Análisis de la economía emprendedora en los jóvenes de Aguachica, César

Jireth Esperanza Molina Sánchez
CC. 1007317192
Juan Manuel Angarita Solano
CC 18920462

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar
2024

Análisis de la economía emprendedora en los jóvenes de Aguachica, César

Jireth Esperanza Molina Sánchez
CC. 1007317192
Juan Manuel Angarita Solano
CC 18920462

Director

Ángel jurado

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar

2024

Nota de Aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

Director del proyecto

_____

Evaluador 1

_____

Evaluador 2

Aguachica Cesar, Abril del 2024.

Dedicatoria

En primer lugar, agradezco a mi familia y amigos, quienes han sido fuente inagotable de apoyo, aliento y motivación durante todo este proceso. Gracias por creer y por ser una red de contención los momentos de dificultad. A los profesores y tutores, cuya guía, conocimientos y experiencia han sido fundamentales para el desarrollo de este proyecto. Gracias por su dedicación y por compartir su sabiduría; Nuestros compañeros de estudio merecen un reconocimiento especial, Juntos hemos compartido alegrías, desafíos y muchas horas de trabajo intenso. Gracias por ser un equipo unido, por brindar un ambiente de colaboración y compañerismo. Por último, pero no menos importante, a mí, por la valentía, el empeño y la pasión que he puesto en este proyecto. No ha sido fácil, pero cada obstáculo ha sido una oportunidad de aprender y crecer.

Este proyecto de grado no solo representa el final de una etapa en la vida académica, sino el comienzo de nuevos desafíos y oportunidades. Que los resultados obtenidos contribuyan positivamente al campo de estudio y abran puertas hacia un futuro prometedor. a todos aquellos que han estado a mi lado en este viaje y poder seguir contando con ustedes en los próximos desafíos que se presenten.

Jireth Esperanza Molina Sánchez
Juan Manuel Angarita Solano

Agradecimientos

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna manera en la realización de esta tesis.

En primer lugar, queremos agradecer a mi director de tesis, Ángel Jurado, por su dedicación, orientación y apoyo a lo largo de todo el proceso. Gracias a su experiencia y conocimientos, logramos abordar de manera exitosa los desafíos que surgieron durante la investigación. Sus consejos y sugerencias fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

También queremos agradecer a los miembros de mi comité de revisión, por su tiempo y evaluaciones constructivas. Sus comentarios y observaciones contribuyeron significativamente a la mejora de la calidad de esta tesis.

Además, queremos agradecer a nuestros docentes, por su colaboración y disponibilidad para compartir sus conocimientos y experiencias. Sus aportes enriquecieron nuestra investigación y nos inspiraron en la búsqueda de respuestas.

No podemos dejar de agradecer a mis compañeros de estudio, quienes me brindaron apoyo y comprensión en todo momento. Sus debates, ideas y opiniones enriquecieron mis reflexiones y me ayudaron a ver aspectos que de otro modo hubiera pasado por alto.

También quiero agradecer a mis amigos y familiares por su incondicional apoyo y aliento durante este arduo proceso. Su confianza y palabras de ánimo fueron mi motor para seguir adelante incluso en los momentos más difíciles.

Por último, quiero dedicar un agradecimiento especial a todas las personas que participaron en mi investigación, ya sea como entrevistados, encuestados o colaboradores. Su contribución fue crucial para la obtención de datos y resultados significativos.

Tabla de Contenido

Pág

Introducción 15
1 Titulo 16
1.1 Planteamiento del Problema 16
1.2 Objetivos 19
1.2.1 Objetivo general. 19
1.2.2 Objetivos específicos. 19
1.3 Justificación 20
1.3.1 Valor teórico. 21
1.3.2 Relevancia social. 21
1.3.3 Implicaciones prácticas 22
1.3.1 Utilidad metodológica. 22
1.4 Delimitación 23
1.4.1 Delimitación teórica-temática. 23
1.4.2 Delimitación témpora 24
1.4.4 Delimitación contextual. 25
2 Marco Referencial 27
2.1 Antecedentes 27
2.1.1 Antecedentes históricos 28
2.2 Marco Teórico 34
2.3 Marco Conceptual 38
2.4 Marco Legal 40
3 Aspectos Metodológicos de la Investigación 42
3.1 Enfoque y Tipo de Estudio 42
3.2 Diseño de la Investigación 42
3.3 Formulación de Hipótesis 43

3.4 Sistema de Variables 44
Variable dependiente: las barreras que enfrentan los emprendedores actuales del municipio de Aguachica cesar al momento de ejercer las actividades económicas. 44
3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra 45
3.5.1 Población. 45
3.5.2 Método de muestreo. 45
3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información 46
3.7 Procedimiento 47
3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información 47
4 Esquema Temático 48
4.1 Identificar los factores que determinan las barreras que enfrentan los jóvenes emprendedores en Aguachica, cesar, para la promoción del emprendimiento. 48
4.1.1 Resultado de las encuestas aplicadas a emprendedores locales del municipio de Aguachica cesar. 49
4.2 Evaluar la actividad emprendedora y las tendencias empresariales entre los jóvenes de Aguachica, cesar. 58
4.2.1 Técnicas de evaluación 62
4.3 Proponer estrategias realizables y coherentes para el fortalecimiento de los emprendedores, desde la economía del municipio de Aguachica cesar. 65
4.3.1 Estrategias basadas en el método de evaluación con la matriz de Pestel. 66
4.3.2 Indagar la situación del modelo de negocio. 67
4.3.3 El cuerpo del Canvas propone una central de nueve aspectos tales como: 67
4.3.4 Crear una red de apoyo. 69
Discusión 73
Conclusiones 75
Recomendaciones 76
Referencias Bibliográficas 77
Apéndices 79

Lista de Figuras

Figura 1 Mapa de Aguachica 24
Figura 2 Mapa del Cesar 25
Figura 3 Actividad Económica con mayor auge en Aguachica Cesar 26
Figura 4 Cuadro de variables 44
Figura 5 ¿Cómo considera usted que se encuentra el emprendimiento en el municipio de Aguachica cesar? 49
Figura 6 ¿Usted, en algún momento ha emprendido con algún producto o servicio? En caso que su respuesta sea negativa, diga el por qué. 49
Figura 7 ¿En el momento de emprender, con qué barreras te has enfrentado para lograr el objetivo? 50
Figura 8 ¿Has identificado si tu emprendimiento tiene o no competencia local para seguir ejecutándolo? 50
Figura 9 ¿Qué debilidades considera que tiene usted en el momento de emprender? 51
Figura 10 ¿Cuánto tiempo le dedicas a tu emprendimiento? 52
Figura 11 ¿Has utilizados estrategias de marketing en tu emprendimiento, ¿cuál? 52
Figura 12 ¿Considera que es necesario el capacitarse para emprender? 53
Figura 13 ¿Cree usted que el municipio carece de medios que impulsen al emprendedor, por qué? 53
Figura 14 ¿Conoce en el municipio entidades públicas o privadas, que apoyen el emprendimiento local, cuáles? 54
Figura 15 ¿Sabía usted que estas entidades públicas apoyan el emprendiendo: Bancóldex, cámara de comercio, andi, Colciencias, bango agrario, créame, impulsa Colombia, Sena, fondo emprender, ¿cultura e? 55
Figura 16 Esquema de análisis de actividades 57
Figura 17 Definición de las actividades económicas 58
Figura 18 Técnicas de evaluación 63
Figura 19 Meretriz de PESTEL 64
Figura 20 Figura de estrategias gubernamentales 66
Figura 21 Sistema de información para la red de apoyo 70

Lista de Tablas

Tabla 1 ¿Qué debilidades considera que tiene usted en el momento de emprender? 51
Tabla 2 Entidades emprendedoras que hicieron parte de la encuesta 55
Tabla 3 Evaluación situacional de los jóvenes emprendedores 61
Tabla 4 Business Model Canvas o BMC 68
Tabla 5 Entidades que iniciarían la red de apoyo 70

Lista de apéndice

Apéndice A 79
Apéndice B 79
Apéndice C 79
Apéndice D 80
Apéndice E 81

Resumen

El análisis del desarrollo de la economía emprendedora de los jóvenes de Aguachica, se enfoca en examinar el papel y el impacto de los jóvenes en el crecimiento económico y la innovación en esta región. Se ha identificado que, poseen características como la creatividad, la motivación, la disposición para correr riesgos y la pasión por hacer una diferencia en la sociedad. Estas cualidades les permiten generar nuevas ideas y soluciones, reflejando la innovación comercial. Sin embargo, se identificó algunos desafíos que limitan el desarrollo de los emprendedores; estos desafíos incluyen la falta de acceso a financiamiento, la necesidad de programas de apoyo y capacitación específicos para él emprendedor, inasistencia de redes de contactos y la falta de políticas gubernamentales favorables. Para superarlos y fomentar el desarrollo de la economía emprendedora, es necesario implementar medidas específicas, como: la creación de programas de capacitación empresarial y mentoría, el establecimiento de fondos de financiamiento, el fortalecimiento de las redes de contacto y la promoción de políticas públicas. Además, es importante promover la colaboración entre diferentes actores del ecosistema empresarial del municipio. Esto implica la intervención activa del sector privado, el sector público y la sociedad civil, para establecer alianzas estratégicas, compartir conocimientos y recursos, crear una relación propicia para el desarrollo de la economía juvenil.

Palabras claves: Alianza**,** Creatividad, Disposición, Emprendedor, juventud.

Abstract

The analysis of the development of the entrepreneurial economy of Aguachica's youth focuses on examining the role and impact of youth on economic growth and innovation in this region. It has been identified that they possess characteristics such as creativity, motivation, willingness to take risks and passion for making a difference in society. These qualities allow them to generate new ideas and solutions, reflecting commercial innovation. However, some challenges were identified that limit the development of entrepreneurs; These challenges include lack of access to financing, the need for specific support and training programs for entrepreneurs, lack of networking, and the lack of favorable government policies. To overcome them and promote the development of the entrepreneurial economy, it is necessary to implement specific measures, such as: the creation of business training and mentoring programs, the establishment of financing funds, the strengthening of contact networks and the promotion of public policies. In addition, it is important to promote collaboration between different actors in the municipality's business ecosystem. This implies the active intervention of the private sector, the public sector and civil society, to establish strategic alliances, share knowledge and resources, create a relationship conducive to the development of the youth economy.

Keywords: Alliance, Creativity, Disposition, Entrepreneur, youth.

Glosario

Economía emprendedora: Se refiere al conjunto de actividades económicas relacionadas con la creación y desarrollo de nuevos negocios y emprendimientos.

Jóvenes emprendedores: Hace referencia a los individuos jóvenes que tienen la iniciativa y dedicación para desarrollar nuevos negocios y emprendimientos.

Crecimiento económico: Se refiere al aumento en la producción de bienes y servicios de una región, acompañado de un aumento en los ingresos y la creación de empleo.

Innovación: Consiste en la aplicación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios que generan un cambio significativo y mejoras en la economía y la sociedad.

Financiamiento: Se refiere a los recursos económicos necesarios para poner en marcha y mantener un negocio o emprendimiento.

Programas de apoyo y capacitación: Son iniciativas que brindan entrenamiento, asesoría y recursos a los emprendedores, con el fin de fortalecer sus habilidades y conocimientos para desarrollar y hacer crecer sus negocios.

Redes de contactos: Son grupos de personas y organizaciones que comparten intereses y se conectan con el objetivo de intercambiar conocimientos, recursos y oportunidades para el desarrollo empresarial.

Políticas gubernamentales favorables: Se refiere a las medidas y regulaciones implementadas por el gobierno que crean un entorno propicio para el desarrollo de la economía emprendedora, tales como incentivos fiscales, acceso a financiamiento y simplificación de trámites.

Ecosistema emprendedor: Consiste en el conjunto de actores, recursos, instituciones y condiciones que interactúan y se complementan entre sí para promover y apoyar el emprendimiento y la innovación en una región.

Colaboración: Implica la cooperación y trabajo conjunto entre diferentes actores del ecosistema emprendedor, como el sector privado, el sector público y la sociedad civil, para impulsar el desarrollo económico y la generación de empleo a través del emprendimiento. plantilla le proporciona la descripción de los principales aspectos a considerar en la organización y redacción del Formato Tres de trabajo de grado de la carrera de Administración de

Introducción

En los últimos años, el emprendimiento se ha convertido en una opción atractiva y dinámica para los jóvenes, ofreciéndoles la oportunidad de desarrollar sus habilidades, crear empleo y generar ingresos. En el municipio de Aguachica, Cesar, esta realidad no es una excepción; Cada vez más jóvenes se lanzan al mundo empresarial en busca de oportunidades para hacer realidad sus ideas y contribuir al desarrollo económico local; Con el presente análisis se pretende examinar la economía de los jóvenes emprendedores en Aguachica, Cesar, desde una perspectiva teórica y práctica. Para ello, se utilizará un marco conceptual que abarque diversos aspectos relevantes, como la teoría económica del emprendimiento, los efectos del emprendimiento juvenil en la economía local, los factores determinantes y las barreras que enfrentan los jóvenes emprendedores, así como las políticas y programas de apoyo existentes.

Aguachica, Cesar, es una región con un enorme potencial económico y una amplia gama de oportunidades para el desarrollo de emprendimientos en diversos sectores. Sin embargo, es fundamental entender los factores que impulsan o limitan el emprendimiento juvenil en la zona, ya que esto permitirá diseñar estrategias más efectivas para fomentar la participación y el éxito de los jóvenes en el ámbito empresarial. Además, es importante considerar las perspectivas de los propios jóvenes emprendedores, quienes son los protagonistas de esta dinámica económica. Conocer sus experiencias, motivaciones, expectativas y desafíos ayudará a comprender mejor la realidad económica y social en la que se desenvuelven, así como a identificar áreas de oportunidad para mejorar las condiciones y el apoyo necesario para su desarrollo empresarial.

Con este análisis económico de los jóvenes emprendedores en Aguachica, Cesar, se busca proporcionar una visión integral y fundamentada sobre la situación económica actual en la que se encuentran y brindar recomendaciones que contribuyan al fortalecimiento de la economía local, promoviendo un entorno favorable para el emprendimiento y la generación de empleo joven.

1 Titulo

Análisis de la economía emprendedora en los jóvenes de Aguachica, César

1.1 Planteamiento del Problema

Como estrategia alternativa para abordar los problemas del desempleo y las brechas de oportunidades, el gobierno nacional de Colombia ha asumido la tarea de promover una cultura empresarial. A pesar de lo dicho, la nación necesita prepararse para asumir un desafío de esta magnitud y desplegar el conocimiento para iniciar un negocio. No todos los individuos tienen un perfil emprendedor y, en consecuencia, no todos conocen o han encontrado su perfil emprendedor potencial. Para hacer realidad las iniciativas empresariales de todos los ciudadanos que tienen una idea o un plan de negocio viable y hacerlas sostenibles en el tiempo a través de dichas ayudas y apoyos de las entidades creadas al efecto, numerosas entidades públicas y privadas se han convertido en los referentes portadores para la promoción de este tipo de cultura a través del apoyo a proyectos productivos, brindándoles capacitación, asistencia técnica, acompañamiento, asesoría y financiamiento.

la intención real de un emprendedor joven, significa un gran aporte a la economía, puesto que desdés temprana edad busca el sostenimiento propio y el desarrollo sostenible de su negocio que indirectamente hace una contribución a la economía circular a partir del enfoque que se despliega. El 20% de los jóvenes entre 15 y 28 años - la mayoría mujeres adolescentes y jóvenes -no estudian ni trabajan. En proyecciones más recientes (OIT) 2018) se prevé que el desempleo juvenil aumentará en los próximos años (16,8 % en 2016 y 17,1% en 2018). El tema de la empleabilidad de los jóvenes en la era digital y en un mundo de revoluciones tecnológicas aceleradas, requiere repensar metodologías educativas y de formación profesional, y poner el acento en el desarrollo, no sólo de las habilidades técnicas, sino también socioemocionales (OIT & PNUD, 2019)

El emprendimiento aparece como una oportunidad para la inserción laboral e inclusión social de los jóvenes. Desde una perspectiva de desarrollo humano, refiere al desarrollo de

capacidades individuales y organizacionales. Las capacidades para impulsar emprendimientos, el empleo juvenil independiente, a partir de la creación de empresas propias, puede ser una vía hacia el trabajo decente, tanto para los jóvenes emprendedores como para aquellos que podrían ser trabajadores asalariados de dichas empresas, y hacia la empresa sostenible. Este tipo de empleo abarca un heterogéneo conjunto de actividades, como el desarrollo de empresas privadas, el empleo por cuenta propia, las empresas sociales y las cooperativas (OIT &PNUD, 2019)

Debido a la escasez de información y estudios enfocados que aborden este tema en la zona, la economía emprendedora en jóvenes de Aguachica, Cesar, se presenta como un tema pertinente. Se afirma en un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que estudiar la economía del emprendimiento juvenil es fundamental para evaluar las oportunidades económicas y generar políticas y programas adecuados para su desarrollo. Sin embargo, hasta la fecha no se ha realizado ningún estudio exhaustivo del panorama empresarial juvenil en Aguachica, lo que dificulta tomar decisiones bien informadas y poner planes prácticos en acción.

Además, se ha observado en otros contextos que los jóvenes emprendedores pueden enfrentar una serie de barreras para iniciar y mantener sus negocios, como falta de acceso a financiamiento, falta de capacitación y formación empresarial, y falta de apoyo institucional. Estos factores son especialmente relevantes en Aguachica, donde se observa una alta tasa de desempleo juvenil y una falta de oportunidades económicas para este grupo demográfico.

Por otro lado, es fundamental enfatizar que las políticas y programas que apoyan a los jóvenes emprendedores deben crearse y modificarse de acuerdo con el contexto local. Se afirma que, para garantizar la relevancia y eficacia de las políticas y programas de apoyo al emprendimiento juvenil, se deben tomar en consideración las características demográficas, culturales y socioeconómicas de la población objetivo. Por lo tanto, es crucial realizar un análisis detallado Análisis de la economía emprendedora entre los jóvenes de Aguachica con el fin de comprender sus necesidades y desafíos y, en consecuencia, desarrollar estrategias adecuadas a esta situación.

La realización de un análisis de la economía emprendedora en los jóvenes de Aguachica, Cesar, es fundamental para obtener datos actualizados, identificar barreras y desafíos específicos, y diseñar políticas y programas efectivos que fomenten el emprendimiento juvenil en la región. Esta investigación permitirá promover el desarrollo económico local, generar empleo y mejorar las oportunidades de éxito para los jóvenes emprendedores en Aguachica.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general.

Analizar la economía Emprendedora en los jóvenes de Aguachica-Cesar.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar los factores que determinan las barreras que enfrentan los jóvenes emprendedores en Aguachica, Cesar, para la promoción del emprendimiento.

- Evaluar la actividad emprendedora y las tendencias empresariales entre los jóvenes de Aguachica, Cesar

- Proponer estrategias para el fortalecimiento de los emprendedores, desde la economía del municipio de Aguachica cesar.

1.3 Justificación

A lo largo del tiempo la economía mundial se ha basado en modelos de negocio tradicionales bajo leyes estipuladas para obtener un crecimiento y desarrollo económico en beneficio de la sociedad; sin embargo, actualmente las industrias creativas tienen su protagonismo en el sector económico. El emprender, es un nuevo modelo económico que se caracteriza por generar ingresos, cuyos autores en su mayoría tienden a ser jóvenes con ambición de crecimiento haciendo uso de su intelecto y creatividad como principal herramienta para el desarrollo.

Por ello, la presente investigación apunta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas (2019), por medio del objetivo 8, inciso 8.3, el cual propone: "Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros" (Unidas, 2019) p.23. De este modo, la investigación se direcciona desde la Ley de Emprendimiento 2069 del 31 de diciembre del 2020, por medio del cual, se impulsa el emprendimiento en Colombia, que tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

Dicho marco delineará un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región; también tiene la intención de mostrar la forma de potenciar la economía naranja en los emprendimientos de los jóvenes del Municipio y su necesidad de explotar la creatividad, talento y cultura. Las implicaciones sociales, se determinan en la generación de una vía segura y positiva para el crecimiento y desarrollo regional y de esta manera se verifique una mayor disposición a emprender; las implicaciones prácticas, que se denotan en la actitud hacia el emprendimiento, generalizando la necesidad de la población

de conseguir una actividad para su sustento, incorporando actividades de la economía emprendedora que le sirvan de impulso para su funcionamiento y desarrollo tanto empresarial como personal. De esta manera es relevante proponer un plan de actividades emprendedoras, enfocadas en la economía que sirvan para potenciar el emprendimiento en los jóvenes de Aguachica- Cesar.

1.3.1 Valor teórico.

"El emprendimiento es un fenómeno cada vez más relevante en el contexto económico y social actual. Se entiende como la capacidad y disposición de una persona para llevar a cabo un proyecto innovador que genere valor económico y social." (Cristiansen Barrio Miranda 24 de julio 2023). El emprender, es una forma de generar empleo y desarrollo económico en una región. Al enfocarse en los jóvenes, se les brinda la oportunidad de iniciar su propio negocio y contribuir al crecimiento económico de la comunidad. Así mismo la economía emprendedora en los jóvenes permite identificar las necesidades y oportunidades existentes en la región. Esto puede llevar a la creación de políticas y programas de apoyo específicos para fomentar el emprendimiento, como capacitaciones, acceso a financiamiento y fortalecimiento de habilidades empresariales. Además, el análisis también puede ayudar a identificar posibles barreras y desafíos que los jóvenes emprendedores enfrentan en la región. Esto permite implementar medidas para superar esos obstáculos y generar un entorno propicio para el desarrollo de emprendimientos exitosos.

1.3.2 Relevancia social.

Teniendo en cuenta el Articulo de (José Yener Camargo, Daricelly Araujo 2019) que indica el resultado de la TEA aplicado en el municipio, arroja como resultado que: en "Aguachica Cesar es de 31,3%, valor superior a los registrados para Colombia y otras municipalidades del Caribe. Al desagregar el TEA entre empresarios nacientes y nuevos empresarios, se encontró que existe una mayor proporción en los empresarios nuevos (24.7%) frente a los empresarios nacientes (6.6%). Esta diferencia de proporción es contraria

a la registrada en las demás regiones con las que se compara, donde es mayor la proporción de empresarios nacientes que la de nuevos empresarios, por ejemplo, en el caso de Colombia, los nuevos empresarios están en el orden de 6.7% mientras que los nacientes en 15.2%. Estos resultados sugieren que la actividad emprendedora de Aguachica tiende a ser estable y que es una opción de vida laboral para su población, pero a la vez existen pocas iniciativas de nuevas actividades de negocio." Los jóvenes constituyen un segmento poblacional de importancia estratégica para el desarrollo del emprendimiento, dado que contar con capital humano emprendedor requiere forjar vocaciones y competencias en la gente desde edades tempranas. Es así como las actividades de la economía emprendedora, puedan potenciar los emprendimientos en los jóvenes, de tal manera que sirva de vía promisoria para dotarlos de mejores competencias para incrementar sus chances de conquistar su lugar en el mercado de trabajo, para trabajar emprendiendo cuando el deseo o la necesidad golpeen a sus puertas, pero haciéndolo con las herramientas necesarias.

1.3.3 Implicaciones prácticas

Esta investigación, acarrea la observación, investigación y verificación de los procesos y alternativas de crecimiento empresarial desde el análisis de la economía emprendedora en los jóvenes de Aguachica, César, el cual abre la posibilidad de acceso de información y conocimiento para los investigadores, de este modo presentar alternativas de solución a las interrupciones que se le exterioriza a un emprendedor en el momento de ejercer su actividad económica en el municipio.

1.3.1 Utilidad metodológica.

El autor Al-Noor (2018) enuncia que "el emprendedurismo no es un trabajo sino un estilo de vida, lo cual implica amar el proceso de creación, el cual requiere paciencia y constancia a pesar de los obstáculos o cambios abruptos que se presentan, como cuando alguna idea no funciona o cuando alguna inversión resultó no ser suficiente o apropiada". La decisión de emprender para los jóvenes es atractiva hoy por hoy, más que antes, ya que les permite ser

creativos, asumir riesgos y encontrarse con los retos que se encuentren en el camino y de este modo alcanzar sus sueños y metas

Para entender el problema se realiza una recopilación de fuentes secundarias principalmente de bases de datos, textos y artículos especializados de emprendimiento. Una vez recompilada la información se construiría la investigación, por con siguiente se canaliza la primera fuente de información, a través del uso de técnica de encuestas que incluye: Identificación de unidades productivas y/o emprendimientos juveniles, Aplicación de encuestas a líderes emprendedores, De modo que se logre recopilar la información primaria.; Finalmente se propone un plan de actividades a la luz de los objetivos trazados.

La consolidación de este análisis, se rige por el meto de investigación cuantitativa y cualitativa, puesto que se ejecutará un diagnóstico y análisis de las situaciones que se les presenta a un emprendedor, desde punto de vista interno y externo; de este modo se contextualiza la encuesta, el cual consististe en recopilar los datos mediante un cuestionario diseñado para los emprendedores jóvenes, se realiza la tabulación gráfica para mayor captación de la información el cual permite definir, clasificar, catalogar o caracterizar el entorno situacional. Este trabajo conceptualiza el cómo fomentar el fortalecimiento de una unidad productiva desde el ambiente metalúrgico teniendo encuentra modelos de estudios; notificar estrategias comerciales internas y externas.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación teórica-temática.

El estudio de los emprendimientos económicos y empresariales iniciados en la región colombiana se denomina, análisis de la economía emprendedora en los jóvenes de Aguachica, Cesar. Se enfoca en identificar, analizar y comprender las variables que afectan la actividad emprendedora de los jóvenes del municipio, así como evaluar las políticas e iniciativas ya implementadas para fomentar y apoyar la actividad en la comunidad; incluidas

actividades como iniciar nuevos negocios, crear nuevos productos o servicios, crear empleos, innovar, colaborar y examinar los aspectos económicos y Efectos sociales del emprendimiento juvenil en la zona, diferentes enfoques teóricos y metodológicos, examinar las características económicas y sociales de la región de Aguachica y su potencial para el emprendimiento juvenil.

1.4.2 Delimitación témpora

La presente investigación se realizará en un periodo de doce (12) meses comprendidos entre el mes enero del 2022 hasta diciembre de 2023, espacio de tiempo en el que se desarrollará el trabajo de recolección de información, el cual corresponde a la realización de los objetivos.

1.4.3 Delimitación espacial

La economía de Aguachica gira alrededor del sector agropecuario, la agroindustria y el comercio local, el cual ha permitido el surgimiento de una serie de servicios agrícolas, técnicos, financieros, de transporte y otros servicios empresariales y personales dirigidos a los diferentes sectores económicos y a la población regional. Las vías fluviales como el transporte de pasajeros que lo comunican desde y hacia el interior del Departamento del sur de Bolívar se realizan por el río Magdalena en el municipio de Gamarra (Web Aguachica, 2020)

Figura 1 **Mapa de Aguachica**



Fuente:https://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/handle/20.500.11762/18597/La%20Gloria_Cesar.pdf?sequence=1&isAllowedy

Figura 2 **Mapa del Cesar**



Aguachica
Cesar

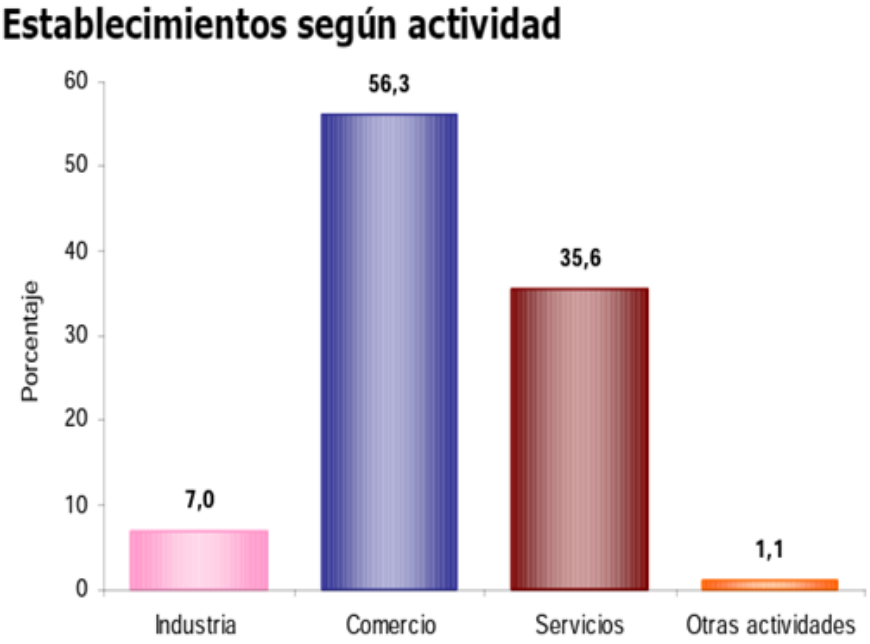
Fuente:https://www.google.com/search?q=mapa+de+aguachica&rlz=1C1UUXU_esCO940CO940&oq=mapa+de+aguachica&aqs=chrome.69i57j0l2j0i22i30l7.4461j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

1.4.4 Delimitación contextual.

Se examinará la economía empresarial juvenil de Aguachica-Cesar con un enfoque en las circunstancias socioeconómicas de esta región de Colombia y la participación de los jóvenes en la creación de empresas y emprendimientos.

El departamento de Cesar y el municipio de Aguachica. Es una zona rural con una economía principalmente agrícola, ganadera y de mercado negro. Sin embargo, en los últimos años ha aumentado el deseo de los jóvenes de lanzar y desarrollar sus propios negocios. El análisis se concentrará en las causas, obstáculos y oportunidades que tienen los jóvenes de Aguachica para iniciar sus propios negocios, así como los efectos de estas iniciativas en el desarrollo económico y social de la zona. Además, se evaluará el papel de las instituciones educativas, las políticas gubernamentales y otras organizaciones en la promoción del emprendimiento entre los jóvenes. También se identificarán las características distintivas de la economía local que pueden tener un impacto en el éxito de los emprendimientos juveniles.

Figura 3 Actividad Económica con mayor auge en Aguachica Cesar



Fuente: DANE.COM

Establecimientos según actividad 7,0 56,3 Industria Comercio Servicios Otras actividades Porcentaje El 7,0% de los establecimientos se dedican a la industria; el 56,3% a comercio; el 35,6% a servicios y el 1,1% a otra actividad.

con este dato se corrobora que el comercializar cualquier producto permite el movimiento económico del departamento y que la población siempre encamina en aumentar las utilidades propias.

2 Marco Referencial

2.1 Antecedentes

Frederick W. Riggs (1964) ha promovido un concepto de emprendimiento que afirma que una sociedad particular difractada o prismática promovería el emprendimiento en lugar de una sociedad fusionada que lo delimite. Riggs diferencia tres tipos de sociedades. Sociedad fusionada: donde los aristócratas imponen restricciones estrictas a las actividades empresariales; Sociedad difractada: que fomenta la universalidad, la alta movilidad social y la flexibilidad; Sociedad prismática: donde los aristócratas poseen valores ambivalentes hacia los empresarios, tanto positivos como negativos.

En esta sociedad, los empresarios en ascenso representan una amenaza para la aristocracia y, para protegerse, algunos aristócratas se embarcan en el espíritu empresarial, incluso si no necesariamente les gusta; es por ello que la teoría sugiere que una sociedad con valores permisivos hacia el emprendimiento por parte de los aristócratas establecidos facilitaría el emprendimiento.

El término emprender data desde la época de la antigüedad. Este término ha venido siendo aplicado en las diferentes ciencias sociales. Emprender deviene de la palabra Latina “in” y “prendere”, con esa base los franceses acuñaron el término “entrepreneur” y luego con el devenir del tiempo los ingleses adoptaron el término “entrepreneurship” que describe el comportamiento y las habilidades que requieren los emprendedores con potencial de éxito. Desde el siglo XX, algunos investigadores intentaban explicarse el fenómeno de la creación de empresas y cómo influía en el desarrollo económico (Sanchez, 2018).

El emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos. En América Latina, el

28.7% de la población económicamente activa es autoempleada, el 54.8% es asalariada y el 4% es empleadora Particularmente, el 19% de los jóvenes latinoamericanos se encuentra dentro de un empleo informal, mientras que el 20% no estudia ni trabaja (OCDE/CEPAL/CAF, 2019). Bajo este panorama, el emprendimiento tiene un papel clave en el desarrollo del autoempleado.

Un independiente creativo que cuente con las motivaciones, capacidades e instrumentos necesarios pasa de autoempleado a emprendedor y desempeña actividades productivas de mayor valor, produce más, genera más ganancias y contrata a más empleados, esto permite la creación de más y mejor empleo (Sanchez, 2018). La directora ejecutiva Lina María Montoya Madrigal (2023) indica en el artículo lo siguiente, "En Colombia más de 90% de las empresas están clasificadas entre pequeñas y medianas; es decir que estos negocios son el tejido empresarial del país: desde la barbería, la tienda, la peluquería, hasta el campesino que cultiva su tierra. La mayoría de estos negocios surgen pequeños, en el seno del hogar, por la capacidad de la persona o la falta de oportunidades para acceder a un empleo o a la educación. Por medio del emprendimiento, una persona busca satisfacer sus"

2.1.1 Antecedentes históricos.

El emprendimiento juvenil ha existido a lo largo de la historia de la humanidad, aunque con diferentes características y enfoques según el contexto histórico y cultural. En la antigüedad, muchos jóvenes emprendían desde una temprana edad debido a la falta de oportunidades de empleo formal. Por ejemplo, en la antigua Roma, los niños y jóvenes solían ser aprendices en talleres artesanales o comercios, aprendiendo así un oficio y adquiriendo habilidades empresariales.

Durante el periodo de la Revolución Industrial en los siglos XVIII y XIX, la situación de los jóvenes emprendedores cambió. Con el auge de las fábricas y la industrialización, muchos jóvenes abandonaron la educación formal para trabajar en fábricas y talleres, creando sus propios negocios en un intento de escapar de las duras condiciones laborales y de aprovechar

las oportunidades económicas que ofrecía la época. A partir del siglo XX, con la globalización y los avances tecnológicos, el emprendimiento juvenil ha tomado nuevas formas. A medida que las sociedades se volvieron más urbanas y las oportunidades educativas se expandieron, los jóvenes emprendedores comenzaron a salir de los contextos rurales y buscar oportunidades en áreas como la tecnología, la moda, la música, entre otros.

En las últimas décadas, el emprendimiento juvenil ha experimentado un auge debido a la facilidad de acceso a la información y a la democratización de la tecnología. Los jóvenes emprendedores tienen hoy en día la posibilidad de crear startups tecnológicos, lanzar productos digitales o incursionar en sectores emergentes, como la sostenibilidad y la economía circular.

De esta manera el emprendimiento inicia con la humanidad, ya que ésta en su historia, lucha por superarse, encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en los seres humanos. Desde sus inicios, las empresas han dado lugar a una historia continua de cambios progresivos en las relaciones materiales y sociales de la humanidad. Esta evolución comenzó hace menos de un milenio cuando un hombre que intentaba asegurar su supervivencia encontró respuestas a sus necesidades básicas al darse cuenta de que el mismo entorno natural le proporcionaba las herramientas esenciales para su trabajo que le permitirían superar sus expectativas.

La conciencia de poder que ejerce el hombre sobre los medios de producción, da lugar al inicio de una historia marcada por la necesidad de superación, en donde la humanidad ha evidenciado cambios sustanciales presentados en este documento de manera cronológica, analizando eventos históricos como los acontecidos en la edad media en Europa siglos XII y XIII donde da inicio la dinámica empresarial de exportación de materias primas y bienes manufacturados, la repercusión que tuvo en la actividad económica mundial el descubrimiento de América Latina, la Revolución Industrial que a mediados del siglo XVIII

transformó definitivamente la actividad empresarial a nivel mundial, la primera guerra mundial que permite convertirse en potencia industrial a EE.UU.

Para posteriormente en la segunda guerra mundial consolidarse como fuerza capitalista mundial, la guerra fría que en base a un conflicto hegemónico entre EE.UU. y la URSS 1 da inicio a la era del avance tecnológico y científico con el importante aporte de empresas públicas y privadas, conflicto que finalmente para noviembre de 1989 se marca con la caída del muro de Berlín y la posterior desintegración de URSS en 1991, con lo que da inicio la era de la globalización y la expansión del capitalismo al resto del mundo en la segunda mitad del siglo XX (Rosa Sandra, Sandra burgos Castelo 2019)

Según el periódico de la universidad del Rosario," Monitor Global de Emprendimiento" (2023) publicado por el Banco Mundial y el Instituto de Emprendimiento Global, indica que Colombia se encuentra entre los países de América Latina con mayor actividad emprendedora. Además, el Índice Global de Emprendimiento y Desarrollo (GEDI, por sus siglas en inglés) destaca que Colombia ha mejorado constantemente su entorno emprendedor, colocándose en el puesto 45 a nivel mundial. Entre los sectores más prometedores para emprender en Colombia se encuentra el de la tecnología y el software. Según la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT), el sector tecnológico ha experimentado un crecimiento del 11 % anual en los últimos años, con empresas como Rappi, una plataforma de entrega a domicilio, y Platzi, una plataforma de educación en línea, que han logrado captar la atención tanto a nivel nacional como internacional.

Otro sector con un enorme potencial es el de la agricultura y agroindustria. Colombia cuenta con una diversidad de climas y suelos que permiten la producción de una amplia variedad de productos agrícolas. Empresas como Agrosavia y Frubana han encontrado oportunidades en la agricultura inteligente y la cadena de suministro agrícola, respectivamente, generando impacto económico y social significativo.

2.1.1. Antecedentes investigativos.

2.1.2. *Del orden internacional.*

La mayoría de los empresarios de esta región no muestra una orientación de sus ventas a mercados internacionales (Felzensztein et al., 2019). Es así que, estudios de internacionalización de empresas en países en desarrollo, como las estadísticas del estudio del GEM del año 2015- 2016, indican que existen países con un gran porcentaje de emprendedores (más del 80%) pero solo con un limitado nivel de orientación internacional, como son los casos de Colombia, Chile, Ecuador y Perú (Kelly, Singer y Herrington, 2019).

Además, en general, la estructura y las estrategias de las empresas latinoamericanas no son propicias para el emprendimiento y muchas son reacias a asumir riesgos e innovar (Lora y Castellani, 2018). Esto es reportado en el Informe de Competitividad Global del World Economic Forum, donde se indica que el sector empresarial latinoamericano es percibido como menos sofisticado y menos innovador que los sectores empresariales de Europa y Asia oriental (Lora y Castellani, 2014). En este contexto, diversos estudios sobre el emprendimiento internacional han abordado tres principales temas de investigación: el emprendedor, el entorno externo empresarial y el proceso emprendedor (Coviello et al., 2018)

En referencia al emprendedor, sus características, a nivel individual, han demostrado ser bastante influyentes en las intenciones emprendedoras (Rocha et al., 2015); en especial en las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), las cuales son asociadas a menudo a un empresario individual y a su comportamiento. Por otro lado, a pesar de la importancia del emprendedor en el proceso de internacionalización, un tema importante que resalta la literatura es la falta de estudios más exhaustivos que determinen cómo las diferentes características de los tomadores de decisiones afectan a las decisiones estratégicas internacionales de las PYMEs (Francioni, Musso y Cioppi, 2015).

Además, a pesar de que se ha argumentado que el capital humano y el capital social son muy importantes para los países en desarrollo, las investigaciones sobre estos aspectos han estado enfocados para las economías avanzadas (Woolcock 1998), lo mismo sucede con el estudio sobre los factores cognitivos y contextuales que influyen en el emprendimiento internacional; siendo estos factores distintos para cada contexto cultural o nivel de desarrollo de los países o regiones. En consecuencia, es importante profundizar en estudios que permitan identificar, analizar y aprender sobre los factores que determinan el comportamiento emprendedor orientado a incursionar en mercados internacionales, abordando, en particular, la predicción de la probabilidad del emprendimiento internacional de los tomadores de decisiones, teniendo en cuenta sus características personales, sus capacidades y recursos, así como los factores cognitivos referidos a la autopercepción y a la percepción del entorno económico y social.

2.1.1.1 Del orden nacional.

Por otro lado, como parte del esfuerzo por conocer qué es lo que motiva a una persona a encaminarse por un proyecto propio, también se ha indagado en investigaciones como la de Krauss, Bonomo y Volfovicz (2019), denominada Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. Este artículo aborda cómo a través de la técnica de regresión ordinal logística, se logra estructurar una fórmula matemática, que pronostica la inclinación de un alumno de educación superior a llevar a cabo un emprendimiento.

Los resultados del estudio, ponen en evidencia que a pesar de que existe un abanico de opciones que apoyan la formación integral y consolidación de los proyectos empresariales, los países latinoamericanos requieren de un esfuerzo adicional para sentar bases más sólidas en las instituciones de educación superior, específicamente a nivel curricular en materia de emprendimiento, pero también del soporte gubernamental para lograr programas y políticas públicas ajustadas a cada realidad.

A partir de una revisión documental de algunos programas académicos de varias instituciones de educación superior de Bogotá, se determina que a pesar de la transversalidad que se le ha dado al emprendimiento en las carreras universitarias, no ha sido exitosa la aplicación de los conocimientos en los escenarios reales, por tal motivo, los autores plantean un prototipo que permite al estudiante descubrir y potenciar sus habilidades en el campo, así como integrar aspectos derivados de iniciativas del gobierno para tal fin. Seguidamente, en el texto titulado Emprendimiento e innovación para impulsar la competitividad desde la universidad en la ciudad de Barranquilla (Colombia), cuyo estudio es abordado por Reníz García y Rojas-Millán (2018).

Se explica cómo se logra la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con los procesos creativos en el área de la salud a través del llamado living-lab, el cual consiste en una técnica colaborativa en la que los usuarios, a partir de sus experiencias, son partícipes de la formulación de soluciones al respecto.

Partiendo de una metodología documental, se evidencian los progresos experimentados como resultado de la interacción con el Laboratorio Viviente, además de constatar la positiva acogida que ha tenido desde los diferentes sectores, educativo, gubernamental y empresarial principalmente, por lo que se estima oportuno proseguir con su uso en beneficio de la región, integrando las partes citadas como base para un crecimiento sostenido en la ruta emprendedora. Como se puede apreciar, las investigaciones recientes dan cuenta de resultados diversos que muestran como parte integral de los ecosistemas emprendedores, el papel del Estado como componente fundamental para la dinámica forjadora de creación de nuevas empresas.

2.1.1.2 Del orden regional o local.

El (Grupo Prodeco 2023). Realiza una investigación y análisis del impacto positivo del emprendimiento en el corredor minero del cesar, donde realiza un contenido de información

resaltando la importación que le brindan los cesarienses al emprender, resaltando las palabras de Ana María Santiago donde indica “Emprender significa ser valiente, estar abierto a las oportunidades y creer firmemente en que sí se puede. Emprender es tener voluntad, pero, sobre todo, es ser constante.” Donde por su persistencia logro aumentar sus estándares de crecimiento gracias aun a corporación llamada Centro de Emprendimiento y Empleabilidad – CEMPRENDE, que brinda formación técnica y fortalecimiento a los emprendedores.

Cabe resaltar que el Grupo PRODECO ha llegado a atender más de 1.240 emprendimientos en su área de influencia en Cesar y Magdalena. De esta cifra, 602 emprendimientos fueron fortalecidos con capital semilla; a la fecha, 463 siguen activos y generando utilidades. Estos emprendimientos han reportado ventas por más de 3.570 millones de pesos y están generando empleo directo e indirecto para más de 725 personas. Ana maría, propietaria de “Arepas La Victoria” cuenta con 40 clientes fidelizados y produce más de 3.500 paquetes de arepas al mes. Todo un logro y motivo de orgullo para una mujer que, sin ningún nivel de estudios, logró romper barreras y superar sus propios miedos; siendo un gran ejemplo de superaciones en el Cesar.

2.2 Marco Teórico

En el mundo empresarial, el emprendimiento se ha convertido en una tendencia en auge en la actualidad. “El emprendedor es aquella persona que consigue ver oportunidades donde otros empresarios no las ven, y además se pone a trabajar para desarrollar su idea” (rivero, 2019).

Teoría del capital humano de Gary Becker La idea central de esta teoría es considerar el proceso de adquisición de habilidades y conocimientos por medio de la educación como una forma de inversión. La inversión en la capacitación y habilidades del ser humano no sólo incrementa la productividad individual, sino que al hacerlo sienta la base técnica para el proceso de crecimiento económico. En este aspecto la concepción neoclásica del capital

humano considera que el individuo, en el momento que toma la decisión de invertir o no en su educación arbitra entre los beneficios que obtendrá en el futuro si sigue formándose y los costos de la inversión (Montaño, 2020).

Teoría del emprendimiento de Joseph Schumpeter: Schumpeter asume que el emprendedor actúa para distorsionar una situación de equilibrio existente. La actividad emprendedora rompe con el círculo continuo de mejoramiento. Para Schumpeter, el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades (M, 2010)**.**

Peter Drucker (1985), economista austriaco- norteamericano, es uno de los autores más importantes en el tema gerencial. Define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador, y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento (Velasquez, 2013).

El emprendimiento juvenil en la economía local de Aguachica, Cesar, tiene diversos efectos positivos que pueden destacarse. A medida que los jóvenes se involucran en la creación de sus propios negocios, se generan impactos significativos tanto a nivel individual como a nivel comunitario. Fomenta la creación de empleo local. Los jóvenes emprendedores, al establecer sus propios negocios, generan puestos de trabajo para otros miembros de la comunidad. Esto reduce la tasa de desempleo, mejora el nivel de vida de las personas y fomenta la estabilidad económica en la región.

Además, el emprendimiento juvenil contribuye al incremento de la riqueza local. Los jóvenes empresarios, al operar sus negocios, generan ingresos y beneficios que se mantienen en la comunidad. A través de la reinversión de estos ingresos, se dinamiza la economía local, ya que se impulsa el consumo y el desarrollo de otros negocios en la zona. Otro efecto positivo del emprendimiento juvenil en Aguachica es la diversificación económica. Los

jóvenes emprendedores a menudo traen nuevas ideas, enfoques y productos al mercado local. Esto es especialmente importante para evitar la dependencia económica de una única industria o sector y, asimismo, facilita la adaptación de la economía local a los cambios en el contexto económico. El emprendimiento juvenil también fomenta la innovación y la creatividad en la comunidad.

Los jóvenes empresarios tienden a estar abiertos a nuevas ideas y enfoques, lo que puede generar el surgimiento de productos o servicios innovadores. Esto contribuye a elevar la competitividad de los negocios locales y a posicionarse en el mercado más allá de los límites geográficos de Aguachica.

El emprendimiento está influenciado por diversos factores que pueden determinar el éxito o fracaso de un proyecto emprendedor. En primer lugar, la motivación y pasión son elementos clave en el emprendimiento juvenil. Los jóvenes emprendedores deben sentir una fuerte motivación interna para llevar a cabo su idea de negocio y estar dispuestos a dedicar tiempo y esfuerzo para lograr sus objetivos. El acceso a la educación y el apoyo institucional también son factores determinantes.

Un buen nivel de educación empodera a los jóvenes emprendedores, brindándoles las herramientas necesarias para desarrollar habilidades empresariales y tomar decisiones informadas. Además, contar con el respaldo de organizaciones gubernamentales o instituciones especializadas en el emprendimiento puede ser de gran ayuda para los jóvenes emprendedores, proporcionándoles recursos y asesoramiento. El entorno empresarial y el acceso a los recursos son otros factores importantes. Un ecosistema empresarial favorable, con acceso a financiamiento, espacios de trabajo compartido y redes de contacto, puede impulsar el emprendimiento juvenil. Los jóvenes emprendedores también necesitan acceso a la tecnología y a la información para poder desarrollar sus proyectos de manera eficiente y competitiva.

El emprendimiento juvenil es una opción atractiva para muchos jóvenes que desean iniciar su propio negocio y materializar sus ideas innovadoras. Sin embargo, existen diversas barreras que pueden dificultar el camino hacia el éxito empresarial. Es importante identificar estas barreras y buscar soluciones para superarlas. Una de las principales barreras del emprendimiento juvenil es la falta de experiencia y conocimientos.

Los jóvenes emprendedores suelen carecer de la experiencia que se adquiere con los años en el mundo empresarial. También pueden tener limitados conocimientos en áreas clave como finanzas, marketing, gestión o negociación. Es fundamental adquirir la formación y el conocimiento necesarios para desarrollar habilidades empresariales que les permitan tener éxito en el competitivo mundo del emprendimiento. Además, los jóvenes emprendedores pueden encontrar dificultades para acceder a recursos financieros. Los préstamos y la obtención de inversionistas pueden resultar complicada debido a la falta de historial crediticio o garantías. Muchas instituciones financieras pueden ser reacias a otorgar financiamiento a emprendedores jóvenes, lo que limita sus posibilidades de crecimiento.

La falta de redes y contactos profesionales también puede ser una barrera para el emprendimiento juvenil. Establecer relaciones sólidas en el mundo empresarial es esencial para acceder a oportunidades de negocio, obtener financiamiento o encontrar mentores que brinden asesoramiento. Los jóvenes emprendedores pueden tener dificultades para construir una red de contactos debido a su falta de experiencia y conexiones. El miedo al fracaso es otro obstáculo que a menudo enfrentan los emprendedores jóvenes. El miedo a no tener éxito o perder todo lo invertido puede hacer que muchos jóvenes eviten asumir riesgos necesarios para el crecimiento y el desarrollo de su empresa.

Es importante fomentar un ambiente de apoyo y fomentar la mentalidad de aprendizaje, donde los errores se vean como oportunidades para mejorar. Por otra parte, la falta de apoyo y reconocimiento puede desmotivar a los jóvenes emprendedores. La falta de apoyo por parte de familiares, amigos y hasta instituciones educativas, puede hacer que muchos jóvenes se

sientan inseguros en su capacidad para emprender y abandonen sus ideas. Es fundamental fomentar un entorno que valore y apoye el espíritu emprendedor.

Finalmente, las barreras legales y burocráticas también pueden dificultar el emprendimiento juvenil. Los trámites y regulaciones complicadas, los requisitos de licencia y las normativas fiscales pueden ser obstáculos para los jóvenes emprendedores que están iniciando su negocio. Simplificar los procedimientos y facilitar los requisitos burocráticos puede fomentar el emprendimiento juvenil.

La teoría clásica de la administración; El fundador fue el Ingeniero, Henri Fayol (Constantinopla 1841- París 1925). Esta teoría presenta un enfoque muy consigo en cuanto a las directrices de la organización; sin lugar a dudas cuando no hay un orden establecido, el proceso y el producto final tienden a variar la calidad y la eficiencia con la que se llevan a cabo; por esta razón es indispensable poner orden al interior de la unidad productiva; pues ello reflejara grandes ventajas a nivel externo también. Hay aspectos que pueden parecer sencillos e irrelevantes pero que en realidad tienen una importancia trascendental ya que sin ellos la palabra administración carece de sentido; Fayol describe que administración básicamente es planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar; ese juego de palabras aplicada a la unidad productiva en todas sus áreas, va generar éxito, orden, enfoque y claridad para alcanzar las metas propuestas.

La teoría clásica de la administración es una guía segura para brindar una permanencia en el tiempo de la unidad. Una unidad productiva logra un correcto ejercicio cuando hay una sincronización de todos los elementos y áreas de la empresa. No puede fallar ninguno, ya que si lo hace se ven perjudicadas las demás áreas también, y la organización entonces no puede funcionar de forma eficiente. Además, los trabajadores también juegan un papel fundamental en el cumplimiento de dichas funciones.

2.3 Marco Conceptual

Capacidad: La variación neta de activos financieros y la variación neta de pasivos financieros del Estado

Economía:

Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos.

Emprendimiento: El emprendimiento es el proceso de iniciar y llevar a término un proyecto de negocio por cuenta propia.

Estrategias: procedimiento a través del cual se toman las decisiones en un escenario determinado con el objetivo de conseguir una o varias metas**.**

Falencia: Insolvencia, o situación de hecho en que se encuentra el comerciante que ha cesado en sus pagos.

Impulsar: Dar empuje para producir movimiento.

Irregularidades: actividad económica que es invisible al Estado por razones de evasión fiscal o de controles administrativos.

Juventud activa: técnicas de dinámica grupal lúdica, donde los jóvenes con capacidad de interactuar en ambientes de aprendizaje y desarrollo de actividades experiencial, sirvan como base para afrontar de manera efectiva los retos y desafíos que exigen la vida en los entornos sociales, laborales y de integración ciudadana.

Sostenibilidad: satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer a las necesidades de las generaciones futuras, al mismo tiempo que se garantiza un equilibrio entre el crecimiento de la economía, el respeto al medioambiente y el bienestar social.

2.4 Marco Legal

Laura Escamilla, indica que “Según el DANE, en 2021 el desempleo fue de 18.1% para las mujeres y 10.6% para los hombres, una brecha laboral que se recrudeció con la pandemia. Pero en el mismo año se vio un incremento del 9.3% de mujeres emprendedoras frente a un 8.4% de hombres emprendedores.” Este dato abre la intención de orientar sobre las normas y leyes que favorecen a un emprendedor naciente a nivel nacional.

Ley 590 DE 2000 (Julio 10) Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".

Ley 1014 de 2006 (enero 26) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país

Decreto 810 del 4 de junio de 2020. Este se creó durante los primeros meses de la pandemia y recoge preocupaciones sobre su impacto en la generación de empleo y en el crecimiento económico expresadas por organizaciones nacionales e internacionales, dice Escamilla.

Decreto Legislativo No. 810 de 2020, la ley aclara que se denominará "Fondo Mujer Emprende" El anterior decreto fue creado a través de Decreto Legislativo 810 del 4 de junio de 2020, donde se autorizó la constitución de un patrimonio autónomo que servirá de vehículo para promover, financiar y apoyar el emprendimiento, la formalización y el fortalecimiento empresarial de las mujeres, que según el artículo segundo del mencionado decreto, “ tendrá como objeto la financiación, la inversión y la asistencia técnica destinada a promover financiar y apoyar el emprendimiento, la formalización y el fortalecimiento empresarial de las mujeres en Colombia”.

La Ley de Emprendimiento o Ley 2069 del 31 de diciembre de 2021, consiste en brinda un marco regulatorio que facilita el nacimiento de nuevos emprendimientos y empresas y les permite crecer para así incentivar la creación de empleo.

Ley 2234 de 2022, por la cual se promueve la política de emprendimiento social. Las disposiciones de esta Ley son de interés de la institucionalidad nacional y territorial hacedores, implementadores y/o vinculados en la política pública de Emprendimiento Social.

Para efectos de la presente Ley se entenderá por: Emprendimiento Social. Es una clase de emprendimiento adelantado por personas naturales o jurídicas con o sin ánimo de lucro que mediante el empleo de técnicas empresariales y de mercado, busca solucionar problemáticas, así como atender y/o fortalecer procesos que afectan diversos ámbitos de las comunidades, beneficiando principalmente, aunque no de manera exclusiva a comunidades y/o poblaciones en condición de vulnerabilidad. El Emprendimiento Social contribuye al desarrollo sostenible, al fortalecimiento económico de las comunidades, a la generación de oportunidades, así como a la creación de valor económico y/o social y al crecimiento económico sostenible, en muchos casos mediando para ello la innovación.

3 Aspectos Metodológicos de la Investigación

3.1 Enfoque y Tipo de Estudio

El empresario (Felix, Husted & Aigner, 2017). “El emprendimiento ha surgido como un nuevo fenómeno que está ayudando a mejorar las condiciones de vida de muchas personas alrededor del mundo” La presente investigación se identifica con la metodología de carácter mixto puesto que su enfoque es cuantitativo y cualitativo; ya que, radica en seleccionar, analizar y acordar la investigación con datos y resultados de la recolección de información que fundamenta la investigación, donde el diligenciamiento de métodos estadísticos como la encuesta, permiten emparejar estándares de procedimiento o pruebas de hipótesis con base en la medición numérica y estadística.

Pearson, Karl, con el aporte de la disciplina a la estadística descriptiva y la correlación. Desarrolló una intensa investigación sobre la aplicación de los métodos estadísticos en la biología y fue el fundador de la bioestadística abriendo paso a tres ramas y líneas investigativa, permitiendo de este modo, sintetizar información de manera clara y concisa; Por consiguiente, es posible definir el tipo de estudio, el cual es descriptivo e inferencial, Debido a que el proyecto requiere de datos fiables y para sacar datos fundamentales, el estudio se utiliza para examinar las situaciones frente al estado comercial de una población emprendedora, la estructura y la finalidad de este segmento, Es te tipo, sede a gestionar una descripción minuciosa del fenómeno en estudio calculando las particularidades.

3.2 Diseño de la Investigación

Para efectos de la presente investigación, se escogió el diseño no experimental ya que el objetivo es observar las inconformidades actuales de los emprendedores del municipio. Según Aries (2012. Pag.31) afirma que la investigación de campo es aquella que, que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigativos, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios) sin manipular o controlar variables algunas.

¿El propósito del análisis descriptivo es observar y referir las variables de una población, registrar la información y analizar la interrelación en un momento dado? Cuando hace referencia a situando un procedimiento el cual tiene como función ubicar en unas o varias variables a un grupo de personas, situaciones, contextos, y facilitar su descripción.

3.3 Formulación de Hipótesis

Mediante qué condiciones técnicas y legales puede acogerse un emprendedor naciente dentro de las leyes existentes en términos nacionales y locales para buscar la sostenibilidad en el mercado económico, que permita el crecimiento y la entrada a la industria empresarial consolidándose como un creador de pymes.

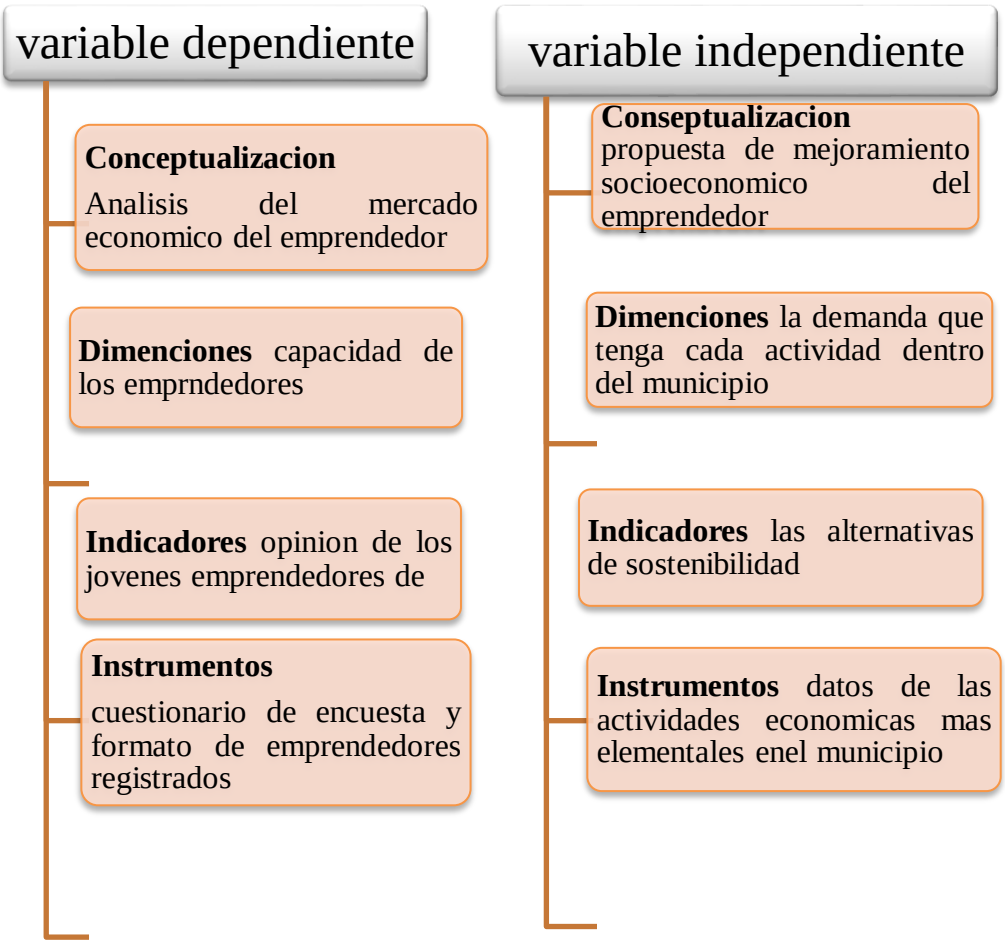
Para ello, De acuerdo con el «Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad» del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, el 31 de diciembre del 2020, el presidente de la República sancionó la Ley 2069 del 2020 con el fin de impulsar el nacimiento de nuevas empresas que incentiven la generación de empleo en el país. Pensada con el objeto de reactivar la economía y fomentar la actividad emprendedora, esta ley propicia un entorno que promueve el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de esas iniciativas, generando mayor desarrollo social, creación de empresas y mejoras tanto en la productividad como en la competitividad. De esta manera, la norma también concreta la «Política de formalización empresarial» del Documento CONPES 3956 del 8 de enero de 2019. Con este hecho se promueve y acepta la libre decisión de emprender bajo términos que no atenten con la integridad de la sociedad.

3.4 Sistema de Variables

Variable dependiente: las barreras que enfrentan los emprendedores actuales del municipio de Aguachica cesar al momento de ejercer las actividades económicas.

Variable independiente: La valoración y aporte de los emprendedores actuales, para mejorar la fuente de economía del municipio

Figura 4 **Cuadro de variables**



3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra

3.5.1 Población.

La actual investigación tiene como población, personas emprendedoras conformados en rangos de edades entre 18 y 28 años del municipio de Aguachica, Cesar, que pertenecen a comerciantes jóvenes del municipio, los cuales están registrado en la base de datos de la Cámara de Comercio de Aguachica hasta el año 2023, se les aplico la encesta de manera exitosa a 158 personas en total.

3.5.2 Método de muestreo.

De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2022 Aguachica tenía 84,593 personas mayores de 18 años: 44,207 mujeres (52.3%) y 40,386 hombres (47.7%). Los mayores de edad representaban el 68.2% de la población de Aguachica, estos datos fueron registrado hasta el año 2022. (DANE, CON 2022). Y la población de empresas nacientes de emprendimientos de la localidad, según datos que proporciona la cámara de Aguachica es de 752 unidades productivas.

La muestra del estudio son proporciones que se eligen bajo criterios específicos y que la población juvenil registrada ante la C.C.A. esta conformada por 752 comerciantes , con la intención de profundizar en la comprensión de la investigación, es por ello que se decide hacer un tipo de muestra, y es la muestra por conveniencia, donde se les propondrá a las personas el estudio que se está llevando a cabo y la persona decidirá por sí misma si desea participar o no.

El muestreo por conveniencia, consiste en, seleccionar una muestra estadística donde el investigado podrá elegir aquellos sujetos a los que tiene mayor facilidad de acceso, lo que permite la proximidad geográfica o económica. Según (Hernández Sampieri et al., 2006) indica que este método “tiene por objetivo estudiar las relaciones existentes entre la

distribución de una variable "y" en una población "z" y las distribuciones de esta variable en la muestra a estudio"

$$n = \frac{4 * N * P * Q}{E^2(N-1) + 4 * P * Q}$$

$$n = \frac{4 * (752) * 50 * 50}{7x^2 * (752-1) + 4 * 50 * 50} = 158.01\ Encuestas$$

Por consiguiente, se toma en cuenta las cifras de las empresas nacientes del municipio para identificar la población a encuesta y se tiene en cuenta los jóvenes emprendedores para ejercer el derecho a participar de esta investigación; Donde se visualizó y selecciono a los emprendedores que conciertan la investigación; presentando las preguntas como método de obtención de información y determinación de la muestra.

3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información

3.6.1.1 Fuentes de información primarias.

Para la recolección y obtención de información se aplicaron encuestas a un segmento de la población de emprendedores jóvenes del municipio de Aguachica cesar; los cuales tienen negocios y microempresas actualmente activas y con más de veinte años en el mercado del municipio, negocios Textilerías, gastronomía, almacenes de cadena, almacenes de ropa etc. Que han crecido lo suficiente para generar empleabilidad y desarrollo local

3.6.1.2 Fuente de información secundaria.

Las fuentes secundarias que se utilizaran están conformadas por: libros, tesis de grado, internet, tales como:

- Grupo Prodeco “la investigación del impacto positivo del emprendimiento en el Cesar”
- Universidad y Empresa “investigación de conceto del emprendedor y el emprendimiento social.
- Colombia compra eficier “Informes legales de normatividad del emprendedor y el empresario”

3.7 Procedimiento

Se realiza la planificación de las preguntas y formulación, donde se verifica la conceptualización en el ámbito de comprensión, ortografía, coherencia y cohesión de cada interrogante; posteriormente la aplicación de los métodos de recolección de la información que este caso se realizó por medio de la aplicación que presta Google drive, y la tabulación de la misma.

3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información

El método de recolección de la información y tabulación se realizó de manera sistemática para agilizar y brindar confiabilidad el cual se aplicó una encueta a emprendedores jóvenes y nacientes en la región ; Luego se efectúa el análisis del instrumento por el método descriptivo utilizando las herramientas de estadígrafo de Excel, donde se recolecto, verifico y tabulo las respuesta de preguntas abiertas y cerradas ; En último lugar se ejecuta las observaciones de los resultados para la exposición y deducción de toma de decisiones.

4 Esquema Temático

Con la objetividad de indagar, evaluar, gestionar y establecer procesos que den viabilidad al mejoramiento del ambiente comercial de los emprendedores del municipio; el conocer el entorno y las necesidades que ayuden a enfocar el presente proyecto, se determinó realizar un estudio de mercado por medio de la encuesta y visualización del medio físico comercial de cada emprendedor, ya que, de este modo, se visualizaría de manera directa las necesidades y virtudes de cada actividad económica. Para ello, se desarrollaron tres objetivos que fundamenta la investigación el cual se extienden por los siguientes:

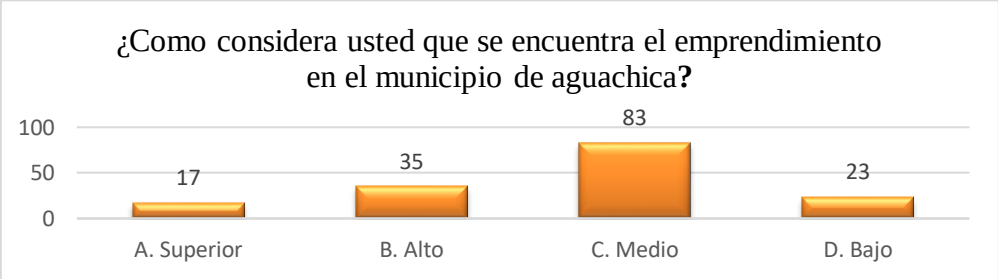
4.1 Identificar los factores que determinan las barreras que enfrentan los jóvenes emprendedores en Aguachica, cesar, para la promoción del emprendimiento.

Según (Stevenson 1983- 2000). “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” Es por ello la importante identificar cuáles son los posibles obstáculos o barreras que los emprendedores deben enfrentar para sostener y avanzar con las actividades económicas que desarrollan, puesto que: el señalar dependencias legales comerciales, económicas, sociales y/o gubernamentales, permite la modificación y estructuración real de un emprendimiento exitoso.

El presente objetivo fue desarrollado principalmente por una encuesta a personas en un rango de edad de 18 a 28 años de edad, donde han emprendido al menos por primera vez en el municipio de Aguachica, Cesar, también el nivel de aceptación y respuesta de la plaza a las que se enfocaron. La encuesta está consolidada por 158 emprendedores y seguidamente la tabulación y análisis de los resultados.

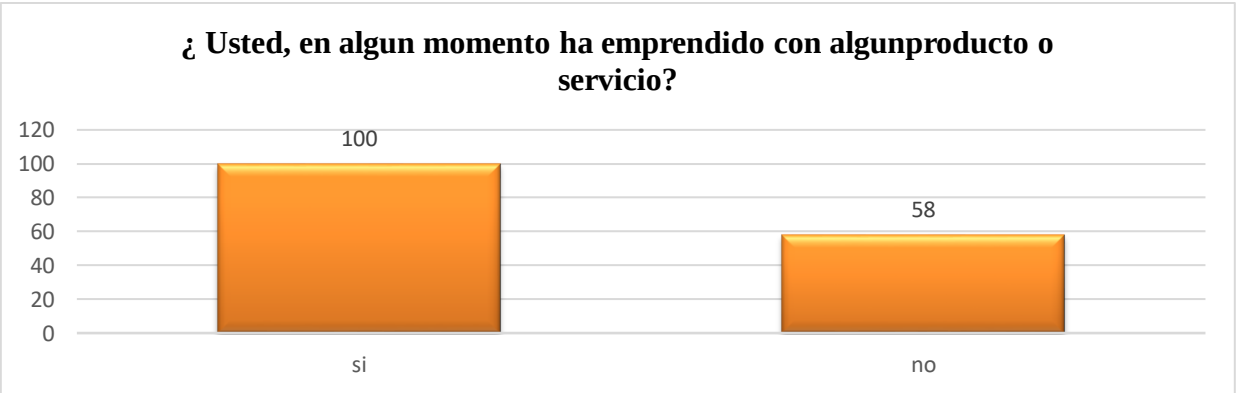
4.1.1 Resultado de las encuestas aplicadas a emprendedores locales del municipio de Aguachica cesar.

Figura 5 ¿Cómo considera usted que se encuentra el emprendimiento en el municipio de Aguachica cesar?



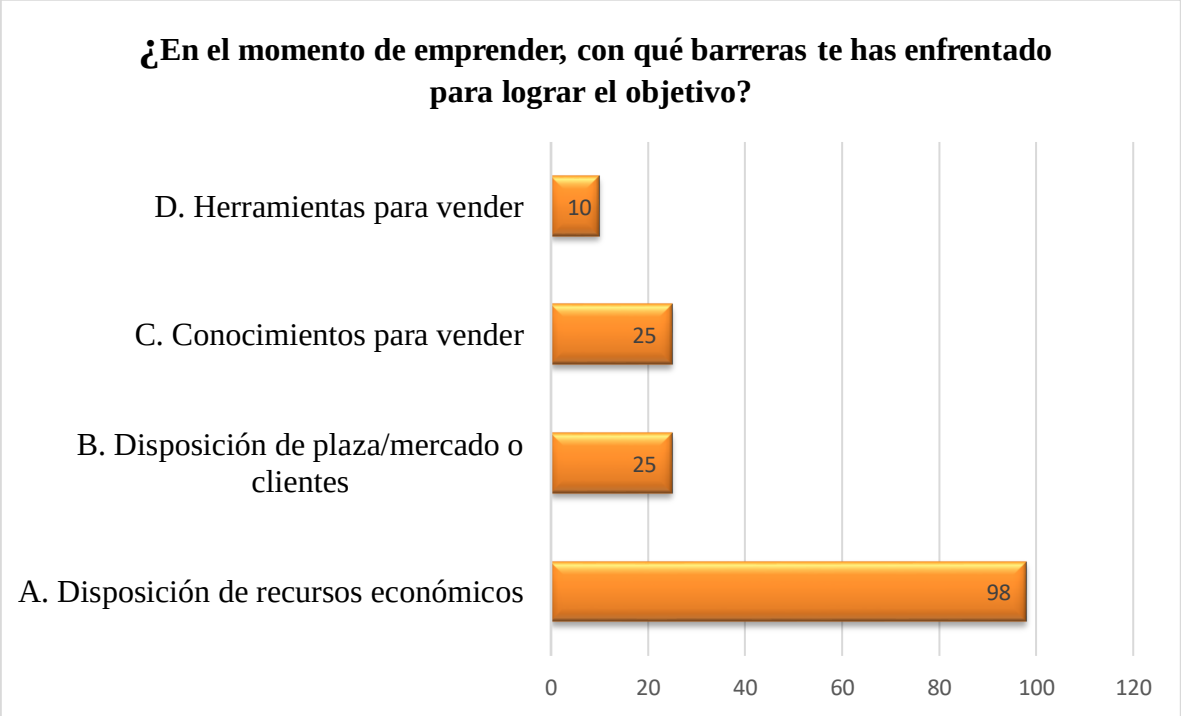
Análisis: 83 personas de la población emprendedora, considera que el municipio está en un rango del nivel medio de emprendimiento, seguidamente 35 indica que alto, el 17 señala que superior y 23 de ellas reposan que es un nivel bajo, Este resultado deja una perfección favorable para la interpretación, puesto que: los niveles de consolidación empresarial son eficientes.

Figura 6 **¿**Usted, en algún momento ha emprendido con algún producto o servicio? En caso que su respuesta sea negativa, diga el por qué.



Análisis: Esta pregunta fue resuelta por 158 de la población y 100 de las personas encuestadas afirman que si han emprendido almeno por primera vez con algún producto o servicio en el municipio y el 58% de las personas tienen sus razones para no hacerlo, es de considerar que existe un rango providencial en términos comerciales

Figura 7 ¿En el momento de emprender, con qué barreras te has enfrentado para lograr el objetivo?



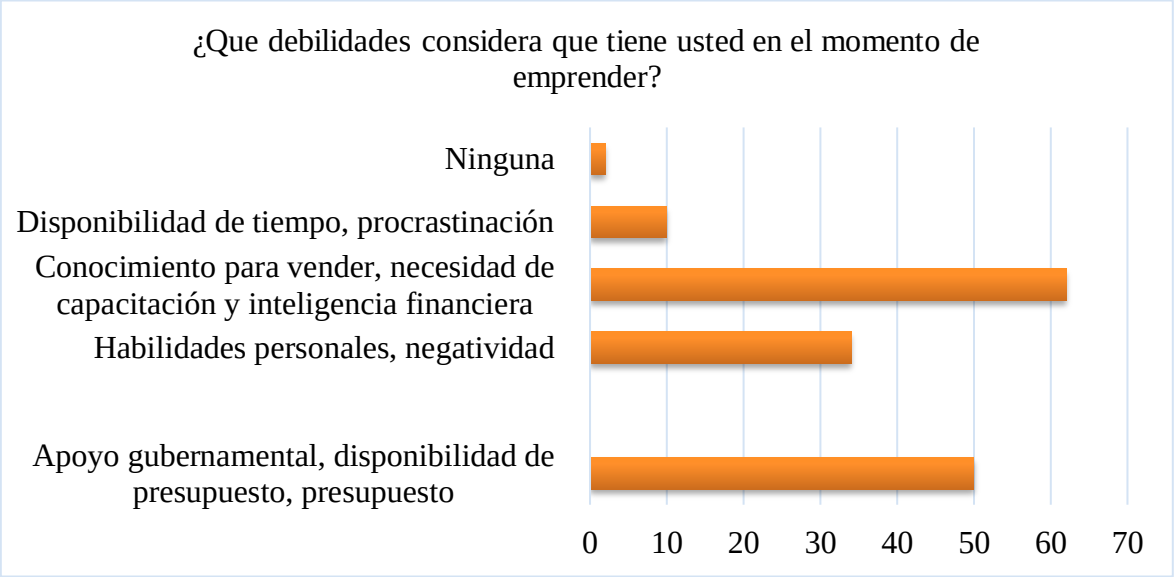
Análisis: 98 de las personas encuestada señala que la inconsistencia para ejercer el emprendimiento ha sido la disposición económica, 25 de ellas consideran que la circunstancia para no ejercer ha sido la plaza o mercado, otras 25 carece de conocimiento para ejercer la venta y 10 de ellas herramientas para la puesta en marcha de la actividad económica.

Figura 8 ¿Has identificado si tu emprendimiento tiene o no competencia local para seguir ejecutándolo?



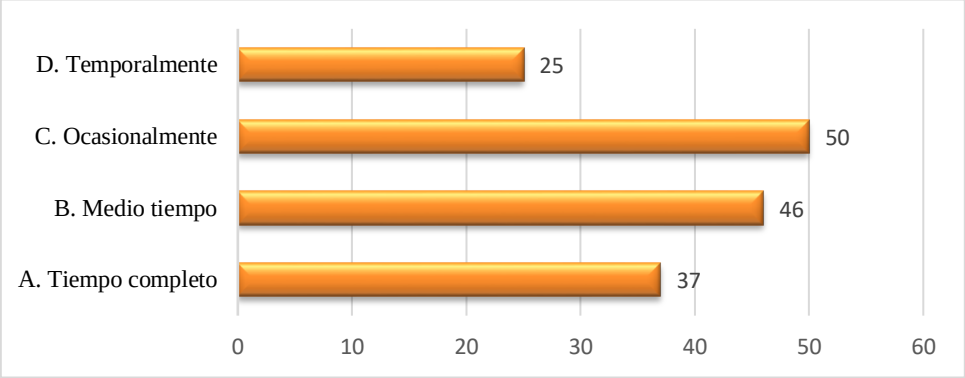
Análisis: 118 personas de las encuestadas, indican que identifican la competencia antes de lanzar su emprendimiento, pero 40 de ellas no lo realiza. Efectuando unas justificaciones como. “que no lo consideran necesario”.

Figura 9 ¿Qué debilidades considera que tiene usted en el momento de emprender?



Análisis: En los resultados de esta pregunta abierta, se logra indagar, identificar y analizar, que las inconsistencias o debilidades para ejercer el emprendimiento, es de carácter mayormente, económico, seguidamente educativo, de actitud y de carácter social. Pero el 60% de los encuestados afirma que carecen de conocimiento p

Figura 10 ¿Cuánto tiempo le dedicas a tu emprendimiento?



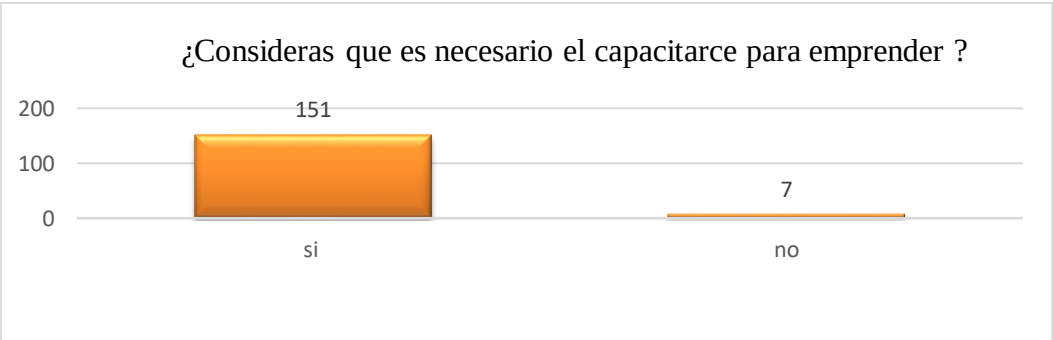
Análisis: del total de las 158 personas encuestadas, 50 de ellas señalan que le dedican tiempo ocasionalmente al emprendimiento, seguido que 46 de ellas solo invierte medio tiempo, 37 de ellas dedica tiempo completo y 25 lo hace de manera temporal.

Figura 11 **¿**Has utilizados estrategias de marketing en tu emprendimiento, ¿cuál?



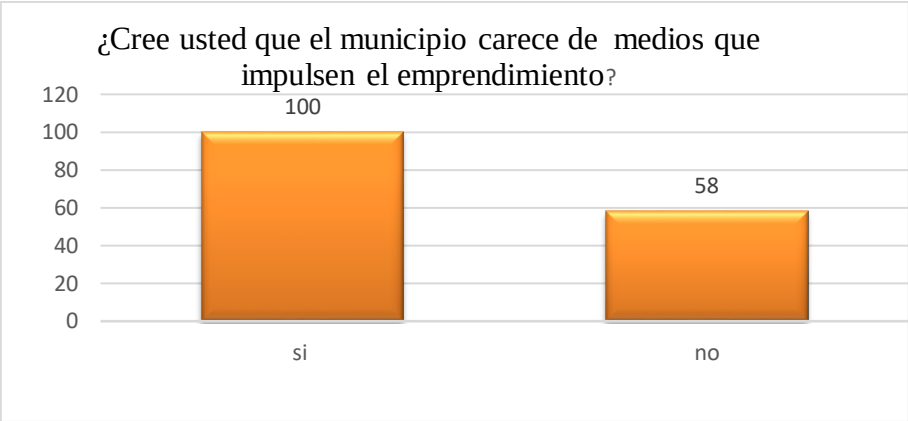
Análisis: la anterior pregunta fue respondida de manera cerrada y abierta donde el 97 de las personas encuestadas indicaron que si realizaban publicidad y el 61 indico que No. sin embargo, las que dieron su respuesta positiva, definieron el tipo de publicidad que realizaban, las cuales fueron: la voz a voz, presentación y publicidad de los productos por redes sociales de manera orgánica y un solo emprendimiento indico que por tv local.

Figura 12 ¿Considera que es necesario el capacitarse para emprender?



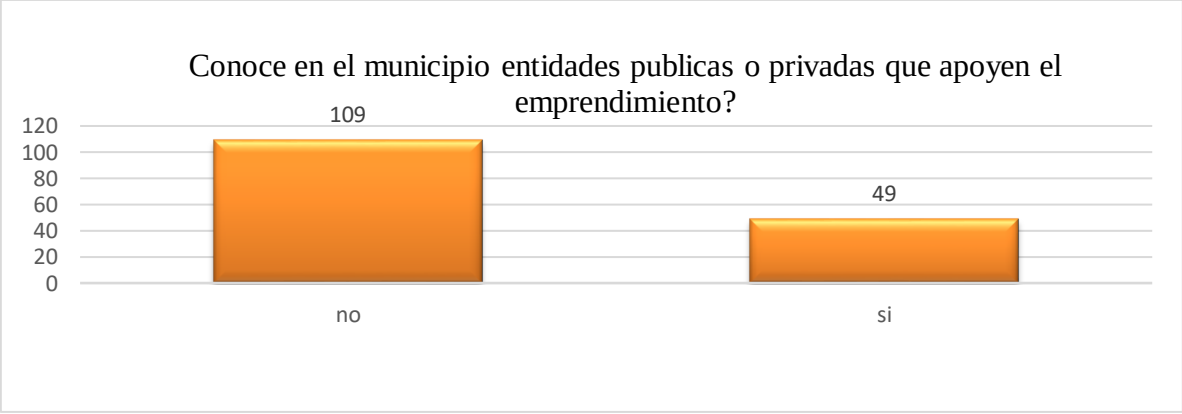
Análisis: de 151 de las personas, consideran que si es necesario el capacitarse para ejercer el emprendimiento y el 7 indica que no

Figura 13 ¿Cree usted que el municipio carece de medios que impulsen al emprendedor, por qué?



Análisis: En la anterior pregunta 100 de las personas indican que SI carece de medios o entidades que impulsen al emprendedor y el 58 de ellas indican que no. Esta pregunta se les pidió un por qué, parte de las respuestas indican que desde la administración del municipio empieza los errores carencia y disposición para plantear o proponer estrategias de fortalecimiento económico de Aguachica. En el caso de los que indican que NO, justifican las respuestas con que todo depende de carácter personal.

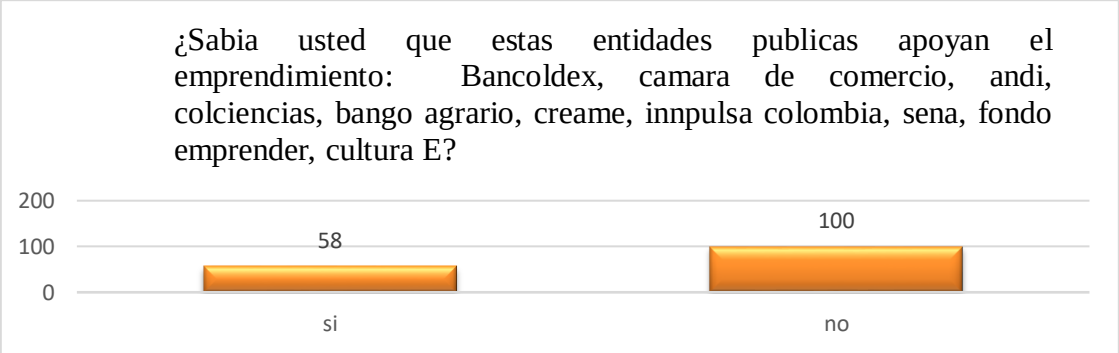
Figura 14 ¿Conoce en el municipio entidades públicas o privadas, que apoyen el emprendimiento local, cuáles?



Análisis: 109 personas indicaron que NO conocen entidades que apoyen el emprendimiento, pero las que dijeron que SI, mencionaron nombres de entidades que conocían entre esas están:

el SENA, Fondo Emprender, Impulsa, Cámara de Comercio de Aguachica y cultura E. e incluso entidades bancarias como: Bancóldex.

Figura 15 ¿Sabía usted que estas entidades públicas apoyan el emprendiendo: Bancóldex, cámara de comercio, andi, Colciencias, bango agrario, créame, impulsa Colombia, Sena, fondo emprender, ¿cultura e?



100 de los encuestados indicaron que desconocen las entidades que se les menciono, el cual pueden apoyarse para fortalecer su emprendimiento, pero los 58 restantes son conocedoras de dichas entidades,

Tabla 1 Entidades emprendedoras que hicieron parte de la encuesta

Razón Social	1.Tu Apoyo Psicología Y Emprendimiento S.A.S.
	3.Asociación Para El Emprendimiento Y Desarrollo Integral De Aguachica
	4.Modistería Luisa Fernanda.
	5.Asociación De Artesanos Emprendedores De Aguachica Cesar
	6. Fundación Cultural y Recreativa Miguel Guerrero
Teléfono	1. 3192038936
	2. 3174523939
	3. 3182864592
	4. 3007476882
	5. 3182760166
	6. 321- 7410900

Ciudad	Aguachica
Departamento	Cesar
Dirección Actual	1.CARRERA 27 N 4 - 44.
	2.carrera 11 2 64 barrio el bosque
	4.barrio la pradera
	5.carrera 17 10 18
	6.calle 3 n°24-62 b. la sabanita

Fuente: propia

Análisis de la encuesta

Dentro de los encuestados, se tuvo como referencia la opinión de emprendedores y asociaciones que existen en el municipio de Aguachica, el cual trabajan para que cada día lograr el fortalecimiento de esa estructura fundamental en el desarrollo económico, también las sugerencias de empresarios que iniciaron como emprendedores y que en la actualidad se sostienen desde hace más de 5 años.

Al aplicar la encuesta de indagación dirigida a personas que ejercen un emprendimiento o lo han hecho en algún momento, se identificaros factores que dan respuesta al objetivo que era percibir desde su punto de vista, ¿cómo se encuentra el mercado de emprendedores dentro del municipio?; ¿qué falencias o inconsistencia existe para el crecimiento de este gremio?; ¿cómo han vivido la experiencia y si consideran que se requiere de mayor enfoque en la parte comercial? En este caso las respuestas fueron claras y precisas, las cuales favorecen la objetividad de la investigación. En la tabulación y análisis de la encuesta se pudo definir los siguientes factores que debilitan el impulso de algunos emprendedores y que en groso modo irrumpe el desarrollo sostenible de la actividad comercial, las falencias y debilidades de los mismo se identifican como: la financiación económica y la educación para el avance de cada negocio.

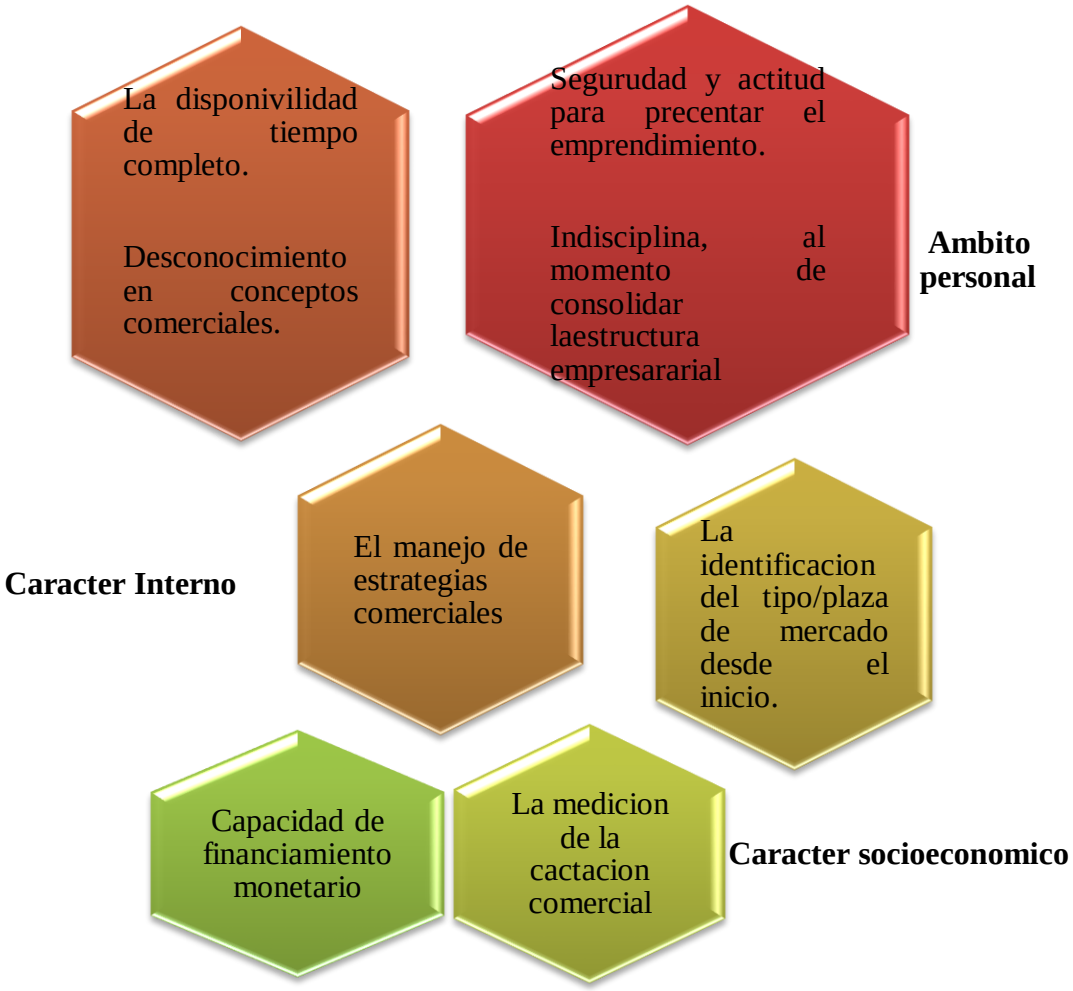
No obstante; En el momento de emprender es necesario la inversión de tiempo y disponibilidad para el crecimiento, de esta manera es posible identificar falencias y mejorar

la capacidad de concentración y lograr la visualización eficiente de lo que se quiere llegar a alcanzar. Sin embargo, es importante tener en cuenta que prima la inversión financiera para llevar a cabo lo que se ofrece y aún más importante las estrategias para la sostenibilidad.

Desde la perspectiva de cada emprendedor se identificaron situaciones que minimiza el interés de los jóvenes para emprender o invertirle tiempo a las actividades que realizan para obtener ingresos, sean o no innovadoras; acontecimientos como: la insuficiencia gubernamental para impulsar el desarrollo económico del municipio; la deficiencia de algunas entidades como Cámara de Comercio que preselecciona consecutivamente los beneficiaros de sus actividades; la disposición de para aprender de manera remota o dinámica, del como potencializar el emprendimiento actual; por consiguiente desde el ámbito externo, las rigurosas exigencia de las entidades financieras para acceder a una inyección financiera a un proyecto o producto innovador, del mismo modo se identifica que las entidades educativas como fondo Emprender mantienen un formato extenso y agotador para acceder al veneficio.

Cabe resaltar que dentro de la aplicación de la encuesta se mantuvo un dialogo con los encuestados para identificar a mayor profundidad los escenarios que se les presenta al momento de acceder a apoyo económico por parte de las entidades que se conocen en el municipio

Figura 16 Esquema de análisis de actividades

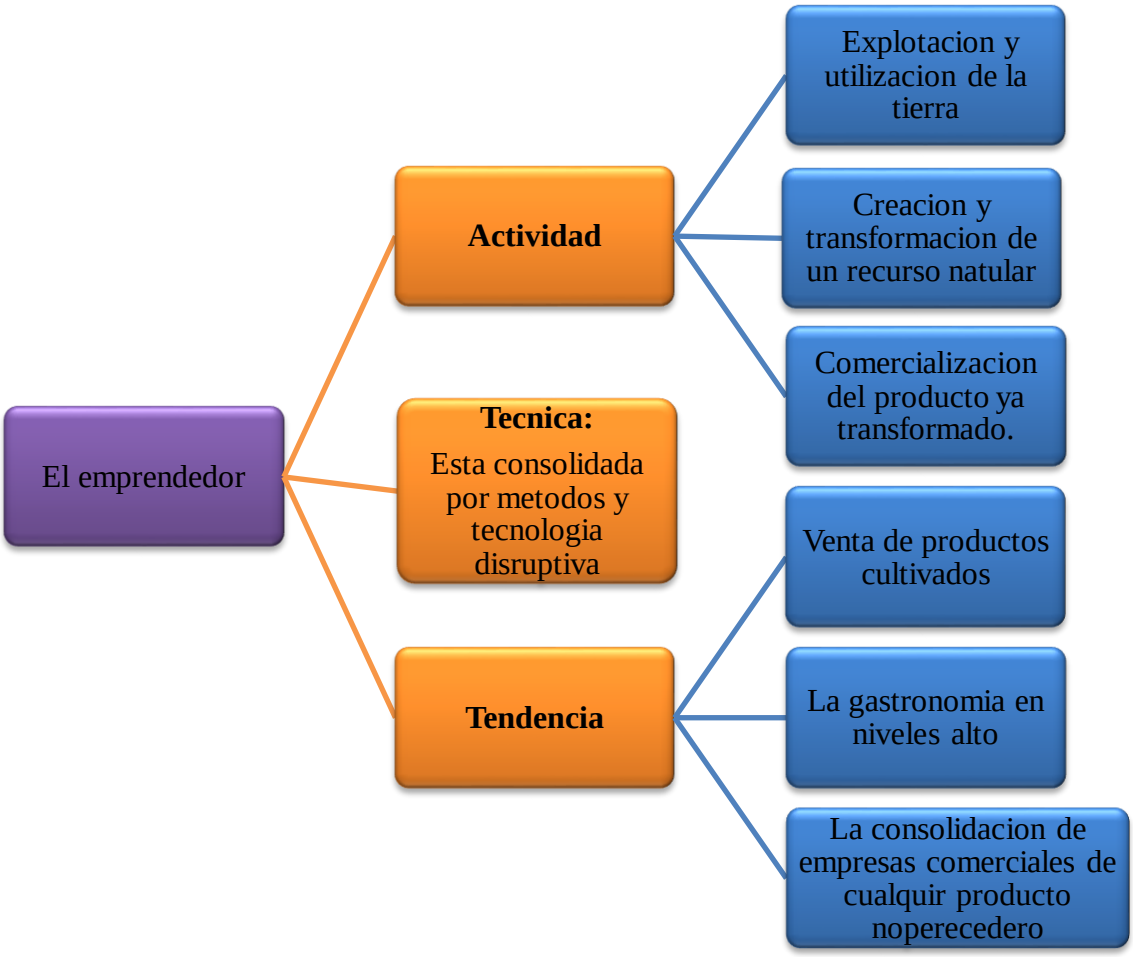


Fuente: Propia

4.2 Evaluar la actividad emprendedora y las tendencias empresariales entre los jóvenes de Aguachica, cesar.

En el grafico se define las actividades y tendencia que a simple vista se identifican en el municipio los cuales tienen mayor auge comercial, donde el emprendedor está situado en todas las posiciones, las tendencias de comercialización consolidadas como empresa que en su momento fueron emprendedores y así mismo nacen en la actualidad.

Figura 17 Definición de las actividades económicas



Fuente: Propia

Para contextualizar este objetivo es pertinente mencionar los siguientes datos correspondiente a los seguimientos que se realiza al emprendimiento, Según el informe "Monitor Global de Emprendimiento" publicado por el Banco Mundial y el Instituto de Emprendimiento Global, Colombia se encuentra entre los países de América Latina con mayor actividad emprendedora. Entre los sectores más prometedores para emprender en Colombia se encuentra el tecnológico y el software. Según la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT), el sector tecnológico ha experimentado un crecimiento del 11 % anual, con empresas como Rappi, una plataforma de entrega a

domicilio, y Platzi, una plataforma de educación en línea, que han logrado captar la atención tanto a nivel nacional como internacional. Con lo anterior se corrobora la pasiva vinculación de tecnología en los emprendimientos, que facilitan un mejor servicio ante cualquier actividad económica.

Mediante la recolección de la información con las encuestas que fueron posibles hacerla de manera presencial, se identificaron las alternativas de servicio oportuno, seguro y consentidor para los clientes al momento de adquirir un servicio de algunos emprendimiento, la tecnología ha roto los paradigmas de una excelente atención, dejando en evidencia que es real prestar una buen existencia comercial sin tener el contacto físico con el consumidor final; en estos caso se identificaron el servicio transaccional por la compra de su producto, domicilio con y sin costo, ser un comprador indirecto sin afectar la calidad ni el valor del producto, la facilidad de entrega y recolección de productos, mascotas y/o personas con el mínimo riesgo; la verificación y evidencia de lo que se vende y se entrega, la posibilidad de reservar productos o servicios sin irregularidades; todas estas fuentes son prestadas por emprendedores que visualizaron una mejor manera de vender y satisfacer muchas necesidades por medio de plataformas digitales asequibles.

Se logro identificar que los emprendedores, de manera orgánica implementaban el método del Benchmarking que fue creado por Bob Camp, en (1989), que consiste en “evaluar y analizar los procesos, productos, servicios y/o demás aspectos de otras compañías o áreas para compararlos y tomarlos como punto de referencia para tus futuras estrategias”. Muchos de los emprendedores identificaron el valor competitivo de su negocio o producto, para entrar a competir con las grandes empresas de la región, observaron la necesidad que desplegaban los clientes al comprar en la competencia y lo transformaron ha su favor.

Para la solución de este objetivo es necesario tener en cuenta la encuesta anterior, puesto que en las preguntas se logra identificar las necesidades y falencias de ámbito interno y externo que posiblemente tiene cada emprendedor; los resultados dan paso al análisis situacional en la economía y las tendencias que en la actualidad muestra crecimiento y

estabilidad. Dentro de esta perspectiva, Vesga (2017) "considera la innovación como un proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones, generando resultados concretos, medibles, y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlo."

Los emprendedores del municipios, cuentan con intelecto y cabida para empezar una actividad económica que supla una necesidad momentánea o a largo plazo, sin embargo en la medida que la actividad toma auge presenta inconsistencias de carácter internos los cuales en ineludible la intervención de un apoyo o guía que permita optimizar y potencializar su emprendimiento, de esta manera lograrían identificar, ventajas, falencias, puntos de innovación o en gran medida las necesidades de inyección en el área financiera .

Sin embargo, analizando la tabulación de la encuesta, se observan respuestas que brindan la objetividad que sustenta la problemática de muchos emprendimientos; es por ello que se tomaron unas preguntas que referencian la ausencia de un soporte gubernamental que potencialice la economía emprendedora. A continuación, se presenta una tabla de la Evaluación situacional de los jóvenes emprendedores:

Tabla 2 Evaluación situacional de los jóvenes emprendedores

Evaluación situacional de los jóvenes emprendedores del municipio de Aguachica Cesar		
Preguntas	**Respuestas**	
¿Usted, en algún momento ha emprendido con algún producto o servicio?	Si 100 personas	No 58 personas
¿En el momento de emprender, con qué barreras te has enfrentado para lograr el objetivo?	Disposición del recurso económico 98 personas	Disposición de plaza, mercado o clientes 25 personas

	Conocimiento para vender 25 personas	Herramientas para vender 10 persona
¿Has utilizados estrategias de marketing en tu emprendimiento, ¿cuál?	Si 97 persona	No 61 personas
¿Cuánto tiempo le dedicas a tu emprendimiento?	Temporalmente 25 personas	Ocasionalmente 50 personas
	Medio tiempo 46 personas	Tiempo completo 37 personas

Fuente: propia

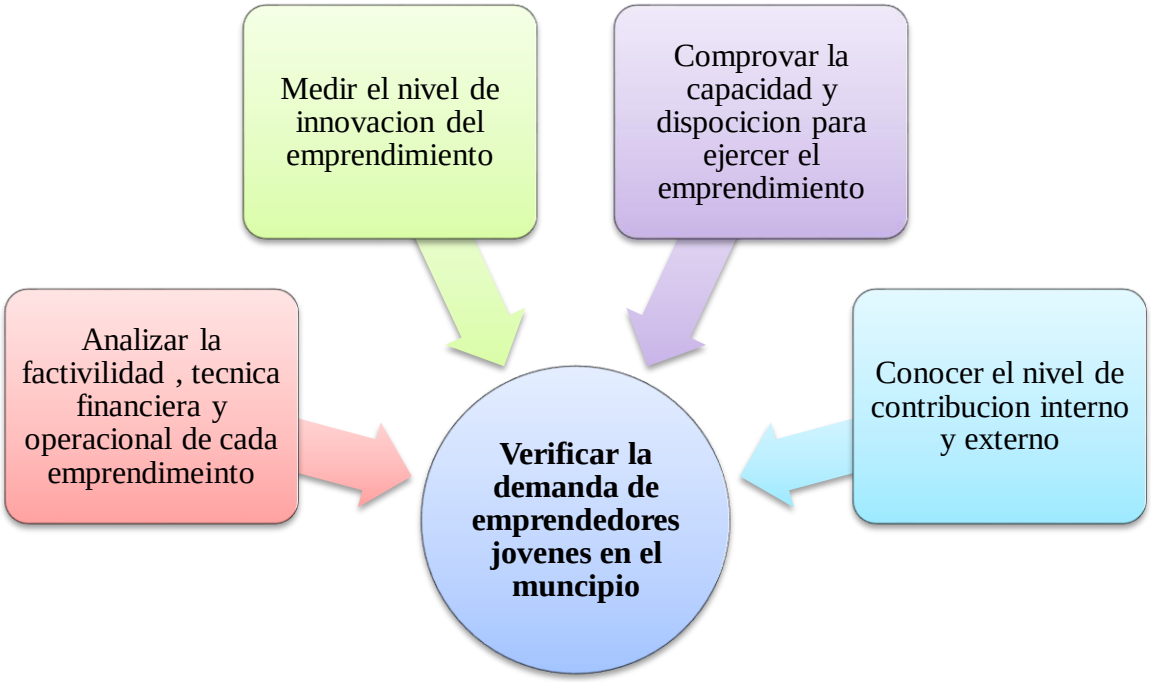
Es posible que las irregularidades de los emprendedores actuales es la persistencia, en la actividad económica, la falta de tiempo y dedicación que puede o no depender del mismo y esto se identifica dado que solo 37 individuos de los emprendedores le dedican tiempo completo a su actividad. Desde el ámbito externo, se identifica que los negocios carecen del recurso económico como potencial para maximizar las utilidades, es posible indicar que se debe a una educación financiera adecuada, la división y dirección de los recursos obtenidos y/o la correcta administración de los mismos.

4.2.1 Técnicas de evaluación

Existen cinco técnicos de evaluación de un emprendimiento, si se toma esta información como fuente de la investigación para valorar las actividades emprendedoras del municipio, permitirá tener una línea de indagación y datos sustentable; Lorena Baus subdirectora y Alberto Rubio de la Escuela de Negocios AIEP, de la Universidad Andrés Bello (Unab Argentina), son los que proponen las cinco fuentes para evaluar, el cual indican que consiente la verificación, identificación, de ventajas y desventajas de un proyecto o emprendimiento en cualquier nivel socioeconómico, dejando expuesto las debilidades, fortalezas que tiene

cada idea de negocio, si cuenta con la fortaleza u oportunidades para la puesta en marcha o el aumento de inversión económica para el futuro.

Figura 18 Técnicas de evaluación



Fuente: Propia

Es pertinente mencionar que esta línea de evaluación se aplicaría teniendo una red de apoyo gubernamental, con el fin de engranar informaciones veras y sustentable para el desarrollo de este objetivo, la red de apoyo puede estar alimentada con grupos de emprendedores de la región, la Cámara de Comercio de Aguachica, la Alcaldía Municipal y en congruencia con las entidades educativas como la UPCSA, SENA en alianza con FONDO

EMPRENDER. El objeto es nutrir en conocimiento y fortalecimiento cada emprendedor con disciplina.

Al momento de querer iniciar con una actividad económica con ánimo de lucro, unas de las labores indispensables para esclarecer la situación actual es pertinente realizar un análisis previo del mercado y en mayor precisión, de la plaza al que se dirige el producto o servicio; puesto que; como todo inicio, es necesario la disposición considerable de tiempo e ingenio pada dar a conocer lo que se vende y hacerlo visible y el recurso monetario. sin embargo, el estudio detallado de su viabilidad puede demandar subtareas, como estudio de mercado, cálculo de riesgos, estimación de capital, definición del plan de negocio, planificación de la estrategia de marketing, entre otras.

Pero para la facilidad y precisión de dichas tareas u actividades se puede utilizar una herramienta que filtra y sintetiza con claridad lo que ofrece el entorno externo y en este caso la Matriz de Pestel la cual fue propuesta por dos expertos en gestión empresarial, Liam Fahey y V. K. Narayanan en (1968) donde fue caracterizado y denominado "Análisis macro-ambiental en gestión estratégica", en un ensayo empresarial presentado por ellos.

Para seguir con el proceso de evaluación, fue pertinente el aplicar el método de estudio, matriz de PESTEL, sugerido por Harvard Business School Francis J. Aguilar, en su libro Scanning the Business Environment (1967); Donde realiza un análisis de componentes Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos que rodean a una organización. La matriz fue aplicada en términos generales de cualquier emprendimiento en el municipio.

Figura 19 Meretriz de PESTEL

POLÍTICO

- En la actualidad las politicas para el apoyo de los emprendedores esta basada en el impulso motivacional y debil en terminos economicos para aumentar la productividad .

ECONOMICO

- Recientemente, un emprendedor nace por consecuencia de las necesidad labora, pero el sostenimiento y cresimiento de la actividad se presenta por lineas terceras de endeudamiento para obtener la rentabilidad necesaria.

SOCIAL

- Un emprendimiento en el municipio de Aguachica, surge por el apoyo de los alleegados y por la publicidad del voz a voz, proceso que es ventaja si actualizas constantemente las estrategias de venta e innovaciondel producto o servicio.

TECNOLOGICO

- La tecnicas de publicidad,venta y promocion del emprendimiento, se muetra por estrategias organicas utilizando las redes sociales sin costo alguno. sin embargo es evidente que si de desea llegar de manera directa aun comprador el uso de las redes sociales mas usadas son fundamentales para darce a a conoser a medida que se presentan los avances.

ECOLOGICA

- Actualmente un emprendedor debe alimentarse de información para tener en cuenta las exigencias ecológicas, si de algún modo le afecta o le favorece en términos legales y socialmente.

LEGAL

- Actualmente un emprendedor no esta obligado algun proceso juridico para sosteerce en el mercado. peros si tiene asu favor, **La Ley de Emprendimiento o Ley 2069 del 31 de diciembre de 2021,** brinda un marco regulatorio que facilita el nacimiento de nuevos emprendimientos y empresas y les permite crecer para así incentivar la creación de empleo.

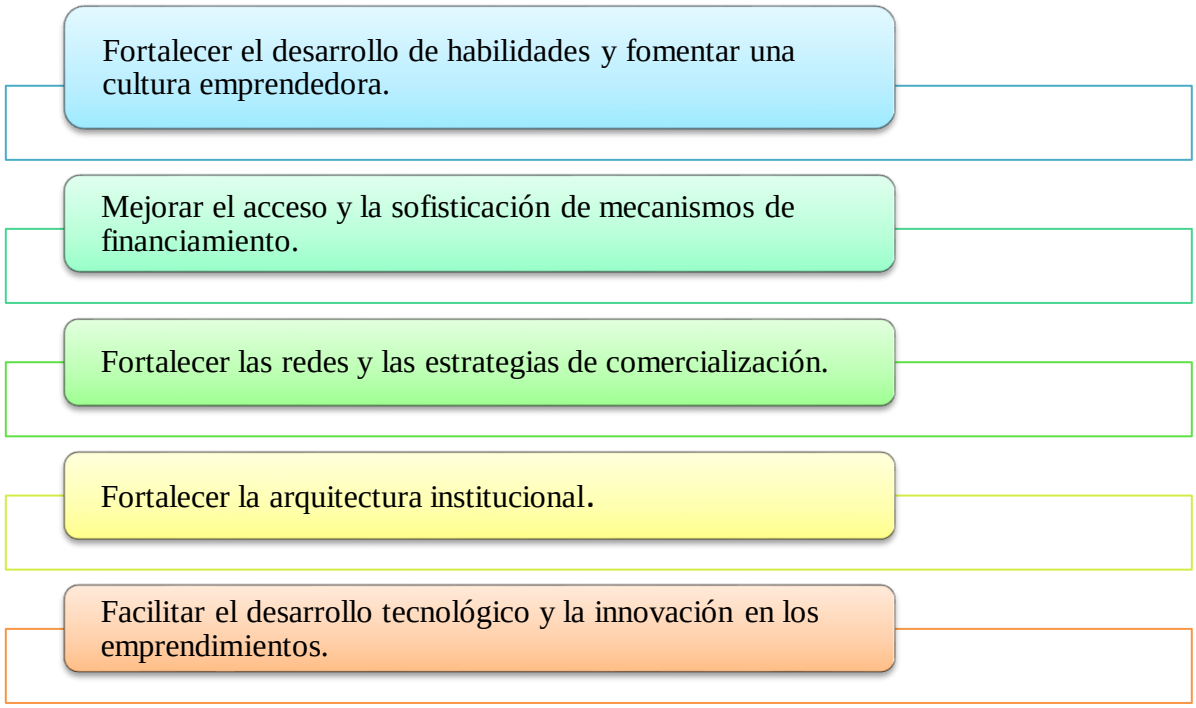
Fuente: Propia

4.3 Proponer estrategias realizables y coherentes para el fortalecimiento de los emprendedores, desde la economía del municipio de Aguachica cesar.

4.3.1 Estrategias basadas en el método de evaluación con la matriz de Pestel.

Al aplicar la técnica de evaluación de PESTEL, se identifican, acontecimientos que pueden cambiar a medida que la economía local avance; es decir, las inconsistencias que se ostentan pueden dar una permuta a favor si se realizan una estrategia de mejoramiento. Desde la perspectiva Política, Es posible que el ente de emprendimiento regional Se acoja a la política pública que se formuló bajo el documento CONPES 4011 de 2020, para el emprendimiento, el cual tiene como finalidad cinco objetivos:

Figura 20 Figura de estrategias gubernamentales



Fuente: Propia

Esta política hace referencia a la motivación e impulso para el mejoramiento económico del país, donde incluye entidades educativas y gubernamentales. Por consiguiente; “Como desarrollo normativo y materialización de la política de emprendimiento, se profirió la Ley

2069 de 2020 que impulsa el emprendimiento. Es una ley integral e incluyente pues está diseñada para todas las personas emprendedoras y todo tipo de emprendimientos; pretende facilitar el nacimiento de emprendimientos, empresas y la creación de incentivos a los nuevos empleos."

4.3.2 Indagar la situación del modelo de negocio.

El primer paso para consolidar la estrategia es indagar sobre la situación del modelo de negocio, para ello es de utilidad el diligenciamiento de un modelo Business Modelo Canvas o BMC, el cual permitirá filtrar los datos más relevantes y sustentable del emprendimiento; el modelo Canvas fue diseñada por Alexander Osterwalder 2015, que facilita la creación de nuevos modelos o líneas de negocio a través de un análisis de distintos aspectos que serán clave para sacar adelante cualquier idea de negocio, actividad económica o emprendimiento.

4.3.3 El cuerpo del Canvas propone una central de nueve aspectos tales como:

1. Segmento de cliente: Este ítem da respuesta a ¿Quién es tu público objetivo?

2. Propuesta de valor: responde a ¿Qué diferencia a mi empresa del resto? y ¿Por qué el cliente va a comprar mi producto y no el resto?

3. Relación con los clientes: indaga sobre ¿Qué tipo de relación vas a establecer con tu cliente?
4. Canales: inquiere sobre ¿Cómo vas a comunicar tu valor diferencial?
5. Fuentes de ingreso: manifiesta ¿Cuánto dinero crees que está dispuesto a pagar tus clientes por tu producto o servicio? ¿Qué formas de pago facilitan esta compra?

6. Recurso del negocio: investiga sobre ¿Qué necesitas para llevar a cabo la actividad de tu empresa?

7. Actividad clave: indaga sobre ¿cuáles o cual son actividades a las que se dedicará tu empresa?
8. Social clave: identifica ¿personas o capital humano importante para el negocio?
9. Estructura de costes: precisa ¿Cuánto son los costó del negocio?

Tabla 3 Business Modelo Canvas o BMC

1-segmento de cliente	2- propuesta de valor	3- Canales	4- Relación con cliente	5- fuente de ingreso
6-Recursos del negocio	7-Actividad clave		8- Social clave	9- Estructura de costes

Fuente: propia

Con este modelo se da respuesta a las inconsistencias que anteriormente fueron presentadas por los encuestados, desde una perspectiva interna que dará fuentes de soluciones para un mejoramiento externo. Este modelo, conlleva una estructura de negocios con el que

podremos crear valor y, por lo tanto, beneficios económicos o financieros; visualizar las ideas, los socios clave para tu negocio, y las acciones a llevar a cabo. Todo esto en una plantilla o matriz con cabinas en las que integrar las actividades precisas y componentes básicos de un plan de negocios para una empresa.

4.3.4 Crear una red de apoyo.

La tercera estrategia consiste en crear una ruta de relación gubernamental de entidades que apoyen el emprendimiento local, el cual brinden apoyo en formación, impulso y financiero para los emprendedores que logren sustentar de manera eficiente el modelo de negocio.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera que una red de apoyo empresarial consiste en realizar “Arreglos flexibles de ayuda mutua entre pequeñas y micro empresas. Están establecidos a menudo para compartir sea instalaciones comunes, o aprendizajes, cooperativas de créditos, mercadotecnia y distribución.” En el marco del proyecto Avanz@, OIT/Cinterfor desarrolló una serie de cápsulas de capacitación dirigidas a empresarios. En el caso de la innovación, los contenidos de la cápsula permiten desarrollar competencias estratégicas en su organización y mejorar los productos y servicios que ofrece, junto con la gestión y los procesos productivos de su MIPYME. Al final de esta cápsula el empresario podrá identificar ideas innovadoras para implementar en su empresa, información que mejore los productos o servicios ofrecidos y problemas en conjunto con los colaboradores a fin de buscar soluciones innovadoras.

También podrá implementar proyectos desde el planteamiento de ideas innovadoras y promover la generación de ideas innovadoras para la mejora de la organización La Cápsula de Capacitación "INNOVACIÓN" en MIPYME permite al empresario identificar sus debilidades, mejorar sus destrezas y evaluar en qué etapa de desarrollo se encuentra su empresa. Está dirigida a líderes de MIPYME, que podrán compartir y analizar los resultados con su equipo de trabajo, identificando un plan de mejora.

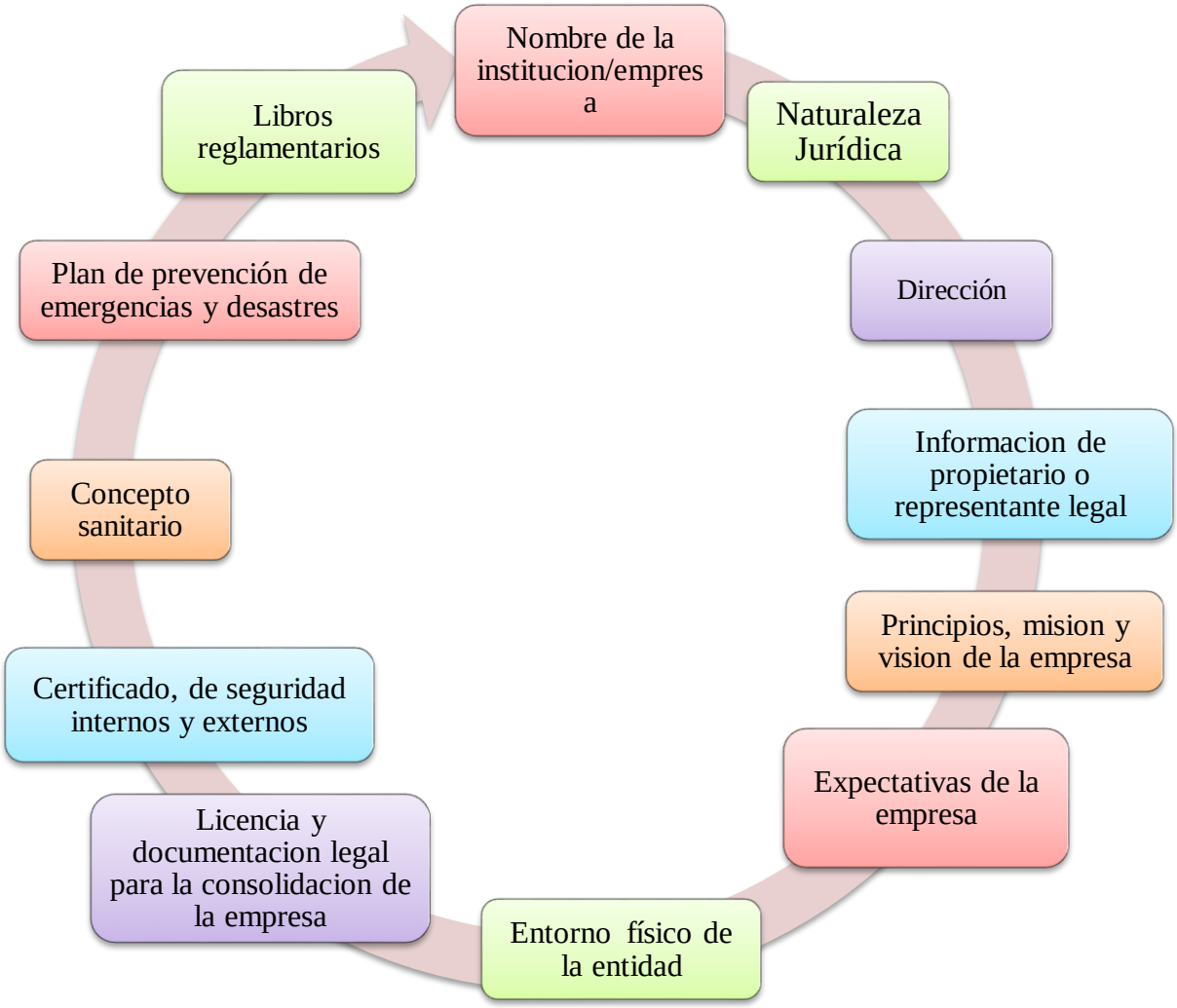
Tomando como referencia este modelo de red de innovación, en el municipio de Aguachica Cesar, se podría implementar esta red de apoyo con las siguientes entidades que en las visiones y misiones que tiene como empresa, brindan el soporte y fuente de información y económica a emprendedores de la región.

Tabla 4 Entidades que iniciarían la red de apoyo

Empresas que pueden hacer parte de la red de apoyo	
Publicas y mixtas	**Privadas**
-SENA -UPCSA ARA DE EMPRENDIMIENTO -FONDO EMPRENDER. -CÁMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA -COMFACESAR	-BANCO AGRARIO -CREDICERVIR -FUNDESMAG -COMULTRASAN -FUNDACIÓN DE LA MUJER

Estas entidades podrían ser las principales para la red de apoyo en el municipio, logrando una alimentación con alianzas estratégicas que permitan aumentar las posibilidades de desarrollo sostenible en la región; dando viabilidad y fortalecimiento económico y de conocimiento a emprendedores con modelos de negocios innovadores y sostenibles.

Figura 21 Sistema de información para la red de apoyo



Fuente: propia

Según Wilson Durán González (Gerente en Segur pack de Colombia) indica en un artículo relacionado con las Redes Empresariales, las cuales explica de manera detallada las lecciones aprendidas con el apoyo de la red, entre ellas están:

- Definición del sector o subsector, La adecuada escogencia del sector o subsector de la región para la implementación de programas asociativos es uno de los factores clave en el éxito del futuro proyecto.

- Identificar la Capacidad de exportador: participación de Exportaciones e Importaciones en los sectores industriales.
- Esclarecer los Índices de competitividad del sector: el grado en que la producción del sector se orienta hacia el consumo interno o si su vocación se orienta a satisfacer la demanda externa.
- Señalar si se es sometido a la competencia, o dependiente de materia prima, productos intermedios o bienes naturales.
- Dinámica interna del sector. Estima el impacto de la economía regional, mediante el empleo de los siguientes indicadores:
  - Consumo aparente.
  -Producción bruta.
  - Número de establecimiento.

Este filtro permite alimentar el esquema de información importante de cada organización de acuerdo al perfil, el cual consiente la selección y colocación de cada emprendedor u emprendimiento con un enfoque de direccionamiento. Al consolidar la red, se concibe una fuente de información palpable y teórico práctica. Puesto que, Cuando se requiere de recursos y relaciones económica, el valor de la información con los beneficios de su uso, las mejoras en la resolución de problemas que aumentan el rendimiento en la toma de decisiones, la adopción de mejores alternativas o la reducción del tiempo y esfuerzo, para la realización de las tareas se convierte en una herramienta, y se considera como una guía y fuente de apoyo que puede mejorar el entorno de un emprendedor.

Discusión

Teniendo como referencia los conceptos de emprendedores y especialistas como: *Esade Business y Luis vives* que indica que "Construir una empresa desde cero es muy difícil. Es una labor que requiere de una gran pasión, capacidad de asumir riesgos, trabajo duro y mucha resiliencia. Por ello, solo algunos están llamados a triunfar como emprendedores"; por otra parte, Para *Banca Online*, en un artículo indica que "Los emprendedores son quienes han sabido observar bien su entorno para encontrar oportunidades y soluciones innovadoras a problemas que otros no ven o no han sabido abordar. ." sé identifica que para emprender es necesario interés y conocimiento técnico dado por la demanda que genera la consolidación y el sostenimiento del mismo Emprendedor, quien a partir de una idea innovadora, saca adelante por sus propios medios un proyecto en el que cree apasionadamente, busca la manera de materializarlo, asume los riesgos y consecuencias que esto significa. Pero además de todos, es necesario centrarse en un elemento fundamental que todo emprendedor debe considerar, y es que: es vital trabajar en la educación, porque hace parte del mecanismo para que la perspectiva surge.

Cuando se indago con la encuesta, y se formuló la pregunta ¿Considera que es necesario el capacitarse para emprender? y las respuesta a favor fueron de un 151% y el 7% se abniegan al fortalecer las capacidades, con este fue posible señalar la necesidad de conocimiento y red de apoyo para pasar de un emprendimiento a crear una empresa sostenible en el tiempo; sin embargo, es pertinente señalar que a medida que pasa el tiempo el ambiente de consumo se torna cada vez más demandante el cual se convierte en exigencias innovadoras para el campo empresarial.

El crear un producto a partir de una necesidad y convertirlo en una fuente de ingreso sostenible, es un trabajo de arduo recorrido, pues en la actualidad existe casi todo creado y que a medida que pasa el tiempo se van modificando buscando la satisfacción total de cliente final, sin desmeritar y parecer plagio o robo de identidad de la idea principal. Por consiguiente; el Municipio de Aguachica, los emprendedores natos tienen alrededor de

décadas y que en el recorrido se han fortalecido lo suficiente que se han constituido como empresa del Municipio y la Región. No obstante, el comercio en general, se expande cada día con distintos puntos de ventas, negocios y en su mayoría MiPymes; pero, aun así, el gremio requiere de una educación, guía y fortalecimiento financiero para consolidar las finanzas e ideales de carácter interno y externo, es por ello la propuesta de este documento de análisis.

Conclusiones

En el desarrollo de esta investigación, se logró identificar las circunstancias actuales que afronta un emprendedor al momento de sacar al mercado su idea de negocio o actividad productiva, son evidentes las necesidades de conocimiento, inyección financiera e impulso gubernamental. En la actualidad existe un rango de empresarios y emprendedores jóvenes con niveles de conocimiento, con disposición de aprendizaje para innovar, con líneas de información veraz y aterrizadas; la información obtenida de la investigación, permite atenuar la importancia que tiene para el mundo económico vanguardista la economía naciente, esto es una puerta al campo empresarial generando una mayor transformación, desarrollo profesional y competitividad.

Teniendo en cuenta el planteamiento del problema existen necesidades latentes en el ámbito microempresarial a la hora de ir surgiendo como empresa en el mercado; en primera instancia es aprovechar para solventar esas falencias que surgen por la falta de espacio de desarrollo y crecimiento empresarial con menos rigurosidad técnica, pero también la oportunidad de presentar herramientas para afrontar y asumir de manera integral las problemáticas que se ostenten. Por otra parte, con esta propuesta se pretende vincular una alternativa de solución que promueva el desarrollo empresarial.

Recomendaciones

Visualiza la red de apoyo existente para proponer técnicas de cambio e inclusión y en pro de todos emprendedores jóvenes.

Agrupar de manera estratégicas las entidades gubernamentales y privadas para la puesta en marcha de las técnicas de mejoramiento para el emprendimiento en la región desde un plan semilla con términos y condiciones flexibles.

Aplicar a las políticas nacionales para el apoyo del emprendedor, es importante que desde la primerea rama gubernamental del municipio se inicie las búsquedas de alternativas de disolución y apoyos juvenil.

Referencias Bibliográficas

Erem.es/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la empresa#:~:text=la%20teoría%20clásica%20de%20la,y%20estructural%20de%20una%20organización.

Chiavenato, Idalberto. introducción a la teoría general de la administración. editorial me graw - hill, méxico, 1981.stoner, james. administración. quinta edición. 1995. https://www.redalyc.org/journal/4655/465566915014/html/ revista cubana de psicologia vo).19,no.3.2002 http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v19n3/12.pdf

Bateman, T. S. y Snell, S.A. (2005). *Administración: Un nuevo panorama competitivo,* (6ª Ed.), México: McGraw-Hill/Interamericana.

Beraza, J.M. y Azkue, I. (2018). *Diseño de un itinerario de formación dual: universidad-empresa en GADE, Journal of Management and Business Education*, 1(1), 53 - 68. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7288584.

Castillo, P. (2011). *Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. Revista Internacional del mundo económico y del Derecho.* Volumen III, p. 1 - 12. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fwww.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net%2Fwp-content%2Fuploads%2FRIMED-Pol%25C3%25ADtica-econ%25C3%25B3mica.pdf&clen=162153&chunk=true

Galeano-Morin, M. E. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*, (2ª Ed.) Medellín: Fondo editorial Universidad EAFIT..

Hernández y Rodríguez, S. J. (2018). *Introducción a la administración (Ed. 7a)*. McGraw Hill, educación, México

Hernández-Sampieri, R. F., Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. McGraw - Hill/Interamericana Editores, S.A. de C. V. México.

Jones-Gareth, R. & George M. J. (2016). *Administración contemporánea*, (8ª Ed.), México. McGraw Hill/Interamericana Editores. SA.

Universidad del rosario. Clara Viviana Plazas-Gómez revista nova https://urosario.edu.co/revista-nova-et-vetera/columnistas/emprendimiento-politica-publica-en-colombia-camino-hacia-la-inclusion#:~:text=La%20pol%C3%ADtica%20p%C3%BAblica%20de%20emprendimiento,Facilitar%20el%20desarrollo%20tecnol%C3%B3gico%20y

Colombia potencia de vida: función publica funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=189388#:~:text=Reconocimiento%20a%20los%20Emprendimientos%20Sociales,internacional%20a%20los%20emprendimientos%20sociales.

Grupo soluciones empresariales (2020) https://solucionesempresariales.trevenque.es/analisis-pestel-que-es-y-para-que-sirve/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20Pestel%20es%20una,Narayanan.

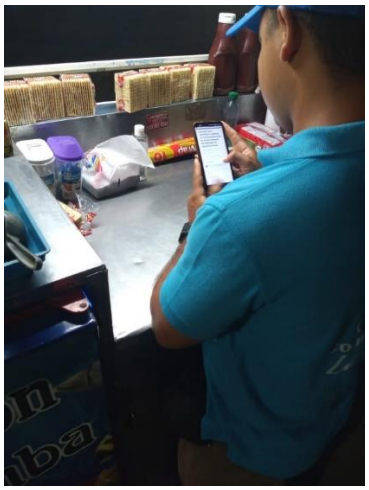
Redes empresariales: experiencias y estrategias para el desarrollo de la competitividad en las regiones ING. WILSON DURÁN GONZÁLEZ. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/mba2011/6-redes-empresariales.pdf

Apéndices

Apéndice A

Nombre: José Luis Alquero Parejo

Comerciante: de alimentos del mar en la calle quinta del Municipio



.

Apéndice B

Nombre: Angie Molina Sánchez

Comerciante: de productos naturistas



Apéndice C

Nombres: Víctor Andrés Angarita
Douglas Hernández
Comerciantes: de comidas rápidas



Apéndice D
Nombre: luz Neira

Comerciante: de productos de papelería desde hace dos años



Apéndice E

Nombre: Luis Azevedo

Comerciante: de churos hace mas de diez años

