

**ANÁLISIS DEL CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNICIPIO DE
INÍRIDA, DEPARTAMENTO DEL GUAINÍA.**

**LENIN FERNANDO RIAÑO ALARCÓN
ANGIE MARCELA BEJARANO MUÑOZ**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS
Y DE NEGOCIOS
ECACEN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES
INÍRIDA, 2018**

**ANÁLISIS DEL CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNICIPIO DE
INÍRIDA, DEPARTAMENTO DEL GUAINÍA.**

LENIN FERNANDO RIAÑO ALARCÓN

ANGIE MARCELA BEJARANO MUÑOZ

**TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES**

DIRECTORA

MARÍA CRISALIA GALLO ARAQUE

LÍDER ECACEN ZAO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

UNAD

**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS
Y DE NEGOCIOS**

ECACEN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES

INÍRIDA, 2018

Nota de Aceptación:

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Dedicatoria

A mi esposo, con el que compartí cada esfuerzo y encontré motivación por cada lectura y todos los debates que la siguieron.

A mi esposa, quien siempre estuvo presente y con toda la comprensión del mundo aceptó y aportó su granito de arena para hacer realidad este sueño y estar cada vez más cerca a nuestro proyecto de vida juntos.

Al tiempo que siempre aguarda lo mejor,

A la vida que con sabiduría provee,

Al amor que todo lo motiva,

Al Creador que siempre nos bendice,

Marcela Bejarano

Lenin Riaño

Tabla de Contenido

Resumen.....	9
Abstract.....	10
Prologo.....	11
Introducción.....	15
Objetivos.....	16
Metodología.....	17
Análisis del Contexto del Emprendimiento en el Municipio de Inírida, Departamento del Guainía.....	19
Fundamentos teóricos y normativos del Emprendimiento.....	19
Etapas definidas por la “Tubería Empresarial” sobre el emprendimiento en el municipio de Inírida.....	28
Principales Fortalezas y Debilidades del Emprendimiento Comercial en el Municipio de Inírida, Guainía.....	40
Lecciones aprendidas.....	47
Conclusiones.....	49
Bibliografía.....	51

Gráficas

Gráfica 1: Tubería Empresarial Colombia.....	26
Gráfica 2: Reporte de empresas en el Municipio de Inírida.....	29
Gráfica 3: Tubería Empresarial Municipio de Inírida.....	38

Tablas

Tabla 1: Aceptación socio cultural de la actividad empresarial en Inírida.....	30
Tabla 2: Empresarios Potenciales en Inírida.....	32
Tabla 3: Empresarios Intencionales en Inírida.....	34
Tabla 4: Empresarios Nacientes en Inírida.....	35
Tabla 5: Empresarios Nuevos en Inírida.....	36
Tabla 6: Empresarios Establecidos en Inírida.....	37

Resumen

Inírida, es único municipio y capital del departamento del Guainía, principal punto de concentración de las actividades económicas fundamentadas en el comercio y el territorio con mayor presencia gubernamental; sin embargo, no cuenta con herramientas documentales que contextualicen las acciones de emprendimiento. Lo anterior, se ha evidenciado en el rezago que muestra el municipio en su actividad económica frente a otras capitales y en la falta de participación en estrategias de emprendimiento a nivel nacional.

Con la indagación bibliográfica e información de diferentes entidades regionales, nacionales e internacionales, se identificarán conceptos y principales actores que intervienen en el emprendimiento en Inírida. Posteriormente, a través de un ejercicio de investigación en campo que permitirá plantear las fortalezas y debilidades, se planteará el análisis del contexto del emprendimiento con enfoque comercial que se presenta en el Municipio de Inírida que expondrá la base para estrategias para la dinamización del emprendimiento, integrando todos los actores, factores, sectores y entidades involucradas.

Palabras clave. Emprendimiento, Emprendedor, Contexto, Cultura Emprendedora, Empresa

Abstract

Inírida, is the only municipality and capital of the department of Guainía, the main point of concentration of economic activities based on commerce and the territory with the greatest governmental presence; however, it does not have documentary tools that contextualize the actions of entrepreneurship nor serve to direct an efficient function of the State in this regard. The foregoing has been evident in the lag that shows the municipality in its economic activity compared to other capitals and in the lack of participation in entrepreneurship strategies at a national level.

With bibliographic research and information from different regional, national and international entities, concepts and main actors involved in entrepreneurship in Inírida will be identified. Subsequently, through a research exercise that will raise the strengths and weaknesses, the analysis of the context of entrepreneurship with a commercial focus that is presented in the Municipality of Inírida will be presented, which will set out the basis for strategies for the dynamization of the entrepreneurship, integrating all the actors, factors, sectors and entities involved.

Keywords. Entrepreneurship, Entrepreneur, Context, Entrepreneurial Culture, Company

Prologo

Pablo Álamo Hernández, en su artículo argumentativo sobre “La importancia del talento en el emprendimiento social” en consideraciones generales sobre el emprendimiento plantea que:

“Como señala Sánchez (2011), el mundo del emprendimiento está siendo objeto de muchas investigaciones desde diferentes perspectivas interesadas sobre todo en el papel que tiene como motor de desarrollo económico y social de un país o de una región. En efecto, una sociedad que facilita y apoya que los ciudadanos inicien actividades de emprendimiento, genera una economía más dinámica, innovadora y generadora de nuevas oportunidades, que se traducen en un mejoramiento en el índice del progreso (Larroulet y Ramírez, 2007).” (Álamo Hernández, 2013)

El municipio de Inírida, es un territorio poco explorado en materia académica e investigación, especialmente en su economía. Así, se encuentran contados documentos de autoría local promovidos por el SENA o la Gobernación del Guainía, que estudian temas relacionados con empresa y emprendimiento en Inírida, y éstos no son de gran divulgación ni tienen carácter oficial que permita su uso como recurso teórico de reconocimiento académico o científico.

A nivel nacional, se encuentra información de datos que se manejan por departamento como los perfiles económicos que presenta el Ministerio de comercio, industria y turismo, pero no se contempla un estudio que presente las especificidades de ésta región ni plantee el contexto del emprendimiento, situación que no permite una revisión bibliográfica del tema en el municipio y que alienta a ser precursores al respecto.

De acuerdo a lo anterior, no se cuenta con un documento actualizado que recopile y exponga las características de Inírida frente a temas de emprendimiento comercial, lo cual dificulta el verdadero conocimiento de la población y no permite un amplio conocimiento para

los actuales o futuros dirigentes de política de emprendimiento que pueda ser implementada en el municipio. Es necesario mencionar que no se cuenta con una guía para la población que busca emprendimiento ni un estudio base para evidenciar el diagnóstico ni la eficiencia de la gestión del Estado en esta materia.

En el contexto internacional se encuentran estudios que revelan la necesidad de las bases teóricas que sustentan la definición y el desarrollo del emprendimiento comercial, al igual que enuncian la incidencia de estas temáticas en el desarrollo regional. Un ejemplo de estos se encuentra en “Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional” (Lugarda Maria Recalde Aguilar, 2016) el cual motiva la investigación documental y plantea un paralelo entre dos visiones del emprendimiento; asimismo, se evidencia un documento homónimo de autoría de Dánisa Chelén¹ que enfoca el análisis del emprendimiento en la región chilena de Arica y pretende establecer planes de formación emprendedora que respondan a las necesidades y oportunidades de tal área. Otro documento referente al tema lo plantea María Marta Formichella en “El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local” (Formichella, 2004). Estudios que se enmarcan así mismos en riqueza académica que fortalece la descripción del estado del arte del emprendimiento frente al territorio en el cual se analiza.

Así, además de reconocer la incidencia del emprendimiento en el territorio, diferentes autores han identificado las clases de emprendimiento según los factores que inciden en cada región. De tal forma, Cantillón se refiere al emprendimiento comercial al describir que:

“...Por esta razón muchas gentes en la ciudad se convierten en comerciantes o empresarios, comprando los productos del campo a quienes los traen a ella, o bien trayéndolos

¹ Extracto del documento presentado por INTEC-CHILE al Primer Concurso Regional de Proyectos del Fondo de Desarrollo e Innovación de CORFO. INTEC, Chile.

por su cuenta: pagan así, por ellos un precio cierto, según el del lugar donde los compran, revendiéndolos al por mayor, o al menudeo, a un precio incierto” (Cantillón, 1755).

Y en 1766, Jaques Turgot reconoció al comercio como una de las cinco formas de emplear el capital, en su obra “Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza”

En Inírida actualmente no se tienen objetivos claros de emprendimiento, ni estrategias ni actividades para lograrlos, que estén determinados por el conocimiento del contexto del territorio y plasmados bajo criterio académico e investigativo, esto no permite un soporte en el cual se focalicen los esfuerzos de los actores y se pierde el poder de integrarlos hacia el emprendimiento.

De tal forma, la sinergia de trabajar en red no ha sido una característica presente en el desarrollo económico del municipio de Inírida, esto se evidencia en la falta de articulación de las políticas de carácter nacional con las iniciativas que se plantean incipientemente en los planes de desarrollo departamentales y municipales; además de evidenciarse en la limitada aplicabilidad de Inírida a los incentivos al emprendimiento que se ofrecen a nivel nacional. Pero esta falta de concordancia no solo se presenta en virtud a los diferentes niveles de organización territorial sino en los actores del mismo municipio y se deben, básicamente, al desconocimiento.

El desconocimiento de conceptos y políticas de emprendimiento, su aplicabilidad, al igual que la falta de direccionamiento e investigación y su desarrollo en la región, son grandes limitantes para el progreso económico de la población; pues no se tiene una línea base que facilite conocer el contexto del emprendedor y que sirva para posteriormente establecer una ruta clara o directrices que especifiquen el proceder de los variados actores frente a esta temática.

Todo lo anteriormente enunciado, fue el motivante que condujo a que este documento se consolidara para ser un aporte académico que contextualice el emprendimiento, con énfasis comercial, en el municipio de Inírida. Si bien está la motivación, también se encontraron factores

que incidieron en el trabajo del mismo; como los pocos recursos bibliográficos especializados en la región, y el acceso a la información de las entidades privadas y gubernamentales.

Introducción

El emprendimiento se ha constituido en un pilar de la economía actual que responde a las necesidades de la sociedad y la interacción entre sus miembros. Desde las sociedades más pequeñas o apartadas se ha identificado estructuras económicas que convergen a diferentes tipos de emprendimiento como el comercial.

Un ejemplo de lo anterior es el municipio de Inírida, un territorio académicamente inexplorado que no tiene antecedentes documentales que expongan el ejercicio del emprendimiento. En ésta área, la economía local se basa en la comercialización de productos y servicios provenientes de otras regiones para suplir las necesidades que no son contempladas por la precaria corriente productora presente en el Municipio.

En atención a lo enunciado, se justifica el por qué es necesario realizar un trabajo de investigación que resulte en la creación de un documento que integre conceptos con realidades para responder al interrogante de cuál es el contexto del emprendimiento en el municipio de Inírida, bajo un marco documental, normativo y real.

Lo anterior, para lograr evidenciar si este contexto es considerado óptimo o no para los actuales y futuros emprendedores.

El análisis del contexto del emprendimiento requiere, primero que todo, analizarlo desde su evolución teórica y jurídica, para luego estudiarlo desde diversas perspectivas territoriales, y en última instancia proponer su análisis desde el punto de la “Tubería Empresarial”. Finalmente, el estado del arte del emprendimiento recopilará lo analizado a través de sus fortalezas, y debilidades.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el contexto del emprendimiento en el municipio de Inírida, en el departamento del Guainía.

Objetivos específicos:

Identificar los fundamentos teóricos y normativos sobre los actores y factores que intervienen en el ejercicio del Emprendimiento para el municipio de Inírida, departamento del Guainía.

Explicar las etapas definidas por la “Tubería Empresarial” sobre el emprendimiento en el municipio de Inírida.

Definir las principales fortalezas y debilidades actuales de emprendimiento comercial en el municipio de Inírida

Metodología

Para lograr los objetivos propuestos, se seguirá la siguiente metodología:

- I. A través de revisión documental se abordarán los fundamentos teóricos del emprendimiento, profundizando en una corriente de autor que permitirá enfocar el análisis del contexto social que presenta el Municipio.
- II. Exposición de la normativa nacional y regional referente a empresa.
- III. Como instrumento de investigación, se utilizará una de las estrategias usadas en el GEM Colombia 2006-2013:

“Con el propósito de poder caracterizar mejor el proceso empresarial y de poder identificar las etapas críticas en términos de discontinuidad del proceso, Varela y Soler (2012) desarrollaron el concepto de “Tubería Empresarial” que facilita el análisis integrado del proceso, cuantifica las “fugas” que se pueden presentar y permite generar políticas para cada etapa del proceso” (Varela V., Moreno, & Bedoya, 2015).

La “Tubería Empresarial” está compuesta, en este marco de análisis, por seis grandes etapas, y en cada una se determina el porcentaje de población adulta que está presente en ella. Al hacer el análisis entre etapas, se puede medir el volumen de “fugas” y estudiar en detalle las acciones a tomar para incidir, si se considera necesario, en ese nivel de “fugas”. Estas acciones constituyen las políticas de desarrollo empresarial que se formulan a manera de conclusiones básicas del análisis”².

- IV. El modelo GEM que *“ha conceptuado desde sus inicios que existe una relación entre las condiciones estructurales del entorno (Entrepreneurial Framework Conditions -EFC-), el comportamiento de los empresarios, la dinámica empresarial y el crecimiento económico”;*

² La tubería empresarial aplicada a algunos Países del caribe. Rodrigo Varela Villegas. Juan David Soler L.

permite un análisis del contexto del emprendimiento que para este caso se llevará a un nivel municipal con el objetivo de obtener los datos que determinen las fortalezas y debilidades.

Así, se desarrollará una investigación con soporte documental que permitirá concluir el estado del arte del emprendimiento en Inírida, aportar nuevas concepciones para programas y estrategias a implementar en el municipio en materia de emprendimiento, y se aspira a crear una línea base documental local para el entendimiento del emprendimiento en la región que facilitará la comprensión de políticas públicas relacionadas.

**Análisis del Contexto del Emprendimiento en el Municipio de Inírida,
Departamento del Guainía.**

Fundamentos teóricos y normativos del Emprendimiento

En el año 1755, el economista Richard Cantillon escribió su tratado sobre economía: “Essai sur la nature du commerce en général”, en el cual introdujo el término “*entrepreneur*” para hacer referencia a los individuos que se dedicaban a negocios, comercio o eran empleadores, y se enfrentaban a gran incertidumbre respecto a sus ingresos. De este término francés se derivó la palabra “*entrepreneurship*” en inglés que ha llegado a la denominación en castellano “emprendimiento”.

El término emprendimiento ha sido abordado por diferentes autores que han trazado la importancia de definirlo para desarrollar diferentes pensamientos en la literatura económica y social. Para Jean-Baptiste Say (1821), el emprendimiento era el proceso en el cual individuo lograba la transformación de recursos económicos logrando mayor rentabilidad, y enfrentaba riesgos asociados a la reunión y coordinación de éstos recursos. Posteriormente, Gartner (1985) definió el emprendimiento como la “organización de nuevas organizaciones” y para ser calificado como emprendedor se debía cumplir la condición de ser creador de nuevas empresas.

Actualmente no se contempla una única definición aceptada por académicos, población y generadores de política empresarial sobre el concepto de emprendimiento o emprendedor, de hecho, es un área del conocimiento que se considera nueva en el marco global de la investigación.

Sin embargo, a nivel internacional han resaltado autores con gran aceptación como Joseph Alois Schumpeter y David Clarence McClelland. Autores que serán principal foco de

interés en el desarrollo de este documento pues su trabajo no se limita a la concepción de emprendimiento sino a su contextualización en el entorno motivacional, social, político, económico en el tiempo; lo cual va acorde al objetivo propuesto.

Autores como Ludwig Von Mises han enunciado la importancia de la correlación entre las características personales de los individuos y el de venir económico, así se resalta que:

“...en los últimos ciento cincuenta años se ha publicado una enorme cantidad de obras contrarias al enfoque de la economía, todas las cuales desarrollan un único argumento. Sus autores repiten una y otra vez que el hombre, tal como verdaderamente es y actúa, no sólo se esfuerza por conseguir más comodidades materiales sino que tiene además otras metas más elevadas, o ideales” (Mises, 1995).

El concepto de emprendimiento parte del accionante, es decir, el emprendedor. Según Schumpeter, resalta que:

“La función de los emprendedor es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo” (Schumpeter, 1935).

Recientes autores materializan y conceptualizan que el fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que

posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (Formichella, 2004).

Boggio Vázquez y Vecino Romero (2008) en referencia al tema citan a Stevenson precisando:

“define al emprendedor como agente de cambio socioeconómico y afirma que la importancia del estudio del emprendimiento ha ido aumentando en el transcurso de los años, asimismo, rescata ciertas hipótesis que emergen de la observación en 40 países, las cuales son:• El emprendimiento se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles • El emprendimiento es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de capital en proyectos de otros de sus miembros• El emprendimiento es próspero en comunidades en las cuales los éxitos de sus integrantes son celebrados por los demás• El emprendimiento es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo.” (Stevenson, 2000).

De acuerdo a lo enunciado, se parte de una adaptación Schumpeteriana del concepto de emprendedor que integra definiciones y características de autores significativos que se relacionarán en el devenir del texto. E igualmente en referencia a Stevenson, se logrará la identificación de la importancia del contexto para el desarrollo del emprendimiento. No obstante, partiendo de las convicciones de los autores del presente documento, el emprendimiento es un proceso en el cual un individuo o colectivo plantean una idea innovadora que se desarrolla en empresa, integrando los factores sociales, políticos y económicos que lo rodean.

Lograda la base documental para establecer conceptos amplios de emprendimiento y reconociendo que éste es influenciado por las condiciones de la comunidad en que busca su progreso; es preciso evidenciar el contexto normativo del emprendimiento en Colombia. La

política pública colombiana para el emprendimiento se fundamenta en el artículo 333 del título XII del Capítulo 1 de la Constitución Política que establece “...*La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial...*”

El precitado artículo, evidencia el deber ser del accionar de las entidades públicas que refieren a empresa e industria como lo es el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Y su análisis se encamina a dos ejes: 1) Si bien en Colombia opera una economía de mercado, esta no debe desbordar los parámetros de los obligaciones sociales sino valerse del emprendimiento y la empresa como agente dinamizador y líder para el desarrollo de la sociedad; ideal que al igual que la teoría Schumpeteriana tiene un componente sociológico considerable, más no precisa el factor innovador y dista del valor emocional que realmente mueve al individuo. 2) Se reconoce que la participación del Estado se debe dar para el fortalecimiento empresarial, eje que ha sido ampliamente trabajado por la política empresarial colombiana.

De allí, han surgido la ley 344 de 1996 que, en relación a emprendimiento, presenta el apoyo del Estado, pionero para el emprendimiento, con el cual se destinaron recursos a las incubadoras empresariales del SENA. La ley 550 de 1999, que presentó la estrategia de reactivación empresarial integrando las estructuras territoriales y la normatividad vigente para la promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana.

Posteriormente, se creó el Fondo Emprender como estrategia de fortalecimiento y financiación a emprendedores, a través de la ley 789 de 2002 y se reglamenta su funcionamiento mediante el Decreto 934 de 2003.

En el año 2004 se modificó la ley 550 de 1999 con la ley 905 “Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana

empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. Este es el paso más significativo de la política de emprendimiento en Colombia, pues ratificó y consolidó la necesidad de impulsar su ejercicio a través de la micro, pequeña y mediana empresa, definiendo cada una de estas según su número de trabajadores y sus activos totales; y además creó el nuevo sistema nacional de micro, pequeña y mediana empresa.

El sistema de micro, pequeña y mediana empresa fijó los participantes para la creación, ejecución y seguimiento de estrategias de fortalecimiento empresarial en el país junto con la formalización de políticas nacionales y regionales. Se compone de los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales; y sus miembros son representantes de organismos del gobierno y de organizaciones gremiales y académicas, como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Protección Social, el Ministerio de Agricultura, el Departamento Nacional de Planeación, SENA, Colciencias, Fenalco, entre otros.

Asimismo, la ley 905 de 2004, en su artículo 7° se refiere a la atención a las Mipymes por parte de las entidades estatales y encomienda la misión de crear programas especiales para ese tipo de empresas, según su competencia, a los miembros del sistema y al Fondo Nacional de Garantías, el SENA, Colciencias, Bancoldex, Proexport (hoy ProColombia), Finagro, Fondo Agropecuario de garantías, Banco Agrario, las Compañías Promotoras y Corporaciones Financieras y las demás entidades vinculadas al sector.

La ley de emprendimiento, también, define la responsabilidad de las entidades públicas competentes para realizar actividades de promoción empresarial como ferias y centros de exhibición que permitan la vinculación de las mipymes al mercado. Al igual que señala su participación como proveedores en la contratación estatal.

Igualmente, creó el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme, como mecanismo de financiación, y fijó condiciones de financiación a éstas empresas a través del Fondo Nacional de Garantías; e instó al SENA, las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, a la creación de programas educativos enfocados al sector.

A las Cámaras de Comercio y Confecámaras, se les exhortó a realizar programas de desarrollo empresarial en conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y se reglamentó ésta actividad mediante el Decreto Nacional 3820 de 2008.

Con la ley 1014 de 2006, “Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia”, se realizó la estructuración del sistema de emprendimiento colombiano, con el fin de promover la cultura empresarial. Así, se crearon las Redes Nacionales y Regionales de Emprendimiento con el propósito de establecer planes y directrices para el sector como resultado de la articulación de actores, y se plantearon beneficios para nuevas empresas.

Con la promulgación de la reforma tributaria, ley 1607 de 2012, se reglamentaron las contribuciones de los emprendedores y se modificó algunas destinaciones de recursos del Estado para el fortalecimiento al emprendimiento.

La más reciente normativa data del 02 de mayo de 2016, cuando entra en vigencia la ley 1780 “Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones”. Esta normativa resulta de la evaluación del acceso de los jóvenes al mercado laboral y el desarrollo de sus iniciativas de emprendimiento, reconociendo la necesidad de promover nuevas políticas de empleo, emprendimiento y la creación de empresas. Por tal razón, se establecieron

incentivos a nuevas empresas creadas por jóvenes entre los dieciocho (18) y veintiocho (28) años, y se plantearon las directrices para su vinculación laboral y de prácticas profesionales en empresas privadas y en entidades del Estado, promoviendo su acceso y permanencia.

Con base en estos planteamientos, se identifica el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento en Colombia en dónde la Política de Emprendimiento tiene cinco objetivos estratégicos a conocer: Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial, Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación, Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia, Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha , y Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

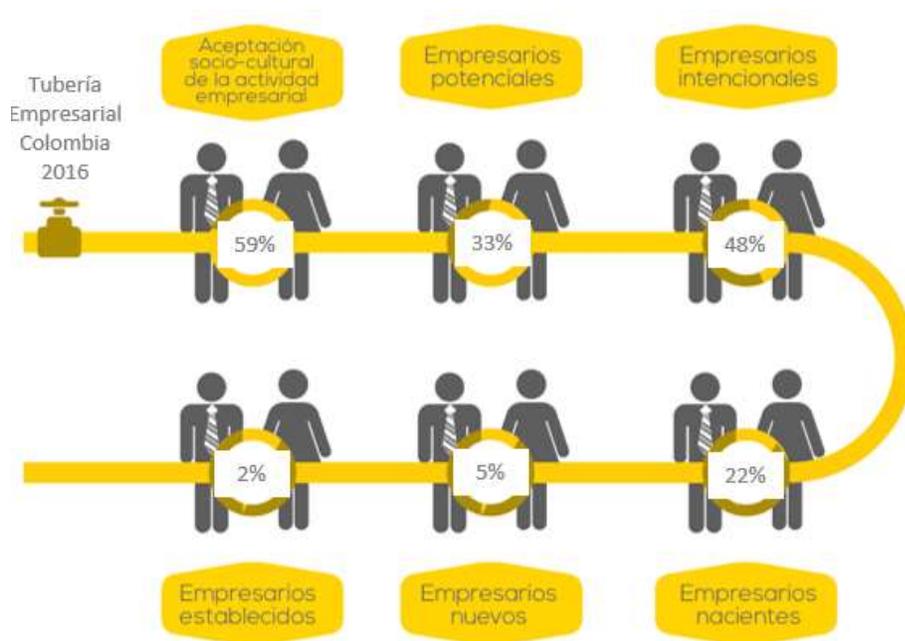
Sin embargo, se debe tener en cuenta que el proceso de creación de empresa es muy variado y nace desde la concepción de la idea innovadora que desarrolla un individuo, por tal razón, influyen en él, el factor motivacional, social, económico, político, entre otros. Esto hace que la política de emprendimiento no pueda ser generalizada sino que se especifique según la reunión de características de una población. Igualmente, es necesario afianzar en el factor motivacional, que como bien plantean Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2011) los rasgos de la personalidad, los motivos e intenciones de un individuo, resultan en la decisión de creación y puesta en marcha de una empresa.

El GEM (Global Entrepreneurship Monitor), es un modelo al cual Colombia se vinculó en el año 2006. Este modelo de investigación es el más reconocido estudio sobre el emprendimiento a nivel mundial, describe al emprendedor, su contexto y los factores que inciden en el nivel de emprendimiento. De tal manera, contempla visiones Schumpeterianas sobre la

relación de la creación y crecimiento de empresa con los indicadores sociales y económicos.

En un reciente estudio GEM, se muestra que la intención de emprender de la población de Colombia es la más alta comparada con países de Latinoamérica. Además Colombia es vista como uno de los ecosistemas más favorables para los emprendedores entre 69 economías a nivel mundial. Y con una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 23,7% , se ubica dentro de las cinco primeras en las economías impulsadas por eficiencia en nueva actividad empresarial, evaluadas por GEM.

La “Tubería Empresarial” en Colombia para el año 2015, fue:



Gráfica 1 Tubería Empresarial Colombia. Fuente: GEM Colombia 2015: Reporte Nacional

Los investigadores Meléndez y Perry reconocen que en Colombia hay políticas orientadas al sector empresarial y resaltan sus avances:

“Colombia... ha hecho progresos en estructurar un arreglo institucional para las PDP suficientemente integrado a una red de enlaces con el sector privado, para obtener información

sobre las limitaciones y oportunidades que enfrenta y que requieren intervención del Gobierno. Este ha sido un proceso de ensayo error que... aunque aún tienen carencias en muchas dimensiones, se está comenzando a reflejar en nuevos cursos de acción política...” (Meléndez & Perry, 2009).

Etapas definidas por la “Tubería Empresarial” sobre el emprendimiento en el municipio de Inírida

El departamento del Guainía ubicado en la República de Colombia, es un territorio fronterizo con los países de Brasil y Venezuela, llamado de los nuevos departamentos por asumir ésta categoría en la Constitución Política Colombiana de 1991.

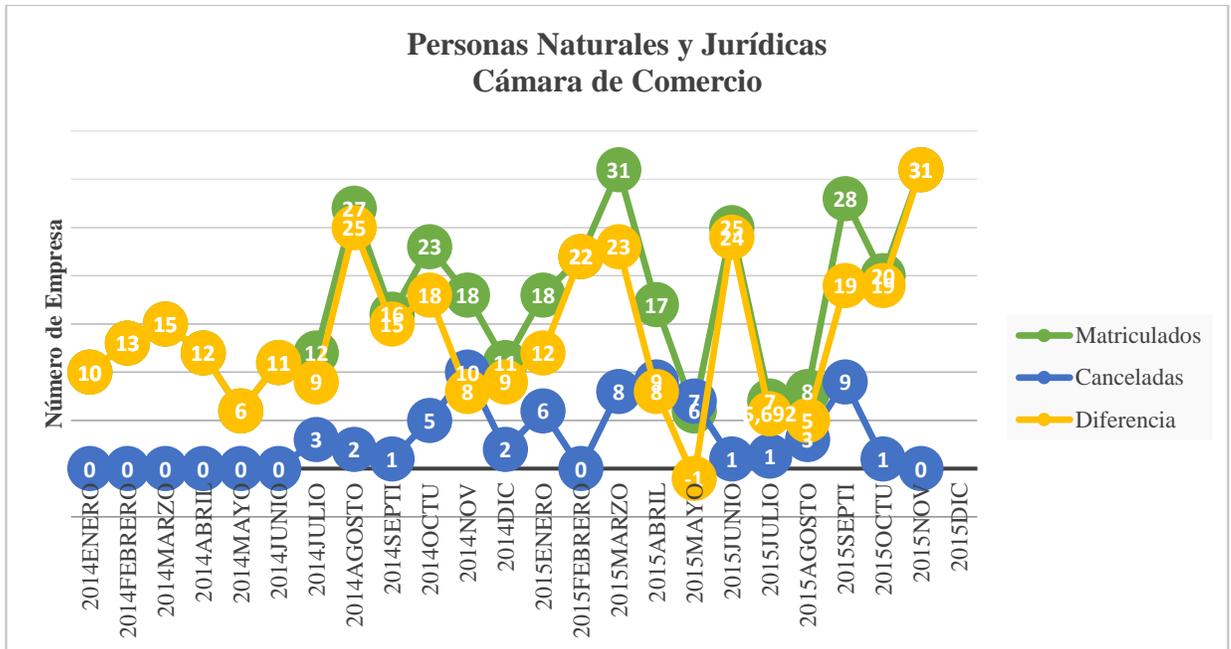
Inírida tiene cerca de 19.983 habitantes³ caracterizados en indígenas, colonos (personas que arriban de otras regiones), cabucos y mestizos. El Municipio representa aproximadamente un cuarto del total del área del departamento, con una extensión de 17.829 m² que en su mayoría se reconocen como área rural. El casco urbano concentra la actividad comercial y sirve de centro de acopio y distribución para el resto del departamento dividido administrativamente en 8 corregimientos, 7 inspecciones de policía y cerca de 220 comunidades indígenas.

Si bien Inírida es el único municipio, éste no es actualmente lugar de grandes industrias, de hecho, su aporte al PIB nacional no ha superado el 0,03%.

De acuerdo a lo anterior, se puede inferir que la capacidad productiva y comercializadora del Municipio es limitada, tanto que no ha sido foco de atención de las autoridades para ejercer un seguimiento de formalización de los emprendedores. Es así como no se cuenta con una Cámara de Comercio, sino que se tiene presencia de la Cámara de Comercio de Villavicencio a través de una oficina receptora.

En el siguiente gráfico se observa el comportamiento de inscripción y retiro de personas naturales y jurídicas con operación en Inírida ante la Cámara de Comercio.

³ Proyección DANE 2005-2020



Gráfica 2 Reporte de empresas en el Municipio de Inírida. Datos: Cámara de Comercio de Villavicencio. Fuente: Autores.

Si bien no se identifica claramente una tendencia en el número de inscripciones, si se observa que el mayor número de matrículas se realizaron en los meses de agosto de 2014 y, marzo y septiembre de 2015. Cabe señalar que el gran número de cancelaciones evidenciado en el mes de Julio de 2015 (5.692) se debe a la actualización y depuración del sistema de inscripción.

De tal forma, en promedio dieciséis (16) emprendedores realizan el proceso de formalización ante la Cámara de Comercio mensualmente ante un promedio de dos puntos nueve (2,9) cancelaciones. Esto refleja un número positivo de inscripciones que en su mayoría registra como actividad principal la comercialización de bebidas y comestibles.

Siguiendo la metodología planteada para la elaboración de este documento, se presenta el concepto de “Tubería Empresarial” el cual se adaptó de la mecánica de fluidos para poder brindar un análisis de cada una de las etapas del proceso empresarial que son medidas por GEM

(Global Entrepreneurship Monitor), permitiendo analizar la propensión de la población adulta de un país hacia la actividad empresarial e identificar las condiciones que facilitan o impiden estas iniciativas empresariales⁴. Así, se mostrará a continuación la implementación de la metodología de GEM ajustada para el Municipio de Inírida, tomando como mecanismo de recolección de la información la encuesta a la población adulta (APS) y delimitando una muestra de ciento veinte (120) personas para la implementación.

Etapa 1: Aceptación socio cultural de la actividad empresarial. La percepción que una sociedad tiene sobre el emprendimiento es moldeada por factores políticos, culturales, económicos, religiosos y la tradición que éstos imponen. De tal forma, la visión de la actividad empresarial puede ser negativa o positiva, y según ésta se puede motivar o desmotivar la decisión de un individuo de convertirse en un emprendedor o de establecer empresa.

En GEM la aceptación socio cultural de la actividad empresarial se mide a través de tres (3) preguntas, las cuales fueron realizadas a la población del Municipio:

Tabla 1
Aceptación socio cultural de la actividad empresarial en Inírida

Consulta	Si	No
¿Considera usted que en su país acometer una nueva iniciativa empresarial es una buena selección de carrera?	48%	52%
¿Considera usted que en su país la sociedad otorga a los empresarios un nivel alto de status social?	84%	16%
¿Considera usted que en su país, los medios otorgan relevancia positiva a los	85%	15%

⁴ Dinámica empresarial colombiana. GEM Colombia. 2014, Rodrigo Varela V., Ph. D. (Universidad Icesi), Jhon Alexander Moreno (Universidad Icesi), Monica Bedoya (Universidad Icesi), Liyis Gómez (Universidad del Norte), Juan Guillermo Restrepo (Universidad del Norte), Ignacio Negrette (Universidad del Norte), Tatiana Hernandez (Universidad del Norte), Eduardo Gómez (Universidad del Norte), Mariangela López (Universidad del Norte), Rafael Vesga (Universidad de los Andes), Fernando Pereira (Pontificia Universidad Javeriana Cali), Fabián Osorio Pontificia Universidad Javeriana Cali), Ana Maria Fierro (Pontificia Universidad Javeriana Cali).

Así, se puede observar como los encuestados reconocen del buen nivel que otorga el estatus de ser empresario, sin embargo, no cuentan con el mismo optimismo cuando son consultados sobre el panorama del emprendimiento como proyecto de vida laboral individual. Para Schumpeter los emprendedores son un tipo de persona especial (Schumpeter, 1934) con la habilidad de dimensionar las cosas como nadie más puede hacerlo, que no actúa únicamente por el equilibrio entre costo y beneficio marginal, sino que sus emociones tienen gran influencia en cada actuar.

Desde la concepción Schumpeteriana se plantea que el emprendedor es ese agente dinamizador del capitalismo que por su inconformismo y capacidad innovadora rompe la tradición, marca diferencia y hasta es posteriormente imitado. Así, bajo el entendido de que la alta motivación del emprendedor es mejorar su posición social, en los resultados de los encuestados se evidencia esta teoría.

De tal forma, es deducible que, si en el contexto del individuo se resalta a aquellos que han optado por el emprendimiento como estilo de vida, éste tenga influencia positiva a ser emprendedor pues se fomenta la motivación, la orientación profesional y el compromiso con la carrera empresarial.

Finalmente, promediando la aceptación obtenida en la respuesta de los encuestados, se tiene una medición para el ejercicio de “Tubería Empresarial” del 72,33% de aceptabilidad cultural de la actividad empresarial.

Etapa 2: Empresarios Potenciales. Tener la preparación y observar un campo de acción favorable para el emprendimiento, son condiciones indispensables para el desarrollo del proceso empresarial. GEM, mide esta etapa con las siguientes preguntas:

Tabla 2
Empresarios Potenciales en Inírida

Consulta	Si	No
¿Tiene usted el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para iniciar una nueva empresa?	12%	88%
¿Percibe usted la existencia en su entorno de oportunidades empresariales en los próximos 6 meses?	21%	79%
¿El temor al fracaso lo frenaría a usted de acometer iniciativas empresariales?	61%	49%

Fuente: Autores

Así, para poder catalogar a un individuo como empresario potencial bajo la herramienta de “Tubería Empresarial”, es necesario que éste no se halle desarrollando acciones emprendedoras, que las respuestas a los primeros dos interrogantes sean positivas y negativa para el último. El indicador entonces para el Municipio respecto a empresarios potenciales es igual a 31,33%

Ahora bien, es necesario mencionar algunas condiciones del contexto en el Municipio. La Gobernación del Guainía y la Alcaldía de Inírida, se han aliado los últimos tres años con Confecámaras y ProColombia (anteriormente Proexport) para brindar capacitaciones y sensibilización sobre oportunidades empresariales, en las cuales han identificado que los productos exóticos de la región y su cercanía a zona de frontera son factores que se deben

desarrollar para crear empresa en el municipio. Estos eventos se han realizado en cuatro sesiones anuales y cuentan con una participación promedio de 20 asistentes.

En Inírida hace presencia con créditos para posibles emprendedores: Bancamía, Bancolombia, BancoAgrario, la Cooperativa Coodegua y la cooperativa Cootregua; entidades que reconocen la importancia del emprendimiento en el municipio para la dinamización de la economía local. Lo anterior se evidencia en que en los últimos cinco (5) años penetraron al mercado financiero del Municipio dos entidades bancarias (Bancamía y Bancolombia) y actualmente su permanencia se basa en el amplio interés por la bancarización de pequeños emprendedores.

La financiación a proyectos de emprendimiento también es apoyada por el SENA regional Guainía a través de Fondo Emprender, el cual no ha arrojado una cantidad significativa de beneficiarios en los últimos dos (2) años. La Gobernación, por medio de convenio con la Cooperativa Coodegua ha logrado financiar proyectos de emprendedores por cerca de 214 millones de pesos a diciembre del año 2015, teniendo como requisito la formalización del beneficiario y mostrando el gran interés del público a fortalecer sus ideas emprendedoras y llevarlas a la realidad, de la mano de una alianza público privada exitosa. La Gobernación del Guainía también tiene suscrito un convenio con Findeter, sin embargo, éste está designado para proyectos turísticos y en el último año no tuvo ningún beneficiario.

Al remitirse al número de cancelaciones de personas naturales y jurídicas ante la Cámara de Comercio, teniendo en cuenta que este no es el único ni decisorio indicador de fracaso de iniciativas empresariales en el municipio, se observa que su mayor rango ha llegado a diez (10) en el mes de noviembre de 2014 y obviamente resaltan las 5.692 cancelaciones que se presentaron en julio de 2015 realizadas por la depuración de los datos que contempló las

inscripciones realizadas en los últimos 5 años. Analizando este último dato, se presume que estas cancelaciones se debieron a las siguientes razones: la inactividad de estas empresas en el municipio, ocasionada por el desplazamiento de sus emprendedores, cambio de actividad o muerte; modificación de régimen o actividad, generado por el cambio de su funcionamiento a través de otras figuras empresariales o el cambio de sus actividades económicas.

Etapa 3: Empresarios Intencionales. El convencimiento personal de que se realizará una actividad empresarial, es la principal característica de un empresario intencional y el primer paso de un proceso empresarial; así, en GEM se mide ésta etapa con la respuesta afirmativa a la siguiente pregunta.

Tabla 3
Empresarios Intencionales en Inírida

Consulta	Si	No
¿Está usted planeando iniciar una nueva empresa, solo o en asocio de otras personas, en los próximos tres años?	17%	83%

Fuente: Autores

La intención ha sido definida como la idea, determinación o voluntad que se persigue con determinada acción hacia un fin.

La Teoría de la Conducta Planificada se ha implementado en diferentes sectores de investigación para medir los factores que impactan la intención emprendedora. Ésta Teoría plantea que la intención depende de la actitud, de la norma subjetiva y del control sobre la conducta que es percibido por el individuo (Ajzen 1991).

La actitud o creencia de comportamiento, se refiere a la integración de las expectativas y la creencia en los beneficios que se pueden obtener por realizar una acción. De tal forma, como

el individuo percibe los resultados, determina si su actitud lo llevará o no a desempeñar determinada acción emprendedora y que esfuerzo requiere para realizarla.

La norma subjetiva o creencia normativa hace referencia al reconocimiento y aplicación que los individuos hacen de todas esas reglas, pautas o patrones que ha establecido la sociedad en que se desenvuelven. Es así como el individuo es influenciado por las personas que lo rodean y la aceptación que éstas le den a sus actuaciones.

El control sobre la conducta o creencia controlada define la presencia de factores que pueden llegar a facilitar, o a impedir, determinados comportamientos.

Así, la conjunción de éstos tres factores que definen un comportamiento intencional, como el que se pretende medir a través de ésta etapa de la implementación de la “Tubería Empresarial” en el municipio de Inírida; han sido considerados y han arrojado un bajo nivel de empresarios intencionales para el municipio de Inírida.

Etapa 4: Empresarios Nacientes. Para ser categorizado como empresario naciente, GEM determinó las siguientes condiciones: personas que en el último año hayan desarrollado alguna acción para la creación de su empresa como plan de inversión, compra de insumos; y que estas acciones o acción empresarial no le haya generado ningún tipo de ingreso por más de 3 meses.

Tabla 4
Empresarios Nacientes en Inírida

Condiciones	Si	No
Inició alguna actividad para la creación de su empresa y ésta no ha generado ingreso por más de tres meses.	11%	89%

Fuente: Autores

El análisis del indicador obtenido (11%) lleva a considerar varias opciones que pueden justificar el bajo número de emprendedores que inició una actividad emprendedora y aún no ha

obtenido ingresos de ésta. Por ejemplo, se puede deber a que el inicio de la actividad sea la formulación del plan, lo cual requiere tiempo durante el cual no se hacen acciones inmediatas que generen beneficios monetarios; y múltiples otras explicaciones que caben dentro de ésta general categoría que plantea GEM.

Etapa 5: Empresarios Nuevos.

Tabla 5
Empresarios Nuevos en Inírida

Condiciones	Si	No
Empresarios que han obtenido ingresos para su pago o el de sus colaboradores por un tiempo superior a tres (3) e inferior a cuarenta y dos (42) meses	5%	95%

Fuente: Autores

Para el análisis de los resultados obtenidos es pertinente evaluar el fortalecimiento de la normativa del sector empresarial respecto a los emprendedores y nuevos empresarios. Ésta legislación está contenida en una amplia cronología que incluye leyes, decretos, regulaciones, conceptos y su práctica real; la cual no escapa de diferentes interpretaciones, conflictos y obsolescencia, en algunos casos.

En el Municipio, la mayoría de emprendedores que se encuentran en la etapa 5, conocen los incentivos a sus nacientes empresas en el momento en que realizan sus procesos tributarios; y son casi inexistentes los emprendedores que conocen los instrumentos de política empresarial y los órganos como los consejos regionales. Quizás, este es un factor que influye para que el indicador de esta etapa, empresarios nuevos, en Inírida sea bajo.

Etapa 6: Empresarios Establecidos.

Tabla 6
Empresarios Establecidos en Inírida

Condiciones	Si	No
Empresarios que han obtenido ingresos para su pago o el de sus colaboradores por un tiempo superior a cuarenta y dos (42) meses	1%	99%

Fuente: Autores

En Inírida, se presentaban 1.253 empresas activas a diciembre del año 2015, siendo una cifra menor a la registrada por departamentos vecinos como el Guaviare con 3.650 empresas y muy baja comparada al departamento del Meta (55.472), según datos de Confecámaras.

Las empresas registradas, como se señaló en párrafos anteriores, son mayoritariamente personas naturales que han formalizado sus actividades de comercio pues se reconoce a la capital del departamento como el principal centro de llegada de mercancías para su posterior redistribución. Por ende, la concentración de las entidades estatales y de población, hacen que al municipio lleguen por vía aérea y fluvial los víveres, enseres, muebles, maquinarias y demás bienes para su comercialización.

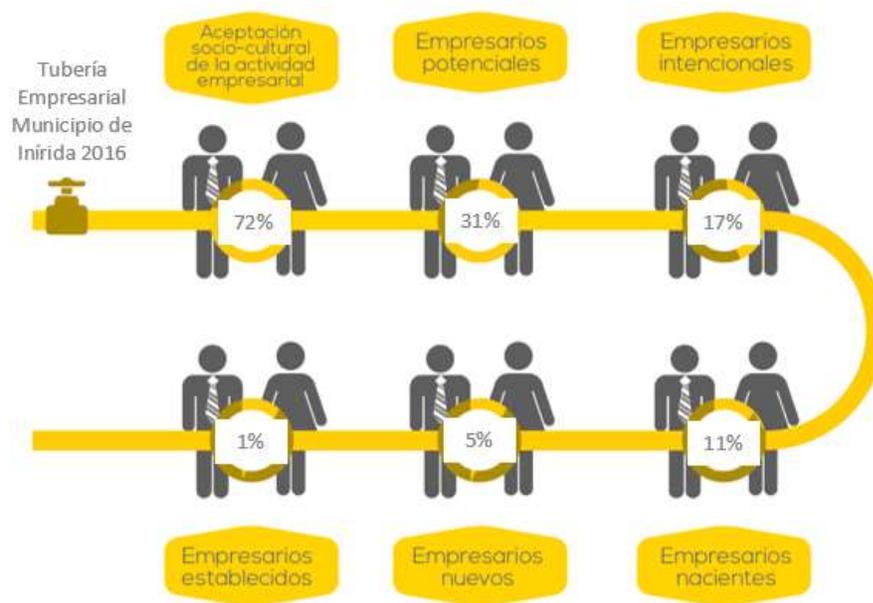
En cuanto a la producción, el Ministerio de Agricultura en su anuario agropecuario, indica que los cultivos permanentes en el departamento del Guainía corresponden a la yuca, plátano y cacao con un porcentaje de 71,08%, 28,56% y 0,37 respectivamente. Sin embargo, no se evidencian empresas registradas en donde su principal actividad sea ésta, además, de ser evidente para la población que la producción agropecuaria no es una actividad predominante.

En Inírida, según datos de la DIAN, no se presentaron importaciones en el año 2015 que lleguen al millón de dólares, las pocas realizadas se limitaron a materiales de construcción y bienes de consumo. En cuanto a sus exportaciones, ascendieron a 0,2 millones de dólares

correspondientes únicamente a minerales y metales preciosos con destino a Estados Unidos y Alemania⁵.

De acuerdo a lo anunciado, es necesario considerar que la práctica de acciones de emprendimiento informales es un integrante a considerar en el contexto del municipio de Inírida. Como bien se ha planteado, no existe un amplio interés ni conocimiento hacia la normativa del sector lo cual se conjuga con la carencia de una Cámara de Comercio, resultando en la informalidad; lo que conlleva a considerar que en el Municipio puedan existir empresarios estables que caracteriza la etapa 6, sin que éstos tengan sus empresas legalmente constituidas.

En conclusión, la “Tubería Empresarial” realizada para el municipio de Inírida, se proyecta así:



Gráfica 3 Tubería Empresarial Municipio de Inírida. Fuente: Autores

Las “fugas” de la tubería empresarial identificadas como el porcentaje de la población consultada que no sigue en todas las seis etapas, representa las carencias del contexto y de su

⁵ Datos: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Perfil económico: Departamento de Guainía Oficina de Estudios Económicos, 2016

percepción para el emprendimiento en Inírida. De tal forma, se evidencia que la concepción de emprendedor y empresa se relaciona con éxito y futuro económico (etapa 1), pero esta buena percepción es limitada por la falta de preparación y escasez de visibles oportunidades (etapa 2); esto conlleva a que muy pocas personas tengan la intención de iniciar una empresa (etapa 3) y que sea mínimo el número de emprendedores en el Municipio.

Principales Fortalezas y Debilidades del Emprendimiento Comercial en el Municipio de Inírida, Guainía

Fortalezas

- Único municipio que sirve de centro de acopio y comercialización: Si bien la división administrativa del departamento del Guainía establece corregimiento e inspecciones departamentales, Inírida es su único municipio y por ende capital. Esto ha generado la concentración de actividad económica y, como se ha estudiado, de emprendimiento comercial; pues por vía aérea y fluvial allegan al área urbana los bienes que se comercializan en el territorio, siendo así el centro de acopio y comercialización. Dicha situación, junto con la incipiente industria productiva en las zonas apartadas, motivan a la especialización del emprendimiento comercial, pues tanto la población nativa como migrante visualiza las oportunidades de ingreso a través de la comercialización de alimentos, productos de aseo, insumos agrícolas, textiles y prendas de vestir, repuestos para automotores, tecnología y demás que parten de la zona urbana de Inírida hacia las poblaciones y comunidades del departamento del Guainía. Lo anterior, no solo permite el abastecimiento a la población urbana y la demás población municipal y departamental, si no que establece un dinamismo económico que promueve la formalización del reglón de comercio y su interacción con las entidades estatales a través de la contratación, para cubrir necesidades básicas en zonas de difícil acceso para las instituciones públicas.

Para el aprovechamiento de ésta fortaleza, impera una de las características del emprendedor que enmarca Schumpeter, la innovación. El emprendedor innovador es un individuo diferente, no conformista, con gran energía y motivación, que genera cambios en los mercados, en dónde no necesariamente el hecho de ser innovador significa que sea inventor. Sin

embargo, el éxito de la innovación depende de numerosos factores, entre ellos el sector económico y la región en donde se introduzca la innovación.

“Schumpeter define las innovaciones en general como el hallazgo de nuevas combinaciones, la incorporación al sistema de conocimiento que es cualitativamente nuevo, no incluido en la configuración económica anterior. En particular, establece cinco tipos de innovación:

- *La creación de nuevos productos o nuevas variantes a productos existentes*
- *El desarrollo de nuevos métodos de producción o comercialización*
- *El ingreso o apertura de nuevos mercados*
- *La obtención de nuevas fuentes de materias primas o insumos*
- *La modificación de la estructura de mercado (típicamente, la creación de un monopolio)” (Alonso, 2009).*

Así, las nuevas estrategias comerciales que se utilicen y su impacto en el desarrollo de la región dependerán del factor innovador que rompa con los esquemas del mercado y generen los efectos de “destrucción creativa” descritos y popularizados por Schumpeter en 1942 a través de su libro “Capitalismo, socialismo y democracia”.

Los emprendedores del Municipio de Inírida deben ser conscientes que el emprendimiento comercial al igual que la producción de bienes y servicios, está expuesto a las variables del tiempo y la renovación de mercados; por lo cual la innovación con la que fortalezcan sus empresas marcará la diferencia y consolidará sus estructuras económicas a través del tiempo para que éstas se apoyen en las fortalezas del territorio como lo es el ser el centro de comercio del departamento.

- Oportunidades exclusivas al territorio: Las características especiales del municipio de Inírida como ser el área de mayor concentración de la población del departamento, tener producción para comercialización de frutos exóticos de interés internacional, su cercanía a la frontera con Venezuela y Brasil, estar bajo una regulación nacional tributaria diferencial, y la inexistencia de grandes industrias; constituyen una fortaleza otorgada por el territorio que advierte las oportunidades de la población para crear empresa y desarrollar su espíritu emprendedor.

Estas características del entorno y su impacto en el emprendimiento comercial, ha sido estudiada desde diferentes visiones teóricas. En referencia a la teoría Schumpeteriana, Carrasco y Castaño relatan que:

“El entorno social es, por tanto, fundamental para el emprendedor: por un lado, supone un freno al tener que romper las inercias establecidas, pero por otro es un acicate, pues la posibilidad de la mejora social es lo que motiva su actividad (el beneficio económico no es sino la expresión del éxito). La motivación y el deseo del emprendedor serán, por tanto, elementos esenciales, junto con la interacción social.” (Carrasco, 2008).

Mejorar los niveles de ingresos aprovechando los factores diferenciales frente a otras regiones para explotar las oportunidades del territorio, no solo mejora la capacidad individual, sino que repercute directamente en el desarrollo del Municipio al tener que responder a los nuevos retos comerciales con infraestructura física y de planificación.

En términos de Schumpeter:

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos

o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan...”

(Schumpeter, 1950).

De tal forma, la conjugación de las especificidades del entorno y la motivación que se reconoce en la población dada la imagen positiva acerca de lo que es ser emprendedor y tener empresa, conforma la principal fortaleza del emprendimiento en el Municipio. Pues es así que se presentan las características a las que el término “entrepreneur” se refiere.

Debilidades

- Población con carente desarrollo y formación en temas de empresa: La educación emprendedora se ha convertido en eje de formación que actualmente se reconoce como un componente transversal y de práctica para la vida adulta. Si bien el auge de motivadores y conferencistas sobre el tema se realiza en otras regiones, el Municipio de Inírida no ha sido

sujeto de éste. Sumado a esto, no se reconoce en los planes de estudios de la educación básica primaria ni secundaria, líneas curriculares sobre emprendimiento.

La educación y formación pueden aumentar el emprendimiento al fortalecer las habilidades de los individuos para crear y consolidar una empresa, incluir el aprendizaje de comportamientos que motiven una cultura estudiantil emprendedora y optimizar las capacidades que permitan el reconocimiento y la valoración de oportunidades de negocio.

Definitivamente la falta de conocimiento frente al emprendimiento, no permite que los individuos observen nuevas oportunidades y los limita a los patrones ya establecidos del mercado, además, impide el aprovechamiento de las herramientas facilitadoras que ofrecen fuentes de financiación, asesoría legal y contable, entre otras.

Autores como María Marta Formichella han expresado que:

“Podría pensarse que el ser humano logrará desarrollar un espíritu emprendedor en la medida que su proceso de socialización lo acompañe en ese camino. De esta manera cobra vital importancia la educación. No será igual el comportamiento emprendedor de un individuo que en su proceso de socialización no ha recibido ningún ejemplo de espíritu emprendedor, al de aquel que se ha podido observar y aprender actitudes propias de un emprendedor” (Formichella, 2004).

En este sentido, se constituye en una debilidad para el Municipio de Inírida el que su población no cuente con la formación suficiente ni esté inmersa en procesos educativos emprendedores que promuevan el desarrollo de la creatividad, la innovación y el autoempleo, ya sean con estrategias públicas o privadas.

- Desarticulación entre la política nacional, regional y local de emprendimiento: Como bien se ha observado a través de este documento, el Municipio de Inírida cuenta con condiciones

muy atípicas a otras ciudades capitales como las carentes vías de acceso (no posee vías terrestres con otros municipios), la inexistencia de Cámara de Comercio y la carente capacidad productora. Sin embargo, también se han evidenciado fortalezas que requieren ser explotadas adecuadamente para que impacten positivamente el desarrollo del territorio.

Sin embargo, la falta de articulación entre las políticas nacionales, regionales y locales respecto al emprendimiento repercute fuertemente en la valoración de este territorio e impiden su debido ordenamiento. Es así como las políticas nacionales diseñadas a través de los Planes de Desarrollo se enfocan a nivel regional agrupando Departamentos y Municipios, que si bien tienen cercanía geográfica no son homogéneos en sus características sociales ni económicas. El Guainía y por ende Inírida, regularmente es agrupado con Arauca, Casanare y Meta; departamentos con enfoque productivo agropecuario, ganadero y petrolero, que distan de las condiciones del Guainía.

Lo anterior, ocasiona que a nivel normativo y de planificación no sean contempladas estrategias eficientes que mejoren el emprendimiento. Situación a la que se suma la precaria inclusión del emprendimiento los Planes de Desarrollo departamentales y municipales pues estos no encuentran congruencia con los objetivos establecidos a nivel nacional.

La debilidad que se reconoce en este apartado no es la falta de intervención estatal sino la falta de coherencia entre los instrumentos de planificación gubernamental frente al Emprendimiento. Se considera la participación del Estado desde un modelo capitalista y como bien lo menciona Diego Sánchez-Ancochea:

“Schumpeter fue muy crítico de la intervención pública para redistribuir el ingreso y se convirtió en defensor del laissez-faire. Esta postura crítica tenía sus raíces en su visión de la naturaleza humana y en la importancia que tenían para él los incentivos económicos. Para

Schumpeter, el éxito del capitalismo depende de su habilidad para recompensar la iniciativa y el ingenio de los individuos y las empresas, y de penalizar a quienes son socialmente improductivos” (Sánchez-Ancochea, 2005).

Lecciones aprendidas

Si bien distintos autores han trabajado en la construcción de diferentes teorías sobre el emprendimiento, se requiere de mirada interdisciplinaria para observar sus actores y factores pues su complejidad y variedad no lo han delimitado en una sola teoría; más si lo extienden cada vez más en el universo económico. De tal forma, el reconocimiento del emprendimiento como conducta, sector económico, factor dinamizante y demás, contribuye a la conformación de material académico que permite el mayor estudio y comprensión de su hegemonía en las últimas décadas; sin embargo, requiere de mayor unificación de criterios en su clasificación y contextualización frente a los factores sociales, políticos y económicos de cada territorio.

La cronología normativa del emprendimiento en Colombia muestra que se ha conformado un sistema que integra diferentes actores de fomento y control, no obstante, este no es ampliamente conocido y por ende subutilizado en regiones como el municipio de Inírida. Por lo cual, se sugiere divulgación por parte de los organismos gubernamentales de la normativa que regula el emprendimiento e igualmente, mayor interés por parte de la población que se encuentra en etapas de empresarios potenciales e intencionales.

La población del municipio de Inírida reconoce culturalmente al emprendedor como un individuo con virtudes tales que les hace ocupar un lugar de admirar en la sociedad, empero, no cuentan con la motivación ni conocimiento pertinente que los empodere para iniciar ejercicios de emprendimiento efectivo; asimismo, reconocen al financiamiento como una oportunidad o amenaza, según sea el caso, para poder emprender y lo enmarcan como un factor clave del emprendimiento. De tal forma, es necesario fortalecer la capacitación y motivación de los emprendedores potenciales para que éstos puedan acceder a las diferentes formas de financiación

con un plan de negocio sólido y real que asegure la continuidad y consolidación luego de ser empresarios nacientes o nuevos.

El emprendimiento informal, aquel que se ejerce sin el lleno de requisitos legales para la comercialización de bienes y servicios, es un factor de amplio impacto en el contexto del municipio de Inírida. Lo cual permite inferir que en el Municipio existen empresarios estables que caracteriza la etapa 6 de la “Tubería Empresarial” desarrollada, sin que éstos tengan sus empresas legalmente constituidas. Esto sugiere la necesidad de campañas de sensibilización y la inclusión formal de la educación emprendedora en los instrumentos de planificación territorial como los Planes de Desarrollo departamental y municipal, que influyan directamente a la población para la legalización de sus actividades comerciales y los beneficios que ésta conlleva.

La educación o formación en emprendimiento no solo se limita a la parte motivacional o financiera, pues también debe incluir la parte legal. La normativa que aplica a la constitución y ejercicio de empresa en el Municipio tampoco ha sido sujeta de estrategias de divulgación para la población en general. Éste conocimiento solo es perseguido por los emprendedores iniciales y establecidos, debido a la necesidad de cumplir los requisitos que exigen su pluralidad de clientes.

Bajo el modelo capitalista actual y en las características descritas, se sugiere la articulación de instrumentos de planificación con incidencia económica. Esto no hace referencia a la intervención del Estado frente a anomalías particulares del mercado sino al fortalecimiento de capacidades generales del territorio y a la conjugación de actores para el reconocimiento de la importancia del emprendimiento.

Conclusiones

En el departamento del Guainía se han realizado esfuerzos por consolidar la Red de Emprendimiento, el Consejo Regional de la micro, pequeña y mediana empresa y la Comisión Regional de Competitividad, estamentos que han integrado los diferentes actores del departamento y que se concentran en el municipio, en los cuales predominan las instituciones públicas y no se ha logrado establecer políticas regionales formales que conduzcan el actuar de sus integrantes frente a una efectiva estrategia de emprendimiento.

Los Planes de Desarrollo Departamental y Municipal aprobados para el cuatrienio 2016-2019, incluyen un componente de emprendimiento, especificando la necesidad de estrategias de fortalecimiento a través de capacitación y financiación; allí se resalta el enfoque hacia el turismo como sector al cual se apuesta como campo para el emprendimiento y consolidación de empresa. Sin embargo, no son concretas las herramientas que se utilizarán para impulsar el emprendimiento ni se evidencia proyectos normativos al respecto.

El contexto socio-económico del municipio de Inírida permite que el emprendimiento comercial lidere en el sector, dadas las condiciones de acceso del territorio y la necesidad de cubrir las escaseces de la población. Sin embargo, la presencia gubernamental y la amplia cantidad de la población en condición de funcionario público, limitan el actuar individual ya que éste está sometido al régimen de inhabilidades e incompatibilidades y el tamaño del mercado interno hace que los principales clientes sean las entidades públicas.

La principal “fuga” de la “Tubería Empresarial” en el municipio de Inírida, se encuentra entre la etapa uno y la etapa dos, disminuyendo en un 42% la población que hace transición en éstas etapas. Se evidencia que la imagen de un emprendedor es muy positiva para la población

consultada pero que la falta de preparación y el contexto económico en donde no son latentes ni conocidas las oportunidades de mercado, limitan el proceso de una acción emprendedora en el municipio de Inírida.

El emprendimiento en Inírida tiene como fortalezas el espíritu emprendedor de sus habitantes que cumple con la teoría Schumpeteriana al verse influido por un contexto social y económico diferente a otras regiones, sin embargo se enfrenta a grandes retos en formación y legalización de empresa dado el desconocimiento de la población sobre temas normativos.

Este documento es un instrumento documental para posibles futuras estrategias desde un punto de vista integral de Estado, organizaciones, instituciones e individuos, éstas definidas según J.B. Quinn (1980) como “el modelo o plan que integra los principales objetivos, políticas y sucesión de acciones de una organización en un todo coherente. Una estrategia bien formulada ayuda a ordenar y asignar los recursos de una organización de una forma singular y viable, basada en sus capacidades y carencias internas relativas, en la anticipación a los cambios del entorno y en las eventuales maniobras de los adversarios inteligentes”.

Bibliografía

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behaviour. Organizational. Behaviour and Human Decision Processes.*
- Ajzen, I. (2002). *Teoría de la conducta planificada.*
- Astigarraga Goenaga, J.; Zabalza Arbizu, J. (2007). *La fortuna del Essai sur la nature du commerce en général (1755), de Richard Cantillon, en la España del siglo XVIII.* Investigaciones de Historia Económica 2007, No. 7.
- Barba-Sánchez, V. (2007). *La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa.* Revista de Contabilidad y Dirección, Número 5.
- Barba-Sánchez, V. & Atienza Sahuquillo, C. (2011). *Reasons to create a new venture: A determinant of entrepreneurial profiles.* African Journal of Business Management, 5 (28), 11497-11504.
- Boggio Vázquez, J. Vecino Romero, F. J. (2008). *Emprendimientos e instituciones: el caso Cancún.* Teoría y Praxis 5 (2008: 85-97)
- Cantillón, R., (1755), *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general.* Fondo de Cultura Económica, México, 1978, 235 p.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.* Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Buenos Aires, Argentina.
- Gartner, W. B. (1985). *A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation.* The Academy of Management Review, Vol.10, No. 4. Pp. 696 a 706.

- Matiz B, F. J. (2009). *Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento*. Revista EAN No. 66: Mayo-Agosto de 2009 p.169-182
- Meléndez, M. Perry, G. (2009). *La política industrial en Colombia*.
- Mises, L. V. (1995). *Relativismo epistemológico en las ciencias de la acción humana*. Revista Libertas 23, Instituto Universitario ESEADE
- Piperopoulos, P. (2012). *Could higher education programmes, culture and structure stifle the entrepreneurial intentions of students?*. Journal Of Small Business And Enterprise Development.
- Quinn, J.B. (1980). *Strategies for change:logical incrementalism*.
- Recalde Aguilar, L. M. ; Villota Guevara, L. R. ; Flores Jaen, M. P. (2016). *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Revista Publicando, 3(9). 2016, ISSN 1390-9304, p. 564-578.
- Say, J. A (1971). *Treatise on Political Economy or the Production, Distribution, and Consumption of Wealth*. Libro en línea consultado en el mes de Julio de 2017. Pp: 65-283. Disponible en <https://mises.org/books/politicaecon.pdf>
- Schumpeter, J. A. (1934) *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA, Harvard University Press. (1934)
- Schumpeter, J. (1935). *Análisis del cambio económico*. Ensayos sobre el ciclo económico. Ed. Fondo de cultura económica, México. (Traducido al español y publicado en Ensayos sobre el ciclo económico, Fondo de Cultura Económica, México, 1944)
- Stevenson, H. H. (2000). *Why entrepreneurship has won!*.
- Varela, R. V.; Ph.D. Moreno, J.; Bedoya, M. (2015). GEM Colombia 2006-2013