

MEDIDAS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL CARIBE COLOMBIANO

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE SERVICIOS

Liyis Gómez
José María Veciana y David Urbano

LIYIS GÓMEZ

INGENIERA INDUSTRIAL, UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA; MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, UNIVERSIDAD DEL NORTE. CANDIDATO A DOCTOR EN CREACIÓN, ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE EMPRESAS, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA; PROFESORA DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, UNIVERSIDAD DEL NORTE.
(mgomez@unninorte.edu.co)

JOSÉ MARÍA VECIANA Y DAVID URBANO

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA,
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA
(davidurbano@uab.es)

RESUMEN

El propósito de este trabajo es presentar los hallazgos de una investigación realizada en el Caribe colombiano sobre los organismos de apoyo a la creación de empresas. Tomando como marco teórico la teoría económica institucional, se identifican las medidas creadas y las barreras que pueden estar presentándose por el lado de la demanda (conocimiento, utilización y valoración de los programas) y por el lado de la oferta (capacidad para desarrollarlos). Los resultados se comparan con España. La información se obtiene de fuentes primaria y secundaria. Se aplicaron 121 entrevistas, 30 a representantes de organismos de apoyo y 91 a empresarios. En términos generales, los resultados muestran el poco conocimiento y utilización de los programas de apoyo existentes.

PALABRAS CLAVE: Creación de empresas, organismos de apoyo, programas de apoyo, medidas económicas, medidas no económicas, empresarios, nuevas empresas.

ABSTRACT

The aim of this paper is to present the finds of an investigation realized in the Colombian Caribbean on the programs of support to the entrepreneurship. Taking as a theoretical frame the economic institutional theory, there are identified the created programs and the barriers that they can be presenting for the side of the demand (knowledge, utilization and valuation of the programs) and for the side of the offer (aptitude to develop them). The results are compared with Spain. The information is obtained of sources primary and secondary. 121 interviews are applied, 30 to representatives of organizations of support and 91 to entrepreneurs. In general the results show little knowledge and utilization of the existing programs.

KEY WORDS: *Entrepreneurship.*

1. INTRODUCCIÓN

Colombia es un país de contrastes, con abundantes recursos naturales, pero con poca capacidad para producir riqueza. Su organización social es poco eficaz, y con escasas capacidades para restringir las acciones de los individuos (Gómez, 1999, p. 15). Sus arreglos institucionales impiden la suficiente acumulación de capital, y fallan al proveer la seguridad legal, los incentivos económicos y las formas de participación social necesarias para un desarrollo económico sostenible (Kalmanovitz, 2001, p. 89). La creación de nuevas empresas, como elemento clave del desarrollo económico, también es producto de las características institucionales prevalecientes, de sus limitaciones formales e informales y de sus mecanismos de regulación. Dicho de otra manera, el nacimiento de nuevas empresas requiere determinadas condiciones políticas, sociales y económicas para que ello sea posible (Birley, 1987; Kirchoff & Phillips, 1988; Baumol, 1993 y Van de Ven, 1993).

El Gobierno colombiano, consciente de la necesidad de tales condiciones y de las deficiencias de sus arreglos institucionales, comenzó a establecer, desde el inicio de la década de los noventa, leyes y medidas de apoyo a la creación de empresas, que llevaron a la creación de programas y organismos nacionales y locales. Esta investigación aborda el estudio de la oferta y la demanda de servicios de apoyo a la creación de empresas en el Caribe colombiano desde la corriente de la teoría económica institucional liderada por Douglas North.

La teoría económica institucional estudia la creación de empresas bajo el supuesto de que «[...] *la decisión de convertirse en empresario y, por lo tanto, la creación de nuevas empresas está condicionada por factores externos o del entorno*» (Veciana, 1999, p. 21). De esta manera, la capacidad para crear una empresa es percibida como un acto deliberado, circunscrito a un momento y lugar determinado, en el que las limitaciones formales e informales son importantes para el desarrollo de la capacidad emprendedora y la creación de nuevas empresas. Las medidas de apoyo a la creación de empresas, constituidas por normas, leyes y organismos, hacen parte de las limitaciones formales. Como tales, pueden fomentar o inhibir la propensión de una nación o región a crear nuevas empresas. En

esta línea de trabajo existen pocos antecedentes a nivel mundial y ninguno en relación con Colombia.

Se ha estudiado la incidencia de los factores formales e informales en la creación de empresas, pero con escasas excepciones (Urbano & Veciana, 2001; Ahlstrom & Bruton, 2002; Aponte, 2002; Carlsson, 2002; Karlsson & Karlsson, 2002; Urbano, 2003) se ha utilizado un enfoque teórico formal. Urbano & Veciana (2001), Aponte (2002) y Urbano (2003) se centran en el estudio de las limitaciones formales e informales desde la perspectiva de North. Los otros tres (Ahlstrom & Bruton, 2002; Carlsson, 2002; y Karlsson & Karlsson, 2002) lo hacen desde una perspectiva institucional más amplia, sin centrarse en las limitaciones mismas. Urbano & Veciana (2001), Aponte (2002) y Urbano (2003) precisan los factores del entorno que condicionan la creación de empresas en ambientes socioeconómicos particulares¹; para ello se soportan en North (1990), y toman como limitaciones formales el marco legal y las medidas de apoyo globales y específicas².

Esta investigación se circunscribe a las tres principales ciudades del Caribe colombiano, Cartagena, Santa Marta y Barranquilla, porque en Colombia la actividad empresarial está concentrada en las capitales de los departamentos³, y éstas son las capitales más importantes de la región estudiada. Cartagena, Santa Marta y Barranquilla tienen una población de 2.5 millones de personas, con una densidad de 828 habitantes por Km². La mayor concentración de población se presenta en Barranquilla, con un 49%; Cartagena y Santa Marta participan con el 36 y 15% respectivamente. La distancia entre Cartagena y Barranquilla es de 114 km, y de Barranquilla a Santa Marta hay 94 km. Los sectores económicos más representativos de las ciudades estudiadas son la industria, el comercio y los servicios. Estas tres ciudades conforman el corredor portuario y turístico más

1 Urbano y Veciana (2001), al igual que Urbano (2003), hacen su investigación sobre Cataluña, España, y Aponte (2002) sobre Puerto Rico.

2 Las medidas de apoyo se refieren tanto a organismos como a programas/servicios de apoyo a la creación de empresas.

3 Políticamente, Colombia está dividida en 33 departamentos. Barranquilla es la capital del departamento del Atlántico, Cartagena del departamento de Bolívar, Santa Marta del Magdalena y Medellín de Antioquia.

importante del país. Cartagena es reconocida por sus sitios históricos y bahías; Santa Marta, por sus riquezas naturales, paisajísticas, ambientales y el tradicional turismo de sol y playa; Barranquilla, por su idiosincrasia, comercio y acervo cultural.

El objetivo general de la investigación fue identificar las medidas de apoyo a la creación empresas en el Caribe colombiano, enfatizando en los organismos y programas de apoyo desde el punto de vista de su adecuación a las expectativas del nuevo empresario. Específicamente, se busca:

1. Identificar los organismos y programas de apoyo que tienen mayor incidencia en la creación de nuevas empresas en el Caribe colombiano.
2. Determinar el grado de conocimiento, utilización y valoración que tienen los nuevos empresarios del Caribe colombiano de los organismos y programas de apoyo a la creación de empresas.
3. Determinar el grado de adecuación entre los programas y medidas de apoyo a la creación de empresas, y las expectativas del nuevo empresario en la región antes señalada.

2. METODOLOGÍA UTILIZADA

La investigación fue exploratoria - descriptiva, lo que permite una mayor comprensión de un fenómeno no estudiado antes en Colombia, así como identificar sus características. El estudio utilizó dos poblaciones: *organismos de apoyo* a la creación de empresas y *nuevos empresarios*, personas que crearon su empresa entre 1997 y 2002 en Barranquilla y Cartagena. Aunque inicialmente Santa Marta fue incluida en la población de *nuevos empresarios*, tuvo que extraerse por la poca representatividad de la muestra.

La muestra de los representantes de los *organismos de apoyo*, 30, estuvo compuesta por los organismos más relevantes, y fue seleccionada a partir de la revisión de información secundaria y de entrevistas en profundidad con expertos y conocedores del tema a nivel nacional y regional. En este caso, se utiliza el muestreo por juicio. En particular, los organismos seleccionados se escogen de

acuerdo con los criterios utilizados por Aponte (2002) y Urbano (2003), los cuales exigen:

- a. Que exista representación de organismos públicos, privados y mixtos
- b. Que hayan organismos que ofrezcan servicios y programas de tipo económico y no económico
- c. Que existan organismos que ofrezcan servicios y programas destinados a colectivos específicos (mujeres, jóvenes, etc.), como a colectivos generales

La muestra de *nuevos empresarios* 91, (52 para Barranquilla y 39 para Cartagena), se obtuvo de una población de 6.284 empresas registradas en las cámaras de comercio entre 1997 y 2002. Siguiendo la metodología empleada por Urbano (2003), se utiliza el muestreo aleatorio estratificado proporcional, y se elige como variable de estratificación la localización geográfica por ciudad. Barranquilla representa el 54% y Cartagena el 46%. Para la muestra de *nuevos empresarios*, las empresas fueron escogidas con base en los siguientes criterios:

- a. Que la empresa hubiera sido registrada entre 1997 y 2002
- b. Que la empresa fuera de propiedad de una persona o grupo de individuos y no de una gran empresa
- c. Que fuera con ánimo de lucro, y que estuviera constituida jurídicamente

Para la recolección de información se utilizan dos instrumentos diseñados por Veciana, Aponte y Urbano, y adaptados para el caso de Colombia. Uno para la entrevista a *representantes de los organismos de apoyo*, tanto nacionales como regionales, y otro para los *nuevos empresarios*.

3. ORGANISMOS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

3.1. ORGANISMOS INTERNACIONALES Y NACIONALES

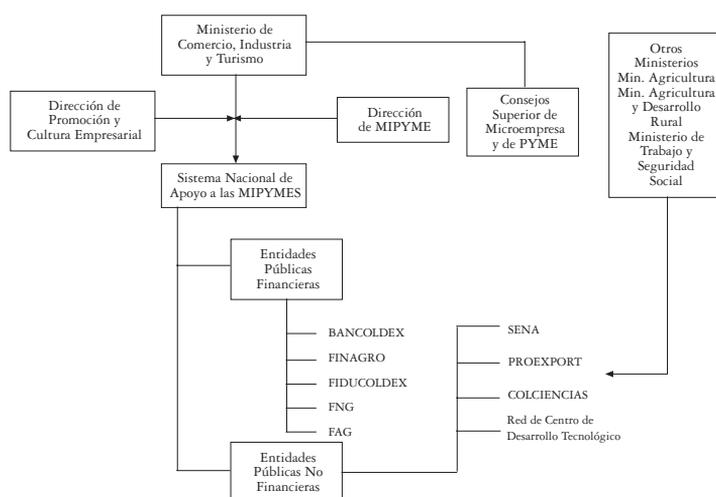
Los primeros organismos de apoyo a la creación de empresas en Colombia surgieron en la década de los noventa, muy a pesar de que ya a finales de 1970 se había creado la primera organización de apoyo a la microempresa, la Fundación Carvajal, en el occidente del país. Al parecer, el no apoyo directo a las nuevas creaciones fue producto de la experiencia individualizada de éste y de los organismos que le presidieron, ya que ello dio lugar al desarrollo desigual de la metodología de prestación de los servicios (Cabal, Hidalgo & Monroy, 1996). Actualmente existen en Colombia organismos internacionales, nacionales y locales de apoyo a las MIPYMES, aunque pocos con líneas específicas para la creación. Los organismos internacionales son en su mayoría ONG's creadas para el desarrollo y asistencia a los países en vía de desarrollo. Los nacionales son entidades públicas, establecidas por el Estado para promover el desarrollo socioeconómico del país, y los locales son, en gran medida, fundaciones privadas sin ánimo de lucro. Ente los organismos internacionales se destacan: el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Fundación Panamericana para el Desarrollo (FUPAD), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Agencia Española para la Cooperación Iberoamericana (AECI).

A nivel nacional se cuenta con el Sistema Nacional de Apoyo a las MIPYMES, creado bajo el marco de la Ley MIPYME⁴ como mecanismo coordinador de la política nacional de fomento a la creación y fortalecimiento de las nuevas empresas. La figura 1 ilustra la composición y funcionamiento del Sistema.

Como se muestra en dicha figura, el Sistema Nacional de Apoyo a las MIPYMES, además de contar con la colaboración de otras entidades públicas, está compuesto por organismos financieros y no financieros. De los primeros hacen parte 6, y de los segundos 4. BANCOLDEX, FINAGRO y FIDUCOLDEX son bancos de segundo nivel, de economía mixta con participación mayoritaria del gobierno nacional. Sus

⁴ Ley 590 de 2000.

recursos son prestados a través de intermediarios financieros previamente autorizados, entre los que se encuentran bancos nacionales e internacionales, corporaciones financieras, compañías de financiamiento comercial, cooperativas y ONG's. El Fondo Nacional de Garantías (FNG) y el Fondo Nacional Agropecuario (FAG) también son organismos de economía mixta con participación mayoritaria del gobierno nacional. Fueron creados para facilitar el acceso a créditos financieros para proyectos viables que no cuenten con las garantías requeridas por el sistema financiero colombiano.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Organismos de apoyo a la creación de empresas: ámbito nacional

De las entidades públicas no financieras, las más destacadas son el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y la Red de Centros de Desarrollo Tecnológico. El SENA maneja el «Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas del Conocimiento» y el Fondo Emprender⁵. Con estos dos mecanismos promueve el establecimiento

⁵ El Fondo Emprender fue creado mediante la Ley 344 de 1996, artículo 16, que obliga al SENA a destinar el 20% de sus ingresos al desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo. Fue creado para financiar iniciativas empresariales

de incubadoras de empresas⁶ y suministra capital semilla⁷. La Red de Centro de Desarrollo Tecnológico surgió en 1995 mediante la Ley de Ciencia y Tecnología⁸, con el propósito de promover la generación y difusión de conocimientos y prestación de servicios tecnológicos. Está compuesta por los centros nacionales de desarrollo tecnológico sectorial, por los centros regionales de productividad e innovación, y por las incubadoras de empresas de base tecnológica y parques tecnológicos.

El Sistema Nacional de Apoyo a las MIPYMES también cuenta con los programas Emprendedores Colombia, Club de Emprendedores y la Cátedra en Creación de Empresas con Impacto Nacional y con Futuro Internacional (CEINFI). De estos tres programas, sólo se pudo constatar la existencia de la Cátedra CEINFI, la cual está siendo implementada a nivel regional.

Paralela a las medidas ofrecidas por el Sistema, se cuenta con el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológicos (FOMIPYME), con ángeles inversores en el centro y occidente del país, con dos fondos de Capital de Riesgo y dos fondos corporativos, que promueven la creación de nuevas empresas en los subsectores de agua, energía, telecomunicaciones y aeronáutica.

3.2. ORGANISMOS EN EL CARIBE COLOMBIANO

Como lo muestra la tabla 1, en el Caribe colombiano existen 11⁹ organismos de apoyo a la creación de empresas. Barranquilla cuenta con cinco. Dos ofrecen tanto medidas económicas como no económicas¹⁰, el SENA y la incubadora de empresas. Uno es una entidad pública, el SENA, otro es mixto, la incubadora, y los demás son privados. Con excepción de la incubadora, los organismos

provenientes y desarrolladas por aprendices (estudiantes del SENA), asociaciones de aprendices, universitarios o profesionales de instituciones reconocidas por el Estado.

6 Se utiliza esta denominación en vez de «viveros de empresas» porque es la usada en Colombia.

7 Fondos de fomento no reembolsable para la creación de empresas.

8 Ley 29 de 1990.

9 Sin contar las universidades.

10 Las medidas económicas no económicas consideradas son: información-orientación, asesoría-acompañamiento, formación, seguimiento e incubación.

trabajan tanto en el apoyo a la creación de nuevas empresas como en el fortalecimiento de las empresas establecidas. Dos de los organismos promueven únicamente la creación de empresas de subsistencia¹¹. Cartagena también tiene cinco organismos, los cuales presentan la misma característica de Barranquilla, en cuanto propiedad y tipo de empresas promovidas. Santa Marta únicamente cuenta con 3 organismos. Uno público y dos privados. Uno de los organismos, la Red Ecolsierra, actúa únicamente en el sector rural.

Tabla 1
Resumen de los organismos y medidas de apoyo
en el Caribe colombiano

ORGANISMOS	MEDIDAS NO ECONÓMICAS					MEDIDAS ECONÓMICAS
	Inform.-Orient.	Asesoría-acomp.	Formación	Seguimiento	Otra	Financiación
Barranquilla						
1. Incubar del Caribe (M)*	X	X	X	X	Incubación	X
2. Actuar Famiempresas Corporación por el Atlántico (P)	X	X	X	X		X
3. Fundación Mario Santo Domingo, Atlántico (P)	X	X	X	X		X
4. Fundaempresa Santo Domingo (P)	X	X	X	X		X
Cartagena						
5. Incubar Bolívar (M)	X	X	X	X	Incubación	X
6. Actuar Famiempresas Corporación por el Bolívar (P)	X	X	X	X		X
7. Fundación Mario Santo Domingo, Bolívar (P)	X	X	X	X		X
8. Fundación Industrial (P)	X	X	X	X		X
Santa Marta						
9. FUNDEMICROMAG (P)	X	X	X	X		X
10. Red Ecolsierra (P)	X	X	X	X		X
Otros Organismos						
11. SENA (Púb.)	X	X	X	X	Incubación	X
Otros organismos						

*M: Mixto, P: Privado, Pub.: Público

¹¹ Según la capacidad para acumular capital, las empresas pueden dividirse en empresas de subsistencia y de acumulación. En las primeras, los ingresos por ventas permiten mantener los medios de trabajo en las condiciones iniciales, adquirir materias primas y recursos para un nuevo ciclo de producción y garantizar precariamente la subsistencia de los trabajadores y propietarios. En las segundas, por el contrario, los ingresos permiten desarrollar los medios de trabajo y los volúmenes de inventario, según las exigencias del mercado (Caballero, Hidalgo & Monroy, 1996).

Según los representantes de los organismos de apoyo, los elementos más problemáticos son: la consecución de recursos y acompañamiento, y la articulación de los diferentes organismos. Los organismos no cuentan con los recursos necesarios para satisfacer las necesidades de los nuevos empresarios. Los recursos económicos provienen del Estado y de organismos nacionales e internacionales, lo que limita su actuación. Las condiciones físicas tampoco son las mejores; con excepción de la Fundación Mario Santo Domingo y Fundemicromag, presentan problemas de instalaciones y equipamiento.

Las universidades comenzaron a participar en la promoción a la creación de empresas en el 2000. En Barranquilla, las universidades del Atlántico, del Norte, Simón Bolívar, San Martín, Libre y la Corporación Universitaria de la Costa (CUC) trabajan, conjuntamente con Incubar del Caribe y la Gobernación del Atlántico, en el establecimiento de centros de creación de empresas universitarios. La Universidad del Atlántico, la CUC y la del Norte ofrecen la asignatura de creación de empresas. La Universidad del Atlántico la ofrece en su Facultad de Ingeniería, al igual que la CUC; la Universidad del Norte, en su Facultad de Ciencias Administrativas e Ingenierías. La Universidad del Norte, además, maneja la Cátedra CEINFI para el Caribe colombiano.

En Cartagena se destaca la Universidad Tecnológica de Bolívar. Es la única universidad en el departamento de Bolívar que cuenta con cursos específicos en creación de empresas. El programa es manejado desde la Facultad de Ingeniería, y desde allí se promueve como mecanismo opcional para la demás facultades. En Santa Marta, dos universidades trabajan la creación de empresas, aunque en forma incipiente: la Universidad del Magdalena y la Universidad Sergio Arboleda. La Universidad del Magdalena implementó en el 2003 la Cátedra Emprendedora y la asignatura Creación de Empresas, manejada desde la Facultad de Ciencias Administrativas, e impartida en forma opcional. La Universidad Sergio Arboleda al momento de esta investigación estaba diseñando el respectivo programa.

La presencia de las gobernaciones y alcaldías¹² es bastante incipiente. Sólo las gobernaciones del Atlántico y de Bolívar

¹² Colombia está dividida políticamente en departamentos, los cuales tienen su capital (sede del gobierno departamental). El gobierno departamental es llamado Gobernación y los gobiernos de las ciudades (municipios) alcaldías.

manifestaron fomentar la creación de empresas. La Gobernación del Atlántico implementó, en el segundo trimestre de 2004, un programa de promoción de la actividad emprendedora, manejado desde la Subdirección de Gestión Empresarial. Desde allí se impulsará la creación de empresas con valor agregado, y la creación de una incubadora agroindustrial en el departamento del Atlántico. La Gobernación de Bolívar cuenta con la Unidad para la Cooperación Nacional e Internacional (UCNI), creada con el propósito de desarrollar políticas y estrategias para el desarrollo de planes, programas y proyectos que permitan la creación de empresas solidarias en el departamento.

4. CONOCIMIENTO, UTILIZACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS ORGANISMOS Y PROGRAMAS DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

4.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS Y DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA

Según el estudio, el nuevo empresario del Caribe colombiano es hombre (63.7%), entre 25 y 34 años de edad (40.7%), con estudios universitarios (60.4%), antecedentes empresariales (73.6%) y sin experiencia previa en creación de empresas (65.9%). Estos resultados contrastan con los de Urbano (2003) sobre España. Los nuevos empresarios de España, al igual que los del Caribe colombiano, son hombres (58% y 63.7%). Tienen antecedentes de empresarios en la familia (68.3% y 73.6%). En España, las edades superan los 40 años (38.3%)¹³; en el Caribe colombiano el promedio está entre 25 y 34 años (40.7%). Los nuevos empresarios españoles tienen un nivel de estudio secundario (38.3%), mientras que los de Colombia son universitarios (60.4%), además, los empresarios españoles tienen experiencia previa en crear empresas (75%) y los del Caribe colombiano no (65.9%).

A su vez, las empresas del Caribe colombiano pertenecen al sector comercio (47.3%) y a un solo propietario (33%). Son de responsabilidad limitada (51.6%), financiadas con ahorros propios

¹³ Rango 45-55 años (38.3%)

(74.7%), con menos de 10 empleados (70.3%), menos de 21 mil euros de facturación (83.5) y de baja tecnología (95.6%). La alta participación del sector comercio concuerda con los resultados de la Encuesta Nacional de Microestablecimientos de Comercio, Servicio e Industria 2000, del DANE, que señalan este sector como el de mayor participación en toda Colombia.

En relación con España, las nuevas empresas son fabricantes (33.3%), de propiedad de personas no familiares (41.7%) y de responsabilidad limitada (66.1%). Las diferencias significativas estarían por el lado del sector y del número de propietarios. Estas diferencias confirman el hecho de que las economías desarrolladas se ubican en mayor medida en los sectores industrial y de servicios, con mayor participación de sociedades de varias personas, que es la característica de los resultados de España

4.2. CONOCIMIENTO Y UTILIZACIÓN DE LOS ORGANISMOS Y PROGRAMAS DE APOYO

La tabla 2 resume los resultados de las entrevistas en términos del conocimiento y utilización de los organismos de apoyo a la creación de empresas. Se destaca el alto índice de no conocimiento de algún organismo de apoyo (50.5%). El organismo más conocido es la Fundación Mario Santo Domingo (37.4%). Le siguen el SENA (28.6%), Fundaempresa Santo Domingo (25%) e Incubar del Caribe (25%), y Actuar Famiempresas Atlántico (23.1%). El menos conocido es Incubar Bolívar (5.1%). En un nivel medio se encuentran Indufrial (17.9%) y Actuar Famiempresas Bolívar (15.4%).

Los resultados son coherentes con las características de los organismos y la dinámica económica de las ciudades en las que están ubicados. Los dos organismos más conocidos tienen un radio de influencia mayor, tanto geográfica como temáticamente, además de mayor tiempo de funcionamiento. La Fundación Mario Santo Domingo fue el primer organismo de apoyo microempresarial en el Caribe colombiano (1960), opera en Barranquilla y Cartagena, y en esta última ciudad trabaja tanto con empresas de subsistencia como de acumulación. El SENA fue creado en 1957 y es la primera

entidad de formación técnica en el país, y apoya todos los sectores económicos. Los organismos menos conocidos se encuentran en Cartagena (Incubar Bolívar y Actuar Famiempresas), lo que es coherente con la dinámica empresarial de Colombia. Barranquilla es la cuarta ciudad del país con el segundo puerto marítimo en importancia¹⁴, mientras que Cartagena se ha caracterizado más por el turismo, y éste ha sufrido un fuerte estancamiento en los últimos años.

También es alto el índice de no utilización de algún organismo de apoyo (85.7%). El organismo más utilizado es Fundaempresa Santo Domingo (7.7%), localizado en Barranquilla. Le siguen Incubar del Caribe y la Fundación Mario Santo Domingo (5.8% y 5.5%), también en Barranquilla. Respecto a Cartagena, el más utilizado es Indufrial (5.8%).

Tabla 2
Conocimiento y utilización de organismos de apoyo a la creación de empresas

ORGANISMO	CONOCIMIENTO	UTILIZACIÓN
Fundación Mario Santo Domingo	37.4	5.5
SENA	28.6	4.4
Fundaempresa Santo Domingo	25.0	7.7
Incubar del Caribe	25.0	5.8
Actuar Famiempresas Atlántico	23.1	-
Fundación Indufrial	17.9	5.1
Actuar Famiempresas Bolívar	15.4	2.6
Incubar Bolívar	5.1	-
No conoce ningún organismo	50.5	
No utiliza ningún organismo		85.7

Los programas más conocidos son los no económicos. Dentro de éstos están el servicio de información-orientación de la Fundación Mario Santo Domingo (35.2%), el de información-orientación del SENA (27.5%) y el de capacitación en creación de empresas de este mismo organismo (22%). El servicio menos conocido es el de la línea de crédito de Incubar Bolívar (5.1%). El programa más utilizado también es uno no económico, el de información-orientación de Fundaempresa (7.7%). El programa

¹⁴ El puerto más importante en Colombia es el de Buenaventura, en el Pacífico.

económico más utilizado es la línea de crédito de la Fundación Mario Santo Domingo (5.5%).

El grado de conocimiento de los organismos de apoyo en el Caribe colombiano es similar al de España. El Caribe colombiano presenta un 50.5% de no conocimiento de ningún organismo de apoyo y España un 59.3%. En relación con la utilización, la diferencia es bastante grande. Los nuevos empresarios españoles han utilizado algún organismo de apoyo un 20.0%, contra una no utilización del 85.7% del Caribe colombiano.

4.3. VALORACIÓN DE LOS ORGANISMOS Y PROGRAMAS UTILIZADOS

La tabla 3 indica la valoración que los nuevos empresarios del Caribe colombiano hacen de los organismos y programas de apoyo a la creación de empresas utilizados. Es difícil concluir en relación con este aspecto, debido a la poca utilización de los organismos y programas (14.3%); sin embargo, como se muestra más adelante, la opinión general de los nuevos empresarios sobre las medidas de apoyo ofrecidas podría confirmar los resultados.

Tabla 3
Valoración de los organismos y programas utilizados

ORGANISMO Y PROGRAMA	VALORACIÓN (%)			
	Muy positiva	Positiva	Negativa	Ni positiva ni negativa
Fundación Mario Santo Domingo				
Información-orientación		50.0	16.7	33.3
Línea de crédito		50.0	16.7	33.3
Capacitación en CE		33.3	50.0	16.7
		100.0		
SENA	25.0	75.0		
Información-orientación	25.0	50.0		25.0
Capacitación en CE	50.0	50.0		
Fundaempresas		50.0	25.0	25.0
Información-orientación		50.0		50.0
Línea de crédito			100.0	
Capacitación en CE		100.0		
Incubar del Caribe		66.7		33.3
Información-orientación		100.0		
Línea de crédito				100.0
Capacitación en CE		100.0		
Incubación				100.0

Actuar Famiempresas Bolívar		100.0
Información-orientación		100.0
Indufrial	100.0	
Información-orientación	50.0	50.0
Línea de crédito	100.0	
Capacitación en CE	50.0	50.0
Capacitación técnica	100.0	

El organismo mejor valorado es el SENA. El 25% lo valora muy positivamente y el 75% positivamente. También sus programas son bien valorados; se encuentran en la categoría «muy positiva» y «positiva», con excepción del servicio de información-orientación, que tiene un 25% en «ni positiva ni negativa». Le siguen Indufrial, valorado positivamente en un 100%; Incubar del Caribe, 66.7% «positiva» y 33.3% «ni positiva ni negativa»; la Fundación Mario Santo Domingo, 50% «positiva», 16.7% «negativa» y 33.3% «ni positiva ni negativa»; Fundaempresa, 50% «positiva», 25% «negativa» y 25% «ni positiva ni negativa». En relación con Actuar Famiempresas Bolívar, valorada un cien por cien «ni positiva ni negativa», no se puede concluir por cuanto se valoró un solo servicio, el de información-orientación.

Los programas mejor valorados son los no económicos. El 13.9% los valora «muy positiva», el 64% «positiva», el 16.7% «ni positiva ni negativa», y sólo un 2.7% «negativa». Los programas económicos tienen una valoración «negativa» (44.5%), que no alcanza a ser contrarrestada con el resto de las valoraciones, ya que un alto porcentaje (22.2%) se ubica en «ni positiva ni negativa». Este resultado puede estar relacionado con la insuficiencia de recursos (89.1%) y las altas trabas burocráticas (55.5%), señalados por los nuevos empresarios como elementos problemáticos.

En cuanto a las comparaciones con España, si bien los empresarios españoles no valoraron «muy positiva» ninguno de los programas, los programas no económicos son mejor valorados en el Caribe colombiano. En relación con los económicos, los resultados se asemejan a los de España; tiene una alta valoración «negativa» (50%), al igual que el Caribe colombiano (44.5%).

4.4. ADECUACIÓN ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS PROGRAMAS DE APOYO

Como se anotó anteriormente, de los programas utilizados los mejor valorados son los no económicos. Los programas económicos tienen una valoración negativa del 44.5%. La tabla 4 resume la importancia atribuida por los nuevos empresarios del Caribe colombiano a los programas utilizados. Mientras los programas no económicos presentan un nivel de importancia más uniforme, son calificados como «muy importantes» en un 18.9%, «importantes» en un 54.1% y «nada importante» en un 27.0%, los económicos tienden a centrarse en la categoría «importante» (75%). Este hecho podría significar que a pesar de no ser valorados positivamente, los programas económicos están entre las medidas de apoyo a la creación de empresas más importantes, tal como lo señalan diversos estudios (Gartner, 1985; Storey, 1985; Cooper & Gimeno, 1992, Bates, 1997; Carlsson, 2000; Kiggundo, 2002; Trulsson, 2002).

Tabla 4
Importancia de los programas de apoyo utilizados
en el Caribe colombiano

IMPORTANCIA	
Programas económicos	
- Muy importante	
- Importante	75.0%
- Nada importante	25.0%
Programas no económicos	
- Muy importante	18.9%
- Importante	54.1%
- Nada importante	27.0%

Al comparar las «valoraciones» con la «importancia» otorgada a los programas utilizados, se encuentra que las valoraciones «muy positiva» y «positiva» de 13.9 y 64% respectivamente, de los programas no económicos corresponden a los programas de *información-orientación* del SENA, de la Fundación Mario Santo Domingo, de Fundaempresa, de Incubar del Caribe y de Indufrial; a los *programas*

de capacitación en creación de empresas del SENA, de la Fundación Mario Santo Domingo, de Fundaempresas, de Incubar y de Indufrial; y al *programa de capacitación técnica* de Indufrial. La valoración «ni positiva ni negativa» es para los *programas de información-orientación* de cuatro de los organismos señalados; y la «negativa» también para el *programa de información-orientación* de uno de ellos. Este programa es, además, el más calificado como «nada importante». En este sentido, y de acuerdo a las razones del por qué de la calificación, el *programa de información-orientación* no se ajusta a las expectativas del nuevo empresario. En la mayoría de los casos se señala que la información-orientación obtenida no genera mayor valor agregado y que, por lo tanto, su uso no tiene mayor incidencia en el éxito o fracaso del proceso de creación de la empresa.

El *programa de capacitación en creación de empresas* es valorado en dos de los casos como «muy positivo», y sólo en 1 como «nada importante». El *programa de capacitación técnica* también es bien valorado; el único utilizado se encuentra en «muy positivo» e «importante». En cierta medida, esto podría contrastar con los resultados de las dificultades encontradas y de las mejoras que se implementarían. En el primer caso, la formación es el segundo elemento de dificultad y en el segundo está en tercer lugar. Analizando cualitativamente la información obtenida, sin embargo, se encuentra que la dificultad de «formación» está más asociada a los requerimientos del nuevo empresario al momento de iniciar su proyecto empresarial que con falencias en los programas. Esto, junto con las valoraciones hechas, permite afirmar que los organismos de apoyo están ofreciendo programas de capacitación adecuados a las expectativas de los nuevos empresarios.

La valoración negativa (44.5%) que los nuevos empresarios otorgan a los programas económicos corresponde a la *línea de crédito* de la Fundación Mario Santo Domingo, en la que tres de las cinco veces que se utiliza es calificada negativamente, y a la *línea de crédito* de Fundaempresa. El 33.3% de valoración positiva se distribuye entre la *línea de crédito* de la Fundación Mario Santo Domingo y la *línea de crédito* de Indufrial. El 22.2% valorado ni positiva ni negativamente ubica, otra vez, a la *línea de crédito* de la Fundación Mario Santo Domingo y a la *línea de crédito* de Incubar del Caribe.

Analizados cualitativamente los resultados, se encuentra que estas valoraciones pueden estar en función del monto del préstamo y de los requisitos exigidos por los organismos. La Fundación Mario Santo Domingo, según señalaron los empresarios entrevistados, ofrece montos muy pequeños que además de no cubrir significativamente las necesidades del nuevo empresario, no compensa los requisitos y trámites exigidos. Fundaempresa, a pesar de ser considerada una buena entidad en términos de los servicios ofrecidos, es calificada negativamente en relación con su línea de crédito porque sus préstamos son otorgados a través de instituciones financieras que manejan altas tasas de interés. La línea de crédito de Incubar del Caribe está en un nivel ambiguo, ni positivo ni negativo; según se expresó, la calificación está en función del hecho de que al no manejar fondos propios sino los provenientes del SENA y de instituciones financieras, también presenta grandes dificultades al momento de apoyar a sus usuarios. Teniendo en cuenta la importancia del 75% otorgada a los programas económicos, a su alta valoración negativa (44.5%), al porcentaje de la dificultad otorgado a financiación (36.3%) y a acompañamiento y recursos (25.3%), se puede afirmar que las medidas económicas ofrecidas por los organismos existentes no se ajustan a las expectativas y/o necesidades los nuevos empresarios.

La valoración general de las medidas de apoyo es negativa. La tabla 5 resume las valoraciones hechas por los nuevos empresarios. Tanto en Barranquilla como en Cartagena señalan que las medidas son poco acertadas y poco útiles (65.4% y 53.9%), no se adecuan a las necesidades del empresario (67.3% y 64.2%), son insuficientes (76.5% y 84.6%) y que existen demasiadas trabas burocráticas para obtenerlas (57.7% y 56.4%). También consideran que no son conocidas (82.6% y 87.2%) ni se utilizan demasiado (78.9% y 92.3%). Esto confirma los resultados antes mostrados respecto a que sólo el 49.5% de los nuevos empresarios entrevistados conoce los organismos de apoyo, y de ellos los utiliza una minoría, 14.3%. Al comparar algunos de estos datos con los correspondientes a las dificultades presentadas, se encuentra que las valoraciones de medidas poco acertadas y poco útiles, no adecuadas a las necesidades del empresario, insuficientes y con demasiadas trabas, coinciden con

varias de las dificultades. Las primeras tres valoraciones podrían estar relacionadas con las dificultades de financiamiento, formación y consecución de recursos. La cuarta se refleja en los problemas asociados a requisitos y trámites, e impuestos y costes.

Tabla 5
Valoración general de las medidas de apoyo

	TOTAL CARIBE	BARRANQUILLA	CARTAGENA
- Son poco acertadas y poco útiles	60.4%	65.4%	53.9%
- Son inadecuadas a las necesidades del empresario	60.0%	67.3%	64.2%
- Inciden en el éxito del proceso de creación de una empresa	51.7%	46.2%	59.0%
- Son insuficientes	89.1%	76.5%	84.6%
- Existen demasiadas trabas burocráticas para obtenerlas	55.5%	57.7%	56.4%
- Es mejor que existan las ayudas oficiales y no dejar al empresario en libertad de actuación	91.3%	90.4%	92.3%
- No son suficientemente conocidas	84.6%	82.6%	87.2%
- No se promocionan eficientemente	75.8%	78.8%	71.8%
- No se utilizan demasiado	84.6%	78.9%	92.3%

5. CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES E IMPLICACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

5.1. CONCLUSIONES

La investigación arrojó las siguientes conclusiones:

1. *La poca incidencia de los organismos de apoyo internacional en la generación de empresas de acumulación.* Con excepción del BID y la Agencia Española de Cooperación, los recursos de los organismos internacionales están dirigidos a la creación de empresas en poblaciones desplazadas, y es altamente cuestionable si este tipo de población está en capacidad de crear empresas de acumulación.
2. *La poca presencia regional de los organismos nacionales.* A pesar de la creación del «Sistema Nacional de Apoyo y Promoción de las MIPYMES», es poca la participación de los organismos de

apoyo del Sistema; con excepción de las entidades financieras y del SENA, el desconocimiento de ellos es alto.

3. *El alto porcentaje de desconocimiento (49.5%) y de no utilización (14.3%) de los organismos y programas de apoyo a la creación de empresas.* Tanto los representantes de los organismos de apoyo como los nuevos empresarios entrevistados son conscientes de este problema. Los representantes manifestaron estar conscientes de la poca promoción de las medidas ofrecidas; pero adujeron que esto no era fácil de solucionar porque la escasa promoción estaba directamente relacionada con la escasez de recursos disponibles, y que, por lo tanto, promocionar demasiado era generar falsas expectativas.
4. *La valoración negativa de los programas económicos de un 44.5% contra una valoración positiva del 33.3%.* Esto podría estar directamente relacionado con la disponibilidad y capacidad de los organismos existentes para proveer líneas de créditos. Como se dijo anteriormente, la mayoría de estos organismos proveen recursos de «subsistencia» que impiden suplir las necesidades del proceso de creación de empresas de acumulación. A esto habría que sumarle el hecho de que para proveer préstamos significativos hay que hacerlo a través de las entidades financieras de primer piso, y éstas, además de no facilitar créditos para la creación, manejan altas tasas de interés.
5. *La valoración positiva de los programas no económicos, especialmente los de capacitación.* Esto lleva a afirmar que la formación impartida por los organismos existentes es bien calificada, a pesar de que al inicio del proceso de creación la formación es una de las mayores necesidades de los empresarios.

5.2. ALGUNAS RECOMENDACIONES

1. Mayor participación de las gobernaciones y alcaldías, con el propósito de que haya más presencia del Estado en este tipo de promoción. Las agencias de desarrollo local, modelo de

promoción que está trabajando la Alcaldía de Medellín (centro del país), podrían ser consideradas para el caso del Caribe colombiano.

2. Trabajarle a la articulación de los diferentes organismos, de manera que se puedan aunar esfuerzos para fomentar la creación de nuevas empresas. Un buen ejemplo es el que se viene trabando en Antioquia con la Red de Emprendimiento de Antioquia. Esto podría ser liderado por las gobernaciones con el apoyo directo de las universidades y el SENA.
3. Los organismos existentes y el Estado deben promocionar más efectivamente los programas y servicios ofrecidos a fin de que los potenciales nuevos empresarios puedan hacer posibles sus proyectos empresariales.
4. Promover la creación de fondos de capital de riesgo, ángeles inversores y demás mecanismos de financiación privada, mediante el establecimiento de incentivos económicos viables.

BIBLIOGRAFÍA

- AHLSTROM, D. & BRUTON, G. (2001). Learning from successful local private firms in China: Establishing legitimacy. *Academy of Management Executive*, 15(4).
- APONTE, M. (2002). *Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: un enfoque institucional*. Tesis doctoral, dirigida por el Dr. José María Veciana. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- BAUMOL, W. (1986). Entrepreneurship and century of growth. *Journal of Business Venturing*, 1, 141-186.
- BAUMOL, W. (1993). Formal entrepreneurship theory in economics: existence and bounds. *Journal of Business Venturing*, 8, 197-210.
- BATES, T. (1997). Financing small business creation: The case of Chinese and Korean immigrant entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 12, 109-124.
- BIRLEY, S. (1987). New ventures and employment growth. *Journal of Business Venturing*, 2, 155-165.
- CABAL, M.; HIDALGO, M. & MONROY, P. (1996). Diseño de un sistema de evaluación del impacto de los servicios de apoyo a las microempresas en Colombia. Universidad de los Andes: Facultad de Economía-CEDE.
- CARLSSON, B. (2002). Institutions, entrepreneurship, and growth: Biomedicine and polymers in Sweden and Ohio. *Small Business Economics*, 19 (2), 105-122.
- COOPER, A. y GIMENO, F. (1992). Entrepreneurs, processes of founding and new firm performance. En D. Sexton & J. Kasarda. *The state of the art of entrepreneurship* (p. 301-340). Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- GARTNER, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- GÓMEZ, B. (1999). El despertar nacional. En A. López et al. *¿Para dónde va Colombia?* (pp. 3-42). Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- KALMANOVITZ, S. (2001). *Las Instituciones y el Desarrollo Económico en Colombia*. Bogotá: Norma.
- KARLSSON, Ch. & KARLSSON, M. (2002, sept.). Economic Policy, Institutions and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 19(2), 163-183.
- KIGGUNDU, M. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done. *Journal of the Developmental Entrepreneurship*, 7(3), 239-258.
- KIRCHHOFF, B. & PHILLIPS, B. (1988). The effect of firm formation and growth on job creation in the United States. *Journal of Business Venturing*, 3(4), 261-272.
- NORTH, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge, University Press. (Versión en castellano), *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993.
- NORTH, D. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México: Fondo de Cultura Económica.
- STOREY, D.J. (1985). The problems facing new firms. *Journal of Management Studies*, 22(3), 327-345.
- TRULSSON, P. (2002). Constraints of Growth-Oriented Enterprises in the southern and Eastern African Region. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7 (3), 331-339.

- URBANO, D. & VECIANA, J. (2001). *Marco institucional formal de la creación de empresas en Cataluña: oferta y demanda de servicios de apoyo*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- URBANO, D. (2003). *Factores condicionantes de la creación de empresas en Cataluña: un enfoque institucional*. Tesis doctoral, dirigida por el Dr. José María Veciana. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- VAN DE VEN, A. (1993) The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 211-230.
- VECIANA, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.