



6 **No. 1**
Volumen
traves. emprend.
Ene - Jun 2021
e-ISSN: 2539-0376

Emprendimiento

Estefanía Raquel Díaz Yanguatín

Estudiante del Programa de Fisioterapia

Universidad Mariana

La palabra 'emprendimiento' es muy importante; su significado en el diccionario de la Real Lengua Española (2022) es "inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo" (párr. 1); el término tiene cierta importancia o envergadura; desde ya, brinda una asociación con la palabra 'esfuerzo' y con lo que se ve en las clases que llevan el mismo nombre, lo cual, a su vez, lleva a una idea central: que todo deriva de la palabra esfuerzo y, con esto, a un camino en donde se puede crecer económicamente, para poder ser independientes.

Sánchez (2016) explica la importancia de tener claridad en los términos 'emprendedor' y 'ser empresario'. Ser emprendedor se refiere a una persona que siempre busca nuevos retos, nuevos objetivos y, trabaja para cumplirlos. Y, ser empresario, tiene que ver con aquella persona que ve oportunidades de negocio, las lleva a cabo y busca generar sustentabilidad. Por lo tanto, para ser empresario se requiere ser emprendedor, como primer paso para iniciar un proyecto; pero, si se es emprendedor, no necesariamente se ha de convertir en empresario, ya que los objetivos de un emprendedor pueden ser distintos al objetivo de crear una empresa.

Colombia tiene que lograr el emprendimiento de alto potencial, innovador y diferenciado. En 2009, el país ocupaba el tercer lugar en el mundo en materia de emprendimiento, después de Tailandia y Perú. El tercer puesto fue obtenido, según el estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019). A primera vista, esta es una grata noticia, pues evidencia el espíritu empresarial de los colombianos y muestra un buen panorama para la siguiente década. Pero no todas las noticias son favorables; el estudio también demuestra que el país enfrenta dos grandes retos: solo el 14 % de las nuevas empresas son creadas en un marco de formalidad, y, la mortalidad empresarial es creciente; mientras se da una tasa de creación de empresas de 22,48 %, la tasa de cierre de compañías es de 10,52 %.



En la última década, el emprendimiento ha sido tema de agenda del país y se ha dado una explosión de oferentes, como el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), incubadoras de empresa, universidades, cámaras de comercio, cajas de compensación, cooperativas, entes territoriales y nacionales y grandes compañías. No obstante, aún se aprecia que el impacto es limitado; los esfuerzos son aislados y, por las características propias del emprendimiento, muchos piensan que es una estrategia de subsistencia y no lo ven o lo entienden “como la posibilidad de crear empresas dinámicas, capaces de crecer y obtener altas rentabilidades que generen valor. Esto significa que las empresas nacen por necesidad y no por oportunidad” (Doku y Pacheco, 2020, p. 1).

Por esta razón, el emprendimiento se torna en opción para la transformación productiva y, debe permitir forjar compañías en sectores donde se tiene potencial internacional. No es coincidencia que, instituciones internacionales analicen proyectos colombianos con alto potencial, para facilitarles pasar a siguientes estadios de evolución.

Hacia el año de 1990, de acuerdo con lo que expresan Doku y Pacheco (2020), el Censo Económico Nacional del DANE sostenía que, en Colombia existían 948.324 microempresas de menos de diez trabajadores, lo cual representaba el 94,7 % del 1.001.398 de empresas encuestadas; y este número podría haber sido mayor,

pues la cultura de sus propietarios por eludir aspectos legales, los llevaba a desarrollar sus actividades al interior de viviendas o ‘a puerta cerrada’, sin contar con avisos que permitieran su fácil ubicación. Lo cierto es que el PNDM de alguna manera incidió para que algunas microempresas se formalizaran, así se evidencia en el estudio de 1995 del extinto IFI y CONFECAMARAS que, del total de 407.235 empresas inscritas en las Cámaras de Comercio del país, 86 % eran microempresas. Se podría desde este punto de vista afirmar que Colombia se convirtió en un potencial semillero natural de emprendimientos. En los propósitos de difundir cultura emprendedora, teniendo en cuenta que en algunos países desarrollados los medios masivos de comunicación se convierten en fuente de motivación dando a conocer experiencias exitosas de emprendimientos, es loable en nuestro medio la iniciativa y labor, muchas veces limitada por falta de recursos o patrocinadores, de algunos medios como la T.V., radio y prensa, especialmente del nivel local, así como el de algunas entidades, caso SENA con el boletín virtual E-Emprendedor. Igualmente, en campos poco explorados como el teatro, tal es la obra “Cada quien quiere hacer de su empresa la mejor presa” involucra el tema de aprender a desarrollar un plan de negocios, en la que además del humor se ve reflejado el compromiso, dedicación, pasión, perseverancia y creatividad que inspira y motiva a los emprendedores. (párr. 2)



En el anterior párrafo se puede apreciar cómo las empresas y microempresas se están desarrollando en nuestro país; un porcentaje va en subida; cada día hay más colombianos que quieren salir adelante por sus medios, con esfuerzo, dedicación, perseverancia. Si se continúa así, Colombia puede posicionarse como primermundista, dado que es un país con mucha materia prima, diversidad de recursos que, si son aprovechados y cuidados, respetando el medio ambiente a través de innovaciones que permitan su preservación, el nivel socioeconómico de muchas personas puede cambiar y beneficiar, logrando generar un aporte para disminuir la pobreza.

También se puede encontrar algunas deficiencias, como manifiesta López-Orjuela (2020), quien aborda aspectos sustanciales del emprendimiento en Colombia, en cuanto a las dificultades y deficiencias en su ejecución, como

la falta de educación en planificación financiera y administrativa y, la inseguridad jurídica, aspectos que reflejan la alta deserción y fracaso de los nuevos negocios que se [ha abierto] en el marco de la 'economía naranja', como forma de emprendimiento. (p. 2)

Entre las conclusiones, la autora resalta la importancia de articular estrategias entre "los actores que tienen injerencia en el sector, para lograr el fortalecimiento de las actividades de emprendimiento" (p. 2).

Igualmente, es relevante saber y analizar qué ha pasado después de la pandemia generada por el COVID-19 en materia de emprendimiento, porque si bien nadie esperaba lo sucedido y eso demostró que no estábamos preparados para este cambio que le dio una vuelta al mundo, muchas empresas cerraron, otras tuvieron que bajar su capacidad laboral, algunas que llevaban generaciones, décadas, se vieron impactadas, lo cual trajo consigo, un auge en materia de tecnología.

Para Grajales y Osorno (2019), la globalización ha incrementado el servicio que prestan las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), ayudando a fomentar la innovación en todos los ámbitos. Como resultado de la pandemia, la educación se ha visto obligada a repensar e innovar sus modelos educativos tradicionales (predominantemente presenciales), para garantizar el acceso y la calidad, bajo la mediación de las TIC, con modelos educativos adaptados a estos contextos digitales, con miras a incorporarse en los negocios del futuro. El escenario actual trae consecuencias aún mayores a las brechas socioeconómicas ante las previsiones que, entidades como la Organización Internacional del Trabajo (OIT, s.f.) tienen en cuanto a la pérdida de empleo que traerá consigo el COVID-19 (unos 47 millones para toda América Latina), una realidad a la que Colombia no es ajena, y en la que la promoción del emprendimiento y la innovación puede ayudar a reducir.

Con este panorama, las instituciones de educación superior enfrentan grandes retos en la promoción de la educación emprendedora, especialmente en

programas virtuales. Este trabajo intenta reflexionar e identificar esos retos, específicamente en los programas virtuales de negocios internacionales. El objetivo planteado se hace utilizando una metodología cualitativa de revisión bibliográfica, en la que se revisa y analiza artículos académicos publicados en los últimos cinco años, relacionados con la temática propuesta, lo que ayudaría a atender la misión institucional del programa y la universidad y, a generar en los estudiantes, la cultura del emprendimiento digital, para afrontar mejor el reto social y económico, en una época marcada por la disminución de los negocios internacionales.

Referencias

- Diccionario de la Real Academia Española. (2022). Emprendimiento. <https://dle.rae.es/emprendimiento>
- Doku, M. y Pacheco, S. (2020). *Emprendimiento en Colombia: una revisión teórica* [Tesis de Especialización, Universidad Simón Bolívar]. <https://hdl.handle.net/20.500.12442/6139>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2019). Dinámica de la actividad empresarial en Colombia. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50496>
- Grajales, J.F. y Osorno, Y.M. (2019). La globalización y la importancia de las TIC en el desarrollo social. *Revista Reflexiones y Saberes*, (11), 2-9.
- López-Orjuela, I.P. (2020). *Deficiencias del emprendimiento en Colombia* [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Colombia]. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/25734/1/Deficiencias%20del%20Emprendimiento%20en%20Colombia%203.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (s.f.). El COVID-19 podría cobrarse casi 25 millones de empleos en el mundo. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_738766/lang-es/index.htm
- Sánchez, J. (2016). Diferencia entre empresario y emprendedor. <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-emprendedor-y-emprendedor.html>