

**FOMIN
COLOMBIA
PERFIL DEL PROYECTO
3 DE DICIEMBRE DE 2008**

Título del proyecto: Promoción de la empresarialidad entre los jóvenes colombianos

Número del proyecto: CO-M1001

Equipo de proyecto Pablo Angelelli (SDS/MSM), jefe de equipo; Claudia Suaznábar (SDS/MSM); Carlos Novoa (COF/CCO); Bibiana Vásquez (FOMIN).

Organismo ejecutor: Fundación Corona

Plan de financiamiento:

FOMIN:	US\$	1.000.000
Cofinanciamiento local:	US\$	1.000.000
Total:	US\$	2.000.000

Fechas de solicitud: 30 de abril de 2003

I. ANTECEDENTES

A. Concepto de empresarialidad

- 1.1 Un estudio reciente sobre empresarialidad en economías emergentes¹ confirma que la creación de nuevas empresas es un mecanismo efectivo para mejorar el desempeño de las economías y generar oportunidades para el desarrollo profesional y laboral de las personas. La principal recomendación del estudio es la de formular estrategias integrales que incluyan los factores que inciden en el proceso emprendedor como son: la cultura empresarial, el sistema educativo, las redes empresariales de apoyo, el financiamiento, la estructura de oportunidades, el marco regulatorio y las competencias emprendedoras. Recomendaba también facilitar cada una de las etapas del proceso emprendedor incluyendo la gestación del proyecto empresarial, la puesta en marcha del negocio y el desarrollo inicial de la empresa.
- 1.2 Adicionalmente, el estudio señala que los eventos del proceso de creación de empresas y los factores críticos en los que deben enfocarse los programas de promoción son: (i) la formación de competencias y motivación inicial del emprendedor, las que se adquieren a través de la experiencia laboral, el sistema educativo y los modelos de empresarios ejemplares; (ii) la identificación y conceptualización de oportunidades de negocio, también asociadas con la experiencia laboral de los emprendedores y con el desarrollo de redes personales, y en menor medida con la participación en ferias comerciales; (iii) la

¹ Kantis H. y otros, *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C., Marzo de 2002.

identificación y acceso a recursos financieros y no financieros, vinculadas con el grado de diversificación de las redes personales y comerciales y en menor medida con capacidad de preparar de planes de negocios; y (iv) la reducción de las barreras al crecimiento y desarrollo de nuevas empresas, lo que depende del acceso redes industriales y de servicios (financieros y no financieros) y de la eliminación de los costos que impone la burocracia.

B. Empresarialidad en Colombia

- 1.3 La tasa de natalidad de empresas en Colombia alcanza tan sólo un 5,2% anual, comparado con tasas entorno al 8% anuales en la Unión Europea². Según datos de CONFECAMARAS³ en Colombia se crean un promedio de 27,726 empresas (con un tamaño medio de capital de US\$13,000) y se disuelven 7,019 empresas cada año. Estos datos apuntan a la existencia de un problema de dinamismo empresarial en el sector privado colombiano, lo cual redundará en una baja creación de nuevos puestos de trabajo. Entre el año 1994 y 2000 el desempleo se incrementó en 11 puntos. Los grupos poblacionales más afectados son los jóvenes, es así como la tasa de desempleo de los menores de 25 años es 2.3 veces superior que la de adultos
- 1.4 En cuanto a la situación institucional para afrontar la problemática, de acuerdo a un estudio realizado en 1997 por Fundación Corona, falta especialización y calidad de los servicios que prestan las Universidades, ONGs y gremios en los programas de espíritu y desarrollo empresarial e innovación tecnológica. Por otro lado, el sistema universitario colombiano no ha realizado todavía los cambios curriculares necesarios para implementar los conceptos de espíritu empresarial y creación de empresas en los distintos niveles: técnico, tecnológico y profesional. Esto se refleja en altos niveles de desempleo entre jóvenes quienes optan por ser empleados y no crear una empresa propia.

C. Desarticulación y alcance limitado de las iniciativas de empresarialidad

- 1.5 En Colombia existen esfuerzos desde el sector público, el privado y las universidades dirigidos al fomento de la empresarialidad y la creación de empresas. Sin embargo estos esfuerzos han sido realizados de manera desarticulada, debilitando la consecución del objetivo final de promover la creación de empresas. Ejemplos de estas iniciativas son: (i) el programa de crédito para nuevas microempresas a través del FOMIPYME y el Fondo Nacional de Garantías apoyado por el gobierno que estará disponible antes de fin de año en 10 ciudades⁴; (ii) programas de incubadoras para empresas de base tecnológica, como el del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) con el Fondo Emprender; (iii) los Centros de Desarrollo Empresarial adscritos a las universidades que dan

² Observatorio Europeo para las Pequeñas Empresas (2002).

³ CONFECÁMARAS es la Confederación Colombiana de la Cámaras de Comercio, institución autónoma, constituida en el año 1969 para fines de ayuda mutua e interés colectivo entre las cámaras de comercio que funcionan en el país y fuera de él. Los datos corresponden a un promedio de los años 2000, 2001 y 2002 calculado sobre datos de CONFECAMARAS.

⁴ Se enmarca dentro del lineamiento de apoyo a la creación de empresas y fomento del espíritu empresarial en el marco de la Ley 590 de Mipymes.

apoyo a los jóvenes emprendedores en la fase de formulación de planes de negocio; (iv) el Centro Nueva Empresa de la Cámara de Comercio de Bogotá, cuyo fin es dar servicios de información, orientación formación y tutoría grupal a emprendedores; y (v) los concursos de ideas de negocio de las universidades, la Revista Dinero o el programa “Emprendedores Colombianos” del gobierno, considerados exitosos en términos de capacidad de convocatoria⁵ si bien insuficientes por la falta de un componente de acompañamiento a los emprendedores en los primeros pasos de creación de la empresa.

- 1.6 Es con base en estas experiencias, que se ha detectado que en el caso colombiano la falta de desarrollo del espíritu emprendedor es atribuible a diversas causas sobre las cuales se concentrará el proyecto: la ausencia de motivación y competencias empresariales entre los jóvenes; la desarticulación de las diferentes iniciativas dirigidas a promover la creación de empresas; la falta de un seguimiento que acompañe al emprendedor en todas las fases del proceso de creación de una empresa; y la falta de acceso a instrumentos y redes de apoyo tanto financieras como no financieras.

II. BENEFICIARIOS

- 2.1 Los beneficiarios directos del proyecto serán alrededor de 2.500 jóvenes mayores de 18 años y menores de 30 años que son aproximadamente el 6% de los alumnos egresados de las universidades, con estudios secundarios y/o universitarios, residentes en tres ciudades: Bogotá, Medellín y Cali que cuenten con una iniciativa de negocios en curso menor a un año, o con un proyecto por implementar. Asimismo, y como estrategia de fortalecimiento institucional, se espera beneficiar a no menos de 200 docentes de las instituciones de educación superior y otras personas representantes de la institucionalidad que promuevan directamente la empresariedad en sus respectivas zonas de actuación.

III. OBJETIVOS, COMPONENTES Y ACTIVIDADES

C. Objetivos

- 3.1 El objetivo general del proyecto es contribuir a la creación de empresas sostenibles y competitivas en Colombia. El objetivo específico es fomentar la coordinación institucional y el desarrollo de capacidades locales de las instituciones de educación superior y de organizaciones no gubernamentales del

⁵ El concurso “Ventures” es un concurso de planes de negocio a escala nacional que nació en el año 2000 como una colaboración entre la revista Dinero y McKinsey & Company. Los resultados del 2003 muestran 940 ideas de negocio evaluadas y 80 proyectos seleccionados para capacitar en la preparación de planes de negocios. Por otro lado durante sus tres años de existencia el concurso del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo “Emprendedores Colombianos” ha recibido más de 40,000 candidaturas; ha logrado que se presenten 764 anteproyectos y ha enviado a capacitación a 225 grupos de emprendedores. Como resultado del concurso se constituyeron 70 empresas, 14 de las cuales están exportando. Tanto el concurso “Ventures” de la revista Dinero, como el concurso del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo “Emprendedores Colombianos” otorgan apoyo en la elaboración de planes de negocio, y premian las mejores ideas de negocio, si bien no existe seguimiento alguno para el emprendedor después de ese momento.

ámbito empresarial en las 3 ciudades de Colombia antes mencionadas, en temas de formación empresarial y apoyo al desarrollo de nuevas empresas.

- 3.2 La innovación de este programa viene dada por la posibilidad de desarrollar una estrategia de alcance nacional para promover la empresarialidad, que se implementa con un enfoque local. La Fundación Corona, con sede en Bogotá, fortalecerá las alianzas que ya tiene con instituciones de las ciudades de Cali y Medellín. La selección de las ciudades se hizo sobre la base de cuatro parámetros: las experiencias relevantes en las 3 ciudades que son transferibles a dos restantes (al final del programa), el número de jóvenes con estudios universitarios (matriculados o egresados) por ciudad; concentración de la actividad económica en dicha ciudad, como indicador de la existencia de oportunidades para estos jóvenes; y la existencia o no de una red de instituciones de servicios empresariales financieros y no financieros, que puedan brindar apoyo al joven emprendedor.

D. Componentes y actividades

- 3.3 Para cumplir con los objetivos planteados, el programa constará de cuatro componentes, que atienden las debilidades y fortalezas asociadas al desarrollo de la empresarialidad en Bogotá, Medellín y Cali, las tres ciudades más pujantes de Colombia.

Componente I: Desarrollo de capacidades emprendedoras (capacitación extracurricular)

- 3.4 A través de este componente se crearán habilidades y competencias emprendedoras en la población objetivo y se buscará motivar y capacitar a los jóvenes para que consideren la posibilidad de iniciar una carrera empresarial como una alternativa viable. Se incluyen actividades de asistencia técnica y capacitación para: (i) identificar y sensibilizar a los institutos de enseñanza superior; (ii) seleccionar una metodología de capacitación y preparar materiales y guías para facilitadores, mentores y alumnos; (iii) formar facilitadores y mentores; (iv) dictar cursos de empresarialidad extracurriculares para la población objetivo; e (v) implementar un sistema de pasantías para exponer a los alumnos al ambiente empresarial. Las actividades de este componente facilitarán el acceso y la participación de jóvenes en los concursos de ideas de negocios que actualmente existen en Colombia.

Componente II: Selección de proyectos emprendedores con potencial de crecimiento

- 3.5 En este componente se seleccionarán jóvenes emprendedores que formen grupos para desarrollar planes de negocios con potencial de crecimiento y consolidación. Para este fin se efectuará una alianza estratégica con los concursos de ideas de negocios que anualmente desarrollan la revista Dinero, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Universidad de Los Andes (Bogotá), la Universidad de Antioquia (Medellín) y el ICESI (Cali). Para cumplir con estos objetivos se realizarán las siguientes actividades: (i) rediseño y promoción de los concursos

existentes en las ciudades objetivo; y (ii) apoyo a los procesos de evaluación y selección de los jóvenes participantes en las distintas fases de los concursos. Como resultado se espera tener una base de jóvenes preparados para crear una nueva empresa, a los que se dará apoyo con el componente III.

Componente III: Seguimiento y apoyo al desarrollo de nuevas empresas

- 3.6 A través de este componente se crearán 3 unidades de vinculación y apoyo al desarrollo de nuevas empresas. Estas unidades harán el seguimiento de los grupos de emprendedores y planes de negocios y facilitarán su acceso a oportunidades de negocios y redes empresariales y de servicios financieros y no financieros. Este componente también facilitará el proceso de formalización de las nuevas empresas. Las actividades que se desarrollarán en este componente son: (i) selección de las instituciones en las que se crearán las unidades de vinculación y seguimiento (UVS) –las instituciones receptoras deberán ser del sector privado y tener un estrecho vínculo con los medianos y grandes empresarios de cada ciudad, (ii) Diseño de procedimientos y perfiles de recursos humanos para las UVS; (iii) Inventario de oportunidades de negocios (Encuesta entre los empresarios medianos y grandes de cada ciudad); (iv) Apoyo a jóvenes emprendedores para la implementación de planes de negocios (vinculación con mercados, información y financiación); (v) Seguimiento de compromisos (visitas de terreno, llamadas, atención en oficina); (vi) Matching grants para planes de negocios; y (v) acceso a los procedimientos de formalización de empresas.

Componente IV: Puesta en marcha, coordinación, difusión y transferencia

- 3.7 A través de este componente se coordinará la implementación del programa en las 3 ciudades escogidas, se producirá la información para la evaluación de los resultados y se iniciará la sistematización y transferencia de la experiencia del programa a otras ciudades del país. Entre las actividades más importantes de este componente se incluyen: (i) la formación de la Unidad Ejecutora, (ii) la estrategia de comunicación y difusión, a través de la cual se promoverá el programa entre sus beneficiarios y se posicionará el tema empresarialidad en los medios de comunicación; (iii) la elaboración y difusión de lecciones aprendidas; (iv) la participación en eventos de empresarialidad; (v) la identificación de 2 ciudades en las que se iniciará la transferencia de la experiencia, (vi) el estudio para definir la línea de base de los indicadores del programa; y (vii) el diseño y puesta en marcha de un sistema de información para la gestión del programa.

IV. COSTO, FINANCIACIÓN Y DURACIÓN DEL PROYECTO

- 4.1 El Proyecto contará con un presupuesto total de aproximadamente US\$ 2.000.000, de los cuales el FOMIN contribuirá con US\$ 1.000.000 de fondos no reembolsables. El monto restante de US\$1.000.000 será aportado por la entidad ejecutora, la Fundación Corona, así como por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. El período de ejecución estimado es de 4 años.

V. INSTITUCIONES EJECUTORAS

- 5.1 La Fundación Corona (CORONA), creada en 1963 es una fundación privada, sin ánimo de lucro, que apoya y financia iniciativas ejecutadas por entidades privadas o públicas (ONG, universidades, fundaciones, corporaciones, organizaciones ciudadanas, centros de investigación, etc.), que contribuyan a fortalecer la capacidad institucional del país en cuatro sectores sociales estratégicos: educación, salud, desarrollo empresarial y desarrollo local y comunitario. En el área de desarrollo empresarial, CORONA busca fomentar el espíritu empresarial y la generación de ingresos promoviendo la creación y expansión de micro y pequeñas empresas en los distintos sectores económicos.
- 5.2 CORONA se enfoca en el desarrollo institucional como medio efectivo para incidir positivamente sobre la equidad, participado de forma activa en la identificación, diseño, implementación y evaluación de intervenciones en cooperación con otras instituciones. El presupuesto total de la Fundación Corona para el año 2003 es de cerca de US \$ 2,6 millones.
- 5.3 Cuatro aspectos posicionan a CORONA como el ejecutor ideal para este programa: su probada capacidad articuladora entre distintos actores del mundo empresarial y académico,⁶ su estrecha relación con las empresas del sector privado⁷; por sus casi veinte años de experiencia en el fomento de la empresarialidad en Colombia, y por su estilo de gestión caracterizado por la delegación de la ejecución directa en otras instituciones cercanas a los clientes, en este caso, universidades y ONGs especializadas.

VI. RESULTADOS ESPERADOS Y JUSTIFICACIÓN

- 6.1 Al término del período de cuatro años de implementación el proyecto espera alcanzar los siguientes resultados: 2,500 jóvenes capacitados, 900 grupos de emprendedores asistidos; 100 nuevos negocios en las 3 ciudades; posicionar la empresarialidad en los medios locales y en la opinión pública local como instrumento de desarrollo; articular una red institucional coordinada para fomentar la empresarialidad; aumentar el período de supervivencia de las empresas y el acceso al crédito, así como los ingresos de los nuevos negocios.
- 6.2 Si bien el FOMIN ha financiado proyectos de promoción de la empresarialidad, estos en general se han enfocado solo en uno de los aspectos críticos del proceso emprendedor. Este programa busca integrar las lecciones aprendidas, a través de una combinación de acciones para apoyar a los jóvenes a lo largo del proceso de creación de sus empresas: desde que adquieren la motivación hasta la puesta en

⁶ Se resalta la participación de la Fundación Corona en el Programa Nacional de Alianzas entre el sector público, privado y organizaciones ciudadanas apoyado por el Banco Mundial, entre otras instituciones; así como el Programa de Desarrollo Empresarial (1997) en Bogotá que realizó un análisis de las entidades dedicadas al proceso de desarrollo empresarial.

⁷ Como se demuestra en las distintas colaboraciones con empresas como la Casa Editorial El Tiempo o los grandes grupos económicos como Bavaria, Carvajal, Ardila Lulle, y las Cámaras de Comercio de todas las ciudades del país, en diversos proyectos.

marcha de sus negocios. Además, se probará una estrategia de alcance nacional con enfoque local para promover la empresarialidad, aprovechando la capacidad institucional y las iniciativas asiladas en marcha, en las ciudades elegidas.

VII. IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES Y MEDIDAS PROPUESTAS

- 7.1 La presente operación no presenta riesgos ambientales o sociales específicos. Más bien, podría tener un efecto positivo en el medio ambiente y la aplicación de las leyes nacionales relacionadas con el medio ambiente, aspectos sociales y salud y seguridad laboral, mediante la facilitación brindada por el proyecto para la formación de nuevas empresas o la formalización de empresas existentes en el país, y por tanto, la exigencia de su cumplimiento con las regulaciones nacionales ambientales y sociales. Asimismo, la capacitación a las empresas en formación incluirá temas de medio ambiente y seguridad laboral. Durante la preparación del proyecto se considerarán actividades para mitigar eventuales efectos ambientales o sociales mediante actividades específicas de asistencia técnica.

VIII. TEMAS ESPECIALES

- 8.1 El equipo a cargo del proyecto pondrá especial atención en los siguientes puntos en el análisis de la ejecución: (i) fuente y factibilidad de la co-financiación; (ii) definición de mecanismos de coordinación institucionales entre CORONA y las instituciones locales; (iii) definición de criterios de elegibilidad para los beneficiarios del programa; (iv) establecimiento de indicadores que midan cambios en la creación de nuevos negocios y generación de empleo y; (v) mecanismos para asegurar la sostenibilidad de las actividades del proyecto, una vez que el financiamiento haya concluido.

IX. RECOMENDACIÓN DE LA REPRESENTACIÓN

- 9.1 La Representación del Banco en Colombia considera que este proyecto es prioritario para el país por lo que se recomienda el procesamiento de la operación en el plazo más breve posible.

X. TIEMPO ESTIMADO DE PREPARACIÓN Y ANALISIS DEL PROYECTO

- 10.1 Se estima que a partir de la aprobación del perfil se podría completar el análisis y la presentación del Memorando de Donantes en un período de 2 a 3 meses.

Misión de análisis: Octubre 2003

CRG: Octubre 2003

Comité de Donantes: Diciembre 2003

Aprobado por:

Fecha: 12/3/2008