

**Factores determinantes del emprendimiento juvenil en el desarrollo territorial del
municipio de Villavicencio**

Josimar Brayn López Burgos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Maestría en Gobierno, Políticas Públicas y Desarrollo Territorial
Acacias
2022

**Factores determinantes del emprendimiento juvenil en el desarrollo territorial del
municipio de Villavicencio**

Josimar Brayn López Burgos

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Magister en Gobierno, Políticas Públicas y Desarrollo Territorial

Director de investigación
Dra. Liliana Manrique Ardila

Universidad Nacional Abierta y a Distancia “UNAD”
Maestría en Gobierno, Políticas Públicas y Desarrollo Territorial
Acacias
2022

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por las grandes bendiciones que ha derramado en mi vida por ser mi guía para alcanzar las metas, una de ellas culminar con éxito este proceso de aprendizaje que ha sido un paso importante en mi profesión.

A mis Padres Herminda Burgos López y Jorge Numael López Trujillo, por el amor que me han brindado por su dedicación, esfuerzo y sus enseñanzas que han sido la base fundamental para ser una excelente persona, creer en mis sueños y con la verdadera tenacidad se logran alcanzarlos.

Mi Novia, amiga, Colega, compañera de Lucha, el amor de mi Vida por ser la cómplice de mis anhelos y metas, por brindarme su apoyo y amor incondicional, enseñarme que el sacrificio vale la pena cuando se quiere conseguir un ideal.

A mis Hermanos, Víctor, MenFransis, Hugo, Fernanda, Manuel, Ángela, por su cariño que siempre me han demostrado, por las enseñanzas y alegrías que hemos compartido, por ser parte de mi vida, porque gracias a la vida tengo los mejores hermanos del mundo.

A mis Amigos y compañeros Isbelia Gutiérrez, Diana Zulay Reza, William Velásquez, tengo que agradecerles por el afecto que siempre me han demostrado, por lo grandes seres humanos que han sido en todo el tiempo que hemos compartido.

Josimar Brayn López Burgos

Agradecimientos

El autor expresa sus agradecimientos a:

La Dra. Liliana Manrique Ardila, quien, con su sapiencia teórica, práctica, técnica y metodológica, supo guiar el rumbo del presente estudio para llevarlo a buen término.

A la Cámara de Comercio de Villavicencio, así como a los funcionarios de todas las sedes de la entidad, por permitir adelantar esta investigación, pues su colaboración fue fundamental para recopilar la información oportuna y necesaria.

Y a quienes de una u otra forma participaron en el desarrollo del presente estudio.

Resumen

La pandemia debilitó no solo la salud pública sino también la economía de los países, es por ello que el emprendimiento es visto como una de las acciones para reactivar el desarrollo territorial, no obstante, no se tiene claro los factores de emprendimiento que puedan ser aprovechados para tal desarrollo.

El presente estudio se orienta a identificar los factores de emprendimiento juvenil, de la Red Regional de Emprendimiento, en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio, determinantes para impulsar el desarrollo territorial, por lo cual se propone adelantar una investigación de enfoque cuantitativo y de tipo descriptivo, donde el desarrollo de cuestionarios y su posterior aplicación por medio de la encuesta sea la principal fuente de recopilación de información.

Entre los resultados se encuentran la caracterización de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio, la identificación de las características y factores clave de éxito de los negocios emprendidos por la población sujeto de estudio, y el análisis de la relación entre emprendimiento juvenil y desarrollo territorial.

Como principal conclusión se identifica que un joven emprendedor de 25 a 34 años, bien educado, con un fuerte capital social tiene mayor probabilidad de tener éxito, lo cual contribuye al desarrollo territorial al incentivar el empleo y el desarrollo económico, por lo que estos jóvenes empresarios deben recibir atención y apoyo especiales.

Palabras clave: Emprendimiento, desarrollo territorial, determinantes, factores, Villavicencio.

Abstract

The pandemic weakened not only public health but also the economy of the countries, which is why entrepreneurship is seen as one of the actions to reactivate territorial development, however, the factors of entrepreneurship that can be exploited are not clear. for such development.

The present study is aimed at identifying the factors of youth entrepreneurship, of the Regional Entrepreneurship Network, in the territorial development of the municipality of Villavicencio, determinants to promote territorial development, for which it is proposed to carry out an investigation of quantitative approach and type descriptive, where the development of questionnaires and their subsequent application through the survey is the main source of information collection.

Among the results are the characterization of the youth entrepreneurial population attached to the Regional Entrepreneurship Network of the Villavicencio Chamber of Commerce, the identification of the characteristics and key success factors of the businesses undertaken by the population under study, and the analysis of the relationship between youth entrepreneurship and territorial development.

The main conclusion is that a young entrepreneur between 25 and 34 years old, well educated, with strong social capital is more likely to succeed, which contributes to territorial development by encouraging employment and economic development, so these young entrepreneurs should receive special attention and support.

Keywords: Entrepreneurship, territorial development, determinants, factors, Villavicencio.

Tabla de contenido

Introducción	14
Diseño de investigación	16
Justificación.....	17
Hipótesis.....	21
Objetivos	22
Objetivo General	22
Objetivos Específicos	22
Metodología	23
Marco de referencia.....	25
Marco conceptual y teórico	32
Marco teórico	32
El Emprendimiento como Agente impulsador del desarrollo territorial	32
Marco conceptual	36
Marco geográfico y contextual	38
Marco legal y normativo	41
Internacional.....	41
Nacional.....	41
Factores determinantes del emprendimiento juvenil y el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio	45
Características y factores clave de éxito de los negocios emprendidos por los jóvenes adscritos a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio	50
Análisis de la relación entre emprendimiento y desarrollo territorial	60

Conclusiones64

Recomendaciones.....65

Bibliografía.....66

Apéndices73

Lista de tablas

Tabla 1 Rasgos del emprendedor	28
--------------------------------------	----

Lista de figuras

Figura 1 Ubicación de la ciudad de Villavicencio	38
Figura 2 Edad del emprendedor juvenil villavicense	45
Figura 3 Sexo del emprendedor juvenil villavicense	46
Figura 4 Zona Villavicencio donde reside el emprendedor juvenil villavicense	46
Figura 5 Máximo nivel educativo alcanzado por el emprendedor juvenil villavicense	47
Figura 6 Situación económica del emprendedor juvenil villavicense	47
Figura 7 Tamaño de la empresa del emprendedor juvenil villavicense	50
Figura 8 Sector económico de la empresa del emprendedor juvenil villavicense.....	50
Figura 9 Año en que fue creada la empresa del emprendedor juvenil villavicense	51
Figura 10 Principal obstáculo que existe hoy en día para crear un negocio propio	51
Figura 11 Principal razón por la que se decidió a poner en marcha su negocio	52
Figura 12 Principal fuente de financiamiento de la empresa del emprendedor juvenil villavicense	52
Figura 13 Inicio de otras empresas o tenencia de más de una empresa o negocio actualmente	53
Figura 14 Único dueño de la empresa o negocio	53
Figura 15 Número de personas en promedio que trabajaron en este negocio en los últimos 12 meses	54
Figura 16 En la empresa o negocio trabaja uno o más miembros de la familia del propietario	54
Figura 17 La empresa o negocio contrata personas de manera temporal para los períodos de mayores ventas o producción	55
Figura 18 Forma en que se capacita el emprendedor juvenil villavicense para aprender sobre el manejo de presupuesto, ahorro, medios digitales de pago, uso de crédito u otros conceptos financieros	55

Figura 19 Programas de emprendimiento que reconoce el emprendedor juvenil villavicense	56
Figura 20 Principal factor que le aportó más conocimiento para poder emprender su propio negocio	56
Figura 21 Mejor opción para un joven emprendedor potencial, a la hora de realizar un proyecto emprendedor de éxito	57
Figura 22 Mejor fuente de financiación para poner en marcha un negocio	58

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta a Emprendedores Juveniles.....	73
---	----

Introducción

El mundo en la actualidad avanza y evoluciona, demandando cada vez de ingreso al escenario de nuevas unidades productivas, lideradas por emprendedores y visionarios.

En Colombia la oferta de trabajo es cada vez más competitiva teniendo en cuenta que la demanda laboral del país es exigente, a causa de las necesidades de la sociedad y los cambios que presenta el entorno, especialmente en los actuales escenarios pandémicos, donde la economía se ha visto afectada (Onrubia, 2020). Los emprendimientos deben de ser innovadores e ir de acuerdo con los requerimientos de la población para lograr una alta participación en el mercado, a su vez, se debe contar con una serie de recursos humanos, tecnológicos, financieros y materiales para la puesta en marcha de la idea de negocio (Cuervo et al. 2007). De aquí la importancia de analizar los factores determinantes de emprendimiento juvenil, de la Red Regional de Emprendimiento, en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio.

Por otra parte, las universidades tienen un compromiso muy grande con los estudiantes durante su proceso de formación, pero aún más con los egresados, teniendo en cuenta que se les debe de realizar un continuo seguimiento, con el fin de identificar sus opiniones y analizar la calidad de la educación que se está brindando, determinando si ha sido pertinente en el desempeño laboral (Duarte y Urueña, 2018). Como se puede evidenciar, los resultados de la presente investigación son de gran importancia para la Corporación Universitaria de Autónoma de Nariño (AUNAR) porque le permitirá identificar el emprendimiento y la creación de empresa por parte de los egresados del programa de Administración de Empresas.

Es desde esta dinámica dialéctica que se puede considerar al emprendimiento como una alternativa para el desarrollo y el crecimiento socioeconómico territorial, como agente recuperador del tejido social (Wompner, 2012) y, la cual desde la relación Universidad – Empresa – Estado se debe potencializar mediante la inclusión de un conjunto de recursos

humanos e institucionales que generen una nueva visión de cómo generar capital humano competente para enfrentar los ciclos volátiles y tendencias globales del siglo XXI.

El presente documento se encuentra conformado por quince capítulos, siendo los cinco primeros, introducción, diseño de la investigación (donde se presenta el método y los instrumentos de recolección aplicados), justificación (plasmándose las razones y beneficios del desarrollo del estudio), hipótesis; en los dos siguientes capítulos se abordan tanto el objetivo general como los específicos; el capítulo octavo corresponde a la metodología, en él se presenta el marco metodológico adelantado. Los tres siguientes capítulos corresponde al abordaje de los teóricos, información geográfica y legal en que se marcó el desarrollo del estudio. En el capítulo trece se presentan y analizan los resultados obtenidos con la aplicación del estudio. Y en los dos últimos capítulos se presentan las conclusiones y recomendaciones del caso.

Diseño de investigación

Se adelantó un estudio basado en el método inductivo, pues se empezó por lo general, obteniendo información sobre los jóvenes y sus emprendimientos en otras partes de país, para luego particularizar en factores determinantes del emprendimiento juvenil y el desarrollo territorial del Villavicencio.

La información que se recolectó por medio de las encuestas aplicada a los jóvenes emprendedores de Villavicencio, los datos a recolectar corresponden a la situación real del entorno laboral de la ciudad, suministradas con el consentimiento de cada uno y que fueron objeto de investigación.

También se indagó en fuentes secundarias como libros, revistas, manuales y cualquier documento que pudiera interesar para los fines de la presente investigación.

El tratamiento de la información se hizo por medio de la tabulación y gráficas que reporta la herramienta Formulario de Google, material al cual se le realizó el análisis estadístico y su correspondiente discusión para así alcanzar los objetivos propuesto.

Justificación

El rol revelador y válido del emprendimiento se fundamenta especialmente en su potencial de creatividad, invención e innovación que las personas adquieren y desarrollan al enfrentarse al cambio o cuando tienen la capacidad de detectar oportunidades donde otras no las ven (Peñaherrera y Cobos, 2012), cuando son capaces de aprovecharlas contribuyen al desarrollo y el crecimiento socioeconómico territorial, como agente recuperador del tejido social (Wompner, 2012), lo cual es de gran importancia especialmente en esta época de COVID-19, pues las medidas para mitigar la pandemia afectaron la generación de empleo, ya que como lo revela el DANE (2020) en el tercer trimestre del año 2020 (julio a agosto), el desempleo alcanzó una cifra del 20.2% a nivel nacional en el mes de julio, llegando disminuir paulatinamente hasta el 15.8% en el mes de agosto, demostrando una mejora del mercado laboral, aunque en comparación con los registros del periodo del año anterior, la tasa de desempleo aumentó 55,56%, registrando un aumento del 11,15% de población inactiva.

Es de anotar que de acuerdo a Jurado (2022), el emprendimiento es en la actualidad visto como un instrumento en el que los estados se pueden apoyar para el impulso del desarrollo tanto económico, productivo, social y hasta cultural dentro de los territorios, no obstante, a pesar de las bondades de esta tendencia aún se presentan amplios desafíos para que los aportes resultantes sean realmente impactantes, por ello el presente estudio se orienta a determinar los factores determinantes de emprendimiento juvenil que contribuyen al desarrollo territorial.

Por lo tanto, el emprendimiento tiene mayor importancia para la recuperación económica y el desarrollo del social del territorio, es por ello que el presente estudio se enfoca en identificar los factores determinantes del emprendimiento juvenil en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio, para a partir de allí formular acciones tendientes a incentivar el emprendimiento en la capital del Meta.

Planteamiento del problema

Pese a que la ciudad de Villavicencio se encuentra en un proceso de crecimiento económico notable, incorporando nuevos mercados que no están ligados directamente a la agricultura o la transformación de materias primas (Banco de la República, 2020), el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2020a) sostiene que en lo que respecta al tema de empleo, los datos reportan que a diciembre de 2019 Villavicencio presentó una tasa de desempleo del 12,3%, por encima del 9,8% del total nacional y la tasa de subempleo fue de 29%, un punto porcentual por encima de la nacional del 28%. En diciembre de 2019 el 57,6% de la población ocupada en la capital del Meta se encontraba en el sector informal.

No obstante, debido a que, en enero del 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró la alerta sanitaria internacional por el brote de un nuevo virus, hoy conocido “SARS 2*” Coronavirus 2019 o COVID-19, el cual rápidamente se expandió a varios países convirtiéndose en pandemia (Villegas-Chiroque, 2020). Actualmente, el COVID-19 en más de siete meses ha infectado cerca de 65.2 millones de personas y se encuentra en 192 países de los cinco continentes, causando hasta ahora más de un millón y medio de muertes (BBC, 2020), demostrando una alta transmisibilidad de persona a persona que involucra infecciones a trabajadores de la salud y, por tanto, un mayor riesgo de propagación del virus.

El aislamiento social masivo fue la principal medida aplicada en casi todos los países del mundo para frenar el avance de la pandemia, mientras permitía fortalecer los sistemas de salud de cada país, los cuales no estaban preparados para afrontar la pandemia (Onrubia, 2020).

En Colombia con la expedición del Decreto 417 de 2020 se hizo oficial la lucha contra el COVID-19, pues con esta norma se declaró la Emergencia Económica, Social y Ecológica en

* Sigla en inglés para Síndrome Respiratorio Severo Agudo (Severe Acute Respiratory Síndrome).

todo el territorio nacional; en el marco de este estado de excepción el Ejecutivo promulgó una serie de medidas como, el cierre de aeropuertos, terminales, hoteles y muchas otras actividades comerciales quedaron paradas, lo que no sólo hizo disminuir la posibilidad de contagio sino que golpeó duramente la economía del país (Presidencia de la República, 2020a); normatividad que fue confirmada por el Decreto 537 de 2020, el cual volvió a declarar por 3 meses más la Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio nacional (Presidencia de la República, 2020b), lo que hizo que el aislamiento se prorrogara por más tiempo, lo que afectó duramente la economía de los países, especialmente se dio una ola masiva de despidos laborales, por lo que aumentaron las tasas de desempleo (Di Pasquale et al., 2020).

Los efectos sobre la tasa de desempleo en Colombia por culpa de pandemia los hizo visibles el DANE (2020b) en el consolidado del tercer trimestre del presente año (julio a agosto), alcanzando una cifra del 20.2% a nivel nacional en el mes de julio, llegando disminuir paulatinamente hasta el 15.8% en el mes de agosto, demostrando una mejora del mercado laboral, aunque en comparación con los registros del periodo del año anterior, la tasa de desempleo aumentó 55,56%, registrando un aumento del 11,15% de población inactiva. Desempleo que no sólo se debe atacar con el apoyo estatal a las empresas y los mercados, sino también con el impulso de las ideas de negocio de los emprendedores.

Además, sobre los emprendedores Gustmann et al. (2021), sostienen que los impactos que han sufrido estos líderes empresariales se traducen en sentimientos como desesperación, miedo, inseguridad, desánimo, frustración, tristeza, depresión e ira, derivado del aislamiento para mitigar el impacto de la COVID-19.

Ante esta panorámica económica, en plena reactivación económica, tanto la Gobernación del Meta, como la Alcaldía de Villavicencio buscan incentivar el emprendimiento como una de las estrategias para generar desarrollo territorial; lo cual pretende ser un gana-gana para todos los

involucrados, en especial cuando la capital del Meta cuenta con más de una docena de instituciones de educación superior que por norma deben capacitar a todos sus futuros profesionales para el fomento de la cultura del emprendimiento (Ley 1014 de 2016). No obstante, son pocos los profesionales de Villavicencio que toman la opción de plan de negocios para graduarse (Benítez et al., 2020), es por ello que se hace necesario identificar los factores determinantes de emprendimiento juvenil, hallazgos que se esperan le permitan a la administración municipal en coordinación con la Cámara de Comercio de Villavicencio formular acciones tendientes a incentivar el emprendimiento juvenil en la capital del Meta, las cuales redunden en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio.

Por lo anterior la pregunta sobre la cual girará la investigación es: ¿Cuáles son los factores determinantes de emprendimiento juvenil en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio?

Hipótesis

Los jóvenes adscritos a la Red Regional de Emprendimiento de Villavicencio, representan una alta influencia en el crecimiento económico de la ciudad de Villavicencio, por medio de la creación de empresas, gracias a factores que hace son determinantes en el desarrollo territorial del municipio.

Objetivos

Objetivo General

Identificar los factores determinantes del emprendimiento juvenil en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio.

Objetivos Específicos

- Caracterizar la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio, por medio de la aplicación de una encuesta.
- Identificar las características y factores clave de éxito de los negocios emprendidos por los jóvenes adscritos a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio, a través de la aplicación de la encuesta.
- Analizar la relación entre emprendimiento juvenil y desarrollo territorial.

Metodología

Se adelantó un estudio de enfoque positivista, ya que se aplicó una encuesta para hallar los resultados, lo cual separa al investigador de la población objeto, lo cual les da independencia y subjetividad a los resultados obtenidos en la investigación (Matías y Hernández, 2014).

Además, considerando las características del estudio se adelantó una investigación bajo el método deductivo, pues se inicia de lo general (emprendimiento) y se aterrizará a lo particular (factores determinantes de desarrollo territorial en Villavicencio) (Dávila, 2006).

Para cumplir con los objetivos del trabajo se determinó que el tipo de investigación adelantado fue el descriptivo, porque se delimitaron los factores determinantes de emprendimiento juvenil, de la Red Regional de Emprendimiento, en el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio. Por lo tanto, el enfoque investigativo fue cuantitativo, puesto que los resultados fueron presentados en base a la estadística descriptiva, utilizando medidas de tendencia central como la moda y la media, así como las frecuencias absolutas; y de cohorte transversal, ya que el estudio se desarrolla en un periodo de tiempo limitado, el cual no se volverá a repetir.

Se utilizó como instrumento de investigación para evaluar la variable de emprendimiento, el cuestionario diseñado y validado por el Observatorio de Empresas (2012); que se aplicó a los emprendedores juveniles de la Red Regional de Emprendimiento ubicados en Villavicencio.

En su estudio Observatorio de Empresas (2012) para evaluar el nivel de consistencia interna del instrumento que diseñó usó el coeficiente de Alpha de Cronbach. Mediante la aplicación del instrumento a una muestra de evaluación de 20 personas, obtuvo un coeficiente de 0.81, lo cual es positivo.

Como población se considera los emprendedores juveniles pertenecientes a la Red Regional de Emprendimiento ubicados en Villavicencio, equivalente a 87. Además, para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula de muestreo simple aleatorio:

$$n = \frac{Z^2(p \times q)}{e^2 + \frac{Z^2(p \times q)}{N}} \quad (1)$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza deseado (90%)

p = Probabilidad de la población con la característica deseada (éxito).

q = Probabilidad de la población sin la característica deseada (fracaso).

e = Margen de error (10%).

N = Tamaño de la población

Al aplicar la fórmula considerando un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%, se requiere aplicar el instrumento a 39 emprendedores juveniles.

La información obtenida a través del cuestionario diseñado y validado por el Observatorio de Empresas (2012) se le dará tratamiento estadístico, por lo que se procedió a su tabulación y posterior presenta gráfica, utilizando para ello la estadística descriptiva aplicada desde la hoja de cálculo Microsoft Excel.

Marco de referencia

En el ámbito del emprendimiento juvenil existe variedad de publicaciones científicas que dan cuenta de su abordaje, en diferentes disciplinas científicas (administración, ingenierías, ambiental, contaduría, entre otras), más sin embargo estas se reducen cuando se quiere abordar la relación con el desarrollo territorial, y especialmente son orientadas a ver como el emprendimiento contribuye al desarrollo territorial.

Entre los estudios recientes se encuentra el llevado a cabo por Rodríguez (2021), el cual estudia la importancia de la financiación del emprendimiento para la consecución del desarrollo económico y territorial. Los estudios demuestran la importancia de la innovación para el crecimiento empresarial, siendo la financiación uno de los pilares básicos para favorecer la iniciativa de los startups y su capacidad para emprender sus ideas de negocio, dada la dificultad de encontrar el necesario capital inicial por las vías tradicionales.

Por ello, y siguiendo un proceso de investigación empírica basado en la recopilación de datos estadísticos y la revisión de artículos académicos, el estudio presentó el crowdfunding como método alternativo de financiación al emprendimiento para el desarrollo territorial y económico. Este modelo de financiación, aunque sigue siendo bastante desconocido a nivel general, muestra una evolución cada vez mayor a nivel mundial. Es más, la popularidad crece de forma exponencial entre la población de a pie, independientemente de su nivel económico y cultural, dada la mayor rentabilidad para los inversores frente a los canales tradicionales de financiación, así como los menores costes para los recaudadores de fondos, lo que puede estar generando una revolución económico-financiera que obligue a una reestructuración en el ámbito bancario (Rodríguez, 2021).

A su vez, Cota y Rivera (2020), se propusieron analizar la manera en que las políticas públicas para el emprendimiento juvenil contribuyen para el desarrollo local. La metodología

consistió en aplicar una encuesta a 21 beneficiarios del programa de apoyo a jóvenes emprendedores en el municipio de Colima. Los principales resultados encontrados fue que en su mayoría son solteros, con alta escolaridad (nivel licenciatura) en el área de administración y finanzas, sus edades oscilan entre los 23 y 26 años; establecen redes de cooperación en dos niveles: a nivel familiar (familia nuclear) y personal (amigos y conocidos). Se enfocaron al sector comercio y servicios; tienen una tradición familiar de emprendimiento y en promedio crearon 3 empleos por empresa. Palabras clave: Política pública, Emprendimiento, Jóvenes, Colima.

En una línea similar, y partiendo de un análisis estratégico del desarrollo local, Rubio y Pascual (2018) abordaron los aspectos que detraen el desarrollo de las zonas rurales más despobladas, llegando a la conclusión de que precisamente, pueden ser dichas limitaciones las que movilizan oportunidades de empleo juvenil y sostenibilidad socioeconómica, a tenor de los cambios estructurales y culturales de los mercados, que confieren gran atractivo para la juventud, ciertas condiciones de trabajo y un conjunto de actividades que se constituyen en nichos de negocio. Además del análisis teórico, se analizará dicho proceso de revalorización de lo rural, a través de 10 estudios de caso en la hoy llamada ‘España vacía’.

Por su parte, Hernández et al. (2021), llevaron a cabo una investigación en la que analizan la participación de los jóvenes en las cooperativas agrarias a partir del caso de estudio del municipio de Cifuentes, en la provincia de Villa Clara, para ello establecieron tres índices sintéticos para dar cuenta de una baja participación juvenil en ese territorio, con causas que incluyen las tensiones generacionales en el seno de las mismas cooperativas, el surgimiento de nuevas fuentes locales de empleo más atractivas económicamente para los jóvenes, el envejecimiento poblacional y la movilidad hacia otros sectores productivos del país. A partir de las evidencias, en el artículo se indican algunas estrategias para impulsar la participación juvenil en las cooperativas agrarias y así fomentar un desarrollo rural sostenible.

De otro lado en plano nacional Molina (2019), realizó investigación como aporte al proyecto de emprendimiento rural en Colombia a partir de las experiencias desarrolladas por 11 universidades pertenecientes a REUNE (Red Universitaria de Emprendimiento) donde se busca plasmar un concepto de emprendimiento rural con un enfoque territorial elaborado en consecuencia de los conocimientos adquiridos según la lectura, análisis y síntesis de la información consultada en artículos científicos y de las vivencias propias de la Región Sabana Centro la cual está ubicada en el departamento de Cundinamarca y está conformada por 11 municipios: Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Gachancipá, Nemocón, Sopó, Tabio, Tenjo, Tocancipá, Zipaquirá. De los cuales la autora indagó y reunió información de cómo están en materia de investigación en emprendimiento conociendo así el apoyo brindado por entidades como la Cámara de Comercio de Bogotá y las alcaldías, desde las secretarías de desarrollo.

Mientras tanto, Duran (2020) en su estudio se propuso evaluar para Colombia el vínculo entre el desarrollo de las regiones y su grado de emprendimiento como una relación endógena o de retroalimentación. Para lo cual, toman como indicadores del nivel de desarrollo regional el PIB per cápita y el volumen de ocupación, mientras que como índice de emprendimiento se utiliza la tasa de empleadores y trabajadores cuenta propia con alto nivel de capital humano. Posteriormente, se contrastan modelos de ecuaciones simultáneas por el método de mínimos cuadrados en tres etapas (MC3E), en el que las variables explicadas son el desarrollo regional y el grado de emprendimiento.

Los resultados indican que existe evidencia de una relación endógena y positiva entre ambos factores; el emprendimiento incide positivamente en el desarrollo regional, y a su vez, el nivel de desarrollo regional afecta positivamente el emprendimiento. Por lo tanto, concluye que además de las fuentes tradicionales del desarrollo consideradas en el estudio, el emprendimiento constituye un componente fundamental en el momento de planear el desarrollo regional. Elevar la

participación del autoempleo asociado con las categorías ocupacionales de empleadores y cuenta propia con alto nivel de educación es una estrategia que, según los resultados de este artículo, permite generar una dinámica de retroalimentación positiva con la actividad económica.

En el plano regional Toro (2020) realizó un estudio en el Municipio de Fuente de Oro en el Departamento del Meta, en el cual explora las características socioeconómicas de los jóvenes rurales y las oportunidades laborales existentes, encontrando el desempleo como la problemática a analizar. Partiendo de la Sociología de la juventud, la Nueva Ruralidad y el Territorio, como categorías de análisis, se busca comprender el contexto laboral de los jóvenes. Y teniendo en cuenta los conceptos de emprendimiento social y el turismo rural, el estudio pretende hallar posibles respuestas de oportunidades laborales para los jóvenes dentro de su región.

De otro lado, es de anotar que históricamente se ha debatido en extenso en torno a si los rasgos del “ser emprendedor” son inherentes a ciertos sujetos (individuos u organizaciones) o se forman a través del tiempo (se nace versus se hace), lo cual supone darle respuesta a la interrogante: ¿el emprendedor nace o se hace? A juicio de esta autora, además de señalar que se trata de una discusión bizantina que difícilmente aporta algo, podrían citarse algunos datos que evidencia lo beneficioso de la formación en emprendimiento como se observa en la tabla 1.

Tabla 1

Rasgos del emprendedor

Tipo	Características	Autores
Actitudes Saber ser /	Seguridad en sí mismo, proactividad, toma de riesgos, creatividad, autoestima, autoconciencia, autoeficacia, autoconfianza, autonomía, autocontrol, tolerancia a la incertidumbre, tenacidad, sentido de la responsabilidad, honestidad, responsabilidad social y ambiental, a la ambigüedad y a la	Gómez, et al., 2017; MICyT-MEYC (2003), citado por Damián, 2013; Damián, 2013; (Márquez et al., 2016, cita a Dweck, 2006; Duckworth, Peterson, Matthews y Kelly, 2007; Farrington et al., 2012), (Keller, 1987; Seelig, 2012; citado por Márquez et al., 2016); (Dávila, 2004; citado por Reinoso Lastra, 2012). González-Péres (2014); por Zhao et al. (2005) y Wilson et al. (2007), citado por

Tipo	Características	Autores
	frustración, perseverancia, resiliencia e inteligencia emocional, orientación hacia las metas, motivación al logro,	Arenas Cardona, Morales Marín, & Cárdenas Aguirre 2015); (Filion y Gilles, 1996, Palacios, 1999, Bilbao y Pachano, 2002, Loli et. al., 2010, Timmos, 1985, Vander Werf y C. Brush, 1989, Alcaraz Rodriguez, 2004, Filion y Gilles, 1996, Estudio Hay Group, 2000, Bilbao y Pachano, 2002, Loli et. al., 2010, Timmos, 1985, Alcaraz Rodriguez, 2004; Citado por Cabana, Cortes, Plaza, y Castillo, 2013)
Saber conocer "conocimientos"	Dinámicas sociales, laborales y económicas del contexto local y el mundo, conocimiento económicos y financieros, proceso de gestión empresarial, derechos y deberes como ciudadanos, herramientas para la evaluación de oportunidades y el rol del emprendedor en el desarrollo individual y social.	(Gómez, et al., 2017).
Saber hacer "habilidades"	Solución de problemas, exploración de oportunidades, comunicación asertiva, planificación y trabajo en equipo.	(Gómez, et al., 2017; Damián, 2013); (Timmos, 1985, Amorós y Poblete Cazenave, 2010, Palacios, 1999, Garzón, 2004; Citado por Cabana, Cortes, Plaza, & Castillo, 2013)
Valores sociales	Liderazgo, espíritu de equipo y solidaridad.	MICyT-MEyC (2003), citado por Damián (2013); (Dávila, 2004; citado por Reinoso Lastra, 2012).
	Identificar y analizar de manera objetiva una idea potencialmente viable, capacidad de dirigir y evaluar proyectos.	Damián, 2013
Competencias vinculadas a los logros	Búsqueda de oportunidades, perseverancia, demanda de calidad y tolerancia a la incertidumbre.	(La Corporación Andina de Fomento (CAF), 2013; citado por Cantón et al., 2014), (Keller, 1987; Seelig, 2012; citado por Márquez et al., 2016).

Tipo	Características	Autores
Competencias vinculadas a los compromisos	Fijación de objetivos, búsqueda de información y planificación y seguimiento.	La Corporación Andina de Fomento (CAF), 2013; citado por Cantón et al., 2014;
Competencias vinculadas al liderazgo	Construcción de redes, capacidad de persuasión, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de solucionar problemas, capacidad de negociación, iniciativa, independencia de criterio y autoconfianza	La Corporación Andina de Fomento (CAF), 2013; citado por Cantón et al., 2014;
Competencias axiológicas-emprendedor social	Competencias axiológicas centrados en valores de ética, de pensamiento enfocadas en la construcción colectiva y capacidades de convocatoria a vincular a las iniciativas; competencias de orientadas a la acción y las competencias de construcción de alianzas, como base para la construcción colectiva de iniciativas de desarrollo sostenible.	Bernardo Kliksberg Yunus (citado por Del Río, 2017)
Características del empresario	Identificación de una oportunidad; capacidades de creatividad e innovación, consecución y gestión de recursos; participación en el diseño y montaje y operación del proyecto, asumir riesgos, prestigio personal, la inversión de tiempo, conocimiento y energía, por la búsqueda de recompensas en beneficios monetarios y satisfacciones personales; la creación de riqueza y generación de empleo	Varela, 2006; Citado por Sanabria y Pereira, 2014; Hidalgo L., 2014.
Competencias emprendedoras básica primaria	Autoeficiencia, curiosidad, proactividad, toma de riesgo, tolerancia al fracaso, habilidades comunicativas, solución de problemas, planeación, creatividad, trabajo en equipo, Networking, creación de valor.	(Castillo, 2008; Ministry of Education, 2009, Osorio y Pereira, 2011; Agencia para la garantía de la Calidad en Educación Superior UK, 2012; Cámara Económica Federal de Austria, 1012; Ministerio de Educación Nacional, 2012; Denegri y Etchebarne, 2013; Simón, 2013; Denegri y Sepúlveda, 2014;

Tipo	Características	Autores
		European Commission, 2016; citado por Gómez et al., 2017), (Keller, 1987; Seelig, 2012; citado por Márquez et al., 2016). por Zhao et al. (2005) y Wilson et al. (2007), citado por Arenas Cardona, Morales Marín, & Cárdenas Aguirre (2015); (Filion y Gilles, 1996), Estudio Hay Group, 2000, Filion y Gilles, 1996, Bilbao y Pachano, 2002, Loli et. al., 2010, Alcaraz Rodríguez, 2004, Alfaro y Gómez, 1999, Garzón, 2004; citado por Cabana, Cortes, Plaza, y Castillo, 2013).

Fuente. Elaborado en base a diferentes estudios.

Todos estos rasgos del emprendedor, presentados en la tabla 1, pueden, desde la resiliencia, flexibilidad, liderazgo, solución de problemas y otras características, aportar a la construcción de una sociedad en paz, siendo ello la base para el desarrollo del presente estudio.

Marco conceptual y teórico

Marco teórico

El Emprendimiento como Agente impulsador del desarrollo territorial

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).

Por esta razón es frecuente que las investigaciones en emprendimiento adopten teorías populares de otras disciplinas y las hayan adaptado para diversos fenómenos de la iniciativa empresarial (Matiz, 2013).

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí (Vélez-Romero y Ortiz, 2016). En términos generales, el emprendedor simplemente es aquella persona que empieza una nueva actividad, ya sea económica, social, política, etc. Pero esta investigación se encuentra centrada en estudiar al emprendedor empresario, de ahí que es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha.

Es habitual emplear este término para designar a una “persona que crea una empresa” o “desarrolla negocios”. Aunque para Timmons, Zacharakis y Spinelli (2004) el emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la

persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados. (p.24).

Según Peter F. Drucker (1998, p.10) “El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo”.

Otra definición importante es la de “espíritu emprendedor”, o lo que en inglés se denomina *entrepreneurship*. Podría afirmarse que el *entrepreneurship*, consiste en el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidades para obtener un beneficio; la capacidad de comprar a precios ciertos, para comprar a precios desconocidos o lo que identifica como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva (no todas las personas emprendedoras buscan el beneficio económico; existen personas que buscan objetivos sociales o políticos).

En realidad, definir el espíritu emprendedor no es cuestión sencilla, ya que existen muchas características que tienen unas personas y otras no, pero que de cualquier manera los hacen exitosos; en la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos.

A su vez, la cultura de emprendimiento se puede definir como un tipo de cultura que determina una forma particular de hacer las cosas, un estilo que distingue a los emprendedores de otros empresarios (Díez, 2014).

Por su parte Flores et al. (2000) ven al emprendedor como alguien que reasigna funciones o mejor, coordina recursos. Por eso, sus modelos muestran la forma en que estos procesos de reasignación o coordinación pueden optimizarse para proveer el mayor beneficio social o corporativo, destacando al emprendedor por su innovación ante los empresarios, aunque señalan que no todo cambio es emprendedor, sino aquellos que pueden derivarse de los distintos tipos de investigación.

Es de anotar que a pesar que han surgido debates sobre la ontología en la teoría del emprendimiento (Dodd y Anderson, 2007; Hjorth, Holt y Steyaert, 2015), el individualismo ontológico se da por sentado y es dominante: las actividades empresariales se equiparan conceptualmente con el comportamiento de un tipo de profesional, el emprendedor, lo que lleva a los académicos a investigar los antecedentes cognitivos, las emociones, las condiciones contextuales y las relaciones causales del emprendedor (Davidsson, 2015). La tradición de la práctica desafía los supuestos del individualismo ontológico. Desde este punto de vista, el emprendimiento no es un comportamiento, sustancia, estado o evento individual único que pueda ser a priori. completamente especificada, uniformemente observada y homogéneamente teorizada.

Teniendo en cuenta estas generalidades sobre emprendimiento, ahora se procederá a profundizar sobre los dos lados del emprendimiento, siendo estos: 1) los potenciales aportes y 2) los potenciales peligros, de éste a la educación para la paz.

El emprendimiento posee varios enfoques o dimensiones (Universidad EAN, 2013), (Gúzman & Trujillo, 2008), entre ellas está la de ser agente recuperador del tejido social, es decir generar emprendimientos de corte social para reducir problemas como la pobreza y la desigualdad social.

En este sentido, las empresas de economía social, solidaria y cooperativa poseen el potencial para implementar el emprendimiento como agente recuperador del tejido social, de hecho se considera que este tipo de empresas por su soporte filosófico de solidaria, ayuda mutua, cooperación y autogestión, vivencian mejor la realidad socioeconómica del contexto geográfico, al asociar grupos poblacionales de bajos recursos, donde lo fundamental para ellos, es la generación de empleo, la obtención de un ingreso racional que les permita sobrevivir en familiar.

“En este orden de ideas una política más agresiva enfocada al emprendimiento podría ser una salida sólida importante para resolver los problemas de pocos ingresos que tienen las familias en los diferentes departamentos del país, especialmente en los que los índices de pobreza están más elevados” (Quinto, 2013, p. 24-25). Para Coraggio (2006, p. 43) “el problema de la pobreza y de la desigualdad social (...), reflejan la falta de voluntad política para modificar el Status quo y también la ausencia de fuerzas sociales capaces de incidir en la agenda pública planteando eficazmente desafíos políticos que vayan más allá de mantener cierto equilibrio entre intereses particulares inmediatos”.

La política de emprendimiento se ha implementado con la finalidad de crear microempresas que de acuerdo a su comportamiento empresarial estratégico puedan avanzar hasta convertirse en grandes empresas, generando empleo productivo, valor agregado, inversión, ciencia, conocimiento, innovación, dando respuesta a las necesidades socioeconómicas más sentidas y donde los nuevos empresarios como inversionistas vean su proyecto de vida. De ahí, la importancia que los futuros profesionales identifiquen opciones viables, proyectos de vida sostenibles, para que más que buscar empleo, los generen. En este punto, el sistema educativo y las instituciones que lo conforman, especialmente las Universidades deben jugar un papel mucho más significativo, participativo y responsable en la solución real y concreta de los principales problemas que afectan la región y/o el contexto global.

Con respecto a este papel, el Estado debe imprimir su grado de responsabilidad social, en la medida que debe garantizar instituciones públicas (de vigilancia) serias dotadas de instrumentos, medios y recursos, para que las entidades educativas ofrezcan programas curriculares pertinentes con las necesidades del contexto mundial, nacional, regional y local.

Aunque este desarrollo económico se puede dar a través de políticas que de acuerdo a Hirschman, quien ha investigado una variedad de mecanismos capaces de generar recursos

empresariales para avanzar en el desarrollo económico; de allí edificó la “Teoría del desarrollo desequilibrado”, destacando el papel positivo que los desequilibrios intersectoriales e interregionales pueden tener como mecanismos que inducen al crecimiento, de ahí el término de "crecimiento desequilibrado" (Alacevich, 2017). Es más, para Hirschman el espíritu empresarial se traduce en poder político capaz de cambiar las reglas de juego en el ente territorial donde se desenvuelva (Alacevich, 2017), por ello el emprendimiento puede ayudar al desarrollo territorial de una región o municipio.

Para Camacho y Pardilla (2002), investigadores del Centro para la Innovación y la Tecnología (INNOTEC-UIS) y Director Ejecutivo Corporación Bucaramanga Emprendedora (CBE), “para incubar empresas... es necesario un proceso emprendedor, resultante de la combinación de gente con talento, que posea ideas que conlleven la aplicación de la tecnología, junto con recursos expresados en forma de capital y de know-how o conocimiento; en un entorno de tales características, el sistema financiero debería favorecer las innovaciones, el sistema de mercado absorberlas, el sistema legislativo darles estímulos y protección, y el sistema educativo impulsar la cultura emprendedora” (p. 16).

Marco conceptual

Los términos de mayor importancia para el presente estudio fueron interpretados de la siguiente forma:

Emprendedor: un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad (Duarte y Ruiz, 2009).

Emprendimiento: es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar (Marulanda et al., 2009).

Desarrollo territorial: no es un concepto unívoco ni estático, pues ha tenido diferentes significados. El *desarrollo* "alude, como condición alcanzada, a una función multidimensional que incluye, con ponderaciones variables, objetivos y políticas que cronológicamente han privilegiado el crecimiento económico en los años cincuenta, la distribución de ingresos en los años sesenta, la aceptación del medio ambiente y la calidad de vida en los años setenta, la satisfacción de las necesidades básicas de la población en los años ochenta, el respeto a los derechos humanos en los años noventa y, dados los procesos de apertura al exterior de los países y el proceso de globalización, a partir de fines de la década de los noventa la competitividad internacional" (Lira, 2011, p.1). A su vez, cada día la dimensión espacial se ha revalorado y ha adquirido una relevancia fundamental para comprender los procesos contemporáneos (Ramírez-Velázquez, 2006).

En dicho sentido el término "*territorial*" ha reemplazado al término regional, ello ha significado "un cambio epistemológico sustantivo en cómo se está percibiendo el espacio y cómo se le acompaña en su evolución" Ramírez–Velázquez (2011, p. 554). De esta manera, el desarrollo asume una dinámica multidireccional que se constituye en unas coordenadas específicas.

Un segundo cambio radica en el reconocimiento de las diversidades ad intra territorios (influencia directa de las discusiones del posmodernismo), elemento fundamental para dar concreción a la vinculación espacio–sociedad y territorio–agente (Ramírez–Velázquez, 2003). De esta forma, cada territorio se enlaza de manera específica con los agentes que le son propios y transitan a procesos que cambian conjuntamente con él. El tercer cambio "indica que el espacio no sólo tiene movimiento, sino también dinámica.

Marco geográfico y contextual

El estudio se desarrolló en la ciudad de Villavicencio, capital del departamento del Meta, la cual es una ciudad de 460.000 habitantes, es el principal centro administrativo y económico de la región de los Llanos colombianos, al este de Bogotá (Chicangana et al., 2014).

Esta ciudad se encuentra ubicada al noroccidente del departamento del Meta, en el piedemonte de la Cordillera Oriental, en la margen derecha del río Guatiquía. Para el año 2015 contaba con una población urbana de aproximadamente 486.363 habitantes (Plata y Salamanca, 2007).

Esta ciudad es de clima cálido, con una alta humedad relativa, con temperaturas medias de 28 C y 30°C (Plata y Salamanca, 2007).

Figura 1

Ubicación de la ciudad de Villavicencio.



Fuente. Tomado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Es el principal centro de servicios sociales, financieros y educativos del departamento y de la Orinoquia, su vocación incluye el turismo, los servicios especializados, la producción agropecuaria, agroindustrial y petrolera (Plata y Salamanca, 2007).

El sector ganadero villavicenses en su mayoría está constituido por pequeñas y medianas empresas, tipo de empresas con variedad de problemáticas, encontrándose entre ellas falta de disponibilidad de recursos financieros, limitada contratación de talento humano calificado, dificultad en el acceso a mercados y a proveedores (competencia desleal, contrabando), así como barreras tributarias y burocráticas, escaso acceso a tecnología, entre otros aspectos (Vera, 2009).

Es un territorio con cobertura vegetal propia del piedemonte de cordillera y sabana, con clima supe húmedo medio, temperatura promedio de 21.4°C y pluviosidad entre 2.800 y 5.270 mm (Plata y Salamanca, 2007). Entre sus áreas ambientales protegidas, cuenta con las Zonas de Reserva Forestal Nacional de Buenavista, Vanguardia y Caño Vanguardiuno, más de 40 zonas de humedal identificadas en su casco urbano e importante número de corrientes hídricas, principalmente las de los ríos Guatiquía, Guayuriba, Ocoa, Negro, entre otras; cuerpos de agua que se encuentran altamente deteriorados por la carencia de sistemas de tratamiento de aguas residuales de la zona urbana, el uso inadecuado de agroquímicos, deforestación de sus rondas de protección de cauces. Es la subregión que demanda mayor atención para conservación, protección, uso y aprovechamiento de recursos naturales, por encontrarse en ella el 48.2% de la población total del departamento que la convierten en la zona de mayor desarrollo urbanístico, comercial y de servicios de la región (Plata y Salamanca, 2007).

Estas condiciones potencian el asentamiento de la población, incluyendo la desplazada por los distintos procesos de violencia, afectando el desarrollo ordenado del territorio, provocando cinturones de miseria en zonas de riesgo e importancia ambiental (Plata y Salamanca, 2007).

De acuerdo a la Alcaldía de Villavicencio (2020) el crecimiento y desarrollo económico del municipio de Villavicencio, se ha venido desarrollando con el sector de actividades terciarias donde de acuerdo a las últimas cifras publicadas por el DANE, el valor agregado generado por el municipio es de \$8.057.900.000.000 para el año 2018, donde el 76% corresponde a actividades terciarias, 15% a actividades secundarias y un 9% a actividades primarias. Así mismo, se evidencia que del año 2011 al 2018, el valor agregado del municipio de Villavicencio ha venido aumentando, pero principalmente en la participación de la rama de actividades terciarias, y el peso relativo municipal en el valor agregado departamental ha venido disminuyendo, correspondiendo al 2018 en apenas 23,5%. A la vez, esta estructura productiva del municipio permite entender con mayor precisión la estructura del mercado laboral del municipio y el nivel de impacto generado ante las dinámicas económicas.

Marco legal y normativo

Internacional

En el contexto actual resulta imprescindible que los nuevos proyectos emprendedores estén alineados con estos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que la comunidad internacional, liderada por Naciones Unidas, definió como metas que debe cumplir la ciudadanía global para poder llegar al año 2030 habiendo mejorado el mundo. En particular, el emprendimiento contribuye con los ODS 2: Hambre cero, ODS 4: Educación de calidad, ODS 5: Igualdad de género, ODS 8: Trabajo decente y desarrollo económico, ODS 9: Industria, innovación e infraestructura, ODS 12: Producción y consumo responsable, ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas y ODS 17: Alianza para lograr los objetivos.

El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU (1966), reconoce en su sexto artículo el derecho al trabajo, para que toda persona pueda tener la oportunidad de ganarse la vida mediante un trabajo libremente escogido o aceptado, y tomarán medidas adecuadas para garantizar este derecho, entre ellas la creación de empresas.

Nacional

En el Título XII de nuestra Carta Magna (Constitución Política [CP]) 1991 se presenta lo relativo al régimen económico y de la Hacienda Pública y en su Capítulo I que corresponde a las disposiciones generales desarrolladas en el Artículo 333, que consagra: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. (...) La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. (...)” En concordancia con el artículo citado, se encuentra también en dicho compendio que el derecho al trabajo, es de aquellos de raigambre fundamental que debe cumplir una función social (Silva y Bermúdez, 2020), de tal manera que debe ser protegido por el Estado, obviamente esto requiere que la

actividad ejecutada corresponda a una actividad lícita (Art. 25 C.P.). Bajo este escenario, queda claro que desde el punto de vista constitucional hacer empresa en Colombia es una prioridad, dada la relevancia que representa para el fomento del desarrollo integral a título social y económico.

La ley 29 de 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias. De esta ley se deriva el Decreto 393 de 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, y el Decreto 585 de 1991, por el cual se crea el consejo nacional de ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (COLCIENCIAS) y se dictan otras disposiciones; impulsando con ello la innovación, pieza clave para el emprendimiento.

Por su parte, la Ley 344 de 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. En su artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al SENA, siendo una norma correspondiente a la creación de empresas.

A su vez, la Ley 550 de 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. También emitió normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó Ley Mipymes, Posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007, por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.

Entre tanto la Ley 789 de 2002, por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del código sustantivo del trabajo,

creó el Fondo Emprender (art.40), como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos. A raíz de ello se expide el Decreto 934 de 2003, por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender (FE).

Ley 905 de 2004, por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 y se dictan otras disposiciones. Las modificaciones de la Ley 590, están encaminadas a estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos. Se crea el Sistema Nacional de Mipymes, conformado por los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales; amplió la conformación del consejo superior de la microempresa, del consejo superior de la pequeña y mediana empresa y consejo regional; Programas educativos para Mipymes y de creación de empresas. El Sena, las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía.

Además, la Ley 1014 de 2006, dicta normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. En ellas se estipula que el Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del gobierno nacional, promover el espíritu emprendedor, crear un marco interinstitucional, establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento, crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional, promover y direccionar el desarrollo económico del país, fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial, buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

También se tuvo en cuenta la Política Pública de Formalización Empresarial de enero de 2019, la cual quedó estructurada a través del Consejo Nacional de Política Económica y Social 3956 (CONPES), formado en conjunto con el Departamento Nacional de Planeación, los Ministerios de Hacienda y Crédito Público, Salud y Protección Social, Trabajo, Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2019).

Factores determinantes del emprendimiento juvenil y el desarrollo territorial del municipio de Villavicencio

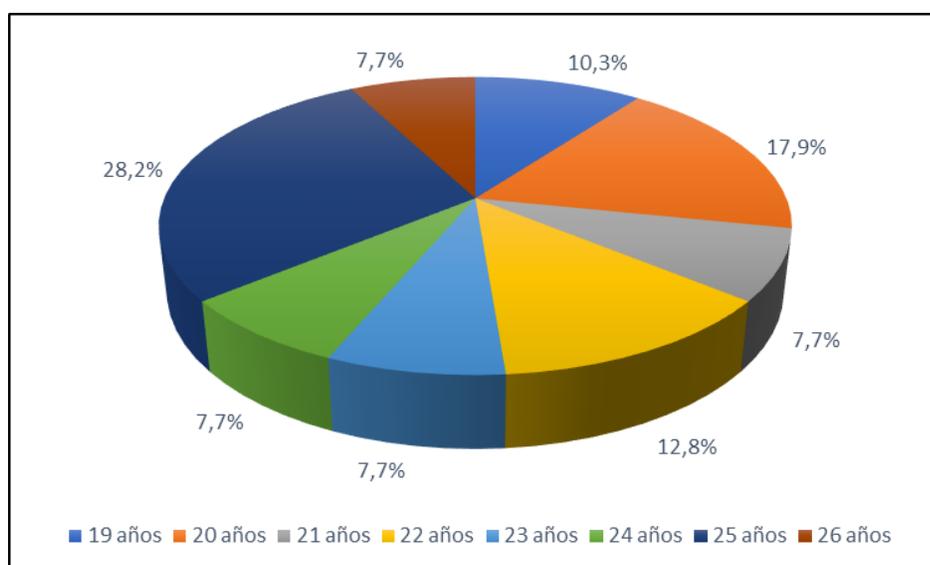
Seguidamente se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de recolección de información.

Caracterización de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio

Con respecto a las características de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio se halló que:

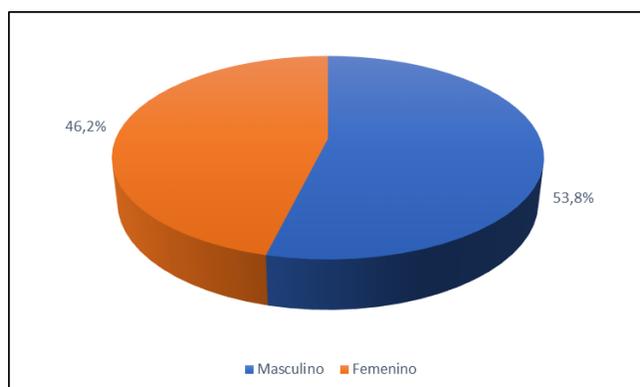
Figura 2

Edad del emprendedor juvenil villavicense

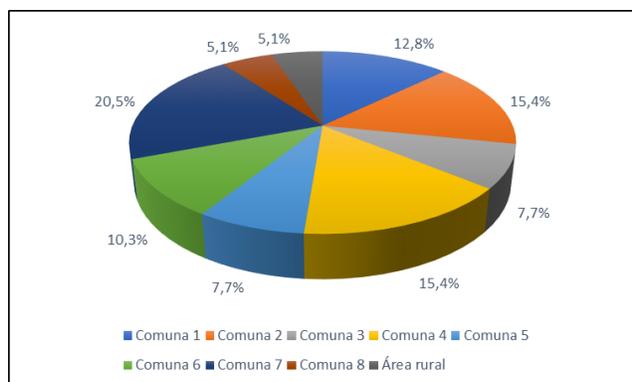


Fuente. Elaboración propia.

La edad de los emprendedores villavenses se encuentra distribuida, sobre saliendo quienes tienen 25 años (28.2%) y 22 años (12.8%). Además, al hacer una distribución en grupos etarios, repartiendo las ocho opciones de edad en dos, se identifica que la mayoría de los empresarios encuestados poseen entre 23 a 26 años de edad (51.3%), siendo una población joven con algo de experiencia (ver figura 1).

Figura 3*Sexo del emprendedor juvenil villavicense**Fuente.* Elaboración propia.

Al indagar por el sexo de los encuestados se pudo evidenciar que su mayoría son hombres (53.8%), sin embargo, las mujeres no se quedan tan atrás pues el 46.2% de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio pertenece al sexo femenino.

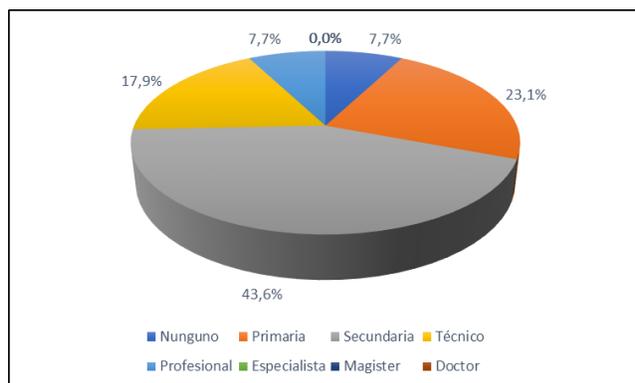
Figura 4*Zona Villavicencio donde reside el emprendedor juvenil villavicense**Fuente.* Elaboración propia.

También se pudo evidenciar que la gran mayoría de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio reside en el casco urbano (94.1%), encontrándose dispersa en las ocho comunas de la capital del Meta,

siendo las comunas seis (20.5%), cuatro (15.4%) y uno (12.8%) en las que mayormente se encuentran concentrada su vivienda.

Figura 5

Máximo nivel educativo alcanzado por el emprendedor juvenil villavicense

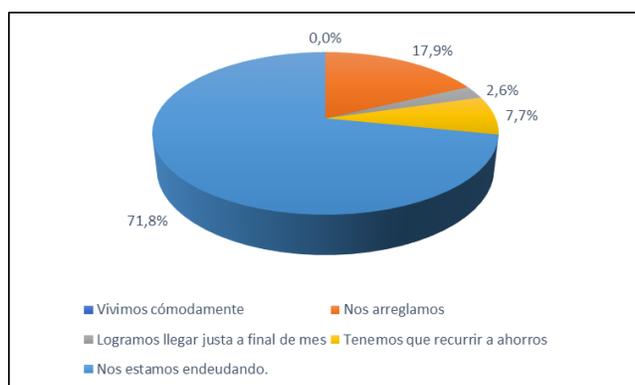


Fuente. Elaboración propia.

Al preguntar por el nivel educativo se los encuestados se evidenció que la secundaria es el máximo nivel que ha alcanzado el 43.6%; es de resaltar que sólo el 24.9% de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio ha culminado algún estudio de educación superior; además, el 7.7% reconoce que no ha alcanzado ningún nivel.

Figura 6

Situación económica del emprendedor juvenil villavicense



Fuente. Elaboración propia.

Al consultar sobre la situación económica del emprendedor juvenil villavicense se evidenció que casi tres cuartas partes (71.8%) se están endeudando, en contraste sólo el 17.9% consideran que se arreglan con los ingresos actuales (ahorramos poco) (ver figura 5).

Estos resultados dejan ver que el desempleo juvenil es un fenómeno generalizado que es motivo de gran preocupación tanto para los gobiernos ricos como para los pobres. El espíritu empresarial de los jóvenes es uno de los remedios que a menudo se recomienda tanto para crear empleo para los jóvenes como para promover el desarrollo del sector privado. Así lo afirmó recientemente también el Secretario General de la ONU, Sr. Ban Ki-Moon, durante su visita a la Organización Internacional del Trabajo en Ginebra el 18 de junio de 2014 (Organización Internacional del Trabajo, 2014a).

Los resultados obtenidos evidencian que varios factores juegan un papel en el espíritu empresarial de los jóvenes. Algunos de ellos son: percepción y actitud hacia el emprendimiento juvenil, cultura emprendedora, nivel de educación, edad, capital social, entre otros.

Según encuestas recientes de la OIT sobre la transición de la escuela al trabajo, cuando se les preguntó acerca de sus objetivos de vida, alrededor del 34 % de los jóvenes malauíes encuestados dijeron que tener una buena vida familiar era su objetivo principal, mientras que alrededor del 29% de ellos afirmó que su objetivo principal en la vida estaba haciendo mucho dinero (Mussa, 2013). La visión bastante materialista de la vida y quizás las actitudes empresariales de los jóvenes malauíes contrastan de alguna manera con las de los jóvenes emprendedores villavicensenses encuestados, quienes dijeron que su principal objetivo en la vida era tener éxito en su empresa y hacer una contribución a la sociedad.

De hecho, una encuesta de la OIT de 2012 sobre el entorno propicio para las empresas sostenibles revela que el 49,6% de los encuestados, incluidos propietarios de empresas, gerentes y empleados, creían que la actitud de los jóvenes hacia el emprendimiento era positiva o muy

positiva. De todos los entrevistados, el 37 % pensaba que los hombres jóvenes tenían una actitud más positiva hacia el emprendimiento que las mujeres jóvenes, mientras que el 28 % creía que era todo lo contrario (De Gobbi y Anang, 2013).

En Lesotho, cuando se les preguntó acerca de la actitud de los jóvenes hacia el emprendimiento en una encuesta similar de la OIT realizada en 2014, el 40,6 % de todos los encuestados pensó que era positiva o muy positiva, y el 30,8 % creía que era neutral. La mitad de los jóvenes encuestados (50%) indicaron que fue muy positiva o positiva. Sin embargo, a medida que los encuestados envejecen, la proporción de percepción positiva o muy positiva disminuye. Curiosamente, los jóvenes encuestados también eran mucho más propensos que todos los demás (44 %) a expresar la opinión de que los jóvenes tienen actitudes negativas o, a veces, negativas hacia el espíritu empresarial. Para la mayor parte de los encuestados de todas las edades (40 %), las actitudes hacia el espíritu empresarial de hombres y mujeres jóvenes eran similares (Organización Internacional del Trabajo, 2014b).

Así mismo, para que el espíritu empresarial de los jóvenes tenga éxito en un país determinado, es importante desarrollar una cultura empresarial que promueva la creación y el desarrollo de empresas (De Gobbi, 2014). Esto se puede hacer a través de la organización de campañas específicas, programas gubernamentales, programas de educación, así como actividades de capacitación. Donde las mujeres se encuentran en una situación particularmente desfavorable, se deben tomar medidas especiales para alcanzar la igualdad de género en la cultura empresarial.

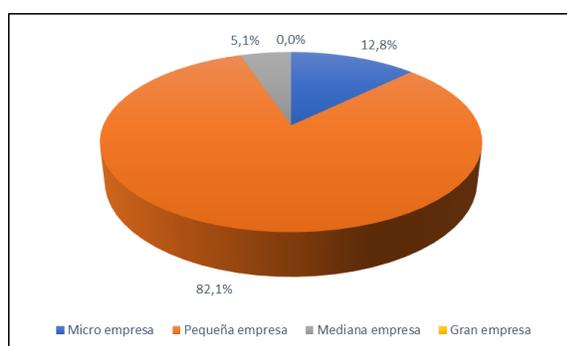
Los resultados de una evaluación de los programas de autoempleo para desempleados en siete países industrializados revelan que tener una buena educación y tener un alto nivel de capital humano, incluidas habilidades, calificaciones y capacitación, son características muy importantes para ser empresarios exitosos (Organización Internacional del Trabajo, 2002).

Características y factores clave de éxito de los negocios emprendidos por los jóvenes adscritos a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio

Con respecto a las características y factores clave de éxito de los negocios emprendidos por los jóvenes adscritos a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio la encuesta permitió identificar que:

Figura 7

Tamaño de la empresa del emprendedor juvenil villavicense

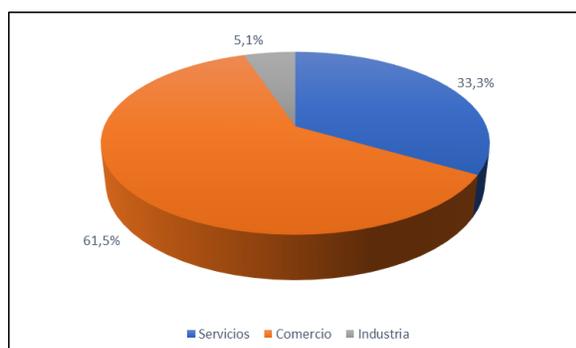


Fuente. Elaboración propia.

El total de las empresas creadas por lo emprendedores de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio son Mypimes, de ellas el 82.1% son pequeñas empresas y el 12.8% microempresas.

Figura 8

Sector económico de la empresa del emprendedor juvenil villavicense

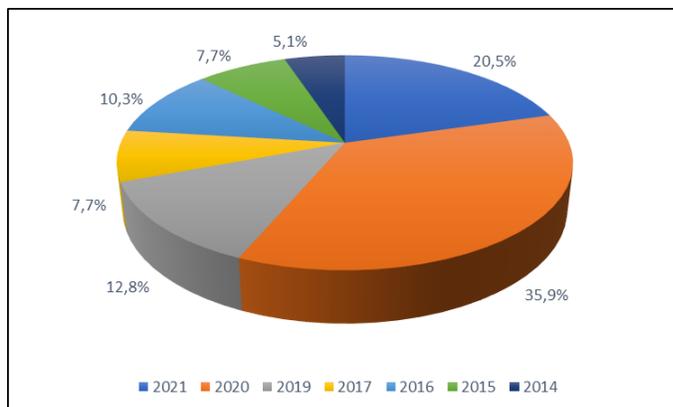


Fuente. Elaboración propia.

Con respecto al sector económico de la empresa del emprendedor juvenil villavicense se evidenció que el 61.5% de los encuestados se desempeña en el sector comercio, el 33.3% en el servicios y el 5.1% en la industria.

Figura 9

Año en que fue creada la empresa del emprendedor juvenil villavicense

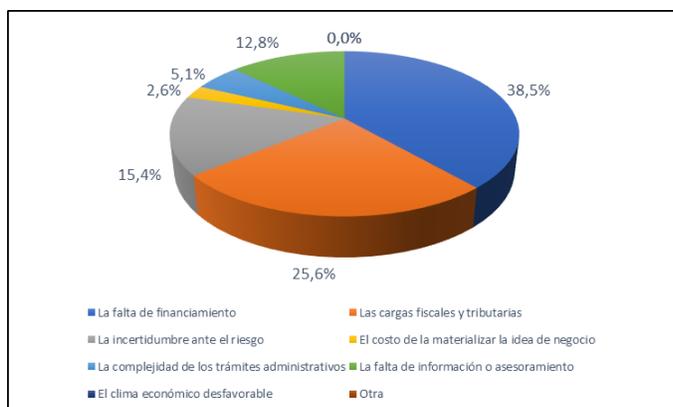


Fuente. Elaboración propia.

Al ver la figura 8 se evidencia que un poco más de las empresas creadas por los emprendedores juveniles villavenses fueron creadas en los dos últimos años (35.9% en el 2020, y 20.5% en el 2021), no obstante las demás empresas no son tan antiguas, llegando hasta el 2014.

Figura 10

Principal obstáculo que existe hoy en día para crear un negocio propio

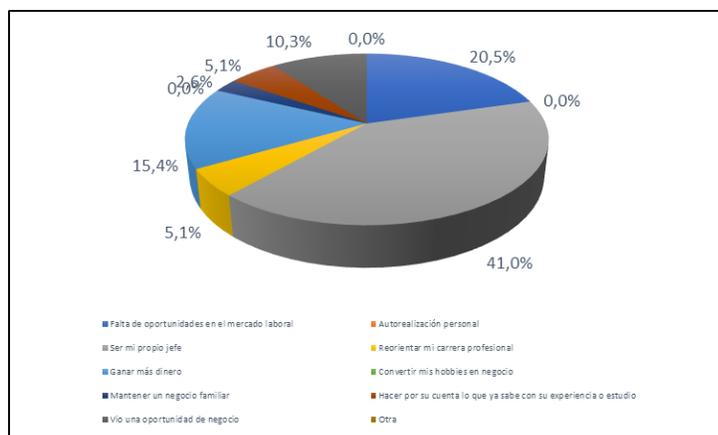


Fuente. Elaboración propia.

La falta de financiamiento (con el 38.5%) y las cargas fiscales y tributarias (con el 25.6%) son las dos principales obstáculos que los emprendedores juveniles estiman que existe hoy en día para crear un negocio propio (ver figura 9).

Figura 11

Principal razón por la que se decidió a poner en marcha su negocio

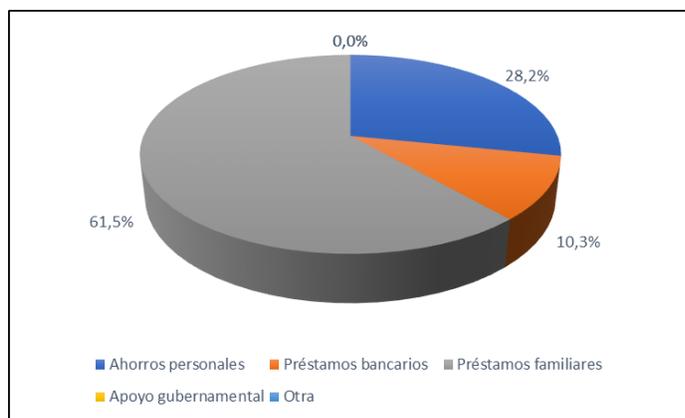


Fuente. Elaboración propia.

Entre tanto, ser su propio jefe (con 41%) y la falta de oportunidades en el mercado laboral (con el 20.5%) son las dos principales razones por la que los emprendedores juveniles decidieron poner en marcha su negocio.

Figura 12

Principal fuente de financiamiento de la empresa del emprendedor juvenil villavicense

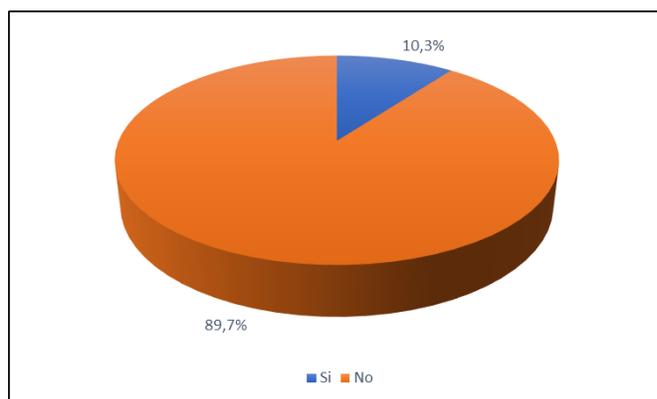


Fuente. Elaboración propia.

También se pudo conocer que los préstamos familiares (con el 61.5%) dista por mucho ser la principal fuente de financiamiento de la empresa del emprendedor juvenil villavicense; aunque los ahorros personales ha sido la principal fuente de financiamiento para el 28.2% de los encuestados.

Figura 13

Inicio de otras empresas o tenencia de más de una empresa o negocio actualmente

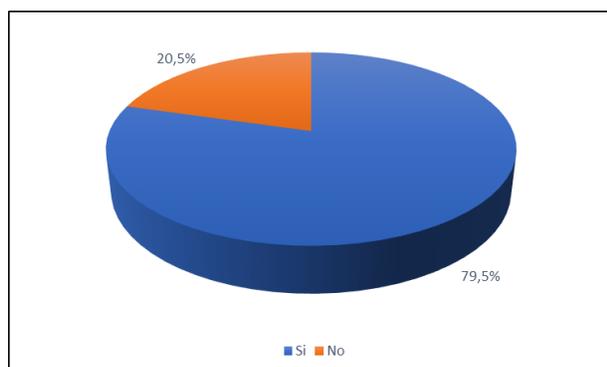


Fuente. Elaboración propia.

Los resultados plasmados en la figura 12 evidencian que la gran mayoría de los emprendedores juveniles sólo cuenta actualmente con una empresa en funcionamiento (89.7%); vale la pena señalar que 1 de cada 10 participantes reconocen tener por lo menos otra empresa.

Figura 14

Único dueño de la empresa o negocio

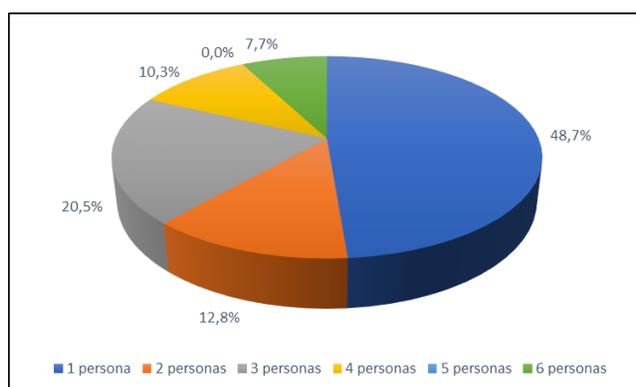


Fuente. Elaboración propia.

La figura 13 evidencia que el 79.5% sostiene que sus empresas son de dueño unipersonal, aunque el 20.5% señala que posee por lo menos un socio, lo cual deja ver que los emprendimientos juveniles en la capital del Meta por lo general los materializan sólo el generador de la idea de negocio.

Figura 15

Número de personas en promedio que trabajaron en este negocio en los últimos 12 meses

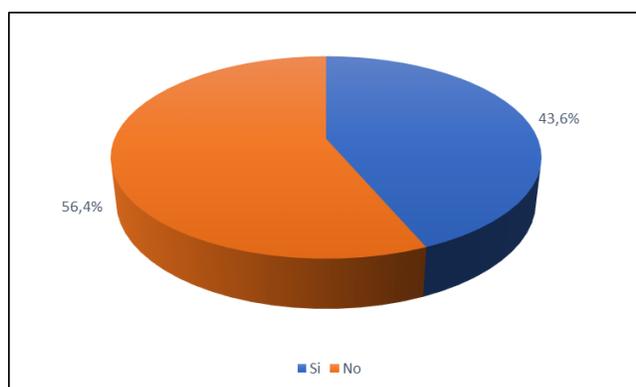


Fuente. Elaboración propia.

La mayoría de participantes en el estudio reconocen que en promedio regularmente han dado trabajo en el último año entre 1 a 4 personas (92.3%), siendo una de las forma de disminuir el desempleo y con ello motivar el desarrollo territorial del municipio (ver figura 14).

Figura 16

En la empresa o negocio trabaja uno o más miembros de la familia del propietario

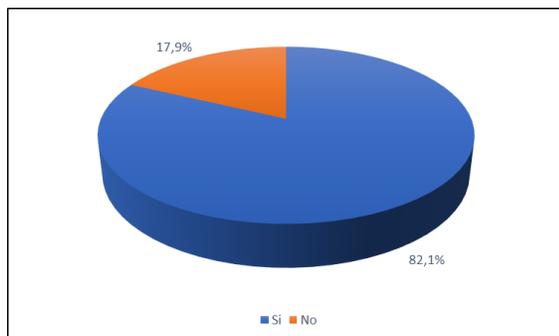


Fuente. Elaboración propia.

Además, se pudo evidenciar que en la mayoría de las empresas o negocios de los emprendedores juveniles villavicensenses no trabaja miembros de su familia (56.4%), aunque el 43.6% reconocen que su idea de negocio le da trabajo a algún familiar (ver figura 15).

Figura 17

La empresa o negocio contrata personas de manera temporal para los períodos de mayores ventas o producción

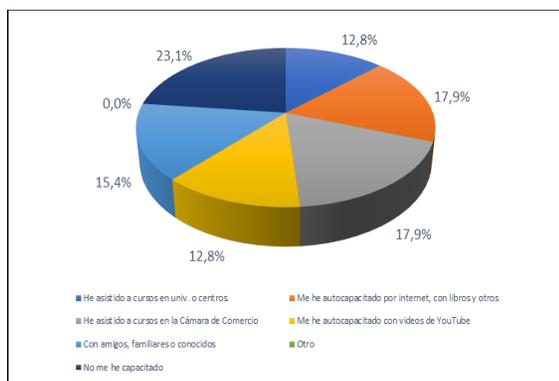


Fuente. Elaboración propia.

Es de anotar que el 82.1% de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio reconoce que su empresa contrata personas de manera temporal para los períodos de mayores ventas o producción, lo que también contribuye a mitigar el desempleo en el municipio (ver figura 16).

Figura 18

Forma en que se capacita el emprendedor juvenil villavicense para aprender sobre el manejo de presupuesto, ahorro, medios digitales de pago, uso de crédito u otros conceptos financieros

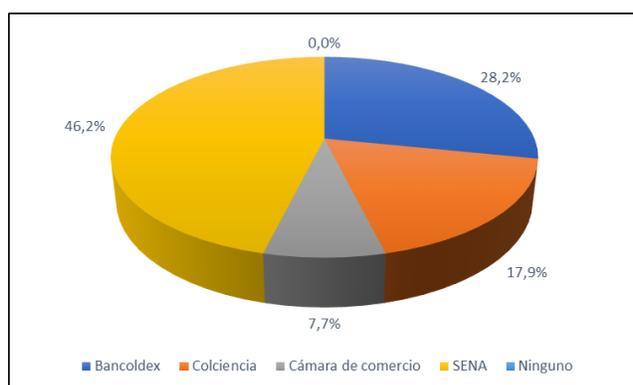


Fuente. Elaboración propia.

De acuerdo a la figura 17, el emprendedor juvenil villavicense se capacita esencialmente autocapacitándose por internet, con libros y otros (17.9%), asistiendo a cursos en la Cámara de Comercio (17.9%) y con amigos, familiares o conocidos (15.4%). Vale la pena señalar que el 23.1% sostiene que no se capacitó para ser emprendedor.

Figura 19

Programas de emprendimiento que reconoce el emprendedor juvenil villavicense

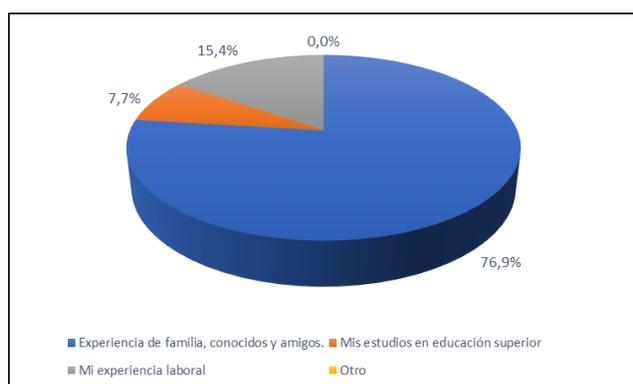


Fuente. Elaboración propia.

Pese a los resultados de la pregunta inmediatamente anterior, todos los emprendedores encuestados manifiestan que reconocen los programas de emprendimiento que se listaron, siendo el del SENA (con el 46.2%) y el de Bancoldex (con el 28.2%) los más posicionados en la mente de los encuestados (ver figura 18).

Figura 20

Principal factor que le aportó más conocimiento para poder emprender su propio negocio

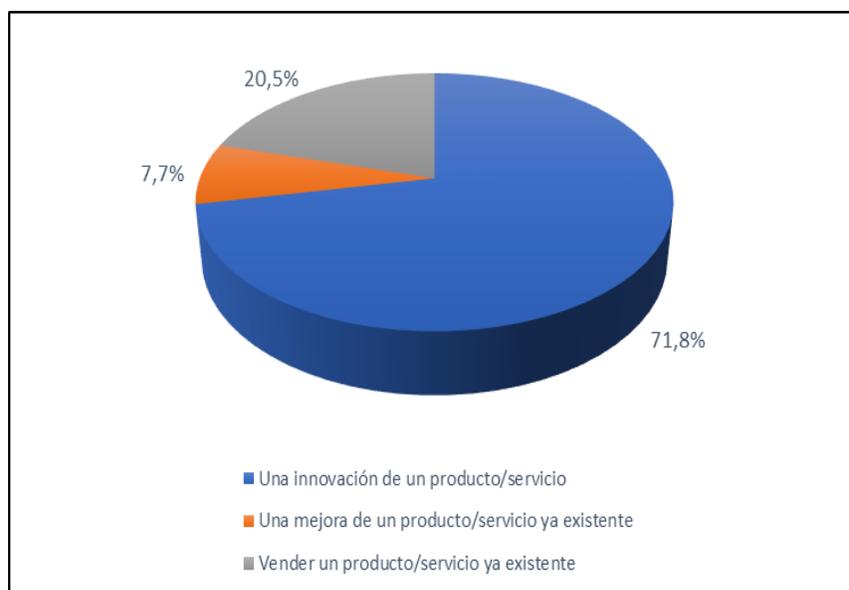


Fuente. Elaboración propia.

Así mismo, la experiencia de familia, conocidos y amigos se convierte en el principal factor que le aportó al encuestado más conocimiento para poder emprender su propio negocio (76.9%), aunque no hay que demeritar la experiencia laboral (15.4%) y los estudios en educación superior (7.7%) (ver figura 19). Por lo tanto, las redes familiares y de amigos se han convertido en un gran factor para que la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio adquiera conocimientos y logren materializar su idea de negocio.

Figura 21

Mejor opción para un joven emprendedor potencial, a la hora de realizar un proyecto emprendedor de éxito

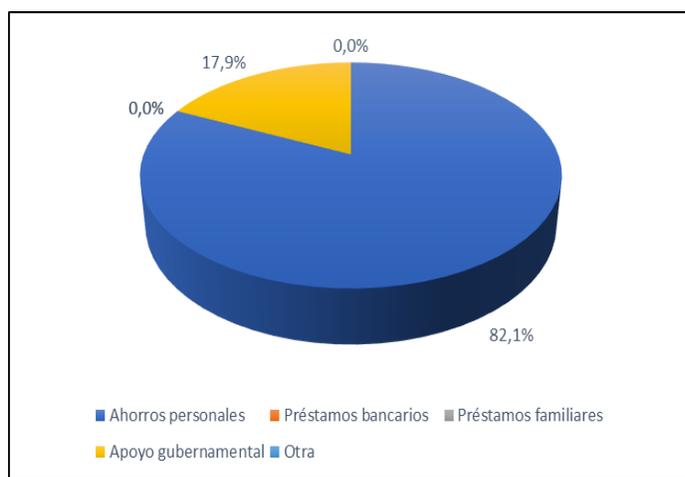


Fuente. Elaboración propia.

De igual forma, la encuesta permitió conocer que la innovación de un producto o servicio es considerada por la mayoría de los participantes del estudio como la mejor opción para un joven emprendedor potencial, a la hora de realizar un proyecto emprendedor de éxito (71.8%).

Figura 22

Mejor fuente de financiación para poner en marcha un negocio



Fuente. Elaboración propia.

A su vez, los ahorros personales son considerados, por la mayoría de los encuestados, como la mejor fuente de financiación para poner en marcha un negocio (82.1%).

Por lo tanto, la encuesta llevada a cabo en el presente estudio identificó que sólo el 24.9% de la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio ha culminado algún estudio de educación superior, aunque se debe considerar la edad de los encuestados puesto que son jóvenes que aún pueden continuar educándose; además, el emprendedor juvenil villavicense se capacita esencialmente autocapacitándose por internet, con libros y otros (17.9%), asistiendo a cursos en la Cámara de Comercio (17.9%) y con amigos, familiares o conocidos (15.4%), lo que les ayuda a complementar sus conocimientos, para ello cuentan con programas de emprendimiento que como el del SENA (con el 46.2%) y el de Bancondex (con el 28.2%) siendo los más posicionados en la mente de los encuestados.

No obstante, en Villavicencio ocurre algo parecido a los resultados de un estudio adelantado en Malawi, en donde parece haber más empresarios impulsados por las oportunidades,

a pesar de los bajos niveles de educación (De Gobbi, 2014). Al respecto, se debe considerar que la falta de oportunidades de empleo asalariado en algunos países puede explicar por qué algunos jóvenes eligen hacer negocios. Las opciones alternativas pueden simplemente considerarse poco realistas, especialmente en las zonas rurales. Por lo tanto, la motivación impulsada por la oportunidad para iniciar una empresa en algunos países muy pobres debe tomarse con cautela.

Por su parte, la edad es otro factor de éxito, en Villavicencio el 51.3% de los emprendedores juveniles tiene entre 23 a 26 años de edad. Según el informe de emprendimiento juvenil GEM/YBI de 2013, los jóvenes mayores de 25 a 34 años tienen más probabilidades que los jóvenes de iniciar un negocio (Kew, 2013). Además, el estudio ya mencionado sobre el trabajo por cuenta propia para los desempleados en los países industrializados muestra que los hombres de alrededor de 35 años o más tienen mayores posibilidades de sobrevivir en el trabajo por cuenta propia en comparación con otros grupos de edad y con las mujeres (Organización Internacional del Trabajo, 2002).

El acceso limitado a la financiación para los jóvenes empresarios debe verse más como una característica de hacer negocios para los jóvenes que como una limitación. Los jóvenes, en particular los menores de 25 años, deben centrarse en actividades económicas que requieran un capital inicial limitado, como suele ser el caso. No obstante, los recursos financieros deben estar disponibles para los jóvenes mayores con las características de jóvenes emprendedores potencialmente exitosos y para aquellos más jóvenes que tienen ideas de negocios innovadoras y originales que podrían sacarlos del sector minorista altamente competitivo y que, a pesar de su corta edad, habilidades adecuadas y capital social.

Estos factores se deben considerar en el momento de generar planes y programas públicos que incentiven el espíritu empresarial, más aún después de los efectos económicos de la pandemia y otras situaciones internacionales que afectan el desarrollo del territorio.

Análisis de la relación entre emprendimiento y desarrollo territorial

El espíritu empresarial, base del emprendedor, es importante porque es el mecanismo económico a través del cual se identifican y mitigan las ineficiencias en las economías (Baum et al., 2007). Según la OCDE (1998, p. 25), “el espíritu empresarial es fundamental para el funcionamiento de las economías de mercado”.

Satisfacer las necesidades de los emprendedores solo tiene sentido si un elemento importante, por ejemplo, la oportunidad, permite desencadenar la intención emprendedora. El número de iniciativas emprendedoras puede variar dependiendo del número y diversidad de oportunidades existentes en un territorio. Pues como exponen Voronkova et al. (2019) la estabilización de la situación socioeconómica está asociada con la centralización de la toma de decisiones a nivel territorial, así como con la voluntad y la capacidad de los territorios para proporcionar un uso específico y eficaz de todos los recursos disponibles.

En este marco, Courlet y Fergene (2001) ponen gran énfasis en el papel de los actores territoriales en el ámbito de la creación y desarrollo de oportunidades. Para ello, identifican cinco condiciones necesarias para apoyar el desarrollo del emprendimiento: acciones públicas, prerequisites socioeconómicos, sistemas de formación, presencia de organizaciones financieras y no financieras.

Estos elementos configuran un territorio singular y único. De acuerdo con la historia, la demografía, la situación geográfica, económica y sociológica del emprendimiento, estos elementos constituyen palancas accionables que hacen posible iniciar y desarrollar el emprendimiento. Así, la variación de la tasa de actividad no depende sólo de una de sus palancas sino de su contribución global. Estas cinco condiciones tienen efectos positivos sobre la tasa de actividad empresarial si se diseñan como componentes de un sistema atractivo que contribuya a la construcción económica y social de la identidad empresarial del territorio.

En el mismo sentido, Gartner (1985) ha desarrollado un interesante modelo, según el cual el fenómeno emprendedor es considerado como un sistema en el que el territorio (el medio ambiente) juega un papel primordial. Este sistema está compuesto por 4 dimensiones:

1. El individuo (singular o plural): la(s) persona(s) involucrada(s) en este fenómeno.
2. La organización: el tipo de empresa.
3. El entorno (el territorio) que interactúa con la nueva organización.
4. El proceso: las acciones realizadas por los individuos para crear el negocio.

A partir de este modelo, Gartner (1985) enfatiza la importancia estratégica del territorio (entorno) y estipula que el fenómeno emprendedor no puede ser aprehendido si no se toman plenamente en cuenta estas cuatro dimensiones en su aspecto individual, así como en la interacción entre ellas.

La identidad específica del territorio combinada con la singularidad de las aventuras individuales, define una actividad empresarial que se basa de alguna manera en hechos o en una dosis incierta. Este último enfatiza un juego compuesto por interacciones que dan lugar a múltiples combinaciones posibles entre el individuo portador del proyecto emprendedor (comportamiento y capacidad de emprender) y el territorio en el que se desenvuelve (sistema atractivo).

En este contexto, la probabilidad de desarrollar acciones emprendedoras se mide en parte por la relación entre el número de acciones emprendedoras y el tamaño del territorio en el que se desarrollan estas acciones. Cada condición tomada aisladamente, sin tomar en consideración el conjunto, puede tener consecuencias menores en el desarrollo de la actividad empresarial. Por ejemplo, poner en marcha un potente sistema de apoyo financiero a proyectos innovadores, sin paralelo a un sistema de formación de emprendedores individuales, ni de asesoramiento, apoyo, corre el riesgo, a medio plazo, de conducir a resultados muy lejos de lo esperado.

Es de anotar que los estudios sobre emprendimiento eligen principalmente una dimensión espacial que se correlaciona con categorías administrativas para su investigación. Pueblos y ciudades, condados, estados y naciones sirven como referencias geográficas en las que se ubica y registra el comportamiento empresarial. Las ventajas de lo que puede llamarse la 'visión administrativa del Estado-nación' sobre el territorio son la existencia de datos estadísticos, en consecuencia, la posibilidad de comparación entre regiones y, finalmente, la posibilidad de evitar decisiones difíciles y siempre reprochables sobre territorios definidos por distintas variables en lugar de que las divisiones legales nacionales del espacio (Allen et al., 1998).

El problema con este tipo de conceptualización del espacio es que da por sentadas categorías políticas no científicas y las aplica como categorías objetivas. En contraste, podemos encontrar un enfoque regional basado en la comunidad de los estudios de emprendimiento en la literatura especializada.

Su concepto de espacio se apoya en la idea de sociedades locales, que constituyen un microcosmos de parentesco, amistad, pertenencia a una comunidad cultural basada en la proximidad corporal y espacial en barrios, barrios, distritos, pueblos, aldeas, etc. esta noción de espacio, predominante en muchos escenarios de investigación antropológica, es la cosificación de la comunidad para obtener un objetivo coherente para las investigaciones académicas. Esta simbiosis entre la sociedad local y el espacio es imposible de sostener porque los datos empíricos siempre demuestran múltiples fronteras socialmente construidas de los grupos étnicos (Barth, 1969).

Los factores que forman el potencial económico de la región son los recursos clave de las actividades productivas (tierra, trabajo, capital y emprendimiento), y la fuerza motriz de los procesos económicos y productivos que afectan el resultado de la producción y la actividad económica. Los factores que afectan la productividad laboral incluyen el nivel de remuneración,

la organización laboral, la capacitación de los empleados y el perfeccionamiento técnico de las herramientas de producción (Voronkova et al., 2019).

No obstante, el éxito de un territorio no garantiza el éxito en otros territorios debido a las condiciones culturales y sociales. Esto significa que es importante entender el contexto de un territorio, particularmente en términos de cómo se desarrolla el turismo. Cada territorio tiene características específicas que impactan en el emprendimiento y la innovación (Ratten, 2019).

Algunas políticas de desarrollo territorial proporcionarán un mejor resultado general dependiendo de la forma en que se gestione el emprendimiento (Ferreira et al., 2017). En los territorios rurales y regionales puede haber un alto grado de emprendimiento, pero muchas veces se enfoca en segmentos específicos como el turismo. Esto contrasta con los ecosistemas territoriales que se desarrollan en otras áreas, que acentúan tanto el contexto como los factores ambientales.

Para replicar un buen desarrollo territorial debe haber algún grado de emprendimiento. La implementación de sistemas de buena gobernanza para el emprendimiento puede tomar tiempo para desarrollarse (Ratten, 2006).

Conclusiones

Con base en la información brindada hasta el momento, un joven emprendedor de 25 a 34 años, bien educado, con un fuerte capital social y que vive en un país con una cultura favorable al emprendimiento y donde hay percepciones positivas de la actitud de los jóvenes hacia el emprendimiento, tiene más probabilidades de tener éxito que otros jóvenes emprendedores. Estos jóvenes empresarios potencialmente exitosos, tanto mujeres como hombres, deben recibir atención y apoyo especiales para aumentar el número de personas impulsadas por la oportunidad en lugar de las impulsadas por la necesidad en los países pobres.

El emprendimiento juvenil para los jóvenes a menudo parece tener las características y la función de una experiencia de aprendizaje, donde los individuos adquieren y desarrollan habilidades empresariales y personales. Por lo tanto, el apoyo brindado a los jóvenes en este caso debería centrarse mucho más en la provisión de educación y capacitación para la adquisición de nuevas habilidades, lo que podría aumentar las posibilidades de éxito para ellos.

Recomendaciones

Se considera relevante que la administración municipal de Villavicencio desarrolle un mayor número de convenios empresariales para que los jóvenes emprendedores, que se encuentren estudiando un programa profesional, accedan a realizar sus prácticas profesionales como modalidad de grado. Es importante que exista un mayor estímulo empresarial mediante alianzas estratégicas que permitan a los jóvenes emprendedores ampliar sus conocimientos, en aprender-haciendo, especialmente relacionados la creación de empresas y emprendimientos, y a la vez adquirir experiencia laboral.

Se recomienda que las instituciones de educación superior de Villavicencio hagan transversal el desarrollo del espíritu emprendedor en sus estudiantes, especialmente en los del programa de Administración de Empresas, con el fin de avivarlo y así formar profesionales que salgan a construir tejido empresarial y no a engrosar las filas de quienes solicita empleo.

También es bueno que la Cámara de Comercio de Villavicencio, a través de la Unidad de Emprendimiento, realicen alianzas estratégicas con organizaciones del sector financiero y crediticio, con el fin de crear y señalar alternativas de créditos blandos y accesibles, así como patrocinios, a estudiantes universitarios para el desarrollo de ideas de negocio.

Como valor agregado se recomienda que la Universidad analice el proceso de formación con referencia a los procesos comerciales que se llevan en una empresa, en especial apoyando a los egresados a adquirir competencias para desempeñarse laboralmente en este campo.

Bibliografía

- Alacevich, M. (2017). Albert Hirschman, Development Economics, and the Social Sciences. *First Conference on Albert Hirschman's Legacy: Theory and Practice*, October 6-7. Boston University, Pardee School of Global Studies.
- Alcaldía de Villavicencio (2020). *Plan de reactivación 2020-2021 "Villavicencio con toda"*. Secretaría de Competitividad y Desarrollo.
- Allen, J., Massey, D. y Cochrane, A. (1998). *Rethinking the Region*. London: Routledge.
- Barth, F. (1969). *Ethnic groups and boundaries. The social organization of culture difference*. Oslo: Uni-versitetsforlaget.
- Baum R., J., Frese, M., Baron R., 2007. *The Psychology of Entrepreneurship*, Lawrence Erlbaum Associates, New York.
- Benítez, M. D., Herrera, Y. A., Medina, K. y Quiñonez-Mosquera, A. (2020). Materialización del emprendimiento universitario en Villavicencio. *1er. Encuentro Regional de Grupos de Investigación de las Ciencias Económicas de la Amazoninoquia*. Villavicencio: Universidad de los Llanos.
- Camacho P. y Pardilla, J. (2002). *Incubadoras de empresas de base tecnológica. Mecanismos de política y de gestión tecnológica*. Bucaramanga/Santander: Universidad Industrial de Santander, UIS.
- Chicangana, Vargas, C, y Caneva, A. (2014). The high seismic hazard of Villavicencio, Colombia. *Second European Conference on Earthquake Engineering and Seismology*, Istanbul, 25-29 de agosto.
- Colombia. Congreso de la República (2006). Ley 1014, Ley Fomento a la cultura del emprendimiento en Colombia. Bogotá: Diario Oficial.

- Colombia. Presidencia de la República (2020a). *Decreto 417, Declaración de Emergencia Económica, Social y Ecológica en el territorio nacional*. Bogotá: Diario Oficial.
- Colombia. Presidencia de la República (2020b). *Decreto 537, Declaración de Emergencia Económica, Social y Ecológica en el territorio nacional*. Bogotá: Diario Oficial.
- Coraggio, J. (S.D de Enero-Abril de 2006). *Sobre la sostenibilidad de los emprendimientos mercantiles de la economía social y solidaria*. Portal de Desarrollo Humano Local. Recuperado en noviembre de 2021, de <http://www.dhl.hegoa.ehu.es/recursos/126>
- Cota, R. y Rivera, M. (2020). Política pública de fomento al emprendimiento juvenil para el desarrollo local en el municipio de Colima 2009-2013. *SAPIENTIAE: Revista de Ciencias Sociais, Humanas e Engenharias*, 5(2), 328-343.
- Courlet, C. et A. Ferguene (2001). Globalisation et territoire: le cas des SPL dans les pays en développement. *Colloque économie sociale et développement local*, Salé-Rabat, 5-7 abril.
- Davidsson, P. (2015). Oportunidades empresariales y el nexos del espíritu empresarial: una reconceptualización. *Journal of Business Venturing*, 30 (5): 674-695.
- De Gobbi, M.S. and Anang, R. (2013). The Enabling Environment for Sustainable Enterprises in Malawi. ILO Employment Sector, Employment Report No. 20, Geneva.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2020a). *La información del DANE en la toma de decisiones de las ciudades capitales*. Villavicencio, Meta. Villavicencio: DANE.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2020b). *Mercado Laboral Villavicencio Mayo-Junio 2020*. Bogotá: DANE.
- Di Pasquale, E. A., Barboni, G., Florio, E. M., Ibarra, F. L., y Savino, J. V. (2020). El impacto del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio por COVID-19 sobre el trabajo, los ingresos y el cuidado en la ciudad de Mar del Plata. *Trabajo y sociedad*, 21 (35), 81-107.

- Díez, E.J. (2014). La cultura del emprendimiento: educar en el capitalismo. *Cuadernos de Pedagogía*, 445, 50-53.
- Dodd, S.D. y A.R. Anderson (2007). Mumpsimus y el mito del empresario individualista. *Revista internacional de pequeñas empresas*, 25(4), 341-360.
- Drucker, P. (1998). *Su visión sobre La Administración, la Organización Basada en la Información, la Economía y la Sociedad*. Editora Norma.
- Duarte, T. y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 15(43), 326-331.
- Duran, J. (2019). Desarrollo regional y emprendimiento: evidencia para Colombia. *El trimestre económico*, 86(342), 467-490.
- Ferreira, J. J., Ratten, V. y Dana, L. P. (2017). Knowledge spillover-based strategic entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 161-167.
- Flores, F., Spinosa, C. y Dreyfus, H. L. (2000). *Abriendo nuevos mundos*. Santiago: Editorial Taurus.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.
- Gustmann, B. L., Eccel, G., de Fátima, A., Marques, J. & Medianeira, V. (2021). Emprendimiento y coronavirus: impactos, estrategias y oportunidades frente a la crisis global. *Estudios Gerenciales*, 37 (158), 49-60.
- Guzmán V. & Trujillo D., A. (2008). Emprendimiento Social - revisión literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.

- Hernández, A. B., Gentile, A. y Herrera, I. (2021). Participación juvenil para el desarrollo rural: análisis de un caso cubano en cooperativas agrarias. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (137), 161-172.
- Hjorth, D., Holt, R. y Steyaert, C. (2015). Entrepreneurship and Process Studies. *International Small Business Journal*, 33(6), 599–611.
- Jurado, I. M. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *Económicas CUC*, 43(1), (Versión postprint).
- Kew, J., Herrington, M., Litovsky, Y. y Gale, H. (2013). Generation Entrepreneur? The State of Global Youth Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Youth Business International (YBI).
- Lira, L. (2011). *Desarrollo territorial*. Santiago, Chile, ILPES.
- Marulanda, J. A., Correa, G. y Mejía, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 153-168.
- Matías, A. y Hernández, A. (2014). Positivismo, dialéctica materialista y fenomenología: Tres enfoques filosóficos del método científico y la investigación educativa. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 14(3).
- Matiz, F. J. (2013). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN*, (66), 169-182.
- Molina, L. F. (2019). *Emprendimiento rural enfoque territorial* [Tesis de grado, Universidad de Cundinamarca].
- Mussa, R. (2013) Labour Market Transition of Young Women and Men in Malawi. ILO Youth Employment Programme, Publication Series No. 4. Geneva.

- Observatorio de Empresas (2012). Encuesta sobre el Empresariado de Bogotá y los 59 municipios de Cundinamarca. Bogotá, Cámara de Comercio de Bogotá.
- OCDE (2008). *Measuring Entrepreneurship: A Digest of Indicators*. OCDE, Paris.
- Onrubia, J. (2020). Crisis económica en tiempos del COVID-19: La hora de la política fiscal... y de la gestión pública. *Instituto Complutense de Estudios Internacionales*, (6), 1-10.
- Organización Internacional del Trabajo (2014a) Empleo juvenil: Ban Ki-Moon: Los trabajos decentes para los jóvenes son esenciales para el futuro que queremos. http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_247414/lang-en/index.htm
- Organización Internacional del Trabajo (2014b) El entorno propicio para las empresas sostenibles en Lesotho. Departamento de Empresas, OIT, Ginebra.
- Organización Internacional del Trabajo (2002). Microfinanzas en países industrializados: ayudar a los desempleados a iniciar un negocio. Programa de Finanzas Sociales, Ginebra.
- Orrego, C. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 17(21), 21-31.
- Peñaherrera, L. y Cobos, M. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247.
- Plata, W. M. y Salamanca, J. E. (2007). *Estudio departamento del Meta*. [Tesis de ascenso, Policía Nacional de Colombia].
- Quinto, M. H. (2013). *El Emprendimiento como Alternativa de Desarrollo para la Disminución de los Índices de Pobreza y Desigualdad en Colombia* [Tesis de especialista, Universidad Militar Nueva Granada].
- Ramírez-Velázquez, B. (2006). Espacio-tiempo y territorio. *Ciudades*, 70, 3-8.

- Ramírez-Velázquez, B. (2011). Espacio y política en el desarrollo territorial. *Economía, Sociedad y Territorio*, 9(37), 553–573.
- Ratten, V. (2006). Policy drivers of international entrepreneurship in Europe. *Euromed Journal of Business*, 1(2), 15–28.
- Ratten, V., Álvarez-García, J., y del Rio, M. D. L. C. (2019). Entrepreneurship, innovation and inequality: Exploring territorial dynamics. In *Entrepreneurship, Innovation and Inequality* (pp. 1-7). Routledge.
- Rodríguez, B. (2021). *La financiación del emprendimiento para el desarrollo territorial: ¿Crowdfunding?* [Tesis de maestría, Universidad de Jaén].
- Rubio, A. y Pascual, N. E. (2018). Nichos de negocio y empleabilidad juvenil como factores de desarrollo rural sostenible en la ‘España deshabitada’. *Revista de Estudios de Juventud*, (122), 135-149.
- Timmons, J., Zacharakis, A. y Spinelli S. (2004). *Business Plans That Work*. New York: McGraw Hill.
- Toro, M. (2020). *El emprendimiento social como alternativa laboral de los jóvenes rurales: caso del municipio de Fuentedeoro Meta* [Tesis de grado, Universidad Santo Tomas]. Repositorio institucional. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/28777>
- Universidad EAN. (2013). *Emprendimiento: diferentes aproximaciones*. Bogotá: Ediciones EAN.
- Vélez-Romero, X. A. y Ortíz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Revista Dominio de las Ciencias*, 2(4), 346-369.
- Vera, M. (2009). *Planificación financiera y acceso al financiamiento en pequeñas y medianas empresas manufactureras*. [Tesis de grado, Universidad del Zulia. Maracaibo].
- Villegas-Chiroque, M. (2020). Pandemia de COVID-19: pelea o huye. *Revista Experiencia en Medicina del Hospital Regional Lambayeque*, 6 (1), 3-4.

Voronkova, O. Y., Yankovskaya, V., Kovaleva, I., Epishkin, I., Iusupova, I., & Berdova, Y.

(2019). Sustainable territorial development based on the effective use of resource potential. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(1), 662-673.

Wompner, F. (S.D de Abril de 2012). El emprendimiento como factor de movilización social.

Recuperado el 9 de septiembre de 2021, de

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/36/fredywompner.pdf>.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta a Emprendedores Juveniles

Objetivos:

- Caracterizar la población emprendedora juvenil adscrita a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio.
- Identificar las características y factores clave de éxito de los negocios emprendidos por los jóvenes adscritos a la Red Regional de Emprendimiento de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

Por favor responda y todas y cada de las siguientes preguntas.

1. Edad: _____ años

2. Sexo: a. Masculino

b. Femenino

3. Zona de Villavicencio donde reside:

a. Comuna 1

b. Comuna 2

c. Comuna 3

d. Comuna 4

e. Comuna 5

f. Comuna 6

g. Comuna 7

h. Comuna 8

i. Área rural

4. Máximo nivel educativo

a. Ninguno

b. Primaria

c. Secundaria (Bachiller)

d. Técnico

e. Profesional

f. Especialista

g. Magister

d. Doctor

5. ¿Cuál de las siguientes frases es la que describe mejor su actual situación económica?

a. Vivimos cómodamente con los ingresos actuales (ahorramos mucho).

b. Nos arreglamos con los ingresos actuales (ahorramos poco).

c. Logramos llegar justa a final de mes con nuestros ingresos.

d. Tenemos que recurrir a nuestros ahorros para cubrir los gastos del mes.

e. Nos estamos endeudando.

6. ¿Cuál es tamaño de su empresa o idea de negocio?

- a. Micro empresa
- b. Pequeña empresa
- c. Mediana empresa
- d. Gran empresa

7. ¿Sector económico de su empresa o idea de negocio?

- a. Servicios
- b. Comercio
- c. Industria

8. ¿Cuál fue el año en que inició su empresa? _____

9. De los siguientes aspectos ¿Cuál es, a su juicio, el principal obstáculo que existe hoy en días para crear un negocio propio?

- a. La falta de financiamiento.
- b. Las cargas fiscales y tributarias
- c. La incertidumbre ante el riesgo, no saber qué va a pasar.
- d. El costo de la materializar la idea de negocio.
- e. La complejidad de los trámites administrativos.
- f. La falta de información o asesoramiento.
- g. El clima económico desfavorable.
- h. Otra ¿Cuál? _____

10. De los siguientes elementos ¿Cuál fue la principal razón por la que se decidió a poner en marcha su negocio?

- a. Falta de oportunidades en el mercado laboral.
- b. Autorealización personal.
- c. Ser mi propio jefe.
- d. Reorientar mi carrera profesional.
- e. Ganar más dinero.
- f. Convertir mis hobbies en negocio.
- g. Mantener un negocio familiar.
- h. Hacer por su cuenta lo que ya sabe con su experiencia o estudio.
- i. Vio una oportunidad de negocio
- j. Otra ¿Cuál? _____

11. ¿Cuál es la principal fuente de financiamiento de esta empresa o negocio?

- a. Ahorros personales
- b. Préstamos bancarios
- c. Préstamos familiares
- d. Apoyo gubernamental
- e. Otra ¿Cuál? _____

12. ¿Ha iniciado otras empresas o tiene más de una empresa o negocio actualmente?

- a. Si
- b. No

13. ¿Esta empresa o negocio es de un único dueño?

- a. Si
- b. No

14. ¿Cuántas personas en promedio, trabajaron en este negocio en los últimos 12 meses? _____

15. ¿En esta empresa o negocio trabaja uno o más miembros de la familia del propietario?

- a. Si
- b. No

16. ¿Esta empresa o negocio contrata personas de manera temporal para los períodos de mayores ventas o producción?

- a. Si
- b. No

17. ¿Cómo se ha capacitado para aprender sobre el manejo de presupuesto, ahorro, medios digitales de pago, uso de crédito u otros conceptos financieros?

- a. He asistido a cursos o programas en universidades o centros de conocimiento.
- b. Me he autocapacitado por internet, con libros y otros recursos disponibles.
- c. He asistido a cursos o programas de formación en la Cámara de Comercio.
- d. Me he autocapacitado con videos de YouTube

e. Con amigos, familiares o conocidos

f. Otro. ¿Cuál? _____

g. No me he capacitado.

18. ¿Qué programas de emprendimiento usted reconoce?

a. Bancoldex

b. Colciencia

c. Cámara de comercio

d. SENA

e. Ninguno

19. ¿Cuál cree que el factor principal que le aportó más conocimiento para poder emprender su propio negocio?

a. Experiencia de familia, conocidos y amigos.

b. Mis estudios en educación superior.

c. Mi experiencia laboral.

e. Otro ¿Cuál? _____

20. ¿Cuál considera la mejor opción para un joven emprendedor potencial, a la hora de realizar un proyecto emprendedor de éxito?

a. Una innovación de un producto/servicio

b. Una mejora de un producto/servicio ya existente.

c. Vender un producto/servicio ya existente.

21. ¿Cuál considera la mejor fuente de financiación para poner en marcha un negocio?

a. Ahorros personales

b. Préstamos bancarios

c. Préstamos familiares

d. Apoyo gubernamental

e. Otra ¿Cuál? _____