Sin embargo pensar en estas opciones no significa que debe ser un experimentado administrador o cualificarse en un grado de maestría en administración de negocios, todo lo contario, las decisiones más oportunas requieren un conocimiento básico de estas áreas, toda vez que se ha de reconocer que el proceso de aprendizaje es continuo y extremadamente dinámico.

6.3.1 Objetivos: Los objetivos propuestos para este programa básicamente estaban encaminados a que cada empresario fuera consciente en primera instancia, de dejar de pensar como negociante y pensar como empresario, y la principal diferencia entre ambos, es que para el primero lo importante es la transacción, únicamente la operación de compra y venta. Mientras que para el segundo, ésta va más encaminada a la búsqueda de un objetivo claro un poco más ambicioso y visionario que reflejará una serie de elementos coyunturales y ordenará todas las estrategias para afrontarlo.

6.3.2 Factores para el análisis del resultado del programa: Anteriormente se ha descrito los aspectos principales sobre los cuales se centra el programa de "+ideas + empresas", ahora se hará mención de cada uno de ellos los elementos que ha de tenerse en cuenta para la evaluación de una empresa:

Mercadeo:

- Canales de Distribución
- Identificación de Clientes
- Competencia
- Proveedores

Logística:

- Promesa de Servicio
- Ciclo del Proceso productivo
- Puestos de Trabajo

Financiero

- Flujo de Caja
- EBITDA

Contabilidad

- Libros y auxiliares

Direccionamiento

- Visión
- Misión
- Valores Corporativos.

6.3.3 Variables a estimar: Dentro de las variables que se identificaron, en el estudio se encuentran:

Antigüedad: esta variable corresponde al tiempo transcurrido por la empresa desde el momento de su constitución. Ésta variable permite al analista reconocer la correlación entre la generación de empleo y el grado de participación o absorción de mercado a partir de su antigüedad.

Activos: la variable activos permite reconocer en primera instancia la composición de los recursos dispones de la empresa y evidenciar con base en su industria fortalezas y puntos a mejorar respecto de la operación.

Rentabilidad: este indicador mide el nivel de efectividad de las utilidades contables, respecto de la generación de ventas, niveles más altos de rentabilidad, permiten un mayor posicionamiento de la empresa y por tal motivo una permanencia en el mercado.

EBITDA: el ebitda mide la cantidad de liquidez que dispone la empresa, altos niveles de ebitda garantiza el cumplimiento de los compromisos económicos en relación de los ingresos recibidos por la actividad de la empresa.

6.3.4 Condiciones y Expectativas: Dentro de las expectativas del encuestador, se infiere que existe una correlación entre la aplicación de estas variables y su fortalecimiento de las mismas desde los campos de: la administración, mercadeo, contabilidad, finanzas, lo cual genera un incremento en el posicionamiento de una empresa en el mercado y como efecto colateral, una necesidad por emplear más ciudadanos.

6.4 Análisis del Programa + ideas + empresas

En el presente capítulo se abordará el análisis de los resultados preliminares del programa + ideas + empresas presentado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, para lo cual se establecen tres ejes temáticos: en primer lugar se analizará los elementos que permitan esclarecer la hipótesis acerca de: si existe una relación entre la generación de competitividad (mercadeo) en el programa + ideas + empresas y el mejoramiento de condiciones macroeconómicas en el

indicador de empleo, por medio de una serie de análisis cualitativos que permitan responder a esta inquietud.

En segundo lugar, se presentará la información preliminar de la gestión del programa por medio de herramientas descriptivas, que faciliten al lector, evidenciar con mayor claridad el alcance del programa y aspectos generales sobre la ejecución del mismo.

Finalmente en tercer lugar, se plantea de parte de los investigadores, un análisis de factores, que mida la correlación entre la información presentada y los elementos claves que cuantifiquen el crecimiento y/o posicionamiento de una empresa en un sector económico, para tal caso, se diseñó una metodología de estimación que permite cuantificar este valor intrínseco de una empresa expresado por factores claves para el desarrollo de competitividad.

6.4.1 Análisis cuantitativo (empleo y competitividad): Para adelantar el presente análisis entre el empleo y la competitividad es primordial dar un contexto sobre estos elementos a evaluar. En primer lugar, ¿cómo evaluar el concepto de competitividad?, si bien este concepto es elemental para la economía, definirlo no resulta tan simple como fuere a primera vista. Gracias a las aproximaciones de la CEPAL, y principalmente en los informes de gestión por departamento se puede encontrar elementos que permiten aproximar la delimitación sustancial de la competitividad, teniendo en cuenta que este análisis deberá ser propuesto en comparación con el empleo. Dentro del informe de la CEPAL se evidencia el análisis por sectores, para cada uno de los departamentos para el año 2014.

Pero ¿qué dice para el departamento de Santander este informe?, básicamente el departamento de Santander para el año 2014, en términos de mercado afirma que el 75% de la población se encuentra en las zonas urbanas, con una densidad poblacional del 79%, este indicador

permite inferir que existe una evidente migración de la población hacia las zonas más urbanizadas del territorio santandereano, aumentando la población objetivo para diferentes industrias, la diferencia entre el nivel de urbanización y densidad poblacional, indica que el crecimiento exponencial de la población es más acelerada que la migración de personas a la ciudad, esto permite concluir que en aspectos de mercadeo, los canales de distribución deberán ser focalizados por atrapar a los nuevos consumidores oriundos de las zonas urbanas, en ellos existe el mayor potencial de creación y apertura de comercio de productos y servicios.

Para la estructura económica del departamento, la CEPAL analizó variables tales como: PIB – per cápita, industrialización, volatilidad del crecimiento, concentración de la producción. De esta información es posible encontrar lo siguiente: el nivel de industrialización de Santander es de 24.5%, teniendo en cuenta que la información fue suministrada por el DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA, y una volatilidad de crecimiento de 2.4% sobre PIB, esto infiere un alto nivel de estabilidad de la región, niveles conservadores de crecimiento, pero sostenibles al largo plazo. Este indicador determina el nivel de alza y caída en el crecimiento de la economía santandereana, reflejando parte de la cultura del santandereano de una visión empresarial bastante conservadora.

Finalmente, en términos de emprendimiento este informe concluye con base en la investigación realizada por CONFECÁMARAS, en donde existe una densidad de concentración de constitución de personerías jurídicas (sociedades empresariales – con ánimo y sin ánimo de lucro) 168.6, esto quiere decir que por cada 10 mil habitantes para la región santandereana existen 168.6 sociedades constituidas legalmente, igualmente para el año 2014, existen una densidad de nuevas empresas de 12.3 para cada 10 mil habitantes por año. Esta información referida al nivel población para el año 2014, que sugiere que el departamento santandereano tiene un promedio de

2 millones de habitantes, refiere un nivel de emprendimiento bastante modesto en comparación con otros departamentos tales como Antioquia, Atlántico, Valle del Cauca y Cundinamarca.

6.4.1.1 Modelo Estadísticos (Empleo y Competitividad): Durante el siguiente aparto se presenta el análisis sobre el comportamiento de la competitividad y el empleo por medio de herramientas de interpretación estadísticas, análisis de histogramas, entre otros.

Para el análisis del comportamiento de la competitividad se asumen los siguientes criterios. En primer lugar se establece que; la integración de TIC's (tecnologías de la información y la comunicación) como variable de cálculo de competitividad. Esto debido a que la apertura económica y la creciente necesidad por la globalización de los mercados, la comunicación resulta cada vez más crucial para entender el comportamiento de consumo de la población, por tal motivo se asume para la presente investigación como elemento clave la disposición de tecnologías de la información y la comunicación como apertura para la competitividad, dejando como salvedad lo siguiente: el tener dichas tecnologías no asegura un incremento en la competitividad, pero resulta ser un paso importante para entender los elementos que la generan, dado el conjunto de estos como integralidad es lo que se define como competitividad.

Evolución de la integración TIC's

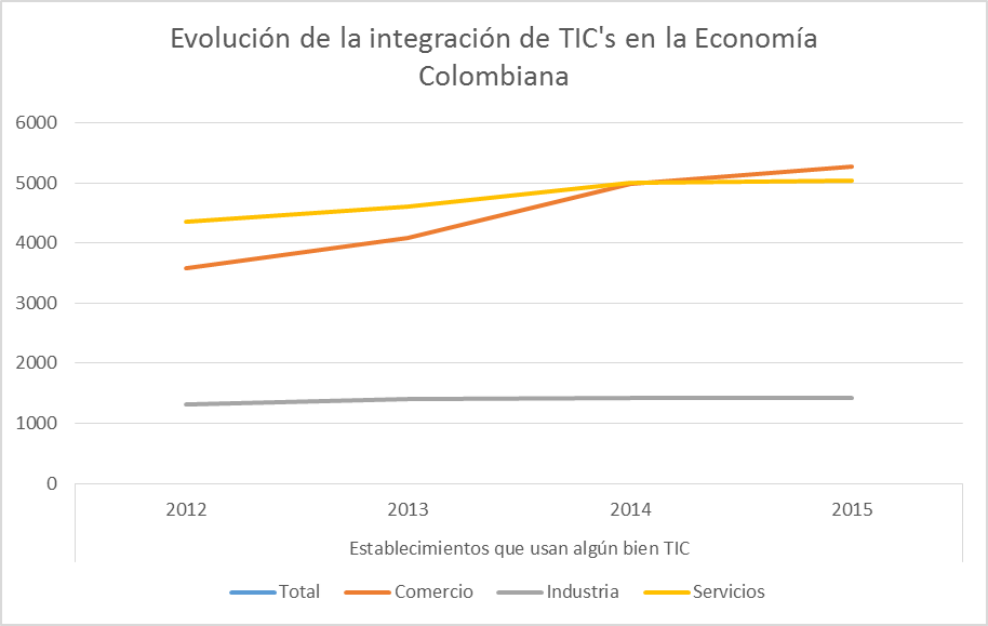


Figura 6 Evolución de la integración TIC's en Colombia, DANE

La anterior tabla, la cual se construyó con la información suministrada en los anexos de evaluación a microempresarios, desarrollados por el DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE), es evidente tres aspectos, existe una tendencia positiva por la generación de más establecimiento con uso de TIC's, no con ello, afirmar un incremento relativo sobre el total de establecimiento evaluados, si es posible afirmar que: el sector industrial colombiano, no ha presentado cambios significativos sobre la cantidad de establecimientos involucrados en TIC's, esto principalmente se podría deber a dos razones:

- La primera que no se hayan generados más industrias en la región, o
- que existe una mayor salida de empresas en el sector que no adoptaron políticas TIC's y fueron desplazadas por la competencia natural del sector. Para poder responder a esta inquietud, se apoyará en la siguiente gráfica, la cual analiza la volatilidad, del número de empresas que adoptan TIC's respecto del total de empresas constituidas legalmente

Evolución de la Integración TIC's por sectores

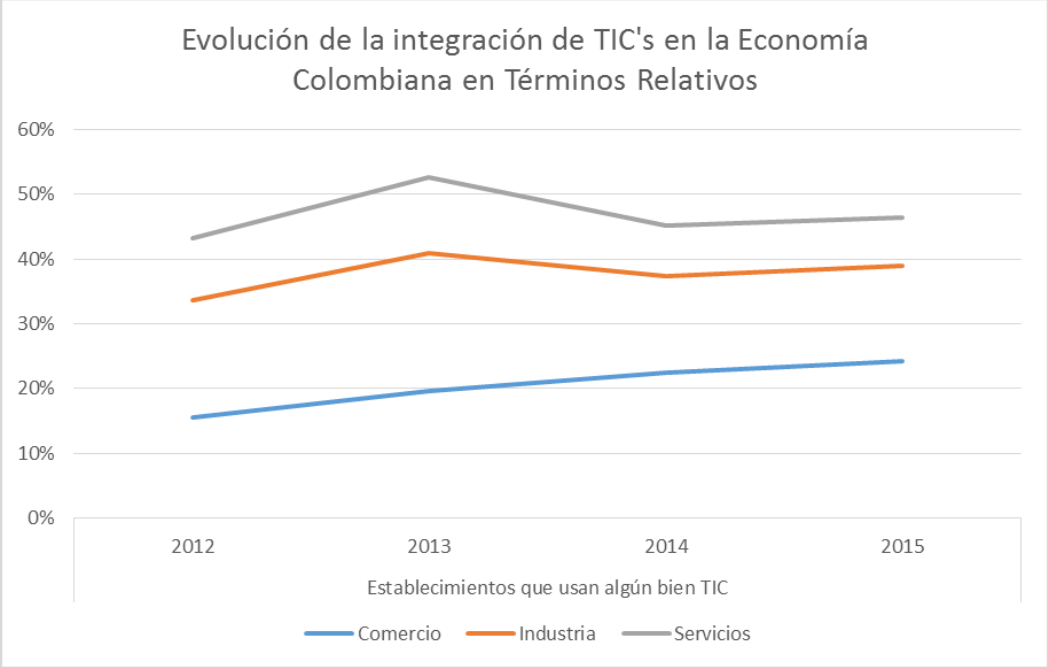


Figura 7 Evolución de la Integración TIC's por sectores en Colombia, DANE

A diferencia de la primera gráfica, se puede evidenciar una tendencia positiva, un poco prudente y conservadora, como sería de esperarse para un cambio de visión empresarial para muchos de los sectores productivos de la economía colombiana. Por su parte se reconoce que la pendiente más pronunciada se encuentra en el sector comercio, el cual ha tomado un repunte por la formación en este término de competitividad, y, reconociendo como el sector pionero en TIC's al sector industrial colombiano. Esto puede ser explicado, dado que el modelo de negocio de estas empresas, implica la integración de muchas tecnologías no solo para la producción sino para la administración eficiente de los recursos.

Pero cabe la inquietud acerca, si ¿estas cifras tan positivas, en términos de competitividad se reflejan, respectivamente sobre la ocupación? A partir de este momento se evaluará respectivamente la transición del indicador de ocupación general para este mismo periodo con las cifras que se reporten de competitividad para este segmento de tiempo.

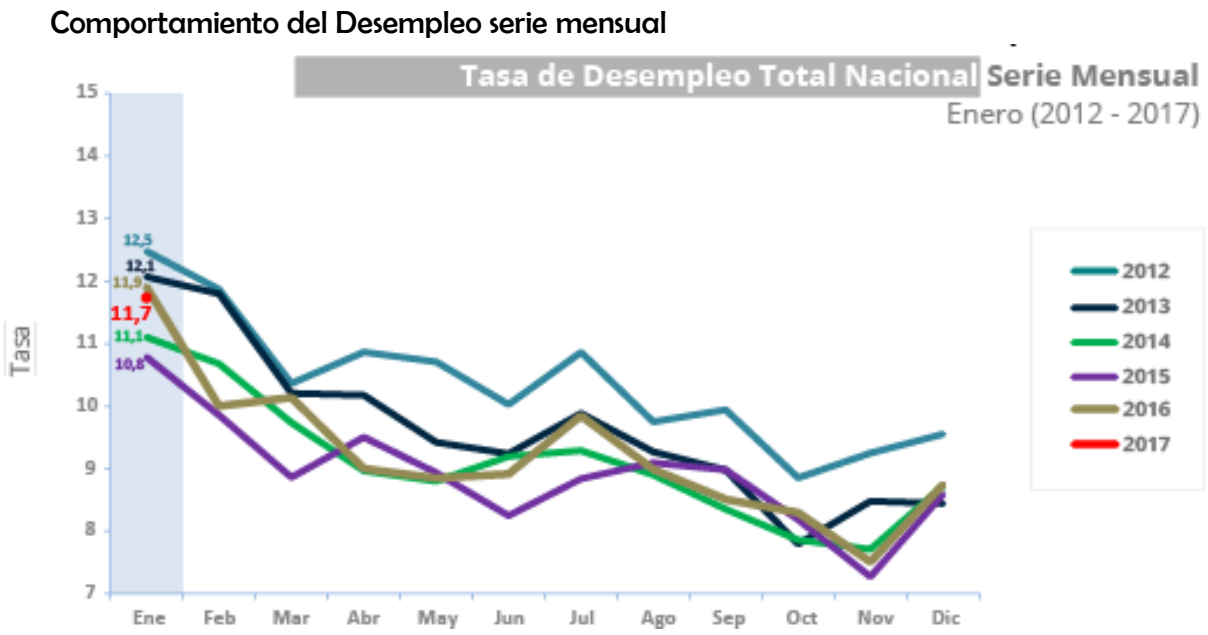


Figura 8 Comportamiento del Desempleo en Colombia, serie mensual, DANE

A partir de la información suministrada, por el DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE), se puede encontrar que: la tasa de desempleo para los últimos años ha presentado una tendencia bajista, desde el año 2012. De igual forma se reconoce un comportamiento bastante particular, reconociendo que los meses de menor desempleo se sitúan en el último trimestre del año, esto puede explicarse dado que, para este fragmento de tiempo es donde los empresarios tienen un mayor interés por la creación de empresas, (como muestra la base de datos 360), además que los niveles de empleo temporal para este tiempo crecen, con motivos de las festividades navideñas y todas las industrias que estas fiestas mueven colateralmente.

A partir de ello es posible considerar que la competitividad y el comportamiento del empleo se encuentran relacionadas, tanto es posible afirmar que entre ellas existe una relación positiva, no necesariamente proporcional. Con ello quiere decir: que mientras la política pública gestione o estimule la administración de empresas con mayores niveles de competitividad, esto garantizará

su posicionamiento en el mercado, además de conservar y generar más puestos de empleo para la economía afectando directamente el mercado laboral.

6.4.2 Resultados Generales del Programa: El equipo de trabajo sometió a una prueba de correlación la información contenida en el programa "+ideas +empresas". El objetivo de la presente evaluación es determinar si se puede considerar una relación positiva, sobre la sostenibilidad del negocio y algunos aspectos de la competitividad.

Es claro evidenciar que el concepto de competitividad es bastante complejo desde su estructura, y, pretender delimitarlo cuantitativamente sería una apreciación bastante atrevida, pero parte del objetivo del presente trabajo es evidenciar sobre algunos aspectos que inviten a evaluar sobre la incidencia o no de estas afirmaciones.

El tamaño de las observaciones presentadas fue de 265, teniendo en cuenta que es el número de empresas beneficiarias del programa para el año 2014 que en el primer filtro, se identificaron con matricula mercantil vigente. En estas observaciones se recabó información de índole cualitativa y cuantitativa, tales como: número de empleados, manejo de información contable, punto de equilibrio, sexo, edad, antigüedad, si cuenta con acceso a tecnologías de la información y comunicación (TIC), entre otros aspectos; esta información fue muy representativa para analizar y diseñar el modelo de evaluación estadística que no solo permite determinar y evaluar el alcance del programa estableciendo los lineamientos respecto de población objetivo, características del beneficiario, efectividad de implementación de políticas, generalidad de industrias o comercios participantes, sectores representativos de la economía regional entre otros aspectos, sino que de forma adicional, facilita desarrollar una metodología de estimación que permite cuantificar y medir

de forma efectiva los factores que determinan la sostenibilidad de un negocio al largo plazo, estableciendo una serie de supuestos que permiten el desarrollo de dicha metodología.

El equipo de trabajo para esta prueba se enfrentó a diferentes circunstancias, la primera de ellas fue determinar la metodología de evaluación con la cual se analizaría la información contenida en el programa, en tal caso se estableció un análisis de regresiones múltiples. Este análisis buscará encontrar el nivel de explicación y correlación entre las variables, la cual determinará una ecuación que medirá el impacto sobre futuros escenarios para algunos empresarios del programa. Una vez se ha solucionado el asunto del modelo a trabajar se presenta el siguiente reto a solucionar, la identificación de las variables, teniendo en cuenta que el modelo de regresión requiere los siguientes elementos:

- Una variable independiente (Cuantitativa)
- Dos o más Variables Dependientes (Cuantitativa – Cualitativa)

En este orden ideas, se establece como prioridad determinar el concepto de competitividad en términos medibles y cuantificables, un verdadero reto dada la disponibilidad de la información referida, toda vez que entender el éxito de una idea emprendedora abarca forzosamente elementos subjetivos y un tanto viscerales, para lo cual el equipo de trabajo, resolvió relacionar el concepto contable de valor de empresa, con la incidencia en la sostenibilidad del negocio. Lo anterior quiere decir, se establece que contablemente el valor de una empresa se determinará por el avalúo de sus activos, toda vez que un activo es un recurso de toda empresa que permite la generación de ingresos y de su actividad u objeto social, por tanto, se supone que a mayor nivel de crecimiento o un mayor tamaño esperado de una empresa, este deberá ser soportado en sus libros contables. De esta forma se define que el valor de una empresa y por tanto su variable independiente que determina el tamaño y sostenibilidad de la empresa será cuantificable en el valor de sus activos.

Se realiza pruebas de significancia, y análisis de regresiones para cada segmento aleatorio de todas las variables contenidas en el programa que fueran factibles de aportar a la construcción de un modelo de estimación, para tal caso se encuentra lo siguiente: puntualmente la información recabada por el programa de la cámara de comercio, se focalizaba en la generación de herramientas para el mejoramiento de la mercadotecnia de un negocio, este aspecto es bastante volátil en un aspecto cuantitativo, por lo cual se seleccionaron las siguientes variables, EDAD, SEXO, No. EMPLEADOS, INFORMACIÓN CONTABLE, INVERSION INCIAL, VALOR DE LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA: (véase Apéndice D)

De esta forma, se plantea el siguiente modelo teórico para el avalúo de una empresa

$$\curlyvee = XBi + XnBn + C$$

Con base en esta información, se deduce que el comportamiento del modelo con un nivel de significancia cercano al 95%, establece en 264 observaciones los siguientes resultados representativos del modelo.

Tabla 5.
Estadísticas de la regresión

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	75,23%
Coeficiente de determinación R^2	56,59%
R^2 ajustado	55,76%
Error típico	23.218.929
Observaciones	265

Nota: Coeficientes de correlación de la regresión.

De esta información se puede sustraer lo siguiente: el nivel de correlación del modelo es del 75% aproximadamente, se reconoce que no es altamente significativo, pero en prueba back-

testing logra interpretar los resultados a un 85%, sobre las 265 observaciones evaluadas, de igual forma se interpreta que el valor de una empresa determinada por las variables ya mencionadas es:

$$Y = Edad\ (80872{,}8660064092) + \text{Sexo}\ (3574039{,}82380965) + \text{No. empleados}\ (3062929{,}65736576) + \text{Contable}\ (-786763{,}700614712) + \text{Inversional Inicial}\ (0{,}490508086564435)$$

Ya es claro que puede afirmarse que existe una relación entre la competitividad y empleo, y que la afectación de una genera un efecto positivo sobre la segunda. En este apartado se presentarán una serie de resultados estadísticos realizados al programa de + ideas + empresas, a partir de la muestra por conveniencia sustraída directamente de las empresas integrantes del programa (véase apéndice E).

Con base en las encuestas realizadas se puede apreciar que más del 50% de las empresas encuestadas se ubican en estratos socioeconómicos 3 y 4, con lo cual se aproxima a la primera apreciación sobre el emprendimiento de la ciudad de Bucaramanga, la cual se infiere que se estimula para la clase media de la ciudad.

Tabla 6.
Estrato familia y No Empresas

Estrato Familiar	No. Empresas
Estrato 1	2
Estrato 2	5
Estrato 3	18
Estrato 4	12
Estrato 5	3
Estrato 6	2

Nota: Estrato socioeconómico de las empresas de estudio.

Además, la encuesta arroja que la mayor cantidad de empresarios, un 31% de la encuesta, poseen un nivel de formación empresarial, y en segundo lugar se encuentran los técnicos y tecnológicos para el nivel de cualificación educativa.

Tabla 7.
Nivel de formación en empresas

Nivel de formación	No. Empresas
Bachiller Académico	5
Gestión de mercados	1
Técnica y Tecnológica	9
Educación No Formal	6
Profesional	13
(en blanco)	5
Ninguno	3

Nota: Nivel de educación en el personal de las empresas objeto de estudio.

Finalmente, el impacto de estas empresas en términos de generación de empleo están en todos los sectores de la economía, (servicios, comercio, agroindustrial, etc) reconociendo que la muestra haya sido lo más diversa, a continuación se presentan los datos más relevantes sobre la concentración por ciudad, sectores y el impacto en la generación de empleo para cada una de las empresas radicadas en la ciudades descritas en el informe de "+ideas + empresas".

Tabla 8.
Empleos directos e indirectos en empresas

Ciudad de La Empresa	Servicios	No. De Empresas		Empleos Directos	Empleos Indirectos
Bogotá	Comercio	1	1	1	2
Bucaramanga	Educación	1	24	0	2
	Metalmecánica	3		5	5
	Restaurantes	7		14	7
	Salud	1		0	6
	Turismo	1		1	0
	Servicios	6		7	22
	Comercio	4		3	7
	Agropecuario	1		0	2
El Socorro	Educación	1	1	6	4
Floridablanca	Construcción	1	7	3	2
	Educación	1		0	0
	Metalmecánica	1		1	3

	Restaurantes	1		3	3
	Salud	1		1	4
	Turismo	1		0	0
	Comercio	1		1	3
Girón	Construcción	1	7	2	2
	Metalmecánica	1		3	1
	Salud	1		1	1
	Transporte	1		4	3
	Servicios	1		0	6
	Comercio	2		0	5
San Gil	Comercio	1	1	4	100
Tunja	Salud	1	1	0	5

Nota: Número de empleos directos e indirectos de las empresas objeto de estudio.

6.4.2.1 Análisis de resultados: De acuerdo a la última tabla presentada la cual resume a grandes rasgos la información más relevante para el presente análisis en términos de ciudad residencia, sectores y empleabilidad. Se puede encontrar lo siguiente:

- Al ser el programa de la ciudad, es de esperar que la mayor cantidad de empresas evaluadas de la muestra hayan sido de la ciudad en cuestión. Con una participación cercana al 50%.
- De la ciudad más representativa se encuentra que los servicios más prestados son de restaurantes y Servicios en Generales (ingenieras, consultorías y profesionales).
- La mayor empleabilidad directa de la ciudad más representativa en el programa se encuentran en los servicios de restaurantes (14 empleos generados directos) mientras que para los servicios de empresas ofrecen una mayor demanda de trabajo a nivel indirecto (22 empleos). Es necesario dar claridad que la condición de directos o indirectos no hace referencia a formal o informal.

A partir de toda la información suministrada por la encuesta se pueden realizar las siguientes conclusiones.

- El programa "+ ideas + empresas", se encuentra dirigido a estimular competitividad en todas las áreas productivas de las empresas (mipymes y micro empresas).
- La muestra denota que la mayoría de las empresas constituidas superiores a un 1 año, fueron consolidadas por empresarios con un nivel de formación profesional en su gran mayoría y en condiciones socioeconómicas de estratos 3 y 4
- Existe una gran empleabilidad, reconociendo dos modelos de contratación directo e indirecto (prestación de servicios).
- Se evidenció un bajo nivel de actividades tendientes a la publicidad de los negocios y/o al posicionamiento de marca, por el poco conocimiento de la importancia de tener una imagen corporativa con estrategias publicitarias. Muy a pesar de que el programa contiene un módulo de formación en esta área.
- Por otro lado, algunas empresas dominan herramientas importantes como la elaboración de la Planeación Estratégica con una visión en el tiempo que permita enfocar y alinear los esfuerzos de la organización en un solo objetivo.

7. Fase 3: Estudio de Caso

7.1 Análisis de Caso

En el presente capítulo se presentará la evaluación financiera realizada a una empresa vinculada al programa de + ideas + empresas, en el año 2012 y 2013, en esta información se describe un estado del arte que permitirá al lector entender a mayor profundidad el objeto social de la empresa. En segundo lugar se analizará a partir de los resultados de la metodología estadística, una vez aplicado el programa, este procedimiento se realizará con base en los resultados del análisis estadístico sobre el impacto de la competitividad (mercadeo) en el valor de una empresa, finalmente en el tercer segmento de este capítulo el lector podrá encontrar un análisis estructural respecto de las finanzas corporativas de la entidad evaluada, en esta evaluación se presentarán una serie de indicadores financieros que permitirán al lector presenciar con mayor evidencia, el efecto y transición sobre la empresa, la aplicación del programa "+ideas +empresas", gestionado por la cámara de comercio de la ciudad de Bucaramanga.

7.1.1Antecedentes: La empresa Cacharrería LA FÉ" fue constituida en 19 de marzo de 2010, en la ciudad de Bucaramanga, por el señor AGUSTIN CARREÑO y sus dos hijos mayores de edad: MANUEL CARREÑO Y PEDRO LUIS CARREÑO, constituidos a través de una sociedad anónima, con un capital constituido de $17.000.000. La actividad principal realizada a la comercialización al detal y por mayor de productos de papelería y oficina, al igual de productos de variedad para el hogar y cacharrería, la idea de negocio nace de su dueño y padre el señor AGUSTIN CARREÑO, al notar la creciente necesidad de productos de esta índole para el sector del barrio de la concordia, el cual cuenta con una población promedio de 420 familias, este mercado no se encontraba atendido por ningún comercio, lo cual le permitió al señor Agustín,

desarrollar esta oportunidad de negocio. A 31 de diciembre de 2014, "Cacharrería LA FE", cuenta con una planta de empelados de 3 funcionarios, además de sus dos (2) hijos, cumpliendo funciones de ventas y caja; dos (asesores) y un (1) cajero, además de contar con los servicios particulares y externos de un contador público, para administrar sus obligaciones contables y tributarias, contemplado en la normativa vigente. Durante los años subsecuentes el negocio familiar creció a un ritmo constante, pero a iniciar el año 2012, el negocio empezó a enfrentar una serie de crisis, que según informa el señor Agustín, obligaron a tomar una serie de decisiones un poco difíciles, una de ellas fue reducir su número de empleados a un único funcionario, dado que la operación no reflejaba el rendimiento esperado, al escuchar sobre la oferta realizada por la cámara de comercio, tomo la iniciativa de participar por la integración en un programa de capacitación y formación para el mejoramiento de la finanzas del negocio y la posibilidad de la creación de herramientas para garantizar su sostenibilidad y un crecimiento responsable en términos financieros.

7.2 Ejecución y Resultados del Programa + ideas + empresas

Al evaluar la petición de los funcionarios la empresa "Cacharrería LA FE", cumplía con el perfilamiento requerido para ser parte de este programa, estos lineamientos eran:

- Tener al menos (1) año de constituida la empresa para el momento de ingreso al programa
- Contar con permisos y licencias de funcionamiento por los respectivos entes de vigilancia y regulación
- Estar al día con sus compromisos tributarios y legales con todas la entidades territoriales responsables de su actividad comercial
- Atender todas las recomendaciones y asistir a todas las sesiones de capacitación que realice la cámara de comercio de la ciudad de Bucaramanga,

Dado lo anterior y en cumplimiento con los requisitos el negocio “Cacharrería la FE”, inició la participación en el programa de +ideas +empresas, durante la participación de la misma se encontrarlos los siguientes puntos a considerar que eran relevantes para el futuro de la entidad:

La empresa no contaba con un direccionamiento estratégico, que permitiera identificar y evidenciar la línea de proceso sobre la atención del cliente, prestación del servicio y la cadena de generación de valor que facilite el posicionamiento comercial del negocio

El registro contable de la información, se consideró incipiente al momento del diagnóstico, el motivo obedece principalmente que la información contable cumplía únicamente una función meramente fiscal, y no retroalimentaba a la dirección de la empresa lo cual se traduce en una mejor toma de decisiones.

Se establece en el diagnóstico que el negocio cuenta con acceso a tecnologías de la información y la comunicación (TIC), dado que posee en sus instalaciones, redes telefónicas, conexión a internet, sistemas de cámaras de vigilancia, y equipos para el control de inventarios y facturación de compra de clientes.

El negocio al momento de realizar el diagnóstico cuenta con la vinculación laboral, exigida por la secretaría del trabajo, ofreciendo a sus funcionarios vinculación laboral con el valor de sus prestaciones sociales según las normas establecidas en código sustantivo del trabajo y decretos de ley vigentes para tal efecto.

El negocio no cuenta con un proceso claro de atención y CRM para clientes, y deberá fortalecer el campo de atención y satisfacción de expectativas y necesidades de los clientes de “Cacharrería LA FE”.

El empresario informa sobre las dificultades para acceso a recursos del sector bancario, y de los sobre costos que actualmente asume para la abastecimiento de inventarios para la comercialización de los productos referidos.

Estos fueron los aspectos generales que se evidenciaron en la fase de diagnóstico realizada por el equipo consultor de la cámara de comercio, reconociendo fortalezas y debilidades del modelo de negocio efectuada en el negocio "Cacharrería LA FE", para ello se estableció el siguiente plan de tareas, con el ánimo de fortalecer los aspectos requeridos por el negocio, para tal efecto se en la planificación de actividades, donde se estableció dividir la empresa desde tres (3) ejes temáticos: Administrativo, Financiero, Mercadeo.

Para lo administrativo, se establece que "Cacharrería la FE", deberá establecer una política y reglamento de trabajo, en el cual consagre los deberes y derechos de los integrantes de la empresa, si bien a la fecha la directiva del negocio ofrece la vinculación laboral con todas las prestaciones sociales, es necesario para la cultura organizacional del negocio, establecer el reglamento interno de trabajo, ello permitirá a la empresa conocer de hecho, las responsabilidades, atribuciones y conductas a las cuales se enfrentan los integrantes del negocio, sin distinguir si hacen parte del equipo operativo o directivo, además de esclarecer las funciones de cada cargo o funcionario, ello facilitará el seguimiento de tareas y la evaluación de desempeño, de igual forma se recomienda al empresario consignar esta información en un manual de funciones para cada funcionario o cargo que requería y establezca en un espacio visible el manual deberes y responsabilidades de los integrantes de la empresa.

Para la parte financiera, el empresario informa sobre las dificultades que percibe sobre el acceso del negocio, en primer lugar el equipo consultor ha de referir una charlar sobre la

importancia sobre el manejo y solicitud de recursos, toda vez que deberá ser consciente de su costos y efectos para su negocio, para tal efecto se desarrolla de la siguiente forma:

El buen uso de los recursos de crédito de parte de entidades financiera, no estará fundamentada en el valor de sus intereses –claro este aspecto será determinante para esclarecer el precio de los productos, producidos con dichos recursos- dado que este elemento es una costo que ha de ser transferido al valor del producto como un agregado. El lucro de estos recursos reposará en su destino o uso de los mismos, de esta forma se brinda de herramientas al empresario para ayudarlo a tomar esta decisión, para ello se le pide que responda siempre a estas dos preguntas antes de realizar una solicitud de crédito: "¿Qué deseo hacer?", "¿Esta idea de producto y/o servicio, repercutirá en una fácil distribución y venta?". Si la respuesta es positiva para ambas preguntas el empresario podrá definir su necesidad de recursos del sector bancario, si a respuesta no es afirmativa, el empresario será consciente de su riesgo y probabilidad de fracaso al tomar estos recursos. Esta es la pregunta más elemental pero crucial que puede determinar la sostenibilidad del negocio.

Con base en la metodología de trabajo de uno de los grandes consultores en finanzas corporativas en Colombia, refiere Oscar León García, que no existe una métrica exacta sobre la cantidad de activos que deberán estar respaldados por deudas bancarias, únicamente estos dependerán del tipo de actividad, frecuencia de venta y rotación de mercancía ofrecidas al público [19]. En tal caso el empresario consciente de ello reconoce las particularidades de su negocio:

- Ofertará productos de alta preservación y que implique la posibilidad de almacenar a largo plazo
- Su flujo de pago será diario y por contado, por tal motivo reconoce el valor de su cartera como mínima

Para estos dos aspectos reconoce que su negocio tiene una alta rotación de mercancías, de muy corto plazo, además disponer casi en su totalidad pagos a contado y de forma diaria, lo que le traduce en una fuente de ingresos constante y una posibilidad por abastecer recursos, en tal caso "Cacharrería LA FE", no requiere para su funcionamiento el acceso a recursos de crédito bancario, toda vez que es posible apalancarse por medio de proveedores a plazos muy cortos en relación a la rotación de productos que el empresario reconoce.

Finalmente se llega al temática de mercadeo y logística, para esta fase se hace principal énfasis ya que en este aspecto circunda el objetivo del programa, y se reconoce como el principal factor determinante para la creación de factores y condiciones favores a las microempresas para su crecimiento y sostenibilidad.

Para abordar este último tema se requiere dividir específicamente en dos (2) elementos de evaluación y análisis, el primer de ellos será "mercadeo", entiéndase por mercadeo todas las herramientas que permitan esclarecer, tipo de cliente, generación de marca, identificación de factores de valor agregado. Y en segundo lugar será logística, por este elemento se entiende todos los factores necesarios que se requieren en la cadena de valor que facilite el diseño de un proceso continuo y eficiente para la atención y satisfacción de expectativas y necesidades de cada cliente, además de reconocer los menores costes que impliquen la mejor prestación de un servicio.

Dicho lo anterior durante el desarrollo del programa el empresario reconoce la importancia que tiene la identificación de un tipo de cliente, toda vez que su modelo de negocio se prestará en dicha función, para tal caso el programa decidió realizar una actividad donde el empresario realizará un trabajo de campo para responder a esta inquietud ¿Quién es mi cliente?, el empresario realizó una encuesta, donde quería recabar la mayor información sobre las preferencias y requerimientos que la población cercana o habitante del barrio Concordia, busca en una

“Cacharrería”, en esta encuesta encontró, que casi el 90% de las personas desean encontrar productos para su hogar y de papelería para necesidades escolares, ya que en la mayoría de los casos las empresas del sector realizan sus compras particularmente con ciertos proveedores de confianza.

De esta forma el empresario da el primer paso para diseñar su modelo de negocio, reconoce que el mayor abastecimiento de productos a ofertar será para el consumo de los hogares, seguido de ello se presenta la siguiente inquietud ¿Cómo posicionar mi marca?, los canales de comunicación tradicionales son efectivos, pero en algunos |casos un poco costosos, tales como: prensa, radio, volante, valla, pendón, etc. Para este se invitó al empresario a una charla sobre marketing, en esta charla el empresario se sensibiliza de que la mejor publicidad radica en la prestación del servicio, la voz a voz resulta ser elemento más fuerte de recordación para la creación y posicionamiento de una marca, los demás elementos como volantes o pendones son recomendables, pero en una inversión un poco menor y donde se atiendan de manera estratégica para dar a conocer la información. De igual forma, se sugiere que el marketing digital es una herramienta aún más masiva y que representa un costo muy inferior respecto de su alcance. Por tal motivo se sugiere publicitar y compartir experiencias a través de catálogos digitales, redes sociales o páginas de información masiva.

Para el segundo elemento de este último eje temático, se encuentra la logística, en ella el empresario deberá identificar los factores necesarios para la buena prestación de sus servicios y la creación de una oferta de valor que refiera lo importante de sus productos y la calidad de los mismos, en función de la satisfacción de expectativas y necesidades de sus clientes, para esta tarea el empresario dispone de una herramienta de Project, en ella clasificará todas las actividades necesarias que se presentan desde el momento de la atención de un cliente hasta su salida, a partir

de lo anterior podrá identificar los recursos en dinero, tiempo y capital humano requeridos para llevarse a cabo, así identificando tareas que deberán tener más recursos, o en aquellas que deberán disminuir o en su defecto desaparecer. De considerarse insuficientes, estos resultados son seguidos semanalmente, para así esclarecer la periodicidad, importancia e impacto de cada actividad en los aspectos descritos al inicio de este párrafo.

Con estos elementos el empresario realizó una evaluación de sus actividades, diseñó las estrategias para generar un mejoramiento continuo en la prestación de los servicios, y en la mayor medida una mayor certeza para el crecimiento de su negocio.

7.3 Aplicación del Modelo Estadístico de Valoración de Empresas

En el siguiente apartado el lector podrá evaluar el impacto de este programa en el negocio, representado en la valoración de los activos, teniendo en cuenta que se asume que un negocio se encuentra en crecimiento toda vez que la valoración de sus activos se encuentra en el mismo orden de crecimiento.

Para tal efecto se solicitó el apoyo del empresario, al suministrar su información contable y financiera de sus estados de financieros, anteriores al impacto del programa e inmediatamente después del mismo hecho.

Retomando la información calculada, se reconoce que para el programa +ideas +empresas el valor de una empresa se determina de la siguiente manera.

$$\Upsilon = Edad\ (80872{,}8660064092) + \text{Sexo}\ (3574039{,}82380965) + \text{No. empleados}\ (3062929{,}65736576) + \text{Contable}\ (-786763{,}700614712) + \text{Inversional Inicial}\ (0{,}490508086564435)$$

Para tal efecto se establece el valor de las variables para los años 2014 y 2015 de la siguiente forma.

Tabla 9.
Variables de regresión

Variable	2014	2015
EDAD	44	45
SEXO	Male	Male
No. Empleados	4	5
Contable	SI	SI
Inversión Inicial	17.000.000	17.000.000

Nota: Variables de la regresión en las empresas.

Si se opera estos coeficientes juntos con el valor representativo para cada variable se encuentra lo siguiente para cada año respectivamente,

Año 2014

$$Y = 44\ (80872{,}8660064092) + 1\ (3574039{,}82380965) + 4\ (3062929{,}65736576) + 1\ (-786763{,}700614712) + 17.000.000\ (0{,}490508086564435)$$

$$Y = \$18.597.409{,}27$$

Año 2015

$$Y = 45\ (80872{,}8660064092) + 1\ (3574039{,}82380965) + 5\ (3062929{,}65736576) + 1\ (-786763{,}700614712) + 17.000.000\ (0{,}490508086564435)$$

$$Y = \$21.741.210{,}89$$

La variación sobre el valor de la empresa se debe principalmente a dos razones en particular: la primera al incremento de la edad del empresario, dado que se supone bajo estas circunstancias, que la experiencia es un factor determinante para la generación de valor y crecimiento para una empresa y en segundo lugar un empleado adicional, implica forzosamente un mayor nivel de ventas y un incremento en la circulación de mercaderías en el negocio, lo cual deberá otorgar un efecto positivo sobre el valor de la empresa.

7.4 Diagnóstico (Finanzas Corporativas – Expectativas)

En este apartado se realizará con base en la información financiera y contable suministrada por el empresario. Con dicha información se procedió a digitalizar en las plantillas facilitadas por el FGS Fondo de Garantías S.A., con el fin de evaluar financieramente el comportamiento de la empresa para los años de ejecución del programa. Dentro del análisis presentado se evaluará el impacto en la liquidez del programa y algunos indicadores financieros.

Antes de presentar la información y los indicadores financieros de la empresa, es necesario hablar un poco sobre la calidad de la información contable suministrada. Se solicitó los balances de prueba de los años fiscales 2014 y 2015, los cuales se ingresaron a una plantilla diseñada exclusivamente para realizar análisis financiero, en ella se contemplan cuatro (4) hojas de trabajo, descritas de la siguiente manera

- EEFF
- EBITDA
- EVA
- RESUMEN AÑO

En la primera de ellas se clasifican los estados financieros de la empresa para el año 2014 y 2015, la plantilla ofrece realizar este procedimiento para períodos de cinco años con el ánimo de rastrear las principales incidencias sobre la gestión del negocio, en segundo lugar la hoja del EBITDA, corresponde a la incidencia de liquidez de la empresa, es decir refiere el concepto de ganancia antes de impuestos (se asume el valor de las ventas, menos el todos los egresos operativos generado en el negocio durante el año fiscal), esto representa si el objeto social del negocio puede soportar sus salidas de dinero. El concepto de EVA, o valor económico de una empresa refiere la generación de rentabilidad sobre las utilidades operativas del negocio teniendo en cuenta su estructura de costos y gastos meramente operativos. Finalmente una hoja de resumen en la cual el lector podrá evidenciar los principales aspectos para la construcción de la hoja trabajo de la empresa.

7.4.1 EBITDA: El EBITDA de una empresa se reconoce como la ganancia antes de impuestos, teniendo en cuenta que se reconocen únicamente el valor de las ventas operativas y sus salidas del mismo orden, para tal caso en la hojas de depuración se solicitó que el empresario pudiera clasificar sus ingresos y egresos a partir de los cuales eran parte del negocio y cuáles no. Con ello, facilitar identificar si el modelo de negocio permitía la generación de utilidades reales para el empresario, a diferencia de los conceptos contables en este caso se reconocen los ingresos y egresos reales de la compañía, por tal motivo se excluyen movimiento contables que no representen dinero o liquidez para el negocio

En los siguientes cuadros se presentan el comportamiento del EBITDA para "Cacharrería LA FE".

Tabla 10.
Costeo Total

COSTEO TOTAL

					Mes	12
						Diciembre
EBITDA	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas netas	98.000.000	104.024.000	-	-	-	-
Costo de ventas efectivo	(49.000.000)	(52.012.000)	-	-	-	-
UTILIDAD BRUTA EFECTIVA	**49.000.000**	**52.012.000**	**-**	**-**	**-**	**-**
Gastos administración efectivos	(28.178.130)	(29.876.838)	-	-	-	-
Gastos de ventas efectivos	(12.240.000)	(12.303.358)	-	-	-	-
SUBTOTAL EBITDA	8.581.871	9.831.803	-	-	-	-
Otros Ingresos efectivos inherentes	-	-	-	-	-	-
Otros Gtos efectivos inherentes	-	-	-	-	-	-
EBITDA	**8.581.871**	**9.831.803**	**-**	**-**	**-**	**-**
Margen EBITDA	**8,8%**	**9,5%**				
Margen Bruto Efectivo	**50,0%**	**50,0%**				

Nota: Indicadores financieros de las empresas.

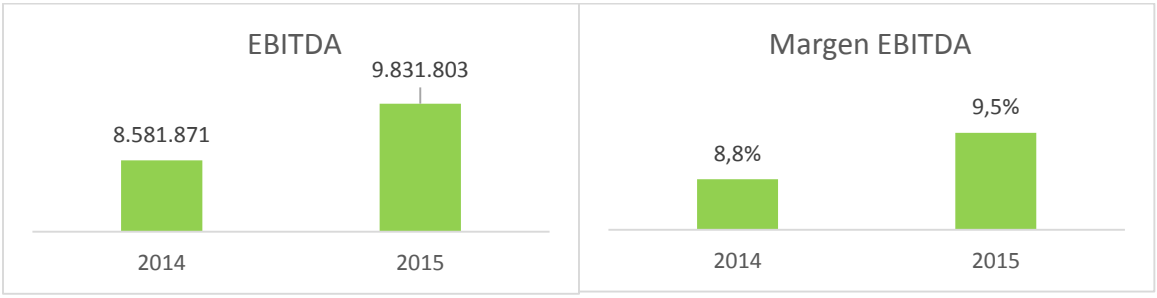


Figura 9 EBITDA Y Margen EBITDA en las empresas.

Con base en la información anterior se observa que el negocio muestra una generación de caja efectiva para los años 2014 y 2015, lo cual traduce que las ventas generadas son capaces de dar cumplimiento a las salidas de dinero, arrojando un saldo positivo en sus cuentas, del 8.8% y 9.5% para cada año respectivamente. Quiere decir a su vez, que por cada 100 pesos vendidos dispondrán de 8,8 para el año 2014 y 9.5 pesos para el año 2015, en utilidades después de gastos efectivos y antes de impuestos, con un nivel estimativo según la industria y actividad respectiva, de igual se observa que la inclusión del programa fortaleció la capacidad de generación de caja de la empresa en un 8% aproximadamente.

7.4.2 EVA: Con base en lo expuesto por OSCAR LEON GARCIA, en su libro Administración Financiera, reconoce que el EVA es "conceptualmente el valor económico de un empresa" [19], y se encuentra expresado al deducir del valor de la utilidad operativa el valor del costo por el uso de los activos, es decir el valor del costo de capital para un empresario, accionista o inversionista en una actividad económica. Para ahondar un poco más para dar claridad, el costo de capital se define como la expectativa que toda inversión tiene en comparación con una actividad complementaria o consecuente, y con ello se determina si las utilidades de generadas por el negocio pueden satisfacer estas expectativas.

Indicadores Financieros EVA, RAN, WACC

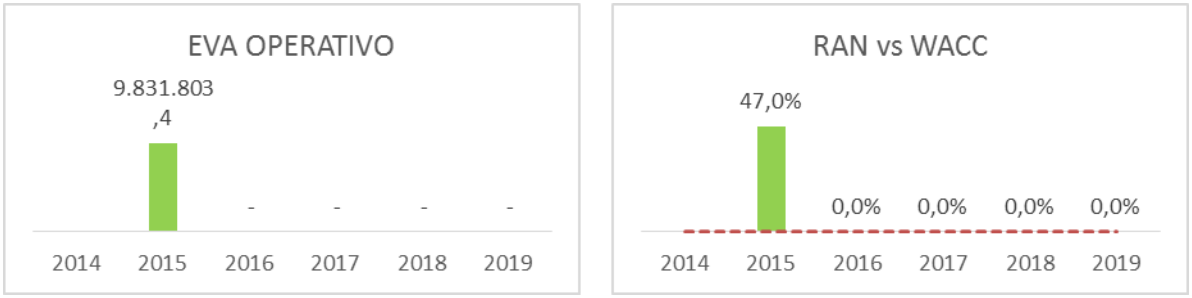


Figura 10 Indicadores Financieros EVA, RAN, WACC.

Con base en lo anterior, se encuentra que el negocio a la fecha de evaluación presenta una generación de valor económico respecto del año 2015 con respecto del año 2014.

Tabla 11.
Indicadores financieros

Cálculo de Activos Netos de Operación	2014	2015	2016
Activos totales balance general	34.535.869	33.218.405	-
Menos excedentes de caja	(2.584.318)	(7.195.069)	-
Menos otras inversiones de corto plazo	-	-	-
Menos cuentas por cobrar no operativas	(2.915.480)	(5.830.960)	-
Menos activos no corrientes no operativos	-	-	-
ACTIVOS DE OPERACIÓN BCE GENERAL	29.036.071	20.192.376	-
Menos CxP proveedores de bienes y servicios	(8.112.575)	(5.436.178)	-
Menos valorizaciones	-	-	-
ACTIVOS NETOS DE OPERACION (ANDEO)	**20.923.496**	**14.756.198**	**-**

Cálculo de Rentabilidad del Activo Neto (RAN)	2014	2015	2016
Utilidad Operativa Depurada	8.581.871	9.831.803	-
Tasa de impuestos	0,0%	0,0%	0,0%
Impuestos aplicados	-	-	-
UODI	8.581.871	9.831.803	-
ANDEO iniciales		20.923.496	14.756.198
RAN			
RENTABILIDAD DEL ACTIVO NETO (RAN)	**-**	**47,0%**	**0,0%**

Cálculo del EVA Anual desde la UODI	2014	2015	2016
WACC Constantes	0,00%	0,00%	0,00%
Inflación Interna	0,0%	0,0%	0,0%
WACC en Corrientes	0,0%	0,0%	0,0%
ANDEO iniciales		20.923.496,0	14.756.198,0
COSTO POR EL USO DE LOS ACTIVOS	-	-	-
UODI	8.581.870,5	9.831.803,4	-
EVA OPERATIVO	8.581.870,5	9.831.803,4	-
Variación EVA Operativo			**(9.831.803,4)**

Cálculo del EVA Anual desde la RAN	2014	2015	2016
UODI	8.581.870,5	9.831.803,4	-
ANDEO Iniciales		20.923.496,0	14.756.198,0
Rentabilidad del Activo Neto (RAN)		47,0%	0,0%
WACC	0,0%	0,0%	0,0%
RAN - WACC		47,0%	0,0%
EVA OPERATIVO		9.831.803,4	-
Variación EVA Operativo			**(9.831.803,4)**

Nota: Calculo de indicadores financieros en las empresas objeto de estudio.

7.5 Propuesta de Valor

Basado en la información suministrada en el estudio y en los resultados generados para el negocio durante la presente evaluación, se le compartió al empresario la siguiente información:

- Diseñar un plan estratégico de 5 años: se recomienda al empresario diseñar una meta global, que ubique geográficamente y financieramente la empresa para un período de 5 años, reconociendo metas particulares para cada año, en la cuales deberá reconocer los recursos que requiere para dar cumplimiento de las mismas, por tanto deberá establecer un presupuesto y una hoja de ruta que le permita hacer seguimiento del cumplimiento de los compromisos pactados en dichos documentos
- Se recomiendo igualmente dar continuidad a los indicadores de gestión tales como ROA, ROE, EBITDA, EVA, Margen EBITDA y Costo de Capital. Para ello, se enfatiza en la necesidad de mejorar la calidad de la información contable y financiera de la empresa.
- Se hace entrega del modelo de análisis de liquidez, con el objeto de que el empresario acuda a intermediarios financieros como fuente de financiación, con la confianza de los resultados obtenidos.

Conclusiones

A partir del desarrollo del presente trabajo permitió referir las siguientes conclusiones:

- Se demostró conceptualmente y a partir del trabajo de campo la existencia de la relación entre, la generación de estrategias orientadas a la competitividad como factor clave para el impacto económico al desempleo, esto se evidencia en dos aspectos: el primero obedece al comportamiento macroeconómico de la región respecto a su relación con la competitividad, y en segundo lugar al poder describir e identificar los factores claves que generar crecimiento a una empresa y establecer el valor de estos factores para el desarrollo de una metodología de valoración económica.
- Durante el trabajo de campo se pudo constatar la importancia de los conceptos de emprendimiento y la metodología para dar seguimiento y fortalecer el proceso emprendedor de las empresas de la región, ya que en ellos se denota en mayor instancia la importancia de la generación de motores de crecimiento económico que producen efectos multiplicadores para la estabilidad y sostenibilidad de modelos económicos en el territorio.
- Entre las principales delimitaciones del estudio realizado, se dificulta definir un modelo que permita medir el nivel de desempeño en general de las empresas participantes, debido a la diversidad de actividades económicas presentes. Sin embargo, el cálculo realizado en la cuantificación de los activos fijos, según el modelo descrito, permitió encontrar un patrón que determina la buena marcha de los negocios, lo cual asiente que se debe enfocar estrategias de intervención en aras del posicionamiento organizacional, el presente modelo desarrollado por el equipo de trabajo logró tener una aceptabilidad cercanos al 70% en pruebas de correlación y superior al 80% en back-testing probando niveles de certeza considerables

- Se evidencia que el programa ha logrado un impacto positivo en la región contribuyendo a que los empresarios obtengan información relevante de primera mano, sobre las tendencias administrativas y comerciales para la toma a tiempo en las decisiones del negocio en la sostenibilidad para el siguiente año del 90% de las empresas inscritas en el programa.

Recomendaciones

- La inclusión de modelos econométricos, son altamente significativos que pueden aportar a la generación de metodologías que fomenten el desarrollo y la competitividad en las regiones, estos modelos ofrecen evaluaciones predictores sobre contextos y condiciones económicas futuras, variables determinantes para la gestión de futuras políticas, en tal medida se sugiere establecer relaciones interdisciplinarias que permitan el ingreso de expertos en estos campos que faciliten el análisis y al puesta en marcha de estos programas de competitividad, profesionales en áreas económicas y matemáticas aportarían un significativo valor a esta investigación dado que el diseño de modelos probabilísticos y logarítmicos podrían preceder mayor certeza ciertas particularidades empresariales envueltas en el entorno económico.

- Se recomienda a la Cámara de Comercio interactuar con empresas de Fomento y Fortalecimiento empresarial, para gestionar alianzas significativas que permitan introducir al empresario en la cultura del resultado financiero como valor agregado a la organización, para incentivar que la toma de decisiones sea fundamentada en un análisis profundo de los objetivos estratégicos y del Core del Negocio.

Referencias Bibliográficas

[1] V. Rafael. Emprendimiento, innovación y capitalismo emprendedor. Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta? Disponible: http://es.calameo.com/read/001336292a9a1a4921ef8

[2] F. Laura. B, Cristina. (2008) Evaluación del Impacto del Emprendimiento Empresarial en los Estudiantes y/o Egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y Estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Bogotá, 2008. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

[3] T. Fernando. El libro negro del emprendedor. 5 ed. Barcelona: Ediciones Urano S.A., 2007. 43p. ISBN: 978-84-96627-26-0

[4] K. Hugo, F. Juan, M. Cecilia, (2012) Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en américa latina: tendencias y desafíos Disponible en https://www.caf.com/media/4233/politicas-emprendimiento-dinamico-america-latina.pdf

[5] P. Víctor. (2012) Emprendimiento Empresarial en Población Vulnerable y/o pobre como política social. Bogotá, 2012. Trabajo de Grado (Maestría en Política Social). Pontificia Universidad Javeriana.

[6] GEM COLOMBIA. Dinámica Empresarial Colombiana 2013. Empresarios Potenciales. 26 – 27p. ISBN 978-958-8357-85-0

[7] The Global Competitiveness Report 2015-2016, Disponible: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/

[8] Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009) Republica de Colombia. Política de Emprendimiento. Articulación: marco institucional de la política nacional de emprendimiento. Bogotá, 2009.

[9] CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, "Introducción al programa + ideas + empresas". Presentación en PowerPoint. Diapositiva No. 3. Bucaramanga, 2012.

[10] Bogotá Emprende: Centro de Emprendimiento de la Alcaldía Mayor y la Cámara de Comercio de Bogotá (2009). Disponible https://publications.iadb.org/handle/11319/2225?locale-attribute=es&scope=123456789/6&thumbnail=false&order=desc&rpp=5&sort_by=score&page=2&query=MIPYMES&group_by=none&etal=0

[11] R. Alfonso. (2009) Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial: Evolución de la palabra Emprendimiento. En: Pensamiento y Gestión. No. 26. (Abril, 2009). 4p. ISSN: 1657-6276

[12] O. Clara Inés (2009). La fenomenología y el emprendimiento. Pensam. gest. no.27 Barranquilla July/Dec. 2009.
[13] M. Alejandro, R. Jesús Armando, A. José Gabriel, R. Martín Arturo. (2015) La capacidad innovadora de la economía mexicana. Disponible en: http://www.revistas-conacyt.unam.mx/economiatyp/index.php/ETYP/article/view/51/95

[14] G. Luis Jorge. Hacia la apertura económica 1989 – 1990 Disponible en: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/155.htm

[15] Política Nacional de Desarrollo Productivo (2016). Consejo Nacional de Política Económica y Social. Documento CONPES 3866
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3866.pdf

[16] P. Rodrigo (2000) Encuestas probabilísticas vs. No probabilísticas, Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Disponible en: http://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf.

[17] C. William (1980) Técnicas de muestreo, compañía editorial continental, ISBN: 9789682601514.

[18] Santander Ficha Departamental, Departamento Nacional de Planeación (2014) Disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/Santander.pdf

[19] L. Oscar (1992) Administración financiera, Fundamentos y aplicaciones, UNO Diseño Gráfico, Medellín.

Apéndices

Apéndice A. Cálculo de la población

Resultados del programa + ideas +empresas, población total de 399

Tabla 10. Población

RESULTADOS ALCANZADOS	2012	2013	2014	TOTAL
CREACION DE EMPRESAS				
SENSIBILIZADOS	2379	1036	1070	4485
IDEAS EVALUADAS	338	516 (328 CCB, 188 Sena)	352	1.206
Registradas en CCB	291	370 (216 CCB, 154 Sena)	259	920
Con potencial	291	507	300	1098
Sin potencial	47	9	52	108
CREATIVIDAD Y MODELO NEGOCIOS	293	220	169	682
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	120	157	122	399

Nota: Poblacion de empresas, Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2014

Apéndice B. Cálculo de la muestra poblacional

Se utiliza el muestreo por conveniencia dado que el valor requerido para un cálculo probabilístico no es apropiado dada la disponibilidad y accesibilidad a los miembros de la población muestral. En tanto que evaluador determina cualitativamente la disponibilidad y disposición para atender la encuesta.

- Se empleara un tipo de muestreo común al área de los evaluadores, y no incluye muestreo aleatorio.
- Se asume este tipo de muestra con base en las precisiones de COHEN, Marrion y Morrison (2003),ya que afirma que es adecuada en tanto que evalúa un impacto sobre una prueba piloto
- Una muestra puede tener sesgo, especialmente cuando la muestra se compone de voluntarios ya que estos difieren de no voluntarios

Beneficios:

- Menor Costo
- Accesibilidad para su administración
- Asegura una posible alta de participación
- Generalización de sujetos similares.

Puntos a fortalecer:

- Menor representatividad de una población especifica.
- Mayor nivel de sesgo

Por tanto para generar un nivel de mayor certeza los sujetos a encuestar se someterán a una evaluación de perfil que determinará su conveniencia y calidad de la información suministrada en la evaluación, esto facilitará obtener resultados de alta calidad, con el menor nivel de sesgo posible.

Apéndice C. Cuestionario de encuesta

Estimado Empresario:

Agradecemos dedicar 10 minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas. El objeto del presente cuestionario es realizar un acercamiento a usted y a su empresa. Los datos aquí recolectados se utilizaran con fines académicos y podrán permanecer en confidencialidad en caso de que así lo solicite.

Instrucciones: Por favor lea cada una de las siguientes preguntas y responda lo que considere que se ajusta más a su realidad. Marque una sola respuesta.

NOMBRE DEL EMPRESARIO:	
RAZON SOCIAL	
TELEFONO:	

BLOQUE 1: INFORMACIÓN DEL EMPRESARIO

1. EDAD

Menor de 20 años:		Entre 21 y 35 años:		Entre 36 y 45 años:	
Más de 45 años:					

2. ESTRATO DE LA VIVIENDA FAMILIAR

Estrato 1:		Estrato 2:		Estrato 3:	
Estrato 4:		Estrato 5:		Estrato 6:	

3. ESTADO CIVIL

Soltero (a):		Casado (a):		Viudo (a):	
Unión libre:		Divorciado (a):			

4. NIVEL ACADÉMICO

Primaria:		Bachiller:		Técnico, tecnólogo:	
Estudiante universitario:		Universitario:		Postgrado:	

Último Título Obtenido: _____

5. ¿Cómo aprendió la labor productiva de su empresa?

Tradición Familiar:		Empírico:		Capacitación:	
Durante su experiencia como empleado:		Formación académica:		Otro:	

¿Cuál? _____

6. ¿Cuánto tiempo del día dedica a su empresa?

De 0 a 4 horas:		De 4 a 8 horas:		De 8 a 12 horas:	
Más de 12 horas:					

7. ¿Cerraría o vendaría su empresa si tuviera la oportunidad de un empleo estable?

SI		NO		NO SABE	

¿Por qué? _____

_____

BLOQUE 2: INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

8. Localización actual de la empresa:

Bucaramanga		Girón		Piedecuesta	
Floridablanca		San Gil		Otro	
				Cuál:	

9. Tipo de Empresa, según sector económico:

Agropecuario:		Minas:	
Industria (Manufactura):		Comercio al x > <	

Servicios:

Construcción:	
Educación:	
Hotelería:	
Metalmecánica:	
Oil and Gas	
Restaurantes:	
Salud:	
TIC's	
Transporte	
Turismo:	

10. ¿Cuál es el número de empleados con los que cuenta actualmente?

Empleados Directos:		Empleados Indirectos:		Empleados de la Familia:	

11. Número de Establecimientos:

Uno:		Dos:		Tres:	
Más de tres:					

12. Cuál es la figura jurídica de su empresa:

Persona Natural:		Sociedad Anónima (S.A.)		Sociedad LTDA.	
Sociedad por acciones simplificadas (S.A.S)		Otro:			

13. ¿Mantiene la información Contable actualizada?

SI		NO	

14. ¿Cuál es el valor actual de sus activos fijos?

De 0 a $10.000.000		De $10.000.001 a $30.000.000		De $30.000.001 a $50.000.000	
De $50.000.001 a $80.000.000		Mayor a $80.000.001			

15. ¿Cuál ha sido el nivel de ventas del último año?

De 0 a $10.000.000		De $10.000.001 a $30.000.000		De $30.000.001 a $50.000.000	
De $50.000.001 a $80.000.000		Mayor a $80.000.001			

BLOQUE 3: DIAGNOSTICO EMPRESARIAL

16. ¿Cuál es la principal herramienta para medir la satisfacción de sus clientes?

No realiza medición		Pregunta a clientes		Buzón de sugerencias	
Servicio Post Venta		Encuesta de Satisfacción			

17. En el transcurso de último año, ¿ha creado nuevos productos y/o servicios para ofrecer a sus clientes?

0		1 a 3		4 a 6	
7 a 9		Más de 10			

18. ¿Cuál es el criterio que utiliza para definir el precio de sus productos y/o servicios ofrecidos en su empresa?

El precio recomendado por el proveedor		El precio que el cliente esté dispuesto a pagar		Nivel de precio de la competencia	
Análisis de costos y gastos		Nivel de precio de la competencia + análisis de costos y gastos			

19. ¿Cuál de los siguientes medios ha utilizado para darse a conocer en el mercado?

Redes sociales		Redes sociales + publicidad impresa (volantes, tarjetas…)		Páginas amarillas + publicidad impresa + redes sociales	
Páginas amarillas + publicidad impresa + redes sociales + web		Páginas amarillas + publicidad impresa + redes sociales + web + publicidad masiva (internet, radio, televisión)			

20. ¿Con qué frecuencia investiga sobre las tendencias del mercado para su producto o servicio?

Al menos una vez por semana		Al menos una vez por mes		Semestralmente	
Cuando surge la necesidad		Normalmente no investiga			

21. ¿Su empresa ha realizado exportaciones?

SI		NO	

22. ¿Cuál de las siguientes herramientas tecnológicas utiliza para llevar el control de las operaciones de su empresa?

Ninguna		Solo máquina Registradora		Computadora	
Lector de código de barra o Sistema de Información				Lector de código de barra y Sistema de Información	

BLOQUE 4: VALORACIÓN DEL PROGRAMA MAS IDEAS MAS EMPRESAS

23. Realice una calificación de 1 a 5, siendo 1 muy poco y 5 mucho, la forma en la que usted considera que el programa "más ideas más empresas" contribuyó en el desarrollo de su Modelo de Negocio

Calificación _____

24. ¿Cuál cree que ha sido el factor más destacable del programa "más ideas más empresas" de la Cámara de Comercio de Bucaramanga? (Por favor marque una de las posibles opciones)

Nuevo Conocimiento		Herramientas de Valoración		Apoyo estratégico	
Calidad de Información		Incentivo emprendedor			

25. ¿El Horario de atención al empresario, establecido en el programa, le permitió asistir sin inconvenientes a los respectivos encuentros?

SI		NO	

¿Por qué?

_____

¿Qué horario sugeriría como el más adecuado para este tipo de programas?

_____

26. ¿Cómo califica la metodología y los temas tratados en el programa "más ideas más empresas"?

Excelente: la orientación recibida y los temas propuestos estuvieron acorde a sus expectativas y le fueron útiles en su modelo de negocio	
Bueno: la orientación recibida y los temas propuestos estuvieron interesantes, pero considera que necesitó mayor información o profundidad de uno o varios temas	
Regular: la orientación y los temas propuestos no le fueron totalmente comprendidos y no supo cómo aplicar el conocimiento en su modelo de negocio	
Malo: la orientación recibida y los temas propuestos no cumplieron sus expectativas	

¿Recomendaría un tema adicional de su interés particular para el programa?

_____

_____

27. En su caso personal, ¿Cuál ha sido el principal aporte del programa "más ideas más empresas" en la creación de su empresa? Explique brevemente

_____

28. ¿Qué aspectos considera que puede mejorar el programa "más ideas más empresas"? y ¿Por qué?

Muchas Gracias por la colaboración prestada

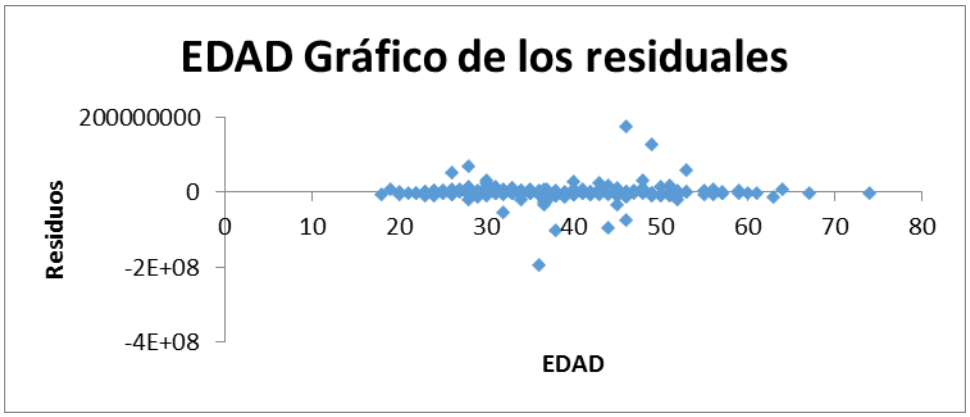
Apéndice D. Análisis de Varianza

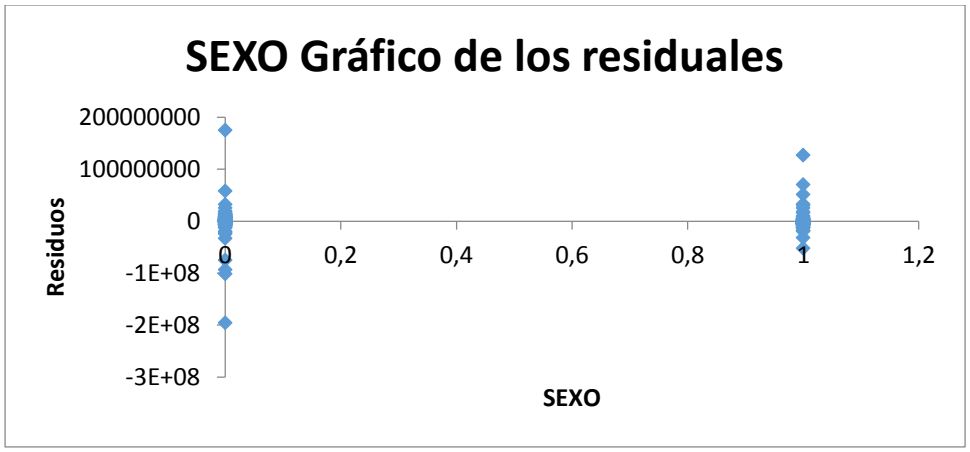
ANÁLISIS DE VARIANZA

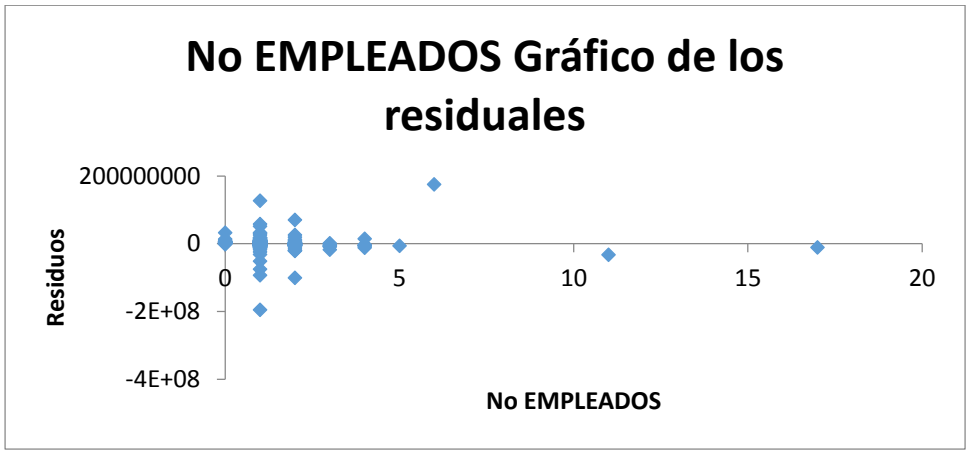
	Grados de libertad	*Suma de cuadrados*	*Promedio de los cuadrados*	*F*	*Valor crítico de F*
Regresión	5	1,82058E+17	3,64117E+16	67,539263	5,57528E-45
Residuos	259	1,39632E+17	5,39119E+14		
Total	264	3,2169E+17			

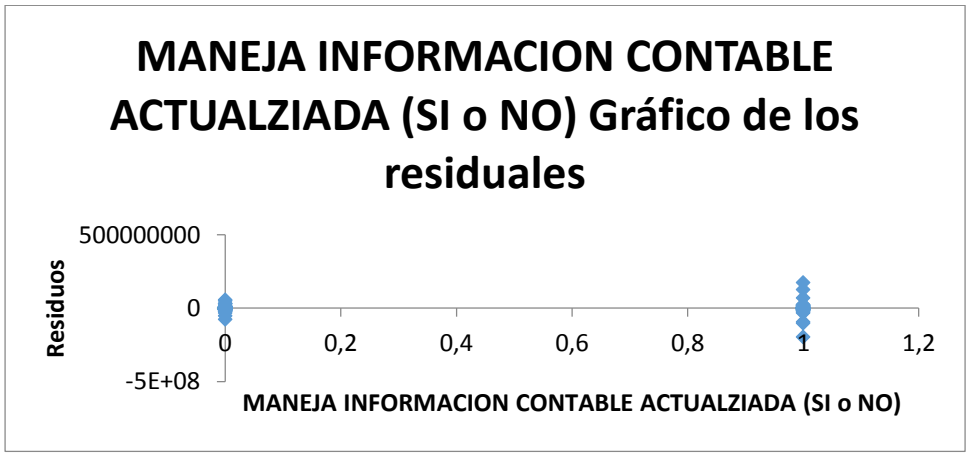
	Coeficientes	*Error típico*	*Estadístico t*	*Probabilidad*	*Inferior 95%*	*Superior 95%*	*Inferior 95,0%*	*Superior 95,0%*
Intercepción	-6.967.919,37	5.874.297,12	-1,19	0,24	-18.535.382,92	4.599.544,19	-18.535.382,92	4.599.544,19
EDAD	80.872,87	147.170,69	0,55	0,58	-208.930,59	370.676,33	-208.930,59	370.676,33
SEXO	3.574.039,82	2.928.870,44	1,22	0,22	-2.193.390,97	9.341.470,62	-2.193.390,97	9.341.470,62
No EMPLEADOS	3.062.929,66	1.056.244,96	2,90	0,00	983.008,47	5.142.850,85	983.008,47	5.142.850,85
MANEJA INFORMACION CONTABLE	-786.763,70	3.656.709,47	-0,22	0,83	-7.987.430,04	6.413.902,64	-7.987.430,04	6.413.902,64
INVERSION INICIAL	0,49	0,03	16,76	0,00	0,43	0,55	0,43	0,55

Apéndice E. Gráficos Residuales

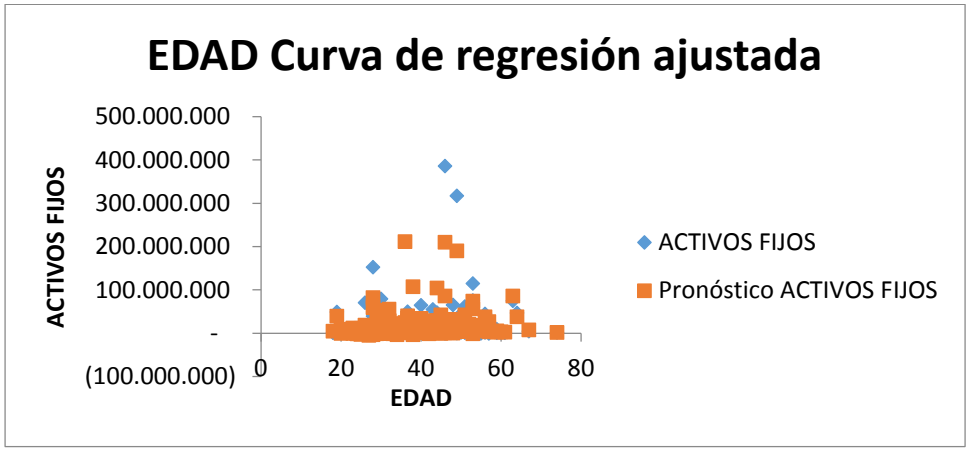


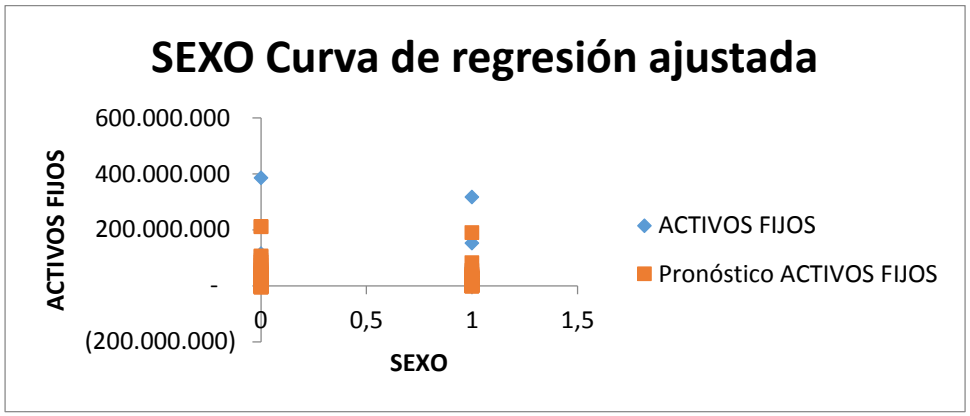

SEXO Gráfico de los residuales
200000000
100000000
0
-1E+08
-2E+08
-3E+08
Residuos
0
0,2
0,4
0,6
0,8
1
1,2
SEXO

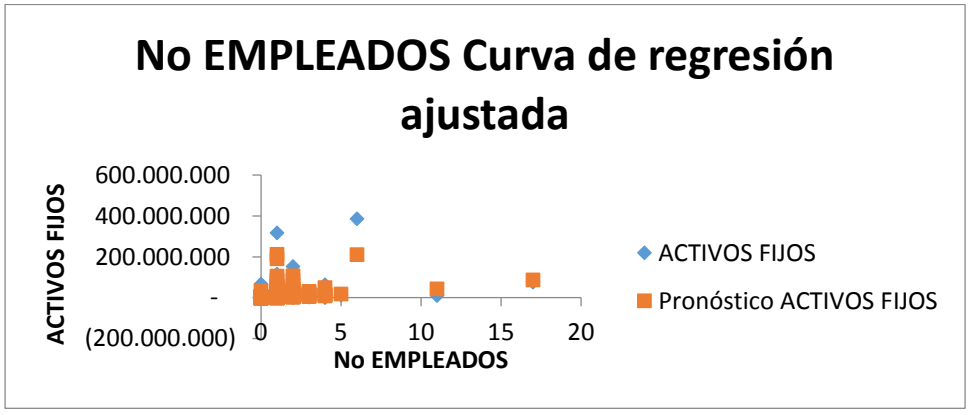

No EMPLEADOS Gráfico de los residuales
200000000
0
-2E+08
-4E+08
Residuos
0
5
10
15
20
No EMPLEADOS

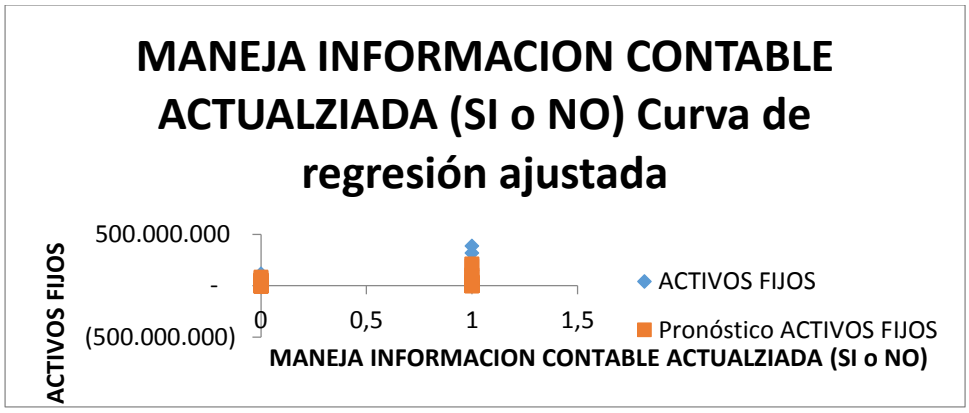

MANEJA INFORMACION CONTABLE ACTUALZIADA (SI o NO) Gráfico de los residuales
500000000
0
-5E+08
Residuos
0
0,2
0,4
0,6
0,8
1
1,2
MANEJA INFORMACION CONTABLE ACTUALZIADA (SI o NO)

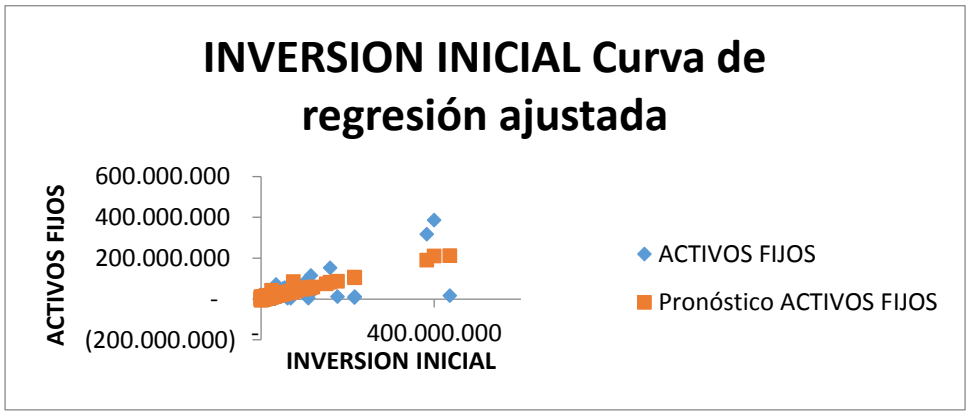
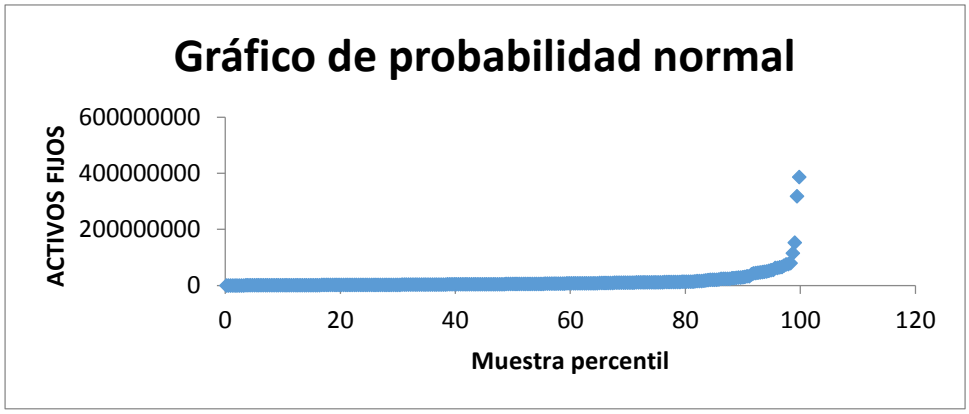
Apéndice F. Curvas de Regresión











Apéndice G. Gráfico de Probabilidad