

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS FACTORES CLAVES ENTRE CALI Y
OTROS ECOSISTEMAS LÍDERES EN EL ÁMBITO MUNDIAL EN
EMPRENDIMIENTO.**

**Leonardo Gómez Sanjuán
0745947-3751**

**Trabajo para optar por el título de
Ingeniero Industrial**

**DIRECTORA
Gladys Rincón Bergman**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
2016**

CONTENIDO

	Pág
RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	6
MARCO TEÓRICO.....	7
GENERALIDADES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO.....	7
EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO A TRAVÉS DEL TIEMPO.....	8
DEFINIENDO EL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO.....	9
1. INCENTIVOS Y HERRAMIENTAS MÁS NOTORIOS EN LA PLANIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	11
1.1 PROGRAMAS E INCENTIVOS.....	11
1.2 HERRAMIENTAS MÁS USADAS POR LAS ENTIDADES QUE ESTUDIAN EL EMPRENDIMIENTO.....	14
1.3 COMPARACIÓN DE COMPLEJIDAD ENTRE LOS INCENTIVOS Y LAS HERRAMIENTAS DE ESTUDIO.....	18
2 COMPARACIÓN DEL ECOSISTEMA SANTIAGO DE CALI Y OTROS ECOSISTEMAS DE EMPRENDIMIENTO.....	20
2.1 CRITERIOS DE ESTUDIO DE OPINIO.....	20
2.2 MEDICIÓN COMPARATIVA DEL ECOSISTEMA VALLE DEL CAUCA.....	27
2.4 MUESTRA DE EMPRESAS MÁS EXITOSAS EN CALI.....	42
3. PROPUESTA DE ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO PARA SANTIAGO DE CALI.....	43
3.1 ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO.....	43
3.2 PROPUESTAS DE IDEAS GENERALES PARA LA MEJORA DEL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO EN SANTIAGO DE CALI.....	45
3.3 ¿QUÉ SE PUEDE HACER MIENTRAS TANTO?.....	47
4. CONCLUSIONES.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	50
ANEXOS.....	53
ANEXO 1. ENCUESTA DE EMPRESAS LÍDERES REALIZADA POR EL PAÍS.....	53
ANEXO 2. GRÁFICOS DE GEM.....	54
ANEXO 3. TABLA WEF.....	56

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 COMPARATIVO ATRIBUTOS GEDI	20
TABLA 2 COMPARATIVO PUNTUACIONES OPINNO	21
TABLA 3 CLASIFICACIÓN CPC GENERAL Y POR FACTORES	28
TABLA 4 SUB CLASIFICACIONES CPC	29
TABLA 5 SUBTEMA INNOVACIÓN Y DINÁMICA EMPRESARIAL CPC	29
TABLA 6 INDICADORES GEDI PARA COLOMBIA.	38
TABLA 7 ENFOQUE GEDI POR RANGO DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	44

LISTA DE IMÁGENES

IMAGEN 1 NEGOCIO RECOMENDADO KLOB	13
IMAGEN 2 MODELO CANVAS	14
IMAGEN 3 ENCUESTA AUTO EVALUATIVA	16
IMAGEN 4. ENTORNO EMPRESARIAL, COMPONENTES.	17
IMAGEN 5. INDICADORES DE ESTADOS UNIDOS SEGÚN EL GEDI.	22
IMAGEN 6. INDICADORES DE OPINNO PARA ESTADOS UNIDOS.	22
IMAGEN 7 INDICADORES DE INGLATERRA SEGÚN EL GEDI	23
IMAGEN 8 INDICADORES DE OPINNO PARA INGLATERRA	24
IMAGEN 9 INDICADORES DE ALEMANIA SEGÚN EL GEDI	24
IMAGEN 10 INDICADORES DE OPINNO PARA ALEMANIA	25
IMAGEN 11 INDICADORES DE CHILE SEGÚN EL GEDI	25
IMAGEN 12 INDICADORES DE OPINNO PARA CHILE	26
IMAGEN 13 INDICADORES DE ISRAEL SEGÚN EL GEDI	26
IMAGEN 14 INDICADORES DE OPINNO PARA ISRAEL	27
IMAGEN 15 COMPARATIVO VALLE DEL CAUCA	30
IMAGEN 16 DEBILIDADES DE LOS FACTORES PARA INNOVAR Y EMPRENDER, SEGÚN CONPES	31
IMAGEN 17 APOYO DIRECTO A LAS START-UP EN AMÉRICA LATINA. COMPARACIÓN 2012	32
IMAGEN 18 ESTADO ACTUAL DEL FINANCIAMIENTO DE LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA	32
IMAGEN 19. PORCENTAJE DE RECEPCIÓN DE INVERSIONISTAS INFORMALES.	33
IMAGEN 20. PORCENTAJE DE NEGOCIOS INFORMALES.	34
IMAGEN 21. PORCENTAJE DE NEGOCIOS CREADOS POR NECESIDAD.	35
IMAGEN 22. PORCENTAJE CON MIEDO AL FRACASO.	36
IMAGEN 23. LISTADO MUNDIAL GEI.	37
IMAGEN 24. COMPARATIVO PRIMEROS OPINNO 2013.	39
IMAGEN 25. COMPARATIVO PRIMEROS GEDI 2015.	40
IMAGEN 26 COMPARATIVO SEGÚN WEF	41

RESUMEN

Este trabajo pretende mostrar parte de la situación del ecosistema de emprendimiento de Cali; ya que en este momento se cuenta con muchas ayudas e incentivos que la gente no sabe aprovechar. Aun así, las cosas pueden mejorar. Existen líderes mundiales en emprendimiento, a los cuales se les puede hacer un seguimiento y alcanzar condiciones parecidas, para de esta manera mejorar las situaciones de emprendimiento en la ciudad. Ante la situación de desempleo nacional y el crecimiento del trabajo informal es importante prestar atención a otras opciones además del crecimiento académico.

Este trabajo presenta conceptos teóricos, ayudas con las que se cuenta y cómo estar al lado de los mejores en cuanto a ecosistemas de emprendimiento, finalmente se propone un plan para mejorar las condiciones actuales de emprendimiento en Santiago de Cali

Palabras clave: Emprendimiento, Ecosistema, Cali, Colombia, Empresas, Mundial, 2015, Incentivos, Herramientas.

INTRODUCCIÓN

En el siglo XIX y XX el futuro laboral estaba garantizado si se contaba con un título profesional, ahora en el siglo XXI “tener título profesional, postgrado o técnico no es suficiente”, como expone (BiiaLab, 2014). Así, el mercado se encuentra a la espera de recibir a quienes puedan levantarse ante la escasez de oportunidades de empleo. De allí surge el emprendimiento, cuando las personas empiezan a formar sus fuentes de ingreso de una forma más autónoma. Lo que (Hoselitz, 1951) nombraría: *Entreprendre* “Hacer algo”; es decir una persona activa, que consigue las cosas haciendolas. Hoy el emprendimiento se desarrolla desde las microempresas hasta las grandes corporaciones, ya sea por manufactura o servicios. Autores como (Varela, 2001) y (Shulman, 2003) dedicaron importantes estudios para confirmar que este tipo de personas poseían determinadas características, actitudes y perfiles. Así mismo confirmaban que no era nada sencillo iniciar un emprendimiento y muchos eran los que fracasaban.

Si bien son bastantes autores, para una introducción, el resto del documento igualmente abunda en referencias a teóricos que han establecido perfiles y estudios sobre el papel de la familia en la realización de proyectos de emprendimiento, como (Garcia, 2002) y (Hopkins, 2004)

Teniendo en cuenta todos estos aspectos, este trabajo de grado se centra en el estudio de varios factores teóricos, para luego proponer un avance que permita estimular el ecosistema de emprendimiento en Santiago de Cali, a partir de cuestionar ¿Qué le podría faltar a Cali para mejorar sus indicadores de emprendimiento, en comparación con ecosistemas cuyos indicadores son mejores y qué se puede hacer para estar más cerca de los mejores?

El capítulo 1 veremos varios ejemplos de incentivos y herramientas con los que cuenta un emprendedor en Cali, el capítulo 2 hace un diagnóstico sobre el Valle del Cauca y Colombia, en comparación mundial; y el capítulo 3 presenta una serie de propuestas para mejorar la parte del emprendimiento en Santiago de Cali, finaliza con unas conclusiones interesantes acerca del emprendimiento.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar las diferencias más significativas entre ecosistemas con emprendimiento más duradero y mejor planeado y el ecosistema evaluado en la ciudad de Cali, para proponer algunas soluciones al problema de madurez y mejorar la calidad del emprendimiento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar los métodos, herramientas e incentivos más notorios de planificación de emprendimiento.
2. Realizar las comparaciones entre Cali y los casos a nivel mundial que son más exitosos.
3. Proponer un ecosistema para la ciudad de Cali y una serie de propuestas para mejorar el emprendimiento de Cali desde la Universidad del valle.

MARCO TEÓRICO

GENERALIDADES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

Para establecer un fundamento teórico que permita desarrollar el objetivo de este trabajo, en relación a constituir las características de los ecosistemas emprendedores, para posteriormente realizar comparaciones en Cali, es necesario empezar por reconocer a quienes fueron dando forma al término, en principio, como ya se mencionó (Hoselitz, 1951) le dio un nombre, relacionado con el “Hacer Algo” con el ser activo, todo lo contrario a la pasividad. Esta necesidad de hacer cosas debe surgir de un espíritu empresarial, que se refuerza cuando las personas estudian las técnicas para construir empresa, esto significa según (Varela, 2001) que para ser emprendedor se requiere estar preparado desde adentro.

Por su parte (Shulman, 2003), agrega que se debe ser sumamente paciente y persistente, esto debido a que no todo estará a favor del emprendedor, antes por el contrario, la constancia garantiza que las adversidades pueden ser sorteadas a fin de fortalecer el deseo de salir adelante.

Así, el informe del (GEM, Global Entrepreneurship Monitor, 2014) se ha enfocado en el entendimiento del rol que tiene la actividad empresarial, dentro del análisis del crecimiento económico y de la competitividad de los países, vista desde dos agentes: las nuevas empresas y las empresas establecidas. Lo más importante según este informe es que hay mucho por hacer y es necesario empezar pronto. En tanto (BiaLab, 2014) habla de la revolución de la educación, puesto que se debe fundamentar el espíritu emprendedor. Al tiempo que refuerza la idea del emprendimiento como un generador de empleo que permite ampliar las ocupaciones de quienes ahora se encuentran desempleados. No debe desconocerse entonces la relación directa que existe entre el emprendimiento, la economía, el desarrollo y la prosperidad.

En América Latina la situación resulta muy oportuna, pues como menciona (Sparano, 2014):

El Emprendimiento es un proceso que con el transcurso del tiempo, ha venido causando en América latina un impacto positivo en la creación de empresas, fenómeno que coadyuva a la generación de empleos, mejorando su eficiencia en la productividad y lograr un nivel de competitividad en mercados nacionales e internacionales.
(p. 1)

Bajo esta concepción del emprendimiento como actividad y teniendo en cuenta sus alcances a nivel de continente, los apartados que se presentan a continuación, se enfocan en definiciones, métodos, herramientas e incentivos que sobresalen en la planificación del emprendimiento en el contexto colombiano.

EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO A TRAVÉS DEL TIEMPO

Al tratar de establecer una evolución del término, es posible remitirse a autores del siglo pasado que reconocieron en modelos del siglo XVII y XVIII, algunos calificativos del término emprendedor asociado los arquitectos y constructores, (Vérin, 1982). La analogía con el empresario está dada en las distintas actividades que debe llevar a cabo para que la empresa funcione: planear, ejecutar, dirigir y controlar.

Conforme va desarrollándose el pensamiento económico clásico (Cantillón, 1758) plantea que el emprendedor:

Se describe como el hombre racional por excelencia, que actúa en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones. (p 30)

Esta definición, en tanto vincula la incertidumbre y la competencia, es muy relevante para este estudio, ya que se trata de identificar aquellos factores que hacen de Cali un ecosistema de emprendimiento con características como las que se expondrán más adelante, cuando se pase a realizar un análisis comparativo con otros ecosistemas mundialmente reconocidos.

Pero es definitivamente con (Turgot, 1766) que se empiezan a explorar los riesgos a los que debe enfrentarse el emprendedor; riesgos que asume consciente de poseer un capital que le respalda. Este autor reconoce algunas maneras de emplear el capital, que para el ecosistema explorado (Santiago de Cali) puede provenir de entidades gubernamentales o del sector privado: comprar terrenos, invertir en agricultura, acceder a la producción industrial, incursionar en los negocios o hacer préstamos a tasa de interés compuesta. Cada una de estas actividades reporta diferentes ganancias, al igual que actividades a realizar, si bien debe conservar el espíritu emprendedor que las fortalecen

Si el emprendedor es un ser racional que deliberadamente inicia una actividad en busca de obtener beneficios económicos, solucionar un problema o transformar un

artículo ya existente, es probable que existan distintas formas de emprendedores. Así (Rodríguez, 2009) manifiesta que:

el concepto de emprendedor se caracterizaba por dos tipos de individuos: el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocido por sus características personales; y el rey o jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas, y era reconocido por sus funciones. (p. 97)

Contextualizada esta diferenciación entre el emprendedor aislado, más dado al azar y a la hazaña; del emprendedor jefe, más metódico y planificado. La ciudad de Cali, posee ecosistemas en ambos extremos al igual que en el centro y demás gradaciones que quieran hacerse. Esto implica reconocer la segmentación que tiene el municipio según actividades económicas y tendencias de emprendimiento. Diferenciando también al emprendedor del inversionista, dos conceptos que (Casson, 1982) identifica tras mirar en detalle la forma de comportarse tanto personalmente como en sus actividades económicas a la persona que se considera emprendedor.

Las referencias aquí mencionadas, bien podrían ser muchas más, si se quisiera ahondar en autores como (Smith, 1997), (Weber, 1984), quienes también expusieron sus apreciaciones sobre el emprendimiento empresarial, algunas veces manifestando que el emprendedor que desee ser innovador verdadero debe ser desconfiado, individualista y competitivo. No obstante bastará con decir que el emprendedor es alguien singular, pero que se une a otra cantidad de emprendedores y conforman lo que se definirá posteriormente: el Ecosistema de Emprendimiento.

DEFINIENDO EL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

Ante la multitud de formas que toman las industrias en un sector dado, ha surgido el término *ecosistema de emprendimiento*, pues como mencionan (Hidalgo, Kamiya, & Reyes, 2014):

Los componentes que se requieren para desarrollar emprendimientos conforman lo que en política pública se denomina ecosistema de emprendimiento, sobre el cual existen diversas definiciones, pero cuyo elemento común es un conjunto interrelacionado de elementos

que permiten crear un entorno favorable al crecimiento y expansión acelerada de empresas. (p. 11)

Bajo esta percepción, los ecosistemas permitirían a las industrias o empresas en proyección, establecerse y competir en el mercado, ayudando de esta manera a que tengan mayores alcances entre los clientes. Los mismos autores exponen caso como Silicón Valley, Israel, Irlanda, Taiwán y Singapur. Lugares donde el apoyo mutuo y el establecimiento de un ecosistema de emprendimiento han permitido todo un florecimiento económico.

Por otro lado, (Goodwin, 2014) destaca el potencial que tienen los ecosistemas de emprendimiento al permitir que las empresas tengan un acceso rápido a aquellos elementos que le son más indispensables, como talento humano, financiación, ingreso a los mercados, entre otros, con lo cual es posible “constituir compañías que generen empleo y valor a sus comunidades.” (p. 4) puesto que:

Los ecosistemas de emprendimiento están hechos de individuos (emprendedores y consumidores), compañías, gobiernos, y otras organizaciones que interactúan para influenciar el desarrollo de emprendedores y sus empresas dentro de un área metropolitana o región. (p. 4)

Lo dicho permite inferir que las entidades gubernamentales son claves en la construcción de los ecosistemas, al igual que la participación de entidades financieras, como se expondrá a continuación.

1. INCENTIVOS Y HERRAMIENTAS MÁS NOTORIOS EN LA PLANIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1.1 PROGRAMAS E INCENTIVOS

Los diferentes incentivos existentes son ofrecidos por el gobierno, para fomentar la productividad y la prosperidad, y por las entidades privadas, para ganar beneficios e imagen por parte del gobierno y la sociedad. Los dos incentivos principales son el económico y el de conocimiento, a veces hay otros como entrega de equipos, publicidad, unión de redes y ayudas legales. Muchas veces los programas ofrecidos son multifacéticos a la hora de ofrecer sus incentivos.

En primera instancia, es posible subrayar el papel del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Mincomercio). Esta entidad se encarga de fomentar la actividad de tres entes fundamentales para la economía nacional, como lo son el comercio, la industria y el turismo. Para hacerlo, tiene entre sus responsabilidades el fortalecimiento de las iniciativas emprendedoras; principalmente desde 3 programas:

- **Programa de Transformación Productiva (PTP):** Este programa sirve como herramienta para que se ejecuten políticas industriales que permitan el desarrollo productivo del país, fomentando de esta manera entornos competitivos y por ende empresas más fuertes. El acceso a este programa y los beneficios que implica es muy sencillo, solo se requiere estar inscrito en Cámara de Comercio para luego hacer el registro en el programa PTP
- **Innpulsa:** Esta institución fue creada por el Mincomercio en 2012, con el fin de potenciar el crecimiento empresarial, principalmente en el emprendimiento de iniciativas que puedan crecer rápidamente. Para lograr este objetivo se apoyan en inversionistas privados que deseen dar recursos a los proyectos nacientes. Para la institución lo más importante es tener un buen proyecto y así mismo tener la energía suficiente para darle vida. Las tareas más importantes en las que contribuyen son: Asesoramiento para tomar confianza en el emprendimiento, corrección de fallas en los proyectos e inyección de capital, así como el fortalecimiento en la región. Para participar de estos beneficios es importante tener un proyecto para presentar directamente a la institución.
- **Mipymes:** A través de un portal de internet, se ofrecen toda una gama de servicios que van desde charlas motivacionales, hasta enlaces con posibles inversionistas. Estas asesorías no tienen costo y se enfocan a personas que ya han dado el primer paso y se encuentran trabajando en su propio proyecto emprendedor.

Otra alternativa posible para el desarrollo emprendedor se presenta desde el Servicio Nacional de Aprendizaje (**SENA**). Esta entidad de carácter público se especializa en la capacitación para el trabajo, pero además ofrece empleo para personas con distintos perfiles y fomenta el emprendimiento desde 4 programas diferentes como son:

- **EmpréndeT:** A través de este programa, se fomenta entre los aprendices las actitudes emprendedoras. Primero se sensibilizan a fin de motivarlos para que identifiquen cuál es la necesidad del mercado que pueden entrar a satisfacer. Posteriormente se le asesora en la formulación de su proyecto y cómo hacer la financiación. A continuación se acompaña el proceso de puesta en marcha y consolidación en el campo de mercado elegido por el emprendedor.
- **Fondo Emprender:** Se trata de una cuenta bancaria disponible para quienes tengan una empresa constituida y hayan estudiado 5 años atrás en alguna institución reconocida por el estado o se encuentren haciéndolo. Esta cuenta presta financiación para el crecimiento empresarial. Al tiempo que se brinda asesoría en cómo dar el manejo financiero eficiente para la empresa.
- **Fortalecimiento Mypes:** Este servicio se presta a través del asesoramiento profesional a las pequeñas y medianas empresas que lo soliciten. La asesoría cubre temas financieros, organizacionales, de expansión, entre otros.
- **Jóvenes Rurales Emprendedores:** Este programa cubre a las personas de entre 16 y 35 años que se encuentren en Sisben 3 o menos y habiten zonas vulnerables del sector rural colombiano. Se trabaja en el asesoramiento, financiación y seguimiento de los proyectos que presenten.

A estos incentivos, pueden sumarse el Tecnoparque de Colombia, organización afiliada al SENA que se encarga de impartir cursos para emprendedores, así como capacitaciones a empresas de reciente aparición. Por su parte, la Alcaldía de Santiago de Cali, si bien no presenta un programa específico de acompañamiento e incentivos, si se encarga de supervisar el correcto desempeño de las entidades bajo su jurisdicción, en las que estarían el SENA (a nivel local) y la Cámara de Comercio de Cali, que funciona como la entidad encargada de supervisar las actividades comerciales de la ciudad, incluyendo desde luego al emprendimiento, esto lo hace a través de distintos programas de acompañamiento y asesoría que se prestan a quienes se afilien y registren legalmente sus empresas.

Por otro lado, entidades financieras como Bancoldex o el Banco de la Mujer, son bancos dedicados al desarrollo empresarial, puesto que ofrecen bajas tasas de

interés así como asesorías para fortalecimiento de las pequeñas y medianas industrias; al igual que establecen vínculos comerciales con empresas del exterior. Bancoldex ofrece préstamos a través de otras entidades financieras.

KLOB NR

Otro caso para mencionar son las redes de mercadeo, grupos de personas que se dedican a la autopromoción y el desarrollo de emprendimiento de las personas que pertenecen a una red, un ejemplo muy sonado recientemente en el 2016 es la red KLOB, cuya sede más fuerte se ubica en Santiago de Cali, la entrada de cada miembro nuevo implica mayor flujo monetario para los otros miembros, además de los beneficios por cada cliente en cada negocio KLOB se reparte un porcentaje entre las personas KLOB que apoyen el negocio.

Imagen 1 Negocio recomendado KLOB



Fuente: KLOB

Así, es posible establecer una gran parte de las entidades que brindan incentivos y acompañamiento a las empresas y personas que se quieran hacer emprendedores, fortaleciendo tanto a estudiantes como a las personas con menos oportunidades, siempre y cuando se muestren emprendedores y líderes.

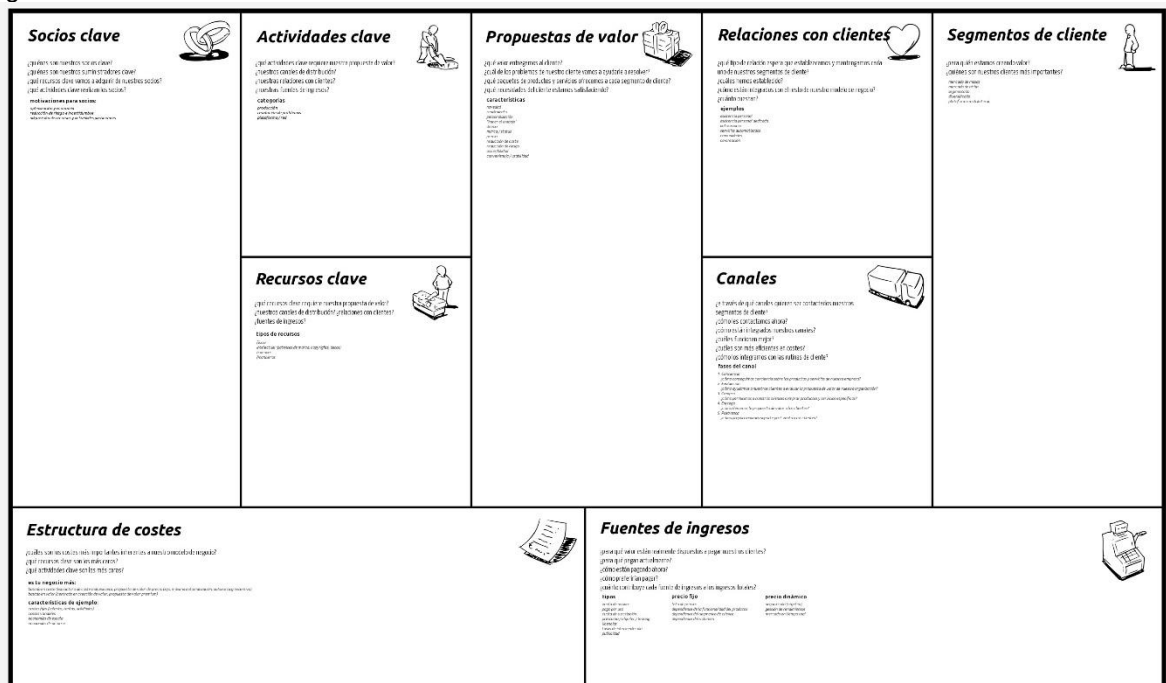
Otros programas que pertenecen a las universidades de la ciudad de Cali: Campus Nova Universidad Javeriana, Centro de Emprendimiento de la UAO, Parque Empresarial y Tecnológico de la Umbría de la Universidad San Buenaventura, Jóvenes Emprendedores de Univalle, entre otros.

1.2 HERRAMIENTAS MÁS USADAS POR LAS ENTIDADES QUE ESTUDIAN EL EMPRENDIMIENTO

Distintos portales de internet, así como empresas y bancos, ofrecen herramientas para el estudio del emprendimiento, en términos de establecer proyecciones que sean viables, es decir, que el emprendimiento tenga frutos y las empresas prosperen, pues de nada sirve tener una idea de negocio que se aplique de forma incorrecta. Algunos de los puntos que se deben tener en cuenta son:

- **Modelo Canvas:** Creado por **Alexander Osterwalder** en el 2004, este modelo sirve para moldear modelos de negocio, la metodología Canvas parte de la idea de la existencia de una propuesta de valor, la cual debe ser comunicada a los potenciales clientes. Esto conllevará la necesaria disponibilidad de recursos y obligará a establecer relaciones con agentes externos e internos. Sus nueve módulos son: Segmentos de clientes, propuestas de valor, canales, relación con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructuras de costos (Andrade, 2012).

Imagen 2 Modelo Canvas



Fuente: Innovacion.cl

- **Tablero de validación (Validation board):** Es una herramienta diseñada por “Lean Startup Machine” con el objetivo de permitir a los emprendedores poner a prueba sus ideas de negocios a través de la validación de las hipótesis, y así determinar si son tan buenas como parecen (Machine, 2013).

- **Discurso elevador (Elevator pitch):** Es un discurso corto y contundente en el que explicas los elementos más importantes de una idea o proyecto de negocios. Responder Quién, Qué, Por qué y Meta, varios asesores te darán recomendaciones de tu negocio. Esta herramienta fue inventada por la escuela de negocios de Harvard y adaptada por mercadeoparaemprendedores.com (School, 2013).
- **Wordpress:** Es una página de internet para crear otras páginas web, blogs o aplicaciones (Wordpress, s.f.).
- **Calculadora Free Lance:** Calculadora para cobros para gente independiente (calculadorafreelance.com, 2013)
- **Software empresarial:** Un ejemplo de estos softwares palanca de control empresarial es Egafutura, hay varios softwares que le permiten al usuario simular situaciones empresariales y le permite controlar datos reales de la misma.
- **Visme:** Herramienta para creación de contenido visual, creada por Easy Web Content, pueden crear diferentes gráficos para explicar situaciones de la empresa. (EasyWebCompany, 1994)
- **Mail Chimp:** Es una página web especializada en creación y envío de correo publicitario, con fase gratuita y fase pagada con mejores servicios (Therocketsciencegroup, 2001)
- **Hootsuite.com:** Una página web especializada en interacción empresarial a través de redes sociales, utiliza redes como Facebook, Twitter y otros (Hootsuite.com, 2015).
- **Kanban:** Herramienta basada en el método Just in time, creada por la compañía Toyota en 1953, usa una serie de tarjetas que avisan el momento de hacer reposición de inventario (Toyota, 1953).
- **Autoevaluación de empresa:** Se realiza a partir de distintas preguntas, a través de las cuales se establecen las posibilidades que puede tener en un futuro la idea de negocio o la empresa ya constituida. Los resultados son evaluados por personas con amplios conocimientos sobre el tema financiero y empresarial. Un ejemplo de esto se presenta a continuación, bajo el aporte de (SPRI, 2012)

Imagen 3 Encuesta auto evaluativa

Preguntas	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc
¿Tienes capacidad para aprovechar las oportunidades que se producen en el momento y lugar adecuados?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Te mueves, aprovechas el tiempo y no esperas a que la suerte te sonría?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Sueles encontrar soluciones ingeniosas a problemas cotidianos?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes capacidad para no derrumbarte ante las adversidades?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Eres paciente?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Sabes como resolver los problemas del día a día?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes capacidad de organización?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes capacidad de liderazgo?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Confías en ti mismo?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Crees tener madera para tratar con bancos, proveedores, trabajadores...?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes capacidad para asimilar los cambios que se vayan produciendo?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes capacidad para proyectar una imagen competitiva de tu empresa?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes capacidad para estar atento a cualquier mejora de tu negocio?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Sabes cómo motivar a la gente?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes "don de gentes"?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes experiencia laboral previa?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes conocimientos de informática y de las nuevas tecnologías?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes conocimiento del inglés?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes integridad para no comprometerte a nada que no seas capaz de cumplir de forma razonable?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes integridad para ofrecer productos social o medioambientalmente favorables?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes una idea innovadora, en su presentación o prestaciones para una clientela potencial diferente?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Eres perseverante?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Respondes positivamente a los desafíos?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Sueles aprender de tus errores?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes afán de superación?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tienes sentido del humor?	☐	☐	☐	☐	☐
...	☐	☐	☐	☐	☐

Fuente: (SPRI, 2012)

- **Plan de negocio:** Es el método más popular aplicado por la gente que ha estudiado carreras tecnológicas o profesionales con afinidad económica, para empresas grandes y consolidadas es la forma de elegir el siguiente paso, pero para la mayoría de independientes es un posible desmotivador ya que para realizar un plan de negocio en su 100% se requiere conocimiento financiero y a veces no poseen el suficiente o les da que no es viable, aunque en un principio les haya generado una buena idea. No quiere decir que este sea 100% certero e incluso para una excelente idea no es necesario aplicarlo en su totalidad, pero se puede usar como indicador de seguimiento. (Vélez, 2013)

Hay una planilla en internet colocada especialmente para este ítem, creada por Miguel Ángel Núñez, fundador de emprendautas.net, se puede visitar el siguiente enlace:

<http://www.mediafire.com/download/jd20o28z4x58ztm/Plantilla-emprendimiento.zip>

Clave: NAUTAS307

Fuente: (Núñez, 2013)

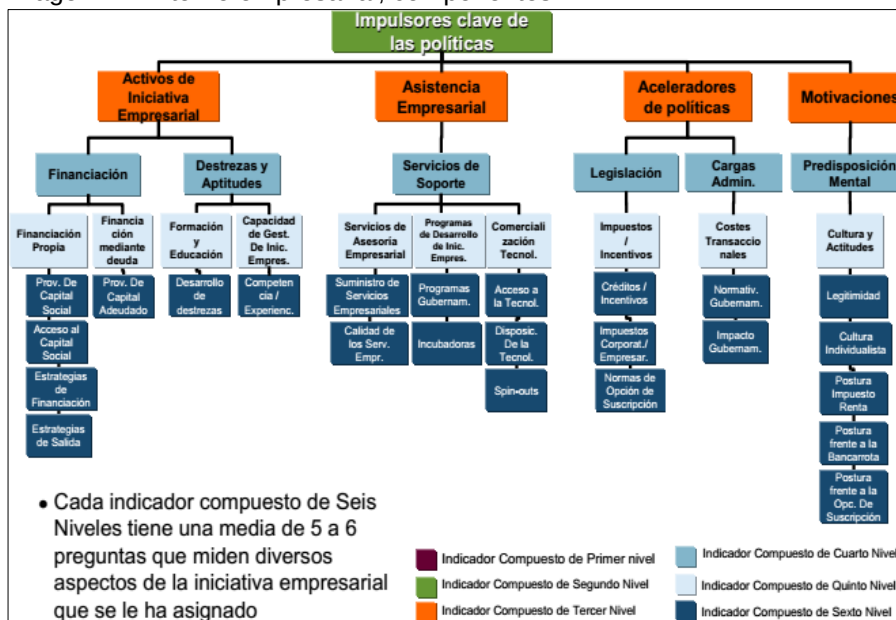
- **Estudio de nivel de innovación:** Esta herramienta puede ir o no de la mano con el plan de mercado, consiste en resolver un problema que nadie ha resuelto aún, uno que realmente valga la pena, e investigar en la base de patentes si la solución ya existe o no. En caso de que no haya nada parecido y la propuesta se pueda hacer y patentar el innovador se puede proteger por medio de su propia patente y puede no solo vender su idea sino el permiso para que la gente multiplique su idea; cuando hay algo parecido o mejor la persona puede optar por comprar el permiso de uso y aplicarla en una zona donde la innovación aún no haya llegado. Algunos grupos dedicados especialmente a inventos pueden ayudar a mejorar una idea.

- **Asesoría de expertos:** Los mismos expertos intercambian datos o consultan a expertos más globales para saber la situación de un entorno en cuanto a emprendimiento, a veces los emprendedores consultan a expertos para “Comprar la idea” y así iniciar una empresa (Parecido a comprar una franquicia).

- **Franquicias:** No todos los emprendedores hacen algo desde cero o continúan con una idea familiar, a veces es más fácil montar un negocio basado en una compañía con mucho más éxito, a cambio de una pequeña comisión la empresa más exitosa entrega su mercancía o servicio al emprendedor para que este venda lo entregado a los clientes. En este caso la entidad cuenta la cantidad de franquicias existentes vs los negocios autónomos. Una franquicia es más fácil de montar que un negocio autónomo, pero en un negocio autónomo es más fácil decidir y no debes compartir el éxito con alguien diferente a los empleados y socios.

- **Estudios de entorno:** Aunque esté demostrado que el mayor impedimento de un emprendedor es su propia mente, las entidades pueden estudiar el entorno de un lugar específico y ver las condiciones existentes para el emprendedor principiante.

Imagen 4. Entorno empresarial, componentes.



Fuente: (innpulsa, 2012)

1.3 COMPARACIÓN DE COMPLEJIDAD ENTRE LOS INCENTIVOS Y LAS HERRAMIENTAS DE ESTUDIO

Puesto que los incentivos están dados en forma de ayudas para iniciar procesos de emprendimiento, las herramientas de control que se presentan por parte de quienes estudian el emprendimiento poseen así mismo elementos que pueden reconocerse complejos.

Al hablar de incentivos, anteriormente veíamos que era el Mincomercio el ente más competente para generar las propuestas a través de entidades como el SENA y las Cámaras de Comercio. Todos estos incentivos estaban centrados en población con mayor capacitación académica, conocimientos que tal vez a falta de capital, puedan garantizar el crecimiento de la nueva empresa.

Por su parte, las entidades privadas, ya sean bancarias o de otra índole, también deben velar por sus intereses a partir de ciertas herramientas que explotan la capacidad de emprendimiento que poseen sus afiliados. El caso de las franquicias, como herramienta de emprendimiento, fue expuesto y dejaba ver cómo se puede generar ingreso, bajo la influencia de un jefe parcial que también participa de estos ingresos. Esta herramienta tal vez provenga del país con mayor participación económica en el mundo entero, pues como expone (Bermúdez, 2002):

Algunos investigadores consideran que el concepto moderno de franquicia tiene su origen en 1912, en la ciudad de Nueva York, con Singer Corporation, que estableció un nuevo sistema de distribución basado en la integración parcial de diferentes empresarios independientes para sus puntos de venta en la entidad económica de apariencia única a cambio de una remuneración, sin embargo no comenzó a utilizarse bajo esa denominación hasta 1925. (p.21)

Por otro lado, el plan de negocio, es también un elemento que genera complejidad para establecer el emprendimiento en un determinado ecosistema, puesto que generalmente se ganan los incentivos aquellas empresas:

Con alto potencial de crecimiento y horizonte exportador que genere valor agregado y logre diferenciarse a través de un modelo de negocio, producto o servicio innovador (por su diseño, proceso o tecnología aplicada), como para al menos convertirse en una mediana empresa. (P.E, 2009, p. 12)

Un plan de negocios que considere el papel de cada colaborador, así como la misión, visión, estructura organizacional y perfiles, es vital, si se desea competir por algún incentivo, puesto que el desconocimiento, como se ha venido mencionando hace que se pierdan las oportunidades.

2 COMPARACIÓN DEL ECOSISTEMA SANTIAGO DE CALI Y OTROS ECOSISTEMAS DE EMPRENDIMIENTO

2.1 CRITERIOS DE ESTUDIO DE OPINNO

Así como en Colombia hay estudios de emprendimiento también los hay a nivel mundial y OPINNO ha sido uno de los encargados de estudiar el emprendimiento en escala mundial. Sus criterios de estudio ponen a Inglaterra, Estados Unidos, Alemania, Chile e Israel (Valle Silícon, Londres, Berlín, Santiago de Chile y Tel Aviv), entre los primeros lugares, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Instituciones dedicadas a fomentar o apoyar el emprendimiento
- Recursos humanos y de Capital
- Infraestructura
- Mercados sofisticados
- Negocios sofisticados
- Índice de Innovación
- Exportación de conocimiento tecnológico
- Creatividad

Con criterios adicionales como:

- Ser pionero
- Mentalidad
- Apoyo
- Talento
- Rendimiento
- Financiamiento
- Exportaciones
- Diferenciación

Al no haber indicadores mundiales para Santiago de Cali se harán varios comparativos para Colombia y un comparativo local del Valle del Cauca dentro de Colombia. En la tabla 1 se muestra un comparativo relativo, desde 0 hasta 1 siendo 1 el indicador relativo más alto.

Tabla 1 Comparativo atributos GEDI

Países	Estados unidos	Inglaterra	Alemania	Chile	Israel	Colombia
Redes	0,66	0,75	0,58	0,83	0,68	0,37
Oportunidad	0,77	0,91	0,76	0,51	0,49	0,65

Tecnología	0,81	0,68	0,66	0,45	0,72	0,23
Cultura	0,83	0,83	0,79	0,76	0,59	0,34
Aceptar riesgo	0,88	0,79	0,64	0,74	0,51	0,39
Proceso innovador	0,88	0,68	0,76	0,35	1	0,16
Producto innovador	0,89	0,58	0,7	1	1	0,77
Internacional	0,91	0,47	0,63	0,7	0,6	0,7
Capital humano	0,92	0,77	0,55	0,55	0,71	0,38
Tasa crecimiento	0,96	0,67	0,61	0,8	0,6	1
Competitividad	0,99	0,77	0,88	0,45	0,28	0,51
Capital riesgo	1	0,6	0,76	0,69	0,94	0,39
Habilidades	1	0,6	0,44	1	0,43	0,56
Percepción	1	0,77	0,66	1	0,65	1

Fuente: GEDI

La tabla 1 muestra a Estados Unidos como la nación más fuerte en componentes para emprendimiento; Colombia se muestra con varios componentes débiles, pero los componentes relacionados con nuevas oportunidades son los más altos. A continuación se muestran la tabla 2, comparativo relativo, y los gráficos individuales de GEDI y OPINNO para los líderes de OPINNO

Tabla 2 Comparativo puntuaciones OPINNO

Atributo	Estados Unidos	Inglaterra	Alemania	Chile	Israel
Instituciones	17	9	26	29	47
Capital	22	21	16	75	4
Infraestructura	1	6	16	44	21
Mercado	2	3	24	50	9
Negocio	9	15	24	57	19
Innovación	16	5	7	34	9
Conocimiento	11	8	10	85	10
Creatividad	33	14	12	44	27

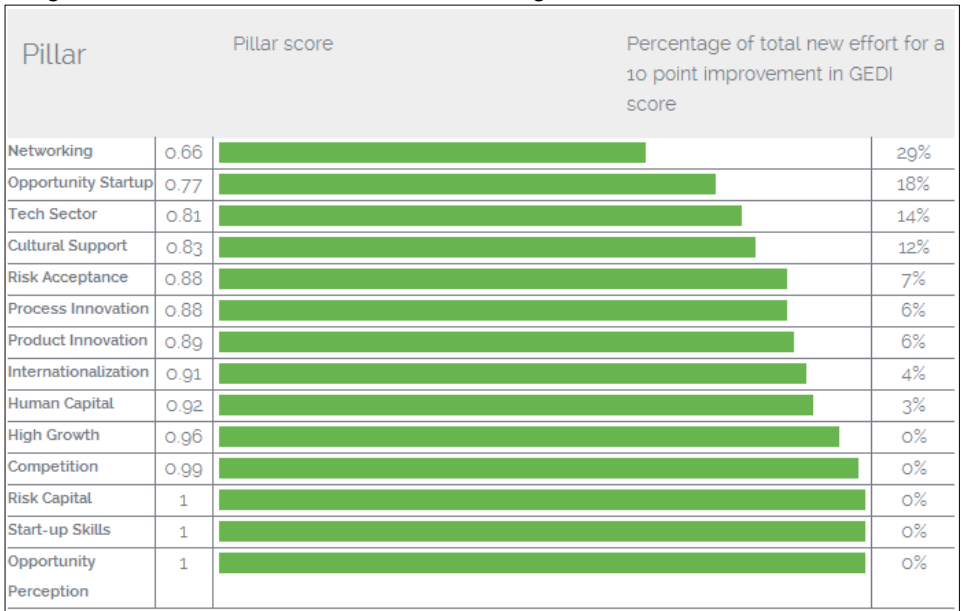
Fuente: OPINNO

La tabla 2 es una tabla a la inversa, significa que 1 es el mejor y va bajando lugares de acuerdo al tamaño de la muestra (200), la página de OPINNO solo muestra a los 5 mejores, no muestra la encuesta completa.

Las imágenes de la 5 a la 14 muestran lo de las tablas 1 y 2, pero muestran por cada país y de forma detallada, las barras verdes corresponden a GEDI y los círculos a OPINNO.

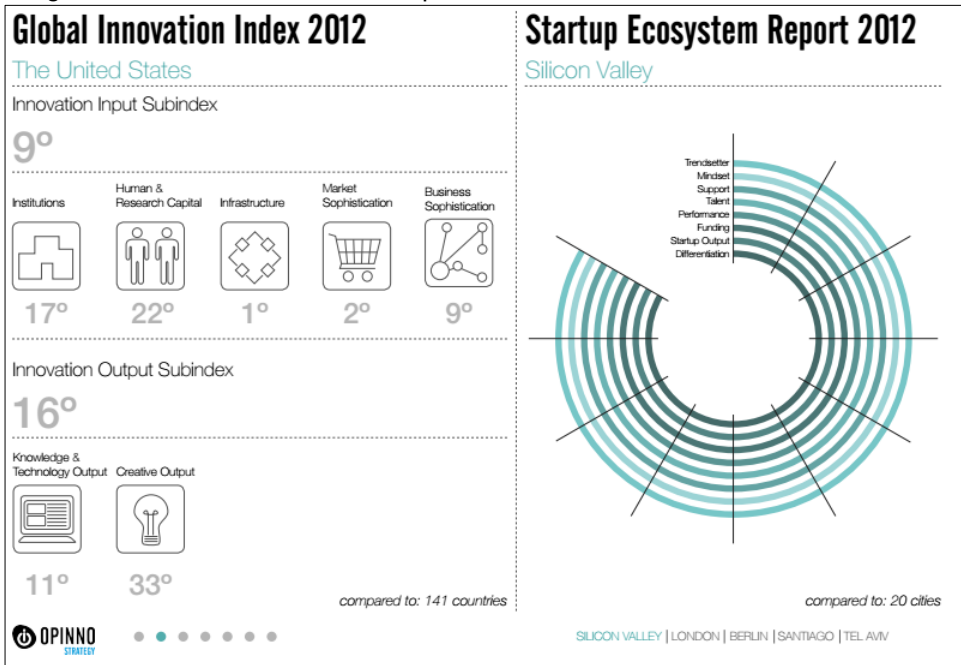
Indicadores para Estados Unidos:

Imagen 5. Indicadores de Estados Unidos según el GEDI.



Fuente: GEDI

Imagen 6. Indicadores de OPINNO para Estados Unidos.



Fuente: OPINNO 2013

Indicadores para Inglaterra:

Imagen 7 Indicadores de Inglaterra según el GEDI

Pillar	Pillar score		Percentage of total new effort for a 10 point improvement in GEDI score
Internationalization	0.47		28%
Product Innovation	0.58		17%
Risk Capital	0.6		16%
Start-up Skills	0.6		15%
High Growth	0.67		8%
Process Innovation	0.68		8%
Tech Sector	0.68		8%
Networking	0.75		1%
Human Capital	0.77		0%
Opportunity Perception	0.77		0%
Competition	0.77		0%
Risk Acceptance	0.79		0%
Cultural Support	0.83		0%
Opportunity Startup	0.91		0%

Fuente: GEDI

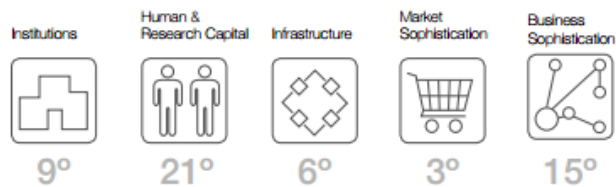
Imagen 8 Indicadores de OPINNO para Inglaterra

Global Innovation Index 2012

The United Kingdom

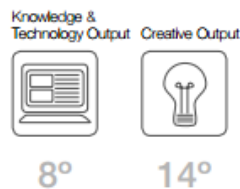
Innovation Input Subindex

5°



Innovation Output Subindex

5°



compared to: 141 countries



Fuente: OPINNO 2013

Startup Ecosystem Report 2012

London



compared to: 20 cities

SILICON VALLEY | LONDON | BERLIN | SANTIAGO | TEL AVIV

14

Indicadores para Alemania:

Imagen 9 Indicadores de Alemania según el GEDI

Pillar	Pillar score	Percentage of total new effort for a 10 point improvement in GEDI score
Start-up Skills	0.44	27%
Human Capital	0.55	17%
Networking	0.58	14%
High Growth	0.61	11%
Internationalization	0.63	9%
Risk Acceptance	0.64	9%
Tech Sector	0.66	7%
Opportunity Perception	0.66	6%
Product Innovation	0.7	2%
Risk Capital	0.76	0%
Opportunity Startup	0.76	0%
Process Innovation	0.76	0%
Cultural Support	0.79	0%
Competition	0.88	0%

Fuente: GEDI

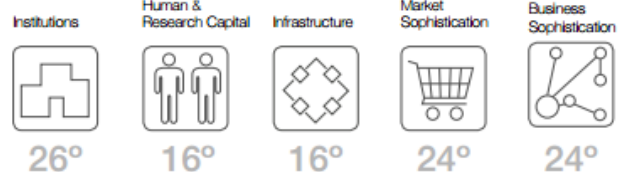
Imagen 10 Indicadores de OPINNO para Alemania

Global Innovation Index 2012

Germany

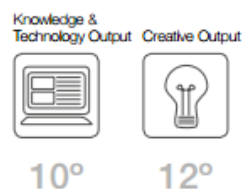
Innovation Input Subindex

23°



Innovation Output Subindex

7°



compared to: 141 countries



Fuente: OPINNO 2013

Startup Ecosystem Report 2012

Berlin



compared to: 20 cities

SILICON VALLEY | LONDON | BERLIN | SANTIAGO | TEL AVIV

22

Indicadores para Chile:

Imagen 11 Indicadores de Chile según el GEDI

Pillar	Pillar score	Percentage of total new effort for a 10 point improvement in GEDI score
Process Innovation	0.35	37%
Competition	0.45	22%
Tech Sector	0.45	22%
Opportunity Startup	0.51	13%
Human Capital	0.55	6%
Risk Capital	0.69	0%
Internationalization	0.7	0%
Risk Acceptance	0.74	0%
Cultural Support	0.76	0%
High Growth	0.8	0%
Networking	0.83	0%
Opportunity Perception	1	0%
Start-up Skills	1	0%
Product Innovation	1	0%

Fuente: GEDI

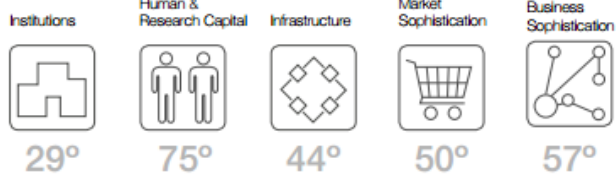
Imagen 12 Indicadores de OPINNO para Chile

Global Innovation Index 2012

Chile

Innovation Input Subindex

43°



Innovation Output Subindex

34°



compared to: 141 countries



Fuente: OPINNO 2013

Startup Ecosystem Report 2012

Santiago



compared to: 20 cities

SILICON VALLEY | LONDON | BERLIN | SANTIAGO | TEL AVIV

30

Indicadores para Israel:

Imagen 13 Indicadores de Israel según el GEDI

Pillar	Pillar score	Percentage of total new effort for a 10 point improvement in GEDI score
Competition	0.28	52%
Start-up Skills	0.43	23%
Opportunity Startup	0.49	14%
Risk Acceptance	0.51	11%
Cultural Support	0.59	0%
Internationalization	0.6	0%
High Growth	0.6	0%
Opportunity Perception	0.65	0%
Networking	0.68	0%
Human Capital	0.71	0%
Tech Sector	0.72	0%
Risk Capital	0.94	0%
Product Innovation	1	0%
Process Innovation	1	0%

Fuente: GEDI

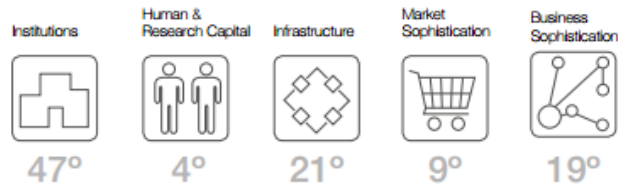
Imagen 14 Indicadores de OPINNO para Israel

Global Innovation Index 2012

Israel

Innovation Input Subindex

19°



Innovation Output Subindex

9°



compared to: 141 countries

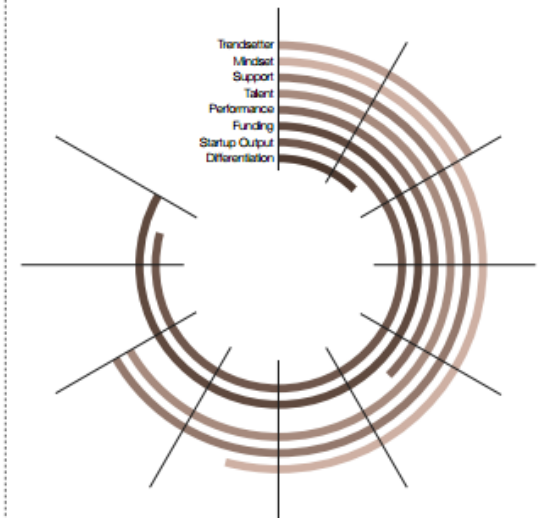
OPINNO



Fuente: OPINNO 2013

Startup Ecosystem Report 2012

Tel Aviv



compared to: 20 cities

SILICON VALLEY | LONDON | BERLIN | SANTIAGO | TEL AVIV

37

Cada imagen mostrada anteriormente muestra a los líderes del emprendimiento, según OPINNO, con gráficos tanto del OPINNO como el GEDI, las barras verdes están ordenadas de lo más fuerte a lo más débil. Cabe resaltar por ejemplo las estructuras dedicadas por Estados Unidos, los mercados sofisticados de Inglaterra, las innovaciones entregadas por Alemania, las instituciones dedicadas por Chile y el capital invertido por Israel, estos son los atributos más fuertes de cada país mencionado (En su respectivo ecosistema mencionado).

En este sistema no se incluye Santiago de Cali porque ellos no realizaron el respectivo estudio, pero hay otras entidades que si poseen datos de Colombia y el Valle del Cauca.

2.2MEDICIÓN COMPARATIVA DEL ECOSISTEMA VALLE DEL CAUCA

Datos de Cali como tal no hay, pero se toma el área más pequeña que cubre un estudio de emprendimiento, en este caso el Valle del Cauca, hay que tener en cuenta que Cali, por ser la capital, es la ciudad que más recursos recibe en todo el departamento del Valle del Cauca. A continuación, el Consejo Privado de Competitividad (CPC) realizó los comparativos del Valle del Cauca con otros

departamentos, en la tabla 3, cada uno de los tres factores (Condiciones básicas, eficiencia y sofisticación e innovación) además en la tabla 4 se muestra cada componente con otros subcomponentes importantes. Hay dos columnas en cada pilar, una es la puntuación calificativa y la otra es relativa con los otros participantes de la tabla.

Tabla 3 Clasificación CPC general y por factores

	IDC 2015		FACTORES					
			Condiciones básicas		Eficiencia		Sofisticación e innovación	
	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)
Bogotá, D.C.	8,13	1	6,99	1	8,21	1	9,61	1
Antioquia	6,55	2	6,97	2	6,10	3	7,06	2
Caldas	6,06	3	5,83	9	6,53	2	5,26	6
Santander	5,86	4	6,63	3	5,77	4	4,96	7
Valle del Cauca	5,44	5	5,93	5	4,95	7	5,95	3
Risaralda	5,44	6	5,89	8	5,28	5	4,71	8
Cundinamarca	5,38	7	5,94	4	4,93	8	5,67	4
Atlántico	5,26	8	5,91	6	4,76	9	5,54	5
Boyacá	5,02	9	5,90	7	5,26	6	3,10	13
Meta	4,72	10	5,83	10	3,87	13	2,59	17
Quindío	4,64	11	5,67	12	4,30	10	2,87	15
Bolívar	4,40	12	5,03	16	4,01	12	4,41	9
Nariño	4,30	13	5,04	15	3,27	19	2,67	16
Tolima	4,26	14	5,23	14	3,83	14	3,00	14
Cauca	4,26	15	4,61	18	4,11	11	3,76	10
Huila	4,24	16	5,74	11	3,49	16	2,46	19
Norte de Santander	4,19	17	5,49	13	3,28	17	3,48	11
Sucre	4,09	18	4,53	19	3,56	15	2,47	18
Cesar	3,94	19	4,87	17	3,28	18	1,90	21
Córdoba	3,90	20	4,49	20	3,14	22	2,10	20
Magdalena	3,75	21	4,48	21	3,24	20	3,32	12
Caquetá	3,11	22	3,75	22	2,37	23	0,67	24
Guajira	2,97	23	3,05	24	3,17	21	1,74	22
Putumayo	2,58	24	3,39	23	2,12	24	0,34	25
Chocó	2,36	25	2,97	25	1,51	25	0,85	23

Fuente: Consejo privado de competitividad

La tabla 3 muestra al Valle del Cauca como el 5to lugar a nivel nacional, si se tiene en cuenta que Bogotá es la única ciudad que aparece aparte de su respectivo departamento, si se juntara con su departamento el Valle del Cauca sería el 4to lugar y Antioquia sería el primero.

En la tabla 4 se muestran los tres componentes de la tabla, segregados en varios subcomponentes, la metodología es la misma de la tabla 3, se muestra solo al Valle del Cauca para facilitar la lectura de información:

Tabla 4 Sub clasificaciones CPC

	Básicos		Instituciones		Infraestructura		Tamaño del mercado	
	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)
Valle del Cauca	5,93	5	5,84	12	6,27	6	8,24	3
	Eficiencia		Educación superior y capacitación		Eficiencia de los mercados			
	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)		
Valle del Cauca	4,95	7	6,07	6	3,83	16		
	Sofisticación e innovación		Sofisticación y diversificación		Innovación y dinámica empresarial			
	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 25)		
Valle del Cauca	5,95	3	8,22	3	3,69	4		

Fuente: CPC

La tabla 5 muestra el subtema innovación empresarial, sus diferentes componentes para el Valle del Cauca, puntuación y comparativo.

Tabla 5 Subtema innovación y dinámica empresarial CPC

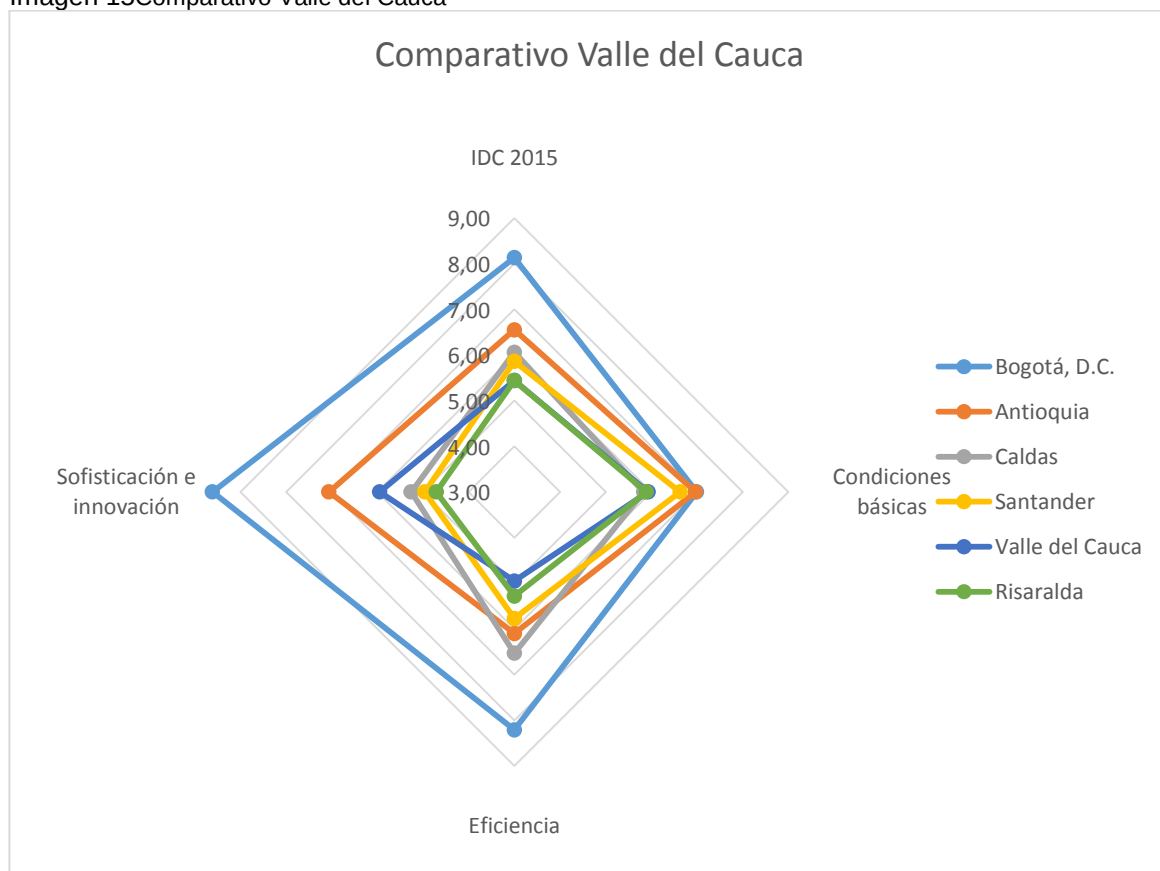
Nombre	Puntuación	Puesto
PILAR: INNOVACIÓN Y DINÁMICA EMPRESARIAL	3,69	4
INN-1 Investigación	3,06	6
INN-1-1 Investigación de alta calidad	4,5	4
INN-1-2 Revistas indexadas	1,61	9
INN-2 Inversión en CTI y patentes	3,5	6
INN-2-1 Inversión en ACTI	2,02	6
INN-2-2 Patentes y diseños industriales	4,98	6
INN-3 Dinámica empresarial	4,2	5

INN-3-1 Tasa de natalidad empresarial neta	3,59	4
INN-3-2 Densidad empresarial	3,57	3
INN-3-3 Participación de medianas y grandes empresas	5,44	5

Fuente: CPC

La imagen 15 muestra el comparativo de los 6 primeros del estudio del CPC, el Valle del Cauca ocupa el 5to puesto a nivel nacional, teniendo en cuenta que es mayoritariamente por Cali que recibe los beneficios.

Imagen 15 Comparativo Valle del Cauca



Fuente: CPC

De la anterior Imagen, se resalta que el Valle del Cauca su mayor fortaleza es la sofisticación e innovación, de acuerdo al Indicador 5,95 y su mayor debilidad es la eficiencia de acuerdo al indicador de 4,71.

Del documento CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social), creado el 14 de Enero del 2016, un documento a nivel nacional el cual revisa el plan nacional de desarrollo, menciona algunas curiosidades de emprendimiento para Colombia, como varios datos preocupantes, los cuales se mencionarán a continuación los relevantes para el tema del emprendimiento (CONPES, 2015):

- En manufactura, el porcentaje de empresas no innovadoras fue del 73,6% en el periodo 2011-2012
- En servicios, el porcentaje de empresas no innovadoras fue del 71% para el 2012-2013
- Entre el 2006 y el 2013 más del 50% de las empresas se crearon en sectores de alta competitividad
- El porcentaje de empresas que superó la etapa naciente fue solo del 14% en el 2008 y del 6% en el 2012

CONPES muestra la siguiente tabla para resumir el diagnóstico

Imagen 16 Debilidades de los factores para innovar y emprender, según CONPES

Debilidades en los factores determinantes para innovar y emprender

Factores determinantes ³⁵	Innovación-Diagnóstico (EDIT IV-V y VI) OCyT (2015)	Emprendimiento GEM (2015) y Kantis H. (2015)
Talento	Las empresas identifican como limitante la ausencia de personal calificado.	Expertos consideran que deben desarrollarse mayores capacidades en cuanto al: financiamiento, la transferencia de I+D (cooperación), la propiedad intelectual, y las habilidades para crear empresa (capital humano).
Apropiabilidad (Propiedad Intelectual)	Bajo uso de mecanismos estratégicos de protección de las innovaciones, teniendo mayor importancia los informales (p.ej. el secreto industrial) que los formales (p.ej. patentes).	
Financiamiento	Bajo acceso a mecanismos de financiación pública y comercial para la innovación y el emprendimiento (los recursos utilizados por las empresas para realizar sus inversiones son en su gran mayoría recursos propios).	
Cooperación	Se evidencia una baja dinámica de cooperación para innovar entre las empresas y las entidades de soporte (p.ej. universidades y centros de I+D), dificultando el flujo de conocimiento. Las empresas optan por vincularse con sus clientes y proveedores.	
Cultura	La valoración que hace la sociedad sobre la innovación y el emprendimiento aun no es decisiva al momento de incidir positivamente en las intenciones de emprender (Kantis, 2015)	

Fuente: CONPES

La imagen 17 muestra unas comparaciones de implementación de factores claves en el apoyo a las start-up, unas barras comparativas de cómo debería ser y qué le falta.

Imagen 17 Apoyo directo a las start-up en América Latina. Comparación 2012

Apoyo directo a las *start-up* en América latina. Comparación 2012

CATEGORÍA		CO	CL	MX	BR	AR
Servicios de apoyo y capacitación empresarial ³⁶	Incubadoras					
	Aceleradoras					
	<i>Spin-offs</i> corporativos					
	Transferencia tecnológica y <i>spin-offs</i> universitarias					
	Capacitación empresarial					
Marco Regulatorio	Facilidad para crear y cerrar empresas ³⁷					
	Tributación y legislación especial					

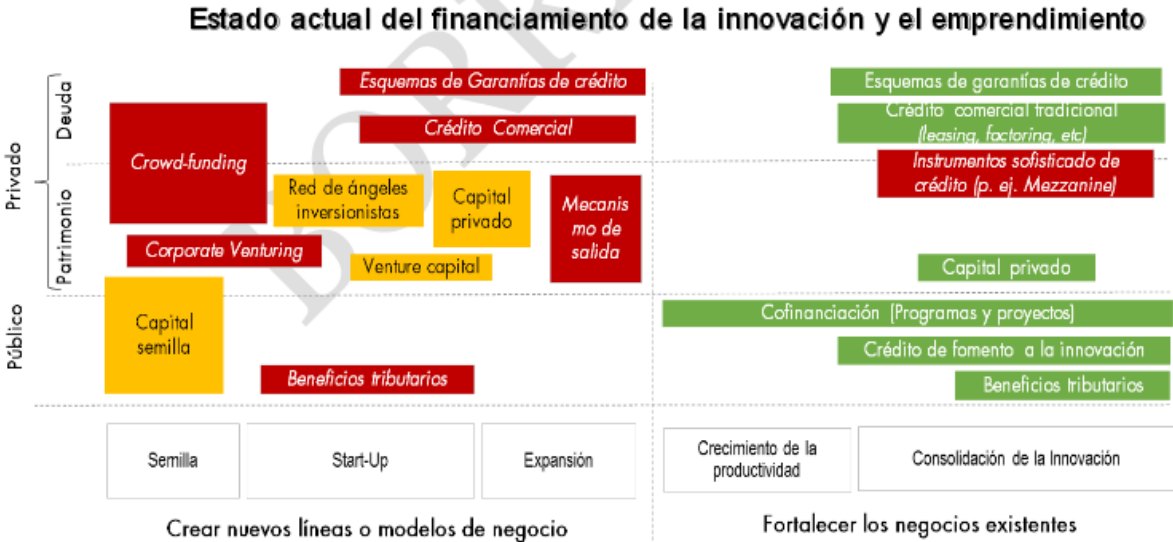
Notas: Colores = rojo (no existe), amarillo (bajo desarrollo), verde (implementado).

Fuente: CONPES

La barra de Colombia, en la imagen 17, no hay cuadros verdes, incluso en el factor de impuestos no está favorecido, por el contrario está en rojo.

La imagen 18 muestra algunas herramientas básicas que deberían existir en Colombia, en cuanto a inicio de empresas se refiere, de acuerdo al CONPES los campos de inicio de empresas son los más débiles y hasta hay campos ausentes.

Imagen 18 Estado actual del financiamiento de la innovación y el emprendimiento en Colombia



Notas: Colores = rojo (no existe), amarillo (bajo desarrollo), verde (implementado).

Fuente: CONPES

En este caso el campo de interés está ubicado en la parte izquierda del gráfico 18, las partes correspondientes a Semilla y Start-up, los demás son para empresas más avanzadas. Como se puede observar los tipos de ayuda en esos campos están en amarillo o rojo, los incentivos financieros mencionados en el capítulo 1 pertenecen a los campos amarillos.

El índice Informal del DANE es del 47,3% para Enero-Marzo 2016 (DANE, 2016)

2.3 MEDICIÓN COMPARATIVA A NIVEL INTERNACIONAL

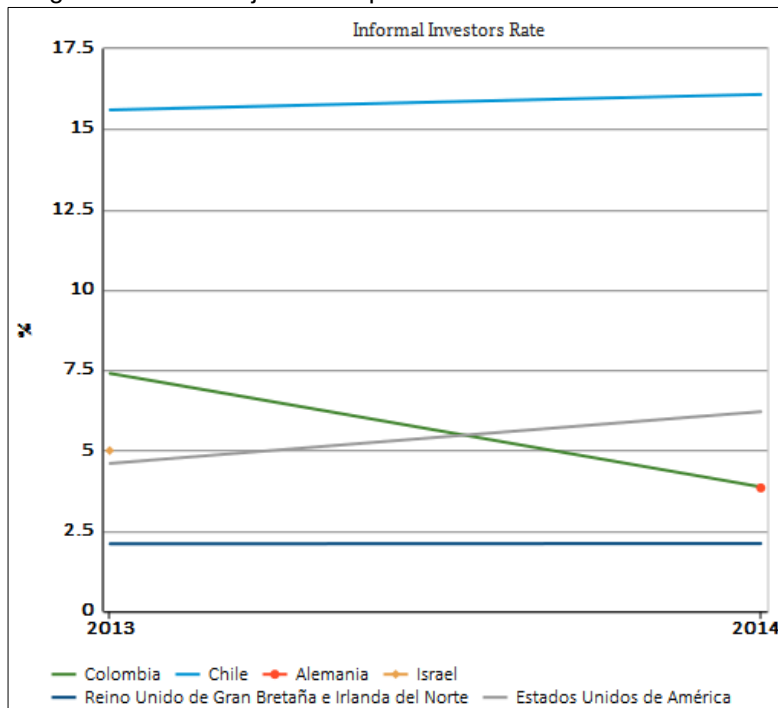
Para hacer el comparativo con regiones del exterior toca subir a escala Colombia porque los diferentes datos comparativos surgen por países.

Las 5 regiones son el Valle de Silicon (Estados Unidos), Santiago de Chile (Chile), Londres (Inglaterra), Berlín (Alemania) y Tel Aviv (Israel), cabe recordar que el OPINNO hizo su estudio en el 2013.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) hace las siguientes comparaciones de 2013 a 2014 (Hay estadísticas donde Israel solo aparece en el 2013), para esta comparación específica está únicamente la opción de comparar países (Bajo una encuesta específica). (GEM, GEM indicadores, 2015), se dejarán indicadores considerables, el resto está en los anexos.

Cada imagen del GEM compara a los líderes de OPINNO en el año 2013 y 2014 en diferentes atributos (Imágenes de la 19 a la 22):

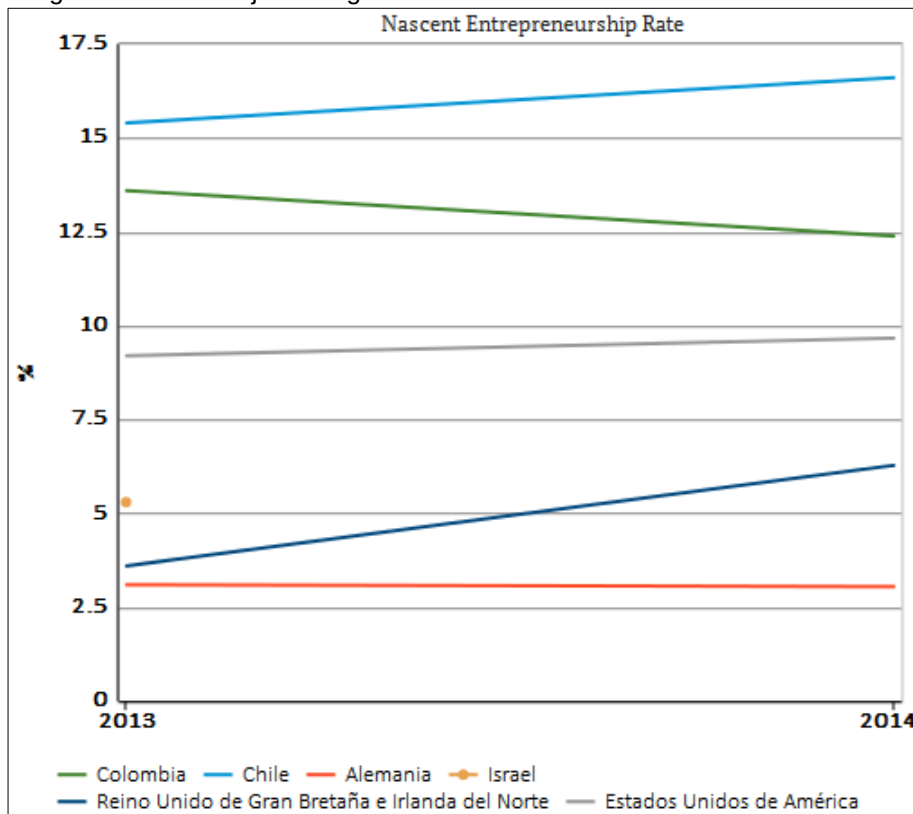
Imagen 19. Porcentaje de recepción de inversionistas informales.



Fuente: GEM

En la imagen 19 se muestran qué tanto de las inversiones recibidas son de personas no asociadas a la empresa, puede tratarse de bancos o terceros. Se puede apreciar a Chile como un gran receptor, posiblemente tengan un menor porcentaje correspondiente a sus accionistas, mientras que Gran Bretaña (representando a Inglaterra) posiblemente tenga un mayor porcentaje de mantenimiento por parte de sus accionistas o de las propias utilidades. Alemania e Israel aparecen como puntos por falta de datos.

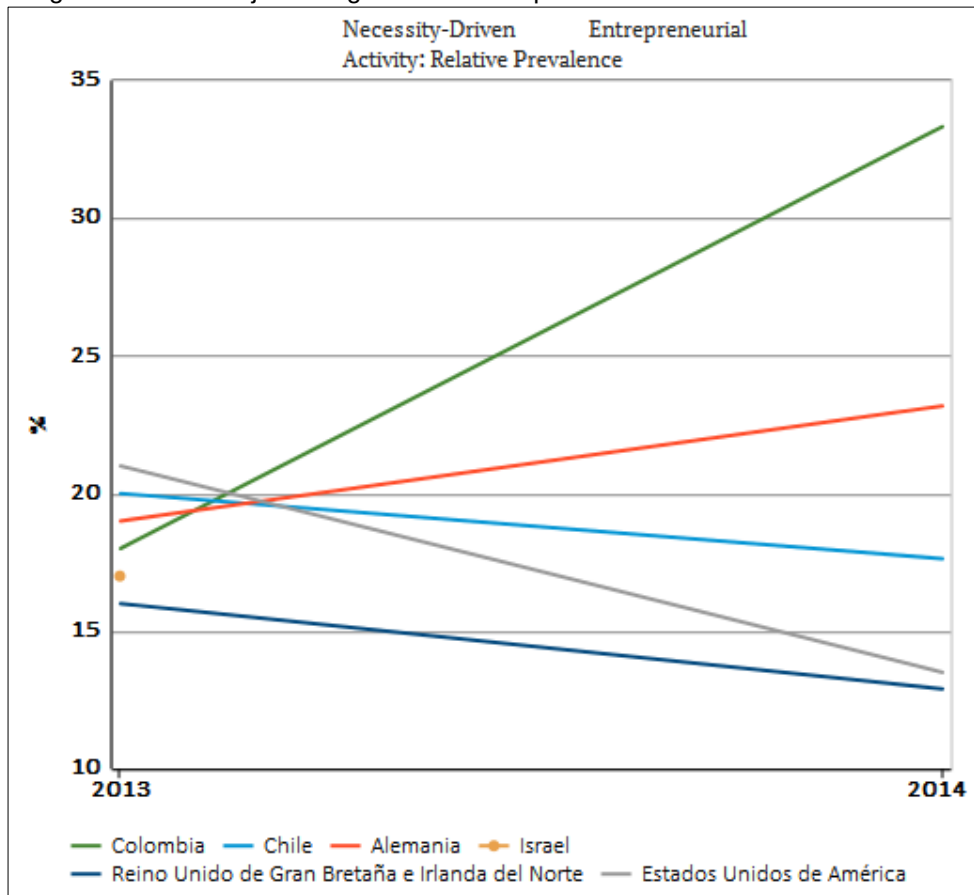
Imagen 20. Porcentaje de negocios informales.



Fuente: GEM

Negocio informal, gráfico 20, se refiere a empresas no inscritas a la entidad que legalmente administra el comercio en dicho país. En Latinoamérica este fenómeno es más común que en países europeos. En Colombia tenemos la cámara de comercio, pero no todos confían en esa entidad o no saben que deben inscribirse para recibir beneficios.

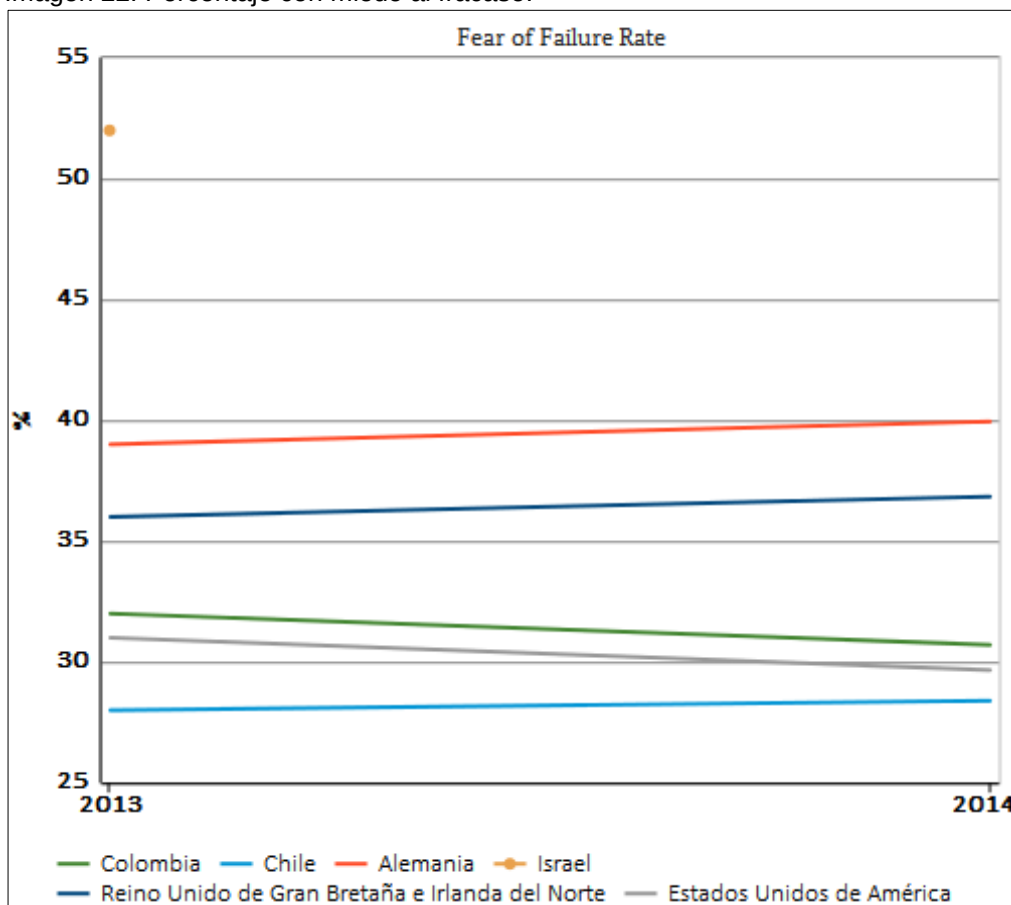
Imagen 21. Porcentaje de negocios creados por necesidad.



Fuente: GEM

Hablando del gráfico 21, en Colombia la cantidad de empleo formal es muy baja, la gente se ve en la necesidad de emprender para ganar un sustento, por eso en la gráfica 21 es superior a los demás países, incluso Chile que es un país latinoamericano, al poseer mejores condiciones la necesidad es menor. Además la mayoría de negocios colombianos son dirigidos por una sola persona (Negocios pequeños).

Imagen 22. Porcentaje con miedo al fracaso.



Fuente: GEM

En la gráfica 22 se explica el miedo al fracaso, medido, cuántas de las personas encuestadas poseen miedo a fallar y por eso no emprenden. En Colombia es una gran necesidad y por eso el miedo es menor, pero no significa que no conozcan lo necesario para triunfar. En países europeos las empresas lo piensan varias veces antes de existir, las causas podrían ser algo relativo ya que las condiciones para crear empresa son mejores.

Después se recurrió a otro gran vigilante del emprendimiento, el GEDI (Global Entrepreneurship and Development Institute) y a su más reciente recopilación de datos del 2015, nos permite evaluar la situación actual. En la gráfica 23 se muestra los países separados por grupos de éxito:

Imagen 23. Listado mundial GEI.

Rank	Country	GEI	Rank	Country	GEI	Rank	Country	GEI	Rank	Country	GEI	Rank	Country	GEI
1	United States	86.2	27	Korea	53.4	54	Montenegro	37.5	80	Iran	28.8	107	Guatemala	21.1
2	Canada	79.5	28	Turkey	52.7	55	Brunei Darussalam	37.3	81	Georgia	28.7	108	Guyana	19.8
3	Australia	78.0	29	Bahrain	52.4	56	Malaysia	37.0	82	Bosnia and Herzegovina	28.6	109	Pakistan	19.8
4	Denmark	76.0	30	Japan	50.6	57	Macedonia	36.6	83	Trinidad & Tobago	28.2	110	Nicaragua	19.4
5	Sweden	75.9	31	Slovenia	50.4	58	Costa Rica	36.2	84	Vietnam	28.2	111	Suriname	19.3
6	Taiwan	69.7	32	Spain	50.2	59	Kazakhstan	35.4	85	Nigeria	28.1	112	Angola	18.6
7	Iceland	68.9	33	Portugal	50.0	60	China	34.9	86	Gabon	27.8	113	Rwanda	18.3
8	Switzerland	67.8	34	Poland	49.3	61	Argentina	34.8	87	Mexico	27.6	114	Ethiopia	17.6
9	United Kingdom	67.7	35	Puerto Rico	48.1	62	Tunisia	34.4	88	Ecuador	27.4	115	Cameroon	17.6
10	France	66.4	36	Saudi Arabia	47.8	63	Ukraine	33.5	89	Egypt	27.3	116	Mozambique	17.6
11	Singapore	66.0	37	Slovakia	46.4	64	Jordan	33.5	90	Jamaica	27.3	117	Myanmar	17.5
12	Ireland	65.6	38	Oman	45.9	65	Thailand	33.4	91	Philippines	27.0	118	Gambia, The	17.4
13	Netherlands	65.4	39	Kuwait	45.6	66	Botswana	33.1	92	Brazil	26.1	119	Liberia	17.3
14	Germany	64.6	40	Hong Kong	45.4	67	Panama	32.4	93	Paraguay	26.0	120	Côte d'Ivoire	17.0
15	Austria	62.9	41	Hungary	45.1	68	Russia	32.2	94	Lao PDR	25.9	121	Tanzania	16.8
16	Chile	62.1	42	Romania	44.9	69	Bolivia	32.1	95	Swaziland	25.8	122	Mali	16.6
17	Belgium	62.1	43	Colombia	44.8	70	Peru	32.0	96	El Salvador	25.6	123	Uganda	15.8
18	Finland	61.8	44	Czech Republic	44.2	71	Dominican Republic	31.7	97	Sri Lanka	25.5	124	Benin	15.8
19	United Arab Emirates	61.4	45	Greece	42.1	72	Moldova	31.3	98	India	24.9	125	Bangladesh	15.2
20	Norway	61.1	46	Bulgaria	41.6	73	Namibia	31.3	99	Ghana	24.5	126	Burkina Faso	15.1
21	Israel	57.4	47	Uruguay	41.3	74	Serbia	30.9	100	Venezuela	24.1	127	Madagascar	14.6
22	Estonia	57.3	48	Italy	41.1	75	Algeria	30.5	101	Cambodia	23.0	128	Sierra Leone	14.3
23	Luxembourg	57.2	49	Cyprus	41.0	76	Albania	30.0	102	Zambia	22.8	129	Mauritania	13.2
24	Qatar	56.7	50	Lebanon	39.9	77	Belize	29.8	103	Indonesia	22.8	130	Malawi	12.4
25	Lithuania	54.8	51	Croatia	39.9	78	Morocco	29.5	104	Kenya	22.1	131	Burundi	11.9
26	Latvia	53.5	52	South Africa	38.5	79	Libya	28.9	105	Honduras	21.9	132	Chad	9.9
			53	Barbados	38.5				106	Senegal	21.7			

Fuente: GEDI

La gráfica 23 muestra 5 secciones, verde son los mejores y rojo los peores, Colombia está en el segundo segmento, puesto 43 de 132, son mejores que muchos otros países pero aún no está en el rango verde oscuro.

El GEI (Global Entrepreneurship Index) es un indicador comparativo perteneciente al GEDI (Tabla 6), el 100% es que tiene todos los atributos superiores a los demás. De esto cabe resaltar que Colombia se encuentra en el puesto 43 mundial.

Tabla 6 Indicadores GEDI para Colombia.

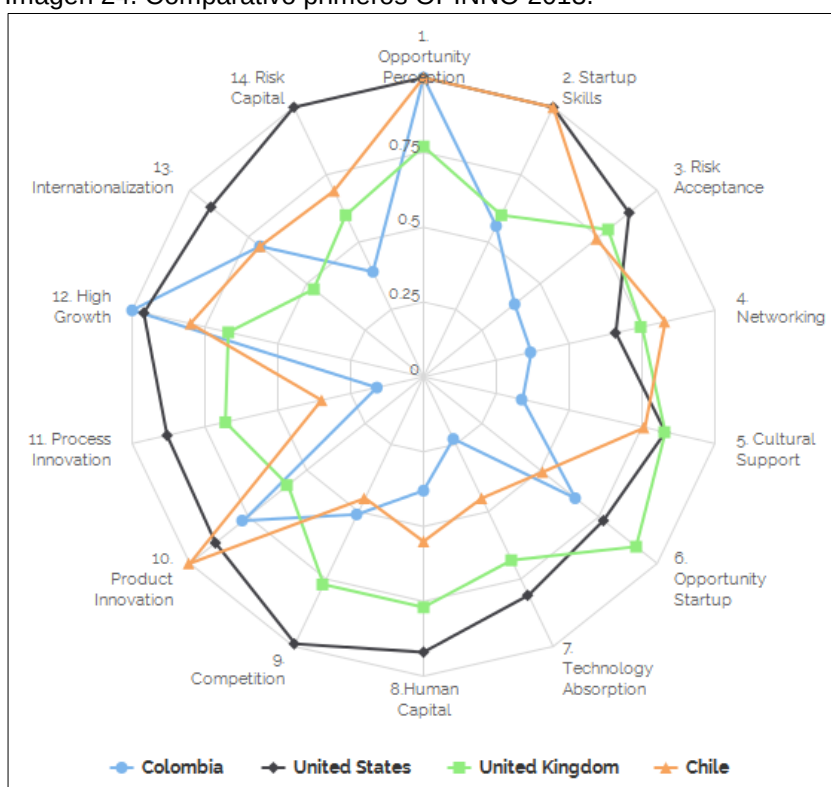
	Pilares		Variables institucionales		Variables individuales	
Actitudes Emprendedoras	Percepción de oportunidades	1,00	Aglomeración de mercado	0,75	Reconocimiento de oportunidades	0,99
	Habilidades de arranque	0,56	Educación terciaria	0,63	Percepción de habilidades	0,74
	Aceptación de riesgos	0,39	Riesgo de negocio	0,52	Percepción de riesgo	0,64
	Enlazando contactos	0,37	Uso de internet	0,72	Conocimiento emprendedor	0,38
	Ayuda cultural	0,34	Corrupción	0,50	estatus de carrera	0,78
	Actitudes emprendedoras	45,26				
Habilidades emprendedoras	Oportunidades de arranque	0,65	Libertad económica	0,84	Motivación por oportunidad	0,62
	Absorción tecnológica	0,23	Absorción tecnológica	0,48	Nivel tecnológico	0,37
	Capital humano	0,38	Entrenamiento de personal	0,56	Nivel educacional	0,55
	Competencias	0,51	Dominio de mercado	0,55	Competidores	0,84
	Habilidades emprendedoras	39,75				
Aspiraciones emprendedoras	Innovación de productos	0,77	Transferencia tecnológica	0,57	Nuevo producto	1,00
	Innovación de procesos	0,16	I y D	0,40	Nueva tecnología	0,51
	Alto crecimiento	1,00	Estrategia de negocios	0,57	Crecimiento "Gacela"	1,00
	Internacionalización	0,70	Globalización	0,49	Exportación	1,00
	Capital de riesgo	0,39	Profundidad de mercado de capitales	0,71	Inversión informal	0,50

	Aspiraciones emprendedoras	49,26				
	GEI	44,76	Institucional	0,59	Individual	0,71

Fuente: GEDI

En la tabla 6, el 1 o 100% significa ser el más alto en ese indicador, los indicadores son comparativos globales y ninguno de los valores está relacionado con los valores más grandes por formula directa. El comparativo se hace por países así que se muestra a Colombia en los siguientes escenarios: Comparando con los 3 mejores de OPINNO 2013 en la imagen 24 (No ha realizado estudios posteriores).

Imagen 24. Comparativo primeros OPINNO 2013.

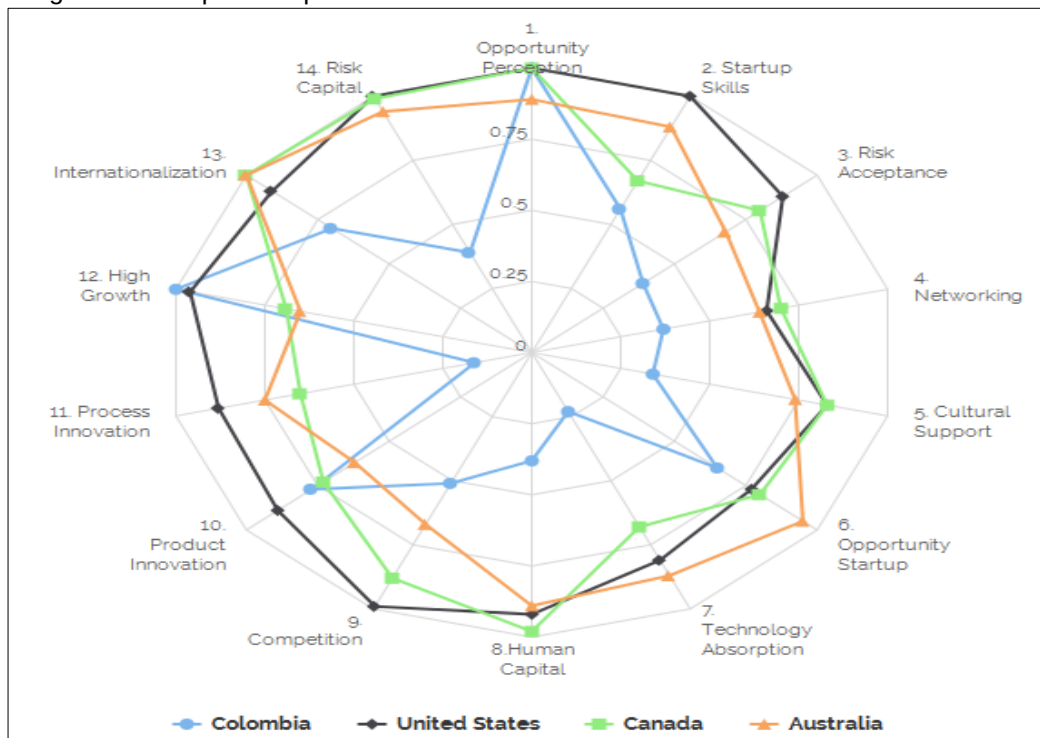


Fuente: GEDI

En la imagen 24 se puede resaltar que la mayor fortaleza de Colombia es la percepción de oportunidades y su mayor debilidad está en los procesos de innovación.

Y la imagen 25 es la comparación con los primeros de la tabla GEDI 2015

Imagen 25. Comparativo primeros GEDI 2015.



Fuente: GEDI

En la imagen 25 se puede resaltar que la mayor fortaleza de Colombia es la percepción de oportunidades y su mayor debilidad está en los procesos de innovación.

De acuerdo con el Consejo privado de competitividad (CPC), el cual generó un informe del año 2015, índice de competitividad en base 10 posee una calificación de 5,44. (CPC, 2016)

La siguiente fuente es el foro económico mundial (World economic fórum, WEF), cabe resaltar que sus índices no son solo de emprendimiento sino que incluyen otros factores, pero también tienen subindicadores relacionados con el emprendimiento.

Volveremos a citar a los mejores, según OPINNO, GEDI y además agregaremos WEF, para hacer comparaciones en la página de WEF.

Opinno: Estados Unidos, Chile, Inglaterra, Alemania e Israel

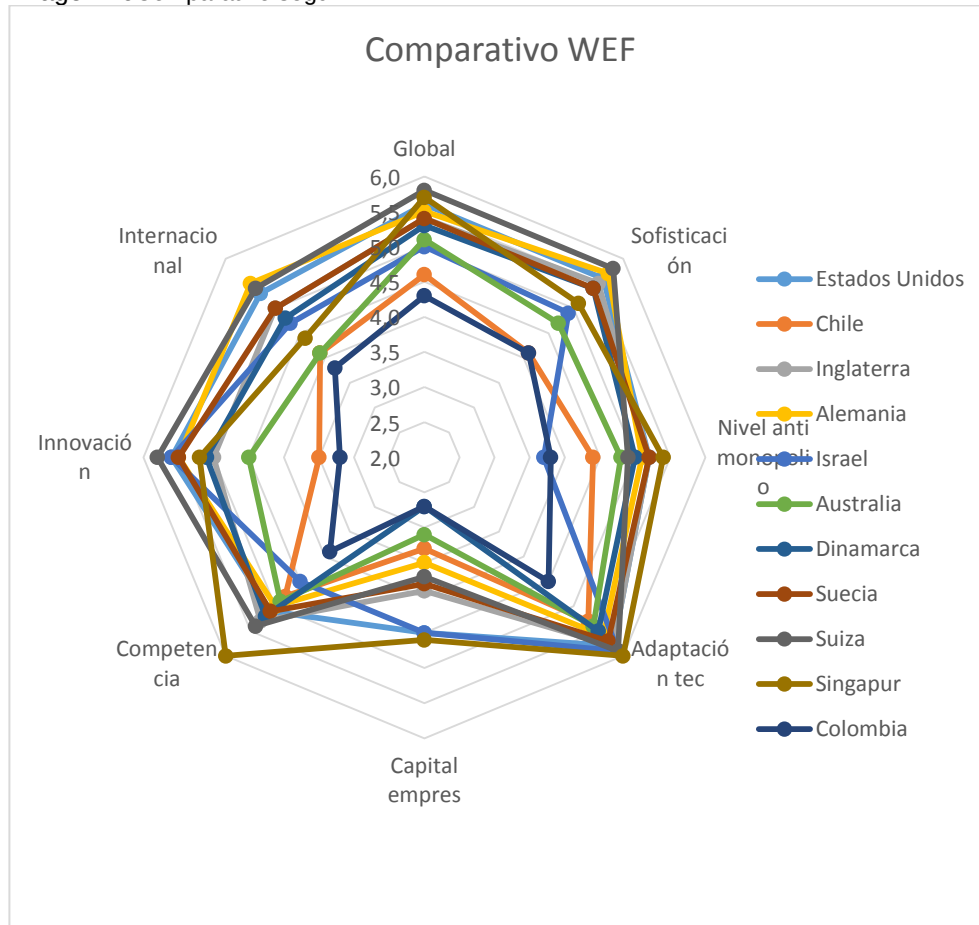
GEDI: Estados Unidos, Canadá, Australia, Dinamarca y Suecia

WEF: Suiza, Singapur, Estados Unidos, Alemania y Suecia

Estados Unidos aparece en los primeros lugares, su dedicación a la innovación y al emprendimiento es mucho más alta que en la mayoría de lugares, posee varios factores positivos combinados, por eso aparece varias veces.

En la imagen 26 se utilizan comparativos del GEDI, pero con indicadores WEF, se hace comparativo circular para visualizar fortalezas y debilidades, con los mencionados en OPINNO, GEDI y WEF.

Imagen 26 Comparativo según WEF



Fuente: WEF

En la imagen 26 se puede resaltar que la mayor fortaleza de Colombia es la adaptación tecnológica con 4,5 y su mayor debilidad está de acuerdo a los resultados de la Imagen anterior es su capital empresarial con 2,7

2.4 MUESTRA DE EMPRESAS MÁS EXITOSAS EN CALI

A continuación se citarán varios casos de empresas nacidas en programas de emprendimiento, ubicadas en Cali, que salen en el listado de empresas exitosas, aunque no sean las más renombradas siguen dando rentabilidad.

Un ejemplo es el programa ventures Colombia:

KerberusFRIO (Monitoreo de fríos)

Hogaru (Cooperativa contratación doméstica)

Kit smile (Programa de capacitación para rehabilitación cerebral)

Sacha Inchi Guaviare (Cultivos para familias desplazadas)

Duto (Escuela para personas discapacitadas)

El siguiente programa se llama “Destapa futuro” una iniciativa de la compañía Babaria dedicada al desarrollo del emprendimiento en Colombia:

Ingerecuperar (Tratamiento de residuos de aluminio)

Disecclar (Muebles ecológicos reciclados del plástico, café y caña)

El fondo emprender del SENA se dedica al apoyo de diferentes ideas desde diferentes aspectos, en este caso como ejemplos tenemos:

Tarefa.co (App de matemáticas comunitaria)

La universidad Icesi posee un programa llamado start-up café, una sociedad que sirve para desarrollar ideas de emprendimiento, de aquí han salido varios casos:

Lynks Ingeniería (Plataforma telemétrica para mejora de productividad agrícola, azúcar, arroz y panela)

Fair service (Spin off, aplicación que conecta empresas con servicios outsourcing o tercerizados)

Gesta diseño (Recorridos turísticos)

Fuente: (ICESI, 2009)

La universidad Javeriana está incluida en las entidades que ayudan al emprendimiento en Cali, con ejemplos como:

Dulcemía (Empresa de panadería, pastelería y galletería personalizada)

Eccentric logística (Asesoría en logística empresarial)

Feverfit (Red de venta de programa fit)

Lo cual demuestra que Cali, Colombia en general, es un ecosistema muy optimista, hay voluntad, pero hay desconocimiento de las herramientas e incentivos existentes, mucha impaciencia y el ecosistema actual no está preparando a la gente para el emprendimiento desde temprana edad, pero hay lo

necesario para que las ideas de emprendimiento puedan prosperar si se hacen bien y si se inician con buenas e innovadoras ideas.

3. PROPUESTA DE ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO PARA SANTIAGO DE CALI

3.1 ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

Un ecosistema de emprendimiento no solamente puede concentrarse en desarrollar programas de apoyo al emprendimiento en las universidades de la Ciudad de Cali o en impulsar concursos como Ventures o Destapa Futuro, sino que tiene que cumplir un papel más amplio como un sistema donde los distintos actores como la universidad, el gobierno, las empresas, los emprendedores y la sociedad desarrollen los factores que son determinantes para innovar y emprender (ver Imagen 16).

Factores o elementos que el ecosistema Santiago de Cali necesita fortalecer, de cada elemento hay algo, pero no son muy conocidos o no son muy fuertes y hace falta que hayan más opciones para cada elemento.

1) **Empresas** mayor dinámica empresarial en innovación, a pesar de que el Valle del Cauca en indicadores de innovación ocupa un lugar aceptable, el porcentaje de empresas no innovadoras del país es del 74% (Conpes, 2015).

2) **Sociedad** crear cultura que de valor a la innovación y al emprendimiento para que se incida positivamente en las intenciones de emprender.

3) **Emprendedores.** Crear mayores habilidades para que los individuos puedan crear empresas. Desarrollar el talento para identificar oportunidades sumando voluntades y recursos de otras personas a través de un modelo de negocio en el que todos pueden resultar beneficiados (Cualquier ciudadano de Cali con conocimiento sobre emprendimiento).

4) **Tecnólogos.** Incentivar la cooperación entre las empresas y los inventores, científicos, ingenieros, etc. que desarrollan tecnología o que desarrollan instrumentos que resuelven necesidades de la sociedad en las distintas áreas del conocimiento (Facultad de ingeniería, física, ciencias, biología entre otras).

5) **Universidades.** Apoyar más la generación de cultura emprendedora y dan formación de base a los futuros emprendedores o a los tecnólogos que egresan de sus facultades. En algunos casos pueden desarrollar trabajos multidisciplinarios que amplían la formación académica y permite la comprensión

de los problemas desde distintas perspectivas (Ej Universidad del Valle, ICESI, Javeriana, San Buenaventura, entre otras).

6) **Centros de Investigación.** Impulsar estos Centros porque son generadores de conocimiento, de soluciones y de propuestas para resolver problemáticas del sector empresarial en todos los campos del conocimiento (I+D empresariales).

7) **Instancias de Gobierno.** Existen diversas instancias de carácter público auspiciadas por los distintos órdenes de gobierno que tienen la misión de apoyar la generación de riqueza y la generación de conocimiento (Alcaldía de Santiago de Cali, gobernación del Valle del Cauca, cámara de comercio de Cali y ministerio de comercio, industria y turismo). Pero falta mayor articulación y cooperación con las empresas y las universidades.

8) **Organismos Privados de Apoyo.** Crear o fortalecer las Incubadoras de negocios, las aceleradoras de negocios, grupos de emprendedores, asociaciones de emprendedores, entre otros, y todas aquellas instituciones que tienen la misión de atender a los emprendedores en sus distintas vertientes y facetas (Bancos colombianos).

9) **Capital Emprendedor.** Fortalecer los Fondos de capital privado que atienden los requerimientos de capital de los emprendedores desde sus etapas de desarrollo del concepto, la puesta en marcha, sus etapas iniciales y su desarrollo (Fondos emprendedores, SENA y otros programas gubernamentales).

10) **Medios de Comunicación.** Que contribuyan a difundir casos de éxito que sean una ventana para que emprendedores en etapas tempranas vean que si es posible, que si se puede ser un emprendedor exitoso (Periódicos y emisoras locales de Cali).

En la tabla 7 se mostrará un enfoque adicional sobre debilidades y fortalezas comparativas, con datos de GEDI, poniendo desde 0 hasta 0,25 como débil o ausente, de 0,25 a 0,75 deben mejorar y de 0,75 a 1 es que es fuerte en ese aspecto.

Tabla 7 Enfoque GEDI por rango de fortalezas y debilidades

Países	Estados unidos	Inglaterra	Alemania	Chile	Israel	Colombia
Redes	0,66	0,75	0,58	0,83	0,68	0,37
Oportunidad	0,77	0,91	0,76	0,51	0,49	0,65
Tecnología	0,81	0,68	0,66	0,45	0,72	0,23

Cultura	0,83	0,83	0,79	0,76	0,59	0,34
Aceptar riesgo	0,88	0,79	0,64	0,74	0,51	0,39
Proceso innovador	0,88	0,68	0,76	0,35	1	0,16
Producto innovador	0,89	0,58	0,7	1	1	0,77
Internacional	0,91	0,47	0,63	0,7	0,6	0,7
Capital humano	0,92	0,77	0,55	0,55	0,71	0,38
Tasa crecimiento	0,96	0,67	0,61	0,8	0,6	1
Competitividad	0,99	0,77	0,88	0,45	0,28	0,51
Capital riesgo	1	0,6	0,76	0,69	0,94	0,39
Habilidades	1	0,6	0,44	1	0,43	0,56
Percepción	1	0,77	0,66	1	0,65	1

Fuente: GEDI

La tabla 7 es la misma tabla 1, pero con colores, Colombia es fuerte en productos innovadores, tasa de crecimiento (Cantidad de empresas que abren por año) y percepción de oportunidades, pero es débil en procesos innovadores y adquisición tecnológica, también cabe destacar que posee muchos elementos en amarillo y hay que mejorar.

Mejorar los procesos innovadores y la adquisición tecnológica corresponde a la conexión entre los elementos del ecosistema propuesto: Empresas, Emprendedores, Tecnólogos y Universidades porque no solo es el proceso interno de innovación asilado de cada elemento, sino que debería existir un proceso transversal de innovación y emprendimiento en la Ciudad como Ecosistema de Emprendimiento.

3.2 PROPUESTAS DE IDEAS GENERALES PARA LA MEJORA DEL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO EN SANTIAGO DE CALI

Herramientas para desarrollar el emprendimiento en Cali si existen, hay cosas que se deben cambiar para ser mejores y estimular un poco más la economía interna, recordando que se necesitan crear nuevas empresas para fomentar el empleo.

1. Cambiar el sistema educativo desde la primaria para fomentar el emprendimiento.
2. Desde la casa y la escuela, cada talento de cada niño se puede convertir en una forma para que ellos aprendan a ganar su propio dinero haciendo lo que mejor saben hacer.
3. Dar a conocer o aumentar las ofertas de talleres de emprendimiento existentes para todas las edades y niveles educativos.
4. Fomentar las inversiones hacia micro y pequeñas empresas, en aquellos lugares donde más se retiene dinero, a cambio de unas ganancias fijas por concepto de ayudas.
5. En las diferentes instituciones donde se genere el emprendimiento fomentar el trabajo en equipo con gente no acostumbrada, pero bajo principios de ética y moral financiera.
6. Toda idea debería ir sustentada por un plan de negocio, por muy pequeño que sea.
7. Pedirle al gobierno que aumente la inversión en emprendimiento, basado en que esto ayudará más al desempleo y mejorará la entrada y flujo de dinero al ecosistema.
8. Crear o mejorar los programa de emprendimiento en las instituciones de educación superior, incluyendo la exposición de las diferentes ayudas existentes en Cali.
9. Para las ideas tipo océano azul (Sector no explorado a nivel de competitividad) e inventos nuevos, se les hagan revisiones especiales por parte de expertos para mejorar dichas ideas y hacerlas más realistas y rentables.
10. Incluir recomendaciones de cursos online de emprendimiento como BiiaLab y otros.
11. Los programas de emprendimiento del Valle del Cauca requieren un enfoque que apunte hacia la innovación, ya que los gráficos muestran muchas repeticiones de ideas.
12. Fomentar el desarrollo y uso de patentes recientes que puedan ayudar a las actividades de las micro y pequeñas empresas.
13. Aumentar, en general, las inversiones en I + D tanto para el gobierno como para entidades privadas.
14. Cambiar la regulación a favor de las pequeñas empresas para que puedan generar una rentabilidad mayor que 0 en poco tiempo.
15. Aumentar el apoyo a las spin off existentes y crear nuevas.

Cali cuenta con lo necesario para que las ideas de emprendimiento se den, pero mucha gente no las conoce y otros simplemente tienen miedo de empezar, especialmente existen muchos mitos acerca de fallar en el emprendimiento y son cosas que se deben desmentir en los diferentes cursos de emprendimiento que se reciban. Los apartados anteriores tratan de propuestas a largo plazo que llevará

tiempo adaptar en el sistema de emprendimiento de Santiago de Cali, pero el siguiente apartado trata de propuestas más inmediatas.

3.3 ¿QUÉ SE PUEDE HACER MIENTRAS TANTO?

Esta tesis será presentada inicialmente en la Universidad del Valle, ciudad de Santiago de Cali, sede Meléndez, facultad de ingeniería industrial. Las siguientes ideas se pueden agregar desde la Universidad del Valle para ir empezando poco a poco los cambios que la ciudad necesita:

1. Aumentar el peso del emprendimiento en el pensum de ingeniería industrial, ayudar a fomentar el emprendimiento, una idea desarrollada desde el inicio de la carrera y que en el mejor de los casos, si es rentable y el grupo de alumnos decide continuar, se pueda presentar como trabajo de grado.
2. Aquellos estudiantes que tengan mínimo 6 meses de experiencia como gerente de una idea de negocio real se les reconozca como práctica y experiencia laboral.
3. La parte del pensum dedicada al emprendimiento debería estar vinculada al banco de datos del programa emprendedor de la Universidad del Valle para una mejor colecta de datos (Especialmente ideas que sean buenas cuando haya el suficiente avance tecnológico).
4. Cada idea real de emprendimiento debería recibir una auditoría por parte de los expertos del programa de ingeniería industrial para recibir asesorías.
5. Evaluar el emprendimiento, no como logro de cada universidad sino como logro común para la ciudad de Santiago de Cali, formar equipos con otras instituciones de educación superior para desarrollar el bien económico de la ciudad.
6. Considerar como opcional una materia dedicada a inventos, una vez se consiga algo posible el estudiante podrá optar por continuar su idea y empezar un plan de negocio con dicho invento.
7. Incentivar la asistencia a programas como C-Líder y la semana de la ingeniería.
8. En lo posible hacer equipo con otras carreras en caso de que la idea de emprendimiento lo requiera.
9. Enlazar los programas de emprendimiento de Univalle con los incentivos mencionados en el capítulo 1, incluyendo las pertenecientes a otras instituciones.
10. Con la ayuda del consejo de la Universidad del Valle crear un departamento de I + D a cargo de la facultad de ingeniería industrial, el cuál trabajaría en conjunto con el programa emprendimiento de la Universidad del Valle, especialmente para aumentar la parte de generación de patentes (Preferiblemente enlazado con otras carreras de ingenierías).

11. Trabajar con las ideas del evento “Alquimia” del departamento de ingeniería química de la Universidad del Valle, para generar mejores ideas de negocio y generar patentes válidas a favor de la universidad.

¿Por qué especialmente Ingeniería Industrial Univalle? Porque son las personas más idóneas para crear y mejorar las empresas, a los estudiantes se les enseña a mejorar todo lo que tocan, desde cualquier punto de vista, pero la mayoría de empresas exitosas existentes ya tienen sus propios expertos, además son muchas personas buscando empleo en pocas empresas existentes, tanto manufactura como servicios ¿Y si primero se crea la suficiente cantidad de empresas para bajar el índice de desempleo al que se deben enfrentar los recién graduados de Univalle? Con suficientes empresas existentes la gente podría dedicarse otra vez a entrar a una empresa y mejorar sus procesos, ya que siempre el futuro muestra una mejor forma de hacer las cosas.

4. CONCLUSIONES

- Cali posee un portafolio de ayudas para sus ideas de emprendimiento, pero posiblemente les sean desconocidas a los emprendedores.
- Las universidades también son una buena fuente de emprendimiento en Santiago de Cali.
- La cooperación entre empresas, universidades y gobierno es un gran incentivo para la prosperidad del emprendimiento.
- Cali, Colombia en general, está en el segundo cuartil de la tabla mundial de emprendimiento.
- En general la gente tiene miedo a arriesgarse, y los que se arriesgan lo hacen desconociendo qué deben hacer y con qué podrían contar.
- En la ciudad de Cali hay muchos expertos en emprendimiento que pueden ser consultados, con el fin de evitar errores posteriores al arranque empresarial.
- Al no haber suficientes puestos de empleo formal el emprendimiento surge para responder a la economía colombiana.
- Cali es uno de los ecosistemas más fuertes de Colombia, no el mejor.
- El emprendimiento bien pensado y apoyado es un gran pilar para la prosperidad en una región, más que el monopolio o la competencia feroz en un sector.
- La educación para generar emprendimiento es lo que se necesita en este momento, ya que se necesitan más empresas con más puestos de empleo formal.
- La facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad del Valle, si se reestructura, podría ser un gran potencial de emprendimiento para la ciudad de Cali.
- Los estamentos en general, especialmente hablando de la gobernación y las entidades financieras, debería, a futuro, cambiar ciertas legislaciones y agregar otras para facilitar la prosperidad de las empresas nacientes, especialmente en el tema de impuestos y tasas de interés bancarias.
- Explorar más ideas tipo océano azul podría mejorar las inversiones en Santiago de Cali.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, S. (10 de 03 de 2012). *Metodología Canvas, una forma de agregar valor a sus ideas de negocios*. Recuperado el 2016, de <http://www.innovacion.cl/reportaje/metodologia-canvas-la-nueva-forma-de-agregar-valor/>
- Bermúdez, G. (2002). *La franquicia: elementos, relaciones y estrategia*. Editorial ESIC.
- BiiaLab. (Febrero de 2014). *BiiaLab*. Recuperado el 2014, de <https://www.youtube.com/watch?v=wP0PWtlhBJo>
- calculadorafreelance.com. (2013). *Calculadora Free Lance*. Recuperado el 2016, de <http://www.calculadorafreelance.com/>
- Cantillón, R. (1758). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: Fondo de cultura económica.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur. An economic theory*. Oxford: Martin Robertson.
- CONPES. (2015). *Informe CONPES 2015*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia. Recuperado el 2016, de <https://www.dnp.gov.co/CONPES/Documents/Pol%C3%ADtica%20nacional%20de%20ciencia,%20tecnolog%C3%ADa%20e%20inovaci%C3%B3n,%202015-2025%20Borrador.pdf>
- CPC. (2016). *Índice departamental de competitividad*. Recuperado el 2016, de http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2015/11/CPC-IDC_2015-2016.pdf
- DANE. (2016). *Índice Informal*. Recuperado el Junio de 2016, de <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/informalidad-y-seguridad-social>
- EasyWebCompany. (1994). *Visme*. Recuperado el 2016, de <http://www.visme.co/>
- García, G. (2002). Perfil del emprendedor.
- GEM. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado el 2014, de <http://gemcolombia.org/publications/730-2/>
- GEM. (Febrero de 2015). *GEM indicadores*. Recuperado el 2015, de <http://www.gemconsortium.org/data/key-indicators>
- Goodwin, M. (2014). *Construyendo el ecosistema de emprendimiento en el sector TECH de Bogotá*. Bogotá: Endeavor.
- Hidalgo, G., Kamiya, M., & Reyes, M. (2014). *Emprendimientos dinámicos en América Latina*. Bogotá: Banco de desarrollo de América Latina.
- Hootsuite.com. (2015). *Hootsuite*. Recuperado el 2016, de <https://hootsuite.com/es>

- Hopkins, J. (4 de Julio de 2004). Entrepreneurs are born, but can they be taught? Estados Unidos: http://usatoday30.usatoday.com/money/companies/management/2004-04-07-teach-entrepreneurs-moms_x.htm.
- Hoselitz, B. (1951). *The Early History of Entrepreneurial Theory, Explorations in Entrepreneurial History*. Chicago, Estados Unidos. Recuperado el 2014, de <http://organizationsandmarkets.files.wordpress.com/2011/02/hoselitz-the-early-history-of-entrepreneurial-theory.pdf>
- ICESI. (2009). *Startup cafe*. (ICESI, Editor) Recuperado el 2016, de <http://www.icesi.edu.co/cdee/start-upcafe/casos-de-exito/>
- innpulsa. (2012). *Escalando el emprendimiento en Colombia*. Barranquilla. Recuperado el 2014, de http://www.innpulsacolombia.com/sites/default/files/la_voz_de_los_emprendedores.pdf
- Machine, L. S. (28 de Mayo de 2013). *Validation Board*. (negociosyemprendimiento.org, Editor) Recuperado el 2016, de <http://www.negociosyemprendimiento.org/2013/05/validation-board-herramienta-para-testear-ideas-de-negocio.html>
- Mincomercio. (2015). *SIREM*. Recuperado el 2015, de <http://sirem.supersociedades.gov.co:9080/Sirem2/index.jsp>
- Núñez, M. A. (16 de 07 de 2013). Plantilla de proyección de emprendimiento. Recuperado el 2016, de <http://www.mediafire.com/download/jd20o28z4x58ztm/Plantilla-emprendimiento.zip>
- Pais. (2015). Las 500 empresas más exitosas del Valle del Cauca. *Diario el Pais*, pág. Listado. Recuperado el Agosto de 2015, de <http://www.elpais.com.co/elpais/500-empresas>
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*, 95-119.
- School, H. B. (2013). Elevator Pitch. mercadeoparaemprendedores.com. Recuperado el 2016, de <http://mercadeoparaemprendedores.com/recursos/descripcion-de-negocio/>
- Shulman, J. (2003). El error de los emprendedores es querer hacerlo todo. *América Economía*. Recuperado el 2014, de <http://www.ceo.cl/609/article-33507.html>
- Smith, A. (1997). *Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106.
- SPRI. (2012). *Manual básico para emprender*. España. Recuperado el 2015
- Therocketsiencegroup. (2001). *Mail Chimp*. Recuperado el 2016, de <http://mailchimp.com/>
- Toyota. (1953). *Kanban*. Tokyo: www.negociosyemprendimiento.org/. Recuperado el 2016, de <http://www.negociosyemprendimiento.org/2013/01/kanban-tecnica-para-incrementar-productividad.html>

- Turgot, R. (1766). Reflexiones sobre la formación y distribución de las riquezas. En E. Escartín, *Estudio y traducción de la obra Reflexiones sobre la formación y la distribución de las riquezas, de R.J. Turgot* (pág. 203). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia de la creación de empresas*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Prentice Hall. Recuperado el 2014, de http://books.google.com.co/books?id=RQ_4NcwhagQC&pg=PT6&hl=es&source=gbp_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false
- Vélez, G. A. (2013). *Proyectos: Identificación, formulación, evaluación y gerencia* (2 ed.). Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Alfaomega.
- Vérin, H. (1982). Pour une première approche. In *Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée. Presses Universitaires Francaises.*, 15-35.
- Weber, M. (1984). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. . México: Fondo de cultura económica .
- Wordpress. (s.f.). *Wordpress app*. Recuperado el 2016, de <https://es.wordpress.org/>
- Zácipa, E. (Diciembre de 2015). *Mapeo emprendimiento colombiano*. (S. Colombia, Editor) Recuperado el 2015, de <https://trello.com/b/zPPxLrK2/mapa-del-emprendimiento-en-colombia>

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA DE EMPRESAS LÍDERES REALIZADA POR EL PAÍS

Nombre: Colombina Sector: Comercio, venta de comestibles Puesto: 4 Utilidad neta 2014: 70026 millones de pesos	Utilidad neta 2014: 42693 millones de pesos
Nombre: EPSA Sector: Energía Puesto: 6 Utilidad neta 2014: 341495 millones de pesos	Nombre: Pollos Bucanero Sector: Venta de pollo crudo Puesto: 36 Utilidad neta 2014: 10492 millones de pesos
Nombre: La 14 Sector: Comercio, supermercado Puesto: 7 Utilidad neta 2014: 9891 millones de pesos	Nombre: Eficacia Sector: Asesoría de negocios Puesto: 38 Utilidad neta 2014: 2892 millones de pesos
Nombre: Tecnoquímicas Sector: Farmacéutico Puesto: 8 Utilidad neta 2014: 87431 millones de pesos	Nombre: Fundación Valle del Lili Sector: Servicios médicos Puesto: 42 Utilidad neta 2014: 32030 millones de pesos
Nombre: Riopaila Sector: Comercio, azúcar Puesto: 17 Utilidad neta 2014: 8649 millones de pesos	Nombre: Estelar Sector: Hotelería Puesto: 63 Utilidad neta 2014: 3837 millones de pesos
Nombre: Gases de Occidente Sector: Distribución de gas natural Puesto: 25	Nombre: Fortox Sector: Seguridad Puesto: 68 Utilidad neta 2014: 5367 millones de pesos

Nombre: Meléndez
Sector: Construcción
Puesto: 89
Utilidad neta 2014: 1429 millones de pesos

Nombre: Cervalle
Sector: Venta de cerdo crudo
Puesto: 92
Utilidad neta 2014: 851 millones de pesos

Nombre: Belleza express
Sector: Aseo y cuidado corporal
Puesto: 104
Utilidad neta 2014: 4410 millones de pesos

Nombre: Jaramillo Mora
Sector: Construcción
Puesto: 123
Utilidad neta 2014: 7687 millones de pesos

Nombre: La esmeralda
Sector: Alimentos, arrocería
Puesto: 132
Utilidad neta 2014: 2235 millones de pesos

Nombre: Fenix
Sector: Alimentos
Puesto: 133
Utilidad neta 2014: 420 millones de pesos

Nombre: Farallones
Sector: Salud
Puesto: 143
Utilidad neta 2014: 3779 millones de pesos

Nombre: Aerocali
Sector: Transporte aéreo
Puesto: 147
Utilidad neta 2014: 16485 millones de pesos

Nombre: Seguridad de Occidente
Sector: Seguridad
Puesto: 170
Utilidad neta 2014: 2377 millones de pesos

Nombre: Buenavista constructora y promotora
Sector: Construcción
Puesto: 172
Utilidad neta 2014: 4157 millones de pesos

Nombre: Sistemas de información empresarial (SIESA)
Sector: Software
Puesto: 233
Utilidad neta 2014: 8661 millones de pesos

Nombre: Salud Centro
Sector: Salud
Puesto: 305
Utilidad neta 2014: 3985 millones de pesos

Nombre: Alpes
Sector: Construcción
Puesto: 307
Utilidad neta 2014: 2705 millones de pesos

Nombre: La locura
Sector: Alimentos
Puesto: 400
Utilidad neta 2014: 436 millones de pesos

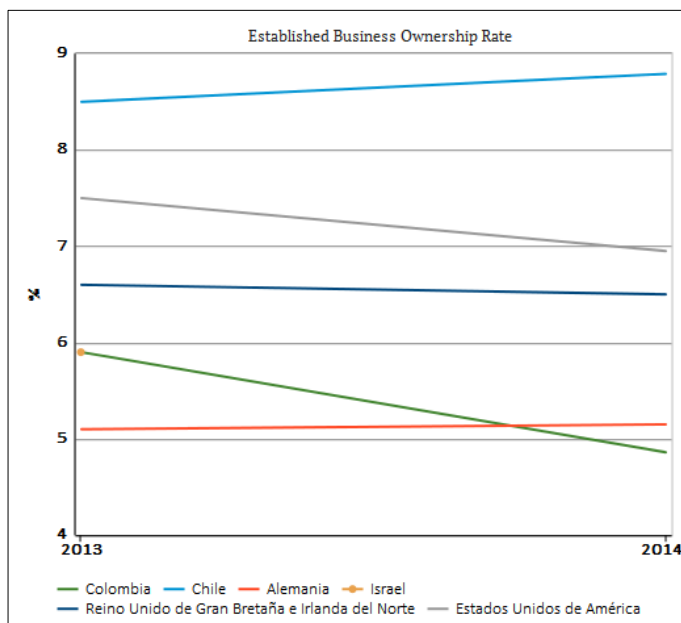
Nombre: Centro de diagnóstico
automotor del Valle
Sector: Servicios, RTM
Puesto: 456
Utilidad neta 2014: 6820 millones de
pesos

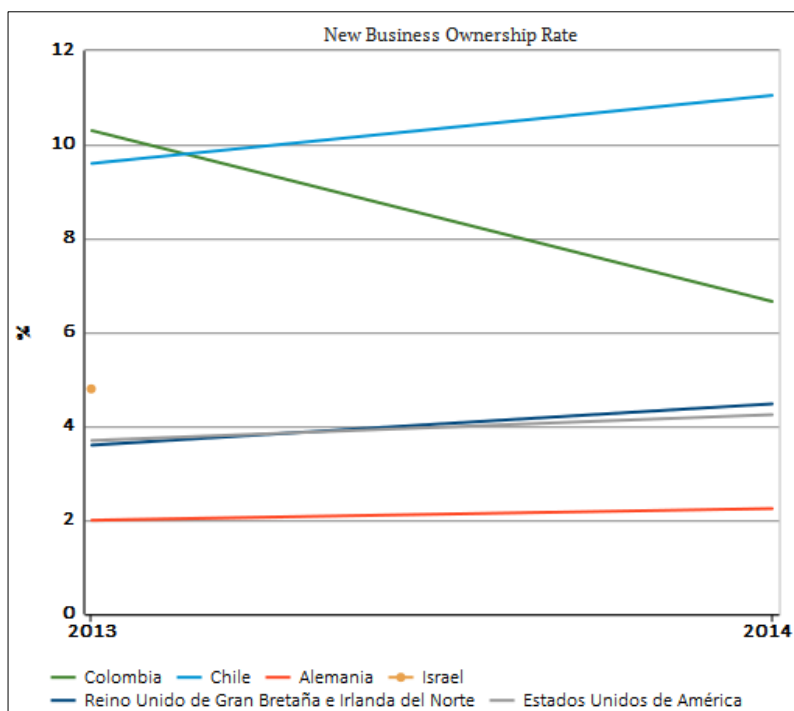
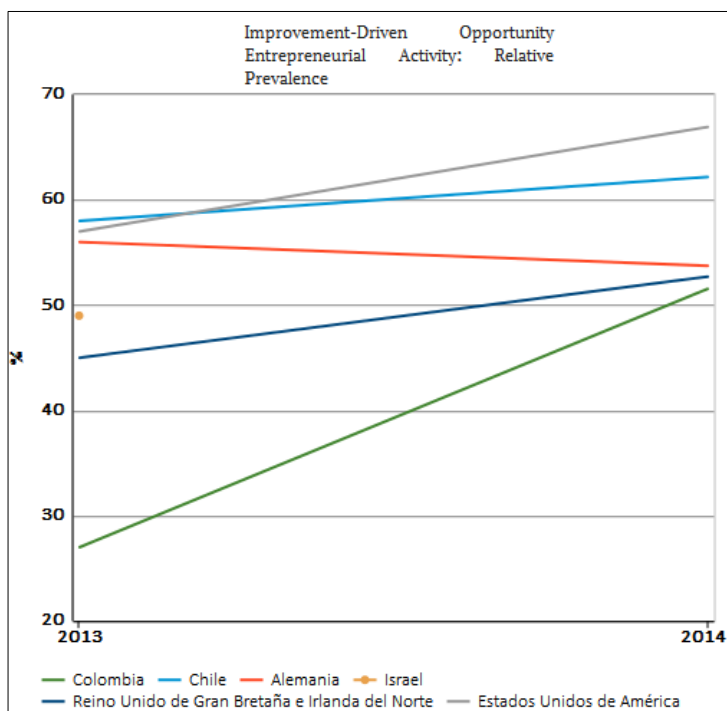
Nombre: Palmaseca, Zona franca
Sector: Outsourcing especial
Puesto: 515
Utilidad neta 2014: 5520 millones de
pesos

Nombre: Clínica oftalmológica de Cali
Sector: Salud
Puesto: 497
Utilidad neta 2014: 1922 millones de
pesos

Criterio de decisión: Las empresas tienen doble referencia en la página
mencionada. Total: 28

ANEXO 2. GRÁFICOS DE GEM





ANEXO 3. TABLA WEF

Indicadores según la WEF

	Global	Sofisticación	Nivel anti monopolio	Adaptación tec	Capital empres	Competencia	Innovación	Internacional	Proc para crear negocio	Días crear negocio
Estados Unidos	5,6	5,6	5,2	5,8	4,5	5,1	5,6	5,3	6	5,6
Chile	4,6	4,1	4,4	5,3	3,3	4,8	3,5	4,1	7	5,5
Inglaterra	5,4	5,5	5,2	5,8	3,9	5,3	5,0	5,0	6	6,0
Alemania	5,5	5,7	5,1	5,6	3,5	5,0	5,5	5,5	9	14,5
Israel	5,0	4,9	3,7	5,9	4,5	4,5	5,6	4,7	5	13,0
Australia	5,1	4,7	4,8	5,4	3,1	4,9	4,5	4,1	3	2,5
Dinamarca	5,3	5,4	5,0	5,5	2,7	5,2	5,1	4,8	4	5,5
Suecia	5,4	5,4	5,2	5,7	3,8	5,1	5,5	5,0	3	16,0
Suiza	5,8	5,8	4,9	5,9	3,7	5,4	5,8	5,4	6	10,0
Singapur	5,7	5,1	5,4	6,0	4,6	6,0	5,2	4,4	3	2,5
Colombia	4,3	4,1	3,8	4,5	2,7	3,9	3,2	3,8	8	11,0