



Revista Virtual Universidad Católica del Norte

ISSN: 0124-5821

asanchezu@ucn.edu.co

Fundación Universitaria Católica del Norte

Colombia

Arias Arciniegas, Claudia Milena; Giraldo Bedoya, Diana Patricia
Condiciones para la generación de emprendimientos en Medellín y su área metropolitana
Revista Virtual Universidad Católica del Norte, núm. 34, septiembre-diciembre, 2011, pp. 138-161
Fundación Universitaria Católica del Norte
Medellín, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194222473007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Condiciones para la generación de emprendimientos en Medellín y su área metropolitana

Conditions for the Generation of Entrepreneurship in Medellín and its Metropolitan Area

Conditions pour générer *entrepreneurship* à l'intérieur de Medellín et son District Urbaine

Claudia Milena Arias Arciniegas

Administradora de Negocios
Especialista en Alta Gerencia
Docente investigadora
Católica del Norte Fundación Universitaria
cmarias@ucn.edu.co

Diana Patricia Giraldo Bedoya

Ingeniera Industrial
Especialista en Gestión Empresarial
Docente investigadora
Católica del Norte Fundación Universitaria
dpgiraldob@ucn.edu.co

Tipo de artículo: Artículo de Investigación Científica y Tecnológica¹

Recepción: 2011-06-30

Revisión: 2011-09-05

Aprobación: 2011-09-08

¹ Esta investigación está adscrita a la línea de investigación Emprendimiento y Virtualidad, articulada al Grupo de Investigación Emprendedor UCN, bajo el nombre *Condiciones favorables para la generación de emprendimientos empresariales en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá*. Año de inicio 2010. Año terminación 2011. Investigadora principal Claudia Milena Arias.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Contenido

1. Introducción
2. Definición de emprendimiento
3. Políticas y leyes para el fomento del emprendimiento y la creación de empresa en Colombia
4. Sondeo sobre el impacto de las leyes y políticas en la cadena de valor del emprendimiento
5. Conclusiones
6. Lista de referencias
7. Anexo

Resumen

El emprendimiento, entendido como una actitud frente al cumplimiento de ciertas metas por parte de los individuos, necesita complementarse con políticas e iniciativas de carácter público y privado que potencien y dinamicen la acción emprendedora en un territorio. Este artículo hace un recorrido por conceptos que definen al emprendimiento, donde confluyen elementos de índole personal e institucional que, sumados a leyes, políticas y programas, logran construir un ecosistema proclive para la creación de nuevas y mejores empresas. Esta investigación se desarrolla mediante fuentes secundarias y la aplicación de encuestas a diferentes actores del ecosistema.

Como resultado se evidencian diferentes programas y acciones de emprendimiento que en Medellín y el Área Metropolitana han contribuido al mejoramiento del ecosistema emprendedor actual y por ende de los propios emprendedores, donde hoy se generan oportunidades desde diferentes aspectos de la cadena de valor, las cuales deberán articularse.

Palabras clave

Cadena de valor, Emprendedor, Emprendimiento, Oportunidades, Políticas.

Abstract

The entrepreneurship conceived as an attitude before the achievement of certain goals by individuals, needs to be complemented with policies and initiatives coming from public and private spheres which give potential and dynamism to the entrepreneur action in a territory. This article covers concepts defining entrepreneurship, where personal and institutional elements converge, which, with laws, policies and programs, can build an ecosystem being favorable to the creation of newer and better companies. This research is performed by using secondary sources and applying surveys on different members of the ecosystem. As a result,

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

different programs and actions become evident in Medellín and the Metropolitan Area, that have contributed to the improvement of the current entrepreneur ecosystem and of the entrepreneurs themselves, where today opportunities are created derived from different aspects of the value chain, which must be turn into articulated ones.

Keywords

Value Chain, Entrepreneur, Entrepreneurship, Opportunities, Policies.

Résumé

L'entrepreneurship conçu comme une attitude devant la réussite de quelques buts par les individus, nécessite être complété avec des politiques et initiatives publiques et privés qui donnent de la puissance et dynamique a l'action entrepreneuriale dans un territoire. Cet article parcourt par les concepts qui définissent l'entrepreneurship, dans lesquels convergent des éléments personnels et institutionnels que, avec la loi, les politiques et programmes, construisent un écosystème favorable pour la création de nouvelles et meilleurs entreprises. Cette recherche a été développée au moyen de sources secondaires et l'application d'enquêtes sur différentes membres de l'écosystème. Comme résultat on mettre en évidence différentes programmes et actions d'entrepreneurship que à l'intérieur de Medellín et son District Urbaine ont contribué pour l'amélioration de l'écosystème entrepreneur actuel et par conséquence des mêmes entrepreneurs, en générant des opportunités d'après des différents aspects de la chaine de valeur, lesquels doivent devenir articulés.

Mots-clés

Chaine de valeur, Entrepreneur, Entrepreneurship, Opportunités, Politiques.

1. Introducción

En los últimos treinta años, la figura del emprendimiento y por ende del emprendedor, ha tomado importante relevancia no sólo en los ámbitos académicos, sino también en los escenarios económicos, políticos y sociales de varios países. Políticas estatales, informes a nivel mundial, programas y actividades de apoyo, entre otras, figuran actualmente en el horizonte emprendedor como una manera de trasladar el tema de los escenarios de estudio e investigación, donde tradicionalmente ha sido estudiado, a una realidad práctica más articulada al cumplimiento de metas u objetivos de corte económico y social.

Entre dichos elementos que hacen parte de la construcción-teórico-práctica de un ecosistema emprendedor en Colombia, aparecen informes como el *Global Entrepreneurship Monitor GEM* o el *Doing Business*, que analizan el comportamiento y las características de los individuos frente a la creación, desarrollo y consolidación de una empresa y los mecanismos externos que posibilitan la conformación, desde los ámbitos legales, de la misma.

Igualmente, se destacan las leyes por parte del Estado que estructuran el andamiaje para el fomento y enseñanza del emprendimiento en las instituciones educativas (Ley 1014) y los beneficios para las nuevas empresas (Ley 1429), por último, y para no extender el tema, programas como Cultura E, en la ciudad de Medellín, Bogotá Emprende o Meta Emprende, por citar algunos ejemplos, hacen parte de políticas municipales o departamentales tendientes a fortalecer un ecosistema integral de emprendimiento que va desde los aspectos formativos pasando por convocatorias de ideas de negocio, estrategias de fortalecimiento, hasta el mejoramiento de las capacidades de las Unidades de Emprendimiento encargadas de acompañar a los emprendedores y sus proyectos.

Todo lo anterior, constituye sin duda un marco de acción y referencia para el apoyo y consolidación de nuevas empresas en Medellín y su área metropolitana y el país, pero es necesario evaluar el alcance y efectividad de dichos elementos en el proceso emprendedor y cómo aportan de manera real a la construcción de un proyecto general de emprendimiento. A partir de este problema se desarrolla una búsqueda de información sobre el concepto del emprendedor a lo largo de la historia, las acciones de apoyo al emprendimiento propuestas y aplicadas en Medellín y su área metropolitana,

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

para luego analizar su impacto desde la experiencia de diferentes actores del ecosistema emprendedor.

El principal hallazgo de esta investigación hace referencia a que existen condiciones de favorabilidad para la generación y fortalecimiento de emprendimientos empresariales, como inclusión en los planes de desarrollo municipal de programas de apoyo al emprendimiento empresarial, programas específicos de tipo privado y público, incubadoras, centros tecnológicos, promotoras y convenios interadministrativos con el sector educativo y empresarial, presentándose una gran oferta al emprendedor, pero que requiere de una mayor articulación que permita fortalecer los diferentes eslabones de la cadena de valor del emprendimiento.

2. Definición de Emprendimiento

La palabra emprendedor tiene su origen en la lengua francesa, se relacionaba inicialmente con conquistadores, exploradores o individuos que dejando su tierra de origen se encaminaban a la búsqueda de nuevas metas en lugares desconocidos, superando barreras e incertidumbres (Araneda, 2010). Pero fue Richard Cantillon en 1775 quien acuñó la palabra "Entrepreneur" relacionándola con los individuos que asumían la responsabilidad de llevar y poner en marcha un proyecto (Nueno, 2003). Posteriormente, destacados economistas como Say, Mill, Marshall o Knight, por citar algunos, contribuyeron a la construcción de una imagen del emprendedor basada en su relación con los sistemas de producción, el manejo del riesgo y la incertidumbre y la manera como dicho individuo obtenía ciertos beneficios de su esfuerzo (Botero & Tarapuez, 2007).

Con Joseph Schumpeter el emprendedor adquiere una nueva redefinición como agente de desequilibrio económico, es decir, los productos o servicios que el emprendedor genera contribuyen a desestabilizar la estructura del mercado ya que establece nuevas relaciones entre los diversos factores creando nuevas iniciativas en un círculo virtuoso de nunca acabar (Pitchler, 2011). Esta relación innovación-emprendimiento, viene a confirmarse con Drucker, el cual afirma que el emprendedor no es aquel que desarrolla una empresa, sino el que aprovecha las oportunidades para generar espacios de innovación permanente inclusive más allá del ámbito económico (Formichela, 2004).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Dentro de la investigación realizada se resaltan autores como Freire (2005), quien toma al emprendimiento como una actitud positiva hacia la gestación de negocios, constituyendo una tecnología que se puede aprender, rompiendo así con el paradigma clásico de que se "nace bueno para los negocios"; y en su texto: *Pasión por emprender*, como una actividad empresarial interna, un sistema que tiene como objetivo acelerar la innovación dentro de las compañías grandes, mediante un mejor aprovechamiento de las capacidades de su personal. Le permite al jefe ejecutivo conservar a sus mejores talentos innovadores ofreciéndoles la oportunidad de ver realizadas sus ideas sin necesidad de abandonar la compañía, y es la respuesta sensata a las demandas y exigencias del nuevo siglo. Haciendo énfasis en los dos enfoques del emprendimiento, el empresarial y el intraemprendimiento, de esta forma, cuando se habla de emprendimiento no sólo se habla de la creación empresarial, sino del desarrollo de competencias que llevan a una persona a ser emprendedora en los diferentes entornos en los que se desarrolle. De lo anterior, se desprende que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. La obsesión por la oportunidad, la meta de crear y distribuir riqueza, y la constante búsqueda del crecimiento son las bases del emprendimiento, donde el individuo y su capacidad de socializar e innovar se vuelven importantes.

Con el devenir de los años y de las ciencias, los estudios sobre el emprendimiento empezaron a enfocarse en variables distintas a lo económico, para adentrarse en el estudio del emprendedor desde variables psicológicas relacionadas con competencias y habilidades personales inherentes al proceso de emprender, los modelos educativos y de formación tendientes a consolidar perfiles gerenciales entre los emprendedores y los factores externos que jalonan o impiden la creación de empresas (Veciana, 2003).

Teniendo en cuenta la importancia de la formación para el emprendimiento, es necesario aclarar que la enseñanza del emprendimiento no debe estar ligada solamente al número de empresas creadas, está ligada también a:

- La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela Austríaca).
- La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stenvenson).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

- El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos (Modelo Timmons). (Como se cita en Castillo, 1999 online).

La imagen del emprendedor que tiene cada uno de los autores revisados en este documento, parte desde su contexto y de las características que logra ver en esos actores, lo cual permite decir que en la medida en que los tiempos cambian y las necesidades del contexto lo requieran, el emprendedor deberá ir fortaleciendo competencias que le permitan identificar y desarrollar oportunidades en el entorno cambiante. Por tanto, se vuelve importante investigar sobre este personaje "emprendedor" y su evolución en diferentes contextos, puesto que la creación de empresas, como base de nuestra economía, nace de ellos, lo cual también genera desarrollo social e innovación tecnológica. Se convierte entonces el emprendimiento en un dinamizador de la economía, razón por la cual se observa gran interés en la formulación y desarrollo de políticas públicas, programas y proyectos orientados a su fomento, a través de la aplicación de modelos ajustados a nuestra realidad cultural, social y económica, para que pueda obtenerse el resultado esperado.

Es en este último aspecto, donde las políticas y acciones tanto públicas como privadas tienen un importante papel en la conformación de un ecosistema emprendedor proclive a la generación de nuevas empresas. Este enfoque se llama, retomando a Veciana e Isenberg (2010), la Teoría Institucional, donde aparecen el Estado y los entes privados con programas y herramientas que en sumatoria tienen como objetivo impactar de manera positiva el escenario emprendedor, como se podrá evidenciar en las políticas y leyes existentes en el país de fomento a la cultura emprendedora y creación de empresas y los diferentes programas y proyectos identificados en esta investigación, que en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá se vienen desarrollando.

3. Políticas y leyes para el fomento del emprendimiento y la creación de empresa en Colombia

La promulgación de leyes y políticas públicas relacionadas con la creación de empresas en Colombia no es un fenómeno nuevo, desde la década del noventa, el país viene realizando una serie de cambios en las reglamentaciones económicas para facilitar el fortalecimiento del tejido

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

empresarial, duramente golpeado por la globalización y la economía de mercado.

Fue North (Prado, 1998) quien analizó el papel del Estado y las instituciones dentro del escenario económico como elementos que disponían las reglas de juego donde organizaciones e individuos debían moverse, entre las limitaciones existentes, para alcanzar sus objetivos, de tal manera que el logro de dichas metas está sujeta a la manera como las organizaciones establecen relaciones con base en el aprendizaje y la capacidad de cambio. Este papel del Estado como elemento pivotante del emprendimiento por medio de programas, leyes o actividades específicas (Arzuza, Gómez y Martínez 2006), se ve reflejado inicialmente en el Título XII, artículos 333 y 339 los cuales establecen el ejercicio empresarial como una actividad libre, dentro de los límites del bien común, donde el Estado tiene como obligación estimular el desarrollo empresarial, además de generar un Plan Nacional de Desarrollo que consigne los propósitos y objetivos adoptados por el Estado en el marco de los aspectos económicos, sociales y ambientales.

Entre las leyes surgidas a raíz de los artículos anteriores, se destacan en primer lugar la Ley 35 de 1993 que ofrece la posibilidad de acceso al crédito a los diferentes sectores económicos; igualmente, la Ley 334 de 1996 que crea el Fondo de Capital para nuevas empresas en Colombia o Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA; la Ley 590 del 2000 o Ley Pyme, la cual asegura incentivos, políticas y programas de apoyo y acompañamiento a las pequeñas y medianas empresas; la Ley 905 del 2004 que modifica la anterior; la Ley 1014 del 2006 conocida como la Ley de Emprendimiento que reglamenta el fomento del emprendimiento y la creación de empresa en el país, la Ley el año 2008 que reglamenta la forma jurídica S.A.S Sociedad Simplificada por Acciones, y por último, la reciente Ley 1429 o del Primer Empleo que ofrece estímulos de tipo fiscal tanto a las nuevas empresas como a aquellas que generen nuevas plazas laborales.

Paralelo a la promulgación de las leyes anteriores, los diversos entes departamentales y municipales, empezaron a consolidar sus propias instituciones, programas o redes para el fomento del emprendimiento en sus respectivas regiones. En el caso de Antioquia, iniciativas como el Plan Estratégico de Antioquia PLANEA que desde finales de la década del noventa viene orientando acciones de desarrollo en cuatro líneas estratégicas: línea 1: integrar y articular territorialmente a Antioquia; línea 2: promover el

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

cambio para un desarrollo humano equitativo y sostenible; línea 3: revitalizar la economía antioqueña, y línea 4: reconstruir el tejido social donde el emprendimiento en la línea tres, tiene un papel fundamental. También se destaca la creación en 1996 de la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia IEbTA, como institución de carácter mixto, que empezó a diseñar programas de creación y acompañamiento empresarial a los emprendedores.

En el año 2000 se establece el proyecto "Medellín Emprende" el cual jalonó los primeros procesos de articulación entre instituciones educativas y el Estado municipal en pro del fomento del emprendimiento. Es a partir de dicho proyecto, cuando la Administración del ex alcalde Sergio Fajardo, contempla en el Plan de Desarrollo Municipal, "Medellín, Compromiso de Toda la Ciudadanía" en su línea cuatro, dos componentes denominados "Cultura y Creación de Empresas" y "Desarrollo y Consolidación de Empresas" con esto, se fortalece una estructura de fomento emprendedor denominada Cultura E, inicialmente con más de 30 componentes que comprendían actividades de sensibilización y formación en emprendimiento hasta concursos y fondos de inversión.

Durante la década del 2000 aparecen también en escena, la Red Unificada de Emprendimiento de Antioquia RUEDA en el 2003; la creación de Fondos como Progresía Capital, concursos especializados, INNGENIO o bien de carácter departamental, ANTÓJATE DE ANTIOQUIA, los cuales vienen realizando una activa labor para la creación de nuevas empresas. Por último, se resalta la creación en el año 2009 del Programa Ciudad E, último componente de Cultura E, orientado a fortalecer las capacidades gerenciales y administrativas de los coordinadores las Unidades de Emprendimiento de Medellín y su Área Metropolitana y que opera con recursos de la administración municipal, la Caja de Compensación Familiar Comfama y las Instituciones de Educación Superior de la ciudad y el Área Metropolitana.

Actualmente, surge en el Estado el interés de fortalecer la innovación como elemento esencial en la generación de iniciativas de emprendimiento, ciencia y tecnología (Ley 1286 de 2009 de Ciencia y Tecnología) que realmente generen transformación en desarrollo económico y social del país, permitiéndoles también a esas iniciativas ser perdurables en el tiempo. De esta manera surge en el municipio de Medellín el programa Ruta N,

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

complementando el ecosistema emprendedor de la Ciudad y su Área Metropolitana.

De esta manera se ve en el país y específicamente en Medellín y su Área Metropolitana, grandes esfuerzos desde lo Institucional, por generar condiciones de favorabilidad para el desarrollo de emprendimientos que no sólo impacten a nivel local, si no que tengan una visión glocal con miras a abordar mercados internacionales a partir de la innovación.

4. Sondeo sobre el impacto de las leyes y políticas en la cadena de valor del emprendimiento

Al profundizar en la tarea de resolver la pregunta propuesta de la investigación: ¿cuáles son las características de favorabilidad o no favorabilidad de las condiciones que se presentan, en cuanto a políticas públicas, macro, microeconómicas y disponibilidad de los recursos, en Medellín y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, destinadas a fortalecer la generación de emprendimientos empresariales, en los últimos cinco años (2005-2010), se aplicaron diferentes herramientas para la obtención de la información, adicional al rastreo de diferentes documentos, se realizaron visitas a instituciones públicas y privadas, y se aplicaron encuestas tanto a coordinadores de Unidades de Emprendimiento como a los mismos emprendedores.

Esto permitió no sólo conocer los impactos de las leyes y políticas sobre emprendimiento en los diferentes actores, sino también proponer acciones de mejora frente a las mismas, de tal manera que se logre la generación de emprendimientos sostenibles y de alto impacto.

La investigación realizada por la Fundación Universitaria Católica del Norte durante los años 2010 y 2011 evidenció que existe un conocimiento pleno de las leyes y políticas públicas sobre emprendimiento por parte de las instituciones que trabajan con emprendedores como son las Unidades de Emprendimiento, Incubadoras o entes del Estado, pero dicho conocimiento no se traslada a los emprendedores ya sea por parte de dichas instituciones o bien por el propio Estado. La figura 1, muestra el nivel de conocimiento adquirido por las Direcciones o Unidades de Emprendimiento encuestadas, sobre políticas, programas e instituciones de apoyo al emprendimiento.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [\[http://revistavirtual.ucn.edu.co/\]](http://revistavirtual.ucn.edu.co/), ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

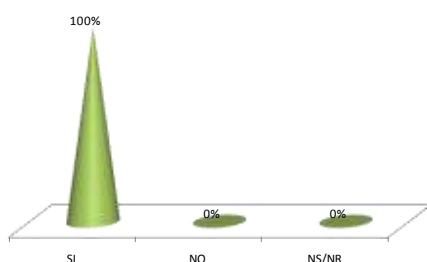


Figura 1. Políticas públicas e instituciones de apoyo al emprendimiento.

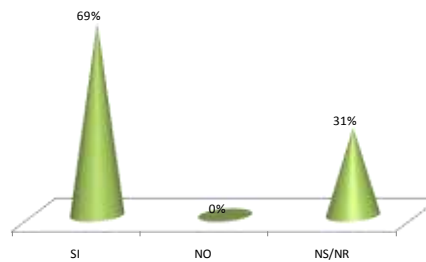


Figura 2. Políticas públicas y emprendedores

En contraste con lo anterior (figura 2), los emprendedores encuestados expresaron desconocimiento de las políticas, programas e instituciones de apoyo al emprendimiento equivalente a un 31%, lo cual permite relacionar que aunque las unidades que manejan el tema conocen las diferentes oportunidades que el Estado genera para apoyar a los emprendedores, aún no existen estrategias de difusión ajustadas al tipo de oferta que el emprendedor realmente necesita o a la que efectivamente pueda aplicar para fortalecer su iniciativa. Por otra parte, también se observa que los emprendedores deben fortalecer su actitud de consulta y conocimiento, profundizando en los diferentes programas o acciones que para el emprendimiento genera la ciudad de Medellín y su Área Metropolitana e incluso se observa su desconocimiento con respecto a las leyes y políticas que el Estado genera tal y como se observa en la Figura 3, donde el 32% de los emprendedores no da respuesta a dicha pregunta.

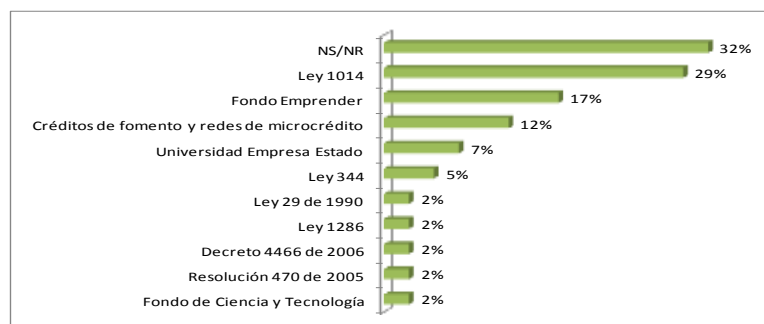


Figura 3. Leyes y políticas conocidas por el emprendedor.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [\[http://revistavirtual.ucn.edu.co/\]](http://revistavirtual.ucn.edu.co/), ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Los emprendedores al igual que las Unidades o Direcciones de Emprendimiento resaltan en las políticas, leyes o normas de fomento a la cultura del emprendimiento, la Ley 1014 de 2006, en la que se definen los lineamientos nacionales del fomento a la cultura del emprendimiento y la Ley 789 de 2007, la cual es conocida como el Fondo Emprender, donde los emprendedores tienen la oportunidad de alcanzar recursos de financiación para sus nuevas empresas; esto permite observar que existe poco conocimiento de las diferentes leyes o normativas que generan herramientas para el inicio o fortalecimiento de las empresas en el país, dejando de lado otras como las relacionadas con fomento al crédito y al microcrédito, acceso a recursos públicos, capital semilla, ciencia y tecnología, beneficios fiscales, entre otros.

Con respecto a los mayores aportes que realizan la Gobernación y las administraciones municipales pertenecientes al Área Metropolitana del Valle de Aburrá para la creación y fortalecimiento empresarial, se identificaron que están orientados en primer lugar la realización de concursos y convocatorias que promueven la cultura emprendedora y el apoyo a la creación de empresas, seguidos de los programas de formación en emprendimiento y los dos programas más significativos y cofinanciados por la Alcaldía de Medellín, Ciudad E y Cultura E, los cuales proponen y desarrollan, a través de sus diferentes componentes, actividades para todo tipo de público, como directivos, docentes/facilitadores, estudiantes, egresados, jóvenes, adultos, emprendedores y empresarios, de la ciudad de Medellín y el Área Metropolitana (ver figura 4).

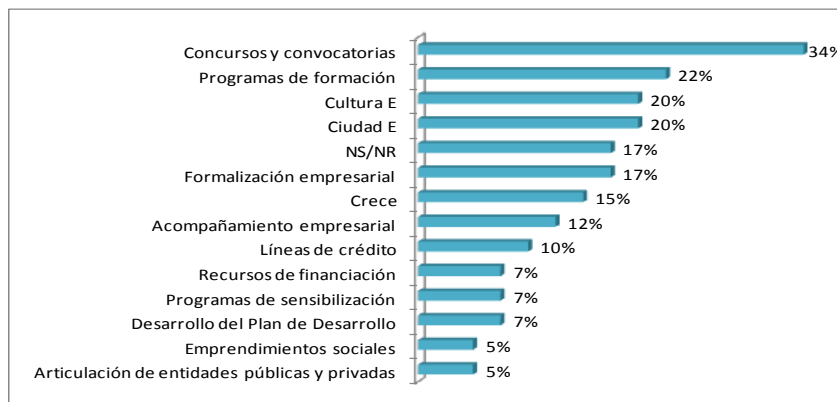


Figura 4.Programas y acciones para el emprendimiento.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Esta misma relación puede evidenciarse en el conocimiento, por parte de emprendedores e instituciones de apoyo al emprendimiento, de programas, convocatorias o iniciativas que apoyen la generación de nuevas empresas. La mitad de los emprendedores entrevistados manifestaron conocer dichos programas (figura 6), mientras que el 77% de las Unidades de Emprendimiento manifestaron conocer dichos programas (figura 5).

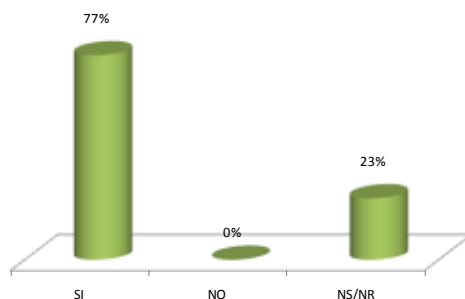


Figura 5. Conocimiento de programas de emprendimiento.

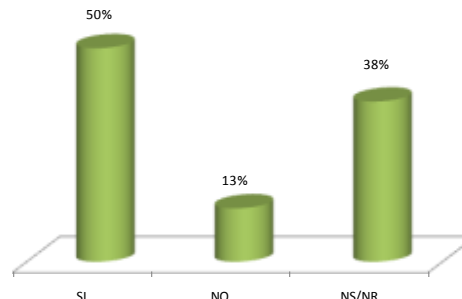


Figura 6. Conocimiento de programas de emprendimiento- emprendedores.

De los programas específicos que existen en la actualidad en el ecosistema emprendedor, los entrevistados destacan los liderados por la Administración Municipal para el fomento de la cultura emprendedora, como Cultura E, fortalecimiento de las diferentes Instituciones de Educación Superior que hacen parte del ecosistema de emprendimiento para brindar a los nuevos empresarios servicios integrales de acompañamiento a sus empresas, como Ciudad E y potenciar nuevos negocios basados en el conocimiento, a través del fomento, desarrollo y fortalecimiento de la ciencia, la tecnología y la innovación como el Programa Ruta N, seguidos de otros componentes más específicos del Programa Cultura E y otros de tipo municipal(ver figura 7) .

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: <http://revistavirtual.ucn.edu.co/>, ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

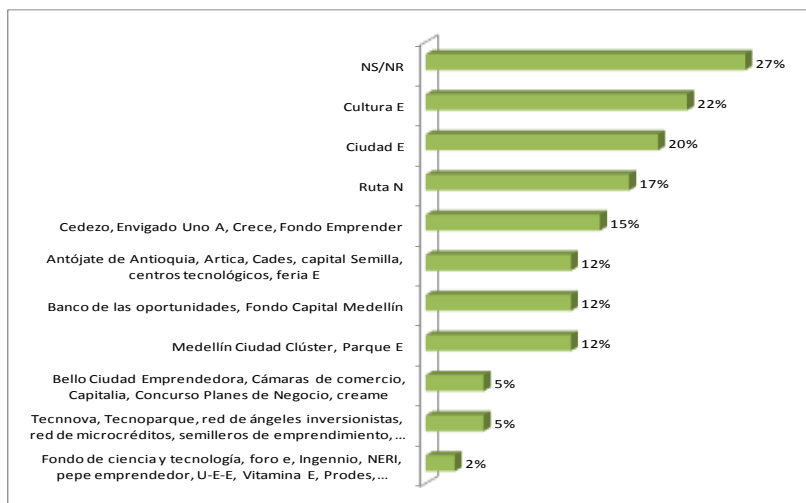


Figura 7. Conocimiento de programas específicos de emprendimiento actuales.

Con relación a las actividades realizadas en el medio para el fortalecimiento del emprendimiento en Medellín y su Área Metropolitana, las más reconocidas son la sensibilización, ferias empresariales y formación (etapa de sensibilización y preincubación), las asesorías y acceso a fondos de capital (etapa de incubación y aceleración) aparecen en lugares medios y finales de la encuesta debido en parte a que el accionar de las instituciones que hacen parte del ecosistema emprendedor se han concentrado en las primeras actividades que pertenecen a la etapa de sensibilización y a la de preincubación de cadena de valor del emprendimiento, por su naturaleza o actividad económica, generándose una mayor oferta para los emprendedores en estas dos etapas de la cadena, lo cual hace que sean más reconocidas por los diferentes actores del ecosistema, pero lo anterior no quiere decir que no se genere oferta de servicios en las otras etapas de la cadena de valor del emprendimiento, sólo se observa que en lo relacionado con asesorías especializadas y financiación, la oferta no es muy conocida por los emprendedores y por el tipo o características de los emprendimientos no es posible acceder con facilidad (ver figura 8).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: <http://revistavirtual.ucn.edu.co/>, ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

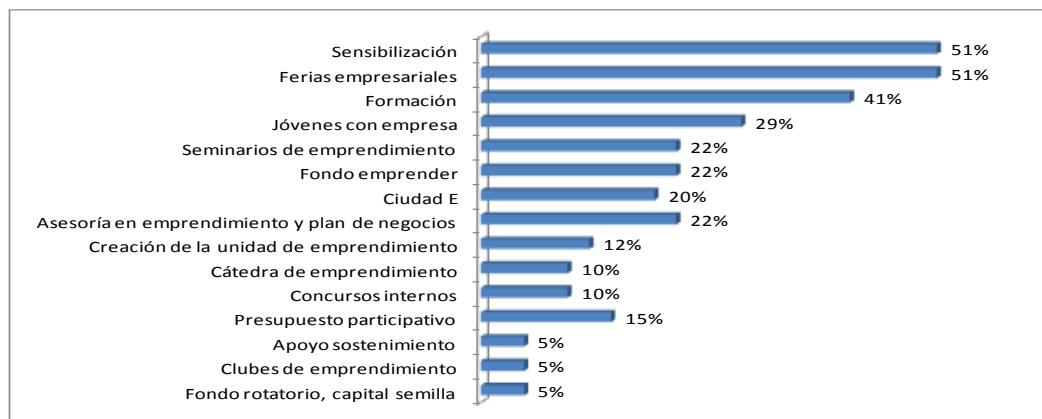


Figura 8. Actividades de emprendimiento en Medellín y su Área Metropolitana.

Al indagar con respecto a los beneficios que las instituciones han recibido de las políticas y Leyes en pro del emprendimiento, se resalta el programa Ciudad E debido a que dicho programa actualmente reúne a 33 unidades de emprendimiento pertenecientes a las diferentes Instituciones de Educación Superior del Área Metropolitana, dicho programa ha logrado reunir a las diferentes instituciones con el fin de fortalecer el ecosistema de emprendimiento y se espera dejar una oferta diferenciada para los emprendedores. Además, se logra evidenciar una alta concentración de oportunidades para acceder a programas de emprendimiento en la ciudad de Medellín y algunos que se han extendido al Área Metropolitana a través de sus líneas social o económica del Plan de Desarrollo Municipal.

Aunque se observa una gran oferta en sensibilización y formación emprendedora, la capacitación interna que afirman haber recibido las propias entidades sobre el emprendimiento, sólo llega hasta el 62% de las entidades encuestadas; mientras que los emprendedores menos del 20% han participado o participan de dichos procesos de formación, lo cual denota un fortalecimiento del tema al interior de las organizaciones para el desarrollo de sus propios empleados o Unidades de Emprendimiento y adicionalmente los emprendedores requieren interesarse más por el aprendizaje como elemento esencial para su fortalecimiento y el desarrollo de sus emprendimientos de acuerdo a cada etapa del proceso emprendedor (ver figuras 9 y 10).

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: <http://revistavirtual.ucn.edu.co/>, ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

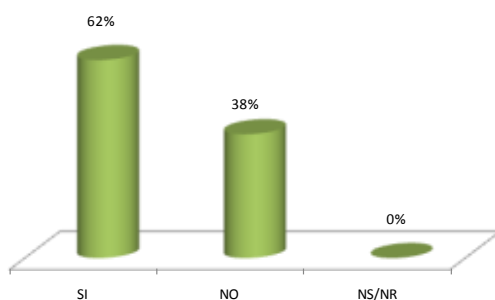


Figura 9.Capacitación a instituciones de apoyo al emprendimiento.

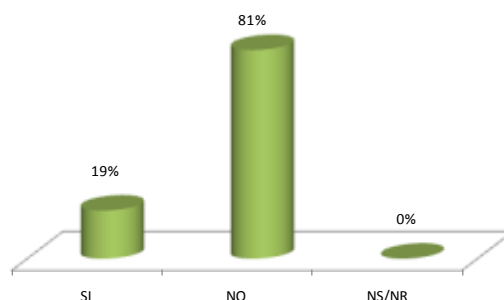


Figura 10.Capacitación a emprendedores.

Teniendo en cuenta lo anterior, será importante continuar profundizando en el ser emprendedor de manera que desde la educación se fortalezcan competencias emprendedoras requeridas en los profesionales que realmente generan valor en las empresas, identificando dentro de ellos los emprendedores empresariales que realmente van a innovar generando valor en la creación de nuevas empresas, logrando que los programas actuales de apoyo al emprendimiento empresarial alcancen el impacto deseado. Al igual que en el fortalecimiento de la creación de empresas a partir de la investigación como proceso necesario para generar innovaciones que hagan competitivos a los nuevos emprendimientos.

Otro aspecto a resaltar es la opinión de las personas encuestadas, quienes piensan que el acceder a los programas de apoyo al emprendimiento les ha permitido promover la creación de empresas, acceso a conocimientos y recursos financieros para el fortalecimiento productivo de las empresas creadas, acompañamiento y asesoría empresarial en la construcción de planes de negocio de las iniciativas empresariales, seminarios, capacitaciones, participación en ferias, la construcción del ecosistema de emprendimiento de la ciudad, obtener apoyo de las instituciones de educación adscritas a los diferentes programas, formación de maestros y consultores en emprendimiento, dejando capacidad instalada en el Área, compartir experiencias con otros actores del ecosistema, alianzas estratégicas y participación de convocatorias, entre otras, lo cual muestra o evidencia las diferentes oportunidades que encuentran los actores del ecosistema emprendedor en el Área Metropolitana.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Por último y no menos importante, en la investigación realizada se identifica la necesidad de fortalecer al interior de las instituciones que trabajan por el apoyo al emprendimiento y la creación empresarial, la cultura del emprendimiento y la innovación, en formación, integración interna y gestión de las dependencias que permita articular la docencia, la investigación y la extensión en pro de generar una oferta más diversificada, innovadora y ajustada a las necesidades de los diferentes tipos de emprendimiento y emprendedores de sus propias instituciones y del Área Metropolitana.

5. Conclusiones

- De acuerdo a los resultados de la investigación, los datos proporcionados indican que existen condiciones de favorabilidad para el desarrollo de emprendimientos en Medellín y el Área Metropolitana, entre ellas encontramos las leyes que el Estado ha generado en la última década para beneficio de los emprendedores y empresarios, la inclusión del emprendimiento como tema de interés en los planes de desarrollo de los municipios pertenecientes al Área Metropolitana, la generación de programas con servicios en los diferentes eslabones en la cadena de valor del emprendimiento, la disposición de capitales públicos y privados para el desarrollo de estos programas y proyectos, y la generación de redes entre los mismos actores del ecosistema de emprendimiento. Sin embargo, en algunos casos no se posee el conocimiento de su existencia y manejo, lo cual dificulta que la oferta sea aprovechada por la demanda existente y a su vez retrase la generación de una oferta acorde a las necesidades de los demandantes y del territorio. Lo anterior sugiere que será necesario fortalecer la cadena de valor del emprendimiento en procesos formativos que promuevan emprendimientos innovadores y de acuerdo a los clúster definidos para el desarrollo de la región, con herramientas que permitan fortalecer la incubación, post incubación y aceleración de los emprendimientos innovadores que surjan y de manera transversal, herramientas de financiación de acuerdo a las diferentes etapas del proceso emprendedor.
- Es de anotar que dentro de los resultados de las encuestas, se hace énfasis en que existen varias entidades y programas que trabajan por el emprendimiento, aunque en algunos momentos, se ve duplicada la oferta de servicios, sin identificar realmente cuáles son los vacíos en la

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

cadena de valor (1. Sensibilización; 2. Preincubación; 3. Incubación; 4. Postincubación; 5. Aceleración) y en lo que realmente requiere el emprendedor para el desarrollo de su emprendimiento. Entre los programas que más se destacan se encuentran Ciudad E, Cultura E, Fondo Emprender, Crece, Ruta N, Cedezos, Concursos y convocatorias, en servicios como sensibilización, formación, formalización empresarial, acompañamiento empresarial, líneas de crédito e investigación.

- Se resalta la importancia para las instituciones de educación superior y entidades que trabajan en pro del emprendimiento, de continuar haciendo parte de programas y convenios a nivel local, regional y/o nacional que sean reconocidos como programas de apoyo al emprendimiento y que a su vez se conviertan en aliados estratégicos para los emprendedores que quieran poner en marcha sus negocios o empresas.
- Es importante establecer canales de comunicación efectivos que permitan bajar la información sobre las oportunidades presentes en el medio a los emprendedores; igualmente el desarrollo de talleres o seminarios especializados que permita a los emprendedores el cómo aplicar con su proyecto a dichos programas, concursos, convocatorias o procedimientos para acceder a fuentes de financiación, de acuerdo a los tipos de proyectos y su grado de madurez o desarrollo. Si el emprendedor logra identificar el componente más apropiado para él, podrá acceder a recursos sin desgastarse y desmotivarse en procesos que no aportarán a su desarrollo personal, profesional y como empresario.
- Se observa que la mayoría de los grandes programas y proyectos de apoyo a la creación de empresas son de carácter municipal, por tanto sus recursos están unidos a líneas específicas de sus planes de desarrollo, de donde se desprenden dichos programas y proyectos, con lo anterior se quiere expresar que si los municipios no definen una política clara sobre el emprendimiento y la creación de empresas, los proyectos y programas actuales de emprendimiento sólo durarán hasta que el gobernante de turno termine su mandato, por tanto estos proyectos y programas corren el riesgo de no tener continuidad por quedarse sin recursos para su desarrollo. Por otra parte, también se observan algunos esfuerzos desde lo privado para invertir en este tipo

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

de programas y proyectos como es el caso de las instituciones de educación con sus unidades o centros de emprendimiento e innovación, como entidades y proyectos de carácter mixto.

- Como recomendación final de las investigadoras se resalta la necesidad de trabajar la diferenciación clara entre el intraemprendimiento y el emprendimiento empresarial o también llamado empresarismo, debido a que los programas y proyectos sobre el tema están enfocados al empresarismo de manera masiva y estándar, lo cual podría generar frustraciones puesto que no todos podrán desarrollar las competencias necesarias para convertirse en empresarios. Por otra parte, se requiere una nueva cultura de intraemprendedores que puedan asumir los retos de las nuevas organizaciones, cada vez más dinámicas y cambiantes, donde la innovación y la creatividad se hacen esenciales para la sustentabilidad de dichas organizaciones. Al fin de cuentas si lo que las políticas generadas quieren es fortalecer el tejido empresarial, por tanto también se fortalecerá el tejido social, en términos de equidad y distribución del ingreso.

6. Lista de referencias

Alcaldía de Medellín. Departamento de Planeación Municipal. (2010). *De la cultura del emprendimiento a la cultura de la innovación*. Recuperado de: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/PublishingImages/LIBRO_CULTURA_E.pdf

Araneda Zanzi, A. (2010). Exitosos emprendedores chilenos y su trayectoria. Método de casos aplicado al emprendimiento. Chile: Universidad Santa María.

Arzuza B. M., Gómez, L. y Martínez, J. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. *Pensamiento y Gestión*, (21). Recuperado de http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf

Botero Villa, J. J. y Tarapuez Chamorro, E. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de administración*, (034), 39-63. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/205/20503403.pdf>.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [\[http://revistavirtual.ucn.edu.co/\]](http://revistavirtual.ucn.edu.co/), ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Colombia. Congreso de la República. (2005). *Constitución Política de Colombia*. Recuperado de: http://cms-static.colombiaaprende.edu.co/cache/binaries/articles-186370_constitucion_politica.pdf?binary_rand=1416

Colombia. Congreso de la República. (2006). *Ley 1014 de enero 26 de 2006*. Recuperado de: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/Normatividad/Leyes/Ley1014de2006.pdf>

Colombia. Congreso de la República. (2008). *Ley 1258 de diciembre 5 de 2008*. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/Ley/2008/Ley_1258_2008.html.

Colombia. Congreso de la República. (2010). *Ley 1429 de diciembre 29 de 2010*. Recuperado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/Ley142929122010.pdf>

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Recuperado de http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf.

Gobernación de Antioquia. *Plan Estratégico de Antioquia PLANEA*. Recuperado de http://www.planea-antioquia.org/planea/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=3

Hanns Pitchler, J. (2011). Innovación y destrucción creativa: la visión Schumpeteriana de espíritu empresarial. En Rodrigo Varela (Comp.) *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial*, V1. (pp. 159–167). Cali: ICESI.

Isenberg, J. D. (2010). *Lanzar una revolución emprendedora en harvard business review*.

Nueno Iniesta, P. (2003). El espíritu emprendedor. En José Carlos Arnal Losilla (Coord.). *Creación de empresa: los mejores textos*. (pp. 171-186) Barcelona: Ariel.



"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

Prado Robles, G. A. (1998). El pensamiento económico de Douglass C. North En Laissez – Faire. Vol. 9. Recuperado de: <http://fce.ufm.edu/publicaciones/laissezfaire/09/prado .pdf>

Veciana Vergés, J. M. (2003). Creación de empresas como programa de investigación científica. En José Carlos Arnal Losilla (Coord.) *Creación de Empresa: Los mejores textos*. (pp. 20-60). Barcelona: Ariel

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

7. Anexo

Instrumento de recolección de información utilizado en la investigación

A continuación se presenta el instrumento de recolección de información utilizado para esta investigación.

Nombre de la persona que diligencia la encuesta:

Empresa o Institución:

Municipio: -

Área a la que pertenece: -

Es usted:

Emprendedor _____ Empresario _____ Empleado _____ Jefe / Coordinador de UE _____

A las siguientes preguntas responda la opción SÍ o NO según sus conocimientos o percepciones frente al tema.

Políticas públicas

1. *¿Conoce usted las políticas de orden departamental y municipal para la generación del emprendimiento en la localidad?*
a. Sí _____ b. No _____
2. *¿Ha sido usted capacitado en políticas públicas de emprendimiento en los últimos cinco (5) años?*
a. Sí _____ b. No _____
3. *¿Cómo cree usted que ha aportado la gobernación de Antioquia o la administración municipal para la creación y sostenimiento de empresas?*

4. *¿Cuáles han sido las políticas generadas desde la administración pública para el fomento del emprendimiento en los "jóvenes"? Enumere.*

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

- a. Con respecto a soporte no financiero (Capacitación, asesoría y fomento a la cultura del emprendimiento, unidades de emprendimiento, etc.) _____
 - b. Con respecto a formalización de la actividad empresarial _____
 - c. Con respecto a la articulación de redes _____
 - d. Con respecto a financiación _____
 - e. Con respecto a ciencia, investigación y tecnología _____
 - f. Otras _____
5. ¿Se ha realizado programas o proyectos para la generación de emprendedores en el municipio?
- a. Sí _____ b. No _____
- 5.1 Enumere los programas que han realizado:
- _____
 - _____

Políticas empresariales (Empresario, Empleado, Jefe/Coordinador de UE)

6. En su empresa o institución se han generado programas o proyectos para incentivar el emprendimiento?
 - a. Sí _____ b. No _____

6.1 ¿Cuáles?

7. ¿En qué línea se articula el emprendimiento al plan de desarrollo de su institución o área de su empresa?
 - _____
 - _____
8. ¿Cómo se formalizó el compromiso de su institución con el emprendimiento?
 - a. Resolución rectoral _____
 - b. Acta de constitución como nueva dependencia _____
 - c. Otro _____ ¿Cuál? _____
9. ¿La Unidad o Centro de emprendimiento ha generado una prospectiva de desarrollo para la institución?
 - a. Sí _____ b. No _____
10. ¿Ha sentido acompañamiento de los entes estatales para el desarrollo y sostenimiento del emprendimiento dirigido al público interno y externo de la institución?
 - a. Sí _____ b. No _____

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821 - Indexada Publindex-Colciencias (B), Latindex, EBSCO Information Services, Redalyc, Dialnet, DOAJ, Actualidad Iberoamericana, Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (IRESIE) de la Universidad Autónoma de México.

11. *¿La empresa o institución a través de la Unidad de Emprendimiento o bienestar, ha apoyado a la administración pública para incentivar emprendedores en el municipio o en el departamento?*

a. Sí _____ b. No _____

12. *¿Qué concepto tiene usted desde su vivencia y conocimiento sobre el emprendimiento?*

Políticas empresariales (emprendedor o empresario)

13. *Conoce las políticas públicas y de apoyo al emprendimiento?*

a. Sí _____ b. No _____

¿Cuáles?

14. *Se ha beneficiado de las políticas públicas y de apoyo al emprendimiento?*

a. Sí _____ b. No _____

¿Cuáles?

15. *Ha accedido a alguno de los programas de apoyo al emprendimiento?*

a. Sí _____ b. No _____

¿Dónde?

¿Cuáles?

16. *Cuál ha sido el resultado al acceder a los programas de apoyo al emprendimiento*

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Fecha y hora de entrega de la encuesta:
