

Sobre la política nacional de emprendimiento: un enfoque desde la competitividad

Dimidium facti qui coepit habet: sapere aude (“Quien ha comenzado, sólo ha hecho la mitad: atrévete a saber”)¹.

La economía colombiana ha mostrado en los últimos años algunos signos de crecimiento, lo que podría permitirle al país lograr mejoras en el nivel y calidad de vida de sus habitantes, como lo evidencia el crecimiento del PIB per cápita (US\$2.326,8 en 1999 a US\$4.988,9 en 2008)². Sin embargo, un alto porcentaje de su población económicamente activa (PEA) se encuentra desempleada o subempleada, con tendencia al empeoramiento, cifras que muestran la urgente necesidad de encontrar y diseñar estrategias innovadoras que permitan un aumento sustancial de la producción industrial y de servicios de diferentes sectores

empresariales, dirigiéndola a atender la creciente demanda de los mercados mundiales ante la debilidad de la demanda interna³.

Es igualmente cierto que las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) constituyen el mayor porcentaje de compañías en todos los países de América Latina y el Caribe, llegando a ser más del 90% del total de ellas; así mismo, las mipymes son responsables del 43% del empleo en la misma región. Sin embargo, aunque participan entre el 15 y 25% de la producción, su productividad está entre un 25 y 50% relativa a las grandes empresas, en comparación a las pymes europeas, que pueden estar entre 66 y 82%⁴.

Según datos del McKinsey Global Institute (MGI), utilizando información del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), el empleo informal en Colombia está cerca del 59%, cifra corroborada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP)⁵, que establece que para el año 2007 el nivel de informalidad llegaba al 61,2%.

Tal como lo concluyen los organismos nacionales y locales que trabajan el tema de la competitividad, es claro que si se quiere elevar la productividad del país resulta indispensable movilizar el máximo número de trabajadores hacia la economía formal. No obstante, si se forman aprendices para el empleo, lo más probable es que no lo encuentren, y si lo encuentran, lo harán en microempresas existentes con altas deficiencias en su productividad, lo cual no les permite incorporarse a sectores nacionales y mucho menos a sectores globales.

Como lo describe Guzmán Vásquez (2008), desde el trabajo seminal de Cantillón (1755) hasta el estudio realizado por Shane y Venkataraman (2000), se ha relacionado el emprendimiento con el descubrimiento de oportunidades rentables. Estos autores han tomado la definición de "oportunidad" de Casson (1982) y declaran que "las oportunidades de emprendimiento son aquellas situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización se pueden vender e introducir a un precio mayor que sus costos de producción" (Shane y Venkataraman, 2000, p. 220). "El emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, estando alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación".

Se hace entonces claro por qué la mayoría de los economistas están de acuerdo con la idea de que la creación de empresas y el emprendimiento son importantes para el crecimiento económico. Sin embargo, el individuo emprendedor y su comportamiento, aquella "caja negra" del desarrollo del emprendimiento, brillan por su ausencia en la mayor parte de los modelos (Carree & Thurik, 2007).



Schumpeter (1961) planteó que el crecimiento económico está asociado a la aparición de sucesivas oleadas de "destrucción creativa", donde permanentemente surgen empresas nuevas, lideradas por emprendedores que crean formas novedosas de atender las necesidades de los consumidores y desplazan a las empresas tradicionales en el mercado. No obstante, la investigación empírica que ha intentado modelar el emprendimiento en forma explícita a partir de estos conceptos ha sido limitada.

Es claro por qué el emprendedor se ha omitido de los modelos de crecimiento. Por una parte, mientras la atención ha estado centrada en el comportamiento de las empresas, el emprendimiento es un fenómeno que se inicia en las motivaciones y actitudes de las personas. Adicional a lo anterior, parece que resultara muy difícil identificar variables que permitan captar información sobre la dinámica del emprendimiento. Algunos estudios, por

ejemplo, han intentado utilizar el "autoempleo" como variable que permitiría medir el emprendimiento, pero esta manera de medición deja muchas dudas y se puede prestar para una alta ambigüedad al interpretar la información.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM)⁶ ha permitido superar gran parte de las limitaciones prácticas para medir la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. Estudios recientes, basados en el modelo propuesto por GEM, encuentran una relación clara entre la actividad de los nuevos empresarios en proyectos potencialmente atractivos y las mayores tasas de crecimiento económico (Carree & Thurik, 2007). A partir de allí se han generado numerosos estudios orientados a identificar las características de los emprendedores que desarrollan este tipo de proyectos y cuáles son las variables que afectan su evolución, desde el desarrollo de la motivación hasta la identificación de la oportunidad y la ejecución de la idea en una empresa concreta.

De acuerdo con datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)⁷, la tasa de actividad emprendedora (TEA) en Colombia en el año 2008 fue del 24,52%, producto de una combinación de nuevos emprendedores (13,82%) y nuevos empresarios (11,73%). En el 2008 la proporción de nuevos emprendedores fue muy superior a la del 2007 (cuando fue de 8,02%), en tanto que la proporción de nuevos empresarios fue menor que en el 2007 (15,53%). El porcentaje de empresarios aumentó de 11,56% en el 2007 al 14,07% en el 2008. Parece que más empresas estuvieran alcanzando la etapa de compañías establecidas, al mismo tiempo que más nuevas empresas se crean por año. Sin embargo, puede ser riesgoso asumir esta hipótesis, la cual debe corroborarse en años siguientes, ya que es necesario determinar si es un comportamiento tendencial (estructural) o es simplemente un aspecto coyuntural, puesto que debería corresponderse con un alto grado de estabilidad temporal de dichos esfuerzos de emprendimiento.

Si se espera lograr un impacto económico positivo a partir de la creación y fortalecimiento de empresas por parte de los nuevos emprendedores, se requiere una política pública que promueva y fortalezca el emprendimiento.

En Colombia se han creado 36.665 empresas durante los últimos tres años, de las cuales 25.361 son micro, 9.408 pequeñas, 1.477 medianas y 419 grandes. De lo anterior es posible concluir que el 99,9% de la totalidad de empresas creadas en el país durante los años 2006, 2007 y 2008 pertenecen a lo que la Ley 905 de 2004 denomina mipymes. Estas cifras evidencian que un porcentaje muy elevado del sector empresarial del país se encuentra en estado de micro, pequeña y mediana empresa, y que en consecuencia deben diseñarse políticas que permitan el fortalecimiento empresarial. Con todo, en la misma proporción en que Colombia es un país con reconocida capacidad de emprendimiento y de creación de empresas, también lo es en cuanto a los cierres anticipados de compañías. La perdurabilidad empresarial parece ser, entonces, la prioridad en la agenda.

Es evidente reconocer que, si se espera lograr un impacto económico positivo a partir de la creación y fortalecimiento de empresas por parte de los nuevos emprendedores, se requiere una política pública que promueva y fortalezca el emprendimiento. De allí nace la política de emprendimiento, la cual surge de la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual define que el papel del Estado en el fomento del emprendimiento es: a) promover la alianza público-privada académica; b) facilitar condiciones para el emprendimiento; c) desarrollar la dimensión local del emprendimiento. La política de emprendimiento en Colombia tiene cinco objetivos estratégicos que son: a) facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial; b) impulsar el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación; c) promover

la articulación interinstitucional para estimular el emprendimiento en Colombia; d) 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; e) promover emprendimientos que incorporan la ciencia, la tecnología y la innovación.

Con esta iniciativa se busca que en el sistema educativo formal y no formal se establezca la formación en valores que caracterizan al emprendedor, el fomento de una mayor conciencia empresarial en la sociedad y en los programas de enseñanza, la formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, capacidad para asumir riesgos medidos y desarrollo del gusto por la innovación, estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.

Así las cosas, esta política pretende ser un elemento integrador y coordinador de los sujetos involucrados en los procesos de creación de empresas en Colombia, tanto desde el punto de vista de cambio de mentalidad y de la difusión de una cultura emprendedora, como desde la perspectiva de apoyo específico a los nuevos emprendedores.

Una adecuada estructura permitirá crear la red nacional y redes regionales para el emprendimiento que estarán integradas por entidades del Estado, instituciones de educación superior, gremios empresariales, alcaldes, gobernadores y asociaciones de jóvenes empresarios, entre otros. En este cometido son bienvenidas las propuestas que, haciendo uso de la política, construyan relacionamiento

entre gobierno, Estado y universidades, tales como el Comité Universidad-Empresa o el propio Foro de Presidentes. Ambas instancias han entendido que el emprendimiento supone un trabajo conjunto que va más allá de la política, donde es indispensable sumar la experiencia empresarial de los líderes del sector productivo con la capacidad de la universidad para formar jóvenes dispuestos a asumir el riesgo de la innovación, la creatividad y el espíritu de generación y uso del conocimiento en negocios rentables.

Por último, como instituciones educativas, desde el nivel básico y medio hasta el superior, debemos armonizar los proyectos educativos institucionales de acuerdo con lo establecido en la ley de competitividad, con el fin de promover y fortalecer una adecuada iniciativa nacional de emprendimiento. En tal sentido, es posible plantear la urgencia de pasar de modelos de preincubación de empresas a modelos de incubación y aceleración, que además de gestionar o articular recursos económicos de apoyo a los proyectos innovadores puedan propiciar conjuntamente fondos de capital semilla y de capital de riesgo, entre un número amplio de instituciones educativas. Sólo así avanzaremos al estadio de los *spin offs* universitarios, que han tenido tanto éxito en el mundo sajón y que han contribuido efectivamente al desarrollo de las políticas nacionales de emprendimiento. **P**

Notas

- 1 Horacio, en el libro *Ulises* de James Joyce.
- 2 International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2009, en precios corrientes.
- 3 Tomado de Aguilar, *La productividad como factor de competitividad de las pymes*, Cesa, 2009.
- 4 Pequeñas y medianas empresas en América Latina, Sebastián Vergara M., División de Desarrollo Productivo y Empresarial, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), 2005
- 5 Mesa redonda "Informalidad en Colombia: ¿qué hacer?", Carolina Rentería, Departamento Nacional de Planeación, mayo de 2007
- 6 Global Entrepreneurship Monitor (GEM): reporte anual Colombia 2008 / Rafael Augusto Vesga ... [et ál.]. -- Bogotá: Universidad de los Andes, Universidad ICESI, Ediciones Uniandes, 2009.
- 7 Global Entrepreneurship Monitor (GEM): reporte anual Colombia 2008 / Rafael Augusto Vesga ... [et ál.]. -- Bogotá: Universidad de los Andes, Universidad Icesi, Ediciones Uniandes, 2009.