



Global
Entrepreneurship
Monitor



ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: COLOMBIA UN PAÍS EN REACTIVACIÓN



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO





Actividad emprendedora: Colombia un país en reactivación

© GEM Colombia 2022: Universidad Icesi, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad del Norte, Universidad EAN, Corporación Universitaria Americana, iNNpulsa Colombia.

Cali. Universidad Icesi, 2022. ISBN: 978-628-7538-84-9
05-3 (PDF) DOI: 10.18046/EUI/GEM.2022

Palabras Clave: GEM, empresarios, emprendedores, empresas, ecosistema empresarial, emprendimiento.

© Universidad Icesi

Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) Primera edición /Agosto 2022

Coordinador Editorial: Adolfo A. Abadía

Corrección de estilo: Luis Eduardo Vélez

Diseño y diagramación: Bambú Creativos SAS

Editorial Universidad Icesi

Calle 18 No. 122-135 (Pance)

Santiago de Cali, Colombia

Teléfono: +57 (602) 555 2334

Correo: editorial@icesi.edu.co / www.icesi.edu.co/editorial

Hecho en Colombia – Made in Colombia

La Editorial Universidad Icesi no se hace responsable de las ideas expuestas por los autores de esta publicación. Todas las ideas y conceptos publicados, los modelos teóricos expuestos, los datos y las conclusiones reportadas o los nombres aludidos por el(los) autor(es), son responsabilidad exclusiva del (los) autor(es), y ellas no reflejan la opinión de las directivas, ni el pensamiento institucional de la Universidad Icesi, ni generan responsabilidad frente a terceros en caso de omisiones o errores.

El material de esta publicación puede ser reproducido sin autorización, siempre y cuando se cite el título, el autor y la fuente institucional.

Cómo citar (APA):Varela, R., Arango, C. (2022). Actividad emprendedora: Colombia un país en reactivación: 2021-2022. Cali: Editorial Universidad Icesi.

Agradecimientos

Los autores de este informe investigativo agradecen a todas las personas que colaboraron en el desarrollo y en la preparación del mismo, en particular a:

- Los miembros del equipo de Analítica de iNNpulsa Colombia: Rosana Velasco Chaves, Marion Restrepo Sánchez, Juan Camilo Coronel Escobar, Natalia Alejandra Ramos Escobar, Catalina Ordóñez Arias, Carlos Andres Suárez Álvarez, cuyas ideas estuvieron presentes en la etapa de la creación de las preguntas específicas sobre el proceso de recuperación de la COVID-19, a lo largo de todo el proceso de levantamiento y procesamiento de la información, y en forma muy especial en los procesos de diseño, redacción y revisión de estilo de este informe. De igual manera a Jorge Enrique Uribe Beltrán y Jorge Andrés Madrid Aristizabal, miembros del equipo de la Vicepresidencia de Aceleración y Emprendimiento de iNNpulsa Colombia por sus contribuciones al informe.
- Los miembros del equipo GEM Colombia: Ana Carolina Martínez Romero, Eduardo Gómez Araujo, Fabián Fernando Osorio Tinoco, Fernando Pereira Laverde, Jhon Alexander Moreno Barragán, León Darío Parra Bernal, Liyis Gómez Núñez, Mariangela López Lambraño, Nathaly Pinzón Rubio, por su permanente colaboración y por el apoyo financiero que dieron para hacer realidad el estudio GEM Colombia 2021-2022.
- Los miembros de GEM mundial, que permitieron disponer de los datos mundiales y hacer las comparaciones que fueron necesarias.
- A los 45 expertos nacionales que dieron valiosas respuestas al formulario NES y permitieron tener una visión de la situación de los pilares y subpilares del ecosistema de desarrollo empresarial colombiano.
- A INFO INVESTIGACIONES que dirigió el proceso de aplicación de la *Adult Population Survey (APS)* y a todos los 2052 colombianos que contestaron dicho cuestionario.
- A Luis Eduardo Vélez, quien presentó muchas recomendaciones sobre la redacción de este informe. Si todavía hay errores gramaticales, ortográficos o de estilo, son responsabilidad de los autores que no acogieron algunas de sus sugerencias.
- A Bambú Creativos S.A.S. por el diseño y la diagramación digital de esta publicación.
- A Ana Carolina Martínez, directora del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi y a todo el personal de la Universidad Icesi por su aporte al éxito de este proceso investigativo.

SOBRE LOS AUTORES



RODRIGO VARELA VILLEGAS
Universidad Icesi

Ph.D. y M.Eng. de *Colorado School of Mines*; Ingeniero Químico de la Universidad del Valle; Profesor Emérito de la Universidad Icesi. Investigador Emérito de Colciencias. Fundador del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi. Profesor distinguido de la Universidad del Valle. Ex miembro del *GERA Board* y del *Research Innovative Advisory Committee (RIAC)* del proyecto GEM. *White L. Wilford Fellow*. Ex miembro del *Board del International Council for Small Business (ICSB)*, Miembro del *Board de la World Union of Small and Medium size Enterprises (WUSME)*. Autor de múltiples libros de texto, reportes de investigación, artículos científicos e informes de consultoría.

ORCID: 0000-0001-7845-1416



Correo electrónico: rvarela@icesi.edu.co

CARLOS ARANGO
Universidad Icesi

Economista y Profesional en Contaduría Pública y Finanzas Internacionales, con Maestría en Finanzas Cuantitativas de la Universidad Icesi. Consultor y docente universitario. Cuenta con experiencia en investigación en las áreas de emprendimiento, empresas de familia, energía, crimen y terrorismo.

Correo electrónico: karloarango@gmail.com

Presentación

El proceso empresarial es multivariado y multietápico, en el cual interviene no solo el empresario, sino que también participan los entornos (económicos, sociales, tecnológicos y empresariales entre otros) y los modelos de empresa que se usen.

Este proceso investigativo que contó con el apoyo de iNNpulsa Colombia y las universidades que hacen parte del consorcio GEM-Colombia: las fundadoras: (Universidad Icesi, Universidad Javeriana de Cali y Universidad del Norte); y las adherentes (Universidad EAN y Corporación Universitaria Americana), fructifica con este libro de investigación que esperamos sea útil a las comunidades gubernamentales, académicas y empresariales y les permita formular políticas derivadas de las mediciones y recomendaciones que aquí hacemos.

El trabajo investigativo del ciclo 2020-2021, permitió estudiar el efecto sobre la actividad empresarial de uno de los hechos más trascendentes del siglo XXI: la epidemia de la COVID-19, y producir un libro de investigación: “Efectos de la COVID-19 en el ritmo empresarial colombiano.” Dados los resultados de ese ejercicio, iNNpulsa Colombia y GEM Colombia decidieron replicar la investigación para conocer el nivel de recuperación que pudo darse durante el año 2021, en los procesos empresariales colombianos.

El hecho de que la economía colombiana se haya recuperado y presente, a la fecha de escritura de este informe, cifras muy favorables de crecimiento de algunos indicadores económicos (PIB, PIBPC, tasa de empleo, índice GINI, porcentaje de población bajo línea de pobreza, etc.), aún con respecto a momentos prepandemia, es el resultado de un esfuerzo conjunto entre el gobierno y los empresarios y por ello se investigaron los programas y las acciones, que tanto el Gobierno como los empresarios pusieron en marcha para iniciar el proceso de recuperación.

En esta edición se ha dado énfasis a los entornos económicos y empresariales, pues es allí donde la política pública de apoyo a los procesos de creación y desarrollo de empresas tiene el mayor efecto.

Se demuestra en este producto de investigación, cómo la integración de esfuerzos entre la universidad, el Gobierno y los empresarios permite hacer investigaciones sobre problemas de interés nacional y producir resultados que sean útiles para todos los grupos de interés. Esta acción es un ejemplo que otras instituciones, públicas y privadas, deben reconocer, y es una invitación para que apoyen este esfuerzo investigativo de gran utilidad para todos.

Es bueno recordar que GEM mide el estado del espíritu empresarial de la población adulta, de los ecosistemas empresariales, de los empresarios y de las empresas, usando una metodología unificada en todo el mundo. Pero este proceso tiene dos componentes que lo hacen único: levantar parte de la información directamente de la población, mediante un muestreo estadísticamente representativo, y conseguir las opiniones de expertos nacionales para evaluar las condiciones de infraestructura de los ecosistemas de apoyo al proceso empresarial.

Además de esto, es importante tener en cuenta que: 1. La metodología del GEM se ha ido refinando a lo largo de 23 años. 2. Que los equipos investigativos de todos los países son de primer nivel. 3. Que hay un organismo central (GERA) que supervisa no solo a las entidades participantes, sino también a las empresas que proveen el servicio de levantamiento de datos y que se encarga de homogeneizar y armonizar todos los datos mundiales y de procesarlos en forma centralizada y autónoma.

Este informe contempla resultados de las variables nacionales y algunas comparaciones con grupos de países, pero sobre todo también incluye análisis históricos para identificar la tendencia de las diversas variables. Se incluyen también resultados publicados en el reporte mundial, que está disponible en el siguiente enlace:

<https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>

En adición a este informe, focalizado en el entorno empresarial y las condiciones de infraestructura empresarial, el equipo GEM Colombia publicó un informe nacional 2021- 2022, que incluye información adicional sobre otras variables y que puede ser consultado en el enlace:

<https://gemconsortium.org/report/nuestro-reto-impacta-la-dinamica-emprendedora-colombiana-gem-colombia-2021-2022>

A lo largo de este informe se proponen algunas acciones de política pública que se pueden implementar y que ayudarían a la recuperación del tejido empresarial colombiano.

El capítulo 0 presenta una visión del nuevo orden mundial que la COVID 19 nos está indicando, según el presidente de la Fundación Ford, y es un llamado a reconsiderar posiciones, procedimientos, metodologías y formas de participación que por muchos años hemos usado y que hicieron crisis con la pandemia. Es una reflexión que los autores consideramos que podría acompañar a todo el conjunto de datos, de mediciones, de recomendaciones, de conclusiones que este estudio trae.

El Capítulo 1 contiene un resumen del proceso GEM, titulado «¿Qué es y cómo opera el proyecto GEM?». Además presenta en forma breve todo el proceso metodológico que se ha acumulado luego de 23 años de replicar y mejorar este proceso investigativo. Además este capítulo incluye la definición de términos, abreviaciones, e indicadores que se usarán a lo largo del libro.

El Capítulo 2 explicita algunos datos económicos de Colombia 2021, especialmente comparados contra Colombia 2020 y Colombia 2019, para considerar algunos cambios de políticas y algunos resultados que han afectado la actividad empresarial. Las acciones del Gobierno, del sector empresarial y de las universidades se incluyen en él.

El Capítulo 3 analiza los resultados de la Encuesta Nacional a Expertos (NES por su sigla en inglés), dando una visión muy amplia de la situación de los pilares, subpilares y factores que definen las condiciones de infraestructura empresarial: Apoyo financiero, Políticas gubernamentales, Programas gubernamentales, Educación empresarial, Transferencia de I&D, Infraestructura comercial y profesional, Apertura del mercado interno, Infraestructura física y de servicios, Normas sociales y culturales. Se hacen comparaciones con los resultados de los países de Nivel A, B y C y se hace también un análisis de las variaciones de estos pilares en el periodo 2017-2021.

El Capítulo 4 presenta el concepto de “La Tubería Empresarial” y los resultados que se obtuvieron para las seis etapas del proceso empresarial, incluyendo un análisis de las discontinuidades o salidas empresariales.

El Capítulo 5 se focaliza en la caracterización del empresario colombiano, tanto del que está en los espacios del TEA como del Empresario Establecido. Para ello se miden las propensiones empresariales de los colombianos segmentadas por edad, género, ubicación geográfica, educación, etnicidad, ingreso familiar y se estudian los fenómenos del empresario serial y de las motivaciones empresariales.

El Capítulo 6 revisa una serie de percepciones, de la población en general y de los empresarios en particular, sobre el estado de diversos temas asociados con la actividad empresarial en el 2021, para identificar los cambios que se puedan haber dado durante este año de recuperación empresarial y económica, y observar el rol de los programas del gobierno diseñados para apoyar la actividad empresarial.

El Capítulo 7 recoge el análisis de algunas otras variables que estudió GEM 2021, que son de relevancia en el futuro de la dinámica empresarial colombiana: entorno mujer empresaria, digitalización, objetivos del desarrollo sostenible de Naciones Unidas, empresas familiares, financiación, formalización, programas de gobierno, relación con las grandes empresas.

El Capítulo 8 presenta un conjunto de lineamientos de políticas públicas que los autores derivan de los resultados de este estudio y que deberán ser analizadas por las entidades responsables para definir su implementación.

En el Anexo 1 se presentan algunos datos de las muestras usadas tanto para la APS como para el NES.

En el Anexo 2 se incluyen algunas tablas del informe mundial para ampliar la facilidad de identificar comparaciones específicas que los lectores quieran hacer con algún o algunos países en particular.

En el Anexo 3 se referencian algunas de las publicaciones que se usaron como material bibliográfico en el desarrollo de este libro de investigación.

Invitamos a todos los lectores a revisar cuidadosamente este estudio, a compartir estos resultados con sus audiencias y los medios de comunicación que tengan, en especial, las propuestas de políticas públicas que se hacen, a darnos recomendaciones para futuros estudios y reportes y a vincularse activamente al proyecto GEM.

Rodrigo Varela V. Ph. D.

Profesor Emérito Universidad Icesi

Fundador del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi

Investigador Emérito Colciencias

INDICE

	Capítulo 0	16
	Reflexión al futuro	
	Capítulo 1 ¿Qué es y cómo opera el proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor)?	20
	1.1 Introducción	21
	1.2 Algunos hechos a escala mundial	23
	1.3 ¿A quién le sirve GEM?	24
	1.4 El marco conceptual de GEM	26
	1.5 Metodología GEM	29
	1.5.1 Encuesta a la población adulta (APS)	29
	1.5.2 Encuesta a expertos nacionales (NES)	29
	1.6 Procesamiento de la información	31
	1.7 Clasificación de países	32
	1.8 Variables e indicadores principales de GEM	32
	Capítulo 2 Entorno económico-social-colombiano 2021	35
	2.1 Introducción	36
	2.2 Los procesos de vacunación	41
	2.3 Acciones del Gobierno	43
	2.4 Estrategias hacia el futuro	53
	2.5 Inflación, devaluación, tasas de interés	53
	2.6 iNNpulsa Colombia como actor fundamental en la reactivación económica	54
	Capítulo 3 Entorno empresarial según NES	56
	3.1 Financiación	60
	3.2 Políticas del Gobierno	64
	3.3 Programas del Gobierno	66
	3.4 Educación empresarial	68
	3.5 Transferencia de investigación y desarrollo	70
	3.6 Infraestructura comercial y profesional	73
	3.7 Facilidad de entrar al mercado	76
	3.8 Infraestructura física	79
	3.9 Normas sociales y culturales	81
	3.10 Comparación global de los pilares estructurales de las condiciones empresariales	84
	3.11 Ubicación de acuerdo con NECI	88
	3.12 Otros aportes de los expertos	90
	3.12.1 Factores que impulsarían la actividad empresarial	90
	3.12.2 Recomendaciones para mejorar el contexto empresarial	92
	3.12.3 Acciones del Gobierno que han afectado negativamente la actividad empresarial desde el inicio de la pandemia	94
	3.12.4 Acciones del Gobierno que han favorecido la actividad empresarial desde el inicio de la Pandemia	95

	Capítulo 4 La Tubería Empresarial colombiana en el 2021	98
	4.1 El modelo de Tubería Empresarial 1	99
	4.2 Supuestos del modelo	102
	4.3 Aceptación sociocultural de la actividad empresarial	103
	4.4 Empresario Potencial	107
	4.5 Empresario Intencional	110
	4.6 Empresarios Nacientes	113
	4.7 Empresarios Nuevos	114
	4.8 TEA	115
	4.9 Empresarios Establecidos	117
	4.10 Tubería Empresarial	118
	4.11 Salidas empresariales	123
	Capítulo 5 Caracterización de los empresarios colombianos	127
	5.1 Análisis por género	129
	5.2 Análisis por grupos etarios	131
	5.3 Análisis por ubicación geográfica	134
	5.4 Análisis por categoría educativa	135
	5.5 Análisis por grupos étnicos	136
	5.6 Análisis según el ingreso familiar	137
	5.7 Empresario serial	138
	5.8 Motivaciones de los empresarios	140
	Capítulo 6 La pandemia, sus efectos y los procesos de recuperación empresarial	144
	6.1 En términos de percepciones sobre la actividad empresarial	145
	6.2 En términos del ingreso familiar de los colombianos	146
	6.3 En términos de actividad empresarial temprana	146
	6.4 En términos de los Empresarios Establecidos	148
	6.5 En términos de la actividad de las empresas	150
	6.6 Otros datos	151
	Capítulo 7 Otros elementos de GEM 2021/2022	153
	7.1 El entorno de la mujer empresaria	154
	7.2 Los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas	155
	7.3 Digitalización	160
	7.4 Formalización	162
	7.5 Empresas familiares	164
	7.6 Financiación	165
	7.7 Papel del Gobierno	167
	7.8 Relaciones con grandes empresas	168



Capítulo 8 Lineamientos de política empresarial

171

8.1	Financieros	172
8.2	Empresarios	173
8.3	Programas de Gobierno	174
8.4	Tramites, impuestos y barreras	175
8.5	Educación	176
8.6	Investigación y desarrollo	177
8.7	Digitalización	178
8.8	Redes empresariales	178
8.9	Infraestructura	179
8.10	Cultura empresarial, promoción	179
8.11	COVID19/ recuperación	179
8.12	Objetivos de desarrollo sostenible	180
8.13	Tubería Empresarial	180
8.14	Ecosistema empresarial	181
8.15	Empresas familiares	182
8.16	Mujeres	183
8.17	Formalización	183
8.18	Seguimiento	183

Anexo 1 Características de las muestras Muestra de la APS

184

2.1 Muestra de la APS 185

2.2 Muestra de la NES 190

Anexo 2 Resultados básicos a nivel mundial

191

Anexo 3 Lista de referencias

202



Indice de figuras

Figura 1.1	El Modelo Conceptual GEM	26
Figura 1.2	Indicadores claves y fases del proceso empresarial	28
Figura 3.1	Palabras más frecuentes para impulsar la actividad empresarial	92
Figura 3.2	Palabras más frecuentes para mejorar el entorno empresarial	94
Figura 3.3	Palabras más frecuentes sobre acciones del Gobierno con efectos negativos	95
Figura 3.4	Palabras más frecuentes sobre las acciones de Gobierno con efecto positivo	97

Indice de tablas

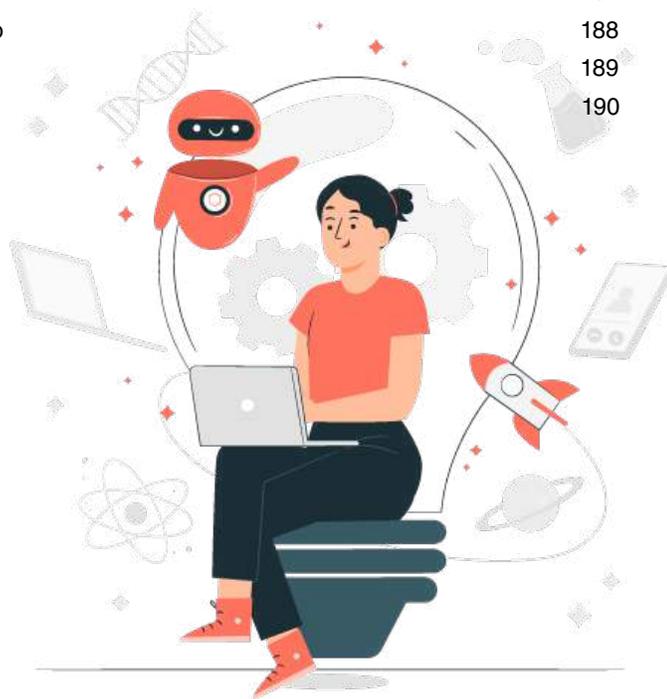
Tabla 1.1	Clasificación de países	32
Tabla 1.2	Variables e indicadores GEM	33
Tabla 2.1	Normas regulatorias	43
Tabla 2.2	Documentos de política pública	44
Tabla 2.3	Reglamentación de decretos	45
Tabla 2.4	Iniciativas para la reactivación	48
Tabla 3.1	Pilares del ecosistema de desarrollo empresarial	58
Tabla 4.1	Apreciaciones socioculturales sobre la creación de empresas - Colombia 2021	103
Tabla 4.2	Indicadores de la aceptación sociocultural de la actividad empresarial - Colombia 2021	105
Tabla 4.3	Empresario Potencial - Colombia 2021	108
Tabla 4.4	Tubería Empresarial - Colombia 2021	118
Tabla 7.1	Conocimiento de la existencia de los ODS	156
Tabla 7.2	Visión futura de los ODS	156
Tabla 7.3	Inclusión de factores	158
Tabla A2.1	Impacto de la pandemia en el ingreso familiar	192
Tabla A2.2	Actividad empresarial de los adultos	193
Tabla A2.3	Actitudes y percepciones de la población (Algo de acuerdo/muy de acuerdo)	194
Tabla A2.4	Actitudes y percepciones de los Empresarios (Nacientes, Nuevos y Establecidos)	195
Tabla A2.5	Actividad empresarial por género, edad y nivel educativo	196
Tabla A2.6	Distribución de la actividad empresarial por sectores (% de TEA)	197
Tabla A2.7	Salidas empresariales y sus razones (% de la población)	198
Tabla A2.8	Expectativas de crecimiento y de visión (% de Empresarios TEA y Establecidos)	199
Tabla A2.9	Motivación para iniciar una empresa (% de Empresarios en TEA que están algo de acuerdo o totalmente de acuerdo)	200
Tabla A2.10	Resultados del NECI (Indicador nacional de condiciones de Infraestructura empresarial y número de condiciones que tuvieron calificación aceptable (Superior a 5)	201



Indice de gráficas

Gráfico 2.1	Acumulado de vacunas aplicadas	42
Gráfico 3.1	Evaluación del pilar de financiación (existencia y suficiencia de mecanismos financieros)	60
Gráfico 3.2	Existencia de recursos financieros en Colombia del 2017 al 2021	62
Gráfico 3.3	Facilidad de obtención de la financiación	62
Gráfico 3.4	Políticas del Gobierno (favorabilidad y prioridad)	65
Gráfico 3.5	Políticas del Gobierno (impuestos y burocracia)	65
Gráfico 3.6	Políticas gubernamentales en Colombia del 2017 al 2021	66
Gráfico 3.7	Programas del Gobierno	67
Gráfico 3.8	Programas gubernamentales en Colombia de 2017 a 2021	67
Gráfico 3.9	Educación y formación empresarial emprendedora (primaria y secundaria)	68
Gráfico 3.10	Educación y formación empresarial (postsecundaria)	69
Gráfico 3.11	Educación empresarial en Colombia del 2017 al 2021	70
Gráfico 3.12	Transferencia de Investigación y Desarrollo	71
Gráfico 3.13	Transferencia de investigación y desarrollo en Colombia del 2017 al 2021	72
Gráfico 3.14	Infraestructura comercial y profesional	73
Gráfico 3.15	Infraestructura comercial y profesional en Colombia del 2017 al 2021	75
Gráfico 3.16	Facilidad de ingreso al mercado interno	76
Gráfico 3.17	Barreras para el mercado interno	77
Gráfico 3.18	Dinámica del mercado interno en Colombia del 2017 al 2021	79
Gráfico 3.19	Infraestructura física y de servicios	80
Gráfico 3.20	Acceso a la infraestructura física en Colombia del 2017 al 2021	80
Gráfico 3.21	Normas sociales y culturales	81
Gráfico 3.22	Normas sociales y culturales en Colombia del 2017 al 2021	82
Gráfico 3.23	Colombia vs. Economías grupo A	85
Gráfico 3.24	Colombia vs. Economías Grupo B	86
Gráfico 3.25	Colombia vs. Economías Grupo C	88
Gráfico 3.26	Índice de las condiciones de infraestructura para el desarrollo empresarial nacional (NECI)	89
Gráfico 3.27	Factores que impulsarían la actividad empresarial	91
Gráfico 3.28	Recomendaciones para mejorar el entorno empresarial	93
Gráfico 3.29	Acciones del Gobierno con efecto negativo	95
Gráfico 3.30	Acciones del Gobierno con efecto positivo	96
Gráfico 4.1	Aceptación sociocultural - Colombia 2017-2021 Aceptación sociocultural por género en Colombia 2021	101
Gráfico 4.2	Aceptación sociocultural por género en Colombia 2021	106
Gráfico 4.3	Empresario Potencial - Colombia 2017-2021	106
Gráfico 4.4	Empresario Potencial según género Colombia 2021	109
Gráfico 4.5	Empresario Intencional Colombia 2017- 2021	111
Gráfico 4.6	Empresario Intencional según género - Colombia 2021	111
Gráfico 4.7	Empresarios Nacientes Colombia 2017- 2021	114
Gráfico 4.8	Empresarios Nuevos - Colombia 2017- 2021	115
Gráfico 4.9	TEA Colombia 2017- 2021	116
Gráfico 4.10	Empresarios Establecidos - Colombia 2017-2021	117
Gráfico 4.11	Tubería Empresarial histórica 2017-2021	120
Gráfico 4.12	Tubería Empresarial según género	121
Gráfico 4.13	Discontinuidad histórica 2017- 2021	124
Gráfico 4.14	Razones de discontinuidad empresarial en Colombia 2021	125
Gráfico 4.15	Caminos de las discontinuidades	126

Gráfico 5.1	Propensiones empresariales de hombres y de mujeres	130
Gráfico 5.2	Relación propensión hombres/propensión mujeres	131
Gráfico 5.3	Propensiones según grupo etario	133
Gráfico 5.4	Propensiones según ubicación geográfica	134
Gráfico 5.5	Propensiones según categorías académicas	136
Gráfico 5.6	Propensión según grupos étnicos	137
Gráfico 5.7	Propensión según ingreso familiar	138
Gráfico 5.8	Frecuencia de experiencias empresariales	139
Gráfico 5.9	Motivaciones empresariales	142
Gráfico 5.10	Motivaciones empresariales según edad	143
Gráfico 5.11	Motivaciones empresariales según género	143
Gráfico 6.1	Distribución sectorial TEA	147
Gráfico 6.2	Segmentación geográfica de mercados de las empresas en TEA	148
Gráfico 6.3	Sectores económicos de las empresas establecidas	149
Gráfico 6.4	Segmentación geográfica de mercados de las empresas establecidas	150
Gráfico 6.5	Efectos de la pandemia	152
Gráfico 7.1	Orientación hacia ODS	159
Gráfico 7.2	Cambio tecnológico en digitalización	160
Gráfico 7.3	Transformaciones digitales instauradas	161
Gráfico 7.4	Implementación del teletrabajo	162
Gráfico 7.5	Razones de no formalización	164
Gráfico 7.6	Fuentes de financiación	165
Gráfico 7.7	Facilidad en la financiación en los últimos años	166
Gráfico 7.8	Favorabilidad de la Ley de Emprendimiento	167
Gráfico 7.9	Programas de gobierno	168
Gráfico 7.10	Relaciones con grandes empresas	169
Gráfico A1.1	Distribución por género	186
Gráfico A1.2	Distribución por género y edades	186
Gráfico A1.3	Distribución por educación y género	187
Gráfico A1.4	Distribución por ubicación geográfica y género	188
Gráfico A1.5	Distribución por ingreso familiar y género	189
Gráfico A1.6	Distribución por etnia y género	190





Capítulo 0

Reflexión al futuro



En el 2020 iNNpuls Colombia se asoció al proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) para iniciar un proceso de análisis sobre “los efectos de la COVID19 en el ritmo empresarial colombiano” y producto de ese esfuerzo surgió un libro con el título antes mencionado y que está disponible en el [enlace: https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2021](https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2021)

Mundialmente todos hemos vivido, en los dos últimos años, unos cambios trascendentales, nunca previstos, que afectaron cada faceta de nuestras sociedades con un costo de más de 6 millones de vidas, en adición a crisis económicas, sociales y empresariales, que incrementaron los efectos de la inequidad, la injusticia y la intolerancia para millones de ciudadanos¹.

Al presentar el estudio, en su edición publicada en 2022, titulado “Actividad emprendedora: Colombia un país en reactivación”, he considerado oportuno traer a este estudio una serie de ideas que planteó Darren Walker, Presidente de la Fundación Ford, al presentar el documento “*Reimagine Recovery*”. Utilizaré un proceso de traducción libre.

“En medio de la crisis algunos líderes simplificaron la idea de recuperación por la de mitigación y muchas medidas y acciones fueron tomadas con este principio, deseando fervientemente que el futuro después de la COVID19 nos llegase libre de lamentos y discordias. Hoy sabemos que la verdadera recuperación va más allá y es más complicada que la mitigación, y también sabemos que la COVID19 está en nuestro presente y estará en nuestro futuro.

Para pasar de la mitigación a una recuperación sostenible, requerimos que la estimación de sus potenciales efectos y variantes incluya el reconocimiento de que algunas de nuestras viejas ideas y expectativas han desnudado la desigualdad que existe alrededor del mundo.

La verdadera recuperación nos exige reconocer y cambiar las estructuras y las políticas injustas que hemos tenido y que agravaron los efectos de la pandemia. Debemos examinar nuestra obsesión de crecimiento rápido a todo costo, y establecer un entendimiento compartido de un crecimiento sostenible que genere igualdad de oportunidades y resultados equitativos.

Ello nos demanda trabajar unidos para afrontar colectivamente, con humildad y reciprocidad, los problemas que se nos avecinan, y nos reta a hacer una intrépida y esperanzadora re-imaginación de nuestros sistemas sociales, económicos, políticos y de gobierno, teniendo a la equidad y a la interdependencia como ejes centrales.

Debemos preguntarnos por la posibilidad que tenemos de que cada uno de nosotros pueda ser participe del desarrollo y tenga la oportunidad de configurar su propia vida; de que podamos incluir comunidades que históricamente han sido excluidas; de que podamos modificar las formas tradicionales de operación e incluyamos la equidad como valor rector en todas nuestras acciones.

¹Ford Foundation, “Reimagine Recovery: A playbook for an equitable future”, New York, 2022 <http://fordf.org/ReimagineRecovery>



Fundamentalmente debemos re-imaginar la forma como trabajamos y vivimos, y para ello debemos hacer varias cosas, entre las cuales están: balancear el trabajo y la vida, reestructurar los caminos que permitan la participación en una economía justa, nivelar el campo de juego y armar las bases de un nuevo orden de forma tal que la recuperación comience y dar prioridad a nuestras actuaciones regidas por la humildad y la reciprocidad.

Trabajemos por un nuevo mundo, donde todos los grupos de interés se unan en la búsqueda de un desarrollo sostenible, donde el poder y los privilegios sean socialmente controlados, donde las oportunidades económicas y políticas estén mejor distribuidas y donde el conflicto innecesario y la opresión sean cosas del pasado, para que de esta forma todos podamos vivir dignamente.

Creemos una visión que nos una en el diseño de respuestas que nos permitan florecer y prosperar en una era de solidaridad, conciencia y justicia. Pasemos de la mitigación a la recuperación, a la innovación y al nuevo mundo que nos podamos imaginar.

Algunas acciones recomendadas para estos ideales son:

- Fortalezcamos los derechos de los trabajadores, creemos empleos dignos, demos a las comunidades excluidas un papel más significativo en la economía, creemos un sistema económico que permita a todos prosperar.
- Hagamos de la inclusión una prioridad en nuestros objetivos, indicadores y responsabilidades.
- Recordemos que la economía global se nutre de trabajadores formales e informales (Estos últimos son el 60% de la fuerza laboral del mundo), brindémosles voz y decisión sobre las condiciones del trabajo.
- Creemos una economía inclusiva donde todos puedan tener acceso a servicios financieros y al capital que necesitan para prosperar.
- Creemos el contexto y las condiciones para una economía justa e inclusiva que permita la utilización de las buenas ideas en la creación de nuevas empresas generando mejores resultados para la humanidad.
- Sabemos que los sistemas sociales, políticos y económicos tienen efectos sustanciales sobre el bienestar personal y la felicidad, y que los efectos negativos de la inequidad requieren soluciones audaces, y para ello, debemos apoyar la idea del bienestar de todos y elevar la dignidad de las personas.
- Resolvamos la inequidad que se ha dado con la vacunación (Los 30 países más pobres solo han vacunado al 2% de su población). Para ello hay que revisar los modelos de propiedad intelectual y dar a las vacunas el rango de bien público global y lograr que las farmacéuticas compartan tecnologías y saberes, de forma que las vacunas se puedan producir en muchos más países.
- Busquemos el mejoramiento de la infraestructura de salud renovando instalaciones, equipos, personal y medios de difusión para crear conciencia sobre la urgencia de la vacunación.
- Protejamos el planeta del cambio climático y evitemos la deforestación y la contaminación, pues todos ellos afectan nuestra salud y nuestro bienestar.
- Apoyemos los esfuerzos hacia una transición energética sostenible.

- Avancemos en la inclusión social de género, de limitaciones físicas, de creencias religiosas o políticas y protejamos sus derechos de forma que puedan vivir libres de temor y de segregación.
- Hagamos que la tecnología siga siendo la fuerza impulsora del desarrollo, pero exijámosle que respete los entornos individuales, que sea accesible para todos y llegue a ser un bien público.
- Ampliemos el acceso a internet, de forma tal que toda la población mundial lo pueda usar para atender sus necesidades.
- Desarrollemos nuevos sistemas de cooperación que estimulen un balance entre el poder y los recursos de forma que el futuro de nuestros países sea más equitativo y todos podamos prosperar.
- Creemos los espacios y los medios para que todos podamos participar en las actividades políticas, económicas y culturales y que nuestras necesidades sean analizadas y atendidas.
- Ampliemos y protejamos los espacios cívicos para garantizar la libertad de asociación, de reunión y de expresión.
- Recordemos que el progreso solo es posible cuando todos podemos prosperar. Por ello, acciones colectivas y de interdependencia son esenciales para resolver nuestros retos.
- Unamos ideas, individuos e instituciones para crear una visión compartida para este nuevo orden mundial.
- La polarización debilita y daña a las instituciones esenciales para la democracia, erosiona la confianza del público, exagera la intolerancia, la discriminación y la violencia. Creemos oportunidades que permitan la expresión de múltiples voces, sin riesgos de opinión, que den espacio para analizar las propuestas de cambio.

A los lectores de este informe los invito a analizar detenidamente los datos, los hallazgos, las interpretaciones y las recomendaciones que hemos elaborado, con una óptica de encontrar ideas que permitan mejorar el ecosistema empresarial colombiano, y así podamos cumplir el enunciado que he planteado tantas veces “más y mejores empresarios, nos darán más y mejores empresas, teniendo como resultado final prosperidad para todos los colombianos”

Igualmente, los invito a que nos hagan recomendaciones sobre cómo mejorar nuestra investigación GEM y nuestros informes. Pueden escribirme a rvarela@icesi.edu.co.

Pero también, los quiero invitar a soñar y a trabajar porque el sueño que nos propone Darren Walker lo podamos implementar, y así lograr que el bienestar y la prosperidad llegue a todos los colombianos y a todos los ciudadanos del mundo.

Cordial saludo,

Rodrigo Varela V. Ph. D.
 Profesor Emérito Universidad Icesi
 Investigador Emérito Colciencias



Capítulo 1

¿Qué es y cómo opera el
proyecto **GEM** (*Global
Entrepreneurship Monitor*)?





1.1 Introducción

Desde hace muchos años la literatura técnica sobre entrepreneurship ha demostrado que el espíritu empresarial y la innovación son elementos esenciales para el desarrollo económico y social de cualquier país, pues son estas dos fuerzas las que dan vigor y realidad al proceso de creación de valor económico, valor social y valor ambiental y a través de ello generan bienestar, empleos, riqueza, paz, satisfacciones personales y profesionales. (Varela, Soler y Arango, 2021, p. 36).

Hoy, desafiados por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) y luego de vivir más de dos años de pandemia, agravados por los efectos negativos de “Los paros y bloqueos”, que ocurrieron en Colombia en el 2021, todos los ciudadanos deben entender la importancia de tener “más y mejores empresas”, capaces de mantenerse y de crecer, para de esa forma proveer seguridad a sus empleados y en general a toda la comunidad que las rodea. La dinámica del desarrollo de un país, y el logro de sus indicadores, están relacionados con la dinámica empresarial, definida como la diferencia entre los valores generados y los valores perdidos en la operación de las organizaciones que componen un país.

¹ El contenido de este capítulo, está tomado de diversos documentos que el Proyecto GEM ha producido, para explicar su metodología, tanto mundialmente como para Colombia. En la sección de referencias se mencionarán algunos de los libros que han sido utilizados para preparar este capítulo.

$$\text{Dinámica Empresarial} = \left[\text{Valor generado por todas las empresas} \right] - \left[\text{Valor perdido por todas las empresas} \right]$$

GEM, la sigla con el cual es conocido el Global Entrepreneurship Monitor Project, ha estado vigente durante los últimos 23 años (inició en 1999) y es el instrumento de medición de la actividad empresarial más completo que tienen los países, las economías, las regiones y las ciudades. Su metodología, sus datos, los análisis que realiza y las conclusiones que entrega, han sido de gran utilidad para los entes gubernamentales, los formuladores de políticas de apoyo al proceso empresarial, los académicos vinculados al área de entrepreneurship y los empresarios. Así mismo han sido relevantes para las entidades que actúan como patrocinadores del proceso empresarial, para las oficinas de estadísticas nacionales y mundiales y para todos aquellos a quienes les interesa el tema del desarrollo.

Desde 1999, un grupo significativo de investigadores de diversos países ha venido usando esta metodología, con un proceso de integración centralizada de datos y resultados, que tiene como características principales las siguientes:

- Está basada en datos empíricos sobre la población adulta de cada país, que son estadísticamente válidos para representar a las poblaciones segmentadas por: género, edad, formación académica y ubicación geográfica.
- Incluyen todo tipo de personas sean o no empresarios.
- Incluye todo tipo de iniciativas empresariales, en todos los niveles de desarrollo.
- Incluye a todas aquellas personas que están iniciando, manteniendo, o creciendo y asignando recursos a una nueva actividad creadora de valor. No se incluye el estar pensando en hacerlo, el tener el sueño de hacerlo o el tener la intención de hacerlo.
- Por la uniformidad de su metodología permite hacer comparaciones entre países, economías, grupos geográficos, ciudades, regiones, etc.
- Se ha caracterizado por proveer información libre de la injerencia de los gobiernos o de cualquier grupo de poder.
- Hay un organismo central (Global Entrepreneurship Research Association) que supervisa, no solo a las entidades participantes, sino también a las empresas que proveen el servicio de levantamiento de los datos, y que se encarga de homogeneizar y armonizar todos los datos mundiales y de procesarlos en forma centralizada y autónoma.

1.2 Algunos hechos a escala mundial

Para tener una idea de la magnitud de este proyecto de investigación es bueno recuperar algunos datos de su trayectoria:

- Está en operación desde 1999 y en este tiempo más de tres millones de personas han sido entrevistadas, más de 120 economías han sido medidas en algún año, en más de 100 publicaciones y artículos científicos se han usado sus datos.
- En los 23 años de trabajo continuo ha hecho las mediciones y producidos reportes anuales tanto globales, como de cada país participante, y también ha producido reportes sobre temas especiales.
- En el 2021 participaron en el mundo más de 370 investigadores de 300 instituciones, permitiendo tener un selecto grupo de instituciones e investigadores, reconocidos mundialmente, que hacen mejoramientos a la metodología.
- En el 2021 participaron 50 economías que representan el 68% del Producto Domestico Bruto del mundo y el 45% de la población.
- En el 2021 más de 148.000 personas contestaron la encuesta a población adulta (APS) y más de 2000 expertos contestaron la encuesta a expertos nacionales (NES).
- En Colombia se ha realizado desde el 2006 con los apoyos de la Universidad Icesi, la Universidad del Norte y la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.
- En Colombia se han hecho más de 45.000 entrevistas a población adulta y más de 700 encuestas a expertos nacionales.
- En el 2021, en Colombia, se hicieron 2.052 entrevistas para la encuesta a población adulta (APS), y se entrevistaron 45 expertos, para la encuesta de expertos nacionales (NES).
- En el 2021 se contó con la participación de la Universidad EAN y la Corporación Universitaria Americana en calidad de adherentes y de iNNpulsa Colombia en condición de aliado.

Por todas las razones anteriores, se cataloga como el proyecto más grande, más antiguo, más profundo, con mayor cobertura de países, y la mayor base de datos sobre el proceso empresarial. De igual forma, este ejercicio cuenta, con la mejor información de los expertos nacionales, y con el mejor conocimiento sobre la dinámica de las variables asociadas con el proceso empresarial que existe en el mundo.

1.3 ¿A quién le sirve GEM?

Los resultados del GEM son muy útiles para diferentes grupos de interés en distintas formas:

- Para los académicos, los investigadores y los docentes, ya que cuentan con cifras específicas para cada país, que les permiten profundizar en sus labores de docencia e investigación y así hablar con propiedad sobre los fenómenos asociados con el *entrepreneurship* de su país.
- Para los empresarios, pues estas cifras les proveen una visión del estado de las empresas colombianas, y pueden visualizar las posibles limitaciones y ventajas que tienen sus organizaciones.
- Para los gobiernos en todos los niveles, pues cuentan con información fidedigna del efecto que puedan estar teniendo sus programas.
- Para las oficinas de estadísticas nacionales e internacionales, dado que disponen de datos únicos sobre la actividad empresarial.
- Es un elemento fundamental para la formulación de las políticas de desarrollo empresarial de los diversos países, y es guía para los empresarios sobre el estado de su sector y de sus empresas.
- Es la base de los planteamientos que se hacen para mejorar los ecosistemas empresariales de los distintos países.

1.4 El marco conceptual de GEM

Para GEM el “Evento empresarial” es “cualquier intento de creación de una nueva empresa o de un nuevo negocio, que incluye el trabajo por cuenta propia, la creación de una nueva organización empresarial o la ampliación de una empresa existente, por parte de un individuo, un equipo de individuos o una organización.”

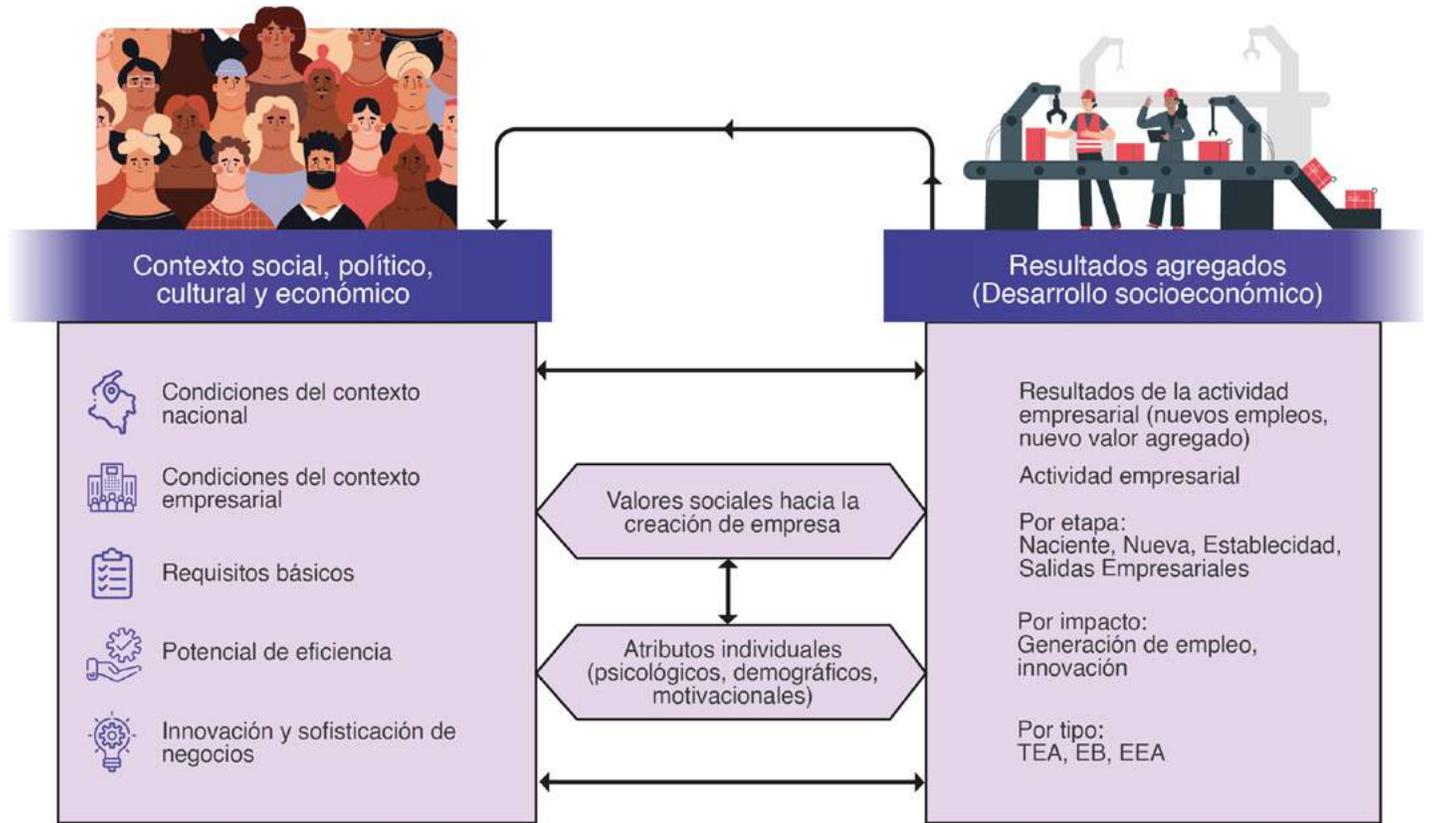
La Figura 1.1 presenta el modelo conceptual de GEM que incluye los diversos componentes del proceso empresarial, los influjos de los factores del entorno empresarial, las relaciones que existen entre ellos, las tareas que se originan por la actividad empresarial y los resultados en términos del desarrollo social y económico sostenible.





Figura 1.1
El Modelo Conceptual GEM

Fuente: Bosma, M; Hill, S; Ionesco, A; Keley, B; Levie, J; & Tamaua, A. (2020. Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020) Global Report. (PP.22). Londres, Reino Unido: Global Entrepreneurship Research Association.



Esta actividad empresarial se estudia mediante: las fases del ciclo de vida de los procesos empresariales (Tubería Empresarial), el impacto de ellas (crecimiento, innovación, internacionalización), la forma y el sector en el cual se desarrollan y los niveles totales de actividad empresarial.

La actividad empresarial se afecta por tres grandes fuerzas que interactúan entre sí:

- Los valores sociales hacia la creación de empresas, que incluyen la percepción positiva que la sociedad tiene sobre los empresarios, las empresas y sus procesos.
- Los atributos individuales de los empresarios en términos demográficos (género, edad, ubicación geográfica), psicológicos (percepciones sobre la capacidad de identificar oportunidades, temor al fracaso) y motivacionales (motivos por los cuales deciden emprender).

- Los contextos: social, cultural, político y económico que están compuestos por las condiciones económicas generales del país y las condiciones particulares del contexto empresarial. Las condiciones económicas definen el estado de desarrollo de cada país: economía impulsada por factores, economía impulsada por eficiencia, y economía impulsada por innovación; y las condiciones particulares del contexto empresarial, definen la calidad y el desarrollo de las condiciones o pilares del entorno para la actividad empresarial: (1) apoyo financiero, (2) políticas del Gobierno, (3) programas de Gobierno, (4) educación empresarial, (5) transferencia de investigación y desarrollo, (6) infraestructura comercial y legal, (7) dinámica de mercados internos y regulaciones de empresa, (8) infraestructura física, (9) y normas sociales y culturales.

En conclusión, el modelo conceptual presenta como punto de partida el contexto social, cultural, político y económico que influye y es influenciado por los valores sociales sobre la creación de empresa y algunos atributos individuales. Lo anterior impacta la actividad empresarial de varios tipos: empresa naciente, empresa nueva, empresa establecida, salidas empresariales, empresas de alto crecimiento, empresas internacionales, empresas innovadoras, empresas sociales y actividad intraempresarial, entre otras. Dicha actividad empresarial promueve para la sociedad la creación de empleo y de valor económico, social y ambiental que, a mediano y largo plazo, desemboca en el desarrollo socioeconómico sostenible del país.

Finalmente, este sistema complejo se caracteriza por la retroalimentación que existe entre los componentes, con efectos de interacción y de moderación entre ellos.

Este modelo conceptual GEM cubre todo tipo de iniciativa empresarial sin exclusión alguna, y por ello, considera todos los tamaños, formas jurídicas, sectores económicos, niveles tecnológicos, objetivos de lucro, orientación de mercado, formales y no formales entre otros. GEM define como unidad de observación y análisis a la población adulta de cada país, y a través de un proceso estadísticamente válido, identifica los individuos que están activos en las distintas etapas del proceso de creación de empresa, los caracteriza, a ellos y a sus empresas, y adicionalmente genera información sobre la población en diversos aspectos culturales y sociales, vinculados en una forma u otra con el proceso empresarial.

La Figura 1.2 presenta los indicadores clave de GEM en cada una de las fases del proceso empresarial, desde el nacimiento hasta el establecimiento de una nueva actividad empresarial.

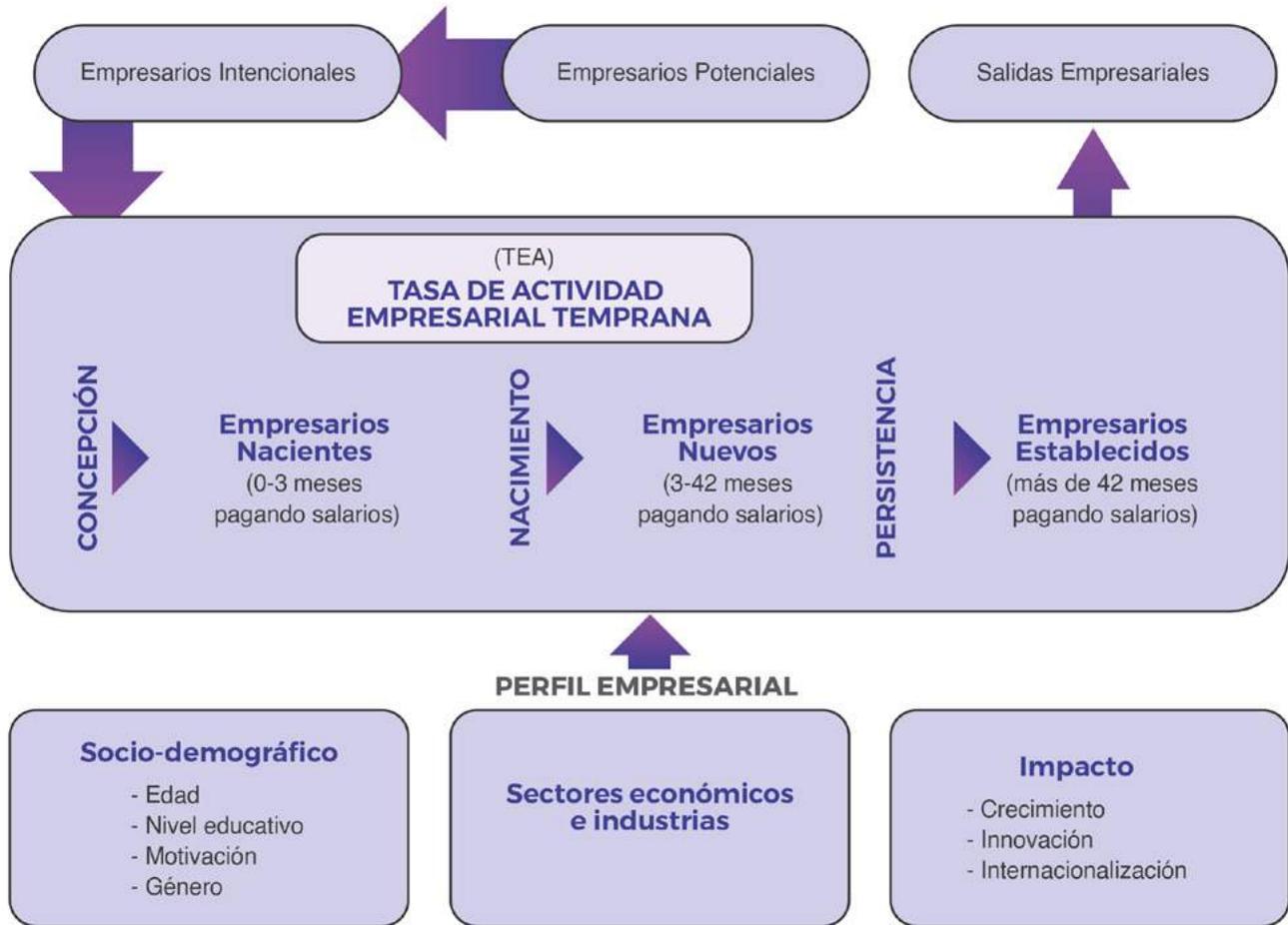
El indicador más importante para el análisis de los resultados GEM es la tasa de actividad empresarial total en etapa temprana (TEA) que se define como la propensión de los adultos hacia la creación de empresa y hacia el desarrollo de las mismas hasta cumplir 42 meses reconociendo salarios y/o remuneraciones (en dinero, o en especie) a los empleados o a los socios.

El segundo indicador es el porcentaje de adultos que están al frente de empresas establecidas (Empresarios Establecidos), que se define como la propensión de los adultos hacia el desarrollo de las empresas que han pagado salarios y/o remuneraciones por más de 42 mes a los empleados o a los socios.

Figura 1.2

Indicadores claves y fases del proceso empresarial

Fuente: Elaborada por los autores basados a partir: Varela, R; y otros (2014. Dinámica empresarial Colombiana PP.17). Cali, Colombia: Editorial Universidad Icesi.





1.5 Metodología GEM

GEM aplica dos instrumentos de medición (encuestas) que han sido validados y desarrollados con aportes de todos los equipos de investigación participantes en el mundo. Estos instrumentos han sido estandarizados para comparar los resultados entre todos los países.

1.5.1 Encuesta a la población adulta (APS)

Esta encuesta se aplica a una muestra representativa de la población adulta (18-64) de cada país, segmentada por: género, grupo etario, nivel educativo y ubicación geográfica.

El proceso en Colombia es desarrollado por una empresa especializada en este tipo de investigaciones, cuya propuesta es aprobada por el grupo técnico de la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA). Las encuestas se aplican, en las áreas urbanas vía telefónica (celular o fijo) y en las áreas rurales cara a cara, usando un proceso aleatorio tanto para identificar al hogar como para escoger la persona específica que contestará la encuesta. El tamaño mínimo de la muestra en cada país es de 2.000 personas, pero cuando se hacen estudios regionales la muestra nacional aumenta. En el Anexo 1, se encuentran las características de la muestra que se usó en este estudio.

1.5.2 Encuesta a expertos nacionales (NES)

Esta encuesta se aplica a una muestra de mínimo 36 personas que, dadas su formación y experiencia, son consideradas como expertas en alguna de las nueve condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial: (1) apoyo financiero, (2) políticas del Gobierno, (3) programas de Gobierno, (4) educación empresarial, (5) transferencia de investigación y desarrollo, (6) infraestructura comercial y legal, (7) dinámica de mercados internos y regulaciones de empresa, (8) infraestructura física, (9) y normas sociales y culturales.

Adicionalmente, se les consulta sobre los factores que obstaculizan, impulsan o promueven la actividad empresarial, y sobre las acciones que el gobierno ha tomado para estimular la actividad empresarial.



Los expertos son personas vinculadas al ecosistema de apoyo empresarial, que tienen conocimiento y experiencia en los temas que van a ser evaluados. Se busca una participación balanceada de académicos, funcionarios del gobierno vinculados directamente con la generación de políticas, empresarios exitosos que han vivido el proceso, profesionales vinculados a instituciones que participan en el ecosistema de apoyo empresarial. La selección de los expertos y la aplicación de la encuesta son funciones de los miembros de los equipos nacionales.

1.6 Procesamiento de la información

La información recolectada a través de ambos instrumentos de medición es procesada por el grupo técnico del GERA que ejecuta labores de consistencia, armonización, homogenización y ponderación, para finalmente procesar la información y generar los resultados para cada factor y variable, de tal manera que se puedan hacer comparaciones válidas y confiables del mismo indicador para varios países o grupos económicos.

Adicionalmente, el equipo GEM Icesi e iNNpulsa Colombia realizaron una serie de procesamientos estadísticos, usando la base de datos GEM Colombia 2021 y el paquete estadístico R, que se consideraron convenientes para derivar lineamientos de políticas públicas que pudiesen ser impulsadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de iNNpulsa Colombia, en su labor de promotor del emprendimiento y el desarrollo empresarial.

En adición a este informe, el equipo GEM Colombia publicó el informe nacional que cubre una serie de variables del proceso empresarial, que no se incluyeron en este informe por el particular enfoque que este tenía. El informe está disponible en:

<https://gemconsortium.org/report/nuestro-reto-impacta-la-dinamica-empresarial-colombiana-gem-colombia-2021-2022>



1.7 Clasificación de países

Para propósitos de comparación, GEM agrupa los países en tres categorías que permitan que en cada grupo quede un número importante de países. Se usaron los datos del Banco Mundial para el Producto Interno Bruto per cápita, que presentaba, para la mayoría de los datos, información del 2020, y en algunos casos se necesitó usar información del 2019.

Los límites que se usaron fueron:

- Grupo A: Por encima de USD \$40.000.
- Grupo B: Entre USD \$20.000 y USD \$40.000.
- Grupo C: Por debajo de USD \$20.000.

Tabla 1.1
Clasificación de países

Fuente: Elaborada por los autores a partir de datos de GEM 2021

Grupo A	Grupo B	Grupo C
Mayor de USD\$ 40.000	Entre USD\$ 20.000 y USD\$ 40.000	Menor de USD\$ 20.000
Canadá	Bielorrusia	Brazil
Finlandia	Chile	Colombia
Francia	Croacia	República Dominicana
Alemania	Chipre	Egipto
Irlanda	Grecia	Guatemala
Israel	Hungría	India
Italia	Kazakjistan	Irán
Japón	Letonia	Jamaica
Luxemburgo	Lituania	México
Países Bajos	Omán	Marruecos
Noruega	Panamá	Sur África
Qatar	Polonia	Sudán
República de Corea	Rumania	
Arabia Saudita	Federación Rusa	
Suecia	República Eslovaca	
Suiza	Eslovenia	
Emiratos Árabes Unidos	España	
Reino Unido	Turquía	
Estados Unidos	Uruguay	

1.8 Variables e indicadores principales de GEM

La Tabla 1.2, presenta las principales variables e indicadores que se utilizarán en este libro, su definición y sus alcances. Estas definiciones facilitan la comprensión de los datos que se reportan en los capítulos siguientes. A no ser que se especifique lo contrario, siempre se estará haciendo referencia a la población adulta entre 18 y 64 años.

Tabla 1.2

VARIABLES E INDICADORES GEM

Fuente: Elaborada por los autores usando información de GEM.

Concepto	Indicador	Definición
Socio-cultural	Conocer a empresarios	Porcentaje de adultos que conocen personalmente a alguien que ha iniciado un negocio en los últimos dos años.
	Ser empresario una buena carrera	Porcentaje de adultos que considera que ser empresario es una buena trayectoria de carrera.
	Facilidad para iniciar una empresa	Porcentaje de adultos que están de acuerdo en que es fácil iniciar una empresa en su país.
	Estatus empresarial	Porcentaje de adultos que consideran que el ser empresario da un buen estatus social.
	Reconocimiento por medios	Porcentaje de adultos que consideran que los medios de comunicación difunden los logros de los empresarios.
Empresario Potencial	Oportunidades percibidas.	Porcentaje de adultos que están de acuerdo en que ven buenas oportunidades para iniciar un negocio en la zona donde viven.
	Capacidades percibidas.	Porcentaje de adultos que están de acuerdo en que tienen los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarios para iniciar una empresa.
	Tasa de temor al fracaso.	Porcentaje de adultos que están de acuerdo en que ven buenas oportunidades pero que NO iniciarían un negocio por temor a que fracase.
Empresario Intencional	Intención Empresarial	Porcentaje de adultos que manifiestan su decisión de iniciar una actividad empresarial, solos o acompañados, en los próximos tres años.
Empresario Naciente	Tasa de actividad empresarial naciente.	Porcentaje de adultos que actualmente son empresarios incipientes, es decir, participan activamente en la creación de una empresa, de la que serán propietarios o copropietarios. Esta empresa aún no ha pagado remuneraciones a los trabajadores y/o a los propietarios durante más de tres meses.
Empresario Nuevo	Tasa de actividad empresarial nueva.	Porcentaje de adultos que actualmente son propietarios o gerentes de una nueva empresa, es decir, que poseen y administran una empresa en funcionamiento, que han pagado salarios o remuneraciones a sus empleados y/o a sus dueños durante más de tres meses, pero no más de 42 meses (3,5 años).
Empresario TEA	Actividad empresarial inicial total (TEA).	Porcentaje de adultos que actualmente son empresarios incipientes o propietarios o gerentes de una nueva empresa, es decir, que poseen y administran una empresa en funcionamiento, que han pagado salarios o remuneraciones a sus empleados y/o a sus propietarios durante menos de 42 meses(3,5 años).
Empresario Establecido	Tasa de actividad empresarial establecida(EB)	Porcentaje de adultos que actualmente son propietarios o gerentes de una empresa establecida, es decir, que poseen y administran una empresa en funcionamiento, que ha pagado salarios o remuneraciones a sus empleados y/o a sus propietarios durante más de 42 meses(3,5 años).
Salidas Empresariales	Tasa de salida empresarial.	Porcentaje de adultos que ha abandonado una empresa en los últimos 12 meses, bien sea vendiéndola, cerrándola, o interrumpiendo de cualquier manera una relación de propietario/administrador.

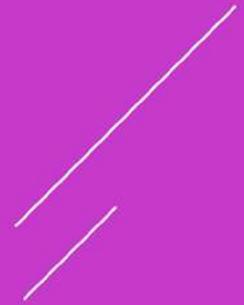
Concepto	Indicador	Definición
Propensión empresarial	Propensiones hacia la creación de empresa	Porcentaje de adultos, pertenecientes a un grupo X, que desarrolla actividad empresarial.
Intrapreneurship	Actividad empresarial de empleados	Porcentaje de adultos, que siendo empleados han estado desarrollando actividades empresariales nuevas, tales como: el lanzamiento de nuevos productos /servicios, el establecimiento de nuevas unidades de negocio, la creación de nuevas sucursales, o nuevas unidades de negocio durante los últimos tres años.
Innovación	Novedad de los productos /servicios	Porcentaje de adultos, que siendo empresarios (TEA o EB) ofrecen servicios que son novedosos bien sea a su región, a su país o al mundo.
Tecnología	Antigüedad tecnológica	Porcentaje de adultos, que siendo empresarios (TEA o EB) usan tecnologías / procedimientos que son novedosos, bien sea para su región, para su país o para el mundo.
Internacionalización	Acción exportadora	Porcentaje de adultos, que siendo empresarios (TEA o EB) logran que más del 25% de sus ventas provengan de exportaciones.
Crecimiento	Número de nuevos empleados	Porcentaje de adultos, que siendo empresario (TEA o EB) espera generar seis o más empleos en los próximos cinco años.





Capítulo 2

Entorno económico-social
colombiano 2021





2.1 Introducción¹

Hasta el 2019 Colombia venía por una senda de actividad económica positiva, sustentada por un crecimiento del PIB del 3,3%. Los dos últimos años (2020-2021) han sido tiempos muy singulares para la economía mundial, la colombiana y para las actividades de los colombianos. La llegada de la pandemia de la COVID-19, que fue un evento completamente inesperado, y que hizo sentir sus efectos negativos en todo el mundo, cobrando no solo más de seis millones de vidas humanas, sino también afectando las condiciones de vida y de trabajo de millones de ciudadanos y poniendo en riesgo a múltiples empresas.²

Este hecho exigió de los gobiernos, del sector empresarial y de la sociedad civil el tomar una serie de medidas para controlar la transmisión del virus, para solucionar los problemas de trabajo y de ingreso de muchos grupos humanos que se vieron afectados por la pandemia.

¹ En la preparación de este capítulo, se usaron muchas fuentes periodísticas y diversos estudios reportados por esas fuentes. Hemos tratado de referenciar directamente lo más que se ha podido, sin afectar la lectura fácil del documento. Hay algunos párrafos donde no pudimos encontrar la referencia exacta y simplemente los dejamos entre comillas. Presentamos excusas a los autores de esos párrafos por no poder hacer la citación en la forma debida.

² CEPAL. (12 de mayo 2020). Informe Especial COVID-19. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45527/5/S2000325_es.pdf

Rápidamente se tuvo claridad sobre el efecto devastador de ese virus en diferentes ámbitos tanto en lo referente a la salud, como a las condiciones de vida y de desempeño de las personas y de las empresas. Hoy en día se entiende que llegó para quedarse y debemos seguir luchando contra él por muchos años, y sobre todo, estar preparados para otros que podrían aparecer.³

Las medidas de confinamiento para contenerlo hicieron que cesaran las actividades económicas del sector productivo del país, lo que ocasionó un punto de quiebre en el crecimiento económico.

En el 2020 el Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia cayó en 7,2%, cifra que fue calificada por el director del DANE como “el momento de contracción más fuerte de la historia contemporánea de la economía colombiana,” pues Colombia, solo en 1999, había terminado con cifras negativas, y su economía se había distinguido por una resiliencia que le había permitido seguir creciendo, incluso en medio de grandes crisis, como la de 2008-2009.⁴

Este fenómeno también se dio en América Latina y el Caribe, que como región tuvo la mayor caída del PIB registrada para un solo año en 200 años: -7,0 %.⁵



³ NU. (3 de abril de 2020). Coronavirus: ¿llegó para quedarse? <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/coronavirus-llego-para-que-darse>

⁴ Torrado, A. (15 de febrero 2022). El PIB de Colombia creció 10.6% en 2021, la mayor subida anual desde que hay registros. El País. <https://elpais.com/economia/2022-02-15/el-pib-de-colombia-crecio-106-en-2021-la-mayor-subida-anual-desde-que-hay-registros.html#:~:text=La%20entidad%20tambi%C3%A9n%20detall%C3%B3%20su,contempor%C3%A1nea%20de%20la%20econom%C3%ADa%20colombiana%E2%80%9D>.

⁵ Cavallo, E., Powell, A. (marzo 2021). Oportunidades para un mayor crecimiento sostenible tras la pandemia. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://flagships.iadb.org/es/MacroReport2021/Oportunidades-para-un-mayor-crecimiento-sostenible-tras-la-pandemia>

La tasa de desempleo se disparó por encima del 20% en los primeros meses de la pandemia, pues las medidas de confinamiento que decretó el Gobierno nacional rápidamente obligaron a las empresas a reducir su planta de personal, debido a la reducción de operaciones, y a muchos trabajadores independientes “se les cerraron las calles”, que eran sus sitios de generación de ingreso, y entraron a hacer parte de los desempleados. A finales del 2020 el desempleo cerró en el 14,7%.

Durante el 2021 se presentaron otros fenómenos económicos, sociales y políticos que vinieron a reforzar los efectos negativos de la pandemia: el Paro Nacional y los bloqueos, que se dieron en algunas ciudades y en algunas regiones del país, afectaron tanto el aparato productivo como la estructura logística y de comercio ⁵. Los hogares colombianos sufrieron un elevado incremento en los precios de los alimentos al romperse la cadena de suministros.

Diversos analistas han planteado opiniones sobre el acontecer social y económico del 2021, tanto mundial como regional y nacionalmente. Entre ellas están:

- “En el 2021 el mundo logró superar la contracción económica del 2020 (-3,1%), para situarse en una senda de alto crecimiento (5,9%), con un dinamismo mayor de lo esperado. La economía mundial se enmarca en tres hechos: un entorno en materia de salud pública, la disrupción de las cadenas de suministro y los estímulos económicos en la recuperación.”
- “En el 2021 Colombia tuvo un crecimiento del PIB de 10,6%, el mayor incremento del Producto Interno Bruto (PIB), al menos desde 1975, cuando se inició el registro de este índice. Esta cifra destaca a Colombia entre las economías con mayor recuperación, pues entre los países de la OCDE, solo Irlanda con 15,2% y Chile con 12% presentaron mejores resultados en este indicador.”



- “La recuperación de Colombia en 2021 fue una de las más dinámicas en la región y se prevé que mantenga su ímpetu en 2022, impulsada por un firme consumo de los hogares y la continua recuperación de la inversión y las exportaciones.” (Fondo Monetario Internacional).
- “Según el DANE el PIB per cápita pasó de \$21´460.744 en 2019, a \$23´050.067 en el 2021”.
- “El crecimiento del país en el 2021 fue jalonado por varios sectores (comercio al por mayor y al por menor, transporte, alojamiento y servicios de comida) que desde la perspectiva del gasto son positivos, pues es el consumo el que está jalonando la economía, lo que refleja una mejoría en los hogares; la inversión crece, indicando una confianza del empresariado en el país y las exportaciones industriales registran el crecimiento más alto en casi una década. Esto es un claro tránsito hacia la recuperación.”⁶
- La Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) indica que si bien en el 2021 se crearon 1,5 millones de empleos, este es un nivel aún inferior al que se registró en 2019, y además, de menor calidad. El 59% del empleo perdido en 2020 correspondió a ocupados asalariados, de los cuales solo se recuperó cerca del 54% en 2021⁷.
- La OCDE también actualizó sus proyecciones para Colombia, y espera que crezca 5,5% en el 2022, y 3,1% en 2023⁸.



6 Andi. (6 de enero 2022). La ANDI presentó balance económico de 2021 y perspectivas para 2022. <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/17170-la-andi-presento-balance-economico-de-2>

7 Semana. (24 de abril 2022). ¿Qué pasó con la pobreza en 2021? Este es el pronóstico de Anif. <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/que-paso-con-la-pobreza-en-2021-este-es-el-pronostico-de-anif/202247/>

8 Agencia EFE. (1 de diciembre 2021). La economía colombiana crecerá un 5,5% en 2022 y 3,1% en 2023. <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-economia-colombiana-crecera-un-5-en-2022-y-3-1-2023-segun-ocde/20000011-4688734>

- “El mayor dinamismo de la economía llevó al Banco de la República iniciar en septiembre del 2021 un ciclo alcista en su tasa de interés de referencia con un incremento inicial de 25 puntos”
- “La tasa de informalidad en Colombia para 2021 alcanzó 48,4%.”⁹
- Becerra Elejalde¹⁰ indica que “uno de los efectos más nefastos que tuvo la pandemia fue el aumento de la población en condiciones de pobreza, pues en el 2020 llegó a 42,5% y para el 2021 solo se redujo en 3,2 puntos, lo cual significa que 19,62 millones de colombianos viven con menos de \$354.031 al mes. Sin embargo, aún se tiene una deuda con 2,5 millones de personas que continúan en la pobreza y que no lo estaban antes de la emergencia por la COVID-19.
- “El DANE reveló que 1,4 millones de personas salieron de la pobreza en el 2021”
- “Según el DANE la incidencia de la pobreza extrema pasó de 15,1% (2020) a 12,2% (2021), o sea 6,11 millones de colombianos. En 2021 un total de 1,08 millones de personas salieron de la pobreza extrema”
- “Para el total nacional el coeficiente de Gini fue 0,523 en el 2021, mientras que en 2020 el coeficiente fue de 0,544”
- “Otros datos revelados indican que para el 1,7% de los hogares, los ingresos no alcanzan para cubrir los gastos mínimos, cifra que también se incrementó frente a las del 2020 y el 2019 y que, mientras que en el 2020 el 19,6% de las familias dijo haber gastado parte o todos sus ahorros, en el 2021 esta proporción ascendió al 38,3%. En el 2021, el 17,5% de los hogares dijo que se atrasó con el pago de servicios públicos”

10 Portafolio. (24 de abril 2022). Pobreza en Colombia aún está lejos de volver a las cifras prepandemia. <https://www.portafolio.co/economia/pobreza-en-colombia-aun-esta-lejos-de-volver-a-las-cifras-prepandemia-564454>

2.2 Los procesos de vacunación

Es importante revisar el desarrollo de los mecanismos de control que se han usado para vigilar y controlar la COVID-19, desde la aparición el 6 de marzo de 2020 del primer caso en Colombia hasta el final del 2021, para detallar los efectos de esa pandemia en las vidas de los colombianos. El 2021 se caracterizó por ser un año de un gran esfuerzo del gobierno colombiano para acelerar y masificar el proceso de vacunación para contener la pandemia, y así dar el primer paso para acometer el plan de reactivación económica que pudiera contrarrestar la crisis por la cual se estaba pasando.¹¹

“Indudablemente, en el 2021 la protagonista ha sido la estrategia de vacunación que ha enfrentado a las nuevas variantes del virus, ha promovido los ajustes a los sistemas de salud y ha encontrado la sostenibilidad financiera necesaria para generar un buen nivel de control de la pandemia.¹²

José Ignacio López, director de investigaciones económicas de Corficolombiana mencionó que se ve que la campaña de vacunación “se ha vuelto el motor de la reactivación.”¹³

Es importante destacar la actitud de las empresas que, con el propósito de proteger a sus trabajadores y a sus familias, adquirieron 2.500.000 dosis de vacunas contra la COVID-19 para complementar el plan nacional de vacunación del Gobierno.¹⁴

“El proceso de vacunación ha sido intenso en el país, y se han aplicado 82.241.178 dosis distribuidas en la siguiente forma:

- Primera dosis: 35.662.079.
- Segunda dosis: 28.935.107.
- Primer Refuerzo: 11.222.289.
- Segundo refuerzo: 11.801.
- Monodosis: 6.409.902.
- Esquemas completos: 35.345.009.”

11 Ministerio de Salud Colombia. (10 agosto de 2021). Vacunación contra covid sigue siendo la llave de la reactivación. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Vacunaci%C3%B3n-contracovid-sigue-siendo-la-llave-de-la-reactivaci%C3%B3n-.aspx>

12 Ministerio de Hacienda de Colombia. (4 de febrero de 2022). Boletín No. 4. El cierre fiscal preliminar de 2021 y el plan financiero de 2022 traen excelentes noticias en materia de crecimiento económico y sostenibilidad fiscal. https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=/ConexionContent/WCC_CLUSTER-185368//idcPrimaryFile&revision=latestreleased

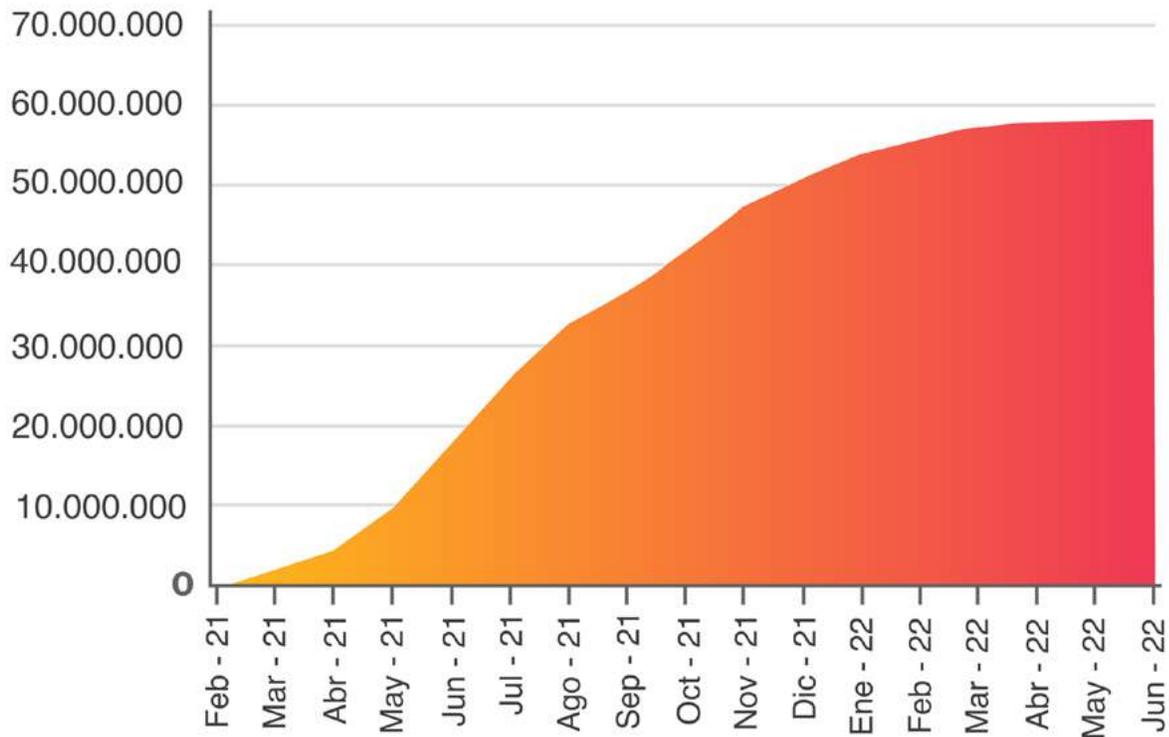
13 Portafolio. (04 de agosto 2021). Crecimiento de 7,2% en economía colombiana en 2021: Corficolombiana. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/corficolombiana-estima-crecimiento-economico-de-colombia-para-2021-en-7-2-554749>

14 La República. (12 de mayo de 2021). Empresarios trabajan con el Gobierno para comprar 2,5 millones de vacunas covid-19. <https://www.larepublica.co/empresas/empresarios-trabajan-con-el-gobierno-para-comprar-25-millones-de-vacunas-covid-19-3168892>

Gráfico 2.1

Acumulado de vacunas aplicadas

Fuente: Minsalud (2022)



“A finales de abril del 2022 el total de casos había alcanzado la cifra de 6.090.803 de personas detectadas con el virus, de las cuales 139.765 murieron y 5.924.143 se consideraba que se habían recuperado.”

El Plan de Vacunación ha tenido un crecimiento positivo, como lo indica la Gráfico 2.1 ya que las personas confiaron en que este plan no solo contendría la propagación del virus COVID-19 y disminuiría la tasa de mortalidad provocada por este, sino también porque ayudaría gradualmente en la reactivación económica de los sectores productivos del país.

Otras medidas que se tomaron incluyen la creación del carnet de vacunación contra la COVID-19, el desarrollo de aplicaciones como la Coronapp, la página web de Mi Vacuna y el certificado digital mediante código QR, lo cual permite una consulta rápida a la información del usuario y su esquema vacunación. La resolución No. 777, habilita a las regiones con cobertura de vacunación superior al 85% para desarrollar sus actividades normalmente.

2.3 Acciones del Gobierno

El Gobierno nacional puso en marcha un plan de reactivación, denominado “Nuevo Compromiso por el Futuro de Colombia” para hacerle frente a la pandemia de la COVID-19 en materia de salud, protección social y reimpulso económico que incluyó la aceleración de los proyectos de: infraestructura, energías renovables, vivienda, desarrollo agrícola y los programas de “Paz con Legalidad”.¹⁵

Fue un factor positivo de la recuperación la articulación entre los sectores de la salud, el empresarial y el Gobierno para diseñar estrategias que permitieran iniciar un proceso continuo de mejoramiento y de recuperación de la economía, especialmente en lo referente a la creación de empleos.

Para generar un entorno propicio hacia la reactivación económica en Colombia, el Gobierno nacional, durante y después de la pandemia de la COVID-19, aceleró e implementó diversas estrategias relacionadas con normas regulatorias (Tabla 2.1), documentos de políticas pública (Tabla 2.2), y reglamentación de decretos (Tabla 2.3).

Tabla 2.1
Normas regulatorias

Nombre Ley	Objetivo
Ley de Emprendimiento	Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020, "por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia". ¹⁶
Ley de Inversión Social	Ley 2155 del 14 de septiembre de 2021, "por medio de la cual se expide la ley de inversión social y se dictan otras disposiciones". ¹⁷
Ley de modificación al PAEF y al PAP	Ley 2060 del 22 de octubre de 2020, "por la cual se modifica el programa de apoyo al empleo formal (PAEF) y el programa de apoyo para el pago de la prima de servicios (PAP)". ¹⁸
Ley de Borrón y Cuenta Nueva	Ley de 2157 de 29 octubre de 2021, "por medio de la cual se modifica y adiciona la ley estatutaria 1266 de 2008, y se dictan disposiciones generales del habeas data con relación a la información financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones". ¹⁹

15 Departamento Nacional de Planeación. (11 de febrero de 2021). Política para la reactivación y el crecimiento sostenible e incluyente: Nuevo Compromiso por el Futuro de Colombia. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4023%20Resumen%20ejecutivo.pdf>

16 Congreso de Colombia. Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

17 Congreso de Colombia. Ley 2155 del 14 de septiembre de 2021. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202155%20DEL%2014%20DE%20SEPTIEMBRE%20DE%202021.pdf>

18 Congreso de Colombia. Ley 2060 del 22 de octubre de 2020. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202060%20DEL%2022%20DE%20OCTUBRE%20DE%202020.pdf>

19 Congreso de Colombia. Ley 2157 del 29 de octubre de 2021. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202157%20DEL%2029%20DE%20OCTUBRE%20DE%202021.pdf>

Adicional a estas leyes el Gobierno nacional sacó adelante distintos documentos de política pública del CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social) en materia de innovación, emprendimiento y reactivación económica. Estos documentos, productos de un trabajo coordinado y concertado entre distintas entidades e instituciones, se convierten entonces en instrumentos indispensables para que, con el concurso de las entidades que integran el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI), se pueda hacer seguimiento y se vele por el cumplimiento de las acciones propuestas en cada uno de ellos.

La Tabla 2.2 recoge los principales documentos del CONPES que buscan trazar la ruta para la reactivación de la economía en el corto y mediano plazos por medio del emprendimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación.

Tabla 2.2
Documentos de política pública

Nombre de la política	Objetivo
<p>Conpes 4011. Política Nacional de Emprendimiento del 30 de noviembre de 2020.</p>	<p>Generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor para la creación, sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos que contribuyan a la generación de ingresos, riqueza y aumentos en la productividad e internacionalización empresarial.</p>
<p>Conpes 4012. Política Nacional de Comercio Electrónico del 30 de noviembre de 2020.</p>	<p>Impulsar el comercio electrónico en Colombia en las empresas y la ciudadanía para aumentar la generación de valor social y económico en el país.</p>
<p>Conpes 4062. Política Nacional de Propiedad Intelectual del 29 de noviembre de 2021.</p>	<p>Consolidar la generación y gestión de la propiedad intelectual (PI) y su aprovechamiento como herramientas para incentivar la creación, innovación y transferencia de conocimiento e incrementar productividad del país.</p>
<p>Conpes 4069. Política Nacional de Ciencia, Tecnología e innovación del 20 de diciembre de 2021.</p>	<p>Incrementar la contribución de la Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) al desarrollo social, económico, ambiental, y sostenible del país con un enfoque diferencial, territorial y participativo, para contribuir a lograr los cambios culturales que promuevan una sociedad del conocimiento.</p>

La Tabla 2.3 presenta los decretos reglamentarios que son los que permiten conocer cómo se ha avanzado en la reglamentación de las leyes y la modificación de otros decretos que permitan la modernización de acciones; todo esto para generar un entorno propicio para la reactivación económica y para el emprendimiento.

Tabla 2.3
Reglamentación de decretos

Reglamentación de decretos	Objetivo	Reglamenta
Decreto 689 del 24 de junio de 2021.	Por el cual se desarrolla la facultad contenida en la Ley de Emprendimiento para que las cajas de compensación familiar puedan ofrecer programas de capacitación para reinserción laboral, dirigidos a sus afiliados, con cargo a recursos propios.	Ley 2069 de 2020.
Decreto 688 del 24 de junio de 2021.	Por el cual se adiciona la Sección 10 al Capítulo 1 del Título 6 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1072 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo y se crea el apoyo para la generación de empleo para jóvenes dentro de la Estrategia Sacúdete.	Decreto 1072 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo
Decreto 854 del 3 de agosto de 2021.	Por el cual se señalan razones financieras o criterios para establecer deterioros patrimoniales y riesgos de insolvencia y se dictan otras disposiciones.	Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Decreto 939 del 19 de agosto de 2021.	Por medio del cual se presentan rebajas fiscales para empresas en proceso de insolvencia.	Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Decreto 1079 del 10 de septiembre de 2021.	Por medio del cual se reglamenta el artículo 25 de la Ley 2069 de 2020, se modifica y adiciona el Capítulo 3 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. Fortalecimiento de la capacidad exportadora.	Ley 2069 de 2020, y Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Decreto 1646 del 6 de diciembre de 2021.	Por el cual se reglamenta el artículo 77 de la Ley 2069 de 2020, en lo relacionado con los Consultorios Empresariales, y se adiciona el Capítulo 3 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.	Ley 2069 de 2020, y Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Decreto 1732 del 16 de diciembre de 2021.	Por el cual se reglamenta el Artículo 5 de la Ley de Emprendimiento, relacionado con los mecanismos exploratorios de regulación para modelos de negocios innovadores en industrias reguladas y los ambientes especiales de vigilancia y control Sandbox.	Ley 2069 de 2020.

Decreto 1789 del 21 de diciembre de 2021.	Por el cual se reglamenta el artículo 18 de la Ley 2069 de 2020 y se adicionan los artículos 2.2.2.47.9 y 2.2.2.47.10 al Decreto 1074 de 2015, en lo relacionado con el uso de la firma electrónica y digital como una herramienta para facilitar la innovación y la transformación digital.	Ley 2069 de 2020, y Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Decreto 1837 del 24 de diciembre de 2021.	Por el cual se reglamenta el artículo 63 de la Ley 2069 de 2020, respecto del funcionamiento, las condiciones, destinaciones y requisitos de los Fondos Territoriales Temporales para el desarrollo integral y reactivación económica de las empresas y emprendimientos.	Ley 2069 de 2020.
Decreto 1838 del 24 de diciembre de 2021.	Por el cual se adiciona la Sección 3 al Capítulo 3 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, con el fin de reglamentar el artículo 46 de la Ley 2069 de 2020, en lo relacionado con la unificación de las fuentes de emprendimiento y desarrollo empresarial.	Ley 2069 de 2020, y Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021.	Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, con el fin de reglamentar los artículos 30, 31, 32, 34 Y 35 de la Ley 2069 de 2020, en lo relativo al sistema de compras públicas y se dictan otras disposiciones.	Ley 2069 de 2020, y Decreto 1082 de 2015.

Además de generar un entorno propicio para la reactivación económica, diferentes entidades del Gobierno nacional impulsaron en el 2021 varias iniciativas para la reactivación a través de los siguientes ejes: financiación, emprendimiento, innovación, comercialización y formación de capital humano.

Para identificar estas iniciativas ofrecidas por las distintas entidades del Gobierno nacional se tomaron los resultados de la metodología ArCo, de articulación para la competitividad, realizada por la Dirección Nacional de Planeación (DNP) y la Presidencia de la República, con apoyo de la Cooperación Económica y Desarrollo de Suiza en Colombia (SECO). Para ello se analizaron las iniciativas mapeadas por este trabajo interinstitucional de las distintas entidades del Estado y se recogieron aquellas que impactaban sobre los cinco ejes de reactivación previamente mencionados.

Si bien la metodología ArCo es uno de los esfuerzos más completos para mapear los instrumentos que tiene a disposición el Estado, ello no implica que toda la oferta se encuentre completa en este ejercicio. Sin embargo, es una buena aproximación para analizar los esfuerzos del Gobierno nacional.

Dicho lo anterior, el análisis de los instrumentos permitió identificar cuántas iniciativas estaban vigentes durante el 2021 por cada eje de reactivación, los que se observan en la Tabla 2.4.



Tabla 2.4**Iniciativas para la reactivación**

Fuente: elaboración propia con datos de ArCo 2021

Eje	# de iniciativas	# de entidades	Cobertura Nacional	Alcance	Tipo de Intervención
Financiación	26	10	24	12 transversal 14 sectorial	16 de mercado 10 de bien público
Emprendimiento	39	11	36	25 transversal 14 sectorial	23 de mercado 16 de bien público
Innovación	37	09	32	29 transversal 08 sectorial	21 de mercado 16 de bien público
Comercialización	28	10	25	09 transversal 19 sectorial	19 de mercado 09 de bien público
Formación de capital	33	11	27	15 transversal 18 sectorial	18 de mercado 09 de bien público

Los resultados más destacados por eje son:

Financiación:

En el sector de comercio, industria y turismo los esfuerzos para apoyar la reactivación productiva y comercial, la cofinanciación, el impulsar la financiación de capital de riesgo, la generación de líneas de créditos más favorables, la conexión de inversionistas con emprendedores, entre otros.

Emprendimiento:

Muchos de los programas de gobierno buscan dar asesorías de todo tipo a los emprendedores para fortalecerlos en distintas materias tales como habilidades y competencias digitales, comercio electrónico, habilidades blandas y técnicas, uso de las TIC, espacios de conexión con otros empresarios, etc. Existen varias iniciativas enfocadas hacia el apoyo de los emprendimientos relacionados con la economía naranja.

Innovación:

Hay estrategias de innovación pública dentro del Gobierno que facilitan la interacción entre los sectores público y privado lo cual permite una recuperación económica articulada.

Además de estrategias e instrumentos enfocados hacia el estímulo de la innovación dentro de las empresas, también resulta interesante que se están desarrollando instrumentos y recursos que apoyan a los innovadores e inventores para proteger la propiedad intelectual de sus invenciones e innovaciones a través de patentes, licencias, modelos de empresa, modelos de utilidad entre otros.

Desde el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación se resaltan las distintas iniciativas que buscan la apropiación de conocimiento y la articulación entre el Estado, la academia, los privados y la ciudadanía.

Comercialización:

Lo primero que se debe resaltar es que en el 2021 se implementaron 28 iniciativas que buscaban impulsar las ventas de los beneficiarios. Este esfuerzo se hace muy relevante en un contexto de reactivación económica como lo fue el 2021.

El enfoque sectorial es diversificado con participación en distintos sectores tales como el agro, el turismo, la economía naranja, las artesanías. Esto se puede evidenciar en la Tabla 2.1 donde se observa que el eje con más iniciativas de alcance sectorial y el que menos transversal tiene es la comercialización.

Formación de capital humano:

Lo que más se destaca de la oferta para formación de capital humano es que en un contexto donde los colombianos se enfrentaban a una nueva realidad que requería habilidades digitales, se impulsaron programas para jóvenes, víctimas del conflicto, emprendedores, empresarios y ciudadanía.

Entre otros esfuerzos se encuentran iniciativas que buscaban materializar ideas de negocios, desarrollar cultura del emprendimiento, habilidades financieras, internacionalización.

Por su parte “en estos dos años el empresariado, más allá de mantener su actividad dentro de un entorno de confinamiento, incertidumbre y mercados deprimidos, se ha caracterizado por una actitud solidaria y profundamente consciente de las necesidades de la sociedad. Durante las discusiones alrededor de una reforma tributaria le solicitaron al Gobierno y al Congreso no afectar a las personas tan golpeadas por la pandemia e invitaron a los empresarios a enfrentar, mediante tarifas corporativas, las grandes necesidades fiscales del país.”²⁰

“La coyuntura que estamos atravesando requiere de optimismo y de un rol cada vez más activo de parte de las empresas para impulsar el crecimiento económico.”²¹

“Los gobiernos han respondido a ello con una mezcla de decisiones económicas, que han incluido una política monetaria expansiva acompañada de apoyos económicos a los hogares y facilidades a las empresas para evitar cierres.”

Además de los resultados previamente mencionados, queda como legado la transformación digital. El gobierno en línea (*e-government*) se acentuó y los trámites son cada vez más digitales, los trabajadores se ajustaron al teletrabajo, se incursionó en la educación virtual y el empresariado avanzó en materia de transformación digital y ha venido reconociendo la importancia del *Big Data* y la necesidad de contar con indicadores en tiempo real para la toma de sus decisiones.²²

20 Master, B. Balance 2021 y Perspectivas 2022- ANDI. <http://www.andi.com.co/uploads/Balance%202021%20y%20Perspectivas%202022%20-%20ANDI%20BMM.pdf>

21 Portafolio. (04 de agosto 2021). Crecimiento de 7,2% en economía colombiana en 2021: Corficolombiana. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/corficolombiana-estima-crecimiento-economico-de-colombia-para-2021-en-7-2-554749>

22 Master, B. Balance 2021 y Perspectivas 2022- ANDI. <http://www.andi.com.co/uploads/Balance%202021%20y%20Perspectivas%202022%20-%20ANDI%20BMM.pdf>



Becerra Elejalde²³ indica que “A raíz de la pandemia, y ante las presiones que vienen enfrentando las empresas, el Gobierno nacional salió al rescate y en los últimos dos años ha emprendido múltiples programas de apoyo como salvavidas a las finanzas de las empresas, pero, sobre todo, con el objetivo de preservar los empleos formales. El Gobierno respondió a la coyuntura mediante un paquete fiscal que elevó el déficit estatal a niveles superiores al 7% del PIB, y en la mesa de concertación se llegó a un acuerdo elevando el salario mínimo a \$1.000.000, al igual que al auxilio de transporte en el 10.07%, los aumentos más significativos en los últimos 20 años”.

“Las seis iniciativas oficiales han inyectado a las compañías más de \$8 billones, según cifras de la Unidad de Gestión Pensional y Parafiscales (UGPP). De ellos el que mayor monto de recursos ha tenido es el Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF), con \$7,4 billones. Este se implementó en mayo de 2020 para apoyar al sector productivo del país en sus nóminas, y a partir de abril de 2021 se focalizó en las micro y pequeñas empresas exclusivamente”.

“Entre mayo de 2020 y marzo de 2021 la UGPP recibió 930.091 solicitudes, se beneficiaron 142.999 empleadores y se logró proteger a 4,15 millones de trabajadores. Para ellos se invirtieron \$6,8 billones. En los micro y pequeños empresarios el subsidio apoyó las nóminas de 49.636 empleadores, lo que ayudó a proteger 452.305 puestos de trabajo y se destinaron \$698.378 millones para este tipo de compañías”.

“De manera paralela vinieron otros programas complementarios con el mismo propósito de proteger el empleo formal: el programa de apoyo al pago de la prima de servicios (PAP) y el programa de apoyo a empresas afectadas por el Paro Nacional, que se aprobó en la reforma tributaria del año pasado. En el primero el Gobierno aportó \$289.506 millones a 95.307 empleadores para 1,04 millones de empleos, mientras que, por otro lado, 12.684 empleadores que se vieron afectados por el paro con caídas del 20% en sus ingresos recibieron un subsidio para el pago del salario de sus trabajadores correspondiente a mayo y junio de 2021. En total se beneficiaron 441.726 empleados y se les aportó \$107.000 millones”.

“Además, en el 2020, el Gobierno también puso en marcha un programa de ‘Auxilio a los Trabajadores en Suspensión Contractual’, cuando se observó que las empresas enviaron a las personas a licencia no remunerada o hicieron suspensiones de contratos. Con este programa, según la UGPP, se cobijaron 241.359 trabajadores, y tuvo un costo de \$57.998 millones. Todos estos programas ya culminaron su cobertura”.

“Mientras estuvieron vigentes los programas de protección de empleo permitieron beneficiar alrededor de 146.000 empleadores, con subsidios para pagar las nóminas de más de 4,3 millones de empleados”, destacó Ana María Cadena Ruíz, directora General de la UGPP”.

“Además de los programas de protección al empleo formal el Gobierno también se ha enfocado en dar incentivos a las empresas para la generación de nuevos puestos de trabajo. En 2021 nació el Programa de Apoyo al Empleo Joven, inicialmente a través de la ‘Estrategia Sacúdete’, que posteriormente se amplió y convirtió en el Incentivo a la Generación de Nuevo Empleo, vigente hasta el 2023. Este subsidio contempla un apoyo del 25% de un salario mínimo a las empresas por vincular personas menores de 28 años, de 15% si se contrata a mujeres mayores de 28 años, y de 10% por incluir en sus nóminas hombres mayores de esa edad, siempre y cuando los ingresos de los trabajadores no excedan el valor de tres salarios mínimos mensuales para todas las situaciones”.

²³Becerra, L. (21 de abril de 2022). Ayudas estatales a empresas por pandemia superan \$8 billones. <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/ayudas-estatales-a-empresas-por-pandemia-superan-8-billones-564349>

“Según el balance del Gobierno, a la fecha estos programas han permitido generar 370.140 nuevos empleos con una inversión de \$180.849 millones. Según la directora de la UGPP, de estos, el 77% ha sido empleos para jóvenes de 18 a 28 años”

“Mediante el Decreto 1314 de 2021, el Gobierno nacional definió los tres días sin IVA del 2021: 11 de marzo, 17 de junio y 2 de diciembre, para estimular el comercio electrónico, reactivar la economía, ofrecer bienes que mejoren la calidad de vida, incentivar el consumo e incrementar la confianza del consumidor. Dentro de los bienes cubiertos por esta medida se incluyen vestuario y complementos, electrodomésticos, computadores y equipos de comunicaciones, elementos deportivos, juguetes y juegos, útiles escolares y bienes e insumos para el sector agropecuario. Durante estas tres jornadas, de acuerdo con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), se logró un evidente incentivo al consumo de los hogares y al comercio, generando \$9,47 billones y \$10,75 billones de ventas totales para los dos primeros días sin IVA. Adicionalmente, se estima que esta medida generó un incremento en el recaudo de este impuesto en \$6 billones de pesos, comparado con lo percibido en el año 2020. Mediante el Decreto 290 del 28 de febrero de 2022 el Gobierno nacional fijó para el 11 de marzo, el 17 de junio y el 2 de diciembre los Días sin IVA, que se espera tengan unos mejores resultados que los del 2021”

“El sector de la construcción gran impulsor de la economía tuvo un repunte histórico que ayudó a incentivarla durante 2021. De acuerdo con el Ministerio de Vivienda el 2021 cerró con una cifra histórica de más de 227.000 viviendas construidas, distribuidas entre 162.000 viviendas de interés social (VIS) con aumento del 30% en comparación con el 2020, y 65.000 viviendas no VIS, teniendo un crecimiento del 24,2% respecto al 2020. Este gran crecimiento es en parte explicado por los subsidios entregados por el Gobierno nacional, en programas tales como Mi Casa Ya, que facilitan la adquisición de vivienda nueva a los hogares más pobres del país, a los cuales se les entregó aproximadamente 97.000 de estos subsidios para viviendas VIS. Así mismo, este sector es uno de los mayores movilizadores de la economía, pues solamente en noviembre del 2021 ocupó a más de 1 millón de personas”

“Otros sectores como hotelería y turismo, ha venido recuperándose por la mayor demanda de sus servicios una vez las medidas de confinamiento fueron relajándose y la población alcanzaba un mayor porcentaje de cobertura en las dosis de vacunas. Así mismo, las industrias culturales y de entretenimiento también se han abierto con la generación de espectáculos y conciertos masivos, eventos culturales y producciones audiovisuales. En el 2021 y en lo corrido del 2022 se ha incrementado el número de visitas de extranjeros lo cual se comprueba con el aumento porcentual de pasajes aéreos, ocupación hotelera y consumo. Por ejemplo, durante abril de 2022 se celebró el festival Estéreo Picnic, con más de 110.000 asistentes en los tres días del evento. También durante todo el año se estarán presentando conciertos en las principales ciudades del país con importantes artistas de renombre mundial como Madonna, Coldplay, Dua Lipa, Miley Cyrus, Gus N´Roses, entre otros. Prueba de este repunte es la recuperación de aproximadamente 522.000 puestos de trabajo que se perdieron durante la pandemia, y el aumento en el consumo de bienes y servicios culturales de los hogares en cerca del 17%, de acuerdo con el Ministerio de Cultura”

“Uno de los esfuerzos que lanzó el Gobierno para contener el impacto de la crisis fue la intensificación de las ayudas monetarias y programas sociales. Según cifras del Departamento Nacional de Planeación (DNP), estas han sumado \$32,7 billones en este gobierno, 53% de los giros totales de los programas. Las transferencias ayudaron a que la pobreza no fuera mayor en el marco de la pandemia. Hay dos evaluaciones, una hecha por el BID y otra por el Banco Mundial, las cuales indican que, si no se hubiesen hecho esas transferencias, la pobreza habría aumentado en 1,2% en el 2021 indicó la directora del DNP, Alejandra Botero.”

“Aunque las transferencias gubernamentales a los hogares tales como, el ingreso solidario, la compensación del IVA y otros programas implementados, continúan siendo importantes para complementar los ingresos de los más vulnerables, finalmente, el efecto inflacionario ha sido nefasto para ellos”, sostienen en Anif (Asociación Nacional de Instituciones Financieras) y advierten que es indispensable que el Gobierno y las autoridades monetarias tomen las decisiones necesarias para poder contener el alza del costo de vida que, como se sabe, resulta ser una especie de impuesto muy regresivo, dado que afecta con mayor severidad a la población pobre.²⁴

2.4 Estrategias hacia el futuro

El proceso de recuperación de la economía implica continuar trabajando en varios frentes, entre los cuales están:

- El aumento del empleo formal, y de las políticas de capacitación del personal, para que puedan actuar en las nuevas necesidades laborales que se vienen con la industria 4.0²⁵
- Lograr que las buenas cifras del PIB se trasladen a todas las capas de la sociedad.²⁶
- Definir un derrotero para las reformas estructurales: pensional, laboral, mercado de capitales, justicia y un sistema tributario que promueva la formalidad y una ley que permita aclarar la tenencia y uso de la tierra.²⁷
- Retomar el camino hacia el mejoramiento de la productividad y de la competitividad, pensando en las nuevas demandas del consumidor y los nuevos paradigmas de competitividad: derechos humanos, sostenibilidad ambiental, trabajo decente, eliminación del trabajo infantil y transformación digital.²⁸

2.5 Inflación, devaluación, tasas de interés

ANIF reconoce que hay dos fenómenos que tienen efectos particulares sobre la pobreza: el empleo y la inflación. Muchas fuerzas convergen hacia una creciente presión inflacionaria y controlar la inflación que alcanzó 5,6% el año pasado –la mayor en cinco años– es parte de la política pública que se debe definir, pues es sabido que ella impacta con particular crudeza a los más vulnerables.²⁹

El Banco de la Republica ha tomado ya la decisión de usar las tasas de interés como medida inicial para controlar la inflación.

Otro problema es la devaluación del peso colombiano frente al dólar, provocada por el contexto macroeconómico que ha traído un aumento considerable en los precios de los productos importados tales como insumos de materias primas, tecnología, maquinaria y equipos entre otros, pero que también ha mejorado los ingresos provenientes de las exportaciones de petróleo y minerales y ha incentivado el turismo receptivo.

Finalmente, pese a las dificultades de distinta índole ,que se presentan en 2022, la mayoría de los bancos, calificadoras, organismos multilaterales y grupos económicos se mantienen positivos frente

24 Semana. (24 de abril de 2022). ¿Qué paso con la pobreza en 2021? Este es el pronóstico de Anif. <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/que-paso-con-la-pobreza-en-2021-este-es-el-pronostico-de-anif/202247/>

25 Velasco. R., Ordoñez, C., y Restrepo, M. Ministerio de Comercio de Colombia INNpalsa. Transformación digital e industrias 4.0. https://www.innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/Analitica_TransformacionDigital_Industrias4_2020.pdf

26 Torrado, A. (15 de febrero 2022). El PIB de Colombia creció 10.6% en 2021, la mayor subida anual desde que hay registros. El País. <https://elpais.com/economia/2022-02-15/el-pib-de-colombia-crecio-106-en-2021-la-mayor-subida-anual-desde-que-hay-registros.html#:~:text=La%20entidad%20tambi%C3%A9n%20detall%C3%B3%20su,contempor%C3%A1nea%20de%20la%20econom%C3%ADa%20colombiana%E2%80%9D>

27 Andi. (6 de enero 2022). La ANDI presentó balance económico de 2021 y perspectivas para 2022. <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/17170-la-andi-presento-balance-economico-de-2>

28 Andi. (6 de enero 2022). La ANDI presentó balance económico de 2021 y perspectivas para 2022. <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/17170-la-andi-presento-balance-economico-de-2>

29 Torrado, A. (15 de febrero 2022). El PIB de Colombia creció 10.6% en 2021, la mayor subida anual desde que hay registros. El País. <https://elpais.com/economia/2022-02-15/el-pib-de-colombia-crecio-106-en-2021-la-mayor-subida-anual-desde-que-hay-registros.html#:~:text=La%20entidad%20tambi%C3%A9n%20detall%C3%B3%20su,contempor%C3%A1nea%20de%20la%20econom%C3%ADa%20colombiana%E2%80%9D>

a lo que queda del 2022 y los siguientes años, en donde las estimaciones de crecimiento económico tienden a tener un comportamiento similar al periodo pre-pandémico que llevaba el país. Así mismo, se espera que tanto la inflación como la tasa de cambio disminuyan con respecto a los niveles que se tienen actualmente, siendo uno de los países favoritos en la región para atraer inversión extranjera.

2.6 iNNpulsa Colombia como actor fundamental en la reactivación económica

iNNpulsa Colombia como agencia de emprendimiento e innovación del país está enfocada hacia la implementación de la política pública en términos de emprendimiento, innovación y sofisticación del aparato productivo. Teniendo en cuenta lo anterior, la orientación de la agencia ha sido el diseñar programas de mejoramiento de las capacidades técnicas, gerenciales, y las capacidades de innovación y acceso a financiamiento o inversión, facilitando las conexiones de actores del ecosistema nacional e internacional.

En las distintas etapas de desarrollo se ofertan iniciativas como la creación y consolidación de la red CEmprende; la Ruta Aldea para acelerar emprendimientos de alto impacto; APPS.CO para el mejoramiento de las capacidades para el emprendimiento digital; Núcleo E para la atención del emprendimiento social; iNNpulsa Capital Lab para mejorar las condiciones para la inversión y financiación de emprendimientos; MegaINN para escalar la innovación empresarial; MiLAB para transformar digitalmente al Gobierno Nacional por medio de la colaboración e innovación abierta con emprendimientos y pymes; LAB Digital desde su enfoque en emprendimientos digitales, para la generación de valor social y económico a través del uso estratégico de tecnologías digitales, y Ruta de los Héroes, para inspirar y fortalecer las competencias personales, sociales y de la mentalidad emprendedora y empresarial.

Tras visitar y estudiar los ecosistemas de otros países nació CEmprende, la red de emprendimiento e innovación a la medida de las necesidades de los emprendedores de Colombia, que busca generar y transferir las capacidades de aceleración a las regiones, con el fin de que todo emprendedor tenga a disposición una oferta centralizada de instrumentos y una comunidad donde se puedan crear alianzas estratégicas. En la actualidad se cuenta con 26 sedes físicas en 19 departamentos del país, desde donde los emprendedores pueden acceder a beneficios, apoyos, programas e iniciativas de más de 200 aliados nacionales e internacionales.

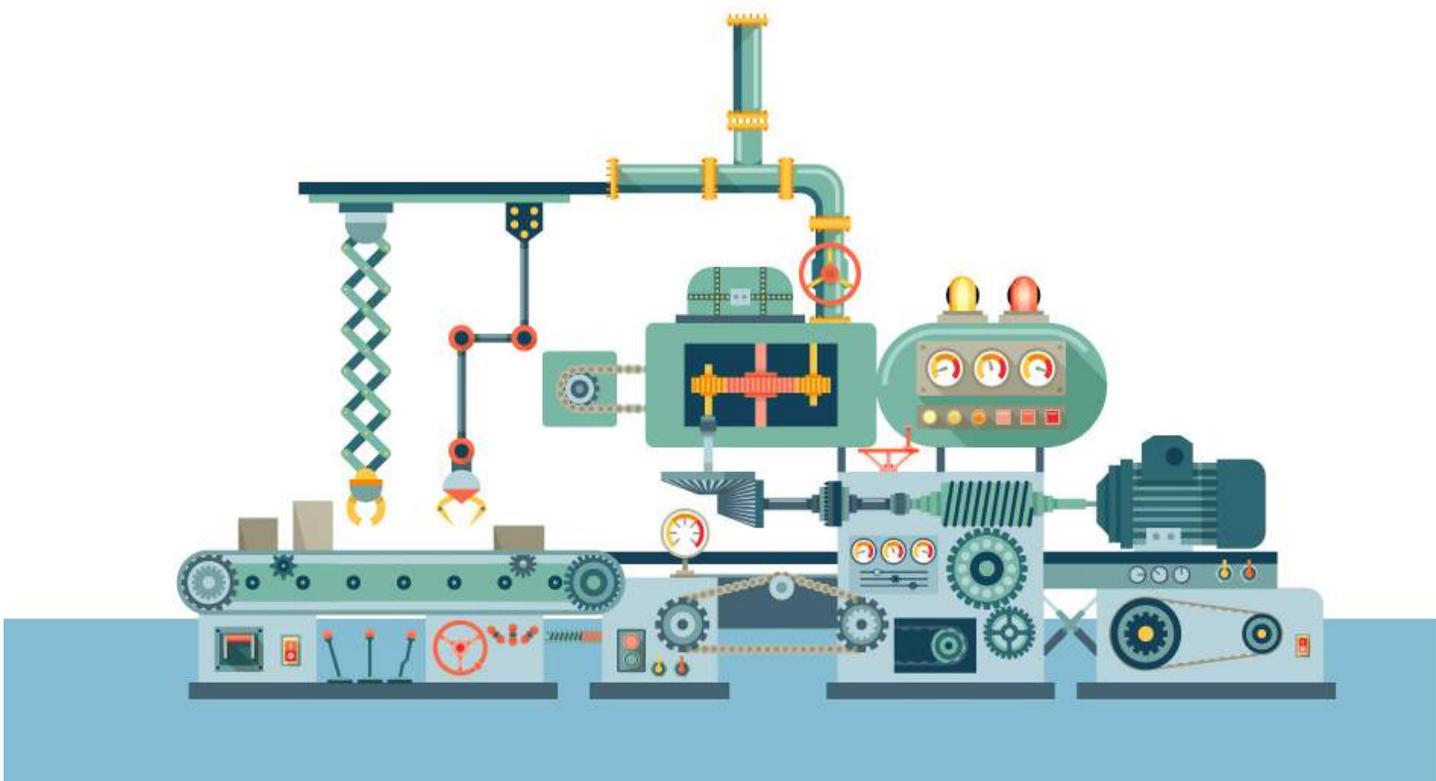


Adicional a esto, en estos últimos cuatro años se han atendido cinco veces más emprendedores colombianos de lo que se había hecho anteriormente en la historia. Esto ha ocurrido gracias al diseño de instrumentos, tales como la Ruta Aldea, que transfirió capacidades de aceleración a diferentes entidades del ecosistema nacional y junto a estas, se atendieron emprendimientos desde la etapa presemilla (incubación) hasta la de consolidación, impactando así a más de 4.000 beneficiarios, y logrando acelerar el crecimiento de más de 3.000 emprendimientos en todo el país que hoy generan empleos, innovación y están atrayendo capital al país.³⁰

Por medio de iNNpulsas Capital Lab, que busca desarrollar capacidades financieras en los emprendedores para facilitar su acceso y probabilidades de éxito al momento de acceder a financiación, se han movilizad recursos para el desarrollo y fortalecimiento por más de 1,73 billones de pesos. Esto gracias al interés que los emprendedores han despertado en inversionistas y entidades de todo el mundo que hoy por hoy visitan Colombia para conectar y fortalecer a estos emprendimientos de alto impacto.

Con el propósito de consolidar el ecosistema de emprendimiento digital está el programa APPS.CO, que busca contribuir a la transformación del tejido empresarial mediante el fortalecimiento y desarrollo de emprendimientos digitales. En el 2021 este programa acompañó a 147 emprendimientos, que mostraron un dinamismo de crecimiento en ventas del 69%, 543 nuevos empleos directos y 133 nuevos empleos indirectos durante el segundo semestre del 2021.

Todas estas dinámicas llevaron a iNNpulsas a ver más allá de las fronteras y a entender la importancia de las conexiones con ecosistemas de innovación globales; abriendo por primera vez en la historia una oficina iNNpulsas internacional, ubicada en Israel.



30 Emprendimientos atendidos, que después de haber pasado por el programa de intervención mostraron crecimiento en ventas y/o empleos del 9%.



Capítulo 3

Entorno empresarial según
NES



La decisión de concebir y poner en marcha una iniciativa empresarial está relacionada fundamentalmente con las concepciones y competencias particulares del empresario y con las condiciones de apoyo que el entorno empresarial ofrece, en el momento específico de la toma de las decisiones empresariales. Por ello, en el modelo GEM, y en el proceso de investigación de GEM, se hace un esfuerzo significativo para identificar las “Condiciones estructurales para la creación de empresas” que ofrece cada país, que, junto con aquellas propias de la economía del país, definen la calidad del ámbito donde el empresario se mueve.

Usando el mensaje de una antigua metáfora que dice “la semilla tiene que caer en terreno fértil para desarrollarse”, y para hacer un análisis de las situaciones específicas que se dan en un año en particular, es necesario analizar muy bien los entornos donde se mueven los empresarios y muy especialmente el entorno de apoyo empresarial, denominado Ecosistema Empresarial.

La Encuesta a Expertos Nacionales (NES), como se indicó en capítulos anteriores, es una fase fundamental de la investigación GEM. Luego de un proceso de identificación de más de 100 expertos nacionales, en los diversos temas asociados con el proceso empresarial, se logró que 45 expertos contestaran el cuestionario. La metodología de la investigación exige que existan mínimo cuatro expertos en cada uno de los nueve pilares fundamentales y que en cada uno de esos nueve grupos de expertos participen un académico, un funcionario gubernamental, un empresario y un empleado de las entidades que conforman el ecosistema de apoyo empresarial. Todos los expertos brindan sus evaluaciones sobre todos los aspectos de la encuesta. Gracias a sus respuestas se consolidó una base de datos y se formularon los análisis y las conclusiones que se enunciarán en este capítulo.

La Tabla 3.1, presenta los nueve pilares que GEM define como las condiciones estructurales del entorno para la creación de empresa. Estos nueve pilares, fruto de 23 años de investigación, son los factores fundamentales que influyen la dinámica empresarial y a través de ella el crecimiento económico. Algunos de estos pilares se han subdividido en subpilares, para poder identificar mejor ciertas circunstancias propias a ellos, y en el análisis se irán mostrando esos efectos. Dado que cada pilar es multidimensional, la evaluación se hace a través de enunciados que son valorados por los expertos en una escala de 0 (completo desacuerdo) a 10 (completo acuerdo), en términos de la existencia, la facilidad de acceso, la cantidad, el grado de desarrollo y la contribución que cada enunciado tiene para facilitar el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales. Calificaciones superiores a 6 se consideran buenas, entre 4 y 6 son regulares y por debajo de 4 son insuficientes.

El análisis se hará por pilares y subpilares propios a Colombia en el 2021, pero se tendrá en cuenta, en cada pilar y en cada subpilar, el comportamiento de los distintos enunciados que lo conforman, su trayectoria histórica y, finalmente, se harán comparaciones frente a las mejores calificaciones obtenidas mundialmente.

De esta manera, se conseguirá calcular la posición relativa de Colombia en el pilar o subpilar. Además, se hará una comparación de los resultados de los 13 pilares o subpilares frente a los tres grandes grupos de países que el GEM establece. Finalmente, se usará un indicador integral (NECI) que será explicado más adelante, para hacer la comparación integral de las condiciones estructurales de apoyo al proceso de creación de empresas con todos los países que participaron en el estudio.

Tabla 3.1

Pilares del ecosistema de desarrollo empresarial

Fuente: Elaborada por los autores basada en los resultados de la NES

Número pilar y subpilar	Pilar/subpilar	Definición
1/1	Apoyo financiero. Subpilar: Existencia.	Hay fondos suficientes disponibles para nuevas empresas, desde inversiones informales y préstamos bancarios a subvenciones gubernamentales y capital de riesgo.
1/2	Apoyo financiero. Subpilar: Facilidad de acceso.	El acceso a los recursos financieros disponibles para las nuevas empresas, es relativamente fácil y expedito.
2/1	Políticas gubernamentales. Subpilar: Favorabilidad y prioridad de las políticas públicas.	Las políticas gubernamentales promueven el emprendimiento y apoyo a quienes inician una nueva empresa comercial.
2/2	Políticas gubernamentales. Subpilar: Impuestos, tasas y burocracia.	Los impuestos y tarifas comerciales son asequibles para la nueva empresa. Las reglas y regulaciones son fáciles de administrar, sin una carga indebida para el nuevo negocio.
3	Programas gubernamentales.	Los programas de apoyo empresarial creados por el Gobierno están disponibles para los nuevos empresarios local, regional y nacionalmente.
4/1	Educación y formación empresarial. (Subpilar: en el ámbito escolar).	Las escuelas y colegios ofrecen educación empresarial que inicie el desarrollo de las competencias empresariales, en particular la innovación, la identificación de oportunidades, la investigación y el pensamiento creativo.
4/2	Educación y formación empresarial. (Subpilar: en postsecundaria).	Las instituciones de educación superior ofrecen desarrollo de competencias empresariales a través de una educación empresarial que incluya elementos prácticos de vivencia empresarial.
5	Transferencia de I+D.	Los resultados de la investigación de universidades y centros de investigación, son transferidos y adaptados por las empresas.
6	Infraestructura comercial y profesional.	Existen y son asequibles los servicios profesionales de asesores empresariales, abogados, contadores y otros profesionales requeridos para dar apoyo al nuevo empresario dentro de un marco de derechos de propiedad.
7/1	Apertura del mercado Interno. Subpilar: Dinámica del mercado interno.	¿Hay mercados libres, abiertos y en crecimiento? Existe control sobre las grandes empresas para evitar los procesos monopólicos.

7/2

Apertura del mercado Interno.
Subpilar: Barreras de entrada al mercado interno.

El acceso a los recursos financieros disponibles para las nuevas empresas, es relativamente fácil y expedito.

8

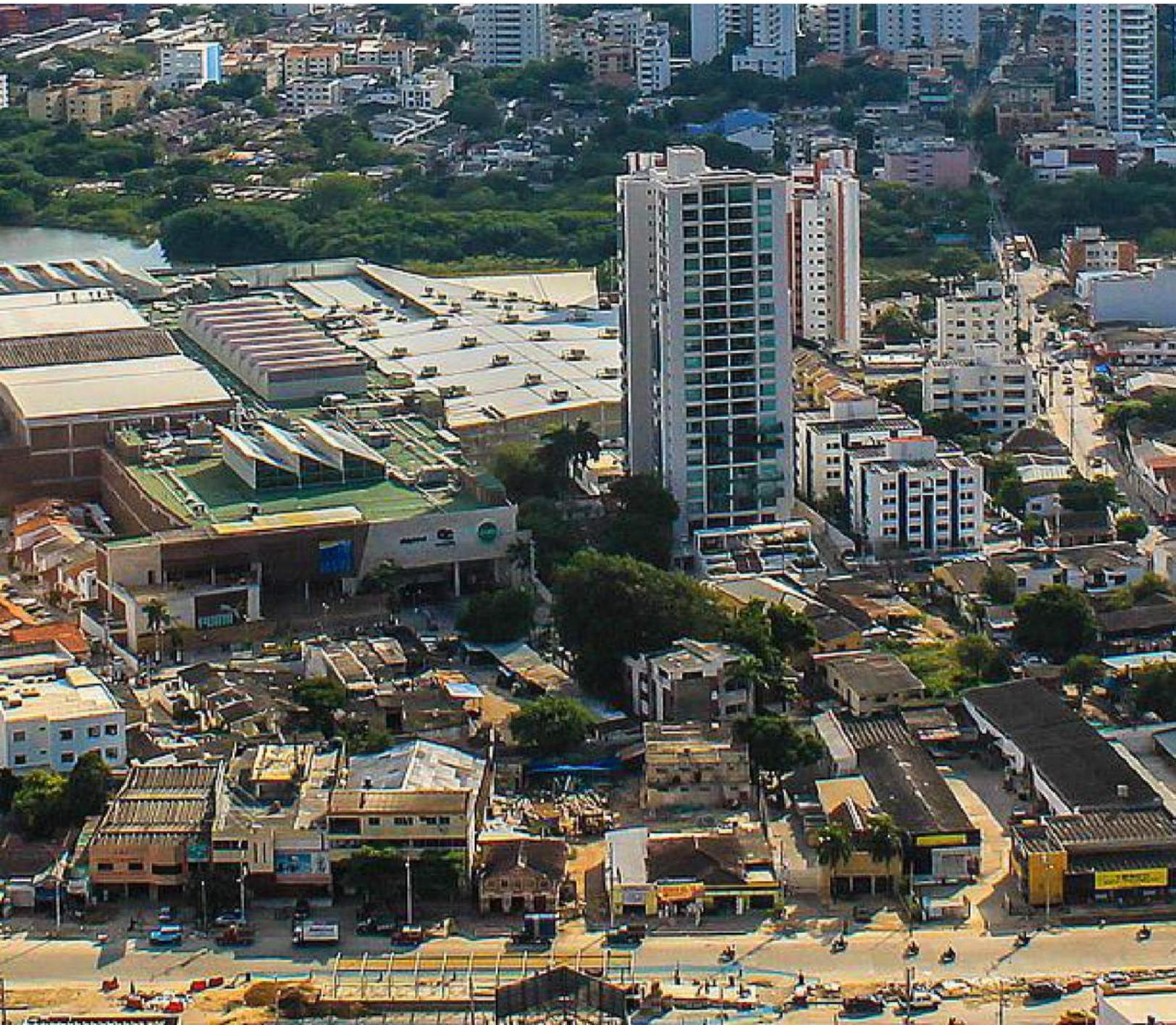
Infraestructura física y de servicios.

La infraestructura física (como carreteras, acceso y velocidad a Internet, el costo y la disponibilidad de espacios físicos) es adecuada y accesible para los emprendedores.

9

Normas sociales y culturales.

La cultura nacional fomenta y celebra el espíritu empresarial, incluso a través de la provisión de modelos para seguir y de mentores, así como apoyo social para la toma de riesgos.



3.1 Financiación

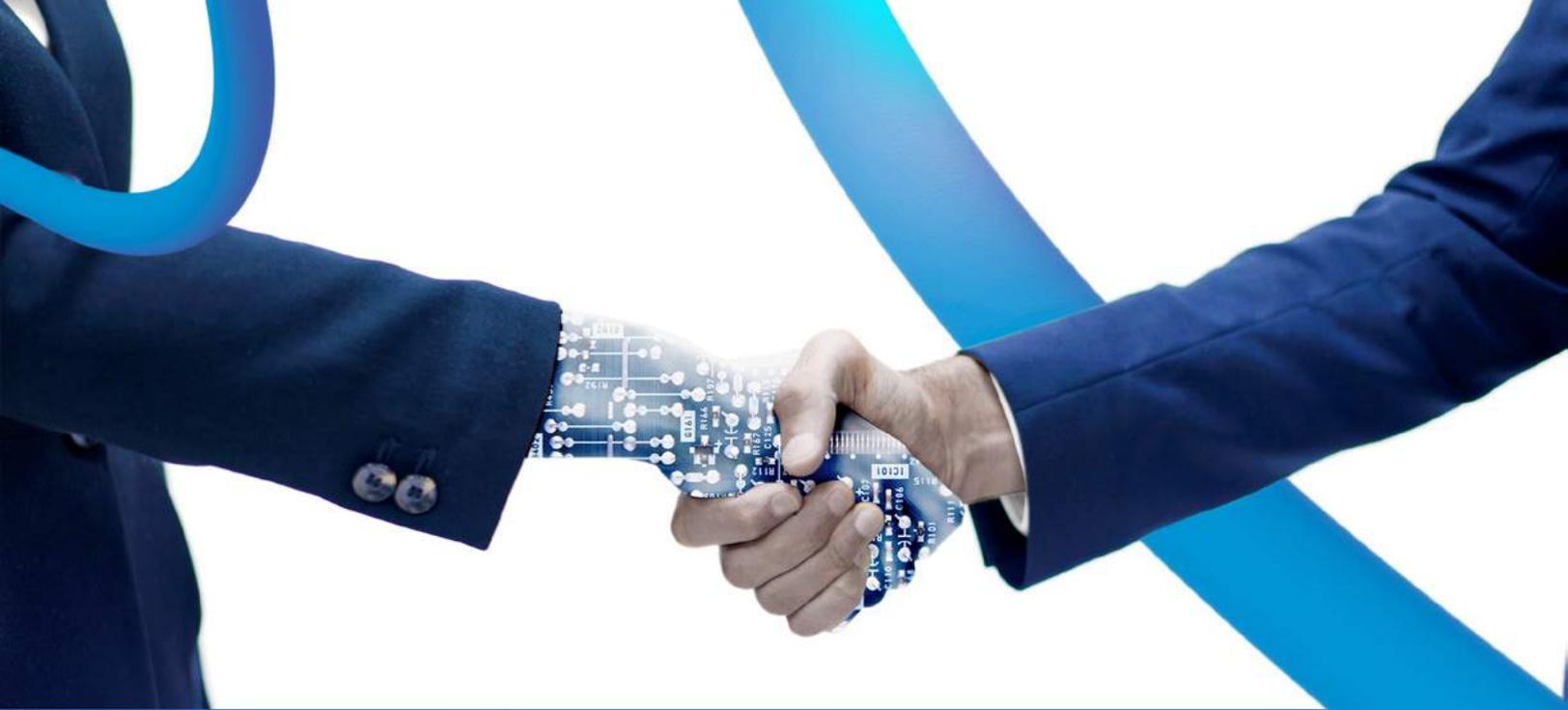
Este primer pilar se dividió en dos elementos: la existencia de fuentes de financiación y la viabilidad o facilidad de tener acceso a ellas.

El Gráfico 3.1 presenta los resultados por parte de los expertos, de cada uno de los enunciados del NES que evalúan la existencia de fuentes de financiación y se observa que, en solo dos ítems, de los ocho evaluados, los expertos en promedio calificaron con una cifra superior a cuatro, que es una calificación baja. Estos ítems son: Subvenciones públicas e Inversión informal.

Gráfico 3.1
Evaluación del Pilar de Financiación (existencia y suficiencia de mecanismos financieros)

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES





Durante el 2021 el rubro con la peor calificación entre todos los pilares y subpilares fue el apoyo financiero. La existencia de inversionistas informales tales como familiares, amigos y compañeros de trabajo es la característica mejor calificada, mientras que la condición con menor calificación es la oferta pública de venta que se relaciona con la posibilidad que tienen las empresas nuevas y en crecimiento de entrar a la bolsa de valores para obtener más financiación. Resalta el hecho de que, según los expertos, a los empresarios colombianos les resulta muy difícil acumular el capital propio para poder financiar sus iniciativas.

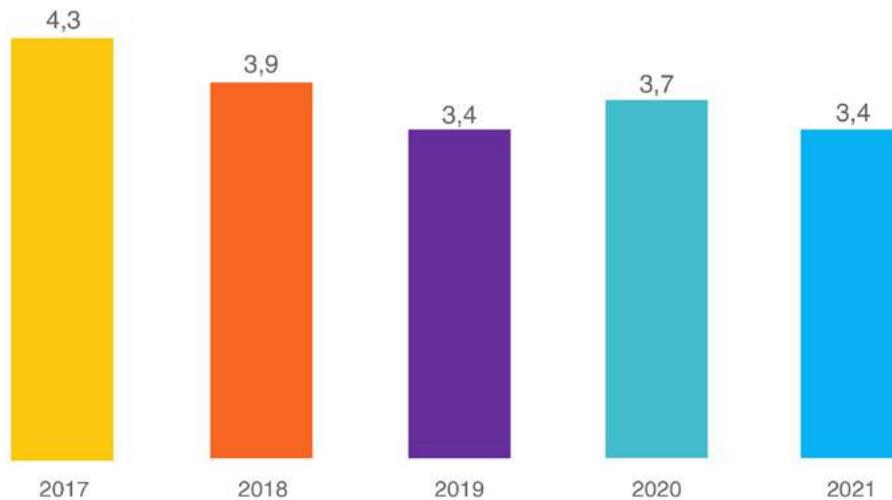
La calificación promedio para el subpilar existencia de fuentes de financiación, que fue 3,4, es el puntaje más bajo de todos los pilares estructurales para la creación de empresa. Los valores de otros países alcanzan puntajes hasta de 7,1, como es el caso de Finlandia. Colombia ocupa en este subpilar la posición 47 entre los 50 países que participaron en la NES.

El Gráfico 3.2 presenta la evolución de este indicador a lo largo del periodo 2017-2021, y como se puede ver, desafortunadamente la tendencia es decreciente, que unida con los bajos valores identifica al pilar financiero, en lo referente a existencia y suficiencia, como un elemento crítico que debe ser atendido con urgencia por todas las partes.

Gráfico 3.2

Existencia de recursos financieros en Colombia del 2017 al 2021

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



El segundo componente del pilar de financiación, que se utiliza por primera vez este año, mide la facilidad de acceso a los recursos financieros, pues no solo es relevante que existan los recursos, sino también que los usuarios potenciales puedan llegar a ellos. El Gráfico 3.3 presenta los resultados para este nuevo componente del pilar financiación.

Gráfico 3.3

Facilidad de obtención de la financiación

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES

Facilidad de atraer inversores / fondos para hacer crecer nuevos negocios una vez completada la fase de puesta en marcha.



Facilidad para obtener suficiente capital inicial para cubrir los gastos iniciales y de puesta en marcha (pre start-up) de una nueva empresa.



Facilidad para contratar servicios de apoyo financiero a un costo razonable para Empresas Nuevas y en Crecimiento.



Facilidad para obtener financiación de deuda (entendido como préstamos bancarios y similares) para Empresas Nuevas y en Crecimiento.





De nuevo, los resultados muestran un bajo desempeño agregado, pues un promedio de 3,5 sobre 10, indica que existen severas limitaciones en el proceso de acceso a la financiación disponible. Finlandia con 6,6 es el líder mundial de este concepto, mientras que Colombia con 3,5 ocupa la posición 44 entre los 50 países participantes.

Lo anterior permite concluir que las acciones de mejoramiento en Colombia se deben enfocar a crear facilidades de recursos para las fases de arranque, en términos de capital semilla y otros mecanismos que permitan cubrir la inversión en activos fijos y en capital de trabajo, y financiación con deuda, que incluya esquemas de pago y costos financieros acordes con las posibilidades de los empresarios que ya están en las etapas de crecimiento y consolidación.

Todos estos hechos indican, claramente, la urgente necesidad de mejorar los elementos asociados con la financiación para los empresarios, dando apoyo a iniciativas nuevas de financiación, especialmente a todas aquellas que fueron calificadas con puntajes inferiores a 4,0 como, por ejemplo: recursos propios, ángeles inversionistas, ofertas públicas de inversión, nuevos mecanismos como criptomonedas, *crowdfunding*, deuda con entidades bancarias, capital de arranque, incluyendo capital de trabajo.

3.2 Políticas del Gobierno

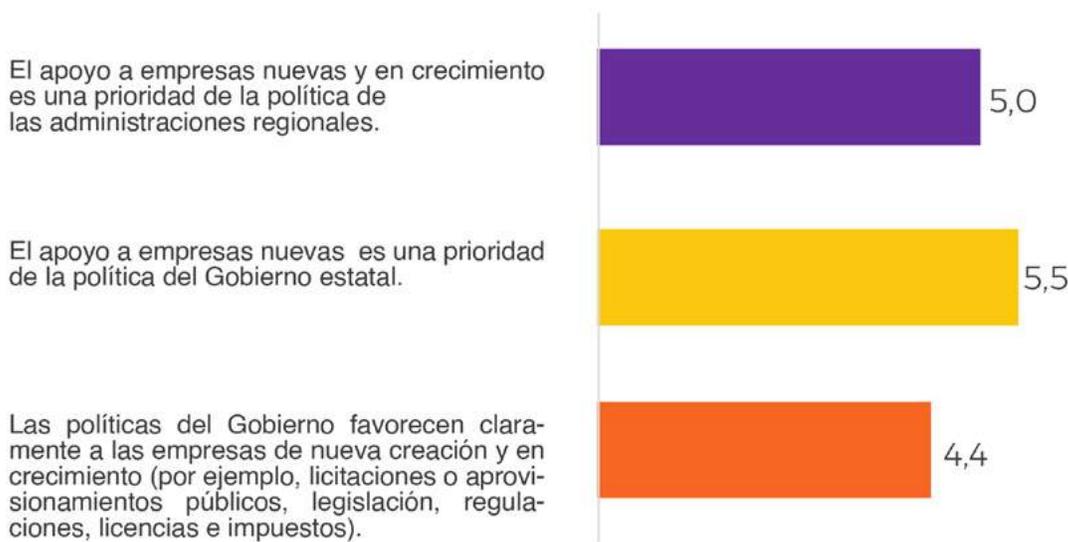
Este pilar, al igual que el anterior, se ha dividido en dos elementos: la existencia de programas que promuevan la aparición de nuevas empresas (favorabilidad y prioridad), y las dificultades propias del proceso de creación debido a trámites, impuestos y regulaciones (impuestos y burocracia).

Los Gráficos 3.4 y 3.5 presentan las evaluaciones que hicieron los expertos a los dos subpilares de las Políticas del Gobierno. Se observa en el subpilar de favorabilidad y prioridad que todos los ítems fueron calificados por encima de 4,4, para un promedio de 5,0. En el mundo el valor más alto fue de 7,0 para Emiratos Árabes Unidos, y Colombia ocupó la posición 14 entre los 50 países.



Gráfico 3.4 Políticas del Gobierno (favorabilidad y prioridad)

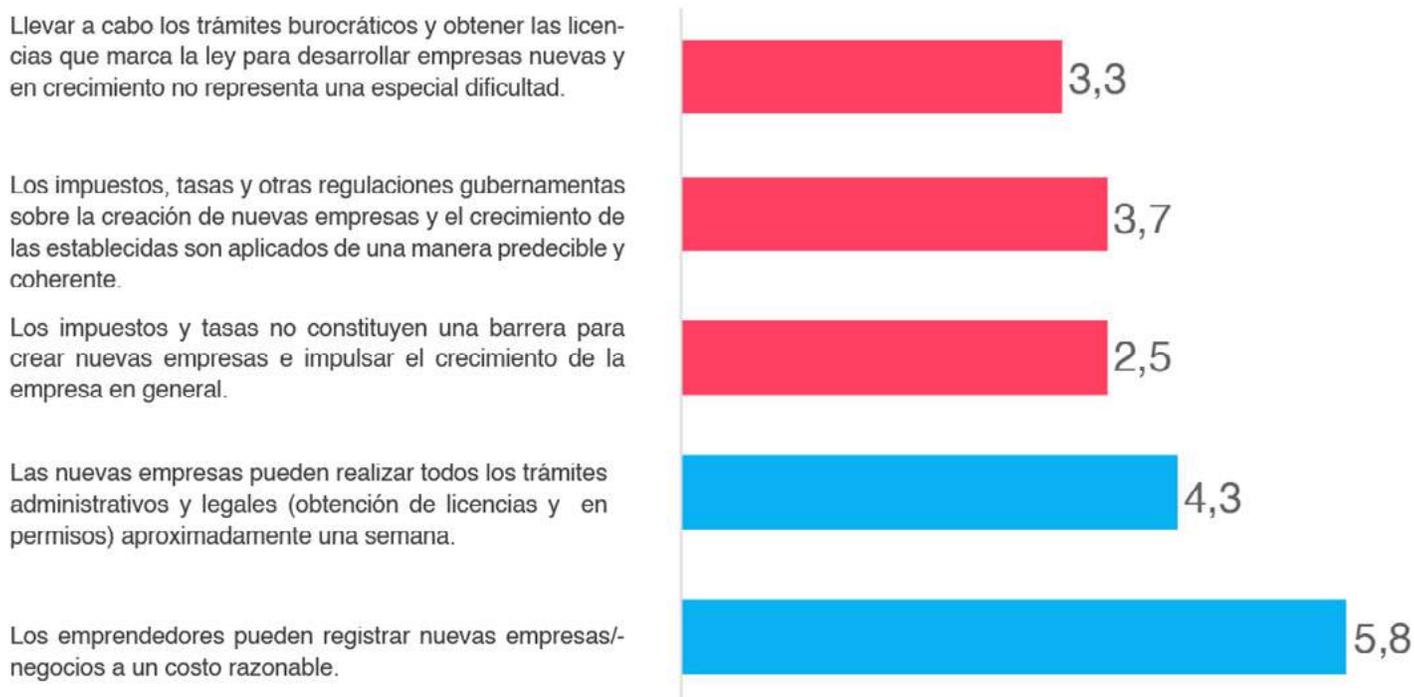
Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



El subpilar de impuestos y burocracia presenta tres ítems con evaluación deficiente y son los referidos a impuestos, tasas, regulaciones y trámites. Estos continúan siendo grandes barreras para el desarrollo empresarial. En este subpilar el mejor valor lo presentó Emiratos Árabes Unidos con 7,0, y Colombia con 3,9 ocupó la posición 40 entre los 50 países participantes.

Gráfico 3.5 Políticas del Gobierno (impuestos y burocracia)

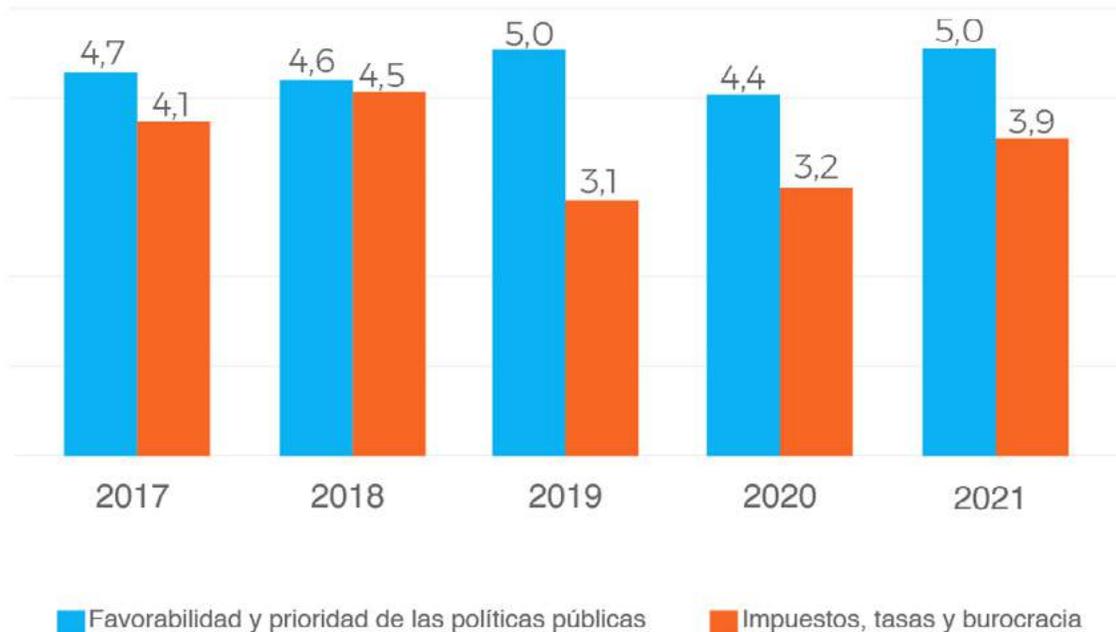
Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



En el estudio histórico de este indicador (Gráfico 3.6) se observa que, si bien es cierto que se han presentado variaciones en las evaluaciones, ellas se han mantenido en el rango cuatro a cinco para lo relacionado con favorabilidad y prioridad y en rango tres a cuatro para el asunto de impuestos y de trabas burocráticas. La gran zona de mejora para este pilar está en los impuestos y regulaciones.

Gráfico 3.6
Políticas gubernamentales en Colombia del 2017 al 2021

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



3.3 Programas del Gobierno

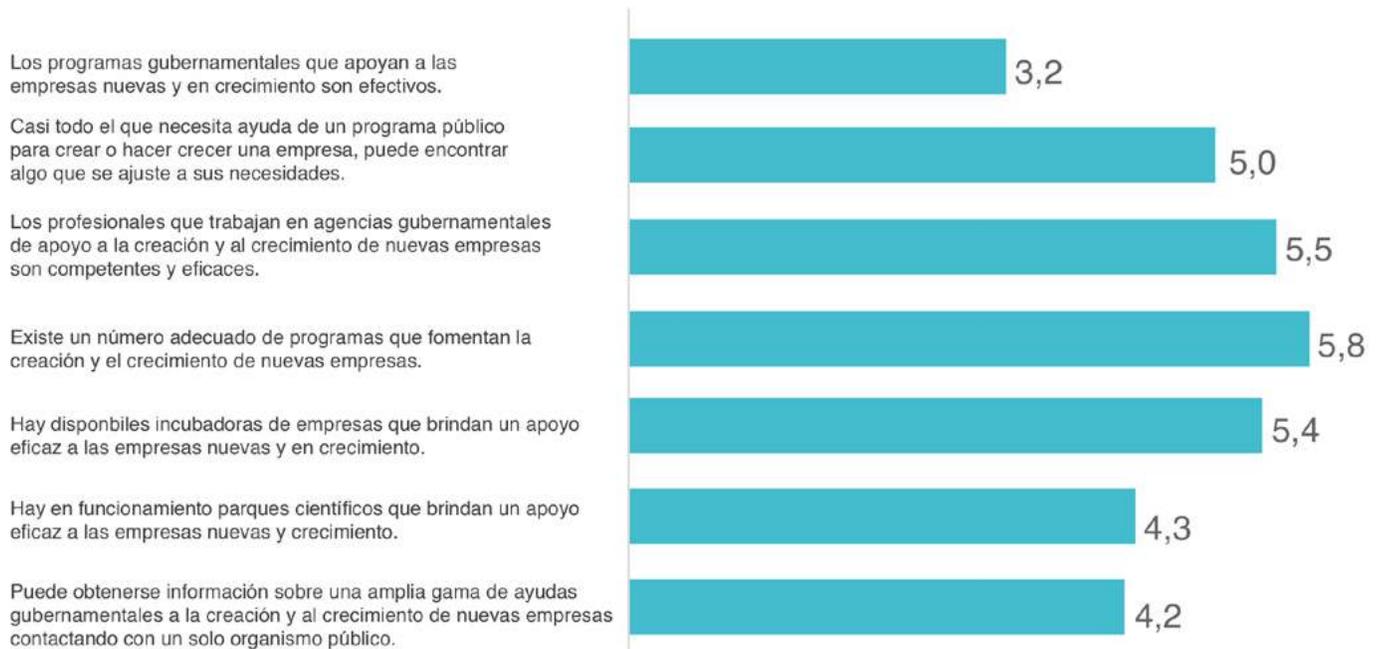
El Gráfico 3.7 recoge los promedios que los expertos dieron a cada uno de los ítems para evaluar y al pilar “Programas de Gobierno”. La gran mayoría de los ítems tiene evaluaciones relativamente buenas, es decir, por encima de cuatro. Esto demuestra el interés por parte del Gobierno de crear programas orientados a dar apoyo a los empresarios. Sin embargo, los expertos consideran que existe la necesidad de mejorar la efectividad de esos programas.



Gráfico 3.7

Programas del Gobierno

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES

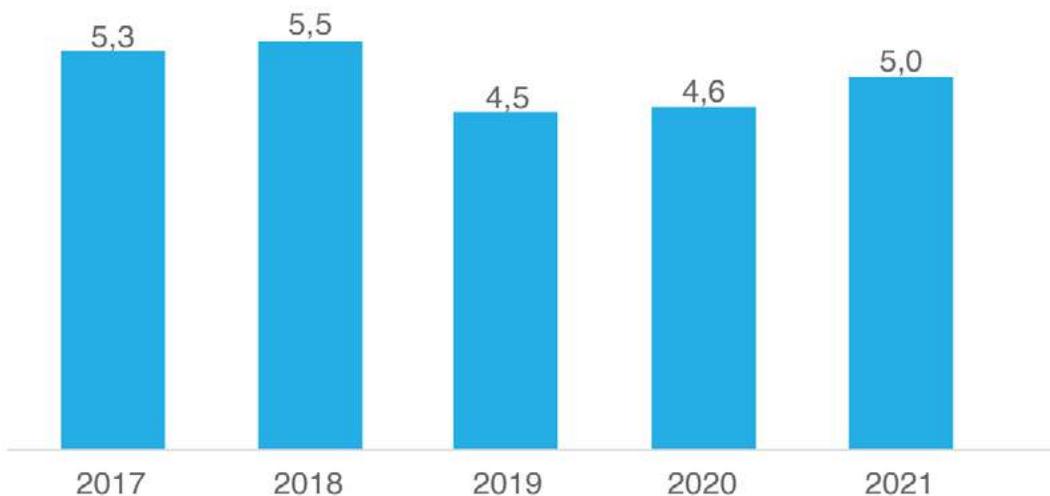


El Gráfico 3.8 presenta los valores históricos de este pilar, y en él se observa que en el quinquenio no se ha logrado mejorar el indicador.

Gráfico 3.8

Programas gubernamentales en Colombia de 2017 a 2021

Fuente: Elaborado por los autores con datos del NES 2021



3.4 Educación empresarial

El cuarto pilar es la educación y la formación empresarial. Dada la relevancia de este pilar y las diferencias existentes entre los distintos grados de educación, se consideró conveniente proceder a hacer un análisis separado de cada subpilar, y los resultados de ellos se presentan en los Gráficos 3.9 y 3.10 respectivamente.

Con respecto a la educación empresarial en la primaria y en la secundaria, los tres ítems que se analizan, presentan resultados inferiores a 4,0, esto indica que el asunto no ha penetrado a las escuelas y colegios o no se ha podido implementar como cátedra de emprendimiento, así hayan existido leyes que lo exigían (Ley 1014 del 2006 y Ley 2069 del 2020). Mundialmente, la calificación más alta la logró Finlandia con 6,1 mientras que Colombia con el 3,5 ocupó la posición 19 entre los 50 países. La falta de una educación empresarial temprana puede impactar sobre los valores sociales y la percepción de la creación de empresas como un proyecto de vida deseable.

Gráfico 3.9
Educación y formación empresarial emprendedora (primaria y secundaria)

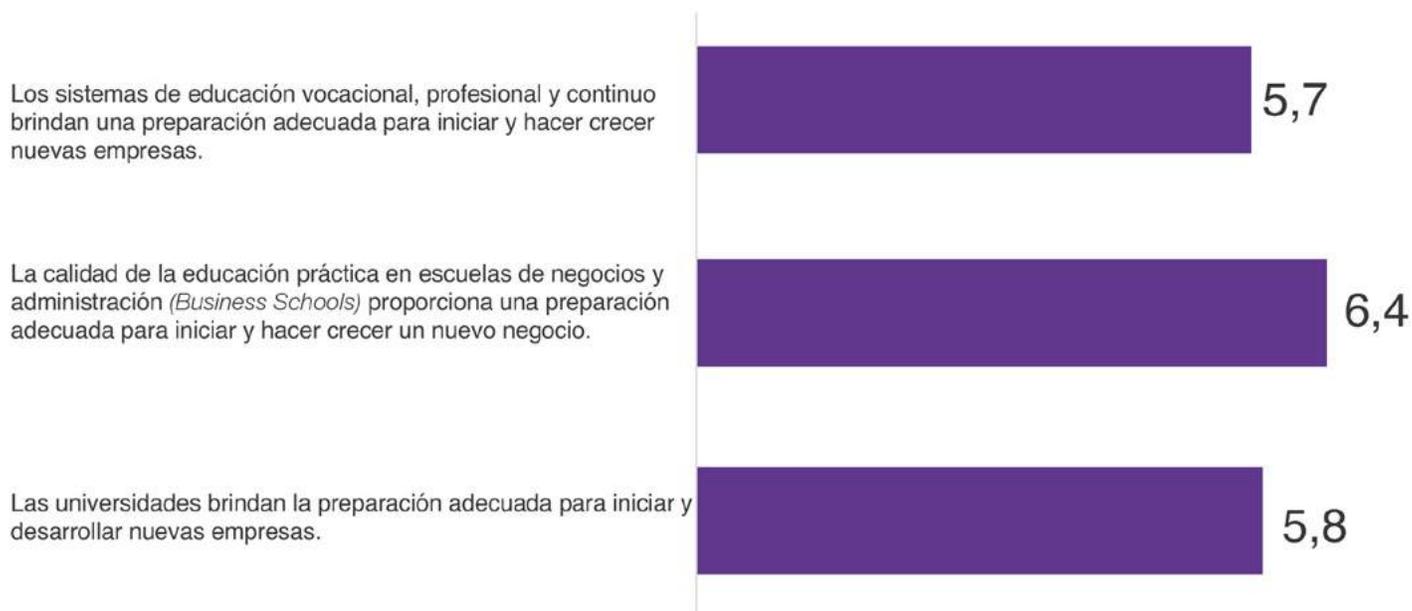
Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



La situación es diferente cuando se analiza la educación superior, pues allí los resultados en los tres ítems son superiores a 5,0, una calificación positiva, que demuestra el compromiso y esfuerzo que hacen las instituciones de educación superior en el desarrollo de las competencias empresariales. La mejor calificación en el mundo la logró Emiratos Árabes Unidos con 6,4, y Colombia con 6,0, fue sexta entre los 50 países participantes.

Gráfico 3.10
Educación y formación empresarial (postsecundaria)

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



El Gráfico 3.11 revela la evolución desde 2017 hasta el 2021 de estos dos indicadores, y no se identifican mejoras a lo largo de este horizonte de tiempo.

Gráfico 3.11
Educación empresarial en Colombia del 2017 al 2021

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



3.5 Transferencia de investigación y desarrollo

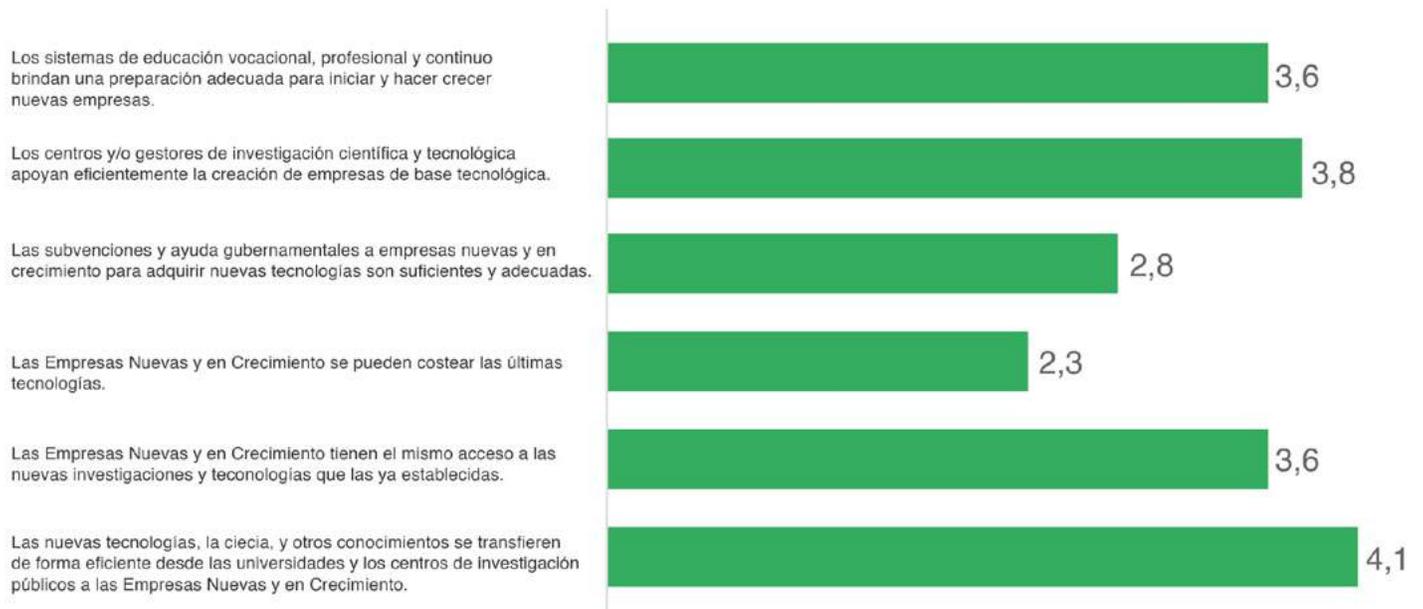
Este pilar es de gran relevancia ya que busca habilitar el desarrollo de empresas innovadoras en el uso de las nuevas tecnologías que sean más competitivas en el mundo. El Gráfico 3.12, exhibe los diferentes enunciados que se utilizaron y la evaluación de ellos. Solo uno de los seis indicadores obtuvo un puntaje superior a cuatro, ello indica que este pilar requiere muchas mejoras en los diversos componentes. Mundialmente la calificación más alta la obtuvo Emiratos Árabes Unidos con 6,2. Colombia con 3,4 muestra la posición 32 entre los 50 países.





Gráfico 3.12 Transferencia de Investigación y Desarrollo

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES

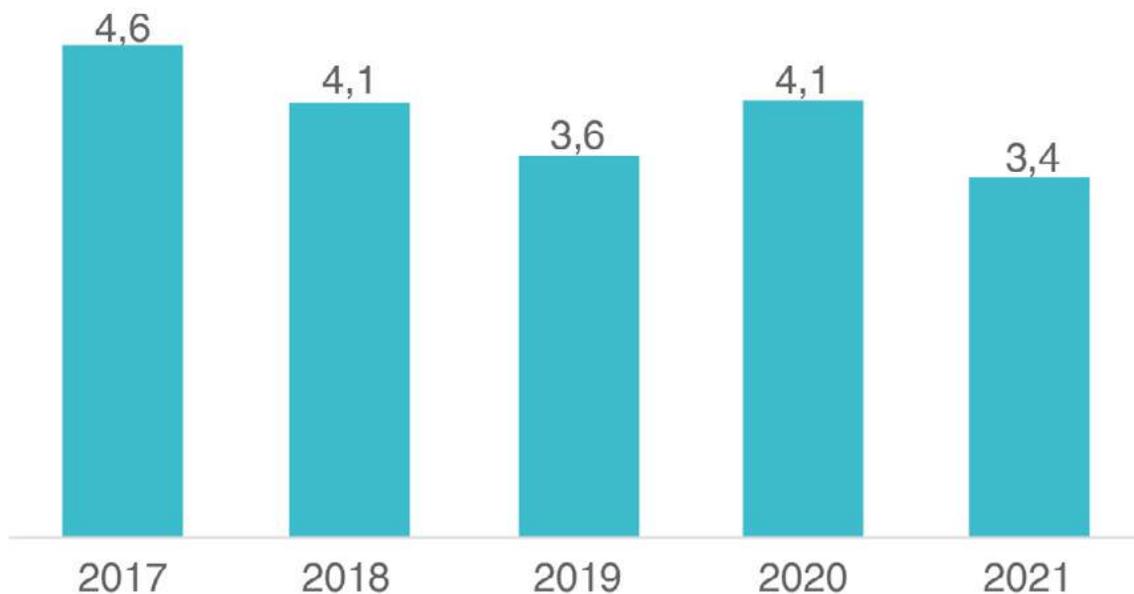


En el análisis histórico de esta variable en el Gráfico 3.13, se observa que no ha existido mejoramiento significativo en este frente y que esta debe ser una de las áreas de mejoramiento a la cual se le deben dedicar muchos esfuerzos y recursos en los próximos años.

Gráfico 3.13

Transferencia de investigación y desarrollo en Colombia del 2017 al 2021

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



3.6 Infraestructura comercial y profesional

La actividad empresarial requiere de una serie de personas y entidades que conforman las redes empresariales y que son fundamentales para el éxito del proceso. En este pilar los puntajes colombianos son altos y la mayoría de los componentes están por encima de cinco en su evaluación. (Observar el Gráfico 3.14). El valor más alto en el mundo lo logró Noruega con un 6,9, y Colombia con 5,3 ocupó la posición 34 entre los 50 países participantes. Los mejores resultados son para los factores: existencia de proveedores y fácil acceso a dichos proveedores y a sus servicios de apoyo. Sin embargo, llama la atención la baja calificación que reciben los costos de acceso a los proveedores y la dificultad de acceso a los servicios bancarios.

Gráfico 3.14
Infraestructura comercial y profesional

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES

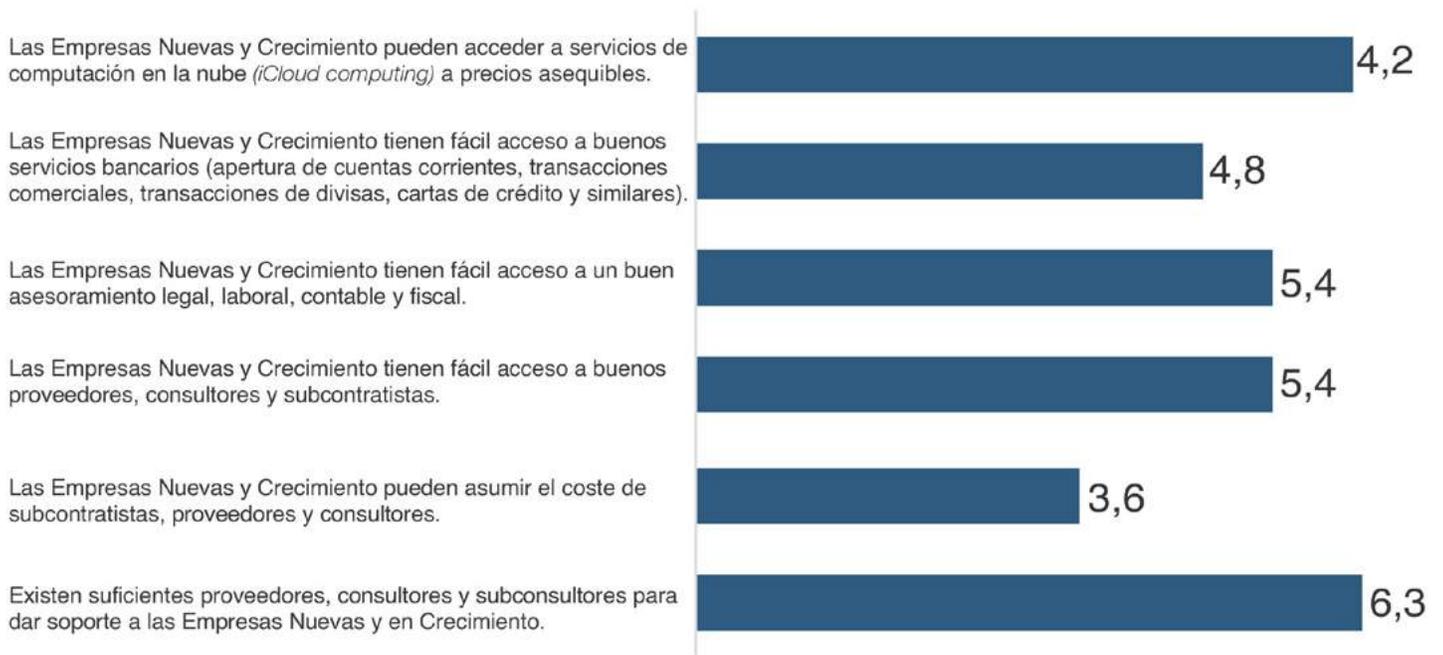
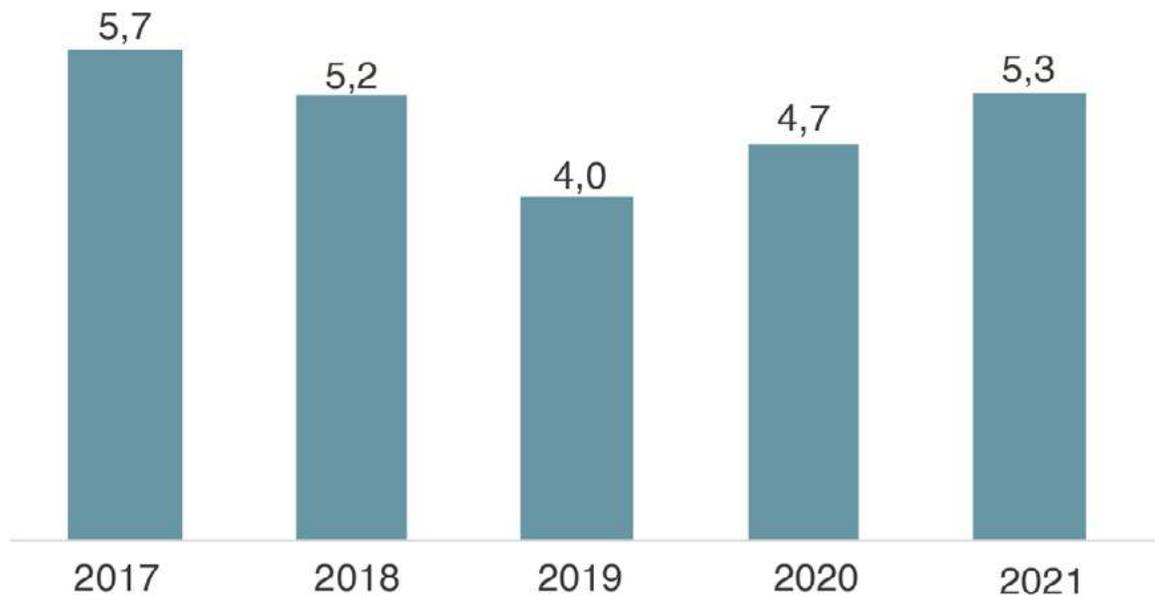




Gráfico 3.15

Infraestructura comercial y profesional en Colombia del 2017 al 2021

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



3.7 Facilidad de entrar al mercado

Este indicador, que estudia la facilidad de penetración que pueden tener las nuevas empresas en los mercados a los que se dirigen, se analiza desde dos perspectivas: la facilidad de ingreso al mercado interno y las barreras y regulaciones que afectan este ingreso.

Los Gráficos 3.16 y 3.17 presentan las evaluaciones de los diversos enunciados para cada uno de los subpilares, y el promedio de ellos en el 2021.

Gráfico 3.16
Facilidad de ingreso al mercado interno

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES

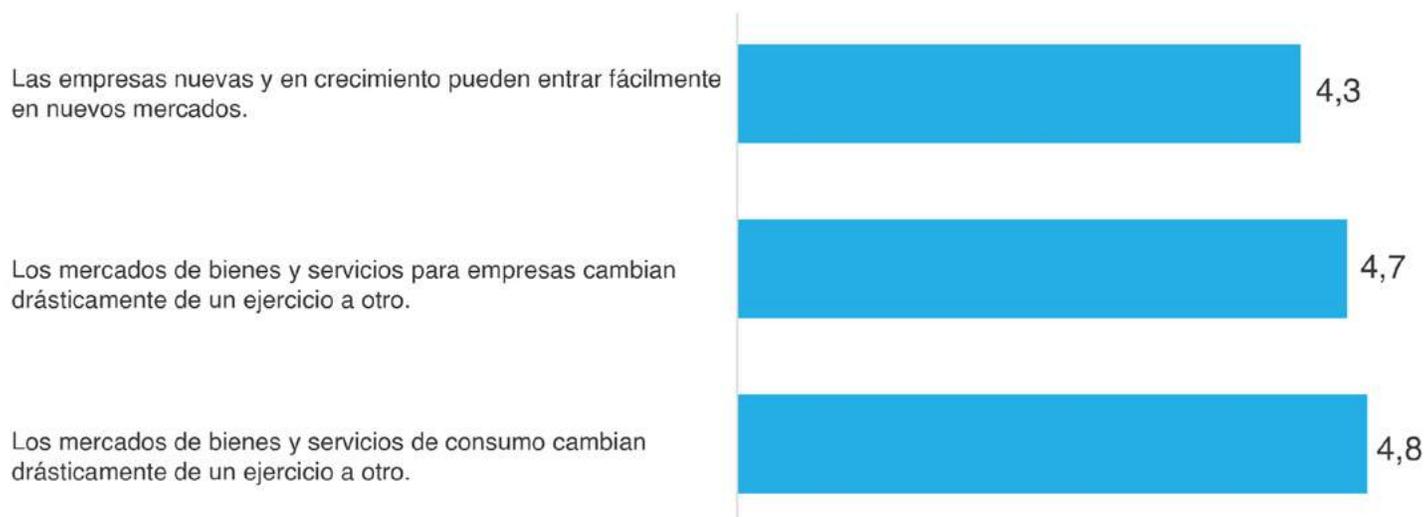
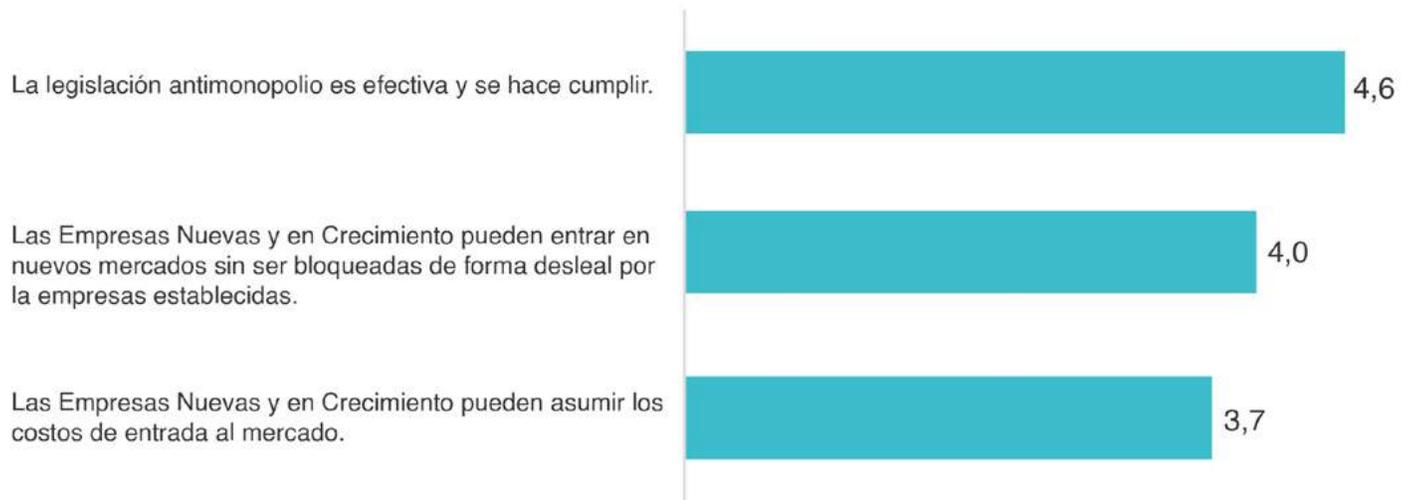


Gráfico 3.17

Barreras para el mercado interno

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



Los países con el mejor registro en estos subpilares fueron: Corea del Sur con 7,8 en el subpilar de facilidad de ingreso, y Lituania y Países Bajos, con 6,5 en el subpilar de las barreras y limitaciones de ingreso.

Colombia, en facilidad de ingreso ocupó la posición 28 con una calificación de 4,9 y en lo referente a barreras y regulaciones se posicionó en la casilla 30 con una calificación de 4,2, en el ámbito de los 50 países participantes.

El factor que tiene la calificación más baja es el relacionado con la facilidad que tiene el empresario para asumir los costos de entrada a nuevos mercados.

La evolución histórica del indicador se presenta en el Gráfico 3.18 y permite concluir que a lo largo de este quinquenio no se ha progresado en este indicador.



Gráfico 3.18

Dinámica del mercado interno en Colombia del 2017 al 2021

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



3.8 Infraestructura física

Este pilar mide los diversos elementos que hacen viable la operación de las empresas, desde el punto de vista de la logística. El Gráfico 3.19 presenta los resultados de los diversos elementos evaluados. En este pilar se logran cuatro calificaciones iguales o superiores a siete, que son buenos resultados para el pilar. Es necesario acometer mejoras en lo relacionado con la infraestructura física y el plan 5G y otros proyectos de desarrollo que puedan ayudar a conseguir mejores resultados en este pilar. El país con el resultado más alto en este pilar fue Finlandia con 8,6. La ubicación de Colombia fue 30 entre los 50 países.

En el periodo 2017 a 2021, este pilar tuvo una tendencia declinante como lo muestra el Gráfico 3.20.

Gráfico 3.19

Infraestructura física y de servicios

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES

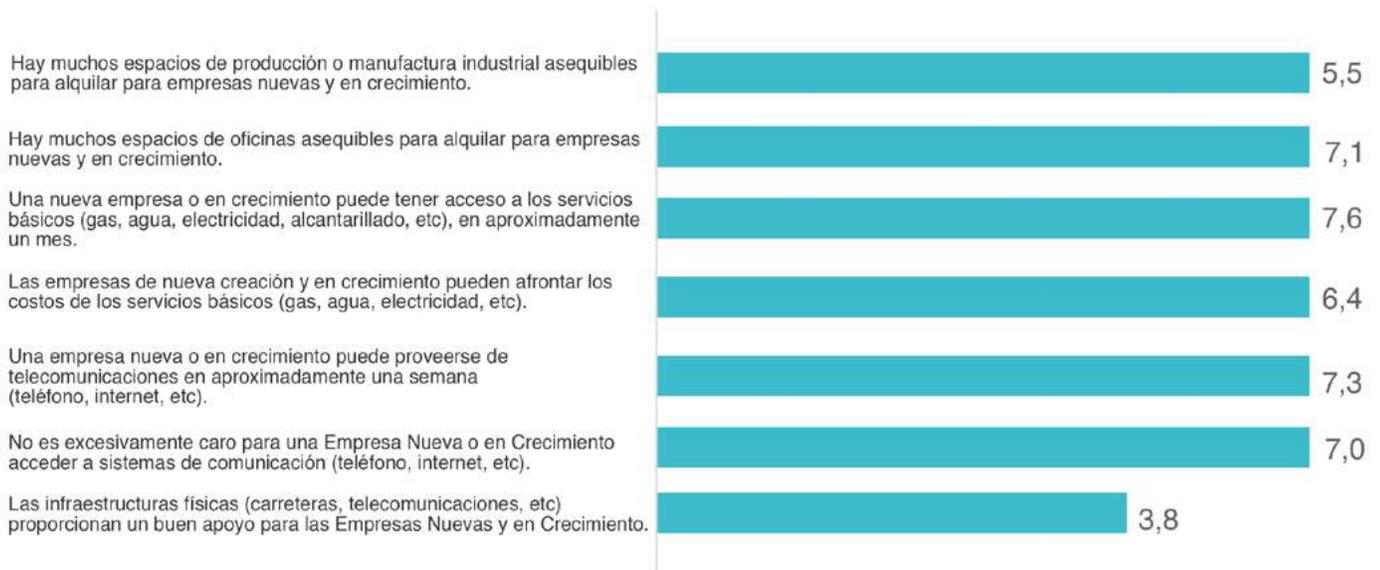
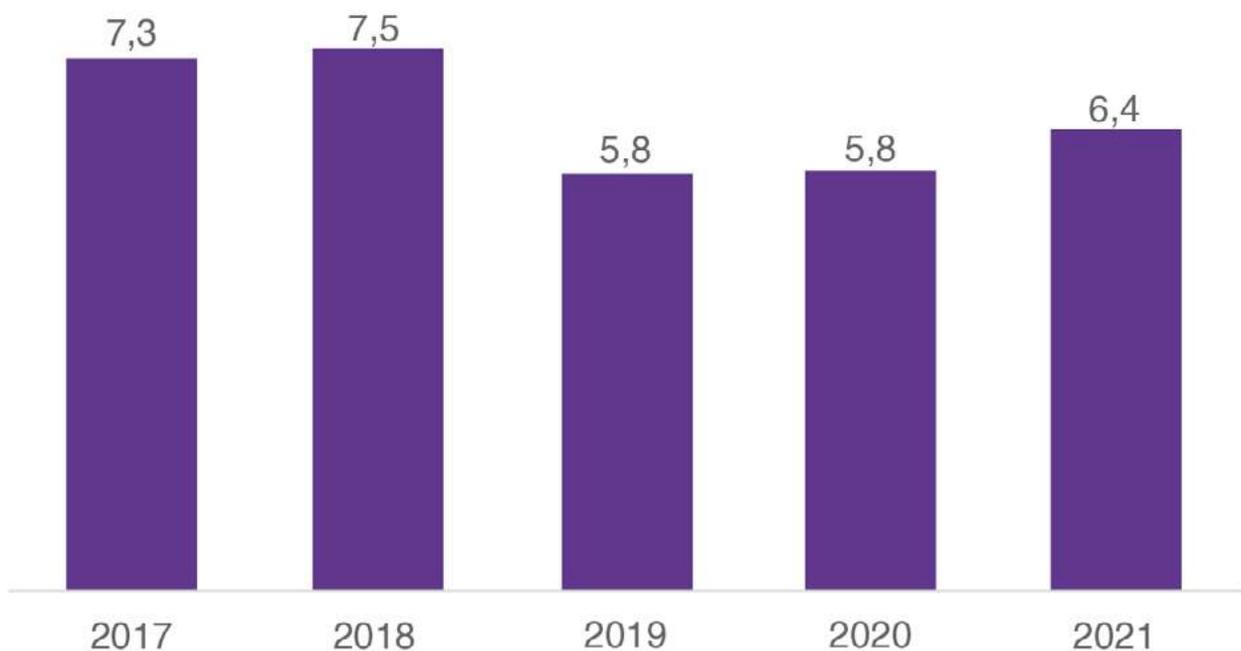


Gráfico 3.20

Acceso a la infraestructura física en Colombia del 2017 al 2021

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



3.9 Normas sociales y culturales

Este pilar mide el grado en el cual la cultura y las normas sociales apoyan la actividad empresarial.

El Gráfico 3.21 presenta los resultados de los ítems evaluados y se observa que todos ellos están por encima de cuatro, lo cual plantea un resultado positivo (5,7). Los esfuerzos de mejoramiento deben estar orientados hacia los procesos de asunción del riesgo, el estímulo a la creatividad y la innovación y al entendimiento de las responsabilidades individuales.

El país con el mejor resultado en este pilar fue Israel con 7,9 y Colombia tuvo la posición 11 entre los 50 países participantes.

Del comportamiento de este indicador durante los últimos cinco años, presentado en el Gráfico 3.22, se observa una tendencia decreciente que requiere una acción masiva de educación empresarial, para volver a posicionar en la mente de los colombianos las bondades de la actividad empresarial.

Gráfico 3.21
Normas sociales y culturales

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES

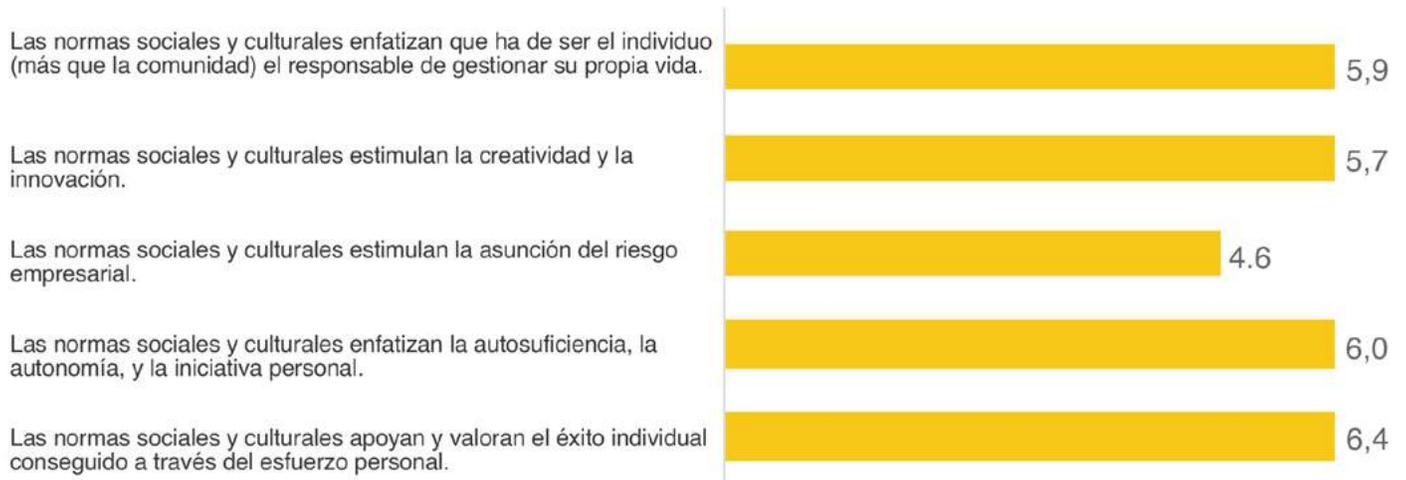
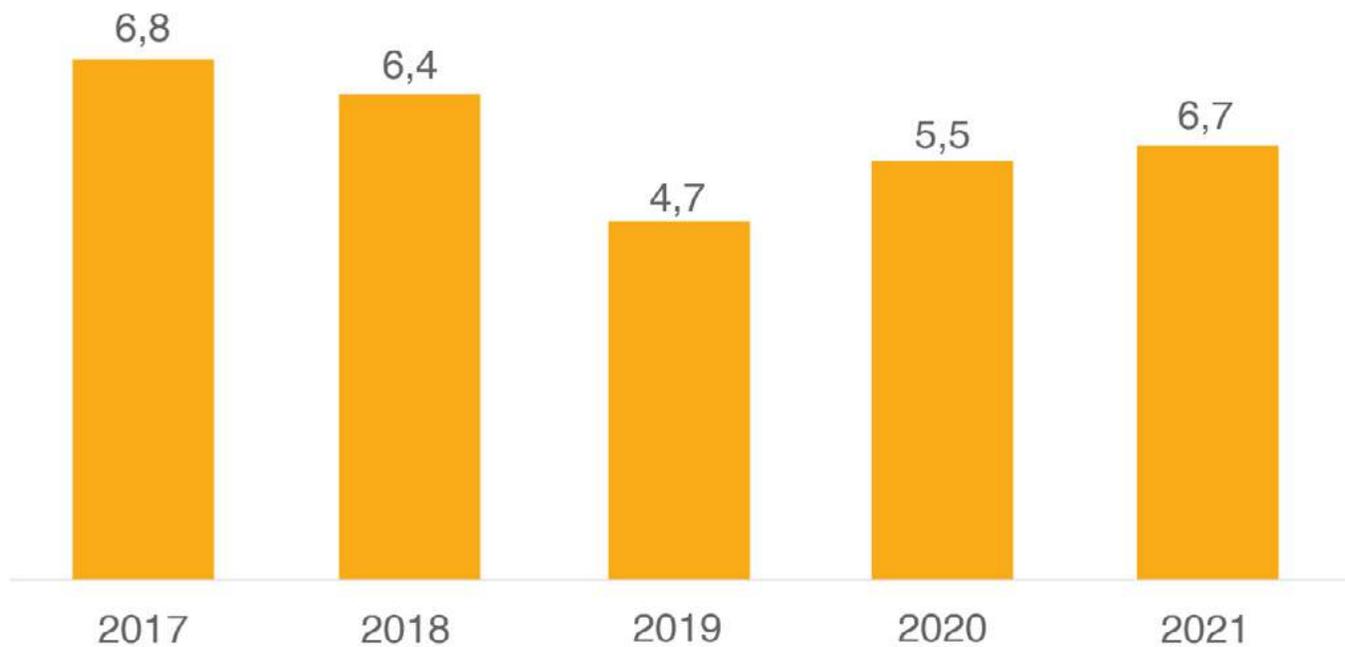




Gráfico 3.22
Normas sociales y culturales en Colombia del 2017 al 2021
Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES





3.10 Comparación global de los pilares estructurales de las condiciones empresariales

Una de las grandes ventajas del estudio GEM sobre otros estudios realizados para medir la actividad empresarial, es que es el único que brinda un proceso de comparación válido entre países y grupos de países.

Como se indicó en la metodología, en el ciclo 2020/2021 se clasificaron los países participantes en función del ingreso per cápita de sus ciudadanos, y siguiendo los datos provistos por el Banco Mundial. Se crearon tres grandes grupos: el grupo A con Producto Interno Bruto per cápita superior a US\$40.000, el grupo B con Producto Interno Bruto per cápita entre US\$20.000 y US\$40.000, y el grupo C con Producto Interno Bruto per cápita inferior a US\$20.000. En esta clasificación Colombia quedó ubicada en el grupo C, como se indicó en el Capítulo 1.

Los Gráficos 3.23, 3.24 y 3.25, contrastan los resultados de las condiciones estructurales para la creación de empresa de Colombia, con los resultados de los países que están en los grupos A, B y C.

Es importante resaltar, que tanto Colombia como el promedio de las economías más fuertes tienen calificaciones bajas, por debajo de 5, en la gran mayoría de condiciones. Esto demuestra que mundialmente, hay muchas necesidades de los empresarios que no son atendidas adecuadamente por los distintos ecosistemas de apoyo empresarial.

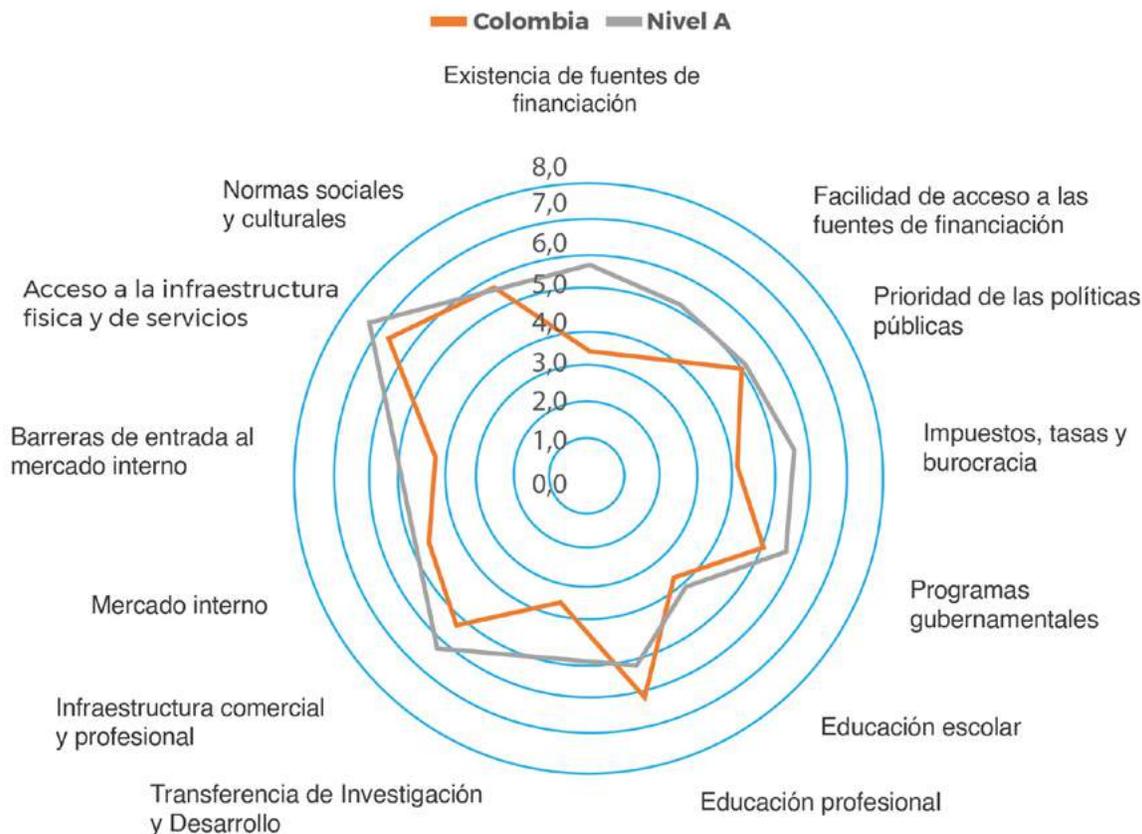
La comparación de Colombia con los países de altos ingresos, definidos aquí como países de grupo A, muestra que solo en el subpilar educación empresarial universitaria, Colombia logra, en promedio, una evaluación superior a la de los países del grupo A. En todos los demás se tienen brechas significativas y opciones significativas de mejoramiento, siendo las principales:

- Existencia y facilidad de financiación para los empresarios.
- Impuestos, tasas y burocracia.
- Programas gubernamentales.
- Educación escolar.
- Transferencia de investigación y desarrollo.
- Infraestructura comercial y profesional.
- Mercado interno tanto en facilidad de penetración como en barreras de entrada.
- Acceso a la infraestructura física y de servicios.

Gráfico 3.23

Colombia vs. Economías grupo A

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



Al hacer la comparación con los países de grupo B, que conforman un grupo que tiene similitudes de desarrollo con Colombia, se observa que Colombia tiene mejores indicadores en los siguientes pilares y subpilares:

- Prioridad de las políticas públicas.
- Programas gubernamentales.
- Educación escolar.
- Educación universitaria.
- Normas sociales y culturales.

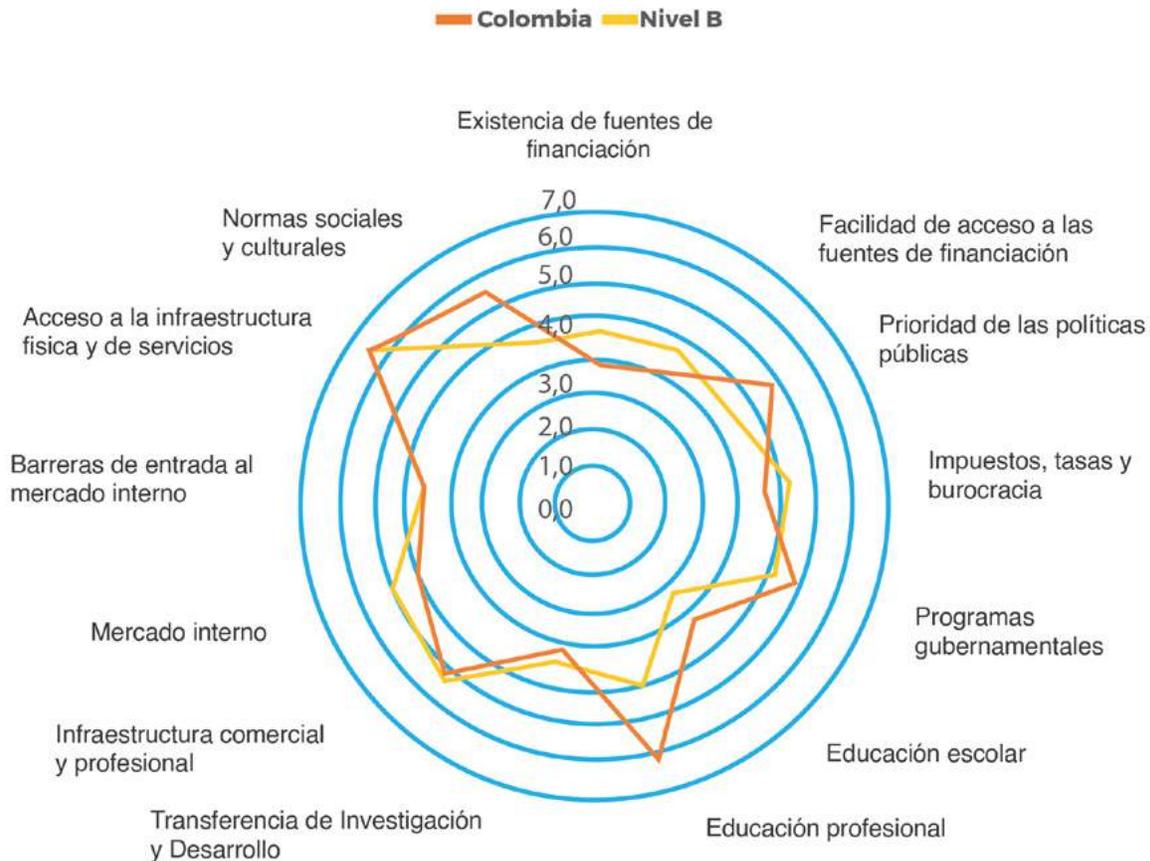
Pero brechas negativas en los siguientes subpilares:

- Existencia y facilidad de fuentes de financiación.
- Impuestos-trámites-tasas-burocracia.
- Transferencia de investigación y desarrollo.
- Infraestructura profesional y comercial.
- Facilidad de acceso a mercados internos.
- Barreras para penetrar en los mercados internos.
- Acceso a la infraestructura física y de servicios.

Gráfico 3.24

Colombia vs. Economías Grupo B

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



Al comparar a Colombia con el grupo de países clasificados como grupo C (Grupo al cual pertenece) se observa que Colombia tiene mejores resultados en los siguientes pilares y subpilares:

- Prioridad de las políticas públicas.
- Impuestos-tasas, trámites-burocracia.
- Programas gubernamentales.
- Educación escolar.
- Educación universitaria.
- Transferencia de investigación y desarrollo.
- Infraestructura comercial y profesional.
- Barreras al mercado interno.
- Acceso a la infraestructura física y de servicios.
- Normas sociales y culturales.

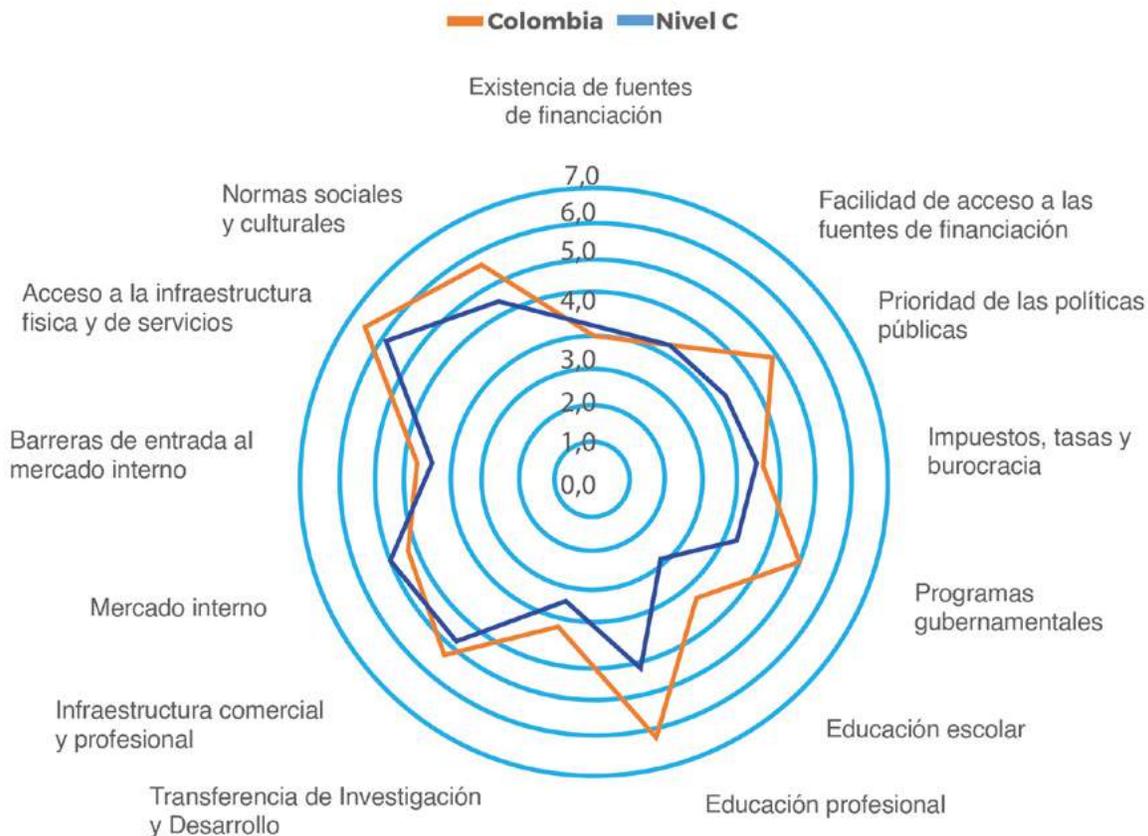
A pesar de esto, Colombia presenta brechas negativas en los siguientes pilares y subpilares:

- Existencia de fuentes de financiación.
- Facilidad de acceso a las fuentes de financiación.
- Facilidad de acceso a los mercados internos.



Gráfico 3.25
Colombia vs. Economías Grupo C

Fuente: Elaborado por los autores basado en los resultados de la NES



3.11 Ubicación de acuerdo con NECI

La metodología GEM ha desarrollado un indicador global del estado de las condiciones nacionales de infraestructura para el desarrollo empresarial, y lo ha denominado por sus siglas en inglés, como el Indicador NECI (*National Entrepreneurship Context Index*).

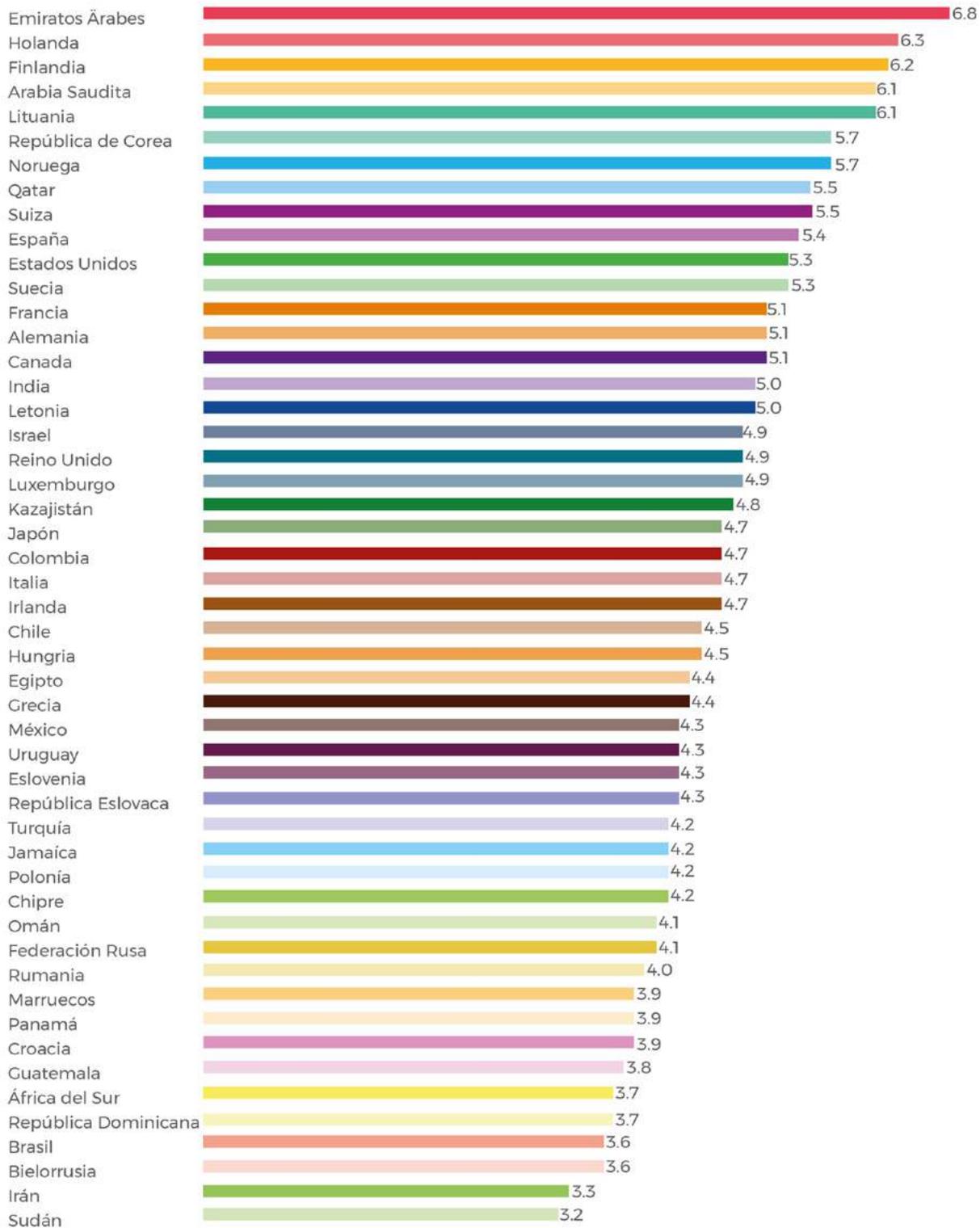
El desarrollo de este indicador es el promedio de los resultados obtenidos por cada país en todos los pilares y subpilares. El Gráfico 3.26 presenta los resultados del Indicador NECI para los 50 países que participaron en el 2021.

Colombia con un indicador agregado de 4,7 ocupó la posición 23, por encima de todos los países de Latinoamérica, y tuvo seis condiciones estructurales de apoyo empresarial que alcanzaron calificaciones superiores a cinco, consideradas en GEM como “suficientes” y “mejores”.

Gráfico 3.26

Índice de las condiciones de infraestructura para el desarrollo empresarial nacional (NECI)

Fuente: GEM Global Report 2021-2022, GERA, London 2022



3.12 Otros aportes de los expertos

A los expertos se les dio la oportunidad de contestar en forma de pregunta abierta sus opiniones sobre cuatro aspectos de relevancia para el desarrollo empresarial colombiano. Los temas fueron:

- La identificación de los factores que impulsarían la actividad empresarial.
- Las recomendaciones que ellos tendrían para estimular el entorno de desarrollo de la actividad empresarial.
- La identificación de las acciones del Gobierno que han afectado negativamente a la actividad empresarial durante la pandemia.
- La identificación de las acciones del Gobierno que han afectado positivamente a la actividad empresarial durante la pandemia.

Los expertos aportaron tres sugerencias en cada uno de los cuatro aspectos y cubrieron una amplia gama de opciones. Estas opciones se procesaron de dos formas: la primera creando una nube de palabras, donde se identificaron las palabras que con más frecuencia aparecieron en los distintos enunciados que ellos hicieron y la segunda ubicando cada uno de sus enunciados en un esquema de categorías, que se adecuaron según la orientación de las respuestas.

3.12.1 Factores que impulsarían la actividad empresarial

El Gráfico 3.27 y la Figura 3.1 presentan los factores que impulsarían la actividad empresarial de acuerdo con los expertos. En el Gráfico 3.27 se observa que hay cinco categorías consideradas como las básicas para impulsar la actividad empresarial en Colombia:

- El mejoramiento del entorno de apoyo al empresario.
- La formulación e implementación de políticas para el desarrollo de la actividad empresarial.
- El apoyo a los procesos de investigación y desarrollo.
- El impulso a los mecanismos de financiación.
- La formación y el desarrollo de los empresarios en las competencias empresariales.

De la Figura 3.1, nube de palabras, se destacan: emprender, servicios, acceso, formación, fondos, digitalización, Fintech.

Gráfico 3.27

Factores que impulsarían la actividad empresarial

Fuente: Elaborada por los autores basado en los resultados de la NES

Categorías	Frecuencia
Mejoramiento del entorno empresarial	35
Apoyo a los programas de Investigación y Desarrollo(I+D)	25
Formulación e implementación de políticas de apoyo	24
Mejoramiento de los mecanismos financieros	15
Formación en competencias empresariales	14
Naturaleza humana	10
Alianzas empresariales	3



Figura 3.1

Palabras más frecuentes para impulsar la actividad empresarial

Fuente: Elaborada por los autores basado en los resultados de la NES



3.12.2 Recomendaciones para mejorar el contexto empresarial

En el Gráfico 3.28 se observa que las principales categorías a las que recomiendan los expertos brindar apoyo, para poder mejorar el ecosistema de desarrollo empresarial son:

- Favorabilidad y prioridad de las políticas públicas.
- Dinámica de los mercados.
- Apoyo financiero.
- Impuestos- tasas y burocracia.

Gráfico 3.28

Recomendaciones para mejorar el entorno empresarial

Fuente: Elaborada por los autores basado en los resultados de la NES

Categorías	Frecuencia
Dinámica de mercado	22
Favorabilidad y prioridad de las políticas públicas	24
Impuestos, tasas y burocracia	20
Apoyo financiero	17
Educación empresarial en la etapa de formación profesional	12
Programas gubernamentales	10
Normas sociales y culturales	4
Transferencia de I+D	4
Educación empresarial en la etapa escolar	4
Emprendimiento, mujer e igualdad	4
Facilidad de acceso a finanzas empresariales	4
Barreras de entrada al mercado interno	1

En términos de palabras, como lo indica la Figura 3.2 las áreas prioritarias son:

- Programas de Gobierno.
- Educación.
- Financiación.
- Crear ecosistema.
- Facilitar el acceso a las unidades de apoyo.
- Formación.
- Capital semilla.

Gráfico 3.30

Acciones del Gobierno con efecto positivo

Fuente: Elaborada por los autores basado en los resultados de la NES

Categorías	Frecuencia
Programas	28
Leyes	8
Otros	5
Teletrabajo	3
Instituciones	2



La Figura 3.4 destaca como medidas positivas del Gobierno.

- Expedición de la ley de emprendimiento.
- Aplazamiento del pago de los créditos.
- Subsidios para mantener nomina.
- Apoyos que se brindaron.
- Alivios tributarios.

Figura 3.4

Palabras más sobre las acciones de Gobierno con efecto positivo

Fuente: Elaborada por los autores basado en los resultados de la NES





Capítulo 4

La Tubería Empresarial
colombiana en el 2021



4.1 El modelo de Tubería Empresarial¹

El concepto de Tubería Empresarial fue desarrollado por Varela y Soler para representar, en una forma gráfica e integral, las propensiones de la población hacia cada una de las etapas del proceso empresarial, en un momento dado de tiempo, sin pretender hacer análisis longitudinal de las personas en su devenir empresarial.

Este modelo hace una integración entre el concepto de tubería física (Figura 4.1) con el modelo general GEM (Figuras 1.1 y 1.2), identificando las seis etapas que constituyen el proceso empresarial. El modelo supone que en cada etapa hay un grupo de personas que entran a ella, provenientes de la etapa anterior; hay otro grupo que salen de la etapa, pero continúan en el proceso, y por tanto pasan a la etapa siguiente, y finalmente hay otras personas que abandonan el proceso durante la etapa y son las “fugas” del proceso. El modelo permite que una misma persona pueda estar en varias etapas del proceso empresarial.



¹ Para conocer mejor este modelo por favor revise las siguientes publicaciones:

Varela, R., & Soler, J. D. (2013). La tubería empresarial aplicada a algunos países del Caribe. 58th World Conference del International Council for Small Business (Puerto Rico.)

•Varela, R., y Moreno, J., (2013). Caribbean Regional Report 2012. Universidad Icesi, Colombia.

•Varela, R. & Moreno, J., (2014). GEM Colombia 2006 – 2013. Universidad Icesi, Colombia,

•Varela, R., y Moreno, J., (2014). Colombian Entrepreneurial Dynamics 2013. Universidad Icesi, Colombia,

•Varela, R., y Moreno, J., (2014). Entrepreneurship in the Caribbean Region 2013. Universidad Icesi, Colombia, Global Entrepreneurship Research Association. Londres, Inglaterra.

•Varela, R., y Moreno, J., (2015). Entrepreneurial Activity in the Caribbean Region 2014. Universidad Icesi, Colombia,

•Varela, R., y otros (2016). GEM Latin America and Caribbean Regional Report 2015/16. Global Entrepreneurship Research Association.

•Varela, R. y otros (2017). Latin America and Caribbean Regional Report 2015/16.

•Varela, R., Moreno, J., Franco, M.C., y otros. (2017). Actividad Empresarial Colombiana 2016. Cali, Colombia: Ediciones Icesi.

•Varela, R., Moreno, J., Soler, J., Pereira, F., Osorio, F., Gómez, E., López, M., Parra, L., Buelvas, P. & Peñuela, J. (2020). Dinámica de la actividad empresarial en Colombia. Universidad Icesi. DOI: <https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2020>

•Varela, R., Arango, C. & Soler, J. (2021). Efectos de la COVID-19 en el ritmo empresarial colombiano. Cali: Editorial Universidad Icesi. DOI: <https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2021>

Al identificar las diferencias entre las poblaciones que están en cada etapa, es posible medir la cantidad de pérdidas (también denominadas: fugas, discontinuidades, muertes, etc). A partir de estos datos es posible definir las etapas que requieren refuerzos y acompañamientos y así poder proponer soluciones y mejoras que deben implementarse en cada etapa del proceso.

La etapa final de la tubería es un “tanque” que acumula todos los caudales netos que llegan a esa etapa, pero también puede tener fugas por diversas discontinuidades que se dan en el proceso empresarial, por ejemplo: liquidación, venta, transformación, cambio de negocio, cambio de trayectoria personal, cierre, muerte, etc.

Las seis etapas propuestas en el modelo de Tubería Empresarial, son: (1) Aceptación sociocultural hacia la creación de empresas, (2) Empresario Potencial, (3) Empresario Intencional, (4) Empresario Naciente, (5) Empresario Nuevo, (6) Empresario Establecido, definidas de la siguiente manera:

• **Aceptación sociocultural hacia la creación de empresas**

Mide el porcentaje de la población adulta, entre 18 y 64 años, quienes afirman, que el hecho de crear una empresa es una elección deseable de carrera profesional porque los empresarios exitosos gozan de un status alto, o son respetados, o los medios de comunicación difunden a menudo noticias sobre nuevos empresarios exitosos.

• **Empresarios Potenciales**

Mide el porcentaje de la población adulta, entre 18 y 64 años, quienes afirman, que en los próximos seis meses existirán buenas oportunidades para crear empresa en el área donde viven, o que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para crear una empresa, o que el temor al fracaso **NO** los detendría al momento de crear una empresa.

• **Empresarios Intencionales**

Mide el porcentaje de la población adulta, entre 18 y 64 años, que tiene la firme intención de iniciar una nueva actividad empresarial, solo o con otras personas, en los próximos tres años.

• **Empresarios Nacientes**

Mide el porcentaje de la población adulta, entre 18 y 64 años, que ha realizado alguna actividad específica en la creación de la nueva actividad empresarial, pero solo ha pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados o a propietarios por menos de tres meses.

• **Empresarios Nuevos**

Mide el porcentaje de la población adulta, entre 18 y 64 años, que ha estado al frente de su iniciativa empresarial y que ha pagado salarios o algún tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados o a propietarios por más de tres meses, pero por menos de 42 meses (3,5 años).

• Empresarios Establecidos

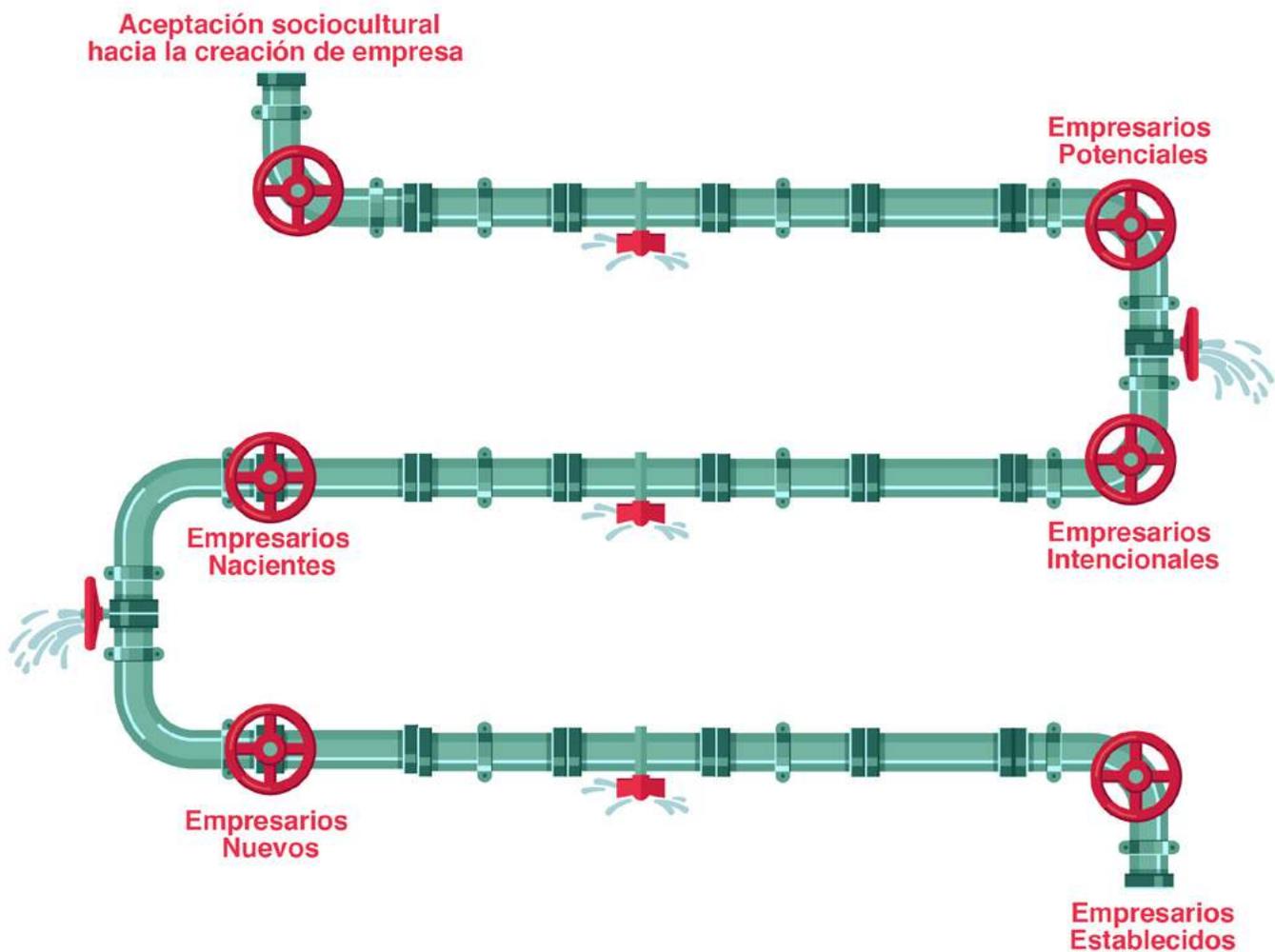
Mide el porcentaje de la población adulta, entre 18 y 64 años, que ha estado al frente de su iniciativa empresarial, y que ha pagado por más de 42 meses (3,5 años) salarios o cualquier otro tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o a propietarios.

De estas seis etapas básicas, se deriva el principal indicador del estudio GEM, denominado como Tasa de actividad empresarial temprana (TEA) y se define como: el porcentaje de la población adulta, entre 18 y 64 años, que son: Empresarios Nacientes o Empresarios Nuevos, o sea, personas que han estado al frente de su iniciativa empresarial y han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o a propietarios por menos de 42 meses (3,5 años).

Figura 4.1

Tubería Empresarial

Fuente: Varela R., et ál. (2013)



4.2 Supuestos del modelo

Al utilizar el concepto de Tubería Empresarial es importante comprender varias características y supuestos del modelo:

1. Teniendo en cuenta que cada año las personas adultas que son entrevistadas por GEM en la APS son diferentes, el procedimiento no puede asociarse con un estudio longitudinal que sigue a la misma persona en el transcurso del proceso. El modelo sigue a la población en su conjunto a lo largo de las etapas.
2. Los resultados son fotos instantáneas, tomadas en un país, en un momento dado y aunque algunas etapas pueden tener diferentes duraciones en el tiempo, los resultados miden el estado de cada persona adulta a la hora de la instantánea. Al modelo no le importa cuánto tiempo ha estado o estará la persona en esa etapa.
3. Es posible que algunas personas estén en varias etapas simultáneamente, y se contabilizarán en todas las etapas en que se encuentren, sin considerar el tiempo que han estado en una etapa o en otra.
4. Como las cifras de cada etapa pueden variar de un año a otro es necesario analizar no solo los datos crudos, si no también asociar a ellos los fenómenos del entorno que puedan ser los causantes de las variaciones posibles que están sucediendo. Quizás en un año haya muy pocos empresarios intencionales y un alto valor para los empresarios nacientes, y ello correspondería a que hace varios años había muchos empresarios intencionales que apenas en este año están tratando de convertir sus ideas en empresas.
5. El concepto de fugas debe considerarse como características de la población y no como una característica de la persona. Así, cuando en una etapa hay 16,0% y en la siguiente 8,0% el significado es que el 16,0% de la población se encuentra en esa etapa y el 8,0% de la población está en la etapa siguiente. Puede haber personas que se encuentran en ambas etapas, y como se mencionó anteriormente, no significa que las mismas personas estén haciendo el traslado de una etapa a la otra.
6. El modelo no considera ninguna cifra como la ideal en ninguna etapa; es solo un instrumento para comprender mejor, desde una visión macro, la situación empresarial de un país y permitir comparar los resultados de una manera más sencilla, y así poder derivar soluciones para cada etapa.



4.3 Aceptación sociocultural de la actividad empresarial

En lo referente a la aceptación sociocultural existen en el GEM varios elementos que permiten observar actitudes y valores orientados hacia la actividad empresarial. La Tabla 4.1 recoge los resultados de las respuestas dadas por la población colombiana sobre la aceptación positiva de los enunciados indicados. En la mayoría de los enunciados se contabilizó como positivas las respuestas: totalmente de acuerdo, de acuerdo y neutro). En el caso de la pregunta sobre el número de empresarios que conoce se consideró como positiva la respuesta el conocer al menos uno, y en el caso de la pregunta facilidad para iniciar una empresa solo se aceptaron como positivas el totalmente de acuerdo y el de acuerdo.

Tabla 4.1
Apreciaciones socioculturales sobre la creación de empresas - Colombia 2021
Apreciaciones socioculturales sobre la creación de empresas - Colombia 2021

Enunciado	Porcentaje positivo	Ubicación mundial
La mayoría de la gente considera que emprender un nuevo negocio es una elección de carrera profesional deseable.	52,2%	36/40
Los que tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto.	61,9%	33/39
Se pueden ver a menudo, en los medios de comunicación públicos y/o en Internet, noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios.	59,0%	28/37
Cuántas personas conoce usted personalmente que hayan iniciado un negocio o convertido en autoempleados en los dos últimos años.	58,2%	15/47
Es fácil iniciar un negocio.	29,0%	41/47
Usted raramente ve oportunidades de negocio, incluso a pesar de conocer y estar bien informado en su área de conocimiento o de trabajo.	38,1%	38/47
Incluso cuando usted ve una oportunidad de negocio rentable rara vez intenta ponerla en ejecución.	52,6%	26/30
La gente piensa que usted tiene una alta capacidad para la innovación.	72,5%	13/30
Cada decisión que usted toma forma parte de su plan de carrera profesional a largo plazo.	78,7%	12/30
La mayoría de la gente prefiere que todo el mundo tenga un nivel de vida similar.	46,3%	31/33



El modelo de Tubería Empresarial seleccionó tres de estos indicadores para medir la aceptación sociocultural de la actividad empresarial. Se reporta el porcentaje de la población colombiana que dio respuesta positiva a estos enunciados:

- La consideración de la carrera empresarial como una opción viable de desarrollo.
- El pensar que ser empresario confiere estatus y da reconocimiento social.
- El creer que los medios de comunicación dan información positiva sobre la actividad empresarial.

Como cada enunciado genera un porcentaje de respuestas positivas, el indicador se calculó promediando aritméticamente los porcentajes de los tres factores y alcanzó una cifra de 57,7%, indicando que aproximadamente seis de cada diez colombianos tienen una percepción positiva y favorable hacia la creación de empresas.

Sin embargo, existen muchas otras opciones sobre la forma de generar un indicador para esta etapa del proceso, que pueden incluir los diversos enunciados que la encuesta plantea, y considerar procesamiento diferentes. Solo por ilustrar la relevancia de estas definiciones se plantean en la Tabla 4.2, los resultados que se obtendrían si se definiera que la aceptación sociocultural se mida con el hecho de que las personas tengan uno, dos o los tres indicadores de los definidos por el Modelo de Tubería Empresarial.

Igualmente se incluyen en dicho gráfico los resultados que se obtendrían si se usasen, en adición de los tres factores ya incluidos, los factores correspondientes a conocer empresarios y a facilidad para iniciar negocios.

Como se puede observar, el cambiar los factores y la exigencia de presencia de ellos modifica notablemente los resultados. Para mantener los niveles de comparación con los años anteriores, se usará como elemento de la Tubería Empresarial, el valor obtenido empleando el procedimiento tradicional que se ha usado en años anteriores

Tabla 4.2**Indicadores de la aceptación sociocultural de la actividad empresarial - Colombia 2021**

Fuente: Desarrollo de los autores basada en datos de GEM 2021

Criterio	Valor
Al menos uno de los tres del modelo tradicional.	89,3%
Al menos dos de los del modelo tradicional.	65,9%
Al menos los tres del modelo tradicional.	34,4%
Los cinco de los cinco factores.	2,1%
Cuatro de los cinco factores.	19,5%
Tres de los cinco factores.	47,5%
Dos de los cinco factores.	73,8%
Uno de los cinco factores.	92,3%

En general, e independientemente de la metodología de cálculo, los resultados de los factores usados para tener una apreciación de la percepción sociocultural sobre la creación de empresas indican que, en Colombia, se tiene una percepción favorable sobre la actividad empresarial.

Se resalta el tema de facilidad de crear empresa en Colombia, pues se encuentra que la percepción de los colombianos no es buena sobre este factor porque solo el 29% consideró que era fácil crear una empresa en Colombia, y por esta razón es necesario encontrar procedimientos alternativos que faciliten el proceso de creación de empresa.

En el ámbito de la aceptación sociocultural sobre la creación de empresas, y algunos de los hechos que se vivieron en el 2021 (paro nacional y bloqueos de ciudades y corredores viales) cuando se hizo evidente la insatisfacción de una parte de la población hacia empresas de distintos tamaños y orígenes, es prioritario que tanto el gobierno, como los sectores empresariales, diseñen y ejecuten una campaña de información sobre el papel positivo que la actividad empresarial tiene en el desarrollo del país, de manera que se promueva el interés de los jóvenes de materializar iniciativas empresariales y se reconozca la contribución social de la actividad empresarial.

El Gráfico 4.1 presenta los resultados del indicador Aceptación sociocultural sobre la creación de empresas durante los últimos 5 años, y se observa que ha fluctuado entre el 58% y el 81%, que muestra una percepción y una actitud positiva y favorable sobre el proceso empresarial.

El Gráfico 4.2, exhibe los resultados de los indicadores de Aceptación sociocultural sobre la creación de empresas diferenciados por género y se observa que no hay diferencias significativas entre los indicadores para hombres y mujeres en estos tres indicadores básicos de aceptación sociocultural hacia la creación de empresa.

Gráfico 4.1

Aceptación sociocultural - Colombia 2017-2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021

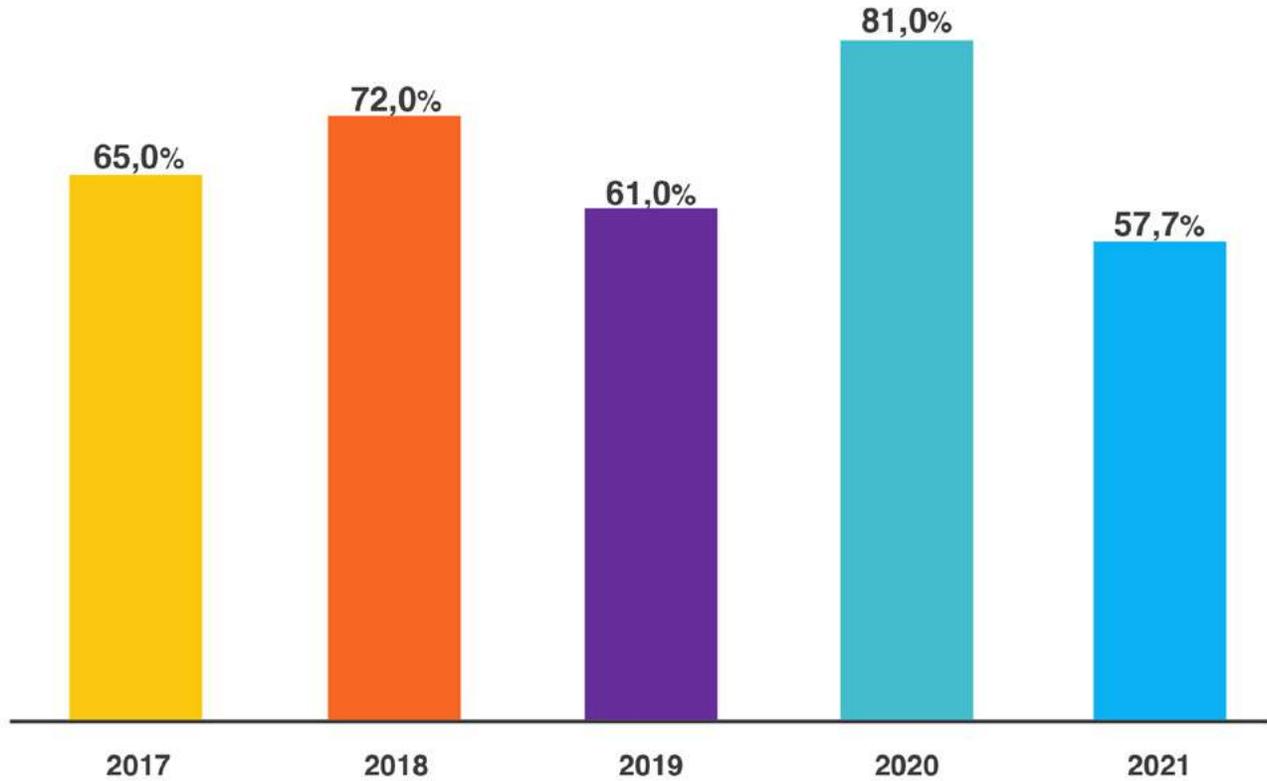
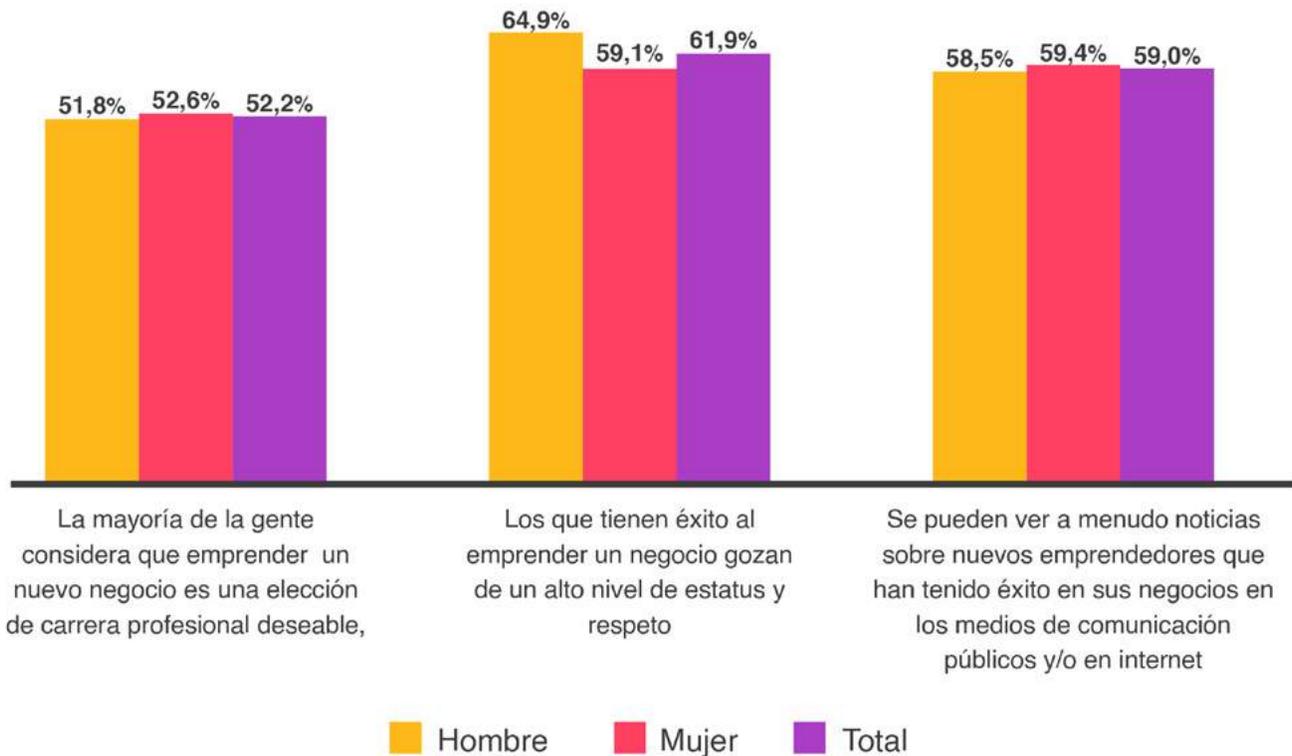


Gráfico 4.2

Aceptación sociocultural por género en Colombia 2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021



4.4 Empresario Potencial

El cuestionario GEM recoge las percepciones de los colombianos sobre tres variables muy importantes para acercarse a la definición de un Empresario Potencial. Estos tres elementos son:

- Tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia requeridos para iniciar una empresa.
- Cuando identifica una buena oportunidad empresarial, el temor al fracaso NO lo detiene.
- Existen buenas oportunidades empresariales en el área donde vive.

Los resultados para cada uno de ellos se presentan en la Tabla 4.3, y usando como mecanismo de integración de estos tres factores el promedio aritmético, se logra un indicador de 48,9%. Esto indica que uno de cada dos colombianos considera que está apto para llevar a cabo el proceso empresarial. Esta cifra permite identificar la primera fuga, pues se encontró que en la zona de aceptación social se llegó al 57,7% y aquí en el empresario potencial solo alcanza al 48,9%.

Los procesos educativos son fundamentales para subsanar esta fuga, porque el empresario potencial es una persona en constante formación, tanto en sus competencias personales como en sus competencias empresariales. Debido a que solo el 18,8% de los colombianos considera tener los tres factores que definen a un empresario potencial en este modelo de tubería empresarial, hay que enfocarse en brindar apoyo en el desarrollo de competencias en estos aspectos y no partir de la premisa de que todos los colombianos tienen estas competencias.

Dado que es posible tener otras interpretaciones sobre cómo calcular el indicador integral, se presentan en la Tabla 4.3 los resultados bajo esas concepciones.

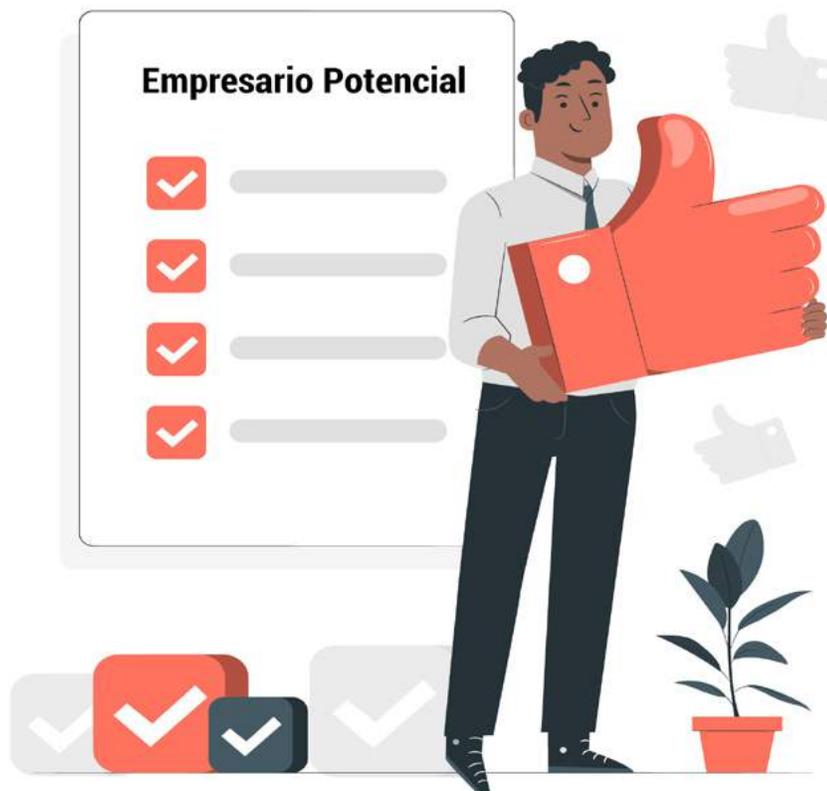


Tabla 4.3**Empresario Potencial - Colombia 2021**

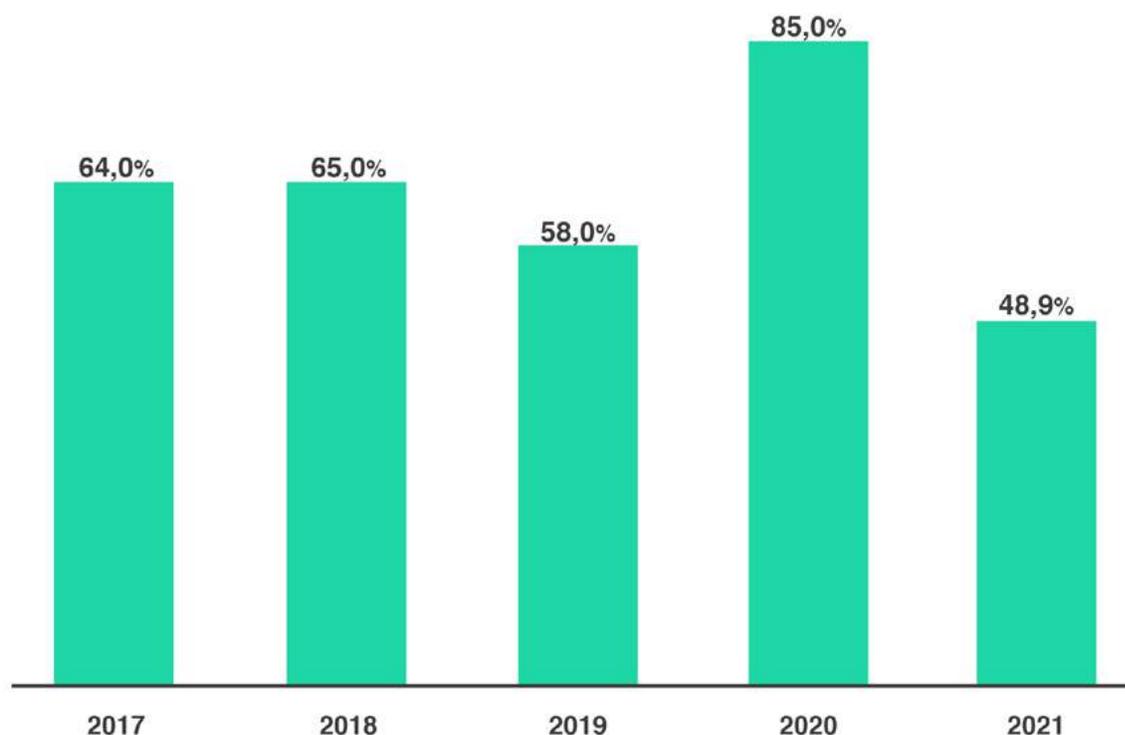
Fuente: Desarrollo de los autores basada en datos de GEM 2021

Criterio	Valor
Tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia.	56,2%
Ante una buena oportunidad empresarial, el temor al fracaso no lo detiene.	52,4%
Identifica buenas oportunidades empresariales en el área donde vive.	38,1%
Promedio de los porcentajes positivos de los tres elementos.	48,9%
%Personas con los tres elementos.	18,8%
%Personas con dos elementos.	51,2%
%Personas con un elemento.	87,4%

El Gráfico 4.3 presenta los resultados obtenidos en los últimos cinco años. Se percibe una tendencia declinante en este indicador, y por ello se requieren programas de formación empresarial, focalizados en estos elementos, para que una mayor cantidad de colombianos pueda consolidar las competencias necesarias para continuar en el proceso empresarial.

Gráfico 4.3**Empresario Potencial - Colombia 2017-2021**

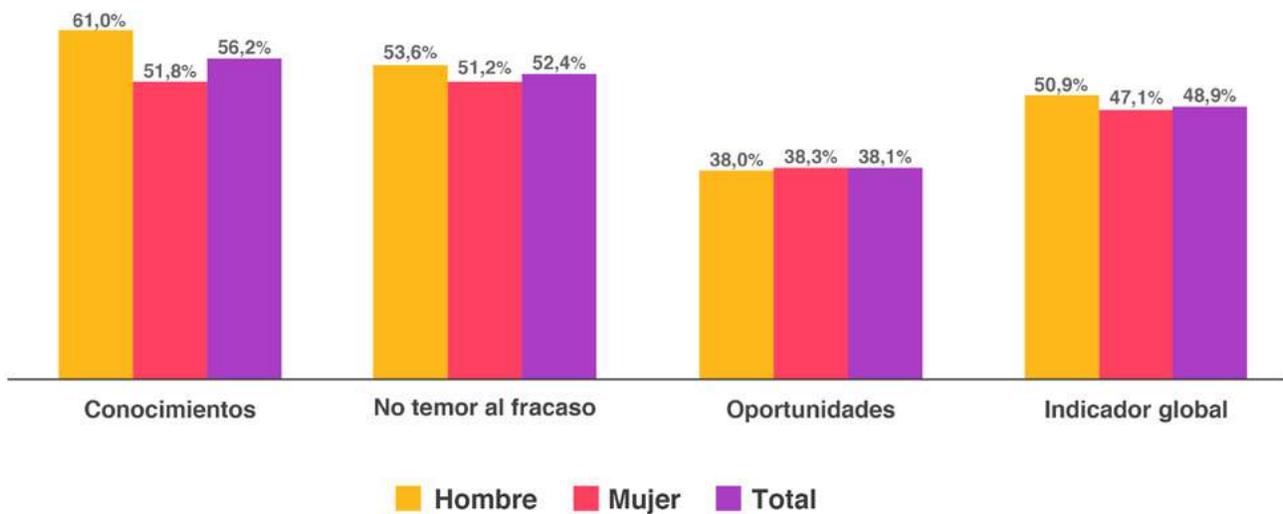
Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021





El Gráfico 4.4 presenta las diferencias de estos indicadores entre hombres y mujeres en el 2021, y empiezan a hacerse evidentes algunas diferencias entre los géneros, dependiendo de los distintos componentes que definen al Empresario Potencial.

Gráfico 4.4
Empresario Potencial según género Colombia 2021
 Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021



4.5 Empresario Intencional

El Empresario Intencional se mide en GEM con una pregunta específica ¿Está usted esperando iniciar una empresa, solo o en compañía, en los próximos tres años? Para el ciclo 2021-2022, se encontró que el 20,9% de la población adulta colombiana, que no ha iniciado actividad empresarial, manifestó su intencionalidad de hacerlo en los próximos tres años. Esto conllevó a que Colombia ocupara la posición 19 entre los 47 países, y el octavo entre los 10 países de ingresos inferiores a US\$20.000 que reportaron este dato. Cuando se calcula sobre el total de la población el indicador es 25,8 % y se ocupa la posición 21 en el mundo.

La noción de intencionalidad empresarial ha sido tratada ampliamente por la literatura científica, ya que es una condición necesaria, aunque no suficiente, para que las personas acometan el proceso final de creación de empresa. Y es preocupante que solo uno de cada cinco colombianos esté pensando en crear empresa en el horizonte de tres años.

Al comparar el indicador agregado para los empresarios potenciales (48,9%) contra el de los Empresarios Intencionales (20,9%), se identifica que existe, entre estas dos etapas del proceso empresarial, una fuga bastante significativa, puesto que solo cuatro de cada diez empresarios potenciales se convierten en Empresarios Intencionales.

Para poder mermer el nivel de fuga entre las dos etapas, potencial e intencional, es necesario establecer programas de apoyo a la generación y maduración de ideas empresariales y programas formativos en los diversos temas empresariales. Ellos deben ir unidos a procesos de mentoría y de *coaching*, para poder elevar este indicador y mejorar la posibilidad de que un número mayor de colombianos continúe activo en la Tubería Empresarial. De esta manera, podrán acometer las etapas siguientes que son las que corresponden a la creación efectiva de las nuevas iniciativas empresariales.

Al mirar los datos históricos colombianos, contenidos en el Gráfico 4.5, se observa que este indicador ha venido disminuyendo a lo largo de los últimos años, lo cual es sorprendente, por los resultados de las dos etapas anteriores y por todo el apoyo y el reconocimiento que tanto el gobierno como el sector privado le han dado al proceso empresarial, durante los últimos años.

Además, resulta preocupante, porque tener una tasa de empresarios intencionales en continua disminución, puede significar que en los próximos años se presente una reducción significativa de Empresarios Nacientes, Nuevos y Establecidos. Esto evidentemente tendría un efecto negativo en los indicadores de los objetivos del desarrollo.

El Gráfico 4.6 indica la existencia de una diferencia entre la intencionalidad de las mujeres y la de los hombres.

Gráfico 4.5

Empresario intencional Colombia 2017- 2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021

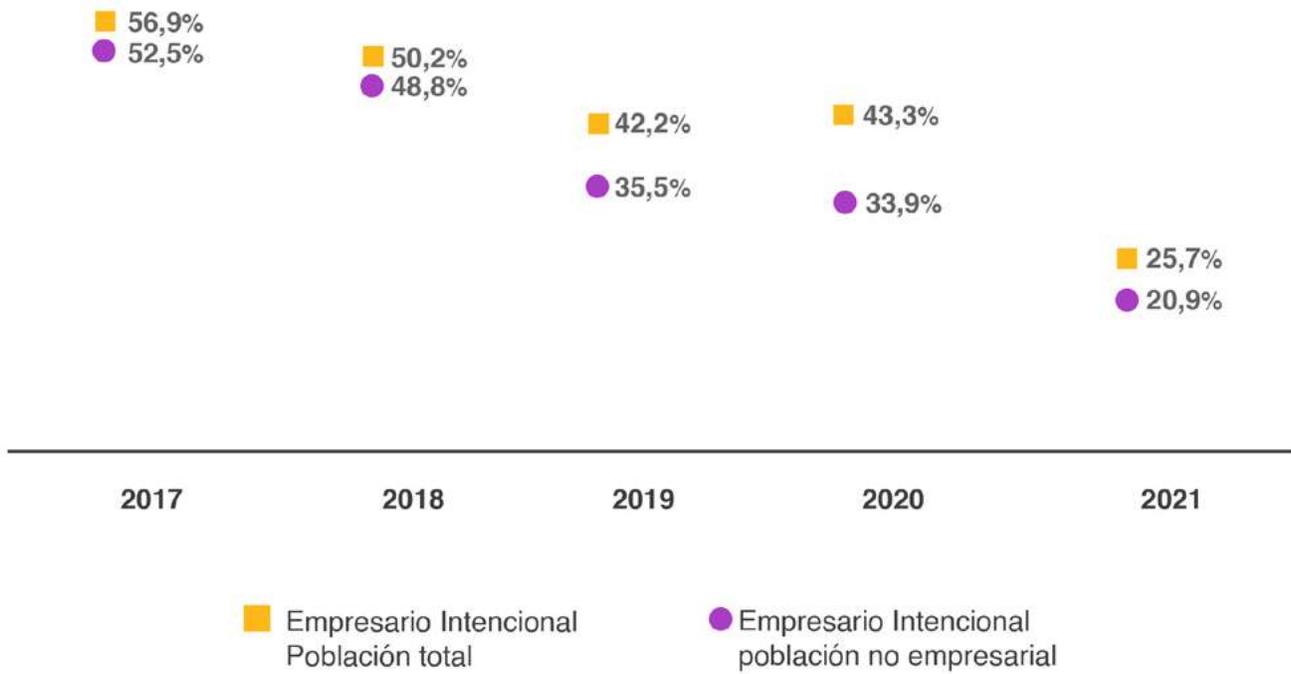
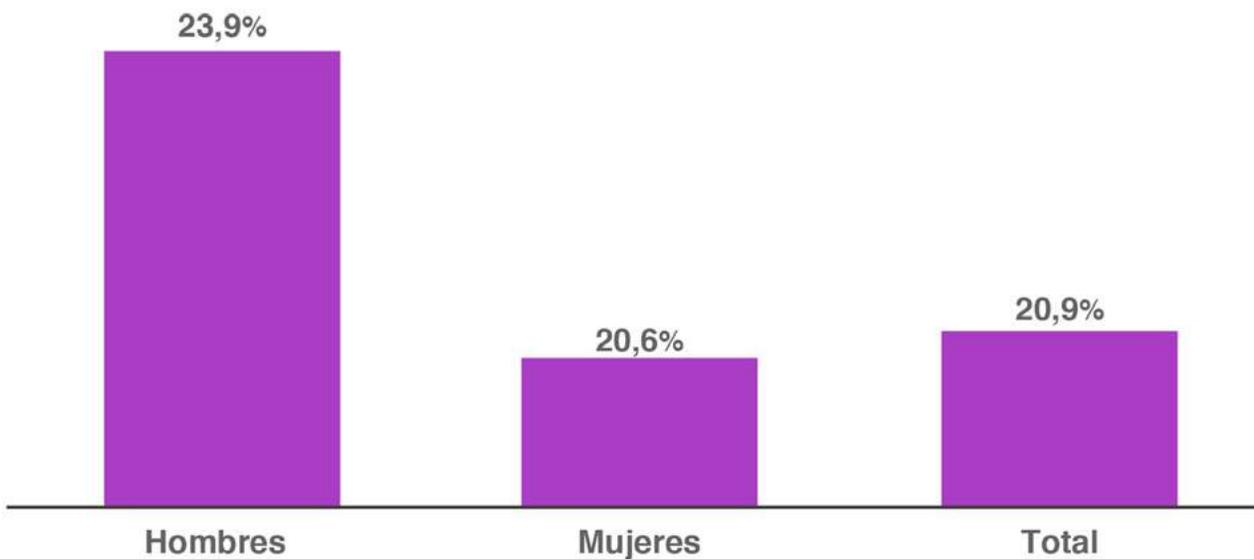


Gráfico 4.6

Empresario Intencional según género - Colombia 2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021







4.6 Empresarios Nacientes

Como se indicó en la definición, los Empresarios Nacientes son aquellos que ya están desarrollando actividades propias al avance de su iniciativa, pero solo han podido pagar salarios, o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios durante menos de tres meses.

En el ciclo 2021-2022 el 10,1% de los colombianos adultos se encontraba en esta situación, haciendo que Colombia ocupe la posición 13 en el escalafón entre los 47 países participantes.

Al diferenciar por género a los Empresarios Nacientes, se observa que los hombres presentan una propensión de 11,4% y las mujeres una propensión de 8,9%. Las diferencias de género serán estudiadas en detalle en el próximo capítulo.

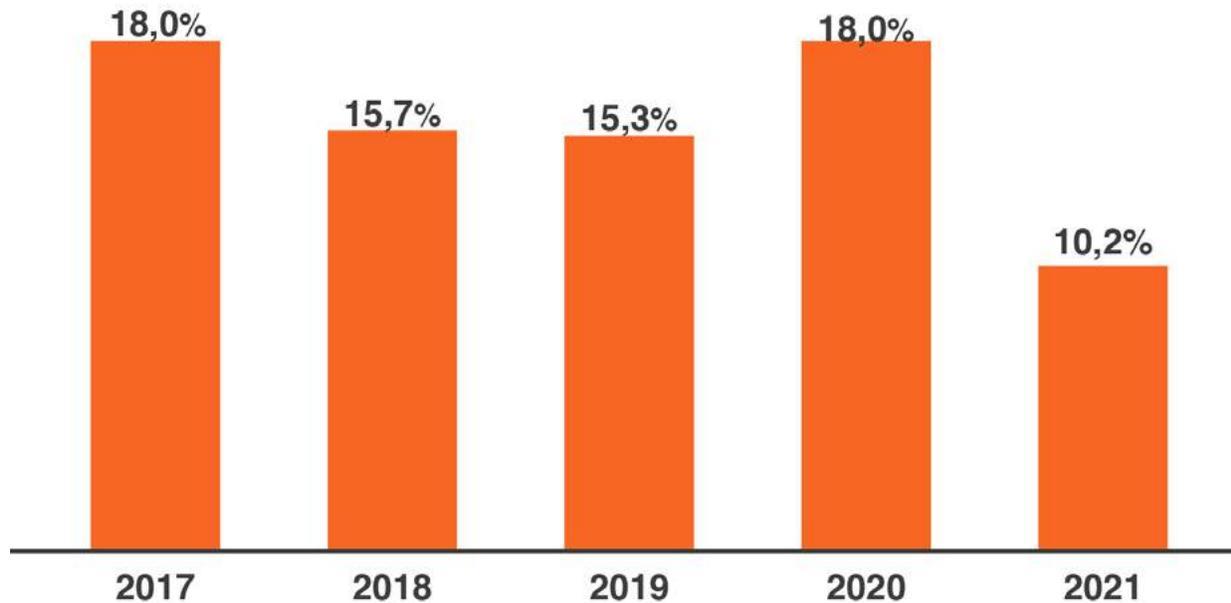
Es importante destacar el cambio tan significativo que se ha dado en Empresarios Nacientes en los últimos años, ya que en el 2019 la cifra fue del 15 %, en el 2020 alcanzó el 18 % y en el 2021 disminuye al 10,1%, que es el valor más bajo en los últimos cinco años de medición, como lo muestra el Gráfico 4.7.

Se puede observar que el paso de Empresario Intencional a Empresario Naciente tiene una fuga significativa, ya que de una intencionalidad de 20,9 % se cae a una acción inicial empresarial de 10,1%. Esta fuga permite concluir que el sistema de apoyo debe generar mecanismos que faciliten y estimulen el tránsito de los colombianos que tienen intención de iniciar una actividad empresarial. Es por eso que, es muy importante el trabajo sobre las características personales en el desarrollo de las competencias empresariales. Los procesos de mentoría, *coaching* y todo lo que oriente la intencionalidad hacia la acción deben ser utilizados para fortalecer las capacidades de asumir riesgos y de identificar oportunidades en el entorno y también para brindar capacitación sobre los procedimientos y conocimientos necesarios para el nacimiento y la gestión de una empresa.

Gráfico 4.7

Empresarios Nacientes Colombia 2017- 2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021



4.7 Empresarios Nuevos

En el ciclo 2021-2022, se encontró que el 5,9% de los adultos colombianos está en la categoría de Empresario Nuevo, es decir que, son personas que han estado al frente de la actividad empresarial y han pagado salarios o algún otro tipo de remuneración, en dinero o en especie, a los propietarios y/o a los colaboradores durante más de tres meses y menos de 42 meses. Con este indicador Colombia ocupa la posición 17 entre los 47 países participantes. Al analizar los resultados segmentados por género se encontró que la propensión de los hombres es de 6,47% mientras que la propensión de las mujeres es el 5,38%.

Se observa en la Tubería Empresarial una fuga en la transición de Empresario Naciente a Nuevo, puesto que de una propensión del 10,1% en los Empresarios Nacientes se cae a una propensión del 5,9%, indicando que de las iniciativas que llegan a ser nacientes, solo el 60% alcanza la fase de ser Empresario Nuevo.

La propensión de Empresarios Nuevos del 2021 es la más baja en los últimos cinco años como lo indica el Gráfico 4.8, y exige que se tomen medidas para tratar de subsanar esta caída, debido a que el caudal de Empresarios Nacientes (entre 3 y 42 meses) es la fuente que nutre la etapa de los Empresarios Establecidos y entre ellos dos está la mayor contribución a los indicadores de desarrollo: empleos, valor agregado, impuestos, exportaciones, etc.

4.8 TEA

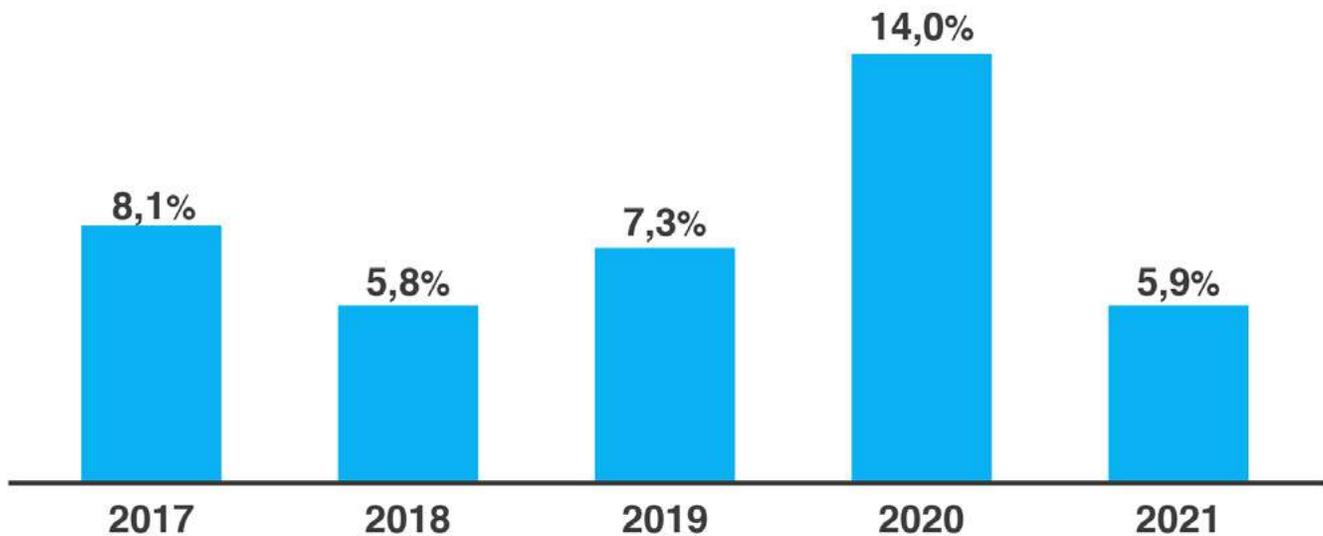
El indicador TEA (Total de la actividad empresarial temprana), expresa el porcentaje de adultos que están inmersos en el proceso empresarial, y que ha podido pagar salarios o cualquier otro tipo de remuneración, en dinero o en especie, para los propietarios y/o los colaboradores por menos de 42 meses.

En el ciclo 2021-2022, el valor para Colombia fue del 15,7%, con el cual logró la posición 15 entre los 47 países participantes y la posición seis entre los países del Nivel C (menos de \$US20.000). La TEA para hombres alcanzó el 17,4% y la de mujeres el 14,1%.

Gráfico 4.8

Empresarios Nuevos - Colombia 2017- 2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021

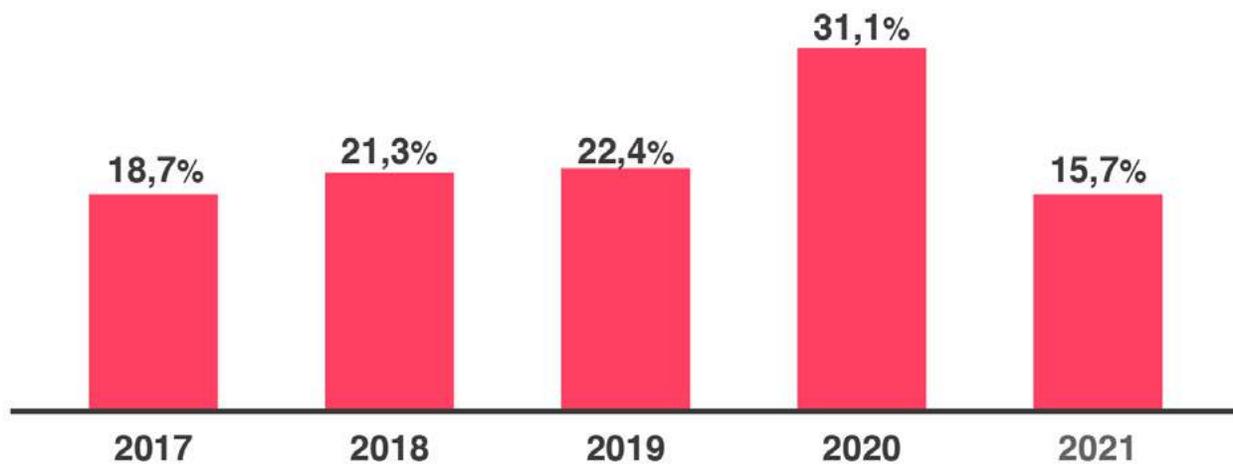


El Gráfico 4.9 presenta los resultados del TEA durante los cinco últimos años, y el valor del 2021 es el más bajo en ese horizonte de tiempo. La caída con respecto a los datos de 2020 es muy significativa, pues se pasó de 31,9% a 15,7%.

Gráfico 4.9

TEA Colombia 2017- 2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021



4.9 Empresarios Establecidos

Los Empresarios Establecidos en Colombia, o sea, aquellos que han estado reconociendo salarios, honorarios o cualquier otra forma de pago, en dinero o en especie, durante más de 42 meses, presentaron en el ciclo 2021-2022 un resultado que es el más bajo de todos los reportados en la historia de GEM Colombia, porque con un valor del 1,8% se ubica en la posición 47 entre los 47 países participantes y en la posición 10 de los 10 países del nivel de ingreso.

En cuanto a las diferencias por género, se encontró que la propensión de las mujeres fue de 1,45% mientras que la de los hombres fue 2,24%.

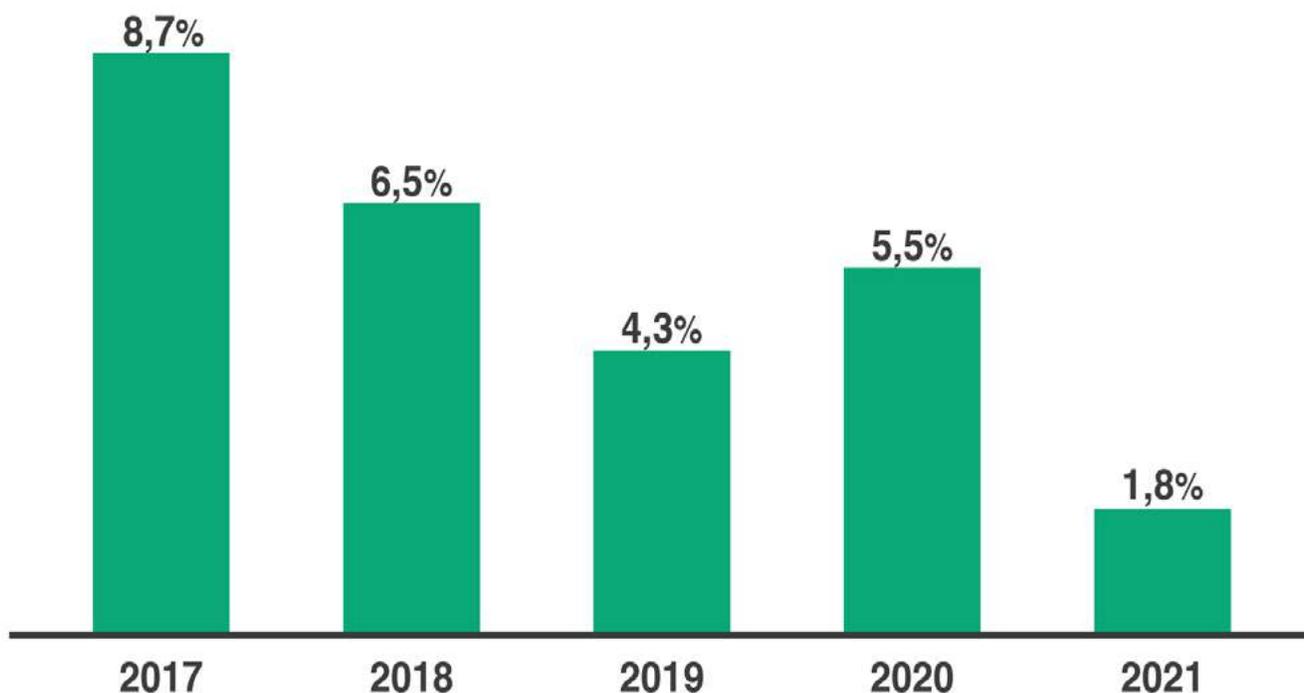
Como se observa en el Gráfico 4.10, este indicador presenta una tendencia decreciente a lo largo de los últimos cinco años, que no es lo que Colombia necesita para su desarrollo.

Esta tendencia exige establecer programas orientados a mantener activas las empresas porque el valor de la pérdida de Empresarios Establecidos es muy alto, pues ya han pasado el ciclo de los 42 meses, y son fundamentales para el desarrollo económico de Colombia.

Gráfico 4.10

Empresarios Establecidos - Colombia 2017-2021

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021



4.10 Tubería Empresarial

La Tabla 4.4 recoge los datos correspondientes a las distintas etapas que constituyen la tubería empresarial. A modo de resumen, se puede ver en esta tabla el proceso declinante, que se ha explicado previamente, con fugas significativas al hacer el tránsito entre las etapas del proceso empresarial.

Además, se genera una distinción por género con el ánimo de encontrar diferencias que puedan ser importantes para el análisis. Sin embargo, se encuentra que las propensiones de los hombres y de las mujeres sobre las distintas etapas del proceso empresarial, son bastante similares (ver Figura 4.2).

El Gráfico 4.11 presenta la evolución histórica de la Tubería Empresarial colombiana, y en ella se observan algunas variaciones entre años, muy significativas.

Tabla 4.4
Tubería Empresarial - Colombia 2021.

Fuente: Desarrollo de los autores basada en datos de GEM 2021

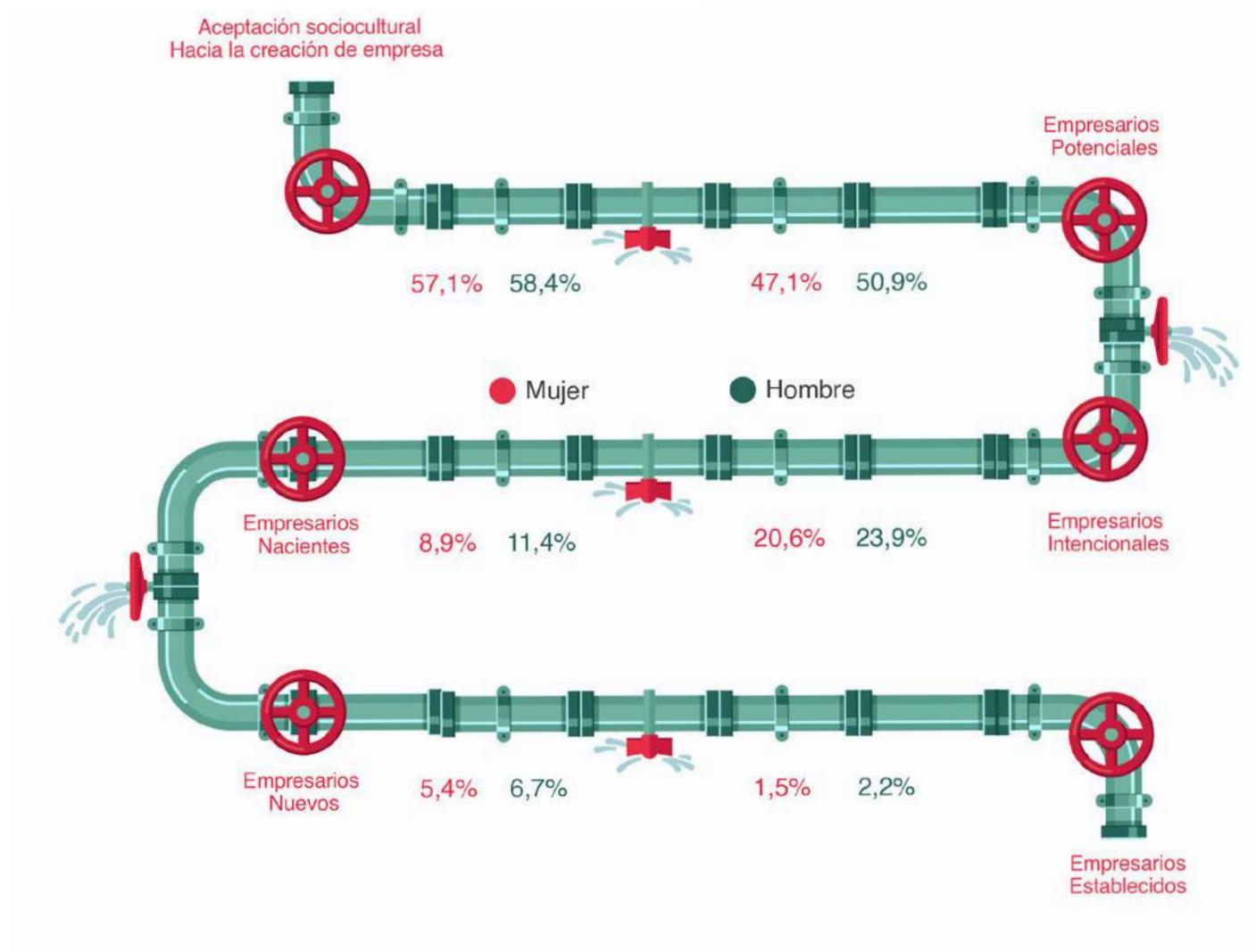
	Aceptación Socio-cultural	Empresario Potencial	Empresario Intencional	Empresario Naciente	Empresario Nuevo	TEA	Empresario Establecido
Total	57,7%	48,9%	20,9%	10,1%	5,9%	15,7%	1,8%
Hombres	58,4%	50,9%	23,9%	11,4%	6,5%	17,4%	2,2%
Mujeres	57,1%	47,1%	20,6%	8,9%	5,4%	14,1%	1,5%
Propensión Hombres / mujeres	1,023	1,080	1,157	1,286	1,203	1,234	1,493



Figura 4.2

Tubería Empresarial por género

Fuente: Desarrollo de los autores basado en datos de GEM 2021



El Gráfico 4.11. presenta la Tubería Empresarial de los últimos cinco años en Colombia y el Gráfico 4.12 muestra la distribución teniendo en cuenta el género. De estos resultados se pueden deducir las siguientes conclusiones:

Gráfico 4.11
Tubería Empresarial histórica 2017-2021

Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia 2021

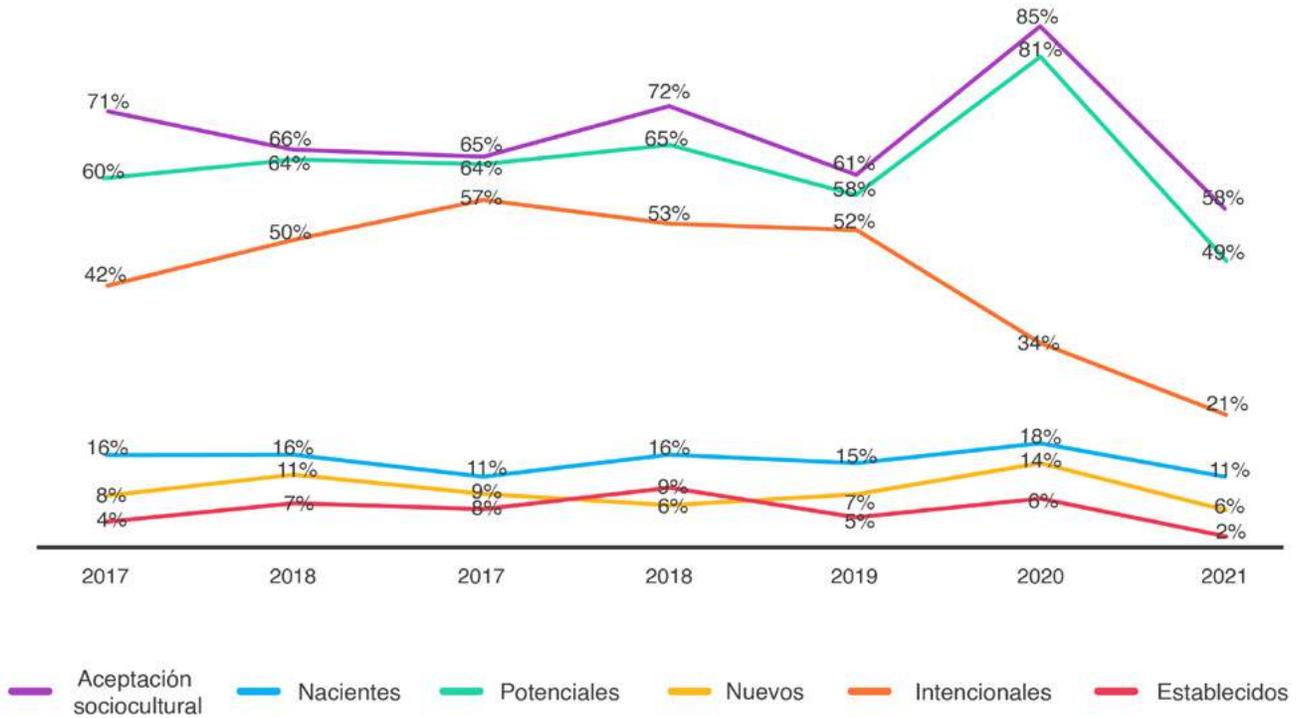
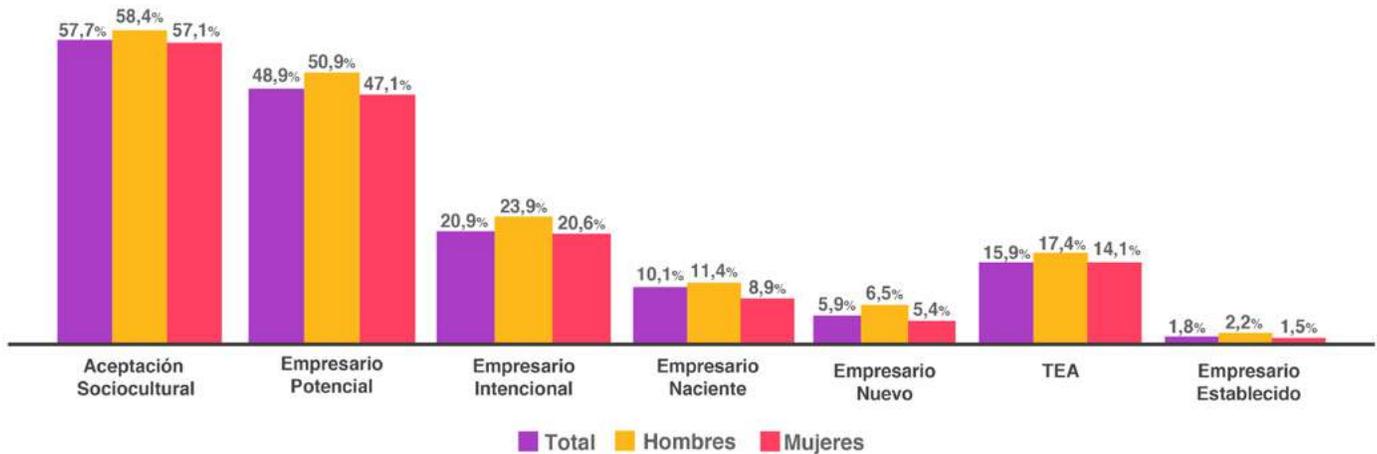


Gráfico 4.12

Tubería Empresarial según género

Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia 2021



- Aunque en el 2020 se lograron resultados muy altos en todas las etapas de la Tubería, el 2021 fue un año de retorno a los valores que tradicionalmente se habían encontrado en las distintas etapas de mediciones anteriores. Una explicación posible es que la situación de desempleo y de dificultades vividas durante el 2020, a causa de la pandemia, probablemente llevó a muchos adultos a intentar desarrollar una carrera empresarial, es decir a emprender. Sin embargo, al comenzar en el 2021 una normalización y una superación de algunos efectos negativos generados por la pandemia, muchos de ellos volvieron a sus empleos y no continuaron con sus iniciativas.
- La Tubería Empresarial con datos del 2021 presenta en la mayoría de las etapas, los indicadores más pequeños con respecto al ciclo 2017-2021, y esta caída tan pronunciada, comparándola con datos pre-pandemia, amerita hacer esfuerzos para atraer e incentivar a los adultos hacia la ejecución de actividades empresariales.
- Se observa que, en todas las etapas, la propensión de las mujeres es inferior a la de los hombres y, por ello es necesario determinar las competencias que faltan por desarrollar en las mujeres y diseñar e implementar programas orientados a resolver esas dificultades.
- En los aspectos socioculturales el resultado más bajo es la percepción de que el ser empresario es una buena opción de carrera profesional, pues solo uno de cada dos colombianos tiene una percepción positiva de este camino de ejercicio vital.
- En lo referente a los tres componentes del empresario potencial, el que obtuvo la calificación más baja fue la capacidad de identificar oportunidades empresariales en su entorno, ya que solo uno de cada tres colombianos considera que las identifica. Aquí el desarrollo de la amplitud porcentual, de la flexibilidad, de las capacidades creativas, de la interpretación de los clientes y de las características del mercado, de procesos de validación, son elementos vitales a los cuales no se les ha dado la suficiente atención formativa. Es necesario que los programas de formación y de acompañamiento, trabajen con más profundidad los procesos de generación y desarrollo de ideas empresariales.

- La situación de los empresarios intencionales es preocupante, porque como se observa en los Gráficos 4.5 y 4.6 ha mermado de 57% a 25,8% cuando se toma el total de la población y de 52,7% a 20,9% cuando se tiene en cuenta a la población que no está actuando como empresaria. En esta etapa, que es tal vez la de más retos personales ya que hay que tomar decisiones complejas de cambio de la trayectoria vital, en las formas de generar ingresos y de desempeño, entre otras, se requieren procesos de apoyo personalizado para que el potencial empresario tome las decisiones desde una posición de confianza en sí mismo, fortalezca sus motivaciones al logro, aprenda a manejar situaciones de riesgo y todos los atributos personales propios al espíritu empresarial que son requeridos para que la intencionalidad se vuelva realidad. En este caso el trabajo de los *coaches*, mentores y asesores, que trabajen en el desarrollo personal del futuro empresario, son fundamentales en este tránsito de Potencial a Intencional.

Se puede observar una reducción de empresarios de la etapa potencial a intencional de dos a uno, es decir que, muchos colombianos cierran su posibilidad de convertirse en empresarios. Es pertinente tener en cuenta que la continuidad de la Tubería Empresarial se da en función del resultado de la etapa intencional, y si esta sigue disminuyendo, necesariamente se reducirán los Empresarios Nacientes, los Nuevos y los Establecidos. Hay que tener en cuenta que la fuga que se da en esta etapa no es reemplazable por acciones posteriores que se hagan en el sistema.

- Los Empresarios Nacientes luego de un proceso de ascenso en los años 2019 y 2020 han retrocedido a niveles cercanos del 11% similar a los resultados obtenidos en el 2017. Como se indicará más adelante, esta es una zona de alta informalidad, donde muchas personas ingresan a “ensayar” su dinámica empresarial, en muchos casos motivados simplemente por la urgencia de tener un ingreso, al no existir empleo, y eso hace que sea una población con muchas posibilidades de abandono y de fracaso. Esta etapa, que es importante en el proceso de incubación, debe contar con el apoyo de asesores muy capacitados para orientar a los nuevos empresarios en sus procesos de identificación de clientes y de organización de la actividad empresarial, para que los acompañen y les ayuden a pasar la barrera de los tres meses de pago de salarios y/o remuneraciones.

En esta etapa es fundamental lograr distinguir los tipos de apoyos a los proyectos, pues están aquellos proyectos que son planificados y que tienen un proceso de generación significativa de valor, y los proyectos que son del tipo error y ensayo, cuya generación de valor es baja al igual que la generación de empleos. Estos apoyos, tanto en lo financiero como en lo tributario y en lo administrativo, son también diferentes y exigen asesores diferenciados.



- Para la etapa de los Empresarios Nuevos, los resultados plantean una tendencia decreciente, excepto por los resultados del 2020, por cuanto se pasó de un 6% obtenido en el 2018 a un 5,9% en el 2021. La proporción de la población que llega a esta etapa es baja, y solo uno de cada dos nacientes se convierte en Empresario Nuevo. Esto demuestra que el tránsito a esta etapa es bastante difícil. Programas con asesores ya más maduros y más experimentados en la actividad empresarial se necesitan en esta etapa, para lograr estabilizar los procesos y ampliar el mercado para sus productos o servicios. Programas como el de los *Small Business Development Centers* (SBDC), que se ha venido implementado en varios países de América, pueden ser de gran ayuda a este grupo de empresarios que están en la etapa de crecimiento y que requieren de mucho apoyo gerencial, sin perder su “chispa empresarial”
- La situación más crítica se encuentra en la etapa de los Empresarios Establecidos, porque de una cifra de 8% en el 2017, ha decrecido hasta llegar a 1,85% en el 2021. Estos resultados nos indican que solo siete empresarios de un total de 20 Empresarios Nacientes logran alcanzar la etapa de Empresario Establecido. O sea, que se están extraviando casi el 70% de las iniciativas que habían llegado a ser Empresarios Nuevos y solo dos de cada 11 Empresarios Nuevos estarían llegando a esta etapa.

Tener una salida empresarial en esta etapa resulta costoso en términos personales, profesionales y financieros para el empresario, pero es mucho más costoso para la sociedad que pierde empleos, suministro de bienes, impuestos, entre otros aspectos. Una posible explicación a este fenómeno puede estar relacionada con el hecho de pensar que estos empresarios no requieren ayuda y por ello no se les brindan los suficientes procesos de asistencia y de acompañamiento para que logren iniciar etapas de consolidación y expansión.

Se recomienda que desde el gobierno nacional se creen o potencien mecanismos de apoyo para mantener estas empresas, que tienen ya una trayectoria y son activas en el mercado, para brindarles la oportunidad de recuperarse y volver a sus niveles de operación previos a la pandemia.

4.11 Salidas empresariales

Uno de los mitos más difundidos sobre el proceso empresarial es el de la alta probabilidad de fracaso y la rapidez con que este se produce. Por ello, GEM tiene una sección dedicada a las salidas empresariales o discontinuidades empresariales. Para estudiar esta variable, GEM utiliza una pregunta específica y directa: “Usted en los últimos 12 meses, por cualquier razón o circunstancia, ha tomado la decisión de cerrar, vender, discontinuar o abandonar una actividad empresarial que tenía en operación”

Esta pregunta no permite que allí se incluyan las diversas fugas que se dan en las primeras tres etapas de la Tubería Empresarial, pues en ellas no existe la iniciativa empresarial y lo que se estaría abandonando es una idea o un concepto empresarial. Entonces las “salidas empresariales” las producen adultos que están en la etapa naciente, o de Empresarios Nuevos, o de Empresarios Establecidos, es decir, las salidas que se dan en los tránsitos de naciente a nuevo, de nuevo a establecido y las salidas de los establecidos.

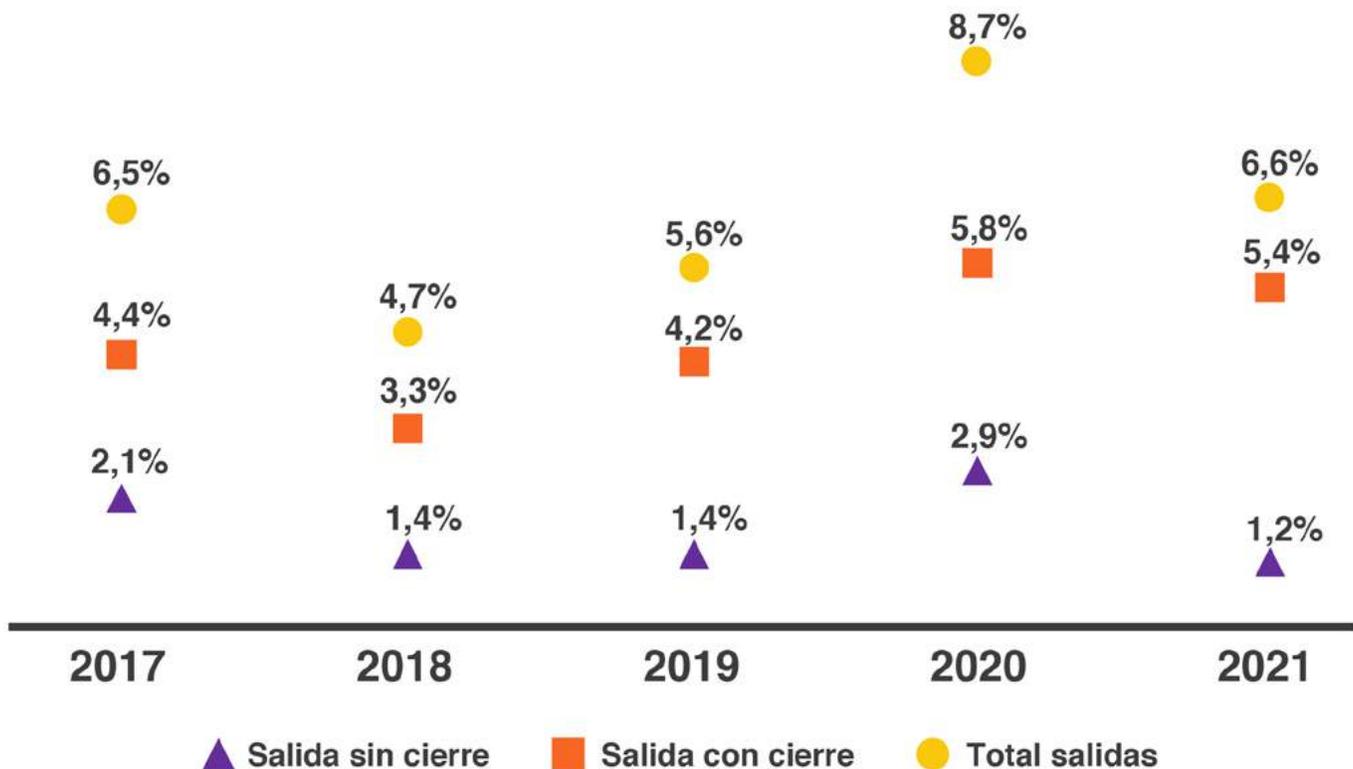
Existe una diferencia sustantiva entre las salidas empresariales y los fracasos empresariales, pues, aunque las primeras, incluyen los fracasos, también se incluyen las discontinuidades por otras causas, como pueden ser: venta de la empresa, transformación de la misma, problemas de enfermedad, cansancio, jubilación del empresario, cambio de residencia, cambio de proyecto de vida, entre otras razones.

Igualmente es importante distinguir entre las salidas empresariales que implican cambio de empresario, pero existe continuidad de la empresa como tal, y aquellas salidas que exigen cambio del empresario y ocasionan el cierre definitivo de la empresa.

En el 2021 el indicador de salidas empresariales para el primer caso (retiro de empresario sin cierre de la empresa) se contabilizó en 1,21%, generando que Colombia alcanzara la posición de 26 entre los 47 países participantes, mientras que para el segundo (retiro del empresario y cierre de empresa) se registró un 5,4%, que ubicó a Colombia en la posición 18 entre los 47 países participantes. En el agregado se logró un registro de 6,6%, y una posición 20 entre los 47 países participantes.

El Gráfico 4.13 presenta el desenvolvimiento histórico de las salidas empresariales, evidenciando un pico en el 2020, que disminuyó para el 2021.

Gráfico 4.13
Discontinuidad histórica 2017- 2021
 Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2021)



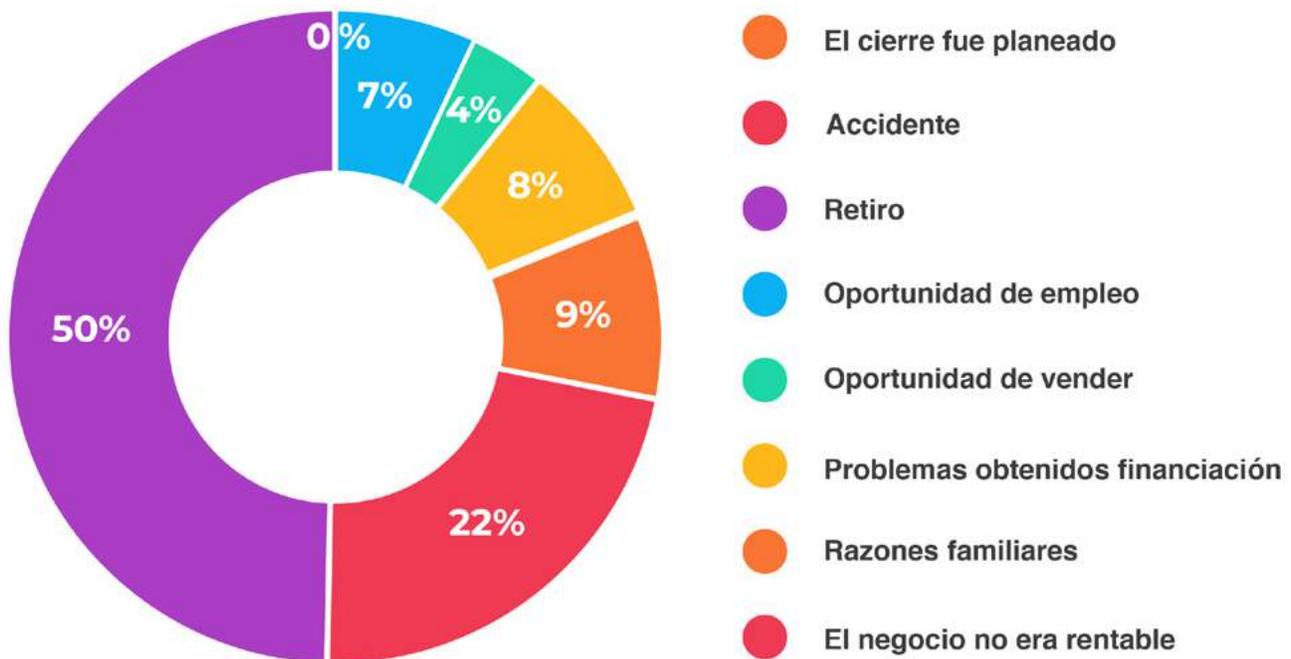
Como era de esperarse, la razón fundamental para las discontinuidades empresariales fueron los efectos adversos de la pandemia representando 49,62% del total de salidas, seguido por efectos negativos de la empresa no relacionados con COVID 19 con 22,38% del total de salidas, quizá originadas por los paros y los bloqueos. Vale la pena observar que existen salidas asociadas con efectos positivos como lo son una opción de empleo (6,9%) y la oportunidad de vender (3,8%).

Continuando con el análisis de las salidas empresariales se encuentra que los problemas de conseguir financiación adecuada, representaron el 8,07% del total de salidas, y este dato refuerza la opinión de los expertos sobre las debilidades del sistema de financiación para los empresarios. Es muy probable que esta carencia de financiación haya estado relacionada con necesidades de capital de trabajo, que pudieron incrementarse durante la pandemia y no tuvieron respuestas rápidas del sector financiero.

De otro lado, los problemas familiares tienen una importante incidencia (9,27% de todas las salidas), y al observar este número cabe considerar el hecho de que muchas de las empresas son familiares, llegando a implicar dificultades en el ámbito de las necesidades económicas y de los compromisos de la familia.

Gráfico 4.14
Razones de discontinuidad empresarial en Colombia 2021

Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2021)



En el Gráfico 4.15, se presentan los grandes caminos que usaron los empresarios que generaron discontinuidades. Los empresarios, al contestar esta pregunta, tuvieron la opción de elegir varios de los caminos y por ello los porcentajes suman más de 100%. Se observa que el camino principal fue el cierre de la empresa con un 74,4% seguido de abandonar la empresa con un 45,6%. Esto indica que estos empresarios realmente no estaban interesados en que la empresa continuara bajo su dirección.

Las opciones discontinuar para crear otra empresa y vender la empresa con 28,8% cada una de ellas, plantean un considerable deseo del empresario de continuar en la vida empresarial a través de una nueva iniciativa y una creencia en el futuro de la empresa bajo otra dirección y un nuevo propietario.

Gráfico 4.15

Caminos de las discontinuidades

Fuente: Desarrollo de los autores con datos de GEM 2021



Una inquietud que surge al analizar las discontinuidades, es la de identificar las etapas de desarrollo empresarial donde se encontraban los empresarios al tomar la decisión de discontinuar. Para ello se dieron tres opciones: Empresario Naciente, Empresario Nuevo y Empresario Establecido.

Los resultados de esta indagación indican que el 41,6% de las discontinuidades se dieron en la etapa de Empresario Nuevo, el 31,2% en la etapa de Empresario Naciente, el 18,4% en la etapa de Empresario Establecido y un 8,8% no pudo precisar el momento de su discontinuidad o prefirió no responder.

Debido a los bajos niveles de actividad empresarial identificados en la etapa de Empresarios Establecidos, y la tasa de discontinuidad de esta etapa, se considera conveniente diseñar y ejecutar una investigación focalizada en los procesos de discontinuidad empresarial, que permita identificar las causas que las están generando y pueda proponer los mecanismos de apoyo necesarios para reducir la deserción empresarial que se está presentando.



Capítulo 5

Caracterización de los
empresarios colombianos



Una de las cualidades más importantes de GEM es contar con una muestra representativa de la población colombiana, que permite tomar una foto sobre las variables del proceso empresarial que incluya: personas de todos los estratos socioeconómicos, de todas las categorías educativas, de todos los géneros, en todas las localizaciones geográficas, de todos los ingresos familiares, de diversas etnias, para así poder caracterizar a los empresarios que pueden ser: formales o informales, pequeños o grandes, de alta o de baja tecnología, de todos los sectores económicos, de todas las concepciones jurídicas, de todos los objetivos. Por ello, una parte muy importante de este informe es mostrar algunas de las características más relevantes de los empresarios colombianos.

El análisis se hace segmentando diversas variables demográficas con los resultados logrados por los Empresarios Nacientes, los Nuevos, los del TEA y los Establecidos.



5.1 Análisis por género

Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la ONU dan gran relevancia a la equidad de género en todos los campos, y el campo empresarial es uno de alto significado para este objetivo, pues brinda oportunidades de desarrollo integral a las mujeres, de la misma forma en que se brinda a los hombres y por ello, es muy importante revisar las propensiones de los hombres y de las mujeres colombianas hacia la actividad empresarial.

Tradicionalmente la propensión de los hombres hacia la creación de empresa ha sido superior a aquella de las mujeres en casi todos los países, y este hecho se ha evidenciado a lo largo de los años en los cuales GEM ha hecho mediciones.

Para evaluar la equidad en el proceso empresarial de forma objetiva, se calcula el cociente de las propensiones, para hombres y mujeres en los distintos países, bien sea en el grupo TEA o en el de los Empresarios Establecidos.

En el 2021 este cociente, usando los datos de TEA, se movió desde un mínimo de 0,87 en Kazajistán a un máximo de 2,5 en Noruega. Solo cuatro países presentaron indicador menor de 1,0: República Dominicana, Kazajistán, Marruecos y España, revelando que en esos países la propensión hacia la creación de nuevas iniciativas empresariales (TEA) de las mujeres es superior a la propensión hacia la creación de nuevas iniciativas empresariales (TEA) de los hombres. Colombia con 1,24 ocupó la casilla 17 entre los 47 países participantes.

En años anteriores la razón entre las propensiones de los hombres y las mujeres colombianas había estado más cerca de 1,0 y esta variación debe llevar a pensar muy bien en cómo fortalecer los programas de apoyo empresarial para las mujeres colombianas, pues indudablemente, ahora ellas cuentan con mayor cobertura educativa, y en muchos casos con mejores resultados académicos, brindándoles una serie de ventajas competitivas para el desarrollo empresarial.

Es importante reconocer que en los últimos años diversas entidades han focalizado sus acciones en la formación y el desarrollo de competencias empresariales para las mujeres que desean seguir la carrera empresarial.

El Gráfico 5.1 presenta los resultados para hombres y mujeres en las etapas de: Naciente, Nuevo, TEA y Establecido. El Gráfico 5.2 presenta el cociente de las propensiones de hombres y mujeres. Se observa que la razón de propensiones entre hombres y mujeres alcanza un máximo de 1,49 en el caso de los Empresarios Establecidos y un mínimo de 1,20 en los Empresarios Nuevos.

Gráfico 5.1
Propensiones empresariales de hombres y de mujeres
Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia 2021

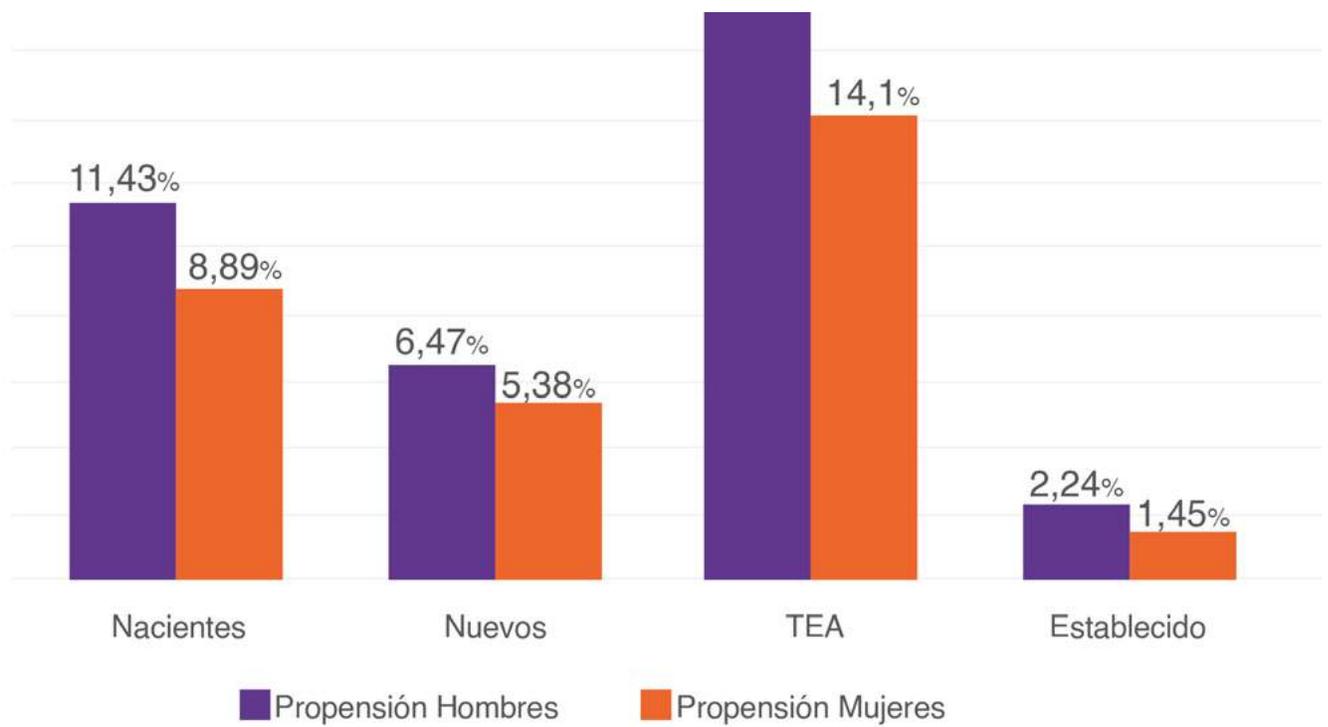
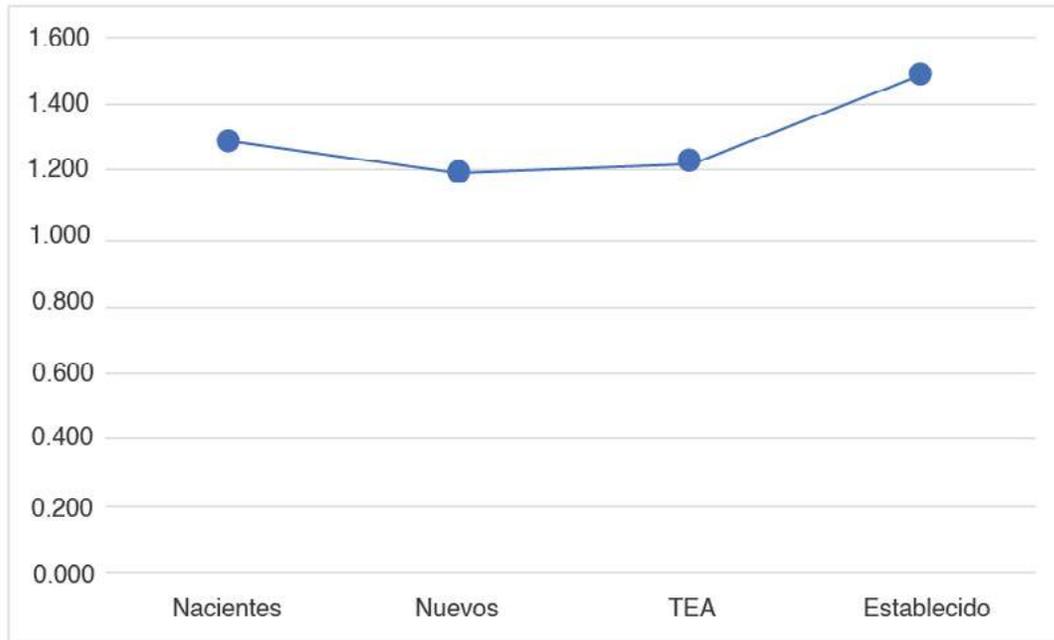


Gráfico 5.2

Relación propensión mujeres/propensión hombres

Fuente: Elaboración propia. GEM 2021



En el Capítulo 7 se presentarán algunas consideraciones adicionales sobre los mecanismos de apoyo que se ofrecen a las mujeres empresarias, elaboradas según la visión de los expertos nacionales.

5.2 Análisis por grupos etarios

Uno de los elementos que es importante en la caracterización de los empresarios es el análisis de las propensiones de ellos según los grupos etarios. Dado que se tiene una muestra representativa de la población colombiana por edades es posible comparar las propensiones de cada grupo etario. Para este propósito GEM utiliza dos procesos: el primero, más detallado, hace el análisis en los siguientes grupos: de 18 a 24 años, de 25 a 34 años, de 35 a 44 años, de 45 a 54 años y de 55 a 64 años, y el segundo análisis se realiza con una agrupación más amplia: de 18 a 34 años y de 35 a 64 años.

El Gráfico 5.3 presenta las propensiones empresariales para cada uno de los grupos etarios, tanto para los Empresarios que están en TEA como para los Empresarios Establecidos.



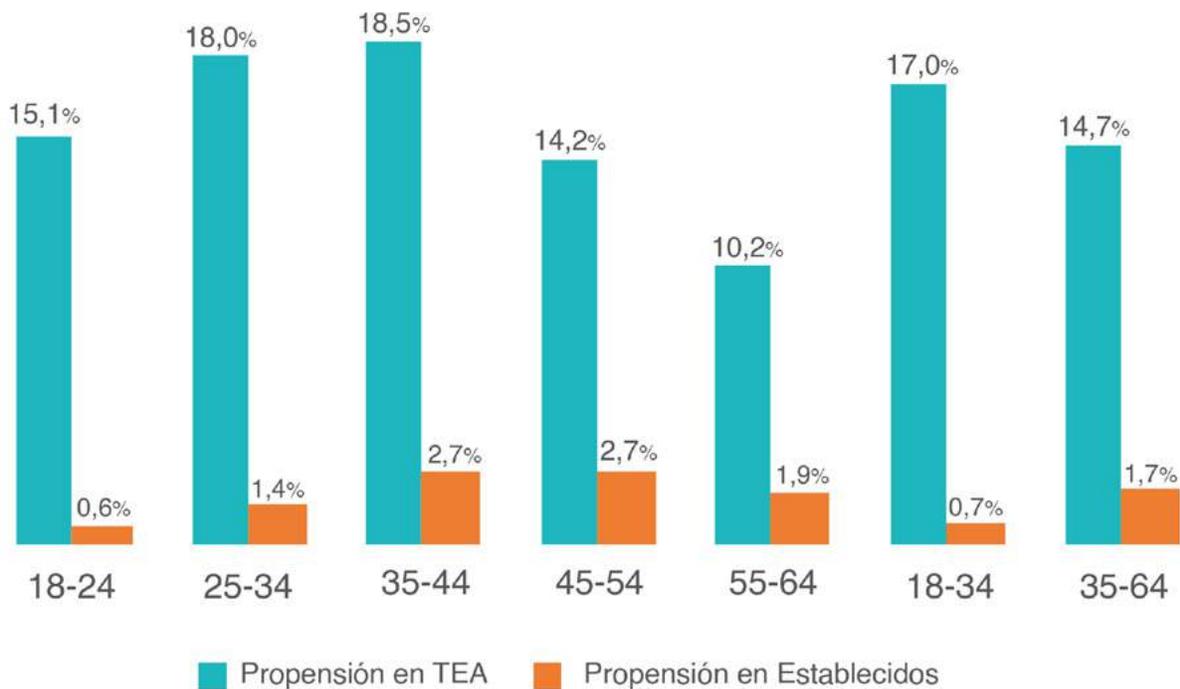
2



Gráfico 5.3

Propensiones según grupo etario

Fuente: elaborado por los autores con los datos GEM 2021



- La población con la mayor propensión es la de 35-44 años (18,5%), pero muy cerca de ella está la generación 25-34 años (18,0%).
- La población más joven, con 15,1%, muestra la aceptación que en la población más joven está teniendo la actividad empresarial.
- El grupo etario 55-64, que se esperaba que fuese un grupo con poca actividad en TEA, ha venido mostrando, durante los últimos años, una tendencia creciente y ello plantea la necesidad de diseñar programas especiales para este grupo etario, pues las mediciones indican una presencia significativa en el horizonte empresarial colombiano, coincidente con resultados de otros países. Este hecho denominado “*Senior entrepreneurship*”, aparece como una de las nuevas líneas de interés de investigadores y de formuladores de políticas públicas.
- En el análisis con menor desagregación de grupos etarios se aprecia que el grupo de los jóvenes (18-34) tiene una propensión un poco mayor que el de los adultos (35-64) en el TEA.

En lo referente a los empresarios que están en el grupo de empresarios establecidos se observan los siguientes hechos:

- La mayor propensión se da en los grupos 35-44 y 45-54.
- Las propensiones de los muy jóvenes son bajas.
- El grupo 35-64 presenta una propensión mayor que el grupo de 18-34.

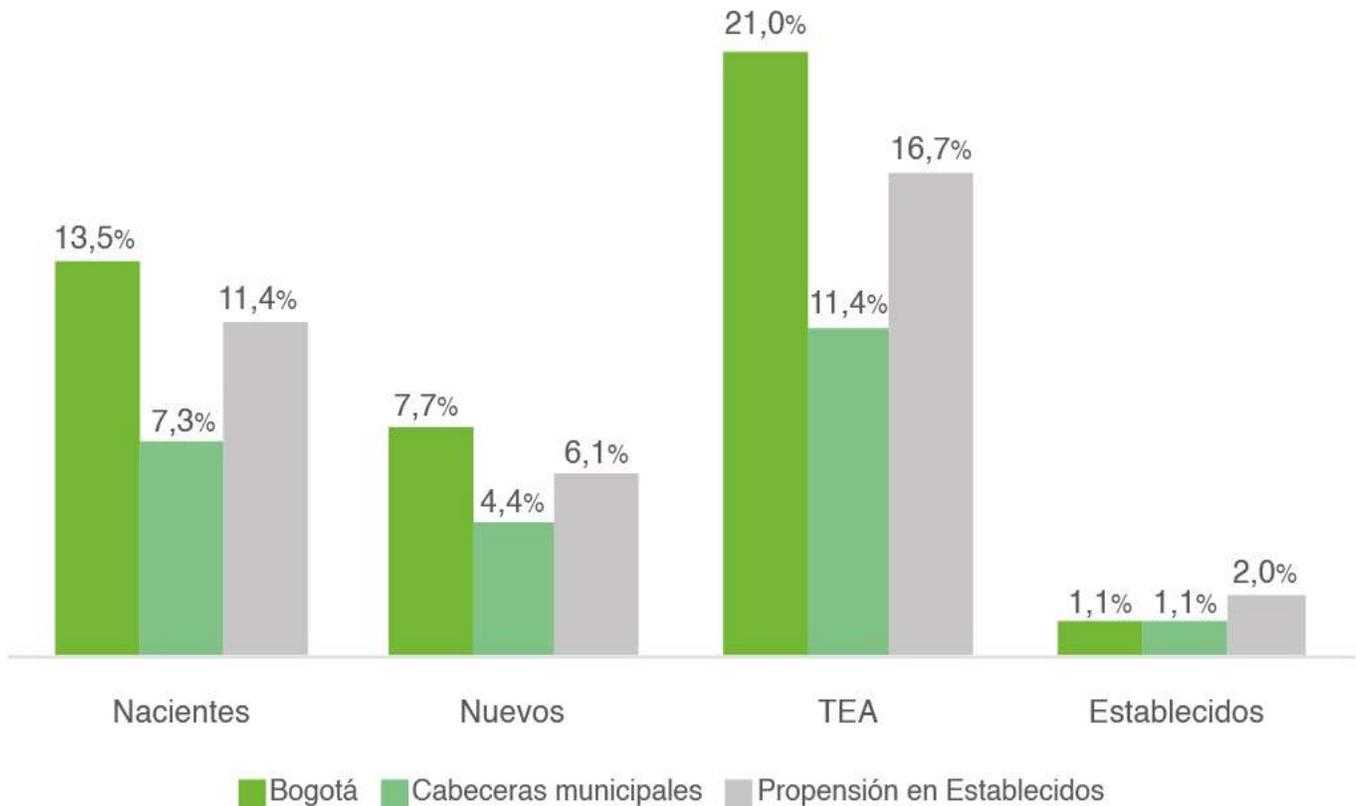
5.3 Análisis por ubicación geográfica

Como se indicó en el Capítulo 1, la muestra tuvo como elemento de segmentación la ubicación geográfica de los encuestados, y en ese sentido se crearon tres grandes grupos: el primer grupo incluyó a Bogotá, el segundo comprendió una muestra representativa de las capitales de departamento y el tercer grupo estuvo compuesto por una muestra representativa de los municipios con menos de 50.000 habitantes. El objetivo de esta segmentación fue poder diferenciar los resultados en los diferentes entornos, pues en un entorno como Bogotá y las capitales de departamento se esperaría la existencia de más apoyo de los ecosistemas locales, diferente al que podría tener un empresario en las zonas rurales. El Gráfico 5.4 presenta las propensiones de los empresarios en cada una de las cuatro categorías del proceso empresarial, tanto para la población urbana como para la población rural.

Se perciben varios hechos importantes:

Gráfico 5.4
Propensiones según ubicación geográfica

Fuente: elaborada por los autores con los datos GEM 2021



- La mayor propensión de Empresarios TEA la presenta Bogotá, seguida de las zonas rurales y la menor propensión la presentan las capitales de departamentos. Esta conducta se repite para los componentes del TEA, Empresarios Nacientes y Empresarios Nuevos. El hecho de que las capitales de departamento presenten una propensión que es el 50% de la de Bogotá y el 70% de aquella de las zonas rurales, deja ver una situación poco concordante con las expectativas teóricas, pues estas propensiones deberían estar acordes con los niveles de los mecanismos de apoyo y se esperaría que el mejor ecosistema estuviese en Bogotá, seguido por las capitales de departamento y finalmente las zonas rurales. Este resultado amerita el diseñar y ejecutar estudios regionales más detallados, que permitan identificar las características de los ecosistemas de apoyo empresarial en las distintas ciudades y encontrar causas específicas que expliquen las razones para estas diferencias.

- En relación con los Empresarios Establecidos, el resultado también es inesperado, pues la mayor propensión la presentan las empresas de las áreas rurales, lo que no había venido ocurriendo en los años anteriores, y no se esperaba, al pensar que los ecosistemas de apoyo para las empresas establecidas en la zonas rurales son menos significativos que el de Bogotá y las capitales de departamento y que los efectos de la pandemia se pudieron haber sentido más en las zonas rurales, donde los apoyos de gobierno pudieron ser menores o más tardíos.

5.4 Análisis por categoría educativa

Entre los grandes mitos empresariales está aquel que insinúa que muchos de los empresarios carecen de una preparación adecuada, basándose en una interpretación errónea de las características demográficas educativas. También existe el mito de que la educación formal limita la actividad empresarial, y el mito de que ser empresario es una característica de nacimiento. A partir de 1980 se reavivaron los procesos educativos orientados a formar empresarios estudiando la relación entre los niveles educativos formales de los empresarios y su actividad empresarial, identificando las competencias empresariales que deben ser desarrolladas y las metodologías específicas para la creación de empresas.

Para el análisis se crearon varias categorías:

1. Colombianos sin acceso a educación secundaria.
2. Colombianos con algunos años de educación secundaria.
3. Colombianos bachilleres.
4. Colombianos con estudios técnicos, tecnológicos o profesionales.
5. Colombianos con posgrado.

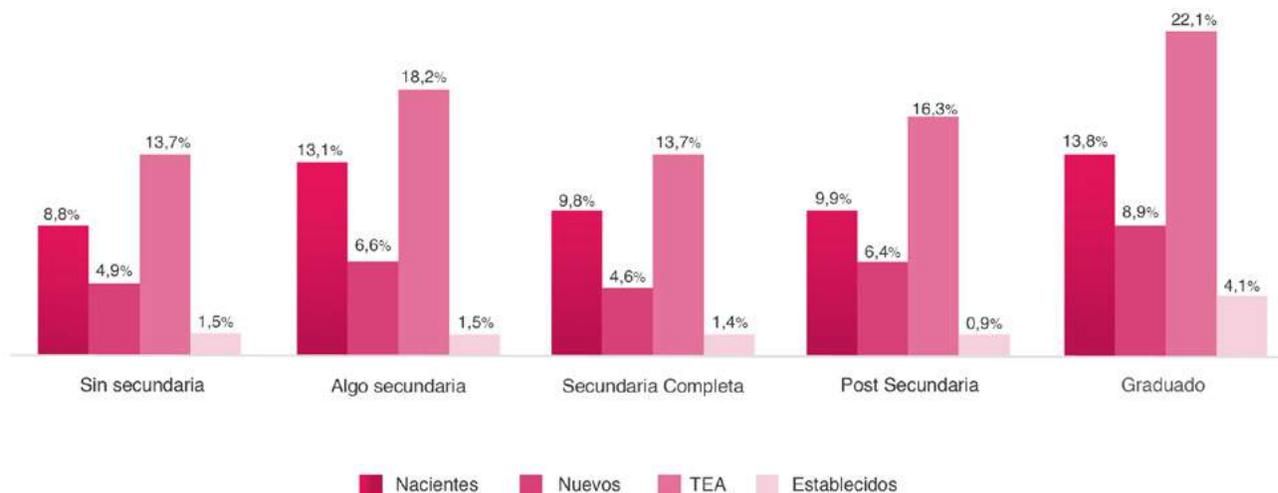
El Gráfico 5.5 presenta las propensiones empresariales, según la categoría académica, en cada una de las etapas empresariales: Nacientes, Nuevos, TEA y Establecidos, y de él se derivan las siguientes conclusiones:

- El grupo de las personas con educación de postgrado presenta las mayores propensiones en todos los cuatro indicadores, Nacientes, Nuevos, TEA y Establecidos.
- Sorprende el hecho que la población con solo estudios secundarios, sin terminarlos, presente una propensión empresarial superior a aquella de los que terminaron secundaria y a los que cursaron estudios postsecundarios. Es posible que su formación académica no les permitió hacer un desarrollo laboral satisfactorio y el proceso empresarial fue su opción de avance personal y profesional.

La alta propensión de colombianos con estudios de posgrado hacia el proceso empresarial es un llamado a incluir en los programas de posgrado del país, un componente de educación empresarial, que permita fortalecer las competencias empresariales de esta población que tiene otras fortalezas que, unidas con las empresariales, permitirían el nacimiento de muchas empresas con un alto nivel de competitividad.

Gráfico 5.5
Propensiones según categorías académicas

Fuente: Elaborado por los autores con los datos GEM 2021



5.5 Análisis por grupos étnicos

Como se indicó en la sección de metodología, se indagó por las condiciones étnicas de los participantes, pero no se garantizó que las condiciones de representación de cada etnia fueran estadísticamente representativas de la población colombiana. Sin embargo, se consideró pertinente hacer una aproximación al análisis de las propensiones que manifestaba cada grupo racial hacia las etapas básicas del proceso de creación de empresa (Nacientes, Nuevos, TEA y Establecidos).

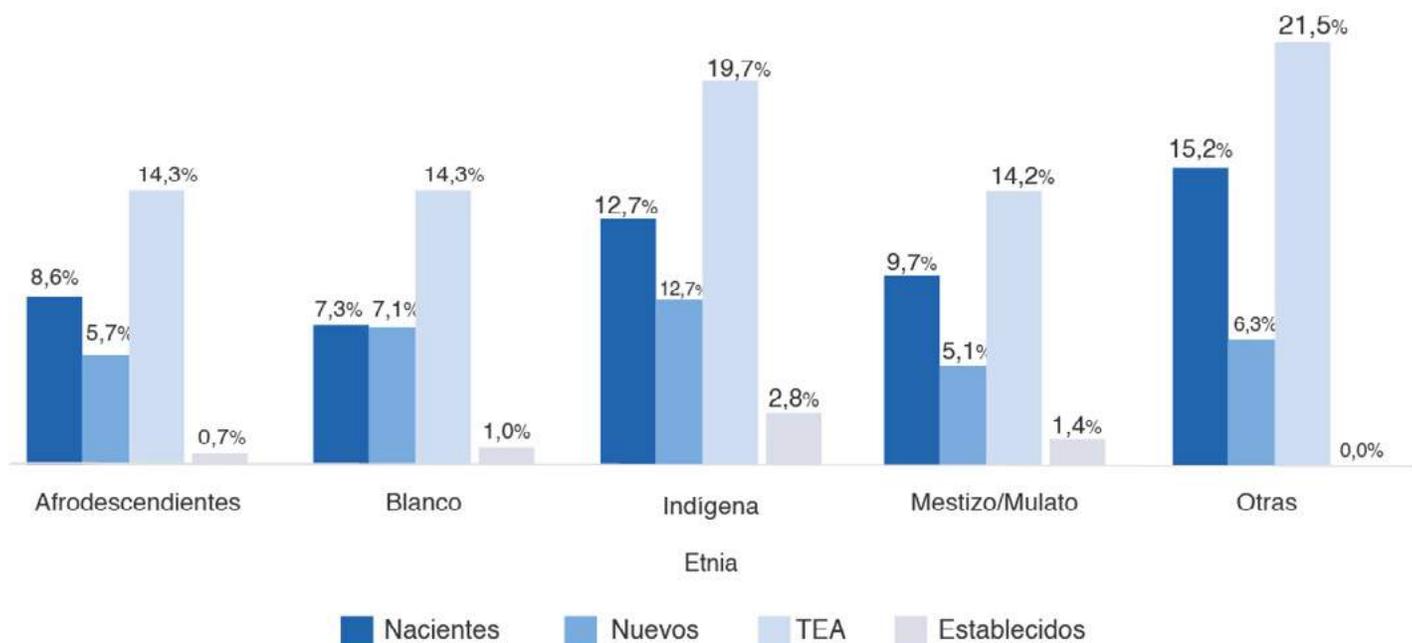
Para el análisis se usaron varias categorías: Afrodescendientes, Blancos, Mestizos y Mulatos, Indígenas y Otros. Un total de 249 personas no se ubicaron en alguno de los grupos étnicos previamente definidos.

El Gráfico 5.6 presenta las propensiones para cada uno de los indicadores de los diversos grupos étnicos definidos. De estos resultados se observan varios hechos:

Gráfico 5.6

Propensión según grupos étnicos

Fuente: Elaborado por los autores con los datos GEM 2021



El grupo de “Otras” que incluye: asiáticos, raizales, árabes y nacionalidades diversas, que no se incluían en las categorías predeterminadas, presenta la TEA más alta (21,5%), seguido por la etnia indígena (19,7%). Los otros tres grupos étnicos presentan valores de TEA muy similares (14,3%).

En el ámbito de los Establecidos la etnia indígena presenta la mayor propensión (2,8%), mientras que la etnia “Otras” que manifiesta un alto nivel del TEA no apareció en el grupo de los Establecidos.

El grupo étnico clasificado como Blancos y el clasificado como Mulatos/Mestizos, son los grupos más numerosos en población y presentan indicadores relativamente iguales a los de la etnia afrodescendiente.

Es necesario hacer un estudio con una muestra representativa de la variable etnia, para poder garantizar que los resultados sean representativos y así identificar las condiciones de acceso al ecosistema empresarial de cada grupo étnico.

5.6 Análisis según el ingreso familiar

En la recolección de datos se incluyó una pregunta que permitiera analizar el ingreso familiar de los colombianos encuestados, para estudiar las posibles relaciones en las propensiones empresariales y los ingresos familiares.

Si bien el estudio no es una muestra representativa de la distribución de ingresos familiares colombianos, se consideró importante analizar las propensiones en función de los ingresos familiares reportados. Para el análisis se crearon las siguientes categorías, todas ellas en función del ingreso familiar, expresado en número de salarios mínimos mensuales vigentes (SLMMV): menos de 1, entre 1 y 2; entre 2 y 3, entre 3 y 4, entre 4 y 5, entre 5 y 6, más de 6.

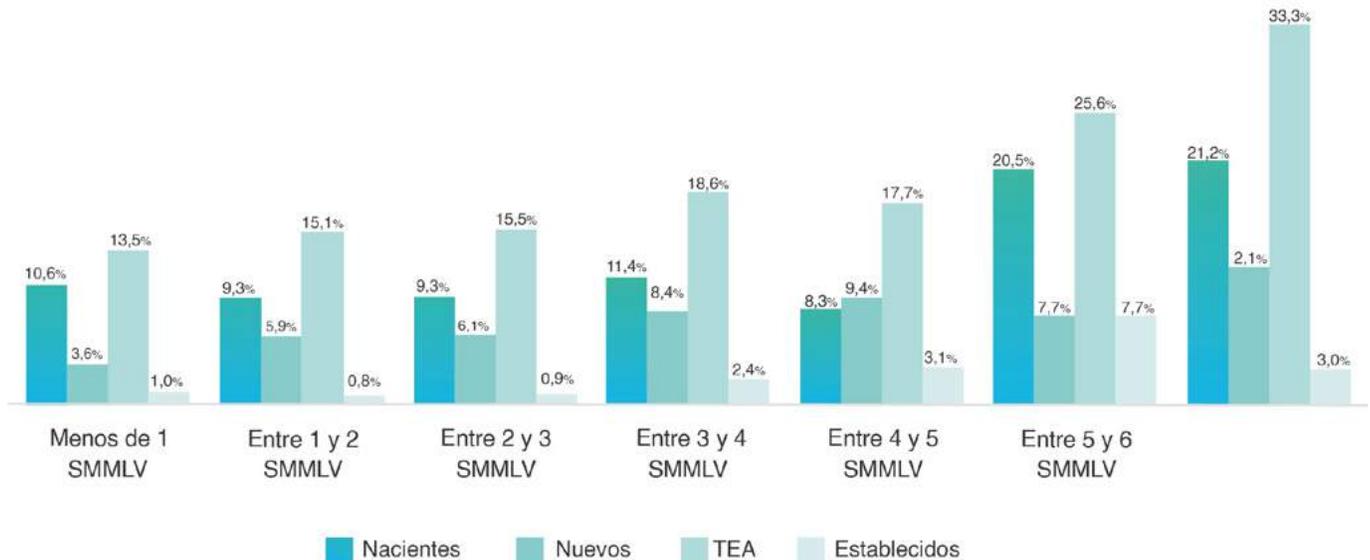
Al analizar los datos del Gráfico 5.7 se observan los siguientes hechos:

- En el caso de Empresarios Nacientes, la mayor propensión la presenta el grupo con más de 6 SMMLV (21,2%) y el menor valor se da en el grupo entre 4 y 5 SMMLV (8,3%).

Gráfico 5.7

Propensión según ingreso familiar

Fuente: Elaborado por los autores con los datos GEM 2021



- En el caso de los Empresarios Nuevos se mantiene el grupo de más de 6 SMMLV con la mayor propensión (12,1%), pero el grupo de menos de 1 SMMLV muestra la menor propensión. Para este grupo, que es el de menor capacidad económica, se presenta una diferencia muy grande entre las propensiones de Nacientes y de Nuevos, pues de cada tres iniciativas en la etapa de Nacientes solo hay una en la etapa de nuevos. Mucha de esta población corresponde a decisiones empresariales de última opción en generación de ingresos y por ello, se puede presentar esta fuga tan alta.

- En el indicador TEA, el grupo con ingresos superiores a 6 SMMLV muestra un valor alto, indicando que uno de cada tres colombianos, en ese nivel de ingreso familiar, está desarrollando activamente iniciativas empresariales con reconocimiento de salarios y remuneraciones inferior a los 42 meses.

- Al mirar las propensiones de los Establecidos se observa que los grupos de 5 a 6 SMMLV y los de más de 6 SMMLV presentan las mayores propensiones.

5.7 Empresario serial

Uno de los mitos empresariales más repetido, es el que espera que “en la primera salgo ganador”. Nada más lejano de la realidad, pues se sabe, de múltiples historias de los empresarios, que ellos debieron transitar por una serie de experiencias empresariales que les permitieron ir madurando sus competencias empresariales, antes de llegar a su empresa soñada.

Adicionalmente se sabe que los empresarios van adquiriendo la capacidad de identificar nuevas oportunidades de empresa, y con la experiencia se vuelven referentes para que los nuevos empresarios los consulten y los inviten a hacer parte de nuevas iniciativas. Por ello, se decidió identificar en cuántas iniciativas empresariales habían participado los empresarios antes de la actual.

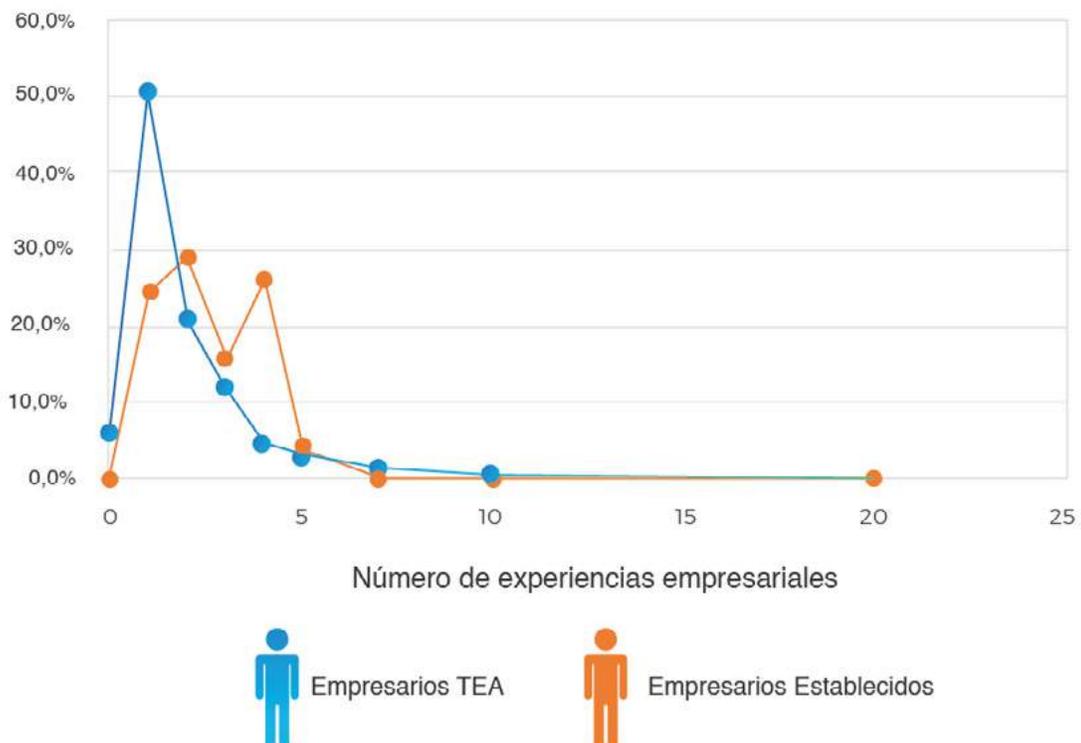
Del Gráfico 5.8 que recoge los resultados obtenidos se destacan los siguientes aspectos:

- Todos los Empresarios Establecidos han tenido al menos una experiencia previa a su empresa actual.
- El 46,4% de los Establecidos ha tenido más de tres experiencias empresariales.
- Solo el 6,5% de los Empresarios en TEA está viviendo su primera experiencia empresarial.
- En los Empresarios en TEA existen personas que han experimentado varias veces el proceso empresarial, pues el 5,1% ha tenido más de cinco aventuras empresariales. Este es un tema que es poco tratado, pero que requiere más atención, pues es posible que la falta de un acompañamiento adecuado haya obligado a muchos de estos empresarios a jugar al error y ensayo con resultados no muy satisfactorios, pues no solo se invirtieron recursos de ellos, que posiblemente se perdieron, sino que también se pudieron haber perdido recursos estatales dando apoyo a iniciativas que no tenían mucha posibilidad de salir adelante, y esos procesos de asesoría y apoyo no pudieron identificarlos oportunamente.

Este es un tema interesante de investigación, pues incluye los temas asociados a fracasos de empresa, pero de continuidad de la actividad empresarial por el empresario. Existe la teoría de que el proceso empresarial se ve afectado por el azar y que aquellos que tienen más recursos para intentarlo muchas veces, al final, logran salir adelante y puede estar ocurriendo que muchos empresarios colombianos estén jugando con esas probabilidades.

Gráfico 5.8
Frecuencia de experiencias empresariales

Fuente: Elaborado por los autores con los datos GEM 2021



5.8 Motivaciones de los empresarios

Uno de los temas que más interesa a los analistas del fenómeno empresarial es el identificar las causas que pueden haber motivado la carrera empresarial. A lo largo de los años diferentes autores han identificado motivaciones empresariales, y entre ellas fue muy citada la famosa forma dicotómica, necesidad -oportunidad, la cual pretendía clasificar a los empresarios en una de estas opciones y ayudaba a mirar el origen y el alcance de la iniciativa empresarial.

Se entendía que el Empresario por Necesidad se caracterizaba por:

- Estaba en una situación de ingreso muy difícil, con muy pocas posibilidades de reingresar al mercado laboral.
- No disponía ni del tiempo, ni de las habilidades para hacer un análisis detallado de la oportunidad de negocio.
- Carecía de recursos para pensar en una operación significativa.
- Se lanzaba, casi que como última tabla de salvación, a la aventura empresarial, con probabilidades bajas de sobrevivir y de materializar una opción de crecimiento significativo.

Por su parte, el Empresario por Oportunidad, se caracterizaba por:

- Identificaba y analizaba una opción en el mercado, evaluando su potencial y sus riesgos.
- Tenía algunos recursos disponibles.
- Veía la nueva actividad empresarial como parte de su camino de desarrollo.
- Creía que podría crecer y que tenía las competencias para hacerlo.

Desde hace unos años el proyecto GEM ha indagado en los objetivos básicos del empresario al acometer la iniciativa empresarial y ello le permitió identificar y clasificar las motivaciones empresariales en cuatro opciones. Ellas fueron:

- Los empresarios que quieren hacer una diferencia en el mundo.
- Los empresarios que buscan construir una fuente de gran riqueza y de alto ingreso.
- Los empresarios que buscan continuar una tradición familiar.
- Los empresarios que quieren generar un ingreso porque las opciones laborales son escasas.

El Gráfico 5.9 presenta las motivaciones de los cuatro grupos de Empresarios: Nacientes, Nuevos, TEA y Establecidos.





COLBATRIA

RAS RAS

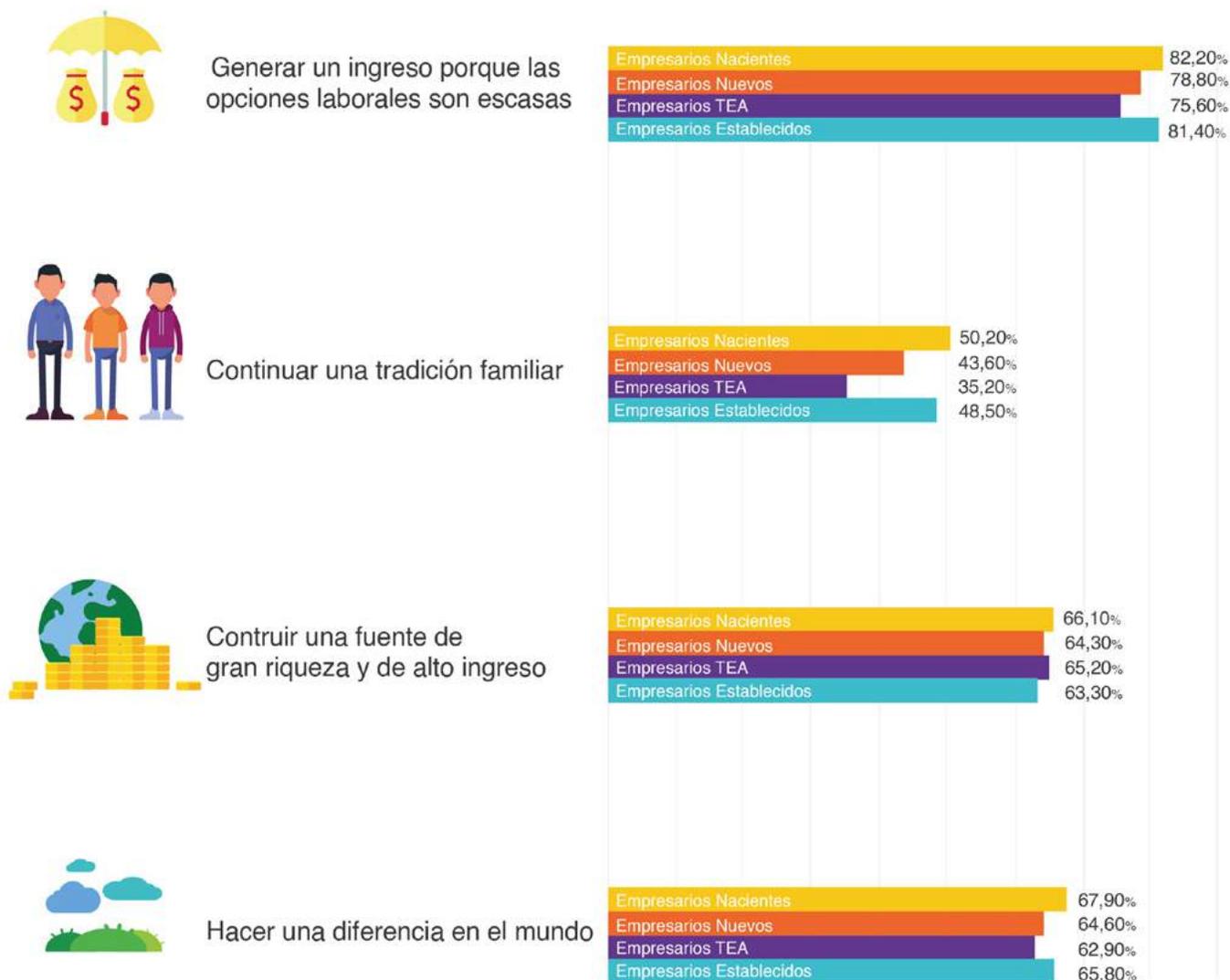
RAS 230

Magin 1

Gráfico 5.9

Motivaciones empresariales

Fuente: Desarrollado por los autores a partir de datos de GEM 2021



En el Gráfico 5.9 se destacan los siguientes hechos:

- Para todas las situaciones empresariales la motivación más frecuente es la de “Generar ingreso porque las opciones laborales son escasas”
- Para todas las situaciones empresariales la motivación menos frecuente es la de “Seguir una tradición familiar”
- Para todas las situaciones empresariales los empresarios manifiestan entre sus motivaciones, en proporción 2 de 3, el deseo de “Hacer una diferencia en el mundo” y de “Construir una fuente de gran riqueza y de alto ingreso”

Si se hace segmentación por edades de los empresarios, la situación, como lo indica el Gráfico 5.10, es que excepto en el caso de “Hacer diferencia en el mundo”, no hay motivaciones diferenciadas por grupo etario y que las condiciones generales de motivación se mantienen.

Al analizar las propensiones hacia la TEA de hombres y mujeres y cruzarlas con las motivaciones manifestadas como prioritarias por cada grupo, se obtienen los datos que exhibe el Gráfico 5.11.

Gráfico 5.10
Motivaciones empresariales según edad

Fuente: Desarrollado por los autores a partir de datos de GEM 2012

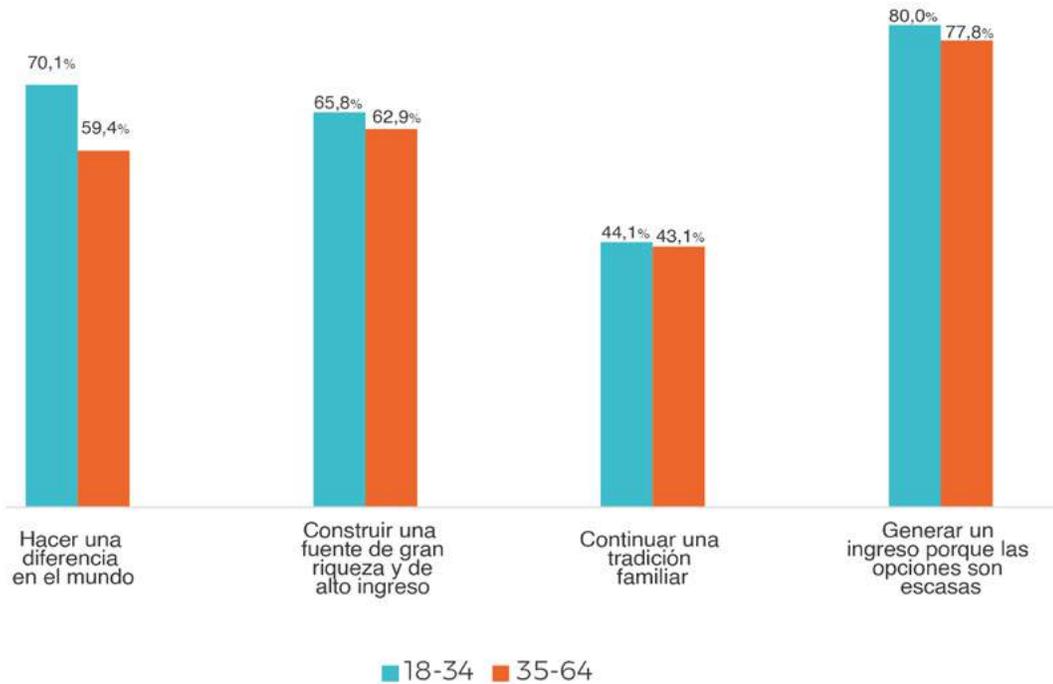
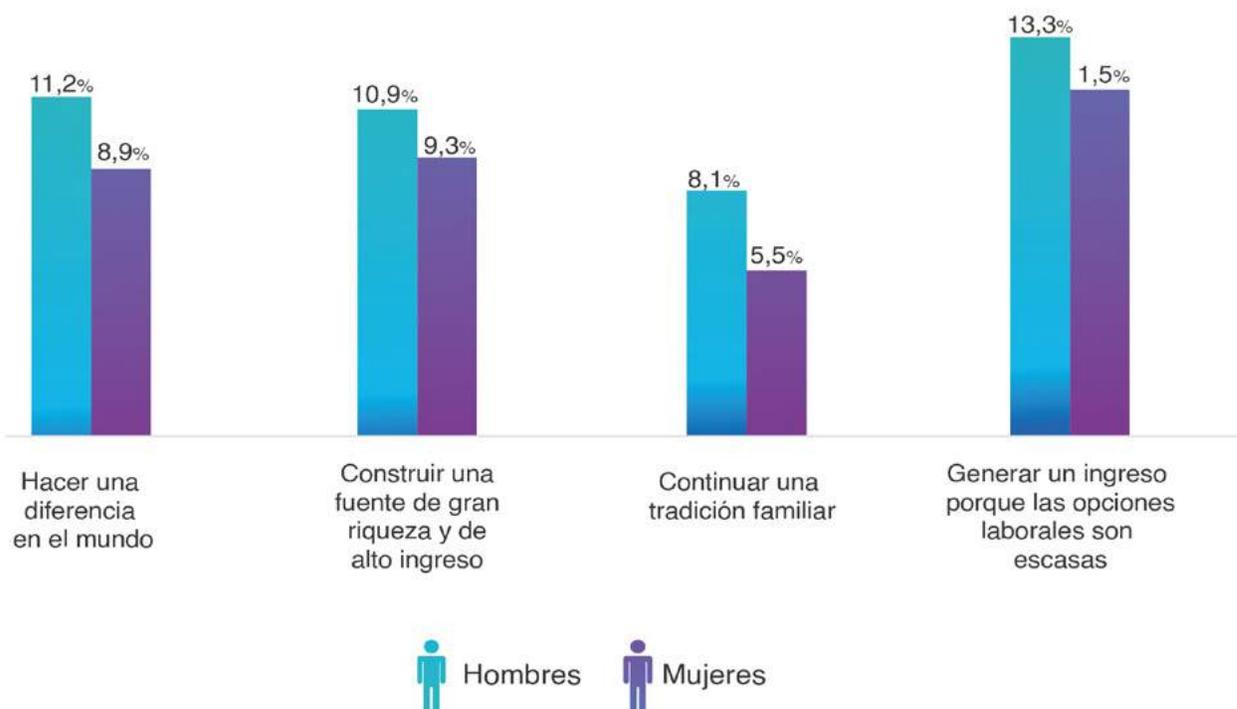


Gráfico 5.11
Motivaciones empresariales según género

Fuente: Desarrollado por los autores a partir de datos de GEM 2021





Capítulo 6

La pandemia, sus efectos y los procesos de recuperación empresarial



En el informe del 2020 tanto por medio de la Encuesta a Población Adulta (APS), como por la Encuesta a Expertos Nacionales (NES), se analizaron una serie de variables que estaban relacionadas con las dificultades originadas por la pandemia COVID-19 en todos los frentes de la actividad humana.

Para el 2021, como se indicó en el Capítulo 2 (Entorno Económico), el país fue recuperando su actividad y logró tasas muy altas con respecto al 2020 en muchos de los indicadores socio-económicos: empleos, ventas, exportaciones, productos nuevos, tasa de crecimiento del PIB, reducción del porcentaje de colombianos en situación de pobreza, tasa de nacimiento de empresas, pago de impuestos, etc.

Para el ciclo 2021/2022, se mantuvieron algunas de las preguntas utilizadas en el ciclo anterior, en la APS y en la NES, pero se incluyeron nuevas preguntas para poder hacer comparaciones en el primero de los casos e iniciar el análisis de otras variables en el segundo. Se concentró el esfuerzo en medir las percepciones acerca de diversos aspectos de la actividad empresarial, los efectos sobre el ingreso familiar de los colombianos y también sobre la actividad de las empresas en las distintas etapas de la Tubería Empresarial. Los resultados más destacados fueron:

6.1 En términos de percepciones sobre la actividad empresarial:

- El 58,2% de la población manifiesta conocer a alguna persona que ha iniciado una actividad empresarial en los últimos dos años. Posición 6/10 entre los países del grupo C.
- El 38,1% de la población considera que existen buenas oportunidades para iniciar una empresa en el área donde vive. Posición 9/10 entre los países del Grupo C.
- El 29% de la población cree que en Colombia es fácil iniciar una empresa. Posición 9/10 entre los países del Grupo C. Este dato indica que faltan esfuerzos grandes para facilitar los procesos de creación de empresas, y que este concepto debe ser una prioridad en las actividades de los distintos ecosistemas de apoyo al empresario.
- El 48,7% de la población siente que, si tuviese identificada una oportunidad empresarial, el temor al fracaso le impediría acometer la iniciativa. Posición 4/10 entre los países del Grupo C. Este dato es un alto histórico, que requiere una investigación muy profunda de las percepciones de riesgo de los colombianos en el campo empresarial y el diseño de procesos formativos que permitan manejar mejor las decisiones bajo riesgo.
- El 56,2% de la población considera que tiene las habilidades, los conocimientos y la experiencia requeridos para iniciar una actividad empresarial. Posición 10/10 entre los países del Grupo C. Aunque el indicador es aceptable, la posición no lo es, y requiere entonces un trabajo de formación muy detallado para mejorar la capacidad empresarial de los colombianos.
- El 20,9% de la población manifiesta su intencionalidad de crear una empresa en los próximos tres años. Posición 8/10 entre los países del Grupo C. Esta cifra es también un mínimo histórico en las mediciones de intencionalidad, que posiblemente se ve muy afectada por el temor al fracaso, por las dificultades para crear empresa y por todo el entorno económico que se vivió en el 2021.

6.2 En términos del ingreso familiar de los colombianos:

- El 42,5% de la población sintió que su ingreso familiar disminuyó fuertemente durante el 2021.
- El 34,2% de la población sintió que su ingreso familiar disminuyó en algún grado durante el 2021.
- Solo el 6% de la población consideró que su ingreso familiar mejoró durante el 2021.

Resultados similares se dieron en 22 de los 47 países participantes en GEM 2021. Los países menos afectados fueron los del Grupo A, pues sus gobiernos tuvieron los recursos y la voluntad de crear rápidamente mecanismos de apoyo financiero para las personas y para las empresas.

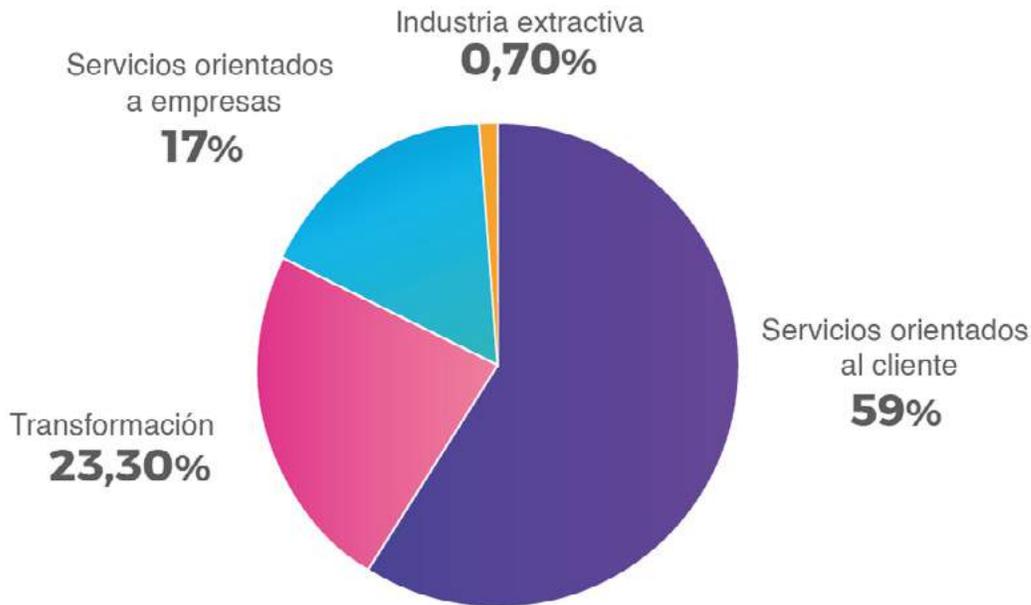
6.3 En términos de actividad empresarial temprana:

- En el caso colombiano se observó una reducción drástica en la tasa de actividad empresarial temprana (TEA), pues bajó del 30% en el 2020 al 15,7%, en el 2021, una de las más bajas en todos los 16 años de GEM Colombia.
- De una TEA que posicionó a Colombia en el 2020 en el primer lugar se pasó a la posición 15/47 en el 2021, indicando que el fenómeno COVID-19 y los fenómenos asociados con los paros y bloqueos golpearon en forma muy negativa la orientación empresarial de los colombianos.
- El 55,9% de la población que está en el grupo TEA cree firmemente que la pandemia ha generado nuevas oportunidades y manifiestan su disposición para aprovecharlas. Posición 2/10 entre los países de Grupo C.
- El 58,4% de la población que está en el grupo TEA cree firmemente que en el 2021 fue más difícil iniciar una empresa que en el 2020. Posición 7/10 entre los países del Grupo C.
- La población del TEA se distribuye por sectores económicos de la siguiente manera: Servicios orientados al cliente (59%), Transformación (23,3%), Servicios orientados a empresas (17%) e industria extractiva (0,7%). El Gráfico 6.1 presenta la distribución sectorial, que utiliza GEM, de las empresas que están en el TEA.



Gráfico 6.1 Distribución Sectorial TEA

Fuente: Desarrollo de los autores con los datos de GEM Colombia 2021

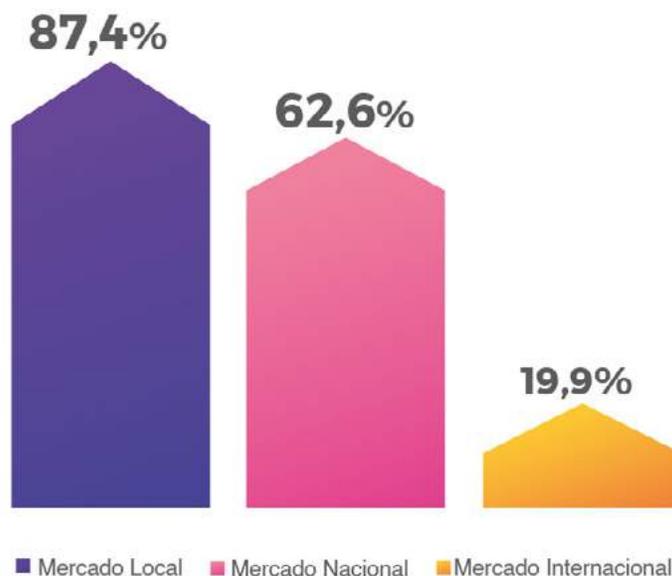


- El 50,29% de las empresas en TEA plantean que en los próximos cinco años van a crear más de cinco empleos.
- De las empresas del TEA solo el 2,62% de ellas está en sectores que utilizan tecnologías catalogadas como de categorías altas y medias.
- La propensión de las empresas del TEA para crear algún empleo ahora o en cinco años es del 15,3% y para crear más de 19 empleos en cinco años es del 3,3%.
- El 36,7% de la población que está en el grupo TEA considera que el crecimiento de su empresa en el 2021 será inferior al del 2020.
- El 80,2% de la población que está en el grupo TEA considera que la respuesta del gobierno fue efectiva para resolver los problemas de la pandemia.
- El 87,4% de la población que está en el grupo de TEA tiene mercado local, el 62,6% mercado nacional y el 19,9% mercado internacional. El Gráfico 6.2, ilustra la segmentación geográfica de los mercados de las empresas que están en el TEA.

Gráfico 6.2

Segmentación geográfica de mercados de las empresas en TEA

Fuente: Desarrollo de los autores con los datos de GEM Colombia 2021



- El 80,2% de la población que está en el grupo TEA espera usar tecnologías digitales en los próximos seis meses para mejorar su posición ante el mercado.
- El 87,2% de la población que está en el grupo TEA considera que en sus decisiones empresariales siempre tiene en mente las implicaciones sociales de esas decisiones.
- El 89,6% de la población que está en el grupo TEA considera que en sus decisiones empresariales siempre tiene en mente las implicaciones ambientales de esas decisiones.

La reducción de la actividad empresarial en la TEA fue un fenómeno común en casi todos los países. Las excepciones fueron Arabia Saudita y los Países Bajos, que tuvieron una oferta muy generosa del gobierno para mantener y promover nuevas iniciativas empresariales.

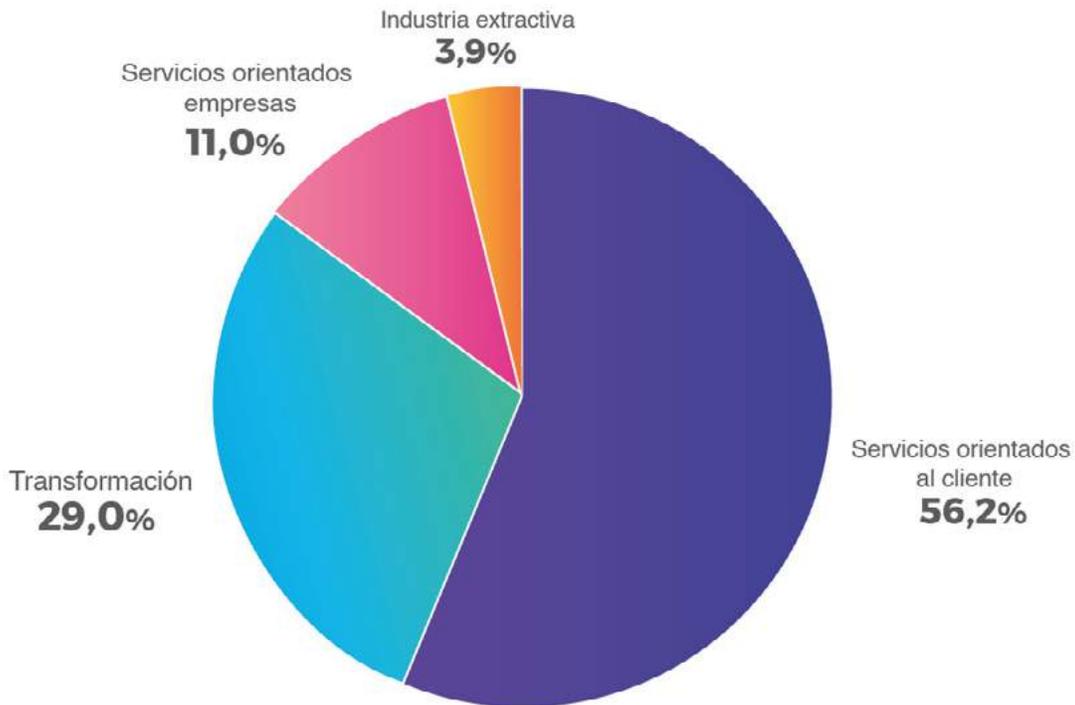
6.4 En términos de los Empresarios Establecidos:

- La tasa de los Empresarios Establecidos se redujo al mínimo histórico de 1,8%, que le da la posición 47 en el agregado de los 47 países participantes. Este resultado plantea una situación muy grave, pues aquí están las empresas que han logrado llegar a la “edad adulta” y que deben ser las que generen crecimiento. Estas empresas son el producto terminado del proceso empresarial y dada su importancia es necesario acometer una investigación más detallada que permita identificar las causas de este declive para poder formular mecanismos de apoyo que eviten que este grupo de empresas siga reduciéndose.
- El 44,3% de la población que se clasifica como Empresario Establecido cree firmemente que la pandemia ha generado nuevas oportunidades y manifiestan su disposición para aprovecharlas: Posición 6/10 entre los países del Grupo C.

• La población de los Empresarios Establecidos se distribuye por sectores económicos de la siguiente manera: Servicios orientados al cliente (56,2%), Transformación (29%), Servicios orientados a empresas (11%) e industria extractiva (3,9%). El Gráfico 6.3 presenta la distribución por sectores económicos de las empresas establecidas.

Gráfico 6.3
Sectores económicos de las empresas establecidas

Fuente: Desarrollo de los autores con los datos de GEM Colombia 2021



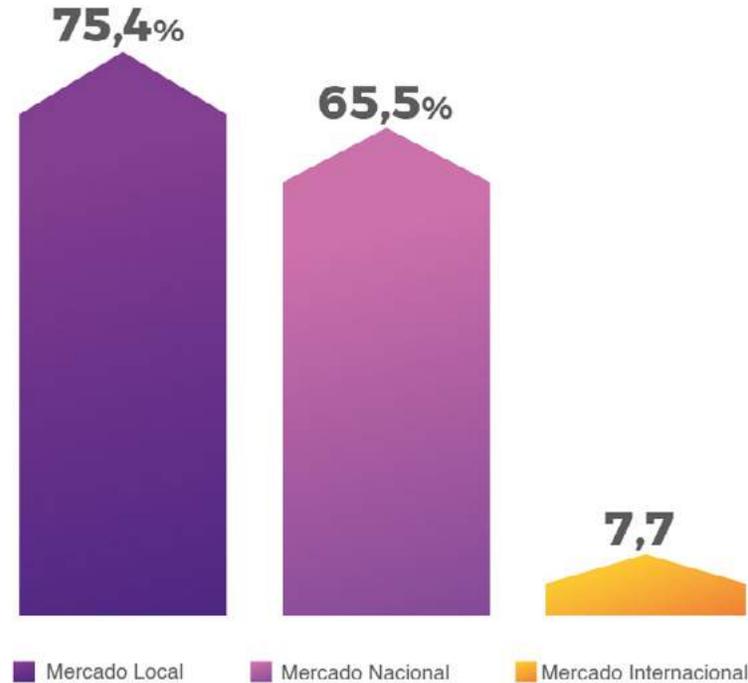
- De las Empresas Establecidas, el 11,1% de ellas utiliza tecnologías que están clasificadas como categorías altas y medias.
- Entre las Empresas Establecidas solo el 19,1% considera que podrá crear más de diez empleos o crecer su nómina en el 50% en los próximos cinco años.
- El 75,4 % de la población que se clasifica como Empresario Establecido tiene mercado local, el 65,5% nacional y solo el 7,7% tiene mercado internacional. El Gráfico 6.4, presenta la segmentación geográfica de los mercados de las Empresas Establecidas.



Gráfico 6.4

Segmentación geográfica de mercados de las Empresas Establecidas

Fuente: Desarrollo de los autores con los datos de GEM Colombia 2021



- El 78,8% de la población que se clasifica como Empresario Establecido cree firmemente que en el 2021 fue más difícil iniciar una empresa que en el 2020.
- El 41,7% de la población que se clasifica como Empresario Establecido cree firmemente que en el 2021 el crecimiento de su empresa será menor que en el 2020.
- El 24,6% de la población que se clasifica como Empresario Establecido cree firmemente que la intervención del gobierno en la solución de la crisis generada por la pandemia, no fue la más eficiente.
- El 62,6% de la población que se clasifica como Empresario Establecido espera usar tecnologías digitales en los próximos seis meses para mejorar su posición ante el mercado.
- El 82,7% de la población que se clasifica como Empresario Establecido considera que en sus decisiones empresariales siempre tiene en mente las implicaciones sociales de esas decisiones.
- El 81,2% de la población que se clasifica como Empresario Establecido considera que en sus decisiones empresariales siempre tiene en mente las implicaciones ambientales de esas decisiones.

6.5 En términos de la actividad de las empresas:

- El proceso de internacionalización de las empresas sigue mostrando limitaciones en el alcance. De las empresas en TEA el 84,6% no genera ingresos del exterior, el 9,4% produce entre 1% y 25% de sus ingresos en el exterior, el 3,6 % obtiene entre el 25% y el 75% de sus ingresos en el exterior y el 2,5% origina más del 75% de sus ingresos en el exterior.

- En el caso de las Empresas Establecidas el 96% no genera ingresos en el exterior, el 0,65% produce entre el 25 %y el 75% de sus ingresos en el exterior y el 3,37% obtiene más del 75% de sus ingresos en el exterior.
- Solo el 6,1% del total de las empresas logra sobrepasar la meta de tener ventas en el extranjero superiores al 25% de sus ventas totales y solo el 15,4% consigue que sus ventas internacionales sean superiores al 1% de sus ventas totales.
- Del total de la población solo el 4,3% reconoce actividad empresarial con productos o servicios que son nuevos regionalmente; el 1,8% son nuevos en el país y 0,5% son nuevos en el escenario mundial.
- Del total de la población solo el 3,9 %desarrolla actividad empresarial usando tecnologías y procesos que son nuevas regionalmente, el 1,5 % que son nuevas en el país y el 0,5% con tecnologías que son originales en el escenario mundial.

6.6 Otros datos:

En el cuestionario NES se incluyeron algunas preguntas asociadas con los efectos de la COVID-19 y de los procesos de recuperación. Estas preguntas fueron evaluadas por los expertos nacionales, entre 0 y 10, donde 10 significa pleno acuerdo con el enunciado y 0 pleno desacuerdo con este. El Gráfico 6.5 recoge los enunciados y las calificaciones que les dieron, los expertos, a dichos enunciados. De ellos se pueden visualizar los siguientes hechos:

- En todos los ítems analizados la evaluación fue superior a 5,0 que se interpreta como una calificación aceptable.
- El teletrabajo surge como una opción válida y productiva para las empresas.
- Los procesos de digitalización, se vuelven parte de las estrategias de las empresas, pero muchas de ellas no tienen los recursos disponibles para su implementación. Aquí se va a requerir la creación de líneas especiales de crédito y de estímulos tributarios para lograr que más empresas entren a este proceso.
- La “*gig economy*” recibió buena calificación de los expertos, y es un nuevo campo de investigación que GEM debe acometer en Colombia, para precisar mejor sus alcances.
- Según los expertos los empresarios tienen un espacio de mejoramiento en lo que tiene que ver con las consideraciones sobre efectos ambientales y sociales de sus organizaciones. Estos dos enunciados sacaron las calificaciones más bajas, y por ello es prioritario idear mecanismos de formación, difusión y apoyo sobre esta temática, pues ella está directamente asociada con los Objetivos del Desarrollo Sostenible que formularon las Naciones Unidas.
- Según los expertos la acción del gobierno para apoyar a las empresas durante el 2021, no fue lo suficientemente adecuada para salvar las empresas y los empleos.

Gráfico 6.5 Efectos de la pandemia

Fuente: Desarrollo de los autores con los datos de GEM Colombia 2021

Reactividad y reinención del emprendimiento

El gobierno no está tomando decisiones efectivas para controlar la crisis de salud, minimizando el daño a la actividad empresarial.



Las medidas adoptadas por el gobierno durante los primeros 12 meses de la pandemia han ayudado a evitar el cierre de un número significativo de empresas y la pérdida de un número significativo de empleos.



Como consecuencia de la pandemia, el gobierno ha acelerado la "Agenda Verde" o política medioambiental específica, tomando medidas efectivas para promover la sostenibilidad y la conciencia ambiental entre todas las empresas.



Debido a la pandemia, un número considerable de empresas nuevas y en crecimiento están priorizando la protección del medio ambiente por encima de la rentabilidad o el crecimiento.



Debido a la pandemia, un número considerable de empresas nuevas y en crecimiento están adoptando modelos de negocios basados en la *gig economy* (economía de pequeños encargos, bajo demanda).



Debido a la pandemia, la *gig economy* (economía de pequeños encargos, bajo demanda...) se ha convertido en un motor importante para poner en marcha nuevos negocios.



Debido a la pandemia, existe suficiente apoyo gubernamental en forma de subsidios específicos, beneficios fiscales o capacitación para ayudar a todo tipo de empresas en todos los sectores a implementar y/o adoptar la digitalización empresarial.



Como resultado de la pandemia por COVID-19, un número considerable de empresas nuevas y en crecimiento están promoviendo el teletrabajo.



Un número considerable de empresas nuevas y en crecimiento puede afrontar el costo de los procesos de digitalización que la nueva situación exige para mantener la competitividad.





Capítulo 7

Otros elementos de GEM
2021/2022



En las encuestas del 2021/2022 GEM se indagó por temas asociados y relevantes del proceso empresarial. Algunos de ellos fueron tratados en todos los países, pero otros solo lo fueron en Colombia. Varios de estos asuntos han estado en el radar de GEM por mucho tiempo, pero otros son nuevos en el proceso. Se espera que estos aspectos despierten interés y deseos de profundizar en ellos.

7.1 El entorno de la mujer empresaria

El campo de la mujer empresaria adquiere cada día más relevancia. En el 2021 el GEM Global produjo un reporte completo sobre esta temática, titulado “GEM 2020/2021 *Special Report on Women’s entrepreneurship: Thriving through crisis*” que puede ser consultado en el siguiente enlace: <https://gem-consortium.org/reports/womenentrepreneurship>, y se ha tomado la decisión de hay la decisión de continuar con informes anuales sobre esta temática.

En el ciclo GEM 2021/2022 se analizaron múltiples variables con perspectiva de género, y por ello, en los capítulos anteriores de Tubería Empresarial y de Caracterización de los empresarios, se hizo un énfasis que permitiera diferenciar las conductas de los hombres y de las mujeres. Además, en ese ciclo se practicó un sondeo con los expertos en lo referente a las facilidades que el entorno brinda a las mujeres colombianas para el desempeño de su actividad empresarial. Las calificaciones de los expertos podían estar entre 0 y 10, siendo 10 la existencia y la operación de una condición altamente favorable y 0 la existencia de una condición altamente desfavorable.

Los principales resultados de este proceso fueron:

En lo referente a la existencia de suficientes servicios de apoyo asequibles (es decir, cuidado de niños, servicios en el hogar, programas extracurriculares, cuidado de personas mayores...) para que las mujeres puedan contar con el tiempo y la tranquilidad requeridos para dirigir sus negocios, en paralelo con sus procesos de responsabilidad con la familia, la calificación promedio de los expertos fue 3,2 sobre un máximo de 10, develando una falencia grande en este elemento de apoyo, que es de gran valía para la mujer, pues, normalmente, estas actividades familiares están bajo su responsabilidad y limitan sustantivamente el tiempo que las mujeres pueden dedicar a sus actividades empresariales.

En lo atinente a la existencia o no de regulaciones especiales que incrementen la deseabilidad de las mujeres para convertirse en empresarias en vez de orientarse a ser empleadas, la calificación fue de 3,0, que en la escala de 10 usada se puede considerar como calificación muy baja, e indica que los marcos de estímulos para que las mujeres se vuelvan empresarias son casi inexistentes. El desarrollo de estos estímulos exige que muchas mujeres empresarias den y difundan su testimonio sobre el efecto positivo de sus empresas y generen presión ante los diversos organismos sociales y gubernamentales para que existan estímulos, bien sea motivacionales o financieros, para conseguir que la condición de deseabilidad se multiplique sustantivamente.

Al indagar sobre los efectos que la cultura nacional pueda tener para alentar a mujeres y hombres por igual en cuanto a trabajar por cuenta propia o a iniciar un nuevo negocio, la calificación que se obtuvo fue 5.0, que en la escala de 10, es un valor aceptable, pero que muestra la falta de mucho esfuerzo educativo, tanto para hombres como para mujeres, en la creación de una verdadera cultura basada en el espíritu empresarial, que haga nacer los valores, las sensaciones, las respuestas, las percepciones, las reacciones, los conceptos que son propios del espíritu empresarial y que se requieren para poder hacer la generación de valor, propia del proceso de transformación/innovación, responsable de la creación de empresas.

El uso de medios masivos de comunicación puede ser el escenario para llevar estos mensajes a los colombianos.

Otro aspecto que se analizó en la encuesta NES fue el asociado con la accesibilidad que tengan las empresarias frente a los empresarios para ser partícipes del mercado que maneja la contratación pública. La calificación que asignaron los expertos (5.2 sobre 10), la más alta que se logró en este proceso, podría indicar que existe un equilibrio en la accesibilidad entre empresarios y empresarias. Es importante, sin embargo, tener presente que a las organizaciones nacientes y nuevas, debido a sus tamaños, a la exigencia de formalidad, a los tamaños de los pedidos, a la dificultad de seguir todos los pasos y procedimientos que se exigen, a las dificultades que les genera en su capital de trabajo, a la demora en el pago de las entidades públicas, entre otros factores, se les dificulta la llegada de estas empresas nacientes a las compras públicas.

El proceso de financiación es uno de los más críticos en todo el desarrollo empresarial. Se investigó sobre la igualdad de acceso a recursos financieros para empresarios y empresarias y la calificación fue de 2,9/10, que indica un sesgo negativo en la financiación de las iniciativas empresariales lideradas por mujeres. Ya en el Capítulo 3 se habían identificado, en forma general, los graves problemas de existencia y de acceso a los diversos mecanismos de financiación, pero este resultado plantea que aun en esa carencia de recursos para financiar nuevos proyectos, la situación es bastante sesgada hacia los empresarios, y las empresarias tienen que luchar más para poder disponer de los recursos necesarios para su empresa o tienen que iniciar actividades más pequeñas. Sería interesante investigar si existen diferencias por tipo de fuentes de financiación entre hombres y mujeres.

Dado el auge que en los últimos años ha tenido el teletrabajo, el trabajo desde la casa y la posibilidad de atender por medios digitales muchas de las actividades domésticas, se intentó determinar si se había presentado un aumento en estas opciones, que permiten a las mujeres permanecer en su casa y equilibrar un poco su vida empresarial o su vida laboral con la vida familiar. La calificación para estas facilidades fue de 3,7 sobre 10, indicando así que en este frente hay una gran oportunidad de mejoramiento.

7.2 Los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas

Otro de los temas que interesó a los investigadores de GEM, es el relacionado con la forma de acercarse a medir, con datos de GEM, el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS por sus siglas en español), y en ese sentido se formularon varias preguntas que permitieran empezar a tener puntos de referencia sobre ellos.

El primer factor que se midió buscaba determinar el conocimiento de la existencia de esos Objetivos de Desarrollo en los distintos grupos empresariales. La Tabla 7.1 presenta los resultados para los distintos grupos empresariales, y se identifica que estos objetivos todavía no han sido difundidos adecuadamente entre los empresarios y ellos posiblemente están más dedicados, en el momento actual, a sacar adelante sus empresas que a tratar de acogerse a los ODS.

Tabla 7.1**Conocimiento de la existencia de los ODS**

Fuente: Preparada por los autores a partir de los datos de GEM 2021

Tipo de empresario	Porcentaje de conocimiento
Empresario Naciente	11,8%
Empresario Nuevo	29,0%
Empresario en TEA	18,1%
Empresario Establecido	19,9%

Sin embargo, al preguntarles si han identificado algunas de las metas de la agenda 2030 como una prioridad para su empresa y si han definido sobre esa agenda acciones específicas, los resultados, como lo indica la Tabla 7.2, son bastante altos para los Empresarios Nacientes y Nuevos, y más bajos para los Empresarios Establecidos.

Tabla 7.2**Visión futura de los ODS**

Fuente: Preparada por los autores a partir de los datos de GEM 2021

Tipo de empresario	Porcentaje
Empresario Naciente	88,8%
Empresario Nuevo	79,7%
Empresario en TEA	83,1%
Empresario Establecido	51,8%



Otro aspecto relacionado con los ODS tiene que ver con la inclusión o no de consideraciones sociales (como el acceso a la educación, la salud, la seguridad, el trabajo inclusivo, la vivienda, el transporte, la calidad de vida en el trabajo, etc.) y ambientales (como la preservación de áreas verdes, reducción de la emisión de contaminantes y gases tóxicos, recolección selectiva de basura, consumo consciente de agua, electricidad y combustibles, etc.) en sus procesos de decisión sobre aspectos diversos de la empresa.

Como lo indica la Tabla 7.3 un alto porcentaje de los empresarios está consciente de que debe incluir en sus decisiones empresariales consideraciones sobre el impacto de ellas en los entornos sociales y ambientales.

Tabla 7.3
Inclusión de factores

Fuente: Preparada por los autores a partir de los datos de GEM 2021

Tipo de empresario	Factores sociales	Factores ambientales
Empresario Naciente	88,8%	89,8%
Empresario Nuevo	85,0%	89,6%
Empresario en TEA	87,2%	89,6%
Empresario Establecido	82,7%	81,2%

El gran problema del empresario es cómo equilibrar los objetivos económicos de la empresa con los objetivos sociales y ambientales de la misma, por ello se les preguntó a los empresarios si ellos priorizaban los impactos sociales y medios ambientales de su empresa por encima de la rentabilidad o el crecimiento, encontrándose, un resultado muy positivo a este enunciado, pues como lo muestra la Tabla 7.4, en todos los casos, las respuestas excedieron el 60%.

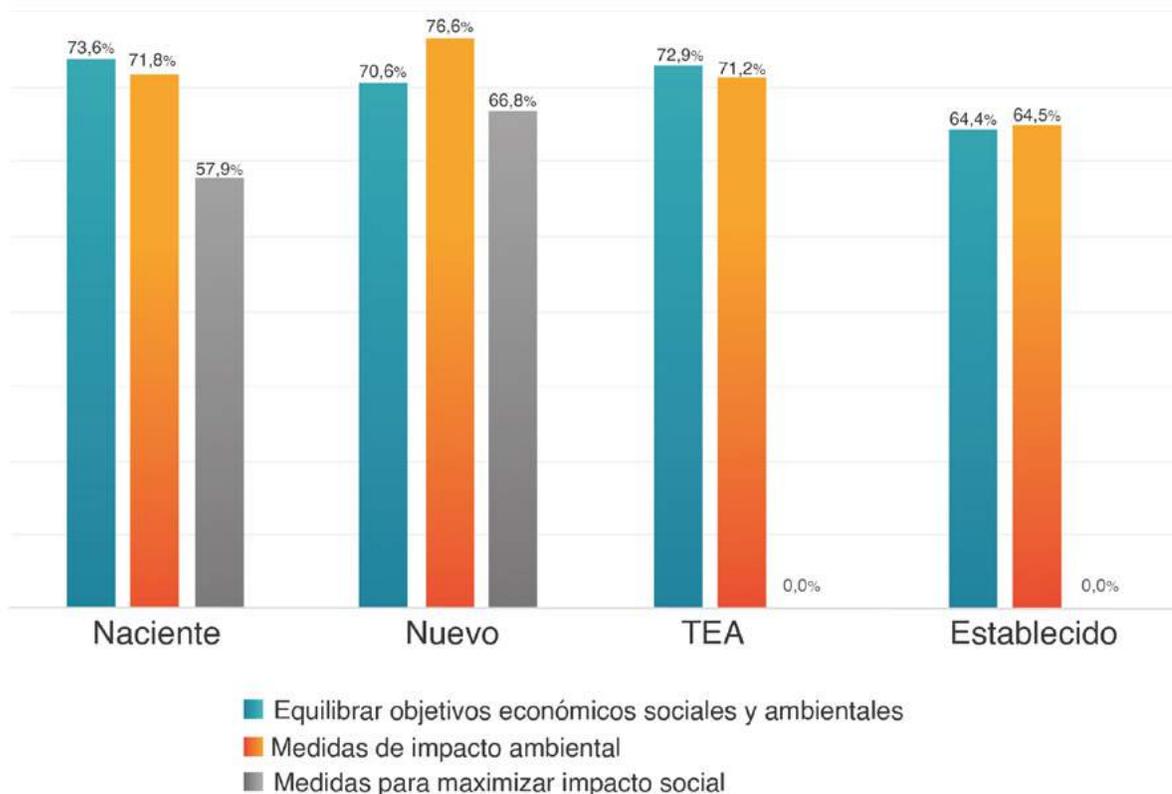
Adicionalmente se les consultó a los empresarios si habían tomado alguna medida como ahorrar energía, reducir las emisiones de carbono, introducir maquinaria más eficiente, usar material reciclable, recurrir a medios de transporte alternativos, disponer apropiadamente de los residuos generados u otras medidas para minimizar el impacto ambiental de su negocio durante el año pasado. Los resultados excedieron el 60% como lo muestra la Tabla 7.4.

Al investigar si los empresarios habían tomado alguna medida como: incluir la creación de puestos para jóvenes desempleados y otros grupos con acceso limitado al mercado laboral; agregar empresas sociales en su cadena de suministro; asegurar una fuerza laboral diversa; priorizar al momento de comprar un producto o servicio a los proveedores que realicen acciones para respetar los derechos humanos y el medio ambiente, luchar contra cualquier forma de trabajo infantil o de explotación humana; invertir o apoyar proyectos u organizaciones sociales que desarrollen en la comunidad e incluyan grupos menos favorecidos, para maximizar el impacto social de su negocio durante el año anterior, los resultados, como lo indica el Gráfico 7.1 son muy alentadores.

Estos resultados, aunque preliminares, presentan una perspectiva favorable a los ODS desde la visión de los empresarios. Es necesario profundizar en Colombia esta línea de investigación, siguiendo los derroteros de la primera aproximación hecha por GEM, que dio origen a la publicación “*Entrepreneurship and well being: The UN Sustainable development goals through lenses of GEM indicators*”.

Gráfico 7.1 Orientación hacia ODS

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021



7.3 Digitalización

En la investigación del 2020 surgió como una de las estrategias que habían utilizado los empresarios para enfrentar las limitaciones de uso de sus espacios físicos, generadas por la pandemia, la inclusión de la digitalización de procesos para muchas de sus operaciones comerciales y operativas. Se consideró procedente replicar esta investigación en el 2021.

El primer factor analizado fue la identificación de cambios de estrategia en el uso de tecnologías digitales para la venta de los productos o servicios y en ese sentido se dieron cuatro opciones:

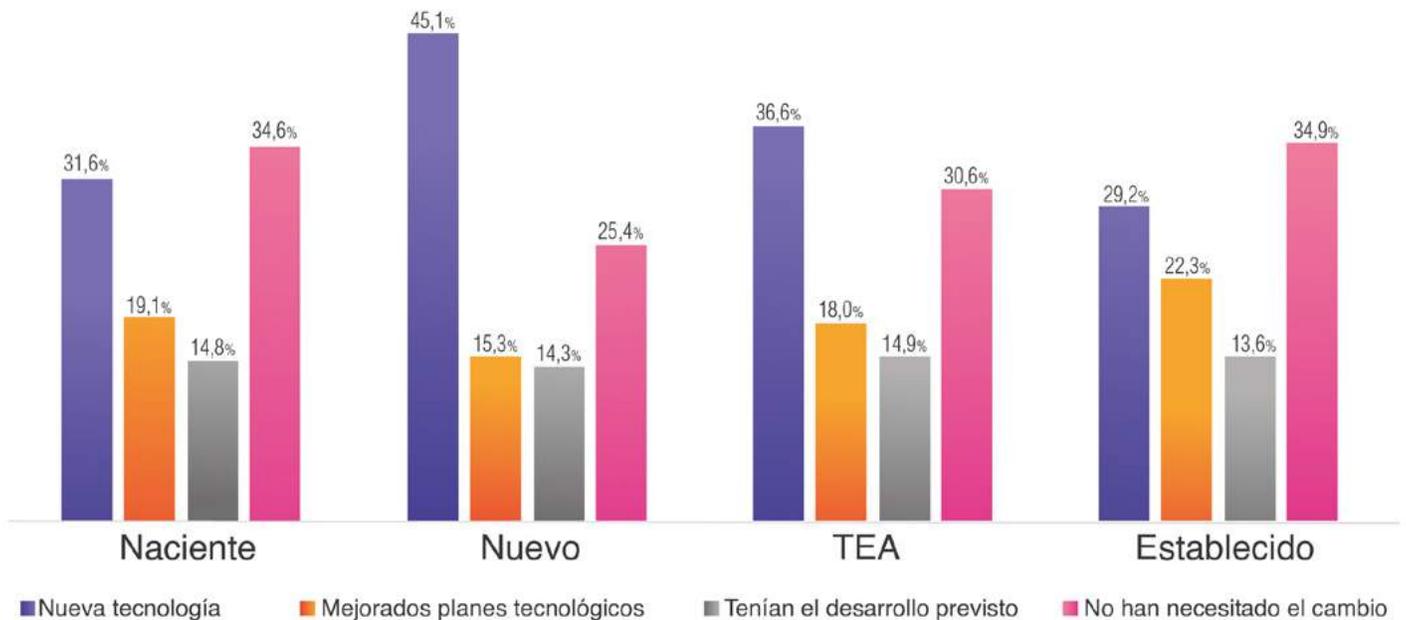
- Ha adoptado tecnologías digitales como respuesta a la pandemia.
- Han mejorado los planes iniciales que tenía sobre tecnologías digitales.
- Habían previsto el desarrollo digital antes de la pandemia.
- No necesitan de las tecnologías digitales en el momento actual.

El Gráfico 7.2 presenta los resultados para cada tipo de empresario en lo referente al cambio en su desarrollo tecnológico. Se observa en los Empresarios Nacientes y Nuevos, y por derivación en los del TEA, que efectivamente, la pandemia los impulsó a muchos de ellos a implementar el uso de nuevas tecnologías digitales. Los Empresarios Establecidos fueron más lentos en este proceso.

Gráfico 7.2

Cambio tecnológico en digitalización

Fuente: Preparada por los autores a partir de los datos de GEM 2021



En lo referente a si los empresarios esperaban que su empresa o negocio utilizara más tecnologías digitales para vender su producto o servicio en los próximos seis meses, se encontró que los empresarios que están en la categoría TEA plantean esta necesidad en el 80,2% de los casos, mientras que los Empresarios Establecidos solo lo contemplan en un 62,6% de los casos.

El Gráfico 7.3 presenta el porcentaje de utilización de las diferentes acciones basadas en digitalización implementadas por los Empresarios en TEA y por los Empresarios Establecidos. Los porcentajes más altos estuvieron en nuevos canales para la promoción de productos, pagina *web*, ventas en línea, establecimiento de *Market places*.

Gráfico 7.3
Transformaciones digitales instauradas

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021

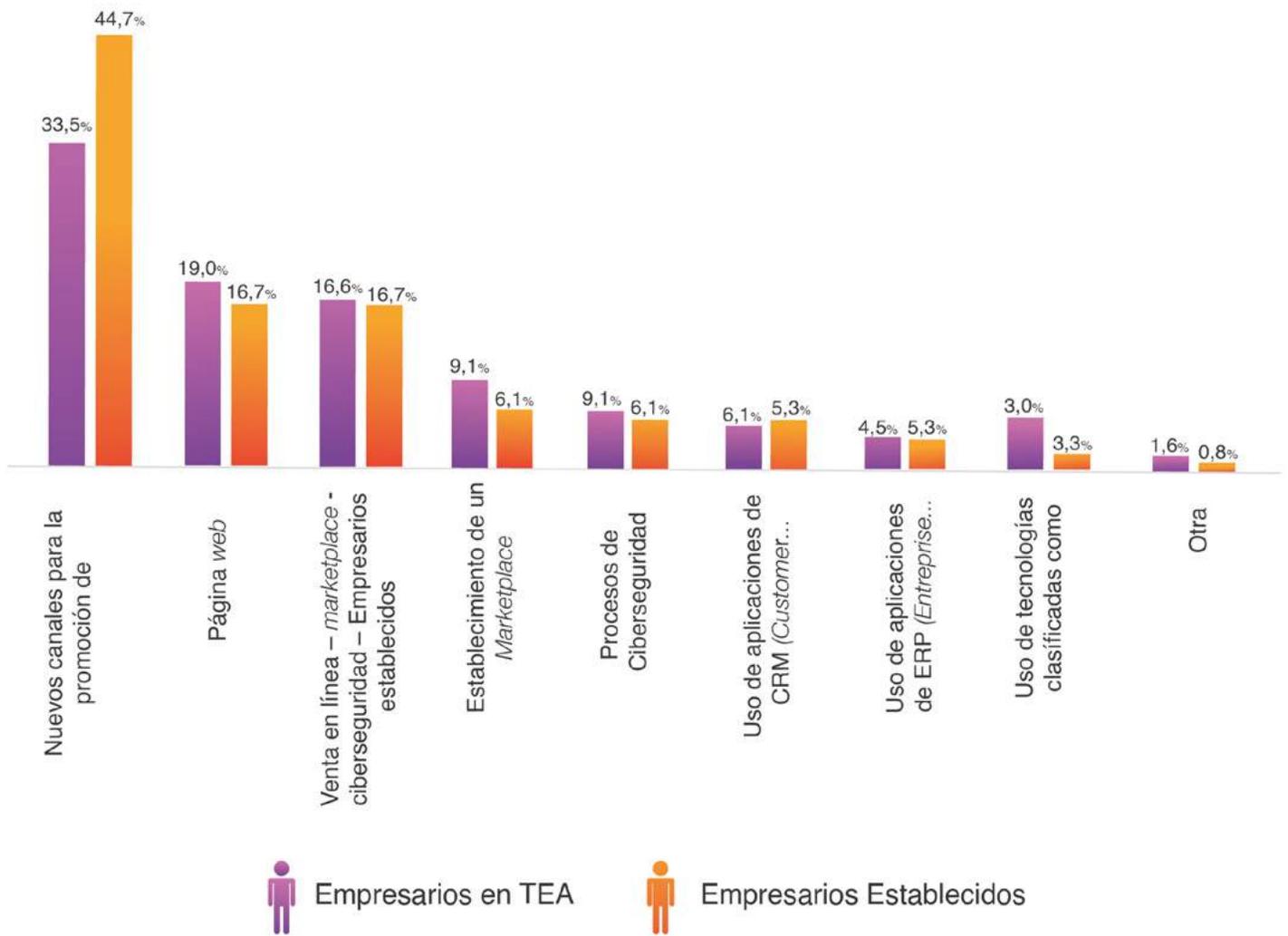
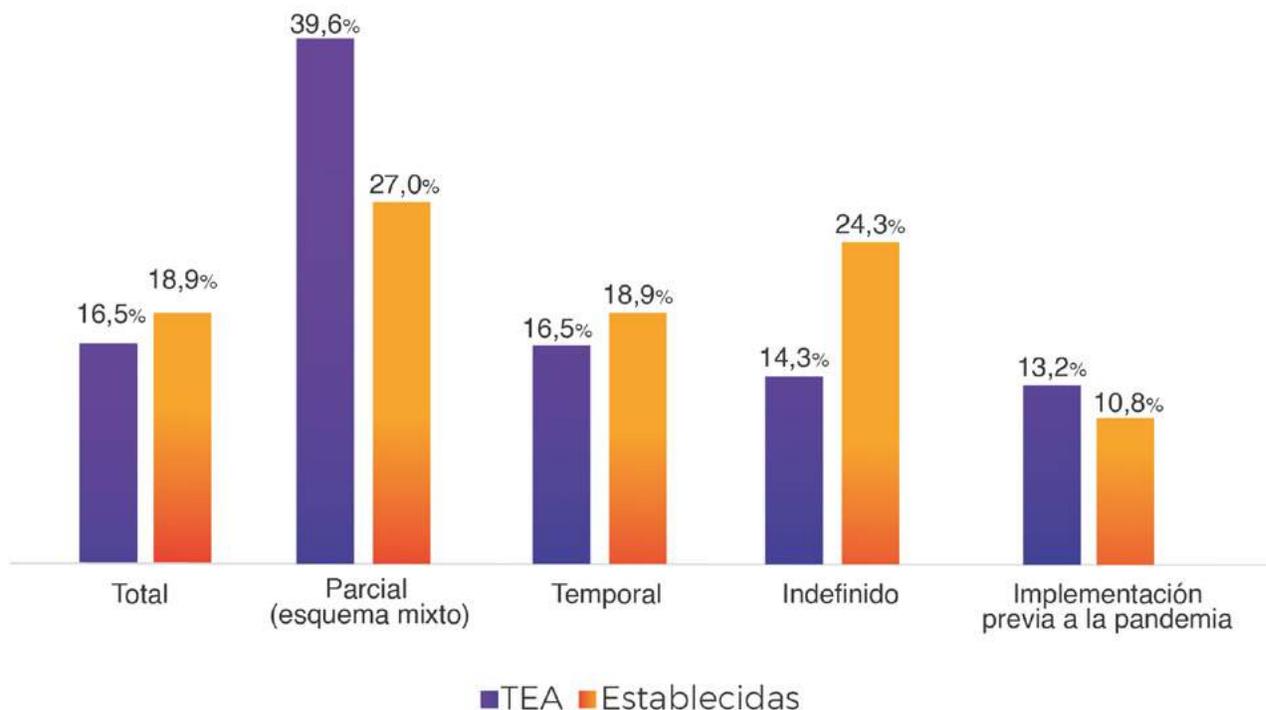


Gráfico 7.4

Implementación del teletrabajo

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021



7.4 Formalización

Uno de los grandes propósitos que el gobierno y muchas organizaciones empresariales (cámaras de comercio, asociaciones gremiales, cajas de compensación, la seguridad social, etc.) han tenido por muchos años es el promover la formalización de las empresas, no solo tributariamente, sino también en estructuras gremiales y en términos sociales. Sin embargo, este propósito, que es muy sano y conveniente para los empresarios, se enfrenta a una realidad y es que muchas empresas no se formalizan y continúan operando en formas que se denominan como irregulares. Anualmente, GEM mira esta variable y los datos que encontró son bastante decepcionantes para las intenciones que setienen, pues solo el 32,1% de las empresas que están en TEA y el 47,6 % de las Empresas Establecidas están formalizadas.

Es importante destacar que se han hecho muchos esfuerzos para facilitar los procesos de formalización, pero, aun así, se encuentra que mucho empresario sigue renuente al proceso. El Gráfico 7.5 presenta las principales razones que dan los empresarios sobre el porqué no formalizarse. Es muy importante que la tasa de formalización aumente, pero para ello es necesario tener en mente las razones de los empresarios y diseñar, a partir de esas razones, y de sus necesidades, un proceso de formalización que también esté acorde con sus disponibilidades de recursos, con sus necesidades y con sus capacidades organizacionales.



7.5 Empresas familiares

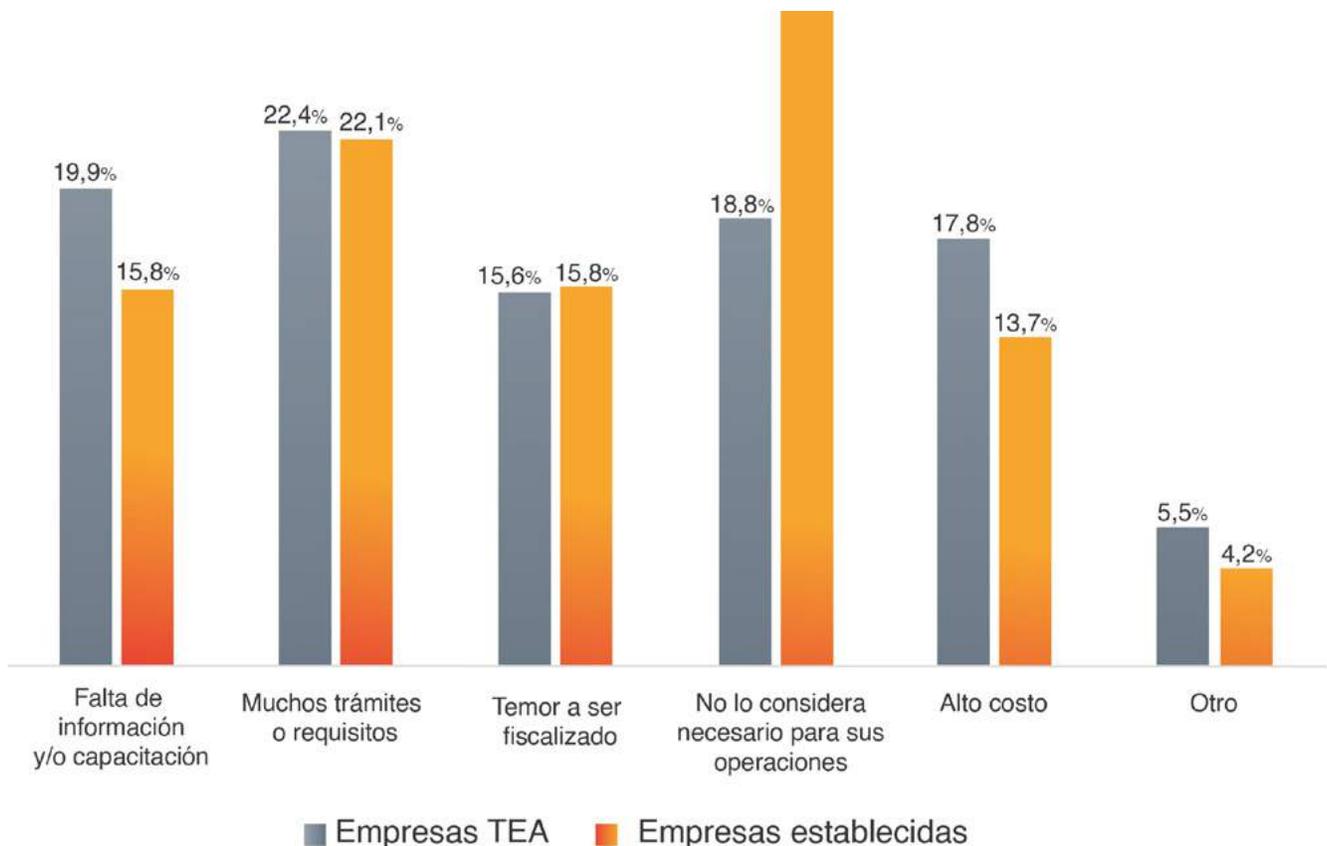
Las empresas familiares cubren un amplio espectro en todas las demografías empresariales y en los países en vías de desarrollo este fenómeno es más frecuente. GEM quiso en el 2021-2022 hacer una aproximación que permitiera percibir el significado de las empresas familiares en la dinámica empresarial, y para ello formuló varias preguntas sobre la temática. En este caso los porcentajes se calcularon solo sobre los empresarios de cada categoría que contestaron positiva o negativamente las preguntas, y se excluyeron los que indicaron que no sabían o que no respondieron. Las principales conclusiones fueron las siguientes:

- El 80,4% de los Empresarios en TEA y el 79,5% de los Empresarios Establecidos indicaron que la empresa es de su propiedad, o de propiedad de su familia.
- El 81,2% de los Empresarios del TEA y el 81,9% de los Empresarios Establecidos indicaron que la empresa es gestionada principalmente por él y por sus familiares.
- El 61,7% de los Empresarios Establecidos indicó que su empresa cuenta con criterios claramente definidos para la transmisión de la propiedad a la siguiente generación.

Gráfico 7.5

Razones de no formalización

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021



7.6 Financiación

La financiación es de gran importancia en los procesos de creación de empresa, pues siempre hay las posiciones referentes a la existencia o no de suficientes fuentes de financiación, a la posibilidad de tener acceso a ellas, o a la existencia de bastantes y buenos proyectos para ser financiados. GEM revisó esto y en el Capítulo 3 los expertos plantearon la debilidad de esta condición de infraestructura empresarial.

En el APS se hicieron varias indagaciones sobre cuestiones financieras, que llevan a las siguientes conclusiones:

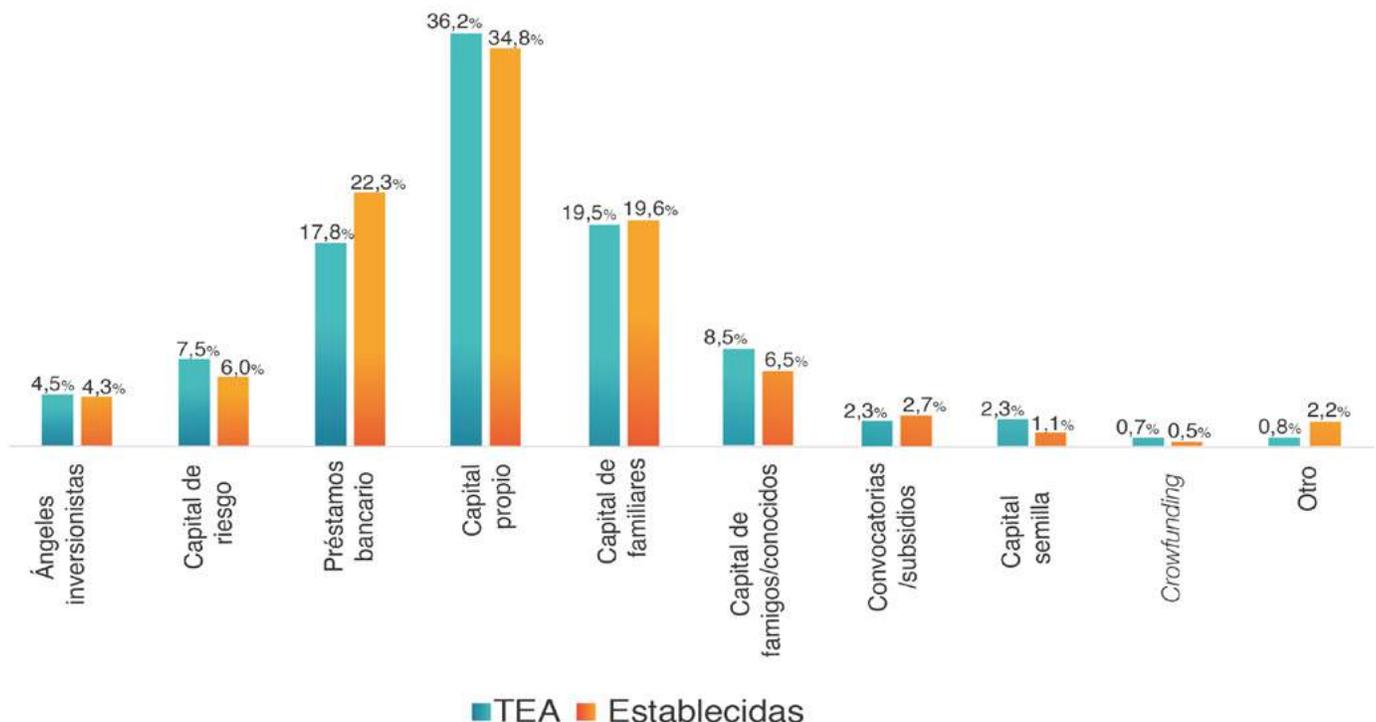
- Un 6,0% de los colombianos ha invertido capital, en iniciativas empresariales de otras personas, en los últimos tres años.
- La inversión promedio que estos inversionistas informales han hecho es de USD\$ 3.960, o sea unos \$16.000.000.

El Gráfico 7.6 presenta las fuentes de financiación utilizadas por los empresarios colombianos, tanto para los que están en el TEA como para los que son Establecidos. Se observa que las principales fuentes, tanto para los de TEA como para los Establecidos son: el capital propio y el capital que aportan los familiares, bien sea en dinero o en especie.

Obsérvese que algunas formas de financiación, de las que se habla mucho en la literatura y en ambientes académicos, no son ampliamente utilizadas por los empresarios colombianos (ángeles inversionistas, capital de riesgo, *crowd funding*). Es también importante observar el bajo nivel de capital semilla y convocatorias.

Gráfico 7.6
Fuentes de financiación

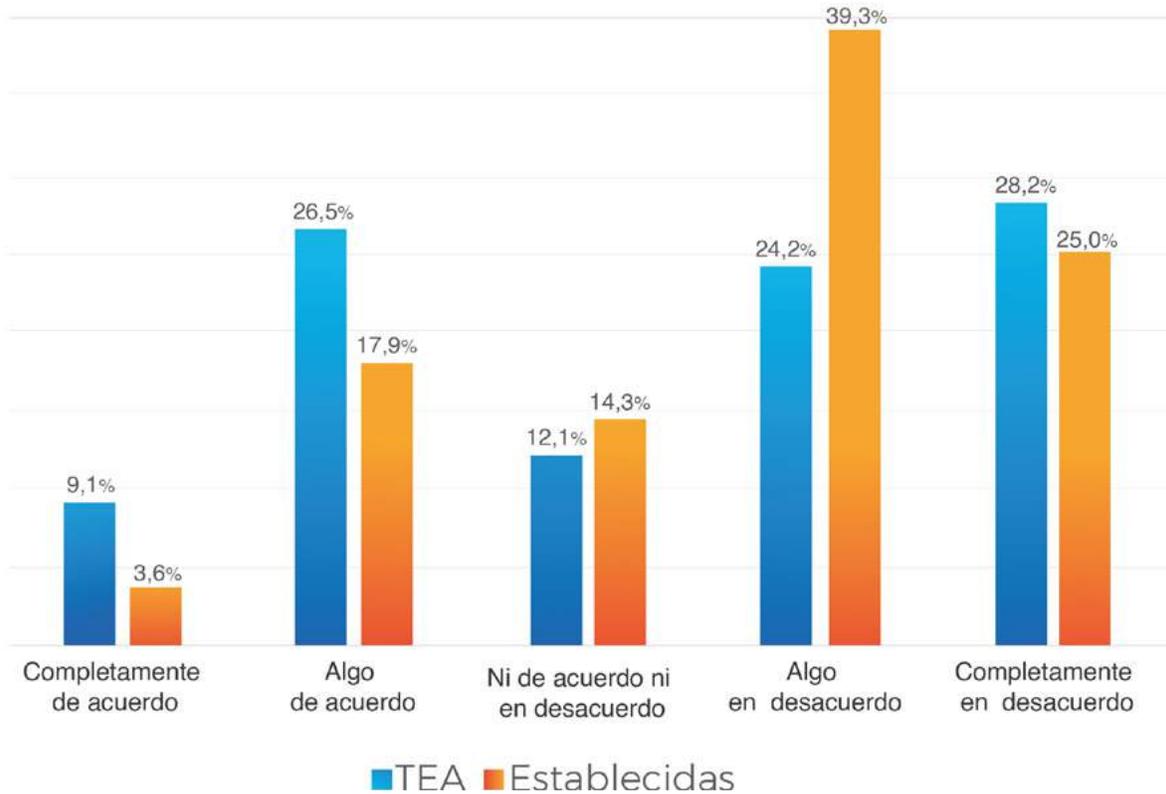
Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021



El Gráfico 7.7 mide el porcentaje de empresarios que consideran que las estructuras actuales de financiación, facilitan el acceso a recursos no propios. Tanto en el caso de los Empresarios en TEA o en el de los Empresarios Establecidos, la gran mayoría de los empresarios (entre el 52 y el 54%) manifiestan su discrepancia con la idea de que las estructuras actuales facilitan el acceso a dichos recursos.

Gráfico 7.7
Facilidad en la financiación en los últimos años

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021



7.7 Papel del gobierno

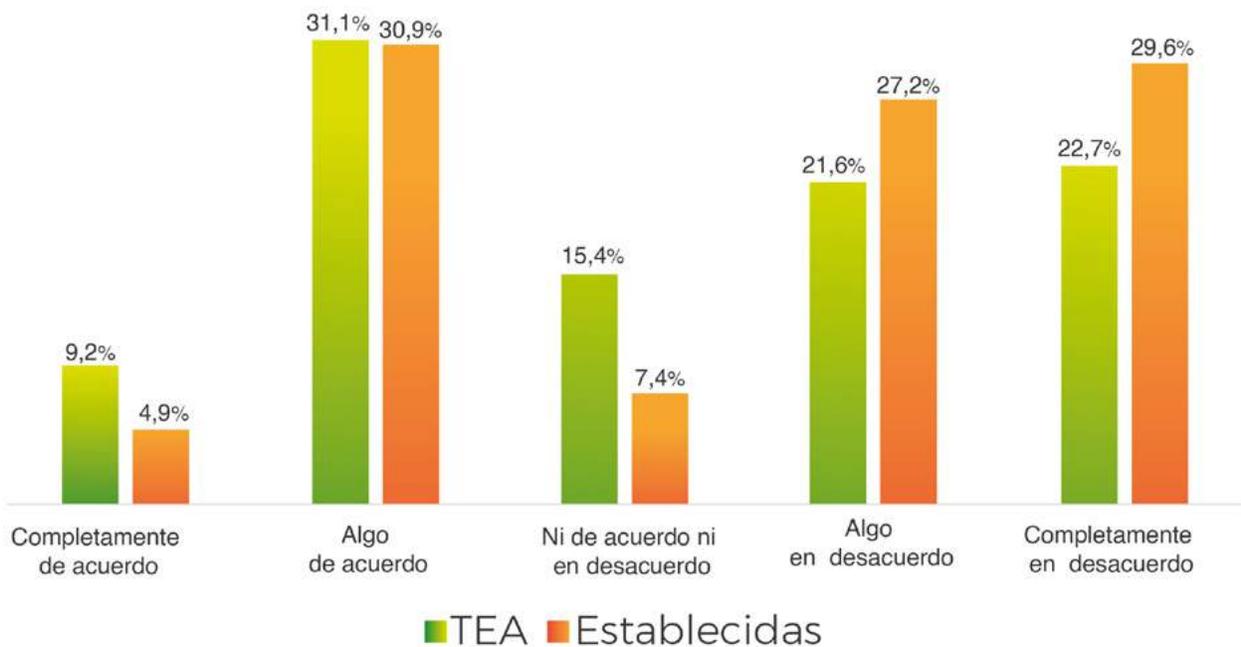
Aunque en los Capítulos 2 y 6 se analizó el papel del gobierno en lo referente a los programas y acciones que el gobierno adoptó para atender las dificultades que las empresas tuvieron que vivir por los efectos adversos del COVID-19, se consideró conveniente indagar sobre dos elementos fundamentales de la acción gubernamental: la Ley 2069 de diciembre de 2020, conocida como Ley del Emprendimiento, y los diversos programas que el gobierno tiene para apoyar las iniciativas empresariales.

En el caso de la Ley 2069 se preguntó a los empresarios si ellos consideraban que la Ley del Emprendimiento de diciembre de 2020 “presenta políticas públicas favorables para el desarrollo empresarial colombiano”, y como lo indica el Gráfico 7.8 solo entre el 35% y el 40% de los empresarios están de acuerdo o completamente de acuerdo con el enunciado. Este resultado indica, que la ley se pudo quedar corta en sus alcances, con respecto a las expectativas de los empresarios y/o que la Ley no ha sido adecuadamente divulgada y que todavía no se identifican sus resultados. Ante estas realidades es muy importante que el gobierno nacional establezca un procedimiento de seguimiento de los resultados de la ley, para que se puedan identificar los programas que contribuyen al mejoramiento del ecosistema de apoyo empresarial.

Gráfico 7.8

Favorabilidad de la Ley de Emprendimiento

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021

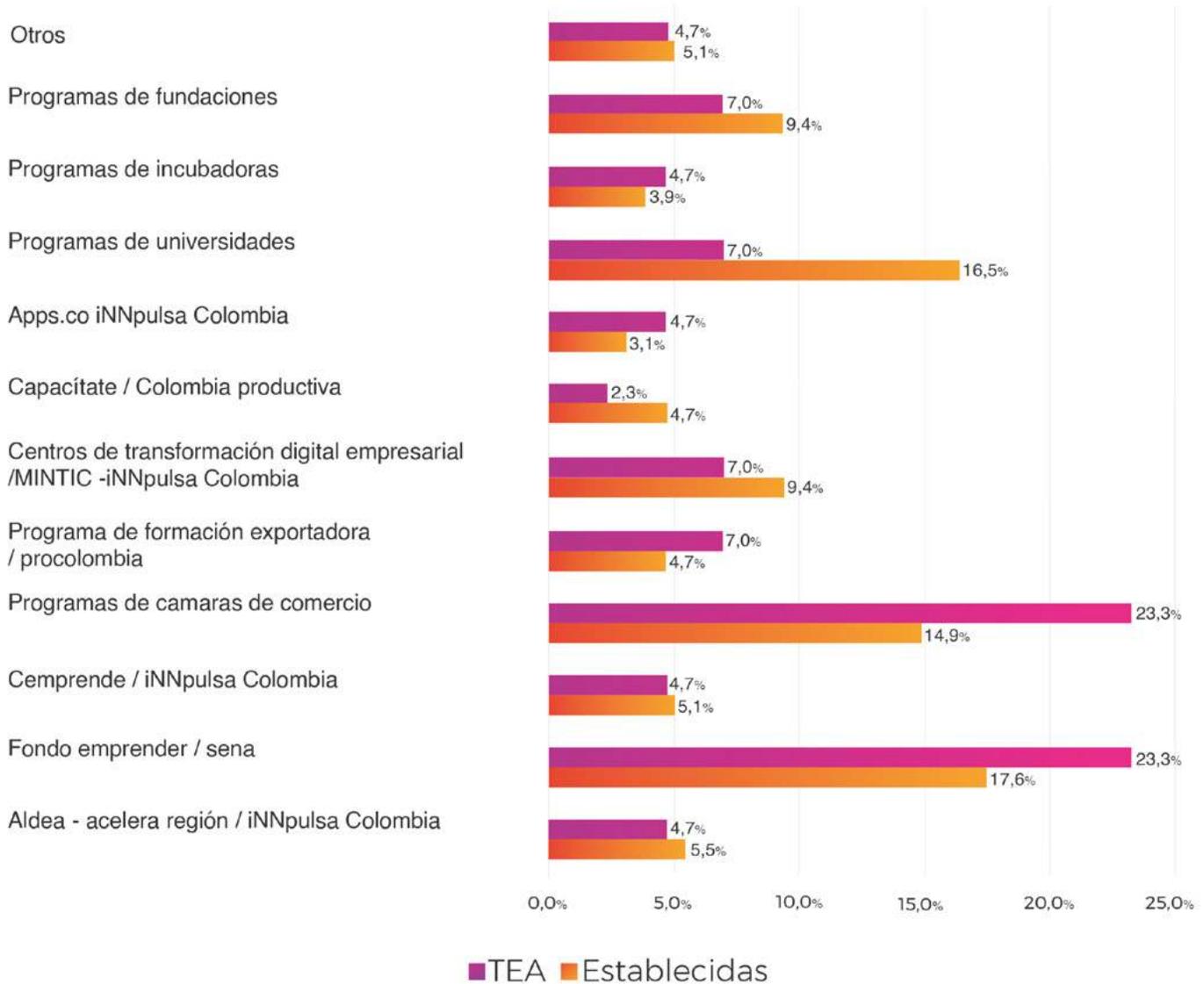


Al indagar sobre los programas de apoyo, formación, acompañamiento o asesoría empresarial, en los cuales los empresarios han participado en los últimos dos años, se encontró, como lo muestra el Gráfico 7.9, que el SENA y las Cámaras de comercio han sido las unidades de apoyo que más han sido utilizadas por los Empresarios, tanto los del TEA como los Establecidos. De nuevo es posible que la baja utilización de algunos de esos programas se pueda deber al desconocimiento de los empresarios de estos apoyos, o del tamaño limitado de su cobertura y de sus recursos para ampliarse, o eventualmente, porque los programas no se adecúan a las necesidades de los empresarios.

Tanto en lo referente a la percepción positiva de la ley, como a la difusión de los programas de apoyo existentes, es necesario diseñar e implementar una campaña de difusión de sus alcances y la ampliación de las convocatorias, para que más empresarios tengan acceso a los servicios de estas unidades.

Gráfico 7.9
Programas de gobierno

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021



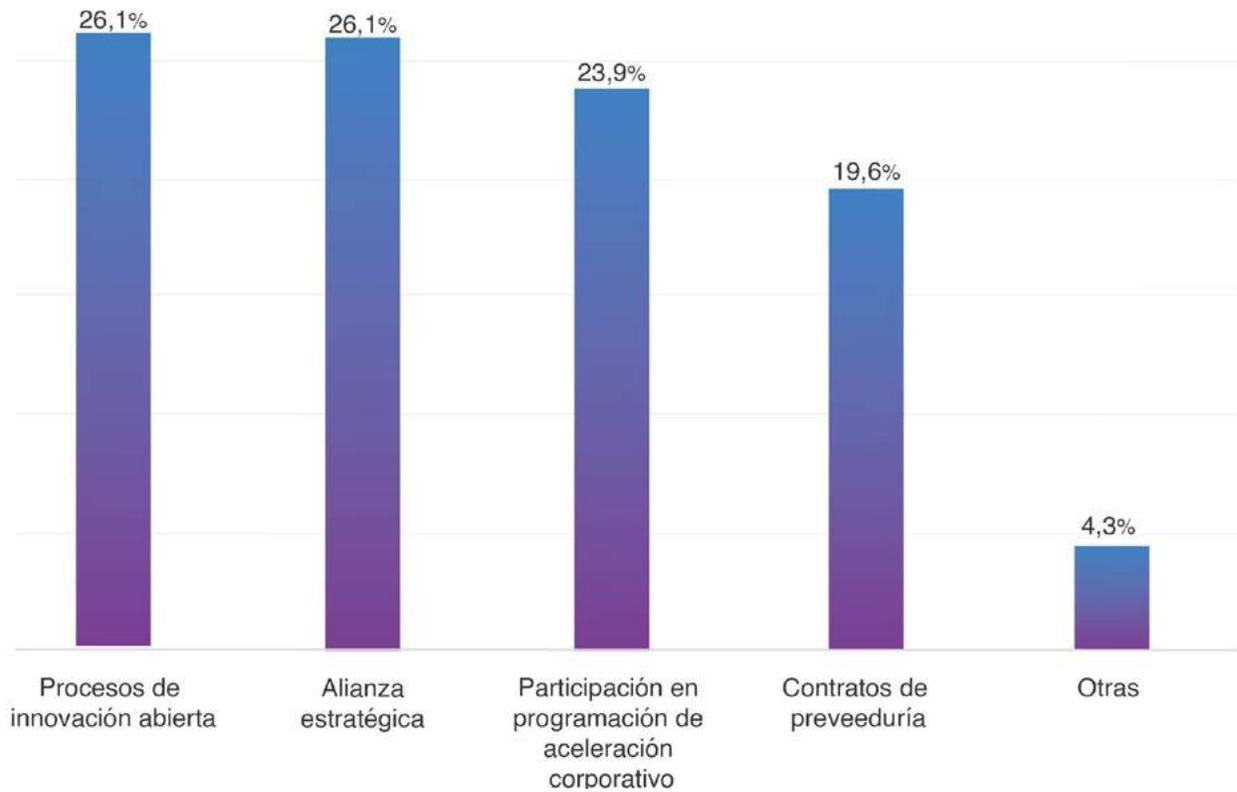
7.8 Relaciones con grandes empresas

Otro punto de interés es conocer la frecuencia con la cual las empresas se relacionan con grandes corporaciones o con empresas públicas de gran tamaño, pues esta acción genera posibilidades de grandes expansiones en términos de mercado y de crecimiento. Se encontró que solo el 9,4% de las empresas, tanto de las del TEA como de las establecidas, tiene en la actualidad relaciones con ese tipo de organizaciones, y cuando se indagó por el tipo de relaciones que han establecido con esas grandes organizaciones (públicas y privadas) se observó, como lo indica el Gráfico 7.10, que los procesos de innovación abierta y las alianzas estratégicas, cada una con el 26,1%, son las interacciones más frecuentes en este tipo de red empresarial.

Gráfico 7.10

Relaciones con grandes empresas

Fuente: Preparado por los autores a partir de los datos de GEM 2021







Capítulo 8

Lineamientos de política
empresarial



Interpretar los resultados de un estudio con tantas variables y sujeto a tantos fenómenos del entorno es bastante complicado y riesgoso, pues su naturaleza descriptiva hace difícil poder sustentar estadísticamente las posibles conclusiones y recomendaciones. Sin embargo, la información levantada es de un inmenso valor porque permite medir el estado de esas variables y de esos entornos, y a partir de ellos facilita la emisión de diferentes lineamientos de políticas públicas, el diseño y la implementación de algunos programas, proyectos y actividades focalizados en la solución de varias de las brechas identificadas. Aunque muchas de las ideas que surgen del análisis de esta información han sido presentadas a lo largo del libro, es conveniente tratar de sintetizarlas en una forma ordenada en este último capítulo.

8.1 Financieros

1. Las limitaciones que tiene el ecosistema en lo referente a la financiación siguen siendo manifiestas para los empresarios y los expertos, y ellas se han multiplicado, debido tanto a la COVID-19 como a los problemas originados por los “paros-protestas-bloqueos” que ocurrieron en el primer semestre del año. Aquí se necesitan intervenciones del sector financiero, del gobierno y de los empresarios para crear una política de financiación de empresas (Nacientes, Nuevas y Establecidas) que permita, no solo identificar nuevos mecanismos de financiación empresarial, sino también modificar las condiciones de su operación y hacerlas asequibles, de forma tal que puedan ayudar a las empresas en su proceso de supervivencia y recuperación.

2. Desde lo público y lo privado se deben desarrollar más sistemas de capital semilla, que faciliten al empresario naciente su aparición y su tránsito a Empresario nuevo y, eventualmente, a Empresario Establecido.

3. Se requiere diseñar e implementar otros instrumentos financieros, posiblemente más sofisticados, que estén especialmente concebidos para atender las necesidades de los empresarios y de las empresas. Es necesario hacer una investigación sobre instrumentos financieros novedosos que se estén utilizando en otros países para evaluar la posibilidad de crear nuevos operadores financieros que ofrezcan estas alternativas novedosas de financiación.

4. En las líneas de crédito es imperativo diseñarlas pensando en formas diferentes a las convencionales para: tasas de interés, plazos, formas de pago, periodos de gracia, garantías, de forma tal que el préstamo sea una palanca positiva para el empresario y le permita cumplir sus obligaciones financieras.

5. Hay que fortalecer los programas de inversionistas informales: familiares, amigos, personas particulares, entre otros, pues son un grupo significativo en los procesos de financiación. Medidas de promoción y formación en esta actividad son necesarias, y además urge pensar en estímulos tributarios, como pueden ser el considerar que las utilidades recibidas de esas inversiones se traten como rentas exentas, y/o se creen deducciones tributarias en el ciclo fiscal en el que se hacen las inversiones. Estas son algunas de las posibilidades que se deben explorar, para mejorar el acceso de recursos privados, no bancarios, a la actividad financiera de las nuevas empresas.

6. Urge formular una política nacional de transformación digital y de industria 4.0, orientadas a impulsar la aplicación de ellas en el accionar de las empresas, y que cubra los procesos de motivación, capacitación, asesoría y acompañamiento en la implementación. En dicha política un capítulo básico tiene que ser la existencia de líneas de financiación específicamente diseñadas para que la política se pueda ejecutar.

7. Es preciso que existan mecanismos de financiación, en el Ministerios de Ciencia y Tecnología, para la transferencia de procesos de Investigación y desarrollo que realicen las empresas en asocio con los

grupos de investigación y desarrollo científico.

8. Las líneas de financiación deben tener la capacidad de atender la inversión en activos fijos y la inversión en capital de trabajo.

9. En caso de que no esté previsto en los reglamentos de uso de los recursos de regalías se debe estudiar la posibilidad de asignar algún porcentaje de esos recursos, para “ sembrar empresas,” mediante la financiación de proyectos de desarrollo científico-tecnológico que lleven a spin-off empresariales. Si este mecanismo existe, hacer difusión del mismo y convocar a concursos abiertos para la “siembra”

10. Es importante diseñar e implementar procedimientos e incentivos para la bancarización de las empresas facilitando las operaciones bancarias y reduciendo los costos de las mismas.

11. Como quiera que muchas empresas se han visto afectadas por los efectos de la pandemia y de las demás circunstancias adversas de los últimos dos años, se deben diseñar y poner en marcha una serie de programas de refinanciación de las deudas empresariales y personales, incluyendo una reducción de las tasas de interés, aun de los créditos viejos.

12. Sería muy útil analizar por qué algunos mecanismos de financiación de nuevas empresas tienen tan poca acogida y reconocimiento de los empresarios y definir los ajustes necesarios para que ellos accedan a esas fuentes.

8.2 Empresarios

13. Hay que fortalecer los procesos de ahorro del empresario que estén dirigidos a generar mejoras y expansiones de su empresa con recursos propios.

14. Deben existir estímulos tributarios para que el empresario pueda ir capitalizando sus excedentes y orientándolos a la expansión y el crecimiento de su empresa.

15. Es valioso desarrollar en los empresarios colombianos las competencias para que puedan identificar nuevas oportunidades de mercado no solo en los entornos nacionales sino también en los internacionales, para que una porción significativa de sus ingresos provenga de esas ventas en el exterior.

16. Las modificaciones en las condiciones de trabajo (trabajo remoto, trabajo parcial, etc.) muy posiblemente han generado diversos problemas no solo en la productividad de dicho trabajo, sino también en factores de salud física y mental y en la promoción dentro de la empresa. Es preciso hacer un estudio sobre estas variables, pues ellas tendrán un impacto en el rendimiento del capital humano de las empresas.

17. La experiencia de la pandemia debe traer a la mente del empresario que es necesario contar con un fondo de seguridad financiera, que permita la acumulación de recursos en las épocas de bonanza, para poder contar con los recursos necesarios para períodos de dificultad de las empresas originadas por factores internos o externos.

18. La tasa de intraemprendimiento en Colombia es baja, pero con un gran potencial para que las empresas existentes puedan generar mayor valor e innovación permitiendo el desarrollo de las competencias empresariales de sus empleados. Para ello, es necesario impulsar e incentivar el desarrollo de programas específicos para estimular a sus empleados y para promover proyectos con potencial de crecimiento. Los centros de innovación y de intraempresariado deben alinearse con los centros de

investigación y desarrollo para lograr el surgimiento de nuevas iniciativas empresariales.

8.3 Programas de gobierno

19. El gobierno debe revisar sus distintos programas de apoyo al ecosistema empresarial y entender que se requiere cobertura nacional de ellos, y que es muy difícil para el gobierno estar en el diseño, la ejecución y la evaluación de esos programas. Se deben usar entidades regionales, con conocimiento y experiencia en la temática, para atender los mercados regionales. La iniciativa CEmprende es un primer paso para entender las necesidades específicas de los ecosistemas regionales, y para conocer la calidad de la oferta y el papel de cada actor en las regiones.

20. Aunque el gobierno nacional ha desarrollado una serie de iniciativas de apoyo, resulta preocupante ver que solo un porcentaje menor conoce los programas del gobierno. Es necesario facilitar los accesos a los programas y mejorar las estrategias de divulgación.

21. En cuanto a la institucionalidad pública es necesario un acuerdo sobre objetivos y metodologías entre las instituciones regionales y el gobierno central, incluyendo los distintos actores, públicos y privados que actúan en el ecosistema.

22. Es necesario que las acciones de gobierno orientadas a promover la aparición de empresas nuevas y en crecimiento lleguen a todas las regiones del país, y no se queden centralizados en ciertas ciudades. En el análisis por ubicación se demostró que existe actividad empresarial interesante por fuera de las capitales de departamento, y que ella requiere de mecanismos de apoyo reales.

23. Hace falta construir una visión conjunta en cada uno de los territorios de acuerdo con su caracterización social y empresarial y sus necesidades específicas. De esta forma se podrán aportar soluciones efectivas a las necesidades reales del ecosistema empresarial regional, más efectividad y una amplia visibilización de los programas de apoyo empresarial.

24. Los programas deben ser diferenciados en objetivos, en clientes, en etapas de desarrollo empresarial (motivación, creación, arranque, crecimiento, consolidación), en tamaños y deben considerar variables como etnia, ubicación geográfica, edad, género, ingreso, educación, etc.

25. El gobierno necesita entender que “un mismo zapato no les queda bien a todos los pies”, y que esa política no es la mejor para dinamizar el desarrollo empresarial, y por lo tanto, debe diferenciar en todos los aspectos (servicios, personal, facilidades, apoyos, etc.) las actividades de cada unidad de apoyo al desarrollo empresarial.

26. Es necesario aumentar y mejorar la confianza en el contexto interno del país y en sus actores públicos y privados para incrementar la economía local, regional y nacional.

27. Aunque los resultados de las propensiones de los hombres y de las mujeres con actividad empresarial son muy cercanos, es importante brindar en los programas de capacitación y formación opciones especiales que permitan atender las limitantes que pueden tener las mujeres en algunas de las competencias empresariales. Programas como WISE, que lo viene desarrollando el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi, Fondo Mujer Emprende, administrado por iNNpulsa; programa Empodera deben ampliarse y fortalecerse.

28. Debido al crecimiento en la propensión de las personas mayores de 55 años, es urgente crear e implementar procesos de desarrollo empresarial para los “*Senior’s Entrepreneurs*”. Los fondos de pen-

siones deben ser invitados a organizar estos programas para todos sus clientes, como una manera de apoyar el bienestar de los jubilados actuales y futuros.

29. De igual manera, otras entidades, según su orientación, deberán organizar programas específicos para apoyar jóvenes, o para personas en la mitad de sus ejercicios laborales, y también para mujeres, grupos étnicos, comunidades rurales, etc.

30. Los resultados de la investigación GEM 2021, indican que existen problemas serios de fugas empresariales en las zonas rurales del país, y por lo tanto es necesario trazar y poner en marcha programas de formación y de acompañamiento para estas zonas. iNNpulsa Colombia a través de CEmprende podría desarrollar un programa piloto que identifique las demandas de los emprendedores rurales, los fortalezca y los acompañe en el desarrollo de sus modelos de negocio. Las universidades podrían ampliar sus programas de postgrado, como lo ha hecho la Maestría en Creación de Empresas de la Universidad Icesi al llevarla a modalidad virtual, para contribuir a este desarrollo.

31. Aunque los resultados de las propensiones empresariales en función de la etnicidad no mostraron sesgos negativos hacia alguno de los grupos que posiblemente no han sido tradicionalmente representados, es conveniente entender, especialmente en las zonas rurales, que alrededor de la etnicidad hay concepciones culturales propias de estos grupos, que deben ser tenidas en cuenta al diseñar los programas de formación y apoyo empresarial.

32. Los programas precisan cubrir los asuntos asociados con recursos financieros y no financieros incluyendo las nuevas normas en tributos, estímulos, tramites, reducción de costos, etc.

33. Es valioso que el gobierno, comunique bien el alcance de sus programas de apoyo al emprendimiento y asigne presupuestos para hacer monitoreo y evaluación a los mismos.

34. Es urgente ampliar la cobertura de los programas de gobierno, a fin de que se pueda apoyar a muchos más empresarios y empresas.

8.4 Tramites, impuestos y barreras

35. Es necesario seguir mejorando el proceso de Ventanilla Única para facilitar todos los trámites administrativos y legales. La meta de una semana como plazo para constituir una empresa debe cumplirse.

36. Se requiere ajustar la estructura de los costos de constitución y registro de nuevas empresas, pues ellos alejan al empresario de su actividad y de la posibilidad de formalizar su empresa. Hay que llegar a un acuerdo con los empresarios para identificar los niveles que les permitirían ser formales.

37. Los tramites, la tributación, las licencias y permisos, deben ser revisados, pues las condiciones actuales hacen difícil el arranque y el progreso de las empresas.

38. En cuanto a los impuestos, la carga tributaria es alta para los empresarios, y por ello se recomiendan mecanismos de monotributo en las etapas nacientes o hasta alcanzar un tamaño que permita otras contribuciones.

39. Se recomienda también tener más claridad, predictibilidad y coherencia en la formulación de políticas, trámites e impuestos. Todas estas acciones deben estar graduadas según el estado de desarrollo de las empresas y su tamaño y dejar de pensar que unas medidas deben cubrir a todas las empresas.

40. Es necesario disminuir la carga burocrática que se le ha transferido a los empresarios en todos los frentes: laborales, tributarios, ambientales, productivos, de permisos, entre otros, pues ello aumenta las barreras de entrada a los mercados, eleva los gastos fijos dado que exige tener personal calificado, evita la formalización y le quita tiempo al empresario para dedicarse a las labores de crecimiento.

8.5 Educación

41. Aunque la sociedad colombiana indica tener el potencial para la creación de empresas, se necesita mantener el esfuerzo en el desarrollo de las competencias empresariales, para evitar las fugas que se presentan en las distintas etapas de la tubería empresarial.

42. Se debe iniciar un proceso nacional de educación empresarial, usando todos los medios de comunicación, apoyado por el gobierno, el sector empresarial, los gremios y el sector educativo, que explicita las ventajas que las empresas tienen en la solución de los problemas de desempleo, creación de valor, gestión y atención a clientes, etc., y que permita eliminar concepciones erradas sobre el papel de las empresas y de los empresarios, que ciertos grupos han manifestado en los últimos meses.

43. La educación empresarial en las escuelas y colegios requiere una revisión muy detallada, pues las metas de las leyes 1014 y 2069 no se han alcanzado. Se necesita crear una comisión de expertos para que diseñen currículos y materiales académicos específicos para cada uno de los grados y para que orienten a las instituciones educativas a crear un Plan Educativo Institucional (PEI) que fomente el espíritu y la mentalidad empresarial.

44. El desarrollo de las competencias empresariales debe incentivarse en todos los ámbitos formativos.

45. El punto anterior exige, además, un proceso amplio de formación de docentes capacitados para brindar la cátedra de emprendimiento en los niveles primario y secundario. Las maestrías en educación empresarial deben ser creadas para formar los profesores que se requieren para la implementación real de la cátedra de emprendimiento.

46. La educación empresarial en el nivel universitario, aunque recibió una calificación aceptable, debe ampliar su radio de acción con la intención de que todos los alumnos, independientemente del plan de estudios que estén desarrollando tengan la oportunidad de formarse como empresarios y no seguir limitados a una formación para el empleo.

47. Es necesario diseñar procesos educativos en las instituciones de educación superior (pregrado y postgrado), para que trabajen en el desarrollo de las competencias empresariales de los estudiantes. En este sentido los lineamientos de la Ley 1014 y de la Ley 2069 en términos de proyectos de grado y de asistencia técnica a empresarios, deben incluirse en todos los programas académicos del país.

48. Es necesario que las universidades, en cumplimiento de la Ley 2069 generen espacios e implementen procesos de asesoría para los empresarios de las comunidades de sus entornos, y permitan que los alumnos adquieran experiencias como asesores de dichos empresarios.

49. Los postgrados deben ser fuente de muchas empresas competitivas con capacidad de sobrevivir, expandirse y enfrentar mercados internacionales, pero se requiere que esos programas incluyan procesos formativos en el área empresarial y que se permitan proyectos de intervención directa en el sistema productivo nacional a partir del surgimiento de nuevas empresas derivadas de los procesos investigativos (Spin-off).

50. Se deben crear programas de posgrado orientados a formar asesores, consultores, entrenadores (*coaches*) de empresas y de Empresarios Nuevos(as) y en crecimiento, de forma tal que las distintas unidades de apoyo puedan contar con profesionales especializados en los asuntos empresariales, tributarios, laborales, comerciales y de propiedad intelectual.

51. Se demostró que la propensión hacia la creación de empresas crece a medida que mejora el nivel educativo de las personas y por ello, es de gran importancia lograr que, tanto en pregrado como en posgrado, se brinde formación y acompañamiento en las materias asociadas con la creación de empresas, especialmente aquellas caracterizadas por su alto potencial de creación de valor, su competitividad, la viabilidad de ir a mercados internacionales y por su alta generación de empleos.

52. La creación de una cultura de innovación en las organizaciones y el desarrollo de competencias innovadoras es una cuestión que no da espera, y en este sentido, los programas de formación empresarial en estas áreas (Creatividad, Invención e Innovación) merecen contar con el apoyo del gobierno de tal manera que sean implementadas por los empresarios.

53. Las universidades, el gobierno y el sector empresarial deben robustecer los programas orientados a dar a los empresarios el conocimiento, el acompañamiento en la implementación y la financiación requeridos para que las empresas hagan la adecuada adopción de nuevas tecnologías. Estos programas permitirán, en una primera fase, la adopción de tecnologías maduras para dar el salto a las nuevas tecnologías y darán la capacidad a los empresarios para utilizar nuevos instrumentos de gestión y de operación en sus empresas. El programa iNNpulsa N.E.X.T. es un ejemplo de lo que se necesita hacer.

8.6 Investigación y desarrollo

54. La investigación en el área genérica de Entrepreneurship merece y requiere ser considerada como una de las líneas prioritarias de acción por el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

55. Se debe conformar un grupo de asesores, para formular una agenda investigativa en el tema.

56. Esta área, que necesita tener asignación específica de recursos, permitirá que los grupos de investigación que están focalizados en ella presenten proyectos para ser financiados.

57. Hay que crear unidades de apoyo que, basadas en STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), den origen a proyectos empresariales con fundamentación en estas áreas del saber humano.

58. Es necesario continuar desarrollando conocimientos de valor para los formuladores de política en materia de emprendimiento. Ello exige el apoyo a los procesos de medición de la actividad empresarial y por eso, el apoyo y fortalecimiento de proyectos de investigación, como lo ha venido haciendo iNNpulsa Colombia con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), son acciones necesarias para poder monitorear la dinámica empresarial colombiana.

59. Expandir GEM a estudios regionales y a la medición de ecosistemas empresariales locales, es una necesidad manifiesta, por las diferencias regionales, culturales y económicas de las diversas zonas del país. Esto daría a todo el país unos insumos muy útiles para definir políticas públicas y privadas sobre la actividad empresarial.

8.7 Digitalización

Los resultados obtenidos al analizar la idea de la digitalización, plantean la necesidad de que los empresarios y las empresas logren integrar, en forma apropiada, estas tecnologías digitales en las operaciones de sus organizaciones. Los Centros de Transformación Digital Empresarial (CTDE) de iNNpulsa son un ejemplo de un programa masivo que aporta al proceso de transformación digital. Para que estas tecnologías puedan ser usadas por todos los empresarios es fundamental que se establezcan líneas de financiación, estímulos tributarios y procesos de asesoría.

60. Los procesos de digitalización empresarial y de trabajo remoto se validaron y muchas empresas los han acogido como parte de sus nuevas estrategias. Procesos de capacitación en estas áreas, adecuación de los sitios remotos de trabajo y de la operación administrativa son necesarios para que estas estrategias operen adecuadamente.

61. Se necesita seguir fortaleciendo los procesos de digitalización que los empresarios ya han empezado a adoptar para ello se requieren asesores y consultores especializados, y financiación que permita la ejecución rápida de la integración digital.

62. A los empresarios les conviene utilizar la transformación digital como un mecanismo que les permita incrementar las ventas, llegar a nuevos mercados (tanto nacionales como internacionales), reducir costos por la identificación de nuevos proveedores de los distintos insumos, agilizar las operaciones y reducir costos operacionales por el trabajo remoto.

8.8 Redes empresariales

63. Es necesario otorgar apoyos para que las empresas nacientes y en crecimiento, puedan aprovechar los estímulos que establece la Ley 2069 a fin de que puedan competir en procesos licitatorios en el ámbito gubernamental. Estos estímulos pueden darse al asignar, en todos los procesos de compras del estado, una fracción para las nacientes u otorgándole algunos “puntos” que les permitan competir en la licitación.

64. Aunque la Ley 2069 establece una acción afirmativa que permite a las empresas tener acceso a las compras públicas y a la contratación estatal, es necesario preparar a las empresas para ese tipo de operaciones, y por lo tanto, las unidades de apoyo al emprendimiento deben tener este servicio.

65. Dando cumplimiento a la Ley 2069, es necesario encadenar a las empresas establecidas, medianas y grandes, con las empresas micro y pequeñas (nacientes, nuevas y establecidas), para que estas últimas se puedan convertir en proveedores de las primeras y así encontrar una alianza de progreso y crecimiento.

66. Los ecosistemas de apoyo empresarial deben diseñar programas especializados en la conformación de clústeres, alianzas, procesos de integración, redes empresariales, co-innovación, etc., que permitan este tipo de integración.

67. De igual manera, se recomienda dinamizar más la relación entre los diferentes actores del ecosistema: grandes empresas, inversionistas, emprendedores, instituciones de apoyo. También tener nodos regionales especializados en innovación y emprendimiento, teniendo en cuenta sus capacidades como región; crear distritos de innovación y clúster sectorizados y lograr entre estos nodos, distritos y clúster un mayor encadenamiento.

8.9 Infraestructura

68. El esfuerzo que el gobierno ha venido cumpliendo en el mejoramiento de la infraestructura de comunicaciones (carreteras, telecomunicaciones, internet, etc.) debe continuarse, y rápidamente terminar las vías de acceso a los puertos y de comunicación entre regiones.

69. Es fundamental reducir los costos internos de logística y garantizar el acceso a los servicios básicos con rapidez y calidad.

70. El desarrollo y la utilización de espacios especiales para la ubicación de empresas: zonas industriales y comerciales, zonas francas, parques industriales, bodegas, sitios de trabajo compartido (*coworking*) requieren de mecanismos de financiación acordes con las realidades de estas facilidades, y procesos de depreciación ajustados a sus condiciones.

8.10 Cultura empresarial, promoción

71. Es necesario un gran esfuerzo de comunicaciones y de formación para que el ciudadano del común entienda la gran importancia que las empresas y los empresarios tienen en el desarrollo social y económico de las regiones. Programas como, #ColombiaEsMiEmpresa de Confecámaras, se deben poner en marcha en todas las regiones del país, en un proceso de mejorar la percepción de la ciudadanía con los empresarios y las empresas.

72. Se requiere hacer una mejor difusión sobre las competencias empresariales que permitan a la comunidad mejorar sus percepciones sobre: las bondades de una carrera empresarial, el estatus social que el éxito empresarial genera, y cómo los medios reconocen el papel de los empresarios. Este proceso debe extenderse a las escuelas y colegios, usando empresarios, propios de la zona de la escuela o el colegio, como modelos a seguir, y debe estar en los programas masivos de difusión que se necesitan para construir la aceptación sociocultural del proceso empresarial.

73. Dados algunos de los hechos que los paros y los bloqueos generaron, manifestando insatisfacción de una parte de la población con empresas de distintos tamaños y orígenes, es vital que el gobierno al igual que los sectores empresariales, diseñen y ejecuten una campaña de información sobre el papel positivo que la actividad empresarial tiene en el desarrollo del país, que promueva el interés de los jóvenes para acometer iniciativas empresariales y que reconozca la contribución social de esta actividad.

8.11 Covid / recuperación

74. Las empresas y los empresarios han sido flexibles y han cambiado elementos y modelos de empresa para poder recuperar sus mercados y mantenerse competitivos. Los indicadores económicos de finales del 2021 y de comienzos del 2022 indican que la tarea se hizo bien hecha, que los apoyos del gobierno en forma de subsidios, beneficios fiscales, capacitaciones, etc. produjeron un efecto positivo que facilitó la recuperación de las empresas. Estas dinámicas de acuerdo y de participación deben continuarse.

75. La acción conjunta de gobierno, empresas y ciudadanía ha permitido llegar a la “inmunidad de rebaño” en gran parte del país y brindar un parte de tranquilidad, que rápidamente ha permitido ir recuperando, los aspectos de la cotidianidad y de la economía, a condiciones pre-pandemia .

76. Es necesario mantener el proceso de control y de comunicación de la situación de la COVID-19, pues dada su capacidad de mutar, tendremos efectos en nuestro futuro. Para esto es sumamente im-

portante aumentar la confianza en la institucionalidad y en el apoyo del gobierno, y lograr una amplia participación del empresariado en los programas de apoyo empresarial que se formulen.

77. Las personas deben seguir obedeciendo las normas sanitarias de control de la pandemia. Ello implica no solo acceder a los procesos de vacunación, sino también atender y aplicar estrictamente las recomendaciones y normas de cuidado y de bioseguridad.

78. Aunque, como se indicó en el Capítulo 2, se ha logrado recuperar una buena cantidad de empleos, hay que seguir trabajando para identificar nuevos caminos que lleven a la recuperación económica y ello implica decisiones macro y microeconómicas, tanto para la población en general como para los empresarios. Acciones en función de la urgente necesidad de disponer, con suficiencia y transparencia, de mecanismos de apoyo financiero a los empresarios; la necesidad de comunicación permanente de las acciones que se vayan tomando en los distintos ámbitos; la posibilidad de aprovechar el momento para reducir la burocracia; la imperiosa demanda de innovación o del “reinventarse” en todos los componentes del modelo de empresa; la creación de actividades intraempresariales; la orientación a nuevos mercados; la internacionalización y el manejo de la liquidez, son parte de las acciones que en todos los sectores se deben reconsiderar. Solo si estas estrategias son favorables, será posible que las empresas sobrevivan y eventualmente puedan volver a la senda de crecimiento que les permitirá generar empleo, bienestar, riqueza, impuestos, productos para sus clientes, compras a sus proveedores, y dinamizar todas sus cadenas de valor.

8.12 Objetivos de desarrollo sostenible

79. Son necesarias campañas y procesos formativos para que los empresarios y las empresas se involucren activamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, a fin de que en sus decisiones incluyan los factores sociales y ambientales, e implementen programas que ayuden a mejorar los entornos sociales y ambientales de sus zonas de influencia.

80. Es muy positivo que en todos los programas de apoyo empresarial se incluyan temas de como la visión, los valores y las actividades deben alinearse y comprometerse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Igualmente, se requiere lograr que, en la toma de las decisiones empresariales, los aspectos sociales y ambientales hagan parte y tengan incidencia en ellas.

8.13 Tubería Empresarial

81. En el caso de la aceptación socio cultural de la actividad empresarial, se ensayaron nuevas definiciones, pero algunas de ellas demostraron ser difíciles de aplicar mundialmente, pues requerían los microdatos de todos los países, para poder hacer comparaciones. Finalmente se decidió continuar con el modelo que incluye las variables: Buena carrera, Estatus y Difusión en medios. Conviene observar que, si se exige que las personas tengan positivo en las tres variables, solo el 34,4% cumple esa regla; pero si solo hay que cumplir una variable como positiva, el valor sube al 89,3%.

82. Para los Empresarios Potenciales también se ensayaron varias definiciones, siguiendo las indicaciones del año anterior, pero se tuvo la dificultad de poder acceder a los microdatos de todos los países. Se ensayaron formas alternativas de cálculo y se encontró que personas que presentaran una respuesta positiva a las tres variables eran solo el 18,8% y si se usaba personas que tuvieran respuesta positiva a uno de los tres criterios el valor sería el 87,4%. Se resolvió entonces continuar con el método tradicional porque permite hacer comparaciones validas con otros países y se mantiene la secuencia histórica.

83. Los resultados del Empresario Potencial indican que es necesario crear y poner en marcha procesos formativos que mejoren la capacidad de identificar oportunidades, pues solo el 38,1% considera que lo puede hacer; y también es necesario reforzar la toma de decisiones bajo condiciones de riesgo, pues el 52,4% siente que la falta de capacidad de riesgo es lo que lo detiene para correr la aventura empresarial.

84. El periodo de nacimiento de las empresas es un ciclo muy demandante para el Empresario Naciente, pues por un lado está entrando en un proceso de cambio de estilo de vida y por otro lado tiene el gran reto de sacar su iniciativa adelante. Es en esta etapa cuando generalmente se inician los procesos de acompañamiento y de incubación. Es aquí cuando se necesita capital semilla y aportes de los inversionistas informales, y se valida la existencia de clientes con disposición de compra, de pago, de vuelta a comprar y de continuar con el ciclo. Los programas que se enfoquen a esta etapa tienen que estar muy cerca de los empresarios y de sus nuevas iniciativas, fortalecer todos los procesos de comercialización, asegurar que todos los elementos (componentes, concepto, modelo y empresario) estén interactuando en buena forma. Asesores y mentores que trabajen muy cerca de los nuevos empresarios son fundamentales para lograr pasar esta etapa de nacimiento.

85. Es ineludible identificar, en cada una de las etapas de la tubería empresarial, los principales retos que se presentan para poder lograr un flujo continuo y reducir las fugas empresariales al mínimo. De esta forma, se pueden formular estrategias específicas con objetivos definidos.

86. Es prioritario definir estrategias claras de supervivencia en las etapas de nacientes y nuevas para que logren convertirse en empresas establecidas.

87. Hay que definir estrategias de crecimiento en las empresas establecidas para no tener fugas y lograr que las empresas puedan perdurar en el tiempo.

88. Los Empresarios Nuevos requieren de un proceso de apoyo muy intenso, pues si bien es cierto que ya cumplieron la etapa de haber pagado salarios por más de tres meses, todavía tienen muchas dificultades para satisfacer los requerimientos de la empresa. Programas como los que ha venido liderando el Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones y que ahora está insertado en cabeza de iNNpulsa (APPS.CO) con distintas unidades de apoyo empresarial, son muy adecuados para esta etapa.

89. Aunque las principales razones de las salidas empresariales fueron originadas por la pandemia, es importante identificar que muchas empresas están saliendo por problemas de rentabilidad, o por la imposibilidad de obtener financiación, o por falta de actualización de su modelo de negocio. De nuevo, es conveniente identificar programas de apoyo que permitan a los empresarios resolver las limitaciones que su iniciativa empresarial tenga. Asesores especializados en estos momentos difíciles de las empresas son requeridos.

8.14 Ecosistema empresarial

90. La caída de la proporción de colombianos que manifiesta la firme intención de iniciar un proceso empresarial en los próximos tres años es muy preocupante y plantea la necesidad de trabajar mejor todo el plan personal del empresario, definir sus visiones de carrera, identificar sus limitantes y generar en él un criterio de determinación sobre cuándo va a perseguir una noción de empresa. Esta unidad no existe en general en el ecosistema de apoyo empresarial, pues las diversas unidades de apoyo parten con un empresario que ya tomó la decisión de impulsar la idea o la oportunidad empresarial que ha identificado.

En esta fase se necesitan mentores, entrenadores (*coaches*), asesores, pero todos ellos enfocados en la persona del empresario y no en la idea de empresa.

91. Las unidades de apoyo deben tener una hoja de vida empresarial de quien entra a los programas, y la deben estar actualizando para poder ir identificando todas las falencias que se vayan presentando y la forma de resolverlas.

8.15 Empresas familiares

92. Se sabe que un porcentaje alto de los Empresarios, Nacientes y Nuevos, son miembros de familias con ingresos bajos, que muchas veces crean empresas por la necesidad apremiante de generar ingresos y en un sinnúmero de veces no logran enfocarse en oportunidades de mercado que den lugar a una estabilidad y a un crecimiento. Se requiere que los programas de apoyo a esta población incluyan acciones formativas y de desarrollo que los lleven a tener una visión más amplia de su accionar empresarial y les permita lograr configurar sus actividades empresariales de una manera más competitiva y con potencialidad de ir a nuevos mercados.

93. Es necesario que en los programas de apoyo empresarial los procesos de asesoría y acompañamiento tengan muy en cuenta las características especiales que tienen las empresas familiares en todos sus aspectos, y no sigan siendo asesoradas como si fueran organizaciones de múltiples propietarios. Los temas referentes a la intersección de los objetivos familiares con los objetivos empresariales, los procesos de sucesión en la administración y en la propiedad, la formación de los sucesores, el compromiso del patrimonio familiar, los conflictos de poder, etc., son aspectos bien diferentes en la empresa familiar y exigen un tratamiento diferenciado.



8.16 Mujeres

94. Es forzoso desarrollar suficientes servicios de apoyo asequibles a las mujeres empresarias (es decir, cuidado de niños, servicios en el hogar, programas extracurriculares, cuidado de personas mayores entre otros) para que las mujeres puedan contar con el tiempo y la tranquilidad requeridos para dirigir sus negocios, en paralelo con sus procesos de responsabilidad con la familia.

95. En las campañas masivas de formación empresarial antes mencionadas, es fundamental la presencia equilibrada de mujeres empresarias, dando sus testimonios y mostrando que efectivamente “se puede ser empresaria exitosa y ser mujer”.

8.17 Formalización

96. La formalización sigue siendo una dificultad grande en el entorno empresarial colombiano (cerca de un tercio de los empresarios en todas las etapas considera que no es necesaria para sus operaciones). Se necesita diseñar nuevos mecanismos que permitan mejorar las tasas de formalización de las empresas colombianas y así facilitar el acceso de ellas a los distintos servicios que el entorno les proporciona. Es primordial entender que la formalización es una etapa a la cual el empresario debe llegar por su decisión y no por imposición, motivo por el cual se deben brindar las condiciones para que el empresario crezca y vea en la formalización la potenciación de su iniciativa y la posibilidad de acceder a mejores mercados y a mejores clientes.

97. Es bueno preguntarse los pros y los contras del sistema actual, revisar si las normas actuales son las apropiadas y diseñar nuevos incentivos, nuevos procesos de trámite, nuevas estructuras de costos, etc., que faciliten y promuevan la formalización, pues los actuales no están logrando el efecto esperado. El proceso de exclusión de los servicios del estado, como castigo a la informalidad exige ser revisado, pues este sector existe y contribuye al desarrollo social y económico.

98. Para lograr que la tasa de formalización aumente, es indispensable tener en mente las razones de los empresarios y diseñar, a partir de esas razones y de sus necesidades, un proceso de formalización que esté acorde con sus disponibilidades de recursos y sus necesidades.

8.18 Seguimiento

99. Es necesario aplicar el Plan de Acción y Seguimiento (PAS) del CONPES 4011, a la Ley 2069 (con los ajustes que sean necesarios) de manera que se cumplan los objetivos de ambos.



Anexo 1

Características de las
muestras



Como se indicó en el Capítulo 1, la metodología GEM implica dos procesos de muestreo diferentes: uno para la Encuesta a población adulta (APS) y otro para la Encuesta a los expertos nacionales (NES). A continuación, se describen las dos muestras.

2.1 Muestra de la APS

En el 2021, para el desarrollo de la investigación se contó con el apoyo de la empresa INFO INVESTIGACIONES, aprobada por el *GERA Board* y que ha estado al frente del proceso muestral propio del APS. Se tomó un universo muestral de 2052 personas, con edades entre los 18 y los 64 años. Al igual que en el 2020, el marco muestral fue definido a partir de las siguientes fuentes:

- Listado de líneas telefónicas fijas actualizado constantemente por INFO INVESTIGACIONES.
- Listado de teléfonos móviles de una base nacional de datos creada por INFO INVESTIGACIONES.
- Listas del DANE: Los barrios fueron seleccionados al azar y el trabajo de campo presencial se desarrolló mediante el instrumento *WHOPE DANE*.

Para la selección de los encuestados, se utilizaron dos métodos: dependiendo de la ubicación y del mecanismo de contacto. El primero, para los teléfonos móviles y para los hogares se seleccionó, aleatoriamente, de las listas antes indicadas, a la persona para entrevistar. El segundo, para los teléfonos fijos y las entrevistas “cara a cara” se definió la persona para ser encuestada siguiendo el método de ‘próximo cumpleaños’ en el que se le pregunta a la persona que contesta la llamada o a la puerta, ¿Entre las personas que viven en su hogar entre las edades de 18 y 64 años de edad, ¿quién está más cerca de su cumpleaños? y esa persona es la entrevistada.

Para la recolección y el almacenamiento de los datos se utilizaron tabletas y el programa ODK Collete. El trabajo de campo se llevó a cabo entre junio y julio del 2021. Todo el proceso se hizo con la supervisión del grupo de datos de GERA y de los investigadores de GEM Colombia, para asegurar la representatividad de la muestra en las variables definidas como las de segmentación: género, edad, educación, ubicación geográfica. También se recogió información demográfica sobre ingreso familiar, etnia y todas las variables propias del cuestionario APS.

En algunas de las encuestas faltaron respuestas a varias de las preguntas y por ello, en cada variable, se identificaron las encuestas respondidas y se calcularon los indicadores sobre las respuestas entregadas.

Algunas características distintivas de la muestra son:

- Las mujeres representaron el 53,0% de la muestra y los hombres el 47,0% como lo indica el Gráfico A1.1.
- La distribución por grupos etarios es la indicada en el Gráfico A1.2. El grupo más numeroso es el de edades comprendidas entre 25 y 34 años, seguido por el grupo etario 35-44 años. Es importante observar que en la muestra los mayores de 55 años son el 15,4%.

Gráfico A1.1 Distribución por Género

Fuente: Desarrollada por los autores con datos GEM 2021

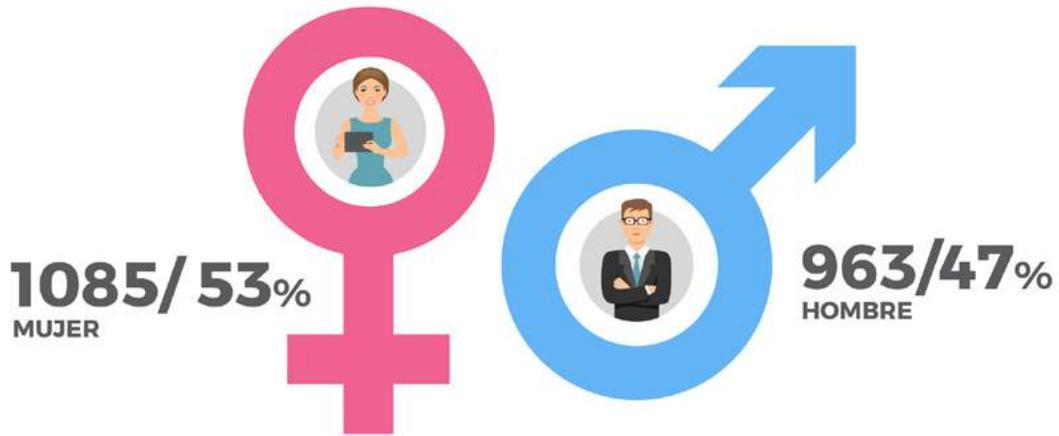


Gráfico A1.2 Distribución por género y edades

Fuente: Desarrollada por los autores con datos GEM 2021

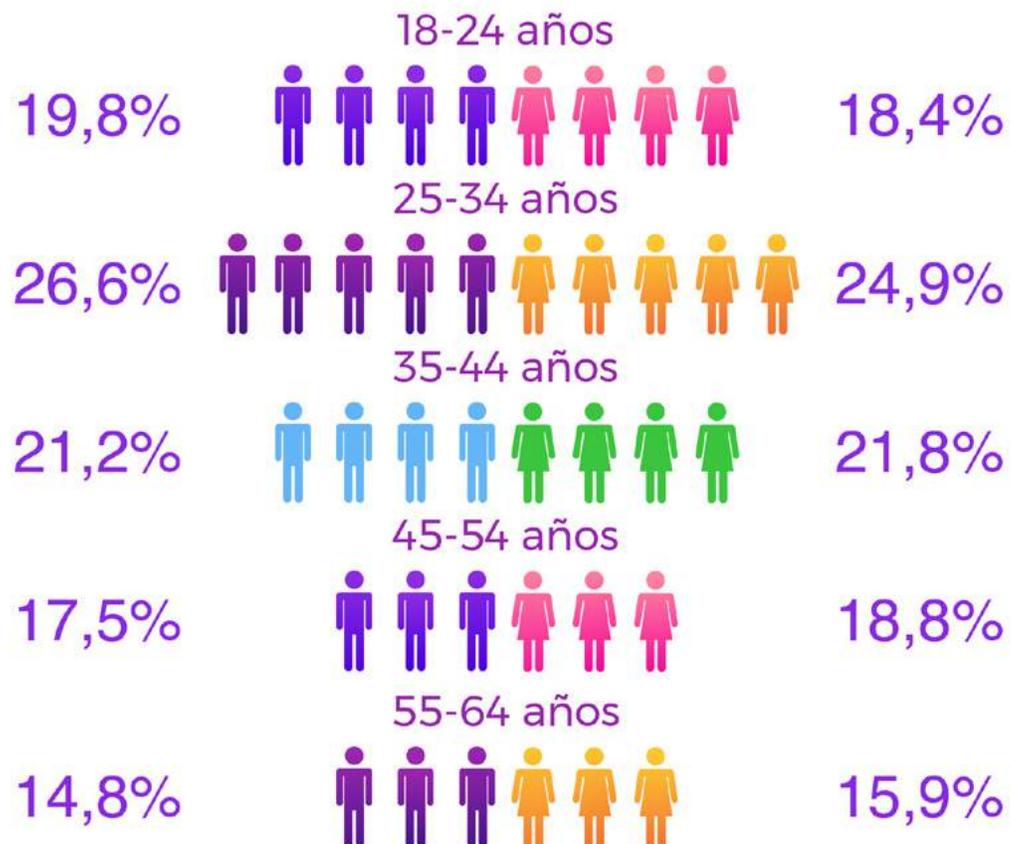
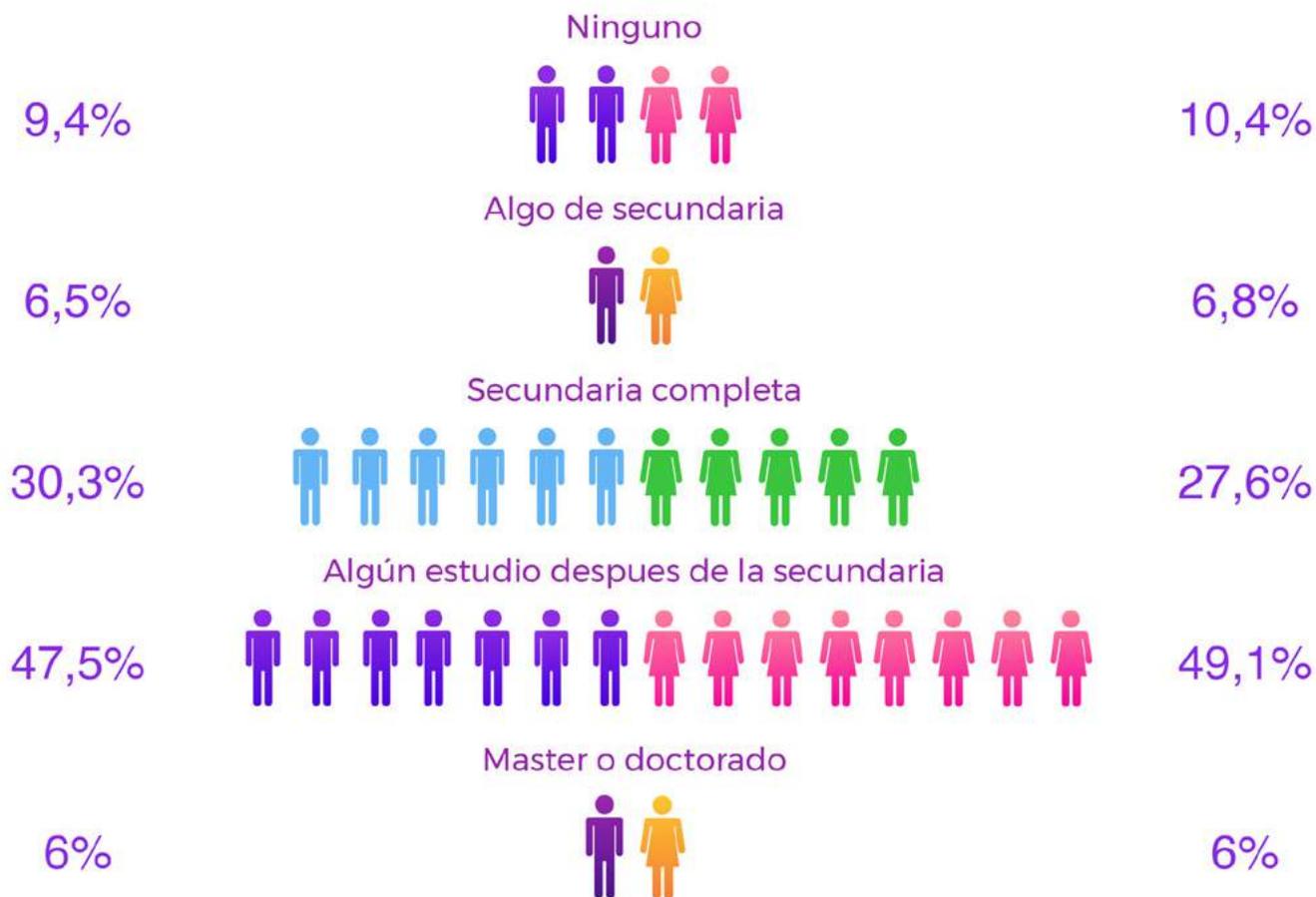


Gráfico A1.3

Distribución por educación y género

Fuente: Desarrollado por los autores con datos GEM 2021

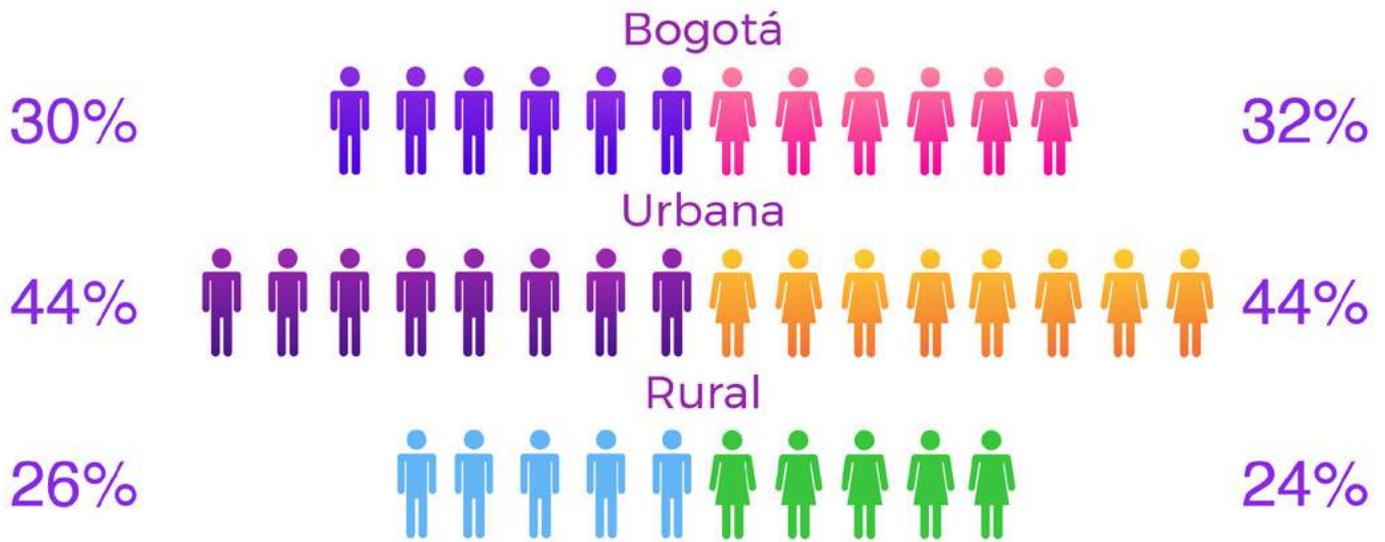


• El Gráfico A1.4 permite caracterizar la muestra en dos variables: ubicación geográfica y género. En lo referente a la ubicación geográfica se definieron tres grandes grupos: el primer grupo incluyó a Bogotá (30,0%), el segundo abarcó una muestra representativa de las capitales de departamento, con más de 100.000 habitantes (43,7%) y el tercer grupo estuvo compuesto por una muestra representativa de los municipios con menos de 50.000 habitantes (26,2%).

Gráfico A1.4

Distribución por ubicación geográfica y género

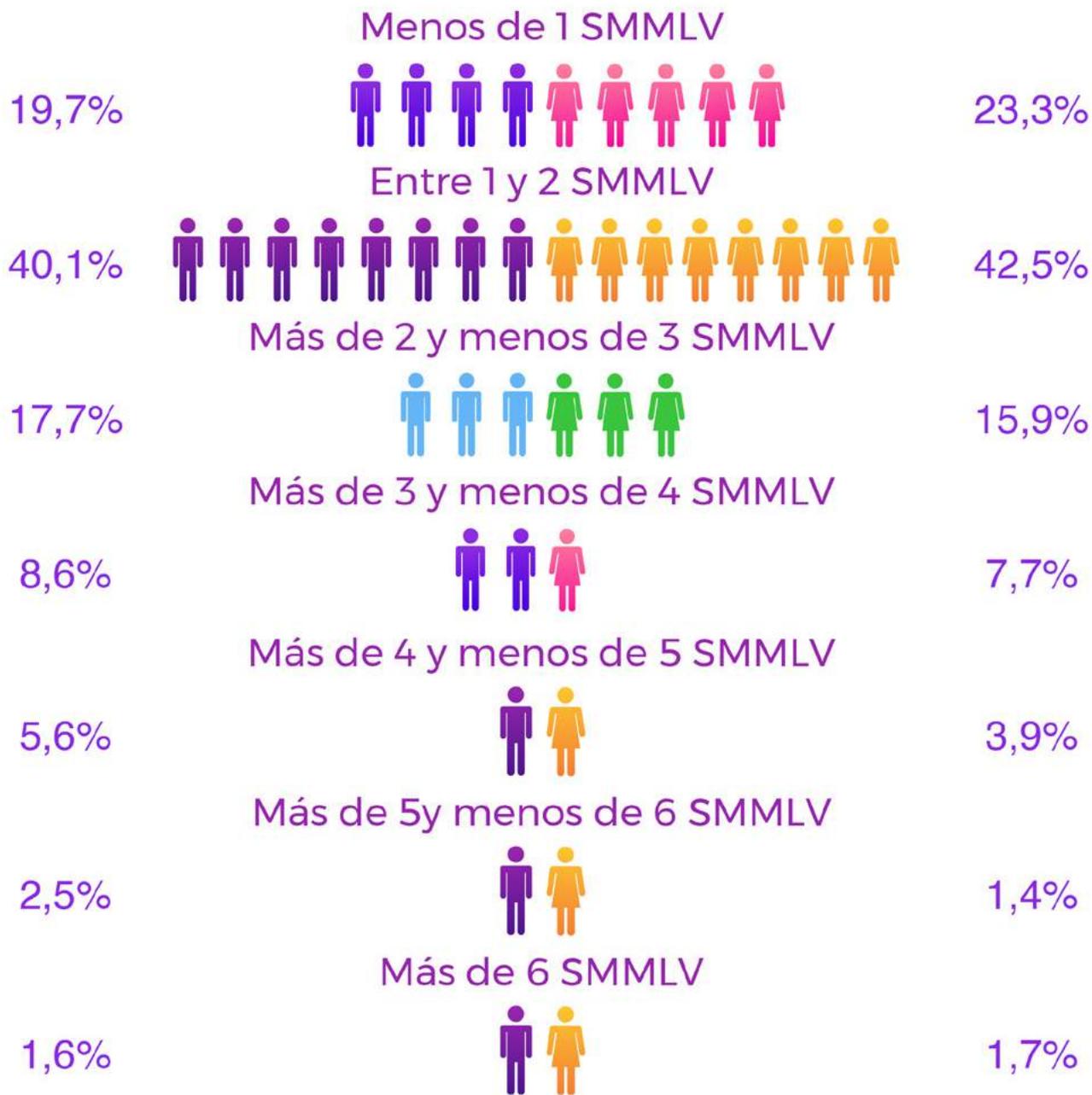
Fuente: Desarrollado por los autores con datos GEM 2021



• El Gráfico A1.5, ofrece la información de la muestra en términos del ingreso familiar y del género. Es importante entender que la muestra puede no ser representativa estadísticamente en términos de ingreso familiar, pues esta variable no se tomó como criterio de segmentación de la muestra. Por ello, en este apartado se toma como una caracterización de la muestra en función de ingreso familiar.

Se aprecia en los resultados que la mayoría de la población tiene ingresos bastante bajos, pues el 83% reporta ingresos familiares inferiores a 3 SMMLV. Además, se observa una disparidad de ingresos entre hombres y mujeres, pues el 84,8% de las mujeres recibe un ingreso que está por debajo de los 3 SMMLV, mientras que, en el caso de los hombres el porcentaje es del 81%.

Gráfico A1.5
Distribución por ingreso familiar y género
 Fuente: Desarrollado por los autores con datos GEM 2021

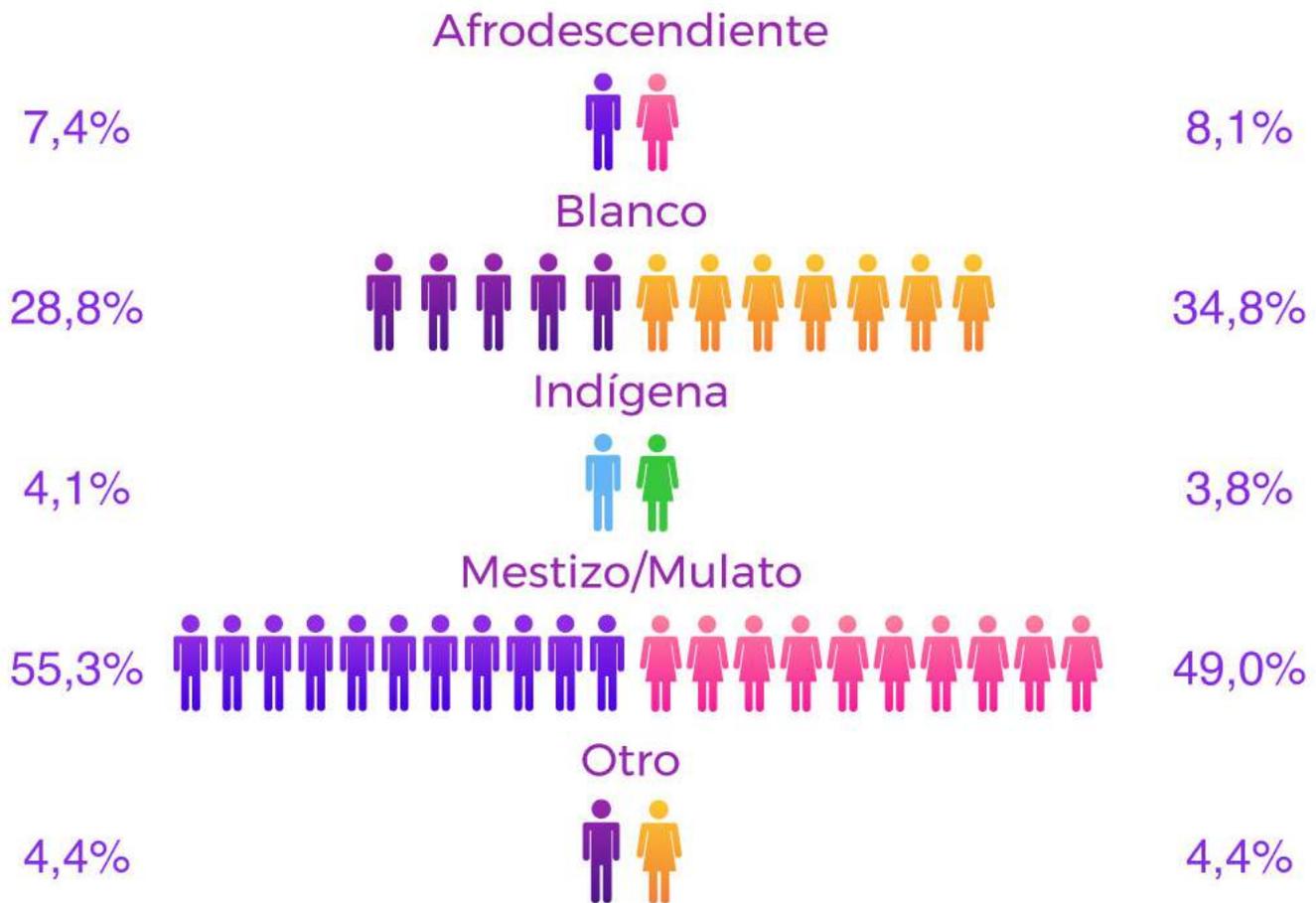


Igualmente, el Gráfico A1.6 presenta las características de la muestra en términos de las principales agrupaciones étnicas. Los resultados permiten ver que dentro de los grupos étnicos los mestizos son el grupo con el mayor porcentaje (21,5%) y los indígenas el grupo menos representado con el 3,5%.

Gráfico A1.6

Distribución por etnia y género

Fuente: Desarrollado por los autores con datos GEM 2021



2.1 Muestra de la NES

En lo que hace relación con la muestra de expertos nacionales que dieron información para la encuesta NES, es importante entender que es una muestra de conveniencia, buscando personas que, por su trayectoria, experiencia y participación en alguno o algunos de los nueve (9) pilares se consideraba que podían dar opiniones educadas en los distintos ítems que se les iban a preguntar. Cada universidad participante aportó nombres a la lista de potenciales expertos, que finalmente, logró tener unos 100 expertos, pero de ellos solo contestaron 43 en el plazo previsto. Algunos de los expertos son directores en entidades de apoyo empresarial tales como: Endeavor, Impacta, Fundación Santo Domingo, Incubadora Green Leaf, WorkIn, Connect Bogotá, Comfandi, Cámara de Comercio de Bogotá, Cámara de Comercio de Cali, Conectamos Financiera, NEI; algunos son empresarios de distintos sectores y otros directivos de centros de apoyo al emprendimiento universitario o directores de oficinas de innovación dentro de empresas. También respondieron la encuesta NES varios profesores universitarios en creación de empresas y otros profesionales que laboran como consultores empresariales.



Anexo 2¹

Resultados básicos a nivel mundial



Tabla A2.1
Impacto de la pandemia en el ingreso familiar (Adultos entre 18 y 64 años)

País	Nivel	Ingreso	Fuerte disminución	Algo de disminución	No se dio cambio	Algo de Aumento	Fuerte crecimiento
Bielorrusia	Nivel B	Ingreso medio	26,2	29,4	40,5	2,5	1,3
Brasil	Nivel C	Ingreso bajo	36,0	27,8	28,4	5,4	2,5
Canadá	Nivel A	Ingreso alto	13,3	22,3	49,2	11,1	4,2
Chile	Nivel B	Ingreso medio	25,2	33,7	32,2	6,3	2,6
Colombia	Nivel C	Ingreso bajo	42,5	34,2	17,3	3,5	2,5
Croacia	Nivel B	Ingreso medio	8,6	18,3	43,2	25,6	4,3
Chipre	Nivel B	Ingreso medio	13,7	27,1	55,4	3,7	0,1
República Dominicana	Nivel C	Ingreso bajo	38,8	33,2	17,4	6,4	4,2
Egipto	Nivel C	Ingreso bajo	45,2	31,1	19,9	2,2	1,6
Finlandia	Nivel A	Ingreso alto	4,6	13,1	72,4	8,1	1,9
Francia	Nivel A	Ingreso alto	8,5	20,9	62,1	6,7	1,8
Alemania	Nivel A	Ingreso alto	4,3	16,5	68,0	10,2	0,9
Grecia	Nivel B	Ingreso medio	28,2	25,6	43,9	1,7	0,6
India	Nivel C	Ingreso bajo	30,7	34,8	25,8	5,9	2,8
Guatemala	Nivel B	Ingreso medio	11,4	21,2	61,2	5,4	0,8
Irán	Nivel C	Ingreso bajo	48,7	42,1	7,7	0,9	0,5
Hungría	Nivel C	Ingreso bajo	13,4	35,6	49,9	1,0	0,1
Irlanda	Nivel A	Ingreso alto	11,0	22,6	53,0	10,7	2,7
Italia	Nivel A	Ingreso alto	14,1	29,1	51,3	4,7	0,9
Israel	Nivel A	Ingreso alto	15,5	26,0	53,1	4,0	1,4
Japón	Nivel A	Ingreso alto	6,0	22,1	65,5	5,2	1,2
Kazajistán	Nivel B	Ingreso medio	37,1	55,7	6,7	0,6	0,0
República de Corea	Nivel A	Ingreso alto	1,5	32,0	48,9	17,5	0,0
Letonia	Nivel B	Ingreso medio	9,4	18,7	62,0	7,7	2,2
Luxemburgo	Nivel A	Ingreso alto	5,7	15,0	71,9	5,5	1,9
Marruecos	Nivel C	Ingreso bajo	42,0	32,8	24,7	0,5	0,1
Países bajos	Nivel A	Ingreso alto	4,9	13,2	72,4	8,4	1,2
Noruega	Nivel A	Ingreso alto	2,6	8,8	81,3	6,4	1,0
Omán	Nivel B	Ingreso medio	13,5	33,5	52,1	0,7	0,2
Panamá	Nivel B	Ingreso medio	40,5	37,5	16,4	3,7	1,9
Polonia	Nivel B	Ingreso medio	22,6	37,0	34,4	5,1	1,0
Qatar	Nivel A	Ingreso alto	18,2	35,2	43,0	3,0	0,5
Rumania	Nivel B	Ingreso medio	7,6	20,5	62,6	8,3	0,9
Federación Rusa	Nivel B	Ingreso medio	19,7	32,8	43,6	3,1	0,8
Arabia Saudita	Nivel A	Ingreso alto	12,7	34,1	47,2	5,4	0,7
República Eslovaca	Nivel B	Ingreso medio	17,3	37,9	41,7	2,9	0,2
Eslovenia	Nivel B	Ingreso medio	8,4	25,8	53,8	10,4	1,6
Sur África	Nivel C	Ingreso bajo	41,3	20,9	27,5	6,0	4,3
España	Nivel B	Ingreso medio	15,0	25,2	55,4	3,7	0,6
Sudán	Nivel C	Ingreso bajo	61,4	18,5	16,8	2,2	1,1
Suecia	Nivel A	Ingreso alto	5,6	15,1	59,8	17,1	2,3
Suiza	Nivel A	Ingreso alto	5,6	17,4	70,5	5,7	0,8
Turquía	Nivel B	Ingreso medio	33,4	20,6	39,5	3,5	3,0
Emiratos Árabes Unidos	Nivel A	Ingreso alto	27,8	34,5	28,3	4,9	4,4
Reino Unido	Nivel A	Ingreso alto	9,0	21,5	57,2	9,6	2,7
Estados Unidos	Nivel A	Ingreso alto	14,2	21,2	49,5	10,3	4,8
Uruguay	Nivel B	Ingreso medio	25,6	33,4	34,3	4,2	2,4

Tabla A2.2
Actividad empresarial de los adultos

País	Actividad empresarial temprana (TEA)		Empresarios Establecidos (EBO)		Actividad empresarial de empleados (EEA)	
	Resultado	Posición entre 47	Resultado	Posición entre 47	Resultado	Posición entre 37
Bielorrusia	13,5	20	5,5	26	2,4	22T
Brasil	21,0	7	10,0	7	3,3	18
Canadá	20,1	8	8,2	16	4,7	10
Chile	29,9	3	7,1	19T	4,0	15
Colombia	15,7	15T	1,8	47	-	-
Croacia	12,4	25	4,0	37	5,7	8T
Chipre	8,4	33	8,6	12	1,0	32
República Dominicana	41,9	1	3,8	38	-	-
Egipto	9,2	30	3,6	40T	-	-
Finlandia	7,9	35	8,9	9T	6,6	4
Francia	7,7	36	3,6	40T	2,8	21
Alemania	6,9	38	5,0	30	3,4	17
Grecia	5,5	43T	14,7	2	1,5	28T
Guatemala	28,3	4	12,7	3	1,1	31
Hungría	9,8	26T	8,4	15	3,0	20
India	14,4	18	8,5	13T	0,5	35
Irán	8,8	32	8,8	11	1,9	24T
Irlanda	12,5	24	6,9	21	5,7	8T
Israel	9,6	29	3,3	45	5,8	6T
Italia	4,8	45	4,5	33	3,2	19
Japón	6,3	41	4,8	32	1,7	26T
Kazajistán	19,9	9	12,1	4	-	-
República de Corea	13,4	21	16,4	1	1,5	28T
Letonia	15,1	17	9,9	8	4,1	13T
Luxemburgo	7,3	37	3,6	40T	4,6	11
Marruecos	6,1	42	4,9	31	-	-
Países Bajos	14,2	19	6,4	23T	3,5	16
Noruega	3,1	46	3,5	43	1,9	24T
Omán	12,7	22	2,8	46	-	-
Panamá	21,8	6	3,7	39	1,7	26T
Polonia	2,0	47	11,1	5	0,8	33
Qatar	15,9	14	6,1	25	7,9	1
Rumania	9,7	28	4,1	35T	2,4	22T
Federación Rusa	8,3	34	3,4	44	0,3	36T
Arabia Saudita	19,6	10	5,3	27T	0,3	36T
República Eslovaca	6,4	40	6,5	22	0,6	34
Eslovenia	6,7	39	8,5	13T	5,9	5
Sur África	17,5	11	5,2	29	-	-
España	5,5	43T	7,2	18	-	-
Sudán	33,6	2	8,1	17	1,4	30
Suecia	9,0	31	4,3	34	5,8	6T
Suiza	9,8	26T	7,1	19T	7,1	3
Turquía	15,7	15T	11,0	6	-	-
Emiratos Árabes Unidos	16,5	12T	6,4	23T	7,8	2
Reino Unido	12,6	23	5,3	27T	4,1	13T
Estados Unidos	16,5	12T	8,9	9T	4,5	12
Uruguay	23,1	5	4,1	35T	-	-

En algunos países no se midió la Actividad empresarial de los empleados (EEA)
La T después del ranking indica que existió un empate en esa posición

Table A2.3

Actitudes y percepciones de la población (Algo de acuerdo / muy de acuerdo)

País	% de adultos que conoce a alguien que ha iniciado una empresa en los dos últimos años	Existen buenas oportunidades para iniciar una empresa en el área donde vive	En mi país es fácil iniciar una empresa	Usted identifica buenas oportunidades para iniciar una empresa pero no lo hace por temor a fallar	Usted tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia requeridas para iniciar una empresa	Espera usted iniciar una empresa en los próximos tres años
Bielorrusia	61,3	25,0	34,5	56,0	52,0	24,1
Brasil	70,6	54,8	42,0	45,1	66,7	53,0
Canadá	51,7	70,5	66,8	53,8	58,9	13,4
Chile	70,7	59,8	48,0	46,8	70,7	50,3
 Colombia	58,2	38,1	29,0	48,7	56,2	20,9
Croacia	68,0	58,3	30,9	45,6	71,1	21,7
Chipre	72,9	50,2	50,9	50,1	64,1	15,1
República Dominicana	82,7	74,4	66,6	36,7	88,7	54,8
Egipto	30,8	73,2	72,4	53,0	65,8	55,3
Finlandia	64,1	61,0	69,6	44,5	42,8	9,7
Francia	46,3	52,1	52,0	44,1	48,6	14,5
Alemania	39,9	48,2	38,2	37,9	37,1	5,8
Grecia	32,6	48,6	35,1	51,5	53,1	9,6
Guatemala	71,1	69,1	48,8	41,5	76,3	45,0
Hungría	49,7	36,5	49,1	33,7	36,0	8,1
India	63,1	83,4	82,2	54,1	86,0	18,1
Irán	41,9	17,9	17,7	20,2	66,4	26,4
Irlanda	57,5	57,3	58,9	49,9	57,8	15,2
Israel	63,5	45,8	13,7	46,6	37,5	17,5
Italia	41,1	34,7	16,6	45,3	44,7	9,4
Japón	20,1	11,7	29,7	47,9	12,3	3,2
Kazajistán	53,4	51,4	52,4	12,1	65,4	55,3
República de Corea	40,5	44,0	35,0	14,7	54,0	26,7
Letonia	41,1	39,6	29,4	37,3	53,3	17,9
Luxemburgo	43,0	54,1	64,1	43,0	52,9	13,2
Marruecos	44,0	64,1	56,1	35,5	61,5	43,3
Países Bajos	56,8	69,9	85,6	36,8	45,4	17,6
Noruega	38,0	74,3	80,3	38,3	42,0	4,9
Omán	69,4	67,7	44,5	24,6	59,2	53,2
Panamá	45,3	46,3	49,1	45,6	69,8	44,1
Polonia	54,0	72,5	64,3	43,5	60,1	2,9
Qatar	55,9	73,8	64,2	38,2	70,9	50,4
Rumania	37,7	49,1	27,0	48,3	50,0	9,7
Federación Rusa	59,8	33,5	32,5	48,2	34,5	9,7
Arabia Saudita	58,0	95,4	93,5	53,6	90,5	18,0
República Eslovaca	53,9	33,4	25,8	46,0	41,8	5,3
Eslovenia	54,6	51,5	61,0	43,0	58,5	15,4
Sur África	37,6	57,9	67,6	53,0	69,7	20,0
España	38,1	30,0	35,9	51,0	49,8	7,7
Sudán	66,8	72,1	66,7	40,5	88,1	43,7
Suecia	55,1	79,6	82,6	43,6	49,9	13,1
Suiza	54,7	54,7	68,9	30,4	49,6	13,4
Turquía	42,8	31,9	25,1	39,8	59,3	31,3
Emiratos Árabes Unidos	54,6	73,5	74,4	49,7	65,1	35,9
Reino Unido	49,8	61,2	70,7	51,8	51,1	9,3
Estados Unidos	58,8	63,2	66,9	42,6	64,6	14,8
Uruguay	54,5	58,4	37,7	48,2	69,8	33,0

Tabla A2.4

Actitudes y percepciones de los Empresarios (Nacientes, Nuevos y Establecidos)

País	% de los empresarios (nacientes, nuevos y establecidos) que están de acuerdo que la pandemia ha generado nuevas		% de los empresarios (nacientes, nuevos y establecidos) que piensan que iniciar una empresa es más difícil que hace un año		% de los empresarios (nacientes, nuevos y establecidos) que piensan utilizar tecnologías digitales para vender sus productos o servicios en los próximos seis meses		% de los empresarios (nacientes, nuevos y establecidos) que están de acuerdo con la idea de que ellos incluyen en sus decisiones las implicaciones sociales		% de los empresarios (nacientes, nuevos y establecidos) que están de acuerdo con la idea de que ellos incluyen en sus decisiones las implicaciones ambientales	
	% TEA	% EBO	% EEA	% TEA	% EBO	% TEA	% TEA	% EBO	% TEA	% EBO
Bielorrusia	30,4	19,6	36,1	66,1	58,8	37,5	64,3	64,8	67,6	62,1
Brasil	53,6	49,7	57,1	60,9	61,9	83,6	89,9	84,5	84,1	85,7
Canadá	67,1	41,9	70,5	52,8	54,9	55,4	80,3	64,8	72,2	62,6
Chile	65,5	45,0	77,9	66,7	72,4	77,0	88,0	87,2	90,9	94,4
 Colombia	55,9	44,3	-	58,4	78,8	80,2	87,2	82,7	89,6	81,2
Croacia	32,7	25,7	42,7	27,7	24,7	57,3	78,7	78,7	81,9	85,4
Chipre	39,4	19,1	61,0	43,6	36,0	53,1	68,0	72,3	65,9	72,7
República Dominicana	52,0	52,7	-	56,5	38,3	74,5	81,2	73,5	79,7	64,9
Egipto	43,5	34,3	-	40,7	38,0	69,7	86,3	89,9	86,5	89,0
Finlandia	28,8	22,4	60,3	13,3	21,0	32,2	64,1	71,5	72,7	74,3
Francia	39,9	30,9	54,0	35,2	33,0	9,0	71,5	58,6	69,0	69,2
Alemania	36,5	30,9	30,1	39,0	40,7	41,9	70,3	55,6	62,6	64,8
Grecia	28,9	14,9	39,4	41,1	56,9	57,4	76,0	66,6	83,5	77,4
Guatemala	51,5	38,7	64,5	58,5	67,7	75,3	92,7	92,9	92,5	92,8
Hungría	23,4	11,9	28,6	33,9	41,3	28,3	74,5	60,9	86,3	83,7
India	77,6	68,2	80,6	86,8	83,8	59,3	89,6	85,0	81,9	80,5
Irán	34,0	8,0	61,9	89,3	88,9	54,2	69,1	51,7	60,0	40,3
Irlanda	60,5	52,6	66,6	51,8	55,3	66,2	77,5	65,9	76,4	71,7
Israel	50,0	25,9	47,4	40,9	45,9	46,6	58,1	55,9	49,2	50,0
Italia	46,3	23,4	36,0	47,0	57,6	51,4	86,1	79,1	80,2	77,0
Japón	28,0	17,4	37,9	49,1	52,3	62,1	71,6	64,1	66,1	69,4
Kazajistán	32,5	19,2	-	67,3	75,5	59,1	51,8	30,4	50,1	32,9
República de Corea	8,2	1,2	0,0	57,9	69,9	51,0	60,5	63,5	57,5	72,9
Letonia	35,0	17,2	48,6	9,8	10,1	49,6	82,1	75,2	83,1	77,1
Luxemburgo	46,8	30,7	36,5	38,8	44,2	48,8	72,2	96,3	71,2	78,8
Marruecos	26,3	16,8	-	52,0	59,7	66,6	85,3	73,7	85,1	80,8
Países Bajos	57,4	41,7	58,1	31,7	35,5	41,0	69,6	68,7	67,9	77,0
Noruega	30,5	41,7	48,0	14,5	10,0	44,7	40,5	50,7	50,4	82,2
Omán	37,4	22,8	-	37,2	37,0	48,8	81,5	85,9	78,3	89,3
Panamá	53,7	44,0	77,8	62,5	62,7	74,4	82,6	74,7	89,0	4,9
Polonia	24,8	21,6	44,2	41,9	23,8	20,1	44,4	5,1	42,4	85,9
Qatar	41,5	31,6	51,5	47,1	54,7	70,6	87,5	88,1	86,4	82,3
Rumania	47,0	42,0	48,1	42,2	36,5	28,0	81,4	71,3	83,9	69,6
Federación Rusa	21,0	11,4	0,0	49,6	62,9	34,6	63,3	64,5	66,4	59,0
Arabia Saudita	50,3	30,1	79,9	25,0	19,2	47,7	81,9	64,3	77,9	74,9
República Eslovaca	45,1	13,4	71,7	57,5	62,4	17,2	77,7	76,1	67,3	89,0
Eslovenia	44,9	31,5	60,0	23,0	28,2	45,6	85,6	82,7	92,0	-
Sur África	48,9	54,2	-	59,2	56,2	52,0	67,3	69,9	67,8	75,8
España	40,8	24,5	-	48,5	48,3	50,3	82,1	85,1	81,0	90,1
Sudán	44,7	46,0	44,5	73,1	75,7	59,9	60,1	66,0	60,2	59,7
Suecia	38,6	26,1	57,4	18,6	15,6	34,3	80,3	69,9	73,8	67,9
Suiza	36,6	40,3	55,0	30,6	35,6	43,4	79,0	78,9	89,5	89,4
Turquía	33,2	38,1	-	62,4	71,3	55,2	93,3	90,7	88,9	86,6
Emiratos Árabes Unidos	59,9	63,6	58,7	32,2	29,3	75,9	73,3	72,0	72,7	67,8
Reino Unido	57,4	38,0	80,0	35,7	40,9	62,7	76,0	61,6	75,6	67,0
Estados Unidos	52,6	40,1	55,4	35,4	39,0	60,8	87,2	72,5	85,7	93,5
Uruguay	42,2	27,1	-	47,0	39,3	64,5				

Tabla B.4 En algunos países no se realizó la medición de la Actividad empresarial como empleado (EEA)
Los temas ambientales y sociales no se evaluaron en Sur África

Tabla A2.5
Actividad empresarial por género, edad y nivel educativo

País	Actividad empresarial temprana (TEA) por género		Actividad empresarial temprana (TEA) por edad		Actividad empresarial temprana (TEA) por nivel educativo	
	TEA hombres	TEA mujeres	TEA 18-34	TEA 35-64	TEA graduados	TEA no graduados
Bielorrusia	14,2	12,9	17,4	11,6	17,1	9,8
Brasil	23,3	18,7	22,9	19,6	26,5	19,4
Canadá	24,4	15,8	31,3	14,1	20,9	17,4
Chile	34,7	25,3	32,9	27,8	31,3	27,3
 Colombia	17,4	14,1	16,8	14,8	16,7	14,3
Croacia	15,5	9,2	18,1	9,3	16,3	9,8
Chipre	10,8	6,1	8,1	8,5	9,7	5,7
República Dominicana	40,1	43,8	41,6	42,2	42,7	41,0
Egipto	12,5	5,7	10,7	7,4	12,3	8,1
Finlandia	9,4	6,4	8,4	7,6	8,2	7,6
Francia	8,4	7,1	9,5	6,8	10,0	4,7
Alemania	8,4	5,3	9,4	5,7	8,5	5,6
Grecia	6,5	4,6	6,8	4,7	5,7	5,4
Guatemala	32,9	23,9	31,2	24,6	33,7	27,9
Hungría	12,1	7,5	11,7	8,7	10,7	9,3
India	16,3	12,3	14,2	14,5	17,1	9,7
Irán	10,4	7,1	9,2	8,4	9,6	7,6
Irlanda	13,7	11,3	16,7	10,2	13,4	10,5
Israel	10,4	8,8	9,3	9,7	9,5	9,8
Italia	6,2	3,5	8,3	3,4	9,7	3,5
Japón	8,5	4,0	6,1	6,4	5,5	7,4
Kazajistán	18,5	21,3	21,2	19,0	19,7	20,8
República de Corea	15,9	10,7	10,9	14,5	14,1	12,4
Letonia	18,2	12,0	22,0	11,9	12,4	16,2
Luxemburgo	9,3	5,1	9,7	5,9	9,6	3,0
Marruecos	5,9	6,3	6,3	5,8	5,4	6,6
Países bajos	15,5	13,0	15,6	13,5	17,5	12,6
Noruega	4,4	1,8	2,0	3,7	2,7	3,7
Omán	13,5	11,9	15,0	9,4	14,0	11,1
Panamá	23,2	20,3	23,1	20,7	23,6	18,9
Polonia	2,4	1,7	3,0	1,5	2,1	1,7
Qatar	17,2	10,5	15,9	15,8	17,0	12,6
Rumania	9,8	9,6	11,3	8,9	10,7	6,0
Federación Rusa	10,2	6,6	10,7	7,1	8,7	6,9
Arabia Saudita	20,1	19,0	18,9	20,2	18,9	21,7
República Eslovaca	7,8	5,0	8,4	5,4	7,3	6,0
Eslovenia	7,2	6,1	12,3	4,3	8,0	5,5
Sur África	18,8	16,2	19,2	15,3	17,2	17,7
España	5,4	5,6	5,3	5,6	7,8	3,8
Sudán	40,8	26,4	33,5	33,7	36,0	32,3
Suecia	11,8	6,0	9,2	8,8	9,4	8,4
Suiza	12,3	7,2	8,9	10,3	11,7	6,6
Turquía	21,1	10,3	16,3	15,2	15,5	15,7
Emiratos Árabes Unidos	20,1	8,2	16,1	17,0	16,4	17,1
Reino Unido	14,2	10,9	16,0	10,6	13,3	11,8
Estados Unidos	17,8	15,2	18,9	15,1	15,9	18,5
Uruguay	25,9	20,2	26,3	20,9	26,2	22,5

Tabla A2.6
Distribución de la actividad empresarial por sectores (% de TEA)

País	Sector de servicios a las empresas	Sector de servicio al cliente	Sector extractivo	Sector manufacturero
Bielorrusia	20,3	39,0	7,8	33,0
Brasil	12,1	61,4	2,5	24,0
Canadá	25,5	51,9	3,4	19,2
Chile	16,3	56,9	4,0	22,8
 Colombia	17,0	59,0	0,7	23,3
Croacia	25,6	36,6	11,2	26,6
Chipre	16,7	58,6	3,2	21,5
República Dominicana	11,5	75,2	0,8	12,5
Egipto	6,7	44,6	9,5	39,2
Finlandia	31,6	36,0	12,1	20,3
Francia	35,9	41,2	4,0	18,9
Alemania	29,0	50,4	2,6	18,1
Grecia	17,3	42,7	12,4	27,6
Guatemala	5,2	72,9	5,5	16,4
Hungría	16,9	42,9	11,5	28,7
India	1,7	71,3	8,2	18,8
Irán	16,6	44,4	4,8	34,2
Irlanda	21,8	54,5	5,1	18,6
Israel	40,4	48,1	0,6	10,9
Italia	36,9	41,0	5,4	16,7
Japón	25,2	56,3	2,8	15,6
Kazajistán	12,1	56,4	6,0	25,5
República de Corea	16,6	56,0	3,0	24,4
Letonia	24,7	36,5	8,4	30,4
Luxemburgo	43,8	35,7	2,7	17,8
Marruecos	8,5	55,6	5,5	30,4
Países bajos	26,8	57,1	0,5	15,6
Noruega	32,6	44,1	7,4	16,0
Omán	14,5	57,8	8,3	19,4
Panamá	15,7	61,9	4,6	17,8
Polonia	21,5	46,8	8,2	23,4
Qatar	17,8	46,2	2,3	33,7
Rumania	14,6	44,1	12,9	28,4
Federación Rusa	15,4	42,6	4,9	37,0
Arabia Saudita	3,8	86,9	0,4	8,9
República Eslovaca	17,0	52,1	2,4	28,5
Eslovenia	30,0	41,7	2,6	25,7
Sur África	8,8	68,6	4,6	18,1
España	34,1	44,4	3,4	18,1
Sudán	4,3	51,1	20,7	23,9
Suecia	34,1	39,3	8,3	18,3
Suiza	42,2	36,6	2,7	18,5
Turquía	11,4	44,4	12,0	32,2
Emiratos Árabes Unidos	23,2	45,6	1,3	30,0
Reino Unido	34,5	52,1	1,9	11,5
Estados Unidos	32,6	44,6	3,9	18,9
Uruguay	15,1	54,9	5,7	24,4

Tabla A2.7
Salidas empresariales y sus razones (% de la población)

Pais	Salidas empresariales	Razones positivas	Razones negativas diferentes a COVID19	Salidas originadas por COVID19
Bielorrusia	7,4	1,1	5,5	0,7
Brasil	11,3	1,0	5,8	4,5
Canadá	11,8	4,4	5,6	1,8
Chile	9,0	1,6	4,4	3,0
 Colombia	6,6	0,7	2,7	3,2
Croacia	4,4	1,2	2,3	1,0
Chipre	5,7	1,3	3,3	1,1
República Dominicana	15,0	2,4	7,9	4,6
Egipto	10,9	0,5	6,7	3,8
Finlandia	1,9	0,7	0,9	0,3
Francia	2,6	0,8	1,3	0,5
Alemania	3,3	1,0	1,9	0,4
Grecia	2,0	0,5	1,4	0,1
Guatemala	9,1	1,1	4,7	3,3
Hungría	2,1	0,4	1,3	0,4
India	8,0	1,3	4,0	2,6
Irán	5,8	0,3	4,6	0,9
Irlanda	7,0	2,0	3,4	1,6
Israel	4,6	0,9	2,5	1,2
Italia	1,3	0,3	0,9	0,1
Japón	1,6	0,4	0,8	0,4
Japón	19,2	0,9	15,6	2,8
Kazajistán	3,7	0,3	3,3	0,2
República de Corea	3,1	0,4	2,2	0,6
Letonia	4,2	0,9	2,8	0,4
Luxemburgo	4,6	0,3	3,8	0,5
Marruecos	5,9	1,6	3,6	0,7
Países Bajos	0,8	0,1	0,6	0,2
Noruega	13,7	1,4	6,5	5,8
Omán	11,4	1,0	4,5	5,8
Panamá	4,5	1,2	1,0	2,3
Polonia	11,5	0,7	4,8	6,0
Qatar	2,6	0,2	1,3	1,2
Rumania	3,9	0,6	2,6	0,7
Federación Rusa	8,6	1,6	4,7	2,3
Arabia Saudita	3,6	0,6	1,6	1,5
República Eslovaca	3,0	0,9	1,2	0,9
Eslovenia	14,1	2,0	8,7	3,4
Sur África	2,2	0,6	1,1	0,5
España	13,1	2,8	9,9	0,4
Sudán	3,6	1,3	2,2	0,1
Sudán	2,9	0,7	1,7	0,5
Suecia	8,2	0,6	5,8	1,8
Suiza	10,3	1,1	6,0	3,2
Turquía	2,7	0,6	1,7	0,4
Emiratos Árabes Unidos	6,4	1,3	3,7	1,4
Reino Unido	9,7	1,3	6,6	1,8

Tabla A2.8

Expectativas de crecimiento y de visión (% de Empresarios TEA y Establecidos)

País	En los próximos 5 años cuantos empleos espera generar			Porcentaje de empresarios que más del 25% de su ingreso de ventas en otros países	Los productos que esta elaborando se pueden considerar como			La tecnología que esta usando en su empresa se puede considerar como		
	0 Empleos	1-5 Empleos	6 o más Empleos		Nuevo en el área	Nuevo en el país	Nuevo en el mundo	Nuevo en el área	Nuevo en el país	Nuevo en el mundo
Bielorrusia	6,5	3,1	3,9	2,6	1,6	0,7	0,2	1,8	0,4	0,4
Brasil	7,1	7,5	6,4	0,2	3,8	0,3	0,3	3,0	0,4	0,0
Canadá	11,6	4,9	3,6	5,9	6,2	2,9	1,3	5,8	2,7	0,9
Chile	4,0	15,8	10,1	0,2	10,0	3,1	2,4	8,0	2,3	1,2
Colombia	1,2	7,3	7,2	0,9	4,3	1,8	0,5	3,9	1,5	0,5
Croacia	4,2	4,4	3,7	2,0	2,2	2,0	0,9	1,5	1,9	0,5
Chipre	3,1	4,5	0,8	1,2	1,3	1,1	0,0	2,0	1,0	0,1
República Dominicana	33,8	5,8	2,4	6,1	7,0	3,6	0,7	6,5	3,2	0,7
Egipto	3,5	2,5	3,2	0,6	2,3	0,6	0,1	2,4	0,5	0,0
Finlandia	4,9	2,2	0,8	0,7	0,5	0,8	0,7	0,6	0,8	0,5
Francia	3,5	2,4	1,8	1,0	1,3	0,9	0,4	1,3	0,7	0,4
Alemania	3,8	2,1	1,0	1,1	1,1	0,7	0,3	0,9	0,5	0,2
Grecia	1,8	2,8	1,0	1,4	0,8	0,7	0,3	0,7	0,7	0,1
Guatemala	6,0	14,8	7,5	0,3	8,7	0,8	0,5	7,0	1,0	0,9
Hungría	4,4	4,2	1,2	0,8	1,8	0,6	0,2	1,5	0,7	0,0
India	6,7	6,9	0,7	0,1	2,4	0,2	0,1	2,5	0,2	0,1
Irán	3,1	2,9	2,8	0,2	1,1	0,5	0,2	0,5	0,4	0,1
Irlanda	5,0	3,9	3,5	3,0	3,5	1,2	0,7	3,3	1,2	0,6
Israel	5,4	2,6	1,5	1,5	1,4	0,7	0,3	0,6	0,4	0,4
Italia	2,5	1,3	1,0	0,5	1,1	0,5	0,3	0,8	0,6	0,2
Japón	3,0	2,0	1,3	0,5	1,1	1,2	0,4	1,2	1,1	0,6
Kazajistán	9,6	5,0	5,4	0,2	0,4	0,1	0,1	1,0	0,1	0,0
República de Corea	3,9	5,4	4,1	0,7	1,3	1,9	0,4	1,1	1,4	0,3
Letonia	6,1	4,7	4,3	2,8	1,0	0,8	1,1	0,6	1,1	0,6
Luxemburgo	1,9	3,4	2,0	1,7	1,0	2,0	0,9	0,4	0,8	1,0
Marruecos	1,4	2,7	2,0	0,4	0,9	0,2	0,0	0,6	0,2	0,0
Países Bajos	4,4	6,2	3,6	2,9	2,7	1,6	1,2	2,4	1,8	0,8
Noruega	1,1	1,3	0,7	0,2	0,6	0,3	0,1	0,2	0,0	0,1
Omán	8,5	1,9	2,3	0,5	1,8	0,5	0,1	1,1	0,4	0,0
Panamá	2,4	11,1	8,2	0,7	5,1	1,5	0,7	6,1	1,5	0,7
Polonia	0,6	1,0	0,4	0,1	0,2	0,1	0,0	0,3	0,1	0,0
Qatar	4,1	2,0	9,8	1,5	1,7	3,4	0,3	1,9	4,0	0,5
Rumania	5,1	3,0	1,6	0,4	1,1	0,8	0,2	1,1	0,8	0,1
Federación Rusa	2,7	2,3	3,4	0,3	1,0	0,1	0,2	0,9	0,1	0,1
Arabia Saudita	3,2	11,5	4,9	0,3	1,8	0,4	0,1	1,7	0,5	0,1
República Eslovaca	3,8	2,2	0,4	0,1	1,4	0,2	0,0	0,8	0,3	0,1
Eslovenia	2,8	2,6	1,2	1,0	1,0	1,0	0,5	1,0	0,8	0,3
Sur África	7,3	4,9	5,3	1,4	4,0	0,9	0,3	3,2	0,9	0,3
España	2,8	2,1	0,6	0,6	0,8	0,4	0,3	0,8	0,5	0,3
Sudán	20,4	7,7	5,5	1,5	1,6	0,5	0,0	2,2	0,5	0,0
Suecia	5,5	2,6	0,8	0,9	1,0	0,7	0,6	0,9	1,0	0,5
Suiza	4,3	3,3	2,2	2,1	1,6	1,3	1,1	0,8	1,0	0,9
Turquía	3,6	3,4	8,7	2,5	3,8	3,4	1,5	4,6	2,4	0,8
Emiratos Árabes Unidos	2,1	2,4	12,0	4,4	3,0	2,7	1,3	3,1	3,1	1,2
Reino Unido	5,7	4,5	2,4	2,7	2,1	0,8	1,2	1,6	0,6	0,7
Estados Unidos	6,0	5,8	4,6	0,9	1,9	1,0	1,6	1,7	1,0	1,1
Uruguay	8,4	9,1	5,6	0,9	3,5	1,7	0,6	3,8	1,8	1,3

Tabla A2.9 Motivación para iniciar una empresa (% de Empresarios en TEA que están algo de acuerdo o totalmente de acuerdo)

País	Hacer una diferencia en el mundo	Crear mucha riqueza y tener un buen ingreso	Continuar la tradición familiar	Hacer un ingreso, pues los empleos están difíciles	Hacer una diferencia en el mundo		Crear mucha riqueza y tener un buen ingreso		Continuar la tradición familiar		Hacer un ingreso pues los empleos están difíciles	
					18-34	35-64	18-34	35-64	18-34	35-64	18-34	35-64
Bielorrusia	25,5	76,2	15,1	71,5	28,9	22,9	84,0	70,4	12,5	16,9	62,6	78,1
Brasil	75,7	56,5	32,0	76,8	80,4	71,8	65,5	48,9	27,4	35,9	75,8	77,7
Canadá	70,4	68,4	50,0	70,7	71,0	69,7	70,7	65,8	56,1	43,0	69,7	71,9
Chile	56,6	53,5	33,6	73,9	60,5	53,3	57,9	49,8	32,1	34,9	71,4	76,0
Colombia	64,6	64,3	43,6	78,8	70,1	59,4	65,8	62,9	44,1	43,1	80,0	77,8
Croacia	38,7	51,3	28,5	65,7	44,9	32,1	58,9	43,4	26,3	30,7	55,4	76,4
Chipre	32,2	81,3	13,7	72,8	38,4	27,7	87,8	76,7	10,7	15,9	72,7	72,8
República Dominicana	72,1	64,4	37,6	72,9	70,6	73,4	66,5	62,7	38,5	36,8	77,1	69,4
Egipto	63,4	72,4	49,5	86,9	63,1	64,0	80,0	58,6	50,8	47,2	85,6	89,3
Finlandia	40,1	33,4	24,3	47,9	41,2	39,5	36,9	31,4	27,6	22,2	43,3	50,6
Francia	25,8	39,4	22,9	51,2	26,9	25,0	49,4	32,0	26,2	20,6	55,3	48,3
Alemania	39,4	43,7	24,2	40,9	40,1	38,8	54,4	35,2	25,7	23,1	34,5	45,9
Grecia	29,9	50,4	39,7	63,2	32,8	27,0	43,9	56,7	42,8	36,7	51,4	74,3
Guatemala	80,7	75,8	49,2	91,7	82,6	77,5	79,2	70,2	48,8	49,8	91,6	91,9
Hungría	61,7	32,5	21,0	66,8	64,4	59,8	38,6	28,2	20,5	21,3	62,2	70,0
India	75,9	73,4	74,3	91,5	75,1	76,7	70,4	76,6	70,2	78,4	90,9	92,1
Irán	36,7	92,9	17,3	64,1	36,5	36,8	94,5	91,2	16,4	18,3	65,4	62,8
Irlanda	57,8	59,0	29,0	56,0	63,8	52,4	65,5	53,3	31,4	26,9	57,9	54,3
Israel	36,9	74,9	15,0	49,8	33,3	39,4	79,0	72,0	9,3	18,9	50,7	49,2
Italia	21,5	53,4	22,8	61,4	24,7	18,3	55,3	51,6	14,2	31,6	56,6	66,2
Japón	37,3	42,1	31,9	40,1	40,1	36,1	69,5	31,4	38,1	29,5	41,4	39,6
Kazajistán	0,3	91,3	8,7	39,8	0,6	0,0	90,8	91,7	11,6	6,4	35,0	43,7
República de Corea	9,0	71,1	4,1	34,3	7,5	9,5	68,7	71,9	6,0	3,5	16,4	40,3
Letonia	36,9	37,1	24,2	65,3	45,2	30,0	48,6	27,3	24,1	24,3	58,2	71,3
Luxemburgo	56,9	38,6	27,7	32,9	54,2	59,6	40,3	37,1	23,8	31,0	23,3	41,5
Marruecos	17,6	46,5	22,3	87,1	18,0	16,9	46,9	46,0	23,4	20,9	86,5	88,0
Países Bajos	52,7	41,8	24,5	44,1	55,0	51,3	42,2	41,6	21,6	26,3	33,4	50,7
Noruega	39,2	37,4	23,0	26,5	31,8	41,6	51,3	33,0	45,7	15,7	34,3	24,0
Omán	43,7	78,2	26,0	89,7	42,7	46,1	82,2	69,3	23,9	30,6	89,1	91,0
Panamá	65,4	50,1	39,0	78,4	65,8	65,0	54,5	46,4	40,7	37,6	80,4	76,8
Polonia	16,0	62,5	12,5	53,4	14,1	18,0	46,8	77,8	8,9	16,1	36,7	70,0
Qatar	46,5	77,3	37,4	54,8	46,9	46,0	79,4	74,6	37,5	37,2	54,9	54,7
Rumanía	65,9	64,9	31,1	75,0	76,6	59,0	72,4	60,3	25,1	34,8	73,3	76,1
Federación Rusa	27,6	65,3	20,8	68,9	26,1	28,8	67,8	63,3	15,3	25,1	70,4	67,7
Arabia Saudita	63,7	78,6	65,5	82,8	63,7	63,8	76,8	79,9	67,3	64,3	81,9	83,4
República Eslovaca	18,7	22,1	25,8	89,8	26,7	12,6	27,4	18,0	25,7	25,9	92,9	87,5
Eslovenia	61,8	42,6	27,4	63,8	64,2	59,0	43,4	41,6	20,8	35,5	62,3	65,7
Sur África	81,4	83,3	63,2	84,7	83,2	78,5	84,4	81,4	64,4	61,3	87,5	80,0
España	43,2	38,0	19,7	72,4	52,4	39,6	49,5	33,5	21,8	18,9	68,2	74,0
Sudán	49,3	86,8	56,8	87,7	48,2	50,8	86,5	87,3	52,7	62,5	86,8	88,9
Suecia	45,3	55,0	20,6	28,0	53,9	39,9	70,1	45,4	27,1	16,5	37,0	22,4
Suiza	57,9	51,5	14,1	46,8	56,9	58,4	65,9	45,3	12,4	14,8	41,3	49,1
Turquía	34,3	39,9	41,7	55,0	32,9	35,7	49,7	29,7	38,4	45,1	55,3	54,6
Emiratos Árabes Unidos	66,1	78,7	49,7	68,8	67,0	65,0	81,5	75,2	48,5	51,2	73,1	63,6
Reino Unido	53,0	55,2	21,7	63,8	57,9	48,7	61,7	49,6	20,6	22,5	68,2	60,1
Estados Unidos	71,2	74,1	41,5	45,8	73,5	69,5	78,7	70,6	49,4	35,5	48,2	44,0
Uruguay	38,7	38,8	25,0	71,3	35,8	41,2	47,5	31,0	20,9	28,6	74,0	68,8

Tabla A2.10 Resultados del NECI (Indicador nacional de condiciones de infraestructura empresarial y número de condiciones que tuvieron calificación aceptable (Superior a 5))

Economía	Nivel de ingreso	Número de condiciones de infraestructura empresarial en las que se logró calificación superior a 5	Indicador NECI
Bielorrusia	Nivel C	3	3,6
Brasil	Nivel A	2	3,6
Canadá	Nivel B	6	5,1
Chile	Nivel C	5	4,5
 Colombia	Nivel B	6	4,7
Croacia	Nivel B	2	3,9
Chipre	Nivel C	3	4,2
República Dominicana	Nivel C	3	3,7
Egipto	Nivel A	3	4,4
Finlandia	Nivel A	12	6,2
Francia	Nivel A	8	5,1
Alemania	Nivel B	7	5,1
Grecia	Nivel C	2	4,4
Guatemala	Nivel B	4	3,8
Hungría	Nivel C	3	4,5
India	Nivel C	5	5
Irán	Nivel A	2	3,3
Irlanda	Nivel A	6	4,7
Israel	Nivel A	4	4,9
Italia	Nivel A	3	4,7
Japón	Nivel B	2	4,2
Kazajistán	Nivel A	2	4,7
República de Corea	Nivel B	7	4,8
Letonia	Nivel A	8	5,7
Luxemburgo	Nivel C	6	5
Marruecos	Nivel A	12	6,1
Países Bajos	Nivel A	7	4,9
Noruega	Nivel B	4	4,3
Omán	Nivel B	2	3,9
Panamá	Nivel B	12	6,3
Polonia	Nivel A	10	5,7
Qatar	Nivel B	2	4,1
Rumania	Nivel B	1	3,9
Federación Rusa	Nivel A	3	4,2
Arabia Saudita	Nivel B	11	5,5
República Eslovaca	Nivel B	2	4
Eslovenia	Nivel C	3	4,1
Sur África	Nivel B	12	6,1
España	Nivel C	2	4,3
Sudán	Nivel A	4	4,3
Suecia	Nivel A	0	3,7
Suiza	Nivel B	10	5,4
Turquía	Nivel A	1	3,2
Emiratos Árabes Unidos	Nivel A	6	5,3
Reino Unido	Nivel A	10	5,5
Estados Unidos	Nivel B	2	4,2
Uruguay	Nivel A	13	6,8



Anexo 3

Lista de referencias



- Varela, R., & Soler, J. D. (2013). La tubería empresarial aplicada a algunos países del Caribe. 58th World Conference del International Council for Small Business (Puerto Rico).
- Varela, R., y Moreno, J., (2013). Caribbean Regional Report 2012. Universidad Icesi, Colombia.
- Varela, R. & Moreno, J., (2014). GEM Colombia 2006 – 2013. Universidad Icesi, Colombia.
- Varela, R., y Moreno, J., (2014). Colombian Entrepreneurial Dynamics 2013. Universidad Icesi, Colombia.
- Varela, R., y Moreno, J., (2014). Entrepreneurship in the Caribbean Region 2013.
- Varela, R., y Moreno, J., (2015). Entrepreneurial Activity in the Caribbean Region 2014. Universidad Icesi, Colombia.
- Varela, R., y otros (2016).” GEM Latin America and Caribbean Regional Report 2015/16” Global Entrepreneurship Research Association., London.
- Varela, R. y otros (2017). Latin America and Caribbean Regional Report 2015/16.
- Varela, R., Moreno, J., Soler, J., Pereira, F., Osorio, F., Gómez, E., López, M., Parra, L., Buelvas, P. & Peñuela, J. (2020). Dinámica de la actividad empresarial en Colombia. Universidad Icesi. DOI: <https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2020>.
- Global Entrepreneurship Research Association, (2020)“Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship Exploring policy remedies for recovery”, London.
- Global Entrepreneurship Research Association, (2020) Bosma, N., Hill, S., Ionesco, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A(2020).” Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report” London.
- Varela, R., Moreno, J., Soler, J., Pereira, F., Osorio, F., Gómez, E., López, M., Parra, L., Buelvas, P. & Peñuela, J. (2020).” Dinámica de la actividad empresarial en Colombia.” Universidad Icesi. Colombia. DOI: <https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2020>.
- Global Entrepreneurship Research Association, (2021) “Women’s Entrepreneurship 2020/21 Thriving Through Crisis” London.
- Congreso de Colombia. Ley 2060 del 22 de octubre de 2020. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202060%20DEL%2022%20DE%20OCTUBRE%20DE%202020.pdf>.
- Congreso de Colombia. Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>.
- CEPAL. (12 de mayo 2020). Informe Especial COVID-19. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45527/5/S2000325_es.pdf.

- NU. (3 de abril de 2020). Coronavirus: ¿llegó para quedarse? <https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/coronavirus-llego-para-que-darse>.
- Portafolio. (04 de agosto 2021). Crecimiento de 7,2% en economía colombiana en 2021: Corficolombiana. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/corficolombiana-estima-crecimiento-economico-de-colombia-para-2021-en-7-2-554749>.
- Mc Master, B. Balance 2021 y Perspectivas 2022- ANDI. <http://www.andi.com.co/uploads/Balance%202021%20y%20Perspectivas%202022%20-%20ANDI%20BMM.pdf>.
- Congreso de Colombia. Ley 2157 del 29 de octubre de 2021. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202157%20DEL%2029%20DE%20OCTUBRE%20DE%202021.pdf>.
- Cavallo, E., Powell, A. (marzo 2021). Oportunidades para un mayor crecimiento sostenible tras la pandemia. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://flagships.iadb.org/es/MacroReport2021/Oportunidades-para-un-mayor-crecimiento-sostenible-tras-la-pandemia>.
- Agencia EFE. (1 de diciembre 2021). La economía colombiana crecerá un 5,5% en 2022 y 3,1% en 2023. <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-economia-colombiana-crecera-un-5-en-2022-y-3-1-2023-segun-ocde/20000011-4688734>.
- Ministerio de Salud Colombia. (10 agosto de 2021). Vacunación contra covid sigue siendo la llave de la reactivación. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Vacunaci%C3%B3n-contra-covid-sigue-siendo-la-llave-de-la-reactivaci%C3%B3n-.aspx>.
- Portafolio. (04 de agosto 2021). Crecimiento de 7,2% en economía colombiana en 2021: Corficolombiana. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/corficolombiana-estima-crecimiento-economico-de-colombia-para-2021-en-7-2-554749>.
- La República. (12 de mayo de 2021). Empresarios trabajan con el Gobierno para comprar 2,5 millones de vacunas covid-19. <https://www.larepublica.co/empresas/empresarios-trabajan-con-el-gobierno-para-comprar-25-millones-de-vacunas-covid-19-3168892>.
- Departamento Nacional de Planeación. (11 de febrero de 2021). Política para la reactivación y el crecimiento sostenible e incluyente: Nuevo Compromiso por el Futuro de Colombia. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4023%20Resumen%20ejecutivo.pdf>.
- Congreso de Colombia. Ley 2155 del 14 de septiembre de 2021. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202155%20DEL%2014%20DE%20SEPTIEMBRE%20DE%202021.pdf>.
- Torrado, A. (15 de febrero 2022). El PIB de Colombia creció 10.6% en 2021, la mayor subida anual desde que hay registros. El País. <https://elpais.com/economia/2022-02-15/el-pib-de-colombia-crecio-106-en-2021-la-mayor-subida-anual-desde-que-hay-registros.html#:~:text=La%20entidad%20ambi%C3%A9n%20detall%C3%B3su,contempor%C3%A1nea%20de%20la%20econom%C3%A1Da%20colombiana%E2%80%9D>.
- Andi. (6 de enero 2022). La ANDI presentó balance económico de 2021 y perspectivas para 2022. <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/17170-la-andi-presento-balance-economico-de-2>.

- Semana. (24 de abril 2022). ¿Qué pasó con la pobreza en 2021? Este es el pronóstico de Anif. <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/que-paso-con-la-pobreza-en-2021-este-es-el-pronostico-de-anif/202247/>.
- Portafolio. (24 de abril 2022). Pobreza en Colombia aún está lejos de volver a las cifras prepandemia. <https://www.portafolio.co/economia/pobreza-en-colombia-aun-esta-lejos-de-volver-a-las-cifras-prepandemia-564454>.
- Ministerio de Hacienda de Colombia. (4 de febrero de 2022). Boletín No. 4. El cierre fiscal preliminar de 2021 y el plan financiero de 2022 traen excelentes noticias en materia de crecimiento económico y sostenibilidad fiscal. https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=/Conexion-Content/WCC_CLUSTER-185368//idcPrimaryFile&revision=latestreleased.
- Becerra, L. (21 de abril de 2022). Ayudas estatales a empresas por pandemia superan \$8 billones. <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/ayudas-estatales-a-empresas-por-pandemia-superan-8-billones-564349>.
- Velasco, R., Ordoñez, C., y Restrepo, M. Ministerio de Comercio de Colombia INNPulsa. Transformación digital e industrias 4.0. https://www.innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/Analitica_TransformacionDigital_Industrias4_2020.pdf.
- Torrado, A. (15 de febrero 2022). El PIB de Colombia creció 10.6% en 2021, la mayor subida anual desde que hay registros. El País. <https://elpais.com/economia/2022-02-15/el-pib-de-colombia-crecio-106-en-2021-la-mayor-subida-anual-desde-que-hay-registros.html#:~:text=La%20entidad%20tambi%C3%A9n%20detall%-C3%B3%20su,contempor%C3%A1nea%20de%20la%20econom%C3%ADa%20colombiana%E2%80%9D>.
- Andi. (6 de enero 2022). La ANDI presentó balance económico de 2021 y perspectivas para 2022. <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/17170-la-andi-presento-balance-economico-de-2>
- Andi. (6 de enero 2022). La ANDI presentó balance económico de 2021 y perspectivas para 2022. <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/17170-la-andi-presento-balance-economico-de-2>.
- Global Entrepreneurship Research Association, (2022) “Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022. Global Report: Opportunity Amid Disruption”, London.
- Ford Foundation, (2022) “Reimagine recovery: A playbook for an equitable future.” New York.
- Singer, S. et al (2022). Entrepreneurship and well-being: the UN Sustainable Development Goals through lenses of GEM indicators. (In press).

