

# Territorio Tecnológico: ADN de la Región



Revista académica del Tecnológico Coredi  
Volumen 1 Enero - Junio 2024

ISSN: 3028-4287



# Ruta de emprendimiento

para el desarrollo de ideas de negocio en el contexto colombiano

Por: Johan Esteban Duque Martínez  
johanestebanduq@gmail.com  
ORCID: 0009-0006-4344-7146

## Resumen

El desarrollo de los emprendimientos es un proceso que en Colombia al igual que en otros países del mundo se realiza de la mano de instituciones que brindan procesos de formación y de acompañamiento para lograr convertir sus ideas de negocio en empresas. Se explora el modelo usado en Colombia al igual que el desarrollado en otros países como Alemania, Estados Unidos y Suiza para comparar sus resultados, entendiendo que Colombia es un país con un contexto diferente y que, por tanto, requiere un modelo de acompañamiento a las unidades productivas adaptado a sus propias necesidades. Por último, se plantea una ruta de emprendimiento que describe los principales elementos que deben ser abordados por un emprendedor durante el desarrollo de su idea de negocio, las estrategias que deben implementar los Centros de Desarrollo Empresarial durante el acompañamiento que realizan, los indicadores a tener en cuenta y los entregables que deben hacer los emprendedores a las instituciones de apoyo en cada etapa del proceso, con el fin de evidenciar el desarrollo de sus proyectos productivos.

Pag.  
**03**

## Desarrollo

El desarrollo empresarial es un proceso que tiene lugar en cualquier lugar del mundo e inicia en la concepción de una idea relevante para una comunidad que posteriormente se lleva al mercado para lograr ventas, luego sufre un proceso de crecimiento y formalización de acuerdo con la normativa local. El tiempo que toma este proceso de transformación de las ideas de negocio es muy diverso y depende de muchos factores tanto internos como externos.

Muchos países del mundo han adoptado políticas para acelerar estos procesos de desarrollo mediante la creación de centros especializados que se enfocan en brindar asesorías y acompañamiento de todo tipo con el fin de brindar a los negocios nacientes toda la información que requieren para facilitar su crecimiento, donde el sector privado incursiona también en estos procesos para ser un apoyo al desarrollo de nuevos proyectos empresariales. En el caso de Colombia se ha tomado como base el modelo estadounidense y aunque en Colombia existen alrededor de 1.100 centros de desarrollo empresarial (Ministerio de comercio, industria y turismo, s.f.) las rutas de emprendimiento disponibles son diversas, muy generales y no cuentan con la especificidad suficiente para guiar de manera uniforme a los emprendedores. Este trabajo pretende plantear una propuesta integradora y que pueda servir como guía tanto a los nuevos emprendedores como a los centros de desarrollo empresarial al momento de plantear sus estrategias de acompañamiento.

## Revisión de literatura:

Las metodologías empleadas para los procesos de desarrollo empresarial son diversas, en estos modelos se estructuran las diferentes etapas de acompañamiento que se realizan a los emprendedores en etapa temprana, así como el orden de ejecución. Algunos ejemplos relevantes de estos modelos de acompañamiento y desarrollo empresarial a nivel mundial son:

| Modelo alemán  | Modelo estadounidense   | Modelo suizo   |
|--|---|--|
| <p>(Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, 2024)</p> <p>El estado proporciona un seguro de desempleo por un lapso de 6 meses para las personas que deseen dedicarse a su emprendimiento, además de otro tipo de subvenciones para iniciar el negocio.</p>   | <p>(U.S. Small Business Administration, 2023)</p> <p>Los Centros de desarrollo de pequeñas empresas (SBDC, por sus siglas en inglés) proporcionan asesoramiento y capacitación a pequeñas empresas, incluyendo el trabajo con la SBA para desarrollar y proporcionar recursos informativos para apoyar las empresas emergentes y la expansión de negocios existentes.</p>   | <p>(KMU - Portal für kleine und mittlere Unternehmen, 2024)</p> <p>El estado no proporciona apoyo financiero directo para la creación de nuevas empresas exceptuando el seguro de desempleo para quienes quieran crear su propia empresa.</p>    |
| <p><b>Etapas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generación de idea de negocio a partir de las fortalezas del fundador</li> <li>2. Plan de negocios</li> <li>3. Creación de un plan financiero y financiación con capital propio o préstamos bancarios</li> <li>4. Subvención inicial para que la persona se dedique al emprendimiento</li> <li>5. Registro de la empresa</li> <li>6. Seguros, asesoramiento y apoyo</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación de mercados</li> <li>2. Plan de negocios</li> <li>3. Financiación de la empresa</li> <li>4. Elegir la ubicación de su empresa</li> <li>5. Elegir una estructura empresarial</li> <li>6. Elegir el nombre de su empresa</li> <li>7. Registrar la empresa</li> <li>8. Obtener su identificación fiscal federal y estatal</li> <li>9. Solicitar licencias y permisos</li> <li>10. Abrir una cuenta bancaria comercial</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis del mercado</li> <li>2. Plan de negocios</li> <li>3. Decisión sobre una forma jurídica adecuada</li> <li>4. Inscripción en el registro mercantil</li> <li>5. Propiedad intelectual</li> </ol> |

Al analizar estos modelos de acompañamiento y desarrollo empresarial se evidencia que desde la institucionalidad se plantea que la formalización está en el centro de su modelo, donde la organización se debe establecer legalmente luego de haber planteado su plan de negocio antes de iniciar sus operaciones. Este modelo es funcional en países desarrollados donde ya se cuenta con diversas condiciones como son:

- Desarrollo del sector transporte que brinde la posibilidad de llegar a múltiples destinos de manera rápida, segura y con bajos costos mediante la implementación de medios como ferrocarriles, una red vial de calidad, desarrollo del transporte marítimo en sus puertos e infraestructura aérea en términos de aeropuertos y gran cantidad de rutas de vuelo.

- Un gran mercado tanto nacional como internacional al cual las nuevas empresas pueden acceder después de su creación.

- Desarrollo de industrias de carácter tecnológico que permite la tecnificación, automatización y sistematización de los procesos productivos para llevarlos a cabo con costos competitivos.

- Formación del talento humano que les permite tener empresarios de gran visión, así como la posibilidad de encontrar personal capacitado para llevar a cabo los desarrollos tecnológicos, de conocimiento, de operación y de organización que requieren para ser competitivos en el mercado global.

---

Cada país adapta los modelos de acompañamiento en función de sus necesidades empresariales. Actualmente, el método de acompañamiento empresarial estadounidense ha servido como modelo en Colombia donde se ha desarrollado el concepto de Centros de Desarrollo Empresarial, los cuales son un instrumento para desarrollar capacidades al interior de las empresas establecidas e impulsar la creación de nuevas unidades productivas. Su propósito es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias del sector mipyme, a través de mejoras en la administración de los negocios.

Los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE-SBDC) son iniciativas creadas a partir de alianzas entre el sector privado, la academia y el Gobierno, cuyo vínculo evita la duplicidad de esfuerzos y, a su vez, permite la cooperación y la sostenibilidad a largo plazo. En la actualidad estos centros están ubicados en cámaras de comercio, universidades, fundaciones, gremios, entre otros (Ministerio de comercio, industria y turismo, s.f.)

La forma en que estos centros realizan su intervención y acompañamiento a los nuevos emprendimientos y empresas se muestra en la Figura 1.

## Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) Colombia:

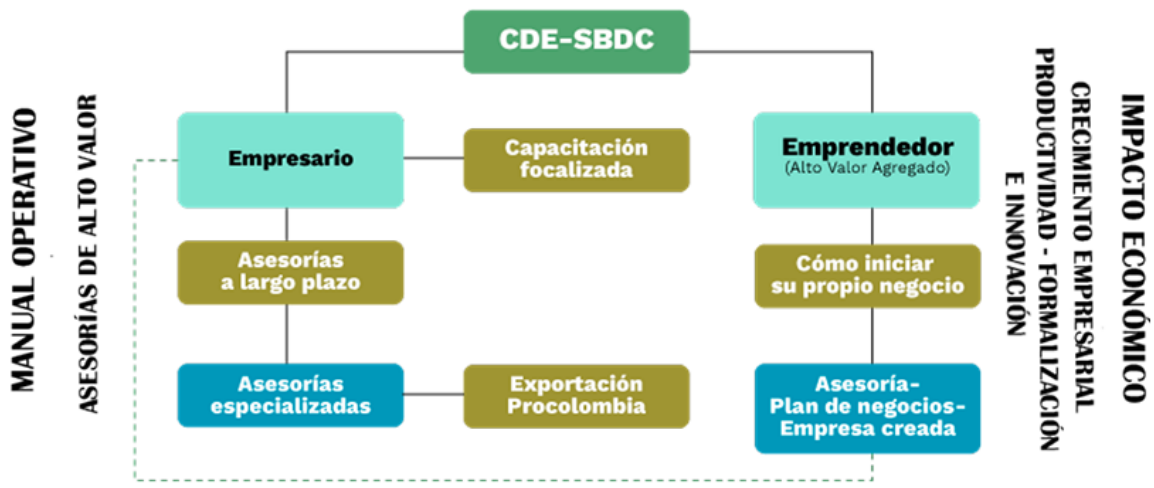


Figura 1 Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) - Colombia  
Tomado de Ministerio de comercio, industria y turismo.

Se evidencia que, en este modelo de acompañamiento, se apoya a los microempresarios con capacitaciones para validar la idea de negocio y sobre cómo iniciar su creación, se procede a generar un plan de negocio para proceder con la formalización de la empresa y solo cuando se han cumplido estos requisitos se plantea la realización de capacitación y asesorías. La Figura 2 muestra la ruta que sigue el emprendedor en este escenario.

### Ruta de atención al emprendedor:

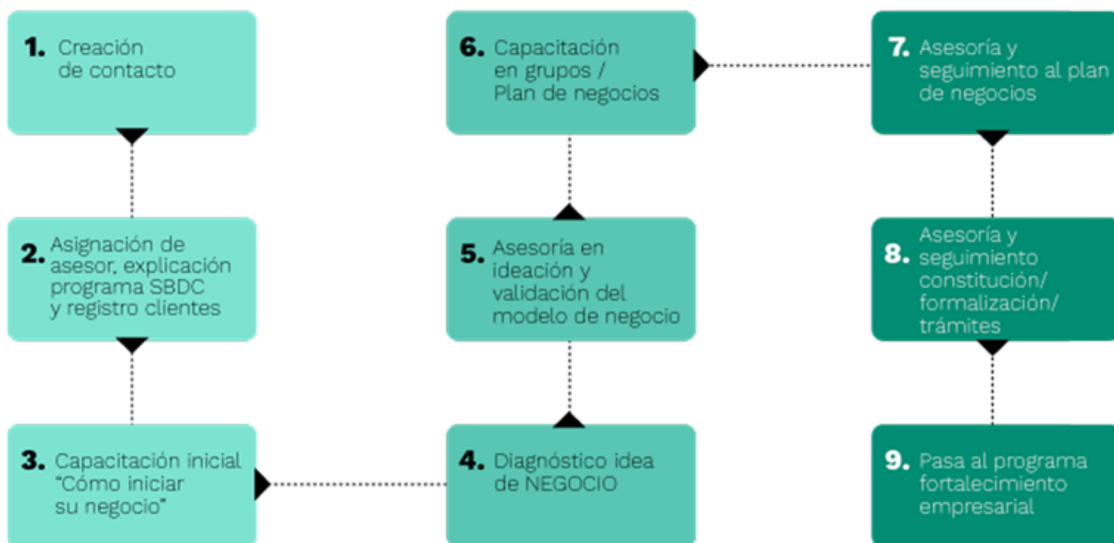


Figura 2 Ruta de atención al emprendedor  
Tomado de Ministerio de comercio, industria y turismo.

Bajo este modelo de desarrollo de negocios, en el año 2023, Colombia se encontraba ubicada en el puesto 67 a nivel mundial como un entorno positivo para hacer negocios, en el cual se evalúan 10 indicadores entre los que se encuentran la obtención de energía eléctrica, la obtención de crédito, el pago de impuestos, la protección de inversionistas minoritarios, entre otros. (Banco mundial, 2024).

Con el modelo que se ha venido desarrollando en Colombia, Confecámaras muestra que la tasa de supervivencia de los nuevos negocios luego de 5 años es del 33,5% (2023) que es una tasa baja si se compara con países como Alemania donde la tasa de supervivencia es del 37,1% (Institut für Mittelstandsforschung Bonn, 2022), con suiza cuya tasa de supervivencia es del 50,1% (Bundesamt für statistik, 2023) o con Estados Unidos cuya tasa de supervivencia es del 51.6% (Delfino, 2023).

Al analizar las condiciones que presenta actualmente Colombia en relación con los países que toma como referencia en su modelo de desarrollo empresarial se hace evidente que es un país que tiene un contexto, características y realidades completamente diferentes, por lo cual requiere su propio modelo de acompañamiento al desarrollo de negocios que le permita ser coherente con su realidad. Por ejemplo, la tasa de informalidad en las zonas urbanas de Colombia en 2018 era del 60% de las empresas, 38% de los trabajadores y el 35% de la producción total del país (Fernández, 2020), lo cual habla de la alta tasa de informalidad en el país y de la importancia de un modelo de

acompañamiento de parte de las instituciones, mediante una ruta de emprendimiento, que permita aumentar los índices de formalidad y de creación exitosa de empresas.

En Colombia existen diversas instituciones que cuentan con una ruta de emprendimiento propia, pensada para apoyar a los emprendedores en su camino hacia la creación de empresa, sin embargo, la información disponible alrededor de estas es general y solo muestran los pasos principales sin profundizar en qué consiste cada uno de ellos. Ejemplos como el departamento del Valle del Cauca, quien realizó la construcción de su ruta del emprendimiento donde mostraba los elementos principales que la componían, así como las instituciones del departamento que hacían parte de su ecosistema, pero sin brindar profundidad al respecto (Gobernación de departamento del valle del cauca, 2016, p. 13) o también Unicomfacauca quien cuenta con una ruta de emprendimiento más nutrida en sus etapas de desarrollo, pero siendo aún muy general y sin entrar al detalle de en qué consiste cada una de ellas (Unicomfacauca, 2018).

De manera similar se encuentran todo tipo de rutas de emprendimiento de múltiples instituciones en el territorio colombiano, pero sin desarrollar al detalle cada etapa, por lo cual, este documento pretende ser un instrumento guía sobre el conjunto de elementos que debe desarrollar un emprendedor para propiciar el desarrollo empresarial de la mano de las instituciones que los apoyan.

## Resultados:

La propuesta de acompañamiento empresarial no se centra en la formalización de los negocios sino en potenciar el crecimiento del emprendedor para que la formalización posterior sea exitosa y produzca una mayor tasa de supervivencia. En ese sentido se propone el acompañamiento a los emprendimientos basado en una ruta que conste de cuatro etapas:



*Preincubación:* Es la etapa inicial donde se concibe y se estructura la idea de negocio, se centra en adaptar el producto o servicio a los problemas o necesidades de su público, dado que es una forma de garantizar su supervivencia a largo plazo.

*Incubación:* La iniciativa debe perfeccionar sus métodos para garantizar a sus clientes que pueden volver a adquirir el mismo producto o servicio con las mismas características, además debe poder probar su producto en el mercado para garantizar que tenga suficiente aceptación para su sostenibilidad.

*Crecimiento y consolidación:* Se busca que el emprendedor tenga un conocimiento global de los requerimientos que son necesarios para la puesta en marcha de su negocio, así como una base financiera y de relacionamiento suficiente para introducir de manera legal su producto en el mercado, minimizando las posibilidades de fracasar en el intento.

*Formalización:* Es un proceso que se va dando conforme la iniciativa empresarial crece y se consolida en el mercado. No es algo que se logre de un día para otro, sino que es un proceso que se va dando paulatinamente conforme la empresa se ve en la necesidad de cubrir diversos elementos legales y el mismo entorno se lo va exigiendo en la medida que crece, por lo cual, es un elemento que se trabajará en la etapa de crecimiento del negocio durante los procesos formativos.

El emprendedor en sus primeras etapas suele tener poca conciencia sobre los temas en los que debe formarse y son las instituciones que ofertan la formación en este campo quienes están llamados a estructurarla. En el entorno colombiano se ha evidenciado que las diversas instituciones realizan talleres y cursos de formación muy similares entre sí



trabajando de forma independiente, desarticulada y no siguen un proceso formativo claro para el emprendedor, por lo cual, se duplican esfuerzos y se es ineficiente en el gasto de los recursos. No tiene sentido hacer una formación aislada en forma de talleres o cursos si no está ligada a un proceso que vaya paso a paso y se dé en concordancia con la evolución de la empresa, además, esta formación debe incluir tanto los elementos comunes a todas las organizaciones (aspectos contables, manejo de personal, inversiones, etc.) como elementos de carácter técnico específicos de cada negocio.

Todo el proceso de aprendizaje e implementación en los nuevos negocios debe estar acompañado desde el principio por un asesor que lleve todo el proceso de desarrollo de la organización y esté al tanto de sus necesidades y requerimientos, además de ser alguien que desafíe constantemente al emprendedor a ir más allá, a hacer las acciones que se requieren para evitar el estancamiento de la organización y ha de ser quién lo guíe en el camino a convertirse en empresario.

La ruta del emprendimiento es un proceso que llevarán a cabo los emprendedores de la mano de los centros de desarrollo empresarial y deben contemplar las etapas del proceso, las estrategias a implementar, los indicadores y los entregables que se deben tener al finalizar cada etapa. Todos estos elementos están consignados en Tabla 1.



|  | Preincubación                              |  |   | Incubación  |  |   |                              | Crecimiento   |   |  |   |                                       |
|--|--|--|---|---|--|---|------------------------------|---|---|--|---|---------------------------------------|
|  | Formación                                  | Prototipo (P.M.Y.)                       | Validación (Aceptación en el mercado)                   | Formación   | Estandarización  | Mercadeo  | Financiación                 | Transformación digital  | Formación   | Capacidad de producción                                    | Coworking   | Financiación                          |
| Etapas del proceso de conversión de emprendimiento a empresa y los logros a realizar | Conceptos generales del emprendimiento     | Generación del prototipo                 | Encuestas   | Identidad de marca  | Envase   | Clientes potenciales  | Relacionamiento              | Redes sociales  | Impuestos   | Relacionamiento con financiación                           | Materias Primas                                     | Acceso a recursos                     |
|  | Metodologías para generar ideas de negocio | Sugerencias de los consumidores          | Rediseño hasta llegar a un producto con alta aceptación | Marketing digital   | Fórmula  | Análisis de la competencia                                      |                              | Página web  | Contratos, confidencialidad                                 | Centros de transformación                                  | Productos   | Financiación de plantas de producción |
| Etapas del proceso de conversión de emprendimiento a empresa y los logros a realizar | Construcción del modelo de negocio         |  |   | Presentación personal, discurso de venta, recopilación de información | Tabla nutricional  | Proveedores   |                              | CRM   | Formalización   | Centros de maquila   | Match entre productores y consumidores, sectorial   |                                       |
|  | Segmentación y público objetivo            |  |   | Finanzas y contabilidad   | Diagrama de proceso y tiempos  | Visitar posibles clientes                                       |                              |   | Habilidades gerenciales                                     |  |   |                                       |
| Etapas del proceso de conversión de emprendimiento a empresa y los logros a realizar | Imagen (Corporativa, producto/servicio)    |  |   | Talento humano (contratación)   | Control de calidad del producto terminado  |   |                              |   | Planes de negocio   |  |   |                                       |
|  | Costos                                     |  |   | Habilidades blandas   | Control de materias primas   |   |                              |   | Habilidades blandas   |  |   |                                       |
| Etapas del proceso de conversión de emprendimiento a empresa y los logros a realizar | Habilidades blandas                        |  |   |   |  |   |                              |   |   |  |   |                                       |
|  | Fijación de precio de venta (Margenes)     |  |   |   |  |   |                              |   |   |  |   |                                       |
| Estrategias a ejecutar por parte de las entidades de apoyo (CDE)                     | Talleres                                   | Disponibilidad de escenarios de creación | Ferias  | Talleres  | Asesoría especializada   | Acompañamiento y seguimiento personalizado en temas de mercadeo | Financiación asesorada       | Creación de páginas web, aplicaciones móviles, software especializado | Cursos  | Identificación de los centros regionales de transformación | Realización de encuentros de relacionamiento guiado | Créditos condonables                  |
|  |  |  | Fuebas de negocio                                       | Cursos  | Charlas de etiquetado  |   | Capital semilla              |   | Conectar a los emprendedores con estos espacios             | Conectar a los emprendedores con estos espacios            |   | Contacto con entidades financieras    |
|  |  |  |   | Asesoría técnica especializada  | Información sobre registro sanitario u otras normas aplicables a las diferentes industrias |   | Préstamos de pequeños montos |   | Gestión de nuevos escenarios especializados para producción |  |   | Gestión de capitales de riesgo        |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| Indicadores                              | <p>Formación completa en los temas establecidos</p> <p>Número de empleos indirectos</p> <p>Ventas suficientes para el sostenimiento del emprendedor</p> <p>Entre 25% y 35% de crecimiento en el último trimestre</p>  | <p>Formación completa en los temas establecidos</p> <p>Número de empleos indirectos</p> <p>Ventas que le permitan sostener al menos un empleado y así mismo</p> <p>Entre 15% y 25% de crecimiento en el último trimestre</p> <p>Número de seguidores en redes sociales</p> <p>Número de canales de comercialización</p> | <p>Formación completa en los temas establecidos</p> <p>Número de empleos directos</p> <p>Ventas suficientes para sostener 2 empleados, a sí mismo y generar capital para el crecimiento del negocio</p> <p>Entre 10% y 20% de crecimiento en el último trimestre</p> <p>Número de seguidores en redes sociales</p> <p>Número de canales de comercialización</p> <p>Número de visitas a la página web y ventas por este canal</p>   |
| <p>Entregables al finalizar la etapa</p> | <p>Modelo de negocio</p> <p>Imágen corporativa de la organización</p> <p>Segmento de clientes</p> <p>Costos del producto/servicio</p> <p>Margen de utilidad</p> <p>Comprobante de la viabilidad técnica y financiera del proyecto emitido por un asesor</p> <p>Información relacionada con los indicadores establecidos</p> | <p>Identidad de marca</p> <p>Diagrama de proceso y parámetros de control de calidad</p> <p>Producto/servicio estandarizado</p> <p>Análisis de mercado</p> <p>Redes sociales que sean relevantes para la marca</p> <p>Página web del negocio</p> <p>Información relacionada con los indicadores establecidos</p>         | <p>Indicaciones de las materias primas utilizadas</p> <p>Catálogo de productos producidos</p> <p>Plan de negocios donde se debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plan jurídico y legal</li> <li>Plan de recursos humanos</li> <li>Plan de marketing</li> </ul> <p>Plan de producción y operaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plan económico - financiero</li> <li>Plan estratégico</li> <li>Plan de contingencias</li> </ul> <p>Información relacionada con los indicadores establecidos</p> |

**Tabla 1** Ruta de emprendimiento.

**Nota:** Esta tabla es una construcción propia que incluye sugerencias y aportes realizados por la Red de Emprendimiento del Oriente Antioqueño.

# Conclusiones

La pre-incubación está concebida para tener un modelo de negocio validado en el mercado con base en la retroalimentación de los clientes que le permita al emprendedor ser auto sostenible en el tiempo, esta etapa es indispensable para poder filtrar aquellas iniciativas que tienen potencial suficiente para desarrollarse y en caso de que alguna idea no tenga aceptación en el mercado poder mejorarla o incluso cambiarla por otra completamente nueva teniendo como objetivo principal que se logre proyectar con potenciales ventas. La incubación por otro lado, pretende la estandarización de los productos o servicios, así como el aprendizaje por parte de los emprendedores de cómo es el funcionamiento de una empresa y los aspectos primordiales que debe tener en cuenta, también se aborda la existencia de la organización desde el entorno digital que es de gran importancia en el entorno actual.

Para poder apoyar el crecimiento de las organizaciones, se busca potenciar su capacidad de producción mediante el aprovechamiento de plantas de producción que ya se encuentren certificadas, así se evita el tener que hacer una gran inversión en infraestructura en una etapa temprana, facilitando a las entidades que cuentan con capitales pequeños ampliar su zona de impacto al comercializar cumpliendo los estándares de calidad, así mismo, el coworking es una estrategia que permite a las diferentes empresas apoyarse para su propio crecimiento, esto parte de la idea de que si se conocen las materias primas y los productos terminados de cada organización, puede propiciarse un encadenamiento productivo con las empresas nacientes más pequeñas que les ayude a crecer y debe ser información que con la que deben contar los CDE de las organizaciones que acompañan.

La ruta propuesta no pretende la formalización del negocio cuando apenas se ha generado, sino que busca tener emprendedores con una base sólida, fundamentada en el conocimiento de su producto, de los mercados, de los elementos financieros, legales y tributarios que les permitan validar la aceptación de su producto/servicio en el mercado antes de proceder con grandes inversiones o legalizarse.

# Referencias

## Bibliográficas

Banco Mundial. (s/f). Doing Business Ranking. [archive.doingbusiness.org](https://archive.doingbusiness.org). Recuperado el 2 de marzo de 2024, de <https://archive.doingbusiness.org/es/rankings>

Bundesamt für Statistik. (s/f). Überlebensraten neuer Unternehmen. [bfs.admin.ch](https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/industriedienstleistungen/unternehmen-beschaeftigte/unternehmensdemografie/ueberlebensraten.html#:~:text=Nach%205%20Jahren%20waren%2062,neu%20gegr%C3%BCndeten%20Unternehmen%20noch%20aktiv.&text=Als%20%C3%BCberlebend%20gelten%20diejenigen%20Unternehmen,Unternehmen%20der%20Folgejahre%20enthalten%20sind). Recuperado el 5 de marzo de 2024, de

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/industriedienstleistungen/unternehmen-beschaeftigte/unternehmensdemografie/ueberlebensraten.html#:~:text=Nach%205%20Jahren%20waren%2062,neu%20gegr%C3%BCndeten%20Unternehmen%20noch%20aktiv.&text=Als%20%C3%BCberlebend%20gelten%20diejenigen%20Unternehmen,Unternehmen%20der%20Folgejahre%20enthalten%20sind>

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. (s/f). Die wichtigsten Schritte in der berufliche Selbständigkeit. Existenzgründungsportal.de. Recuperado el 28 de marzo de 2024, de <https://www.existenzgruendungsportal.de/Navigation/DE/Home/home.html>

Confecámaras. (28 de mayo de 2023) Permanecer, un reto empresarial. <https://confecamaras.org.co/noticias/885-permanecer-un-reto-empresarial#:~:text=Por%20su%20parte%20evidencia%20la,llega%20al%2030%2C2%25>

Delfino, D. (8 de marzo de 2023). Percentage of Businesses That Fail — and How to Boost Success Chances. LendingTree. <https://www.lendingtree.com/business/small/failure-rate/#:~:text=About%201%20in%205%20U.S.,percentage%20of%20them%20will%20fail>

Fernández, C. (2020). Informalidad empresarial en Colombia. Coyuntura Económica: Investigación Económica y Social. 50, 133-168, diciembre.

Gobernación del departamento del Valle del Cauca. (2016). Ruta de emprendimiento del Valle del Cauca. Instituto técnico de gestión empresarial <https://www.valledelcauca.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=viewpdf&id=24879>

Institut für Mittelstandsforschung Bonn. (2022) Überlebensrate der Unternehmen. ifm-bonn.org. Recuperado el 14 de marzo de 2024, de <https://www.ifm-bonn.org/statistiken/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/ueberlebensrate-von-unternehmen#1452>

KMU - Portal für kleine und mittlere Unternehmen. (s/f). Firmengründung: Tipps vor dem Start und Hilfsangebote. kmu.admin.ch. Recuperado el 10 de marzo de 2024, de <https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/kmugruenden/firmengruendung.html#:~:text=Der%20Staat%20gew%C3%A4hrt%20keine%20direkte,ein%20eigenes%20Unternehmen%20gr%C3%BCnden%20wollen>

Ministerio de comercio, industria y turismo. (s/f). Programa de centros de desarrollo empresarial - CDE - Small Business Development Centers - SBDC. mipymes.gov.co. Recuperado el 22 de marzo de 2024, de <https://www.mipymes.gov.co/programas/centro-de-desarrollo-empresarial#:~:text=Los%20Centros%20de%20Desarrollo%20Empresarial%20son%20un%20instrumento%20para%20desarrollar,creaci%C3%B3n%20de%20nuevas%20unidades%20productivas>

Unicomfacauca (2018) Ruta de emprendimiento. <https://www.unicomfacauca.edu.co/investigacion/emprendimiento/ruta-de-emprendimiento/#talleres-ruta-de-emprendimiento>

U.S. Small Business Administration. (2023) 10 steps to start your business. sba.gov. Recuperado el 25 de marzo de 2024, de <https://www.sba.gov/business-guide/10-steps-start-your-business>

# Territorio Tecnológico: ADN de la Región



📍 Calle 30 N° 36 - 11 Marinilla (Ant.)  
☎ (604)320 53 20 ✉ info@coredi.edu.co  
[www.tecnologicocoredi.edu.co](http://www.tecnologicocoredi.edu.co)