

# ESTRATEGIA DE CONOCIMIENTO A LAS DIFERENTES RUTAS DE ACCESO CON ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE BRINDAN FUENTES DE FINANCIACIÓN A INICIATIVAS DE EMPRENDIMIENTO

## STRATEGY THAT ALLOWS TO KNOW THE DIFFERENT ACCESS ROUTES WITH PUBLIC AND PRIVATE ENTITIES THAT PROVIDE FUNDING SOURCES TO INITIATIVES

\*Especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo, administradora de empresas, docente de la Unad, coinvestigadora del grupo de investigación Cananguchales, coordinadora del semillero ESUNAD e investigadora principal.  
sandy.torres@unad.edu.co,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5836-2499>.

\*\*Profesional en Administración de Empresas, zona sur Unad y coinvestigadora del semillero de investigación ESUNAD del grupo Cananguchales.  
alexiaro\_88@hotmail.com.

*Sandy Sindney Torres Silva\**  
*Alexandra Xiomara Rodríguez Ortiz\*\**

Recibido: 11 de mayo de 2020  
Revisado: 27 de julio de 2020  
Aceptado: 19 de agosto de 2020

### RESUMEN

El emprendimiento es uno de los ejes centrales y fundamentales en el proceso educativo de todos los estudiantes, como lo indica la Ley 1014 de 2006, la cual menciona que se debe promover el espíritu emprendedor en las instituciones educativas. Teniendo en cuenta lo anterior, y tomando el emprendimiento como factor de crecimiento económico, nació la propuesta de crear un documento

### Palabras claves:

desarrollo,  
emprendimiento, empresa,  
financiación, oportunidad

que identifique las diferentes rutas de acceso a entidades que ofrecen capital semilla o fuentes de financiación pertinentes a iniciativas empresariales.

La presente investigación se basó en los resultados obtenidos de la aplicación de un instrumento en línea, en el cual se logró identificar que un gran porcentaje de estudiantes de los departamentos de Tolima, Huila, Caquetá y Putumayo, que conforman la zona sur de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad), y que son inicialmente la población objetivo de estudio, manifestaron que no tienen conocimiento de las diferentes oportunidades de financiación que apoyen proyectos de emprendimiento. Este es uno de los factores principales para no emprender o materializar sus proyectos, que surgen ya sea como opciones de grado o como iniciativas propias. El estudio se realizó mediante una investigación mixta, analizando factores cualitativos y cuantitativos que lograron justificar la pertinencia de la investigación y así generar un documento que impacte de manera positiva a la población objetivo, para producir un desarrollo regional en el lugar donde se encuentren.

## ABSTRACT

### Keywords:

development,  
entrepreneurship,  
company, financing,  
opportunity

*Entrepreneurship is one of the central and fundamental axes in the educational process of all students, as indicated by Law 1014 of 2006, which mentions that the entrepreneurial spirit must be promoted in educational institutions. Taking into account the above, and taking entrepreneurship as a factor for economic growth, the proposal was born to create a document that identifies the different access routes to entities that offer seed capital or relevant sources of financing for business initiatives.*

*The present research was based on the results obtained from the application of an online instrument, in which it was possible to identify that a large percentage of students from the departments of Tolima, Huila, Caquetá and Putumayo. Which make up the southern area of the Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad), and that they are initially the target population of the study, stated that they are not aware of the different financing opportunities that support entrepreneurship projects. This is one of the main factors for not undertaking or materializing their projects, which arise either as degree options or as their own initiatives.*

*The study was carried out through a mixed investigation, analyzing qualitative and quantitative factors that managed to justify the relevance of the investigation and thus generate a document that positively impacts the target population, to produce regional development in the place where they are.*

## INTRODUCCIÓN

La pertinencia de este proyecto de investigación es el impacto que generará en el futuro, el cual impulsará la cultura empresarial y a su vez permitirá el desarrollo socioeconómico de la región. Se ha identificado que una de las dificultades para la no materialización de los proyectos que se generan ya sea como opciones de grado o por iniciativa propia por los estudiantes es el factor económico. Por ello surgió la necesidad de construir como estrategia un documento consolidado y dinámico, con la ayuda de una herramienta digital, de las diferentes convocatorias de entidades públicas y privadas que aportan el capital semilla, o que son fuentes de financiación que promueven la generación de proyectos de emprendimiento que podrían contribuir a disminuir el desempleo y a dar mayores oportunidades para mejorar la calidad de vida de las personas.

Dar a conocer las diferentes entidades públicas y privadas en un documento consolidado didáctico de fácil acceso

—que posteriormente fue socializado y difundido a estudiantes emprendedores— determinó el camino de esta investigación. Un camino basado en la aplicación y el diseño de una estrategia que permita motivar y promover el emprendimiento en los estudiantes de la zona sur de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad), y ofrecer una herramienta adicional que brinde el conocimiento necesario acerca de las diferentes opciones y oportunidades a las cuales pueden acceder, y de esta manera mitigar la dificultad económica para emprender.

Cómo lo indican Fonseca y Vega (2018),

el grado de eficiencia generado a través de las prácticas productivas se basa en intercambios económicos. Además, los asociados pueden ser apoyados con recursos capital semilla, transferencia de tecnología y conocimientos a partir de cursos complementarios, integración, combinación y diversificación de los productos generados (p. 47).

Acciones que permiten el fomento del sector productivo.

## PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Día tras día ha sido evidente, de acuerdo con datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane, 2018), que el desempleo ha incrementado en algunas de las regiones de Colombia, como en los departamentos de Tolima, Huila, Caquetá y Putumayo, los cuales presentan uno de los índices más altos, por encima de la media nacional que está en el 12 %. Esta coyuntura y la falta de un empleo digno en Colombia han hecho que la elaboración de un documento que promueva nuevas ideas empresariales pueda contribuir a mitigar dicha situación, y crear nuevas oportunidades de progreso socioeconómico.

La Ley 1014 de 2006 menciona:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley; b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que

promuevan el emprendimiento y la creación de empresas; c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas; d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo (Ley 1014 de 2006, Secretaría del Senado, Congreso de Colombia, 2006, artículo 2).

Teniendo en cuenta lo anterior, surge una serie de interrogantes respecto a cómo hacer para contribuir en el fomento del emprendimiento en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad). Aunque ya existe una unidad de emprendimiento y se estén realizando diferentes actividades que apuntan a motivar esta actividad, no ha sido suficiente y no contribuye a encontrar una solución a la problemática del factor económico. Esta es, precisamente, la razón por la cual nace la necesidad de dar respuesta al siguiente interrogante: ¿de qué manera la construcción de un documento consolidado, didáctico y de fácil acceso que brinde el conocimiento de fuentes de financiación o acceso a capital semilla que ofrecen diferentes entidades públicas y privadas contribuiría a generar y materializar nuevos proyectos de emprendimiento y, por consiguiente, desarrollo socioeconómico para la región donde se encuentren?

## MARCO REFERENCIAL

En el estudio del emprendimiento y del desarrollo económico de las regiones existen varias teorías que soportan y promueven la temática central de esta investigación.

La teoría de Schumpeter, que relaciona la teoría del empresario innovador (Valencia de Lara y Patlán Pérez, 2011), se centró en la visión del empresario como emprendedor ya que lo consideraba el principal promotor de las empresas capitalistas. Los empresarios rompen el equilibrio gracias a la innovación, que genera unas rentas extraordinarias por encima de lo normal, hasta volver a una nueva situación de equilibrio, en la cual se vuelve al beneficio ordinario.

En su teoría, Schumpeter nombra las fases del proceso, que clasifica así:

- **Invencción:** hace referencia a la creación de algo nuevo.
- **Innovación:** consiste en poner en práctica o aplicar la invención.
- **Imitación:** se trata de generalizar la innovación por empresas de la competencia.

Según el artículo publicado en BBVA (2014), se nombran tres teorías sobre la figura del emprendedor:

- La teoría que realiza Frank Knight, la cual considera al empresario como la persona que asume el riesgo derivado de la actividad económica. Según Knight, el empresario tiene dos tipos de riesgos evidentemente relacionados: uno técnico, por si la producción no funciona, y otro económico, por si los ingresos no son los esperados.
- La teoría de Galbraith, la cual menciona que el poder económico ha ido pasando de las personas y de la propiedad a las organizaciones. En esta aparece lo que se llama tecnoestructura, para la toma de las decisiones referentes a la empresa.

- La teoría propuesta por Bennis en 1925 asegura que actualmente el empresario ha de ser innovador, además de un buen líder y un buen estratega para escoger los caminos adecuados y así conseguir los objetivos planteados.

El modelo McClelland (Marulanda Valencia, Montoya Restrepo y Vélez Restrepo, 2014) plantea que la motivación está condicionada por las necesidades de las personas, ya que es el punto de partida del patrón de comportamiento del individuo; una necesidad no satisfecha crea una tensión en el interior del individuo que origina estímulos dentro de él, lo que da como resultado la generación de un comportamiento de búsqueda de metas específicas.

McClelland logró identificar tres patrones de comportamiento en los individuos: 1) necesidad de logro: es aquella necesidad de alcanzar metas y esforzarse continuamente para hacer las cosas mejor; también establece que las personas con alta necesidad de logro prefieren trabajar solas, ya que lo hacen mejor. 2) necesidad de poder: es aquella necesidad de influenciar y liderar a otros y tener el control sobre el ambiente de uno, se interesa más por el estatus y el prestigio que sobre la eficiencia de su labor. Existen dos tipos de necesidad de poder: el poder socializado, que se usa para el bien de otros, y el poder personalizado, que es una preocupación asocial por la dominación personal; este tipo de persona busca el poder impulsivamente. 3) necesidad de afiliación, que es el deseo de establecer amistad y relaciones interpersonales cercanas. La afiliación se clasifica en dos: el interés afiliativo es la preocupación de establecer relaciones interpersonales, pero no va dirigido hacia el comportamiento de alcance de metas, y la parte negativa es la garantía afiliativa, la cual

hace referencia a la necesidad de obtener una garantía por la seguridad y la fortaleza de las relaciones que construye, y evita así el rechazo.

Este modelo define al emprendedor como una persona de éxito que ha desarrollado una fuerte necesidad de logro y que, por lo tanto, busca situaciones para satisfacerlas. Además, define las características de un emprendedor de la siguiente manera:

- Búsqueda de oportunidad.
- Iniciativa.
- Persistencia.
- Capacidad de cumplimiento.
- Eficiencia.
- Calidad.
- Fija metas.
- Busca información.
- Planificación.
- Persuasión.
- Autoconfianza.
- Independencia.
- Superación.
- Confianza.
- Creatividad.
- Liderazgo.
- Trabajo en equipo.

## MARCO LEGAL

La investigación igualmente busca cumplir con normas legales que soportan la importancia del fomento del emprendimiento y mostrar que aún existe poco conocimiento por parte de la población objetivo.

Ley 590 de 2000: por la cual dicta las disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, para la generación de empleo y el desarrollo regional, y la integración entre sectores económicos.

Ley 789 de 2002: por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social.

Ley 1014 de 2006: promueve el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución.

Ley 1429 de 2010: la presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de dar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas, de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

Ley 1780 de 2016: tiene por objeto impulsar la generación de empleo para los jóvenes ente 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y la ejecución de políticas de empleo.

## METODOLOGÍA

Para la presente investigación se trabajó a partir del enfoque de investigación mixto de tipo descriptivo, que facilitó la recopilación de la información de manera cuidadosa y acertada. Esto permitió un mejor análisis, el cual orientó el desarrollo de la investigación.

La población objetivo con la que se llevó a cabo el desarrollo de esta investigación son estudiantes matriculados de la zona sur de la Unad; se realizó en los departamentos de Tolima, Huila, Caquetá y Putumayo, que para

el período trabajado fue de 6112 estudiantes.

El tamaño de la muestra se determinó mediante la siguiente fórmula estadística, teniendo en cuenta que se conoce el tamaño de la población, y se usó un nivel de confianza del 95 % y una probabilidad de fracaso del 5 %, para un total de 360 encuestas como mínimo para el análisis de la información.

Las técnicas y los instrumentos ejecutados que contribuyeron a la recopilación de la información frente a las fuentes primarias se obtuvieron a través del diseño de un instrumento en línea que se aplicó a la muestra determinada de la población objetivo con preguntas cerradas enviadas a los correos de los estudiantes. Esto permitió determinar el grado de conocimiento que poseen los estudiantes frente a la existencia de diferentes entidades públicas y privadas que ofrecen capital semilla o son fuentes de financiación que apoyan proyectos de emprendimiento. Así mismo, se pudo determinar la viabilidad y el grado de aceptación por parte de los estudiantes para diseñar y aplicar una estrategia de conocimiento que les permita tener acceso a la información necesaria, y así mitigar la problemática del factor económico para la generación de nuevos proyectos de emprendimiento.

Igualmente, se soportó la investigación de fuentes secundarias de información confiables, en las cuales se identificaron algunas entidades públicas y privadas que son portadoras y generadoras de fuentes financieras para el apoyo de iniciativas en pro de materializar y generar emprendimiento en las personas, con las cuales se diseñó la estrategia de conocimiento que posteriormente será socializada y consultada por los estudiantes.

## RESULTADOS

Con la recopilación de la información primaria se logró obtener, de acuerdo con el tamaño de la muestra, 362 respuestas del formulario aplicado a los estudiantes de los diferentes departamentos de la zona sur (Tolima, Huila, Caquetá y Putumayo).

Los resultados obtenidos que logran identificar el grado de conocimiento que tienen los estudiantes frente al apoyo financiero para proyectos de emprendimiento y la justificación clara de la pertinencia de la investigación se muestran en la tabla 1.

**Tabla 1. Resultados estadísticos fuentes primarias**

Pregunta	Sí	No
¿Se considera usted emprendedor?	94,6%	4,4%
¿Ha desarrollado proyectos de emprendimiento o ha pensado en ejecutar alguno?	84,3%	15,7%
¿Ha participado o ha sido beneficiado de alguna fuente de financiación?	11,2%	88,8%
¿Sabe usted que existen fuentes de financiación para proyectos de emprendimiento?	44,1%	55,9%
¿Sabe usted que la Unad desarrolla actividades de emprendimiento?	24%	76%
¿Está interesado en conocer las diferentes rutas de acceso que ofrecen fuentes de financiación a proyectos e iniciativas de emprendimiento?	97,4%	2,6%
¿Estaría usted dispuesto a participar en capacitaciones sobre el acceso a las diferentes convocatorias de capital semilla que brindaría la universidad?	98,1%	1,9%
¿Considera usted que el conocimiento sobre las fuentes de financiación para proyectos de emprendimiento contribuiría a ejecutar las iniciativas que se generan desde las opciones de grado?	97,1%	2,9%

*Fuente: elaboración propia, 2020.*

Dos aspectos relevantes que arroja la aplicación del instrumento es el gran porcentaje de estudiantes que indican que la principal razón por la cual no han podido desarrollar o ejecutar proyectos de emprendimiento es la ausencia de recursos económicos, con un 71,9% del total de las respuestas, y con respecto al desconocimiento, un 21,1%.

Igualmente, se recopiló información utilizando fuentes secundarias sobre las entidades y convocatorias existentes que brindan fuentes de financiación o capital semilla a proyectos de emprendimiento, lo que permitirá construir la ruta de acceso. Los hallazgos más relevantes de esta investigación fueron: Fondo Emprender del Sena, Unidad de Gestión de Crecimiento

Empresarial del Gobierno nacional INNPulsa, Procolombia, BBVA, Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica, Fondo Nacional de Garantías, Finamérica, Bancóldex e Ibagué Emprende.

Con la información descrita anteriormente, se seleccionaron diez entidades relevantes para los tipos de proyectos que se generan desde la universidad y con los cuales se construyó la estrategia que permitirá promover el emprendimiento en los estudiantes de la zona sur de la Unad; con este conocimiento los proyectos de emprendimiento que surgen como opciones de grado no se quedarían en papel, sino que existiría la posibilidad de materializarlas y contribuir al desarrollo socioeconómico para la región donde se encuentren.

Las estadísticas indican que existe un gran interés en la generación de iniciativas de emprendimiento y que al tener conocimiento sobre la existencia de entidades que brindan el apoyo económico —siendo una de las mayores dificultades para los emprendedores—, se estaría contribuyendo al cumplimiento de la Ley 1014 de 2006 desde la institución, igualmente con la teoría de McClelland frente a la necesidad de logro.

## CONCLUSIONES

Existe un gran desconocimiento frente a las oportunidades que hay para promover el emprendimiento. Muchas personas se consideran emprendedoras aun cuando nunca llegan a materializar esos proyectos o ideas de negocio; consideran que cuentan con esa cualidad cuando autocuestionan factores motivacionales y comportamentales.

Una forma de mitigar el desempleo es mediante la promoción del emprendimiento, complementando los procesos formativos, fomentando el emprendimiento y brindando conocimiento de apoyo.

Finalmente, se puede concluir que aunque se está en la era digital, con la cual se puede encontrar mucha información, es necesario contar con una orientación previa o el conocimiento mínimo para saber qué, cómo y dónde buscar, ya que se evidencia que existe un gran desconocimiento para poder acceder a muchas oportunidades.

De acuerdo con los resultados, las entidades que están acorde a las iniciativas de emprendimiento que se generan en la Unad son Fondo Emprender del Sena, Unidad de Gestión de Crecimiento Empresarial del Gobierno nacional INNPulsa, Procolombia, BBVA, Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica, Fondo Nacional de Garantías e Ibagué Emprende.

## REFERENCIAS

- Alcaldía de Bogotá. (2000a). Ley 590 de 2000. Diario Oficial de la República de Colombia, N.º 44.078 del 12 de julio de 2000. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- Alcaldía de Bogotá. (2000b). Ley 789 de 2000. Diario Oficial de la República de Colombia, N.º 45.046 del 27 de diciembre de 2002. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6778>
- Banca de las Oportunidades. (2018, 9 de agosto). Convocatorias. BancadelasOportunidades. <https://bancadelasoportunidades.gov.co/es/convocatorias>
- Bancóldex. (2018, 9 de agosto). Contratación. <https://www.bancoldex.com/contratos>



- BBVA Bancomer. (2018, 9 de agosto). Comienza tu empresa con BBVA Bancomer. Bogotá D.C: BBVA Bancomer.
- <https://www.bancomer.com/empresas/oportunidades/comienza-tu-empresa.html>
- Congreso de Colombia. (2006). Ley 1014 de 2006. Diario Oficial de la República de Colombia, N.º 46.164 del 27 de enero de 2006. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)
- Congreso de Colombia. (2010). Ley 1429 de 2010. Diario Oficial de la República de Colombia, N.º 47.937 del 29 de diciembre de 2010. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1429\\_2010.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html)
- Darino, V. (2015). Las 10 características del comportamiento emprendedor. La Posta. <http://lapostanoticias.com.uy/columnas/las-10-caracteristicas-del-comportamiento-emprendedor/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane). (2018). Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Mercado laboral. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- Fondo Emprender. (2018). Convocatorias Fondo Emprender. <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Convocatorias.aspx>
- Fondo Nacional de Garantías. (2018). Empresarios. <https://www.fng.gov.co/empresarios/%C2%BFc%C3%B3mo-acceder-a-las-garant%C3%ADas-del-fng?>
- Fonseca, N. y Vilma, Z. (2018). Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad en agroecosistemas agrícolas- ganaderos en la región del Sumapaz. Revista Pensamiento Udecino, (2,) 47. [http://revistas.ucundinamarca.edu.co/index.php/Pensamiento\\_udecino/article/view/1/1](http://revistas.ucundinamarca.edu.co/index.php/Pensamiento_udecino/article/view/1/1)
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2016). Actividad empresarial colombiana. GEM Colombia 2016: Reporte nacional. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2016-report>
- Godoy, J. (2015). Características, perfil y comportamiento de un emprendedor. <https://prezi.com/faezn7eoryid/caracteristicas-perfil-y-comportamiento-de-un-emprendedor/?webgl=0>
- Gutiérrez, J., Asprilla, E. y Gutiérrez, J. (s. f.). Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia. Revista Escuela de Administración de Negocios, (76), 144-157 <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n76/n76a09.pdf>
- Incubar Colombia. (2018). Emprendedor. <http://www.incubarcolombia.org.co/servicios/emprendedor>
- INNpuls. (2018). Construyendo juntos las empresas del futuro. <https://www.innpu.sacolombia.com/es/ofertas>
- Marulanda Valencia, F., Montoya Restrepo, I. A. y Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. Pensamiento y Gestión, (36), 206-238. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n36/n36a08.pdf>
- Presidencia de la República de Colombia. (2016). Ley 1780 de 2016. <http://hdl.handle.net/11520/14849>
- Procolombia. (2018). Convocatorias. <http://www.procolombia.co/search?s=CONVOCATORIAS>
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad). (2016). Entidades del sector. <https://informacion.unad.edu.co/transparencia-y-acceso-a-la-informacion/acerca-de-la-unad/entidades-del-sector>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad). (2017). Observatorio e-learning. <https://vider.unad.edu.co/index.php/observatorio/productos/35-observatorio-unadista>

Valencia de Lara, M. del P. y Patlán Pérez, J. (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. *Tec Empresarial*, 5(3), 21-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3782848>