

Actividad empresarial en Colombia 2022 – 2023: En camino hacia la reactivación



Ana Carolina Martínez Romero
Jhon Alexander Moreno Barragán
Fernando Pereira Laverde
Fabián Fernando Osorio Tinoco
Mariangela López Lambrano
Jana Schmutzler
Liyis Gómez Núñez
Vera Santiago Martínez
León Darío Parra Bernal
Jairo Alonso Orozco Triana



ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA 2022 - 2023: EN CAMINO HACIA LA REACTIVACIÓN

© **GEM Colombia 2023:** Universidad Icesi, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad del Norte, Universidad EAN, Institución Universitaria Americana.

Cali. Universidad Icesi, 2023.
112 pp; 21.5 cm x 28 cm

ISBN 978-628-7630-08-6 (PDF)

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

Código Dewey: 338.7

DOI: <https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2020>

© Universidad Icesi
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE)
Primera edición / abril 2023
Coordinador Editorial: Adolfo A. Abadía
Diseño y diagramación: Paola Andrea Quijano Fuenmayor
Edición y corrección de estilo: Luis Eduardo Vélez Rodríguez -
Asterisco Editores

Editorial Universidad Icesi
Calle 18 No. 122-135 (Pance), Santiago de Cali, Colombia
Teléfono: +57 (2) 555 2334
Correo: editorial@icesi.edu.co www.icesi.edu.co/editorial

Hecho en Colombia.

La Editorial Universidad Icesi no se hace responsable de las ideas expuestas bajo su nombre, las ideas publicadas, los modelos teóricos expuestos o los nombres aludidos por el(los) autor(es). El contenido publicado es responsabilidad exclusiva del(los) autor(es), no refleja la opinión de las directivas, ni el pensamiento institucional de la Universidad Icesi, ni genera responsabilidad frente a terceros en caso de omisiones o errores. Esta publicación puede ser reproducida sin autorización si se citan título, los autores y la fuente institucional.

Todas las fotografías de este libro se adquirieron de www.pexels.com y se cuenta con el permiso para su inclusión en esta publicación.

Cómo citar (APA): Martínez, A., Moreno, J., Pereira, F., Osorio, F., López, M., Schmutzler, J., Gómez, L., Santiago, V., Parra, L., Orozco, J. (2023). Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023: En camino hacia la reactivación. Cali: Editorial Universidad Icesi.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	11
1. ACERCA DEL PROYECTO GEM	13
Introducción	14
Marco conceptual	17
Metodología	22
2. CONDICIONES ESTRUCTURALES DEL ENTORNO (CEE) PARA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA	25
CEE1: Financiación	26
CEE2: Políticas gubernamentales	26
CEE3: Programas gubernamentales	26
CEE4: Educación empresarial	26
CEE5: Transferencia, investigación y desarrollo	27
CEE6: Infraestructura comercial y profesional	27
CEE7: Mercado interno	27
CEE8: Infraestructura física	27
CEE9: Normas sociales y culturales	45
Índice nacional sobre el contexto empresarial (NECI)	46
Factores que están impulsando la actividad empresarial en Colombia (2022)	46
Recomendación para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad empresarial en Colombia	47
Acciones gubernamentales que han afectado negativamente a la actividad empresarial en Colombia desde el inicio de la pandemia	50
Acciones gubernamentales que han afectado positivamente a la actividad empresarial en Colombia desde el inicio de la pandemia	51
Actividad empresarial en Colombia y la COVID-19	53

TABLA DE CONTENIDO

3. ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA DESDE LA TUBERÍA EMPRESARIAL	54
Etapa 1: Aceptación sociocultural hacia la creación de Empresas	56
Etapa 2: Empresarios potenciales	57
Etapa 3: Empresarios intencionales	61
Etapa 4 y 5: Empresarios nacientes y nuevos (TEA)	61
Etapa 6: Empresarios establecidos (EBO)	62
La COVID-19 y la actividad empresarial TEA y EBO	64
4. DISCONTINUIDAD EMPRESARIAL	67
5. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS EN COLOMBIA	72
Género	73
Nivel educativo	74
Edad	75
Ingresos	76
Ocupación	77
Motivación	78
Etnia	79
Nacionalidad	79
6. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS EN COLOMBIA	81
Sectores económicos	82
Empleos que generan actualmente	82
Perspectivas de generación de empleo en cinco años	84
Orientación Internacional	85
Clientes en el exterior	85
Ventas en el exterior	86
Registro empresarial en cámaras de comercio	87
Fuentes de financiamiento al momento de iniciar	89
Novedad de productos y servicios ofrecidos por las empresas	90
Novedad de tecnologías y procesos implementados por las empresas	92

TABLA DE CONTENIDO

7. ACTIVIDAD EMPRESARIAL SOSTENIBLE	96
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
9. ANEXOS Y REFERENCIAS	103
Anexo 1. Interpretación de los elementos que componen cada una de las dimensiones en la encuesta a expertos nacionales (NES)	104
Apoyo financiero	104
Políticas gubernamentales: Favorabilidad y prioridad de las políticas públicas	105
Políticas gubernamentales: Impuestos, tasas y burocracia	105
Programas gubernamentales	105
Educación empresarial en la etapa escolar	106
Educación empresarial en la etapa de formación profesional	106
Transferencia de investigación y desarrollo (I & D)	107
Infraestructura comercial y profesional	107
Dinámica del mercado interno: Mercado interno	108
Dinámica del mercado interno: Barreras de entrada al mercado interno	109
Infraestructura física y de servicios	109
Normas sociales y culturales	110
Referencias	111

ÍNDICE DE **FIGURAS**

Figura 1. Modelo conceptual GEM	18
Figura 2. Indicadores clave y fases del proceso empresarial	19
Figura 3. Tubería empresarial	20

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Puntuación desagregada para el financiamiento (existencia de fuentes) en Colombia 2022	30
Tabla 2. Puntuación desagregada para el financiamiento (facilidad de acceso) en Colombia 2022	32
Tabla 3. Puntuación desagregada para políticas gubernamentales (prioridad) en Colombia 2022	33
Tabla 4. Puntuación desagregada para las políticas gubernamentales (impuestos, tasas y burocracia) en Colombia 2022	34
Tabla 5. Puntuación desagregada para los programas gubernamentales en Colombia 2022	35
Tabla 6. Puntuación desagregada para la educación empresarial (educación básica y media) en Colombia 2022	36
Tabla 7. Puntuación desagregada para la educación empresarial (educación superior) en Colombia 2022	37
Tabla 8. Puntuación desagregada para la transferencia de investigación y desarrollo en Colombia 2022	38
Tabla 9. Puntuación desagregada para la infraestructura comercial y profesional en Colombia 2022	39
Tabla 10. Puntuación desagregada para el mercado interno (dinámica) en Colombia 2022	40
Tabla 11. Puntuación desagregada para el mercado interno (barreras de entrada) en Colombia 2022	41
Tabla 12. Puntuación desagregada para el acceso a la infraestructura física y de servicios en Colombia 2022	43
Tabla 13. Puntuación desagregada para las normas sociales y culturales en Colombia 2022	44
Tabla 14. NECI en los países latinoamericanos participantes en GEM 2022	45
Tabla 15. Percepción de los expertos nacionales sobre la pandemia (2022)	53
Tabla 16. Valoración de los expertos del GEM sobre emprendimiento con énfasis en la sostenibilidad	99

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Estado actual de las CEE en Colombia (2022)	28
Gráfica 2. Puntuación para el financiamiento (existencia de fuentes) en Colombia (2019 - 2022)	30
Gráfica 3. Puntuación para el financiamiento (facilidad de acceso) en Colombia (2021 - 2022)	31
Gráfica 4. Puntuación para las políticas gubernamentales (prioridad) en Colombia (2019 - 2022)	32
Gráfica 5. Puntuación para las políticas gubernamentales (impuestos, tasas y burocracia) en Colombia (2019 - 2022)	33
Gráfica 6. Puntuación para los programas gubernamentales en Colombia (2019 - 2022)	34
Gráfica 7. Puntuación para la educación empresarial (educación básica y media) en Colombia (2019 - 2022)	35
Gráfica 8. Puntuación para la educación empresarial (educación superior) en Colombia (2019 - 2022)	36
Gráfica 9. Puntuación para la transferencia de investigación y desarrollo en Colombia (2019 - 2022)	38
Gráfica 10. Puntuación para la infraestructura comercial y profesional en Colombia (2019 - 2022)	39
Gráfica 11. Puntuación para el mercado interno (dinámica) en Colombia (2019 - 2022)	40
Gráfica 12. Puntuación para el mercado interno (barreras de entrada) en Colombia (2019 - 2022)	41
Gráfica 13. Puntuación para el acceso a la infraestructura física y de servicios en Colombia (2019 - 2022)	43
Gráfica 14. Puntuación para las normas sociales y culturales en Colombia (2019 - 2022)	44
Gráfica 15. Factores que están impulsando la actividad empresarial en Colombia (2022)	47
Gráfica 16. Recomendación para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad empresarial en Colombia (2022)	49

Gráfica 17. Acciones gubernamentales que han afectado negativamente (2022)	51
Gráfica 18. Acciones gubernamentales que han afectado positivamente (2022)	52
Gráfica 19. Aceptación sociocultural hacia la creación de empresas (desagregado) en Colombia (2018 - 2022).	56
Gráfica 20. Aceptación sociocultural hacia la creación de empresas en Colombia (2018 - 2022)	57
Gráfica 21. Empresarios potenciales en Colombia (2018 - 2022)	58
Gráfica 22. Empresarios potenciales: Percepción de capacidades por género en Colombia (2018 - 2022)	59
Gráfica 23. Empresarios potenciales: No temor al fracaso por género en Colombia (2018 - 2022)	59
Gráfica 24. Empresarios potenciales: Percepción de oportunidades por género en Colombia (2018 - 2022)	60
Gráfica 25. Empresarios intencionales en Colombia (2018 - 2022)	61
Gráfica 26. Empresarios nacientes y nuevos (TEA) en Colombia (2018 - 2022)	62
Gráfica 27. Empresarios establecidos (EBO) en Colombia (2018- 2022)	63
Gráfica 28. Percepción de facilidad para crear empresa y referentes culturales en Colombia (2019 - 2022)	63
Gráfica 29. Percepciones sobre la dificultad para crear empresa TEA y EBO en Colombia	65
Gráfica 30. Percepciones sobre bajas expectativas de crecimiento en TEA y EBO en Colombia	65
Gráfica 31. Percepciones de los empresarios TEA respecto a la pandemia en Colombia (2020 - 2022)	66
Gráfica 32. Percepciones de los empresarios EBO respecto a la pandemia en Colombia (2020 - 2022)	66
Gráfica 33. Discontinuidad empresarial en Colombia (2018 - 2022)	68
Gráfica 34. Razones para la discontinuidad empresarial en Colombia (2020 - 2022)	69
Gráfica 35. Momento de la discontinuidad empresarial en Colombia (2019 - 2022)	70
Gráfica 36. Porcentaje de empresarios seriales en Colombia (2022)	71

Gráfica 37. Propensión hacia la actividad empresarial TEA por género en Colombia (2018- 2022)	73
Gráfica 38. Propensión hacia la actividad empresarial EBO por género en Colombia (2018- 2022)	73
Gráfica 39. Propensión hacia la actividad empresarial TEA por nivel educativo en Colombia (2018 - 2022)	74
Gráfica 40. Propensión hacia la actividad empresarial EBO por nivel educativo en Colombia (2018 - 2022)	75
Gráfica 41. Propensión hacia la actividad empresarial TEA por grupo etario en Colombia (2018 - 2022)	75
Gráfica 42. Propensión hacia la actividad empresarial EBO por grupo etario en Colombia (2018 - 2022)	76
Gráfica 43. Porcentaje del nivel de ingresos económicos del hogar en empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)	76
Gráfica 44. Cambio en el nivel de ingresos económicos del hogar causados por la pandemia en empresarios TEA y EBO en Colombia (2022).	77
Gráfica 45. Ocupación laboral reportada por empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)	77
Gráfica 46. Motivación de los empresarios TEA en Colombia (2019 - 2022)	78
Gráfica 47. Motivación de los empresarios EBO en Colombia (2019 - 2022)	78
Gráfica 48. Origen étnico de los empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)	79
Gráfica 49. Nacionalidad de los empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)	80
Gráfica 50. Sectores económicos TEA y EBO en Colombia (2022)	82
Gráfica 51. Empleos generados actualmente por los empresarios TEA en Colombia (2018 - 2022)	83
Gráfica 52. Empleos generados actualmente por los empresarios EBO en Colombia (2018 - 2022)	83
Gráfica 53. Empleos que esperan generar los empresarios TEA en Colombia (2018 - 2022)	84
Gráfica 54. Empleos que esperan generar los empresarios EBO en Colombia (2018 - 2022)	85

Gráfica 55. Orientación internacional (clientes) en empresarios TEA en Colombia (2019 - 2022)	85
Gráfica 56. Orientación internacional (clientes) en empresarios EBO en Colombia (2019 - 2022)	86
Gráfica 57. Orientación internacional (ingresos por ventas) en empresarios TEA en Colombia (2018 - 2022)	86
Gráfica 58. Orientación internacional (ingresos por ventas) en empresarios EBO en Colombia (2018 - 2022)	87
Gráfica 59. Formalización TEA y EBO en Colombia (2020 - 2022)	87
Gráfica 60. Razones para la no formalización TEA y EBO en Colombia (2020 - 2022)	88
Gráfica 61. Fuentes de financiación temprana usadas por empresarios TEA y EBO en Colombia (2021 - 2022)	89
Gráfica 62. Percepción sobre el mejoramiento del acceso a financiamiento e inversión empresarial en Colombia (2022)	90
Gráfica 63. Novedad en productos o servicios TEA en Colombia (2019 - 2022)	91
Gráfica 64. Novedad en productos o servicios ofrecidos EBO en Colombia (2019 - 2022)	91
Gráfica 65. Novedad de tecnologías o procesos TEA en Colombia (2019 - 2022)	92
Gráfica 66. Novedad de tecnologías o procesos EBO en Colombia (2019 - 2022)	93
Gráfica 67. Uso de nuevas tecnologías como respuesta a la pandemia en Colombia (2022)	93
Gráfica 68. Expectativas de uso de nuevas tecnologías en seis meses en Colombia (2021 - 2022)	94
Gráfica 69. Tipo de transformación digital en Colombia (2021 - 2022)	94
Gráfica 70. Mecanismos de teletrabajo implementados por empresarios TEA y EBO (2022)	95
Gráfica 71. Percepciones sobre ODS en empresarios TEA y EBO en Colombia (2021 - 2022)	97
Gráfica 72. Conocimiento de los ODS versus identificación de metas en empresarios TEA y EBO en Colombia (2021 - 2022)	98

RESUMEN EJECUTIVO

Según el Banco Mundial, Colombia será el país sudamericano con más crecimiento económico (7,1%) a finales del 2022, pero las expectativas de crecimiento para 2023 son mucho más bajas (2,1%), lo que refleja la situación actual de Colombia: parece ir bien, pero las expectativas no son demasiado positivas. A pesar del crecimiento económico positivo, el empleo no ha podido recuperarse totalmente a los niveles anteriores a la pandemia y la informalidad sigue siendo muy alta.

Colombia se ha visto duramente afectada por la pandemia, lo cual es evidenciado por el 70% de adultos que afirmó en el 2022 que la pandemia ha reducido el ingreso de sus hogares. De hecho, al analizar las razones de discontinuidad empresarial o cierre de los negocios, aunque el porcentaje debido a la pandemia ha disminuido, esta razón se mantiene en primer lugar. La siguiente razón que está ganando participación en el 2022 respecto al 2021 son los problemas financieros que resultan ser consecuencia de otras dificultades.

La proporción de adultos no empresarios que tienen la intención de iniciar un negocio en los próximos tres años también ha disminuido durante este período, del 48,8% en el 2018 al 21,2% en el 2022. Esto a pesar de que dos tercios de los adultos en el 2022 conocen a alguien que ha creado una empresa recientemente, y una proporción similar cree que poseen las capacidades y la experiencia necesarias para crear una empresa por sí mismos. Más de la mitad de los adultos ven buenas oportunidades para crear una empresa local, aunque un tercio de ellos no lo haría por miedo al fracaso.

En el 2022 el Índice Nacional sobre el Contexto Empresarial (NECI) descendió de 4,7 en el 2021 a 4,5 en el 2022, las condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial en Colombia que mostraron una tendencia decreciente y aportaron a este resultado, según los expertos nacionales encuestados fueron: políticas y programas gubernamentales, educación empresarial, transferencia de investigación y desarrollo e infraestructura física. Otras condiciones han sido más favorables, tales como el nivel de financiación, la dinámica del mercado interno y las normas sociales y culturales.

La puntuación NECI ha tenido un comportamiento variado del 2019 al 2022 y venía en aumento, con puntajes de 4,2 en el 2019 al inicio de la pandemia, 4,6 en el 2020, 4,7 en el 2021, y marca un descenso en el 2022 con 4,5.

La actividad empresarial temprana (TEA) y establecida (EBO) ha presentado una variación drástica desde el 2020 debido a las dinámicas propias del país y el comportamiento de la pandemia.

Una proporción relativamente alta de nuevos empresarios en Colombia tiene clientes fuera del país, aunque esta cifra ha descendido del 21 % en el 2020 al 16 % en el 2022. Casi dos de cada tres nuevos empresarios esperan utilizar más tecnología digital en los próximos seis meses para vender sus productos, y la proporción que espera emplear a seis o más personas adicionales dentro de cinco años es relativamente alta, en poco más de una cuarta parte, pero muy inferior a la mitad de hace tres años.

Finalmente, *"ganarse la vida porque los puestos de trabajo son escasos"* sigue siendo, como es lógico, la motivación más comúnmente aceptada por los nuevos empresarios. Esta razón es elegida por casi nueve de cada diez, aunque *"marcar una diferencia en el mundo"* también fue elegida por más de la mitad de los empresarios colombianos.



Capítulo 1

ACERCA DEL PROYECTO GEM

Introducción

Marco conceptual

Metodología



INTRODUCCIÓN

El Global Entrepreneurship Monitor (en adelante, GEM, por sus siglas en inglés) es el proyecto de investigación con mayor cobertura geográfica sobre la actividad emprendedora. Este fue concebido en 1997 por el Babson College y la London Business School, que en el 2004 transfirieron el capital intelectual de GEM a la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), una organización sin ánimo de lucro orientada por los representantes de los equipos nacionales, de las dos instituciones fundadoras y de las instituciones patrocinadoras.

GEM es la única fuente de investigación global que recopila datos sobre el espíritu empresarial directamente de los empresarios, que permite hacer análisis comparativos entre países, que dispone de la mayor serie de datos históricos y que maneja más variables sobre la actividad empresarial. Tiene como propósito ser una fuente de información confiable y válida para la formulación y el mejoramiento de las políticas públicas sobre la creación y el fortalecimiento de empresas, medir las variables que caracterizan la dinámica empresarial, caracterizar las empresas y a los empresarios e identificar las condiciones estructurales del entorno que fomentan u obstaculizan las iniciativas empresariales.

En el ciclo 2022 un total de 49 países participaron en la Encuesta a Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés) y 51 países participaron en la Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés), de los cuales 10 países son latinoamericanos: Argentina, Chile, México, Panamá, Puerto Rico, Uruguay, Brasil, Colombia, Guatemala y Venezuela.

GEM Colombia inició en el 2006 y actualmente el equipo está conformado por la Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad EAN, Institución Universitaria Americana. Actores que buscan que diferentes grupos de interés puedan disponer de información sobre el proceso empresarial colombiano, generar políticas públicas, crear ecosistemas de apoyo, hacer investigación, definir programas y proyectos de desarrollo empresarial.



51

países participaron en la Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés), de los cuales 10 países son latinoamericanos: Argentina, Chile, México, Panamá, Puerto Rico, Uruguay, Brasil, Colombia, Guatemala y Venezuela.

Este documento está estructurado en la siguiente forma: el primer capítulo explica el modelo y la metodología del estudio GEM. El capítulo 2 presenta los resultados de la Encuesta Nacional a Expertos en donde se analizan las nueve condiciones estructurales del entorno (CEE) para la actividad empresarial en Colombia. El capítulo 3 muestra un análisis de la dinámica empresarial colombiana a través del modelo de la Tubería Empresarial. El capítulo 4 estudia la discontinuidad empresarial. El capítulo 5 hace la caracterización de los empresarios por distintos factores y variables. El capítulo 6 presenta una caracterización de las empresas colombianas y el Capítulo 7 examina la actividad empresarial sostenible. Por último, el capítulo 8 exhibe las conclusiones y recomendaciones. Además, se incluyen en el documento algunos anexos con información adicional.

Para el 2022 continuaron en la APS las preguntas sobre el papel que juegan las consideraciones sociales y ambientales en la toma de decisiones a largo plazo de los empresarios en relación con nuevos negocios (introducidas en el 2021), las cuales se ampliaron con nuevas preguntas sobre el conocimiento de los ODS de la ONU y si estos juegan un papel en las prioridades y estrategias comerciales. Por otro lado, la NES también trae nuevas preguntas que se centran en el ritmo de recuperación pospandemia y la concienciación, aplicación y priorización de los ODS.

A lo largo del reporte, para facilitar el análisis longitudinal, se presentan no solo las cifras individuales de cada variable estudiada y medida, sino también los resultados agrupados de algunas de ellas y, en muchos casos, la evolución de esas variables para los periodos del 2019 al 2022.

Todos los datos que se utilizan en este reporte fueron obtenidos durante el 2022 por los distintos equipos nacionales, y procesados en forma centralizada por la Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

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:

- ④ Las universidades que hacen parte del equipo GEM, por su permanente colaboración y apoyo financiero para hacer realidad el estudio GEM Colombia 2022-2023.
- ④ Los miembros de GEM mundial, que permitieron disponer de los datos mundiales para hacer las comparaciones que fueron necesarias.
- ④ Los 36 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.
- ④ INFO INVESTIGACIONES que dirigió el proceso de aplicación de la encuesta a la población adulta (APS) y a todos los 2087 colombianos que contestaron dicho cuestionario.
- ④ Luis Eduardo Vélez quien presentó valiosas recomendaciones sobre la redacción y estilo de este informe.
- ④ Paola Andrea Quijano por el diseño y la diagramación digital de esta publicación.
- ④ María Camila Franco por el acompañamiento en la última fase del proceso, y sacar adelante la edición, presentación y lanzamiento del informe.
- ④ Todo el personal de la Universidad Icesi y su Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial por su aporte al éxito de este proceso investigativo y el acompañamiento en la coordinación del estudio 2022-2023.

MARCO CONCEPTUAL

GEM reconoce que el proceso de creación de empresas involucra múltiples actores y atributos individuales de los empresarios, que se dan en un entorno social, económico y político específico y que dependen, en cierta medida, de los mecanismos de apoyo que el ecosistema empresarial les brinda. En la Figura 1 aparece el modelo conceptual de GEM que incluye los diversos componentes del proceso empresarial y las relaciones que existen entre ellos, considerando los influjos y los resultados en términos del desarrollo social y económico sostenible.

La actividad empresarial se estudia a través de las fases del ciclo de vida de los procesos empresariales (Tubería Empresarial), el impacto de ellas (crecimiento, innovación, internacionalización), la forma y el sector donde se desarrollan, estudiando los niveles totales de actividad empresarial.

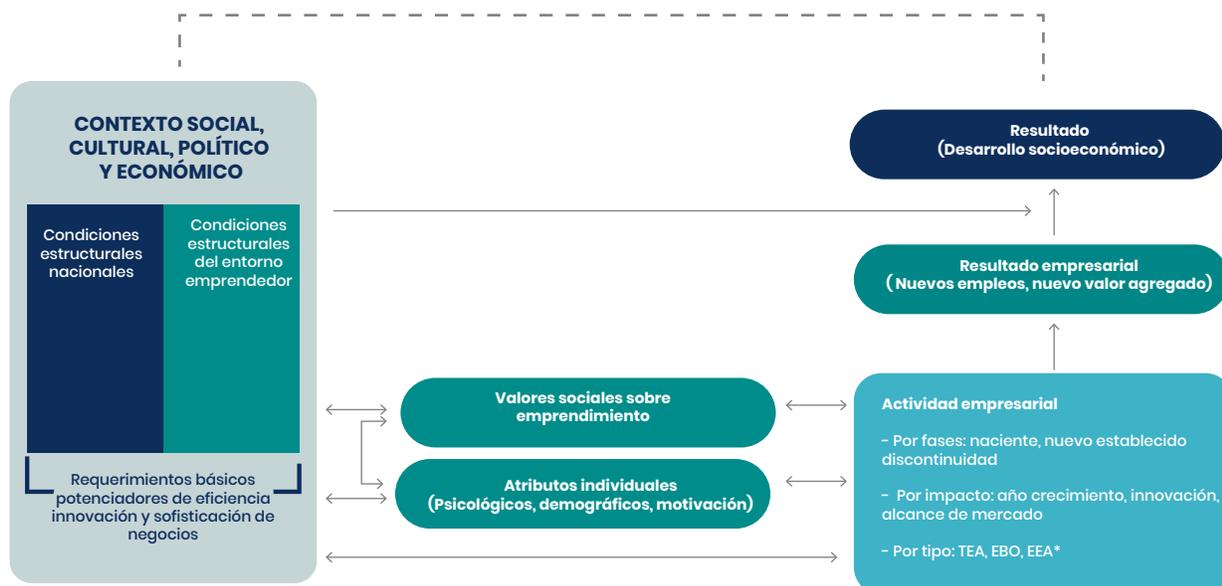
Entonces, los

3

factores que interactúan entre sí y describen la actividad empresarial son:

- Los valores sociales hacia la creación de empresa 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.
- Los contextos social, cultural, político y económico que están compuestos por las condiciones del país y las condiciones particulares para la actividad empresarial. Las primeras definen las variables que afectan a la economía de un país como lo son sus instituciones, gobierno, políticas, grado de competencia y apertura de mercados, niveles de tecnificación, mercado laboral, etc.; y las segundas hacen referencia a las condiciones y características específicas de una economía o una región que afectan al desarrollo empresarial. Por ejemplo, el acceso a crédito, los incentivos para empresarios, entre otros.

Figura 1. Modelo conceptual GEM



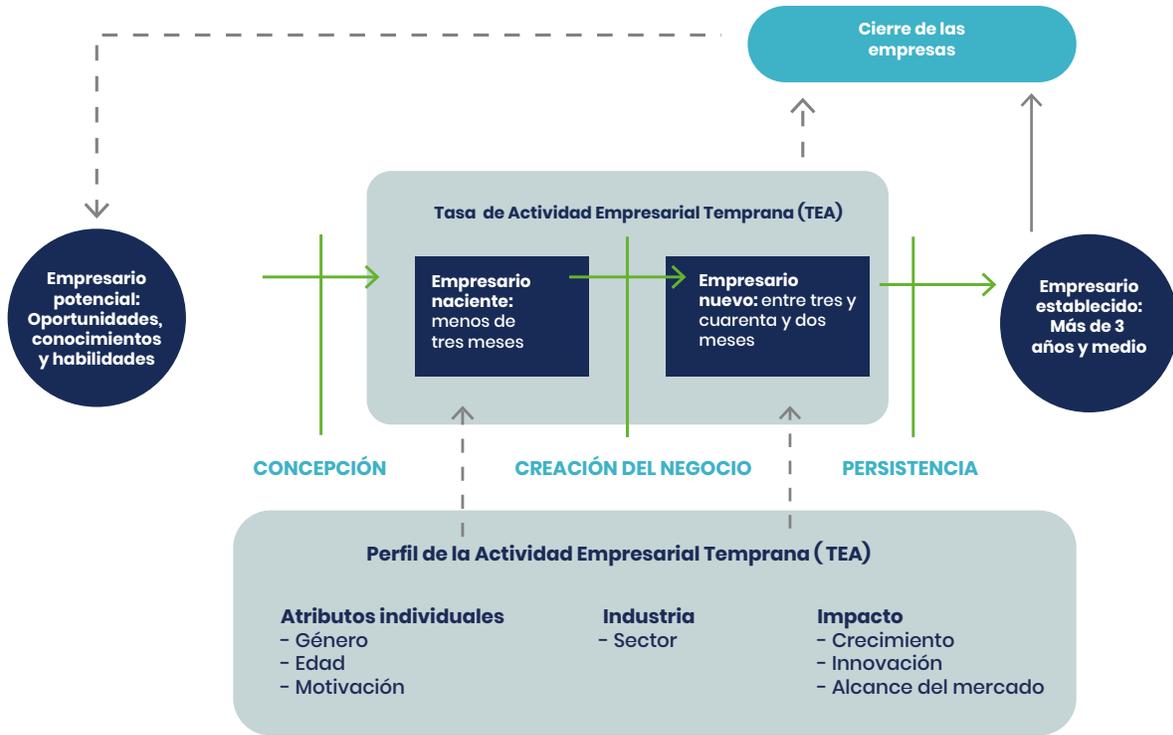
Fuente: GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal". London: GEM.

Este modelo conceptual GEM cubre todo tipo de iniciativa empresarial sin exclusión alguna, por ello, considera todos los tamaños, formas jurídicas, sectores económicos, niveles tecnológicos, objetivos de lucro, orientaciones de mercado, 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 al proceso empresarial.

La Figura 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.

*TEA: Tasa de Actividad Empresarial Temprana
 EBO: Empresarios Establecidos
 EEA: Actividad Empresarial del Empleado

Figura 2. Indicadores clave y fases del proceso empresarial



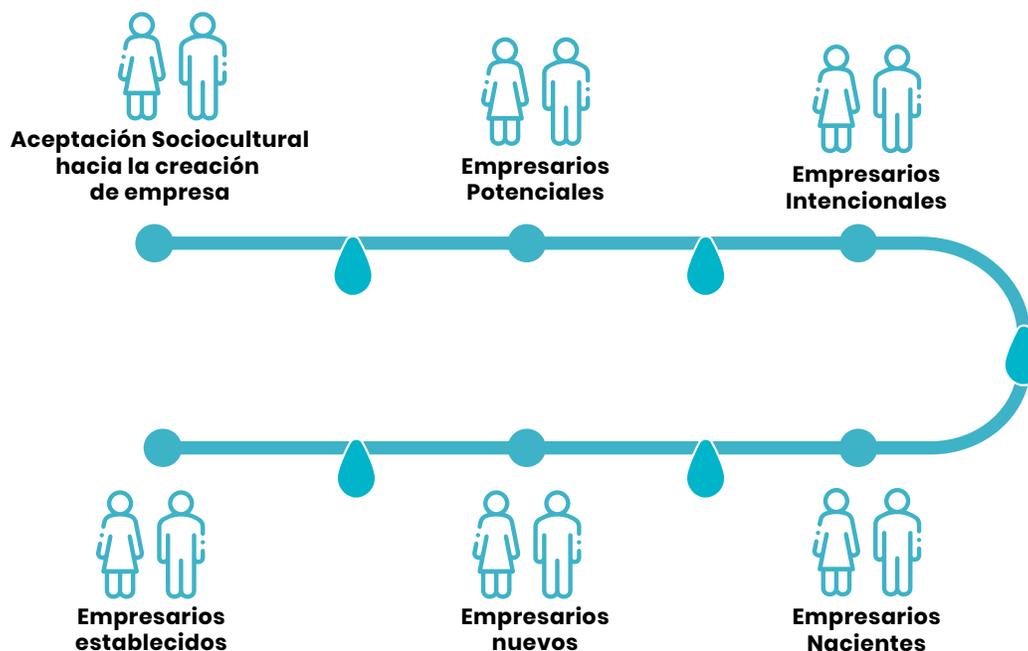
Fuente: GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal". London: GEM.

La TEA (Tasa de Actividad Empresarial Temprana) es el indicador más importante para el análisis de los resultados GEM, es calculada a partir de la sumatoria de las propensiones de los adultos hacia la creación de empresa (tanto empresarios nacientes como empresarios nuevos). También se incluyen otros indicadores como el porcentaje de adultos que están al frente de empresas establecidas (empresarios establecidos), el nivel de aceptación sociocultural de la carrera empresarial, el empresario potencial, el empresario intencional y las tasas de salidas empresariales.

Los perfiles de los empresarios en todas las etapas pueden ser analizados desde diversos atributos personales (género, motivación, nivel educativo, nivel de ingresos, edad). Las empresas se caracterizan desde el sector económico y desde los impactos (innovación, tecnologías, orientación internacional, generación de empleo).

Para facilitar el análisis integral del proceso empresarial y teniendo en cuenta el modelo conceptual GEM, Varela y otros (2012) configuraron el concepto de "Tubería Empresarial", que permite analizar la participación de adultos en cada una de las etapas de la tubería e identificar las "fugas" que se dan a lo largo de la misma, para poder identificar los campos donde se deben implementar políticas y programas para fortalecer el ecosistema y reducir las "fugas" que sean posibles. Las seis etapas propuestas son: Aceptación sociocultural hacia la creación de empresa, Empresario Potencial, Empresario Intencional, Empresario Naciente, Empresario Nuevo, Empresario Establecido (Figura 3).

Figura 3. Tubería Empresarial



Fuente: Varela, R. & Soler, J. (2012)

A continuación, se describe cada una de las seis etapas:

Etapa 1.

Aceptación sociocultural hacia la Creación de Empresas

Mide el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que afirma, que el crear una empresa es una elección deseable de carrera profesional, y/o que los empresarios exitosos gozan de un alto nivel de estatus y respeto, y/o que los medios de comunicación difunden a menudo noticias sobre nuevos empresarios exitosos.

Etapa 2.

Empresarios potenciales

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

Etapa 3.

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.

Etapa 4.

Empresarios Nacientes

Mide el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha desarrollado 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), por menos de 3 meses, a empleados y/o a propietarios.

Etapa 5.

Empresarios Nuevos

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

Etapa 6.

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 sobrevivido por más de 42 meses (3,5 años) pagando salarios o cualquier otro tipo de remuneración a empleados y/o propietarios.

METODOLOGÍA

GEM aplica dos instrumentos de medición (encuestas) que han sido validados y desarrollados en el mundo con aportes de todos los equipos de investigación participantes. Estos instrumentos han sido estandarizados para comparar los resultados entre todos los países: encuesta a expertos nacionales (NES) y encuesta a la población adulta (APS).

Encuesta a expertos nacionales (NES)

La NES consiste en la realización de 36 encuestas, por parte de los miembros del equipo nacional, a expertos nacionales en los asuntos propios de la actividad emprendedora, pues ellos pueden evaluar con suficiente experticia diversas dimensiones del ecosistema emprendedor (en adelante, CEE): normas sociales y culturales; financiamiento, políticas y programas gubernamentales; infraestructura física; infraestructura comercial y de servicio a empresas; educación y formación; transferencia de I&D y apertura del mercado interno.

Los expertos participantes representan a los sectores de: emprendedores, gremios, académicos, gobierno, formuladores de políticas públicas y líderes de organizaciones de apoyo para la creación de nuevas empresas. La muestra es cualitativa por conveniencia, es decir, no probabilística.

Las CEE corresponden a variables latentes o dimensiones que se calculan con base en el análisis factorial y la técnica de análisis de componentes principales. Una variable latente es aquella que se calcula a partir de varias variables observables, es decir, la variable latente no se puede medir directamente. Cada concepto latente, dimensión o condición estructural del entorno se compone por una serie de ítems, enunciados o afirmaciones que están correlacionados entre sí.

Para el 2022 en Colombia el trabajo de campo se desarrolló entre mayo y junio, de manera virtual, participaron diez mujeres (27,8%) y 26 hombres (72,2%). Según las edades, siete personas estaban entre 24 y 34 años (19,5%), 16 personas tenían entre 35 y 44 años (44,5%), diez eran del grupo etario entre 45 y 54 años (27,9%) y tres correspondían al grupo entre 55 y 64 años (8,4%). Según los años de experiencia, el 54,4% de los expertos manifestó tener menos de diez años de experiencia, el 37,3% entre 10 y 20 años de experiencia y el 8,6% más de 20 años de experiencia.

Las CEE representan conceptos latentes o dimensiones que se calculan con base en el análisis factorial y la técnica de análisis de componentes principales. Cada concepto latente, dimensión o condición estructural del entorno se compone por una serie de ítems, enunciados o afirmaciones que están correlacionados entre sí. Por ejemplo, para medir la variable latente o CEE de Normas Sociales y Culturales, los expertos nacionales evalúan, de manera subjetiva, cada condición a través de una prueba que contiene ítems correspondientes a cada concepto latente, que deben ser evaluados en una escala que va de uno a diez, siendo uno completamente falso y diez completamente cierto.

Los datos que se utilizan para desarrollar este proceso son las respuestas de todos los expertos en todos los países participantes en GEM. En algunas condiciones del entorno como: apoyo financiero, políticas gubernamentales, Educación empresarial y dinámica del mercado interno, ocurre que, internamente, hay ítems que no se correlacionan entre sí, por lo cual es necesario hacer una separación de ellos. Por ejemplo: la Educación empresarial debe separarse entre educación escolar y educación profesional.

Encuesta a la población adulta (APS)

La APS mide las motivaciones, percepciones, actitudes y actividad empresarial de la población. Diversos bloques de preguntas que permiten identificar:

- Percepciones culturales hacia el emprendimiento.
- Intención y niveles de actividad emprendedora.
- Características de los empresarios (edad, nivel educativo, grupo etario, estrato, motivación, ingresos, etnia, entre otros).
- Características de los emprendimientos (tecnologías, novedad de producto y proceso, internacionalización, generación de empleo actual y futura, entre otras).

Esta encuesta se aplica a una muestra representativa de la población adulta de cada país, entre 18 a 64 años. El proceso en Colombia es realizado por una empresa especializada en este tipo de investigaciones, cuya propuesta es aprobada por el grupo técnico de la Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

El tamaño mínimo de la muestra en cada país es de 2000 personas, pero en el 2022, en Colombia se aplicaron 2087 encuestas. El tipo de muestreo es aleatorio estratificado por género, rangos de edad y zona (urbana/rural). El supuesto estadístico básico de una muestra aleatoria es que cada encuestado potencial tiene las mismas posibilidades de ser incluido en la muestra. Los resultados se pueden generalizar o extrapolar a la población colombiana, es decir, no a regiones. Para ello, debería hacerse un sobremuestreo en determinada región.

El universo muestral estuvo constituido por hombres y mujeres entre los 18 y los 64 años, pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos de las cinco ciudades principales (Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla), de otras nueve ciudades capitales de departamento y de 23 cabeceras municipales de Colombia, para cubrir sectores urbanos y rurales, regiones del país, estratos socioeconómicos y grupos demográficos por edades y por género. La investigación de campo en Colombia fue desarrollada por INFO Investigaciones.

Se aplicaron encuestas telefónicas en las principales ciudades del país y encuestas cara a cara en municipios con población inferior a diez mil habitantes. Dado que en la zona urbana la cobertura de la telefonía móvil es del 96,0% y la telefonía fija es del 12,0%, y que en la zona rural no hay listados confiables de números telefónicos, el marco muestral (o fuentes/documentos donde se encuentra el universo muestral o las posibles unidades muestrales o encuestados potenciales) estuvo compuesto por:

- ① Listado de líneas telefónicas fijas que se han actualizado constantemente por INFO Investigaciones.
- ① Listado de teléfonos móviles de una base de datos nacional creada por INFO Investigaciones.
- ① Listas del DANE de barrios de zonas rurales.

En cada estrato se seleccionó aleatoriamente el hogar que sería encuestado y se definió a la persona para encuestar telefónicamente, obedeciendo al método 'próximo cumpleaños' en donde se pregunta a la persona que contesta el teléfono: entre las personas que viven en su hogar de las edades entre 18 y 64 años ¿Quién está más cerca de su cumpleaños?

La recolección de los datos se hizo a través de tabletas y el programa "ODK Collete" en donde se agregó la encuesta. El trabajo de campo se desarrolló entre junio y julio del 2022.

Finalmente, participaron 986 hombres (47,2%) y 1.101 mujeres (52,8%). Según las edades, 369 personas tenían entre 18 y 24 años (17,7%), 551 personas estaban entre 25 y 34 años (26,4%), 465 personas tenían entre 35 y 44 años (22,3%), 375 personas dijeron tener entre 45 y 54 años (18%) y 327 personas tenían entre 55 y 64 años (15,7%).

Capítulo 2

CONDICIONES ESTRUCTURALES DEL ENTORNO (CEE) PARA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA

CEE1: Financiación

CEE2: Políticas gubernamentales

CEE3: Programas gubernamentales

CEE4: Educación empresarial

CEE5: Transferencia, investigación y desarrollo

CEE6: Infraestructura comercial y profesional

CEE7: Mercado interno

CEE8: Infraestructura física

CEE9: Normas sociales y culturales

Índice nacional sobre el contexto empresarial (NECI)

2

CONDICIONES ESTRUCTURALES DEL ENTORNO (CEE) PARA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA

En el marco conceptual sobre las condiciones estructurales del entorno el estudio GEM reconoce nueve condiciones de contexto que determinan la actividad empresarial de un país. La evaluación de estas condiciones es captada a través de la Encuesta Nacional de Expertos (NES, por sus siglas en inglés). En este capítulo se da a conocer el análisis de cada uno de estos componentes que son indispensables para entender el proceso de creación de nuevas empresas y para potenciar la dinámica empresarial en cada país.

La NES que desarrolla el equipo GEM Colombia incluye un muestreo por conveniencia a 36 expertos de manera virtual sincrónica y asincrónica. La metodología de la encuesta NES requiere de al menos cuatro expertos claves en cada una de las nueve condiciones.

Los expertos encuestados son inversionistas, banqueros, políticos, congresistas, consultores, emprendedores, líderes de cámaras de comercio, parques tecnológicos, universidades, aceleradoras e incubadoras, educadores, investigadores y demás personas relacionadas con servicios de apoyo a los emprendedores.

Las Condiciones estructurales del entorno (CEE), según el modelo GEM, se detallan a continuación. Algunas de ellas se desagregan en dos subcondiciones, como son los casos del apoyo financiero, las políticas gubernamentales, la Educación empresarial y la dinámica del mercado interno.

CEE1: Financiación.

CEE1A: Existencia de fuentes de financiación.

CEE1B: Facilidad de acceso a las fuentes de financiación.

CEE2: Políticas gubernamentales.

CEE2A: Prioridad de las políticas públicas.

CEE2B: Impuestos, tasas y burocracia.

CEE3: Programas gubernamentales.

CEE4: Educación empresarial.

CEE4A: Educación escolar.

CEE4B: Educación universitaria.

CEE5: Transferencia de investigación y desarrollo.

CEE6: Infraestructura comercial y profesional.

CEE7: Dinámica del mercado interno.

CEE7A: Mercado interno.

CEE7B: Barreras de entrada al mercado interno.

CEE8: Acceso a la infraestructura física y de servicios.

CEE9: Normas sociales y culturales.

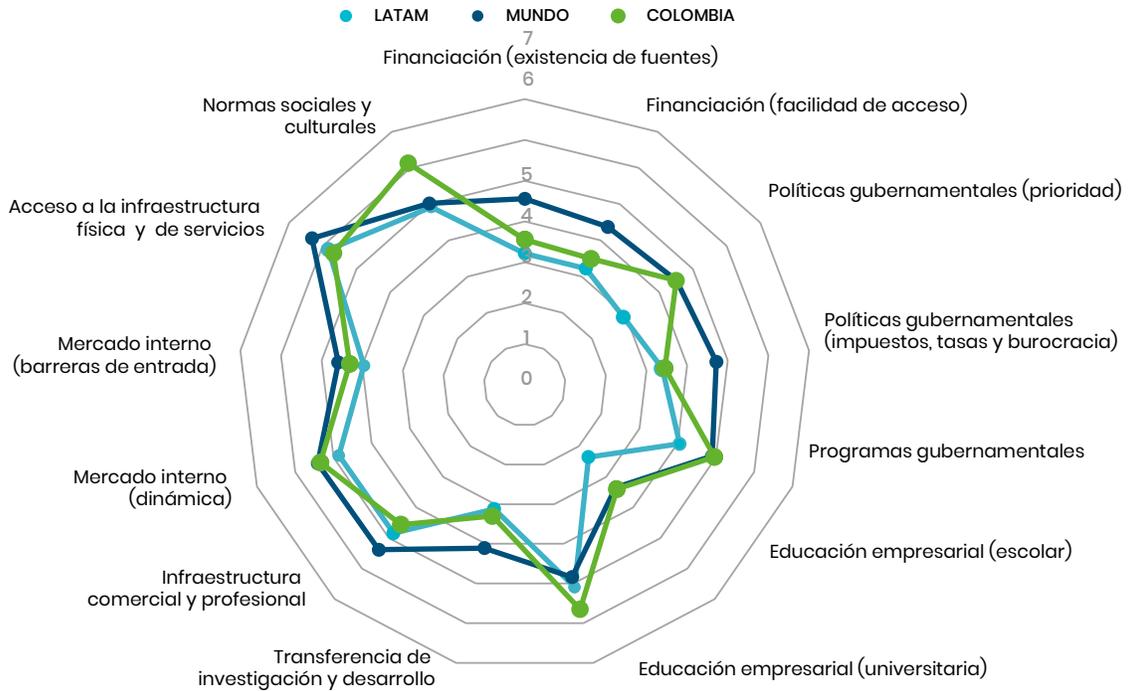


Las CEE se muestran con un puntaje de cero a diez. Cada CEE representa un concepto latente o dimensión que se calcula con los puntajes que cada experto asigna a una serie de enunciados que lo conforman. Cada enunciado es calificado también en escala de cero a diez, donde cero es “completamente falso” y diez es “completamente cierto”.

El procesamiento interno para generar el puntaje se hace a través de la técnica de Análisis de Componentes Principales en el software estadístico SPSS.

En la Gráfica 1, se muestra un resumen del estado actual de las Condiciones estructurales del entorno (CEE) para la actividad empresarial en Colombia comparado con los países que participan del GEM mundial y los que intervienen de Latinoamérica.

Gráfica 1. Estado actual de las CEE en Colombia (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

En 2022, según la valoración de los expertos, se destacan cinco CEE en Colombia que favorecen a la actividad empresarial, donde las dos primeras sobresalen respecto al resto del mundo: (1) las normas sociales y culturales, 2) la Educación empresarial (universitaria), 3) los programas gubernamentales, 4) el mercado interno (dinámica), y 5) las políticas gubernamentales (prioridad). En contraste, las cinco principales brechas del CEE en Colombia son: (1) la transferencia de investigación y desarrollo (2) la Educación empresarial en (escolar), y (3) las políticas gubernamentales (impuestos, tasas y burocracia), 4) la facilidad de acceso a financiación y 5) la existencia de fuentes de financiación

El puntaje obtenido por la condición de “normas sociales y culturales” en promedio es mayor en Colombia que en otros países de Latinoamérica y el mundo. Según los expertos, en ese sentido esta es una condición que impulsa la actividad empresarial en Colombia, así como las capacidades individuales. Por otro lado, en Colombia la condición de las políticas gubernamentales (prioridad), los programas gubernamentales, la Educación empresarial (escolar) y la dinámica del mercado interno presentan puntajes similares al promedio de países en el mundo. Esta situación evidencia la importancia de seguir trabajando en los diferentes frentes y seguir midiendo el desarrollo del ecosistema empresarial de los países, que marquen las pautas de aquellos que impulsan el ecosistema empresarial del país.

A continuación, se muestra el movimiento histórico de los puntajes para cada CEE en una escala de cero a diez en los últimos cuatro años. Además, se publican los puntajes desagregados por enunciado de cada CEE para el 2022.

CEE1: Financiación

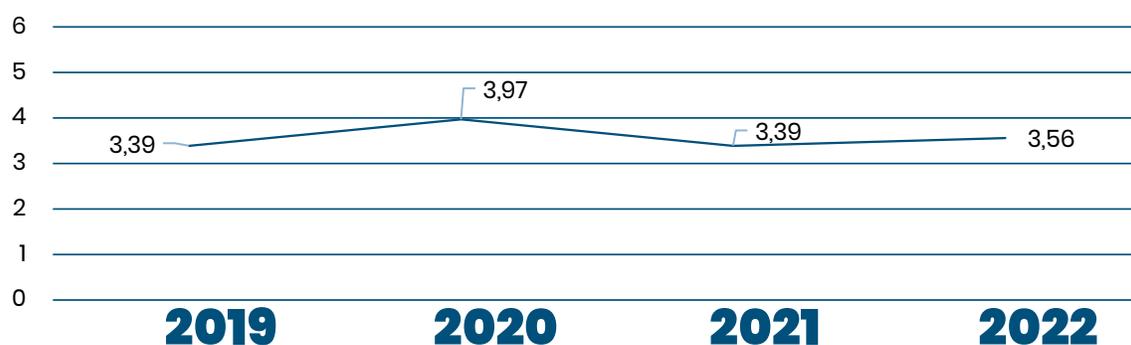
La primera CEE es la financiación y es valorada desde dos enfoques: la existencia de fuentes de financiación y desde la facilidad para acceder a dichas fuentes. Para el primer enfoque se indaga a los expertos la existencia de fuentes de financiación para empresas nuevas y en crecimiento, tales como capital propio, entidades financieras privadas, subsidios públicos (convocatorias o concursos), inversión informal (familiares, amigos y colegas distintos de los fundadores de los negocios), ángeles inversionistas (personas que proporcionan capital a cambio de deuda convertible o acciones de propiedad), capital de riesgo (fondos de inversión agrupados de capital privado), Oferta Pública Inicial (venta al público de las acciones en bolsa), *crowdfunding* (microfinanciación colectiva de un gran número de personas que contribuyen con una cantidad relativamente pequeña, normalmente a través de Internet).

Durante los últimos años los expertos sugieren que no existen suficientes fuentes de financiación para los emprendedores colombianos. Como se puede observar en la Gráfica 2, no se ven cambios importantes en los puntajes obtenidos en los últimos cuatro años, solo se muestra un pico en 2020, que en parte ha estado relacionado con los apoyos gubernamentales que se generaron durante la pandemia.



Durante los últimos años los expertos sugieren que no existen suficientes fuentes de financiación para los emprendedores colombianos.

Gráfica 2. Puntuación para el financiamiento (existencia de fuentes) en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

A continuación, en la Tabla No. 1 están los puntajes para cada enunciado valorado por los expertos en el 2022. Cada enunciado está relacionado con una fuente de financiación concreta:

Tabla 1. Puntuación desagregada para el financiamiento (existencia de fuentes) en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Capital propio	2,75	2,01	3
Entidades financieras privadas	3,64	2,31	3
Subsidios públicos	3,53	2,37	3
Inversión informal	4,78	2,74	5
Ángeles inversionistas	3,67	2,19	3
Capital de riesgo	3,69	2,15	4
Oferta pública inicial	3,09	2,20	3
Crowdfunding (microfinanciación colectiva)	3,61	1,98	3

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Según el GEM y otros estudios sobre emprendimiento en el mundo, las fuentes de financiación más utilizadas para la creación de empresa son: capital propio o ahorros, crédito bancario y préstamo proveniente de inversionistas informales (familiares y amigos).

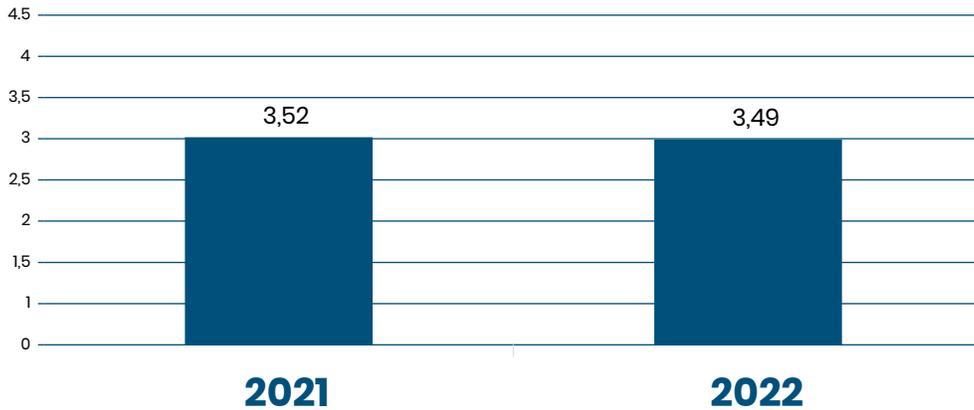
De hecho, dos de esas fuentes principales se llevan la mejor y la peor valoración según los expertos participantes en el 2022: inversión informal y capital propio. Según el promedio y la mediana, la segunda fuente mejor valorada es capital de riesgo.

Un hecho interesante es que el “*crowdfunding*” (microfinanciación colectiva) sigue creciendo en popularidad y puede deberse al Decreto 1357 del 31 de julio de 2018, que reglamenta el “*crowdfunding*” en Colombia como una actividad de financiación colaborativa. En la misma línea, en Colombia se encuentran plataformas de “*crowdfunding*” tales como: A2scenso, Agrapp, Help, VAKI, entre otras.

Para el segundo enfoque se indaga sobre la facilidad para el acceso a fuentes de financiación por parte de las empresas nuevas y en crecimiento (Gráfica 3). Los expertos valoran en esta categoría la facilidad para: obtener financiamiento de deuda (préstamos bancarios y similares), contratar servicios de apoyo financiero a un costo razonable, obtener suficiente capital inicial para cubrir los gastos iniciales y de puesta en marcha (fase preoperativa), atraer inversionistas o fondos de inversión para hacer crecer nuevos negocios una vez completada la fase de puesta en marcha.

Anteriormente los expertos nacionales en GEM solo valoraban la existencia de diversas fuentes de financiación. Sin embargo, a partir del 2021, se incluyó esta nueva dimensión. Los resultados para el 2022 no revelan mejoras, es decir, la percepción de los expertos respecto al financiamiento (tanto en existencia de fuentes como en facilidad de acceso) no mejora.

Gráfica 3. Puntuación para el financiamiento (facilidad de acceso) en Colombia (2021 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Según la Tabla 2, los expertos consideran que no es fácil para las empresas nuevas y en crecimiento acceder a financiación temprana para solventar los gastos iniciales (preoperativos). Tampoco se evidencia optimismo en cuanto a la facilidad para acceder a inversionistas o créditos en instituciones bancarias.

Tabla 2. Puntuación desagregada para el financiamiento (facilidad de acceso) en Colombia 2022

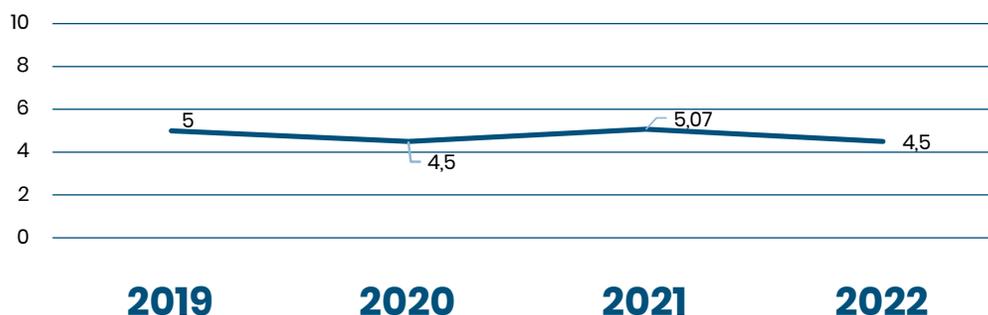
	Promedio	Desviación	Mediana
Obtener financiamiento de deuda	3,47	2,83	3
Costo razonable de servicios de apoyo financiero	3,56	2,29	3
Obtener capital para los gastos preoperativos	2,97	1,95	3
Atraer inversionistas o fondos de inversión	3,97	1,98	3

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE2: Políticas gubernamentales

La segunda CEE está relacionada con las políticas gubernamentales y es valorada desde dos enfoques: la prioridad de las políticas hacia el emprendimiento y las políticas respecto a impuestos, tasas y burocracia. Para el primer enfoque se indaga a los expertos si las políticas favorecen claramente a las empresas nuevas y en crecimiento (licitaciones, legislación, regulaciones, licencias e impuestos); además, si el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno nacional y de las administraciones departamentales. En los últimos años se observa una puntuación variable cercana a cinco sobre diez puntos (Gráfica 4).

Gráfica 4. Puntuación para las políticas gubernamentales (prioridad) en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Según la Tabla 3, los expertos consideran que el emprendimiento es más prioritario para el gobierno nacional que para los gobiernos locales. Sin embargo, a nivel general afirman que el emprendimiento no se ve muy favorecido por las políticas gubernamentales.

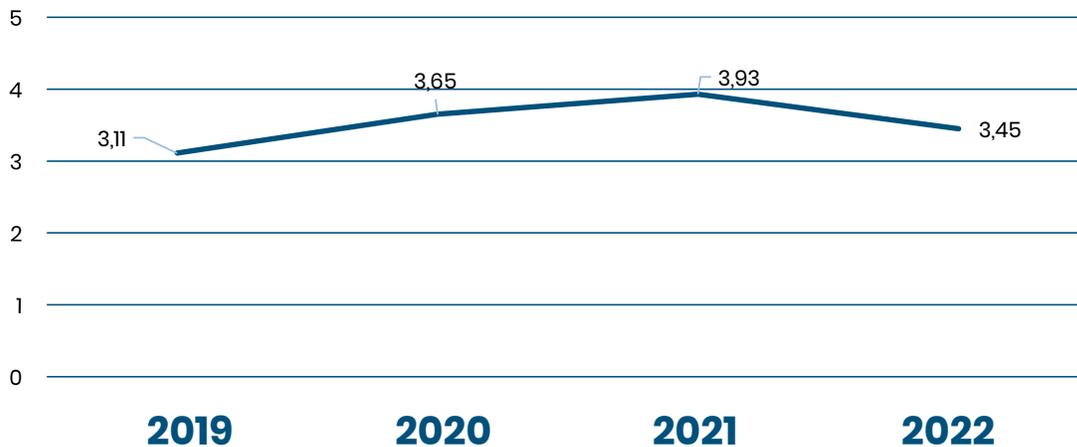
Tabla 3. Puntuación desagregada para políticas gubernamentales (prioridad) en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Favorecimiento de las políticas del gobierno	3,72	2,36	4
Prioridad de la política del gobierno nacional	5,06	2,64	4,5
Prioridad de la política del gobierno departamental	4,69	2,59	4

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Para el segundo enfoque se indaga en los expertos si los empresarios pueden registrar nuevas empresas a un costo razonable y hacer todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana. Además, si los impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de las empresas en general. También, si los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales son aplicados de una manera coherente y si llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representan una especial dificultad.

Gráfica 5. Puntuación para las políticas gubernamentales (impuestos, tasas y burocracia) en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Tabla 4. Puntuación desagregada para las políticas gubernamentales (impuestos, tasas y burocracia) en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Costo razonable de registro	5,72	2,85	5,5
Agilidad (tiempo) para la obtención de licencias y permisos	3,61	2,92	4
Impuestos y tasas no constituyen una barrera para emprender	2,19	2,33	1
Impuestos y otras regulaciones predecibles y coherentes	3	2,38	2
Trámites burocráticos no constituyen una especial dificultad	3,14	2,43	3

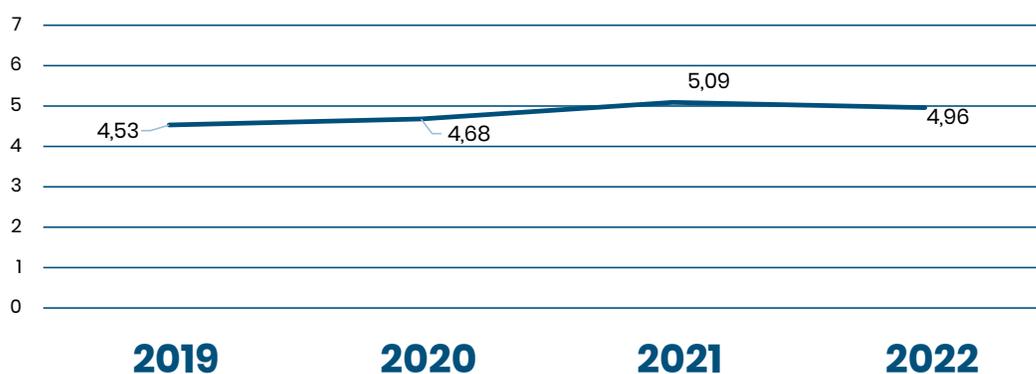
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE3: Programas gubernamentales

La tercera CEE está relacionada con los programas gubernamentales. Aquí se indaga en los expertos si consideran que, en Colombia, las empresas nuevas y en crecimientos pueden obtener: información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales contactándose con un solo organismo público (ventanilla única); encontrar ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, y hallar programas que se ajusten a sus necesidades concretas.

Además, se les pregunta si consideran que existen suficientes parques científicos e incubadoras que brinden un apoyo eficaz a las empresas nuevas y en crecimiento, y también programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas. Finalmente, se indaga si los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces. A diferencia de las políticas gubernamentales, los programas gubernamentales tienen un mejor desempeño, e incluso, evidencian una evolución en los últimos años (Gráfica 6).

Gráfica 6. Puntuación para los programas gubernamentales en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Tabla 5. Puntuación desagregada para los programas gubernamentales en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Ventanilla única	3,58	2,73	3
Existencia y acompañamiento de parques científicos	4,08	2,08	3
Existencia y acompañamiento de incubadoras	5,56	2,31	5
Suficientes programas de apoyo	5,64	2,58	5
Profesionales competentes y eficaces	5,53	2,35	5
Programas ajustados a las necesidades	5,31	2,49	5
Programas efectivos	4,89	2,33	5

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE4: Educación empresarial

La cuarta CEE está relacionada con la Educación empresarial y es valorada desde dos enfoques: nivel escolar (primaria y secundaria) y nivel universitario (terciario). Respecto al primer nivel se les indaga a los expertos si consideran que la enseñanza primaria y secundaria estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal; aporta conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado; y dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.

Gráfica 7. Puntuación para la educación empresarial (educación básica y media) en Colombia (2019 - 2022)

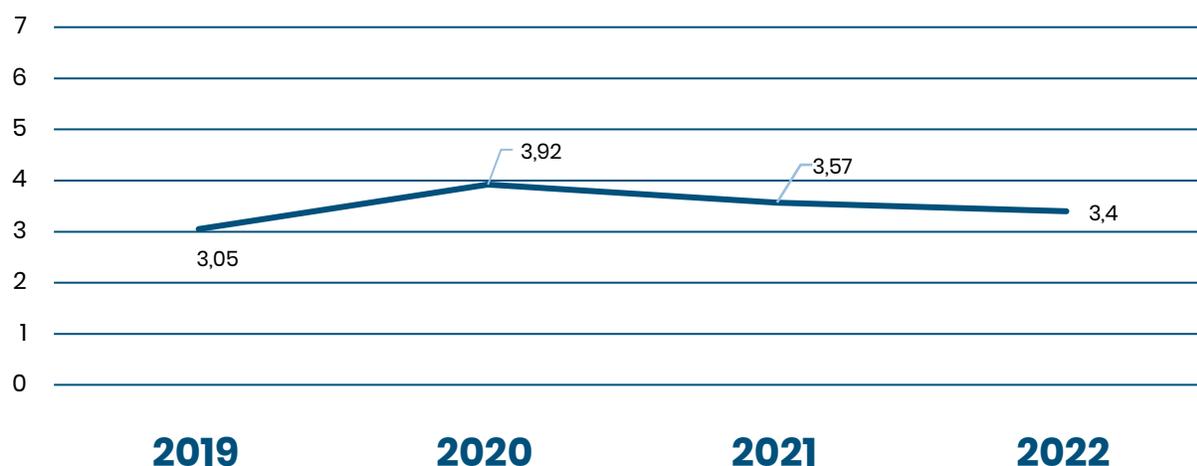


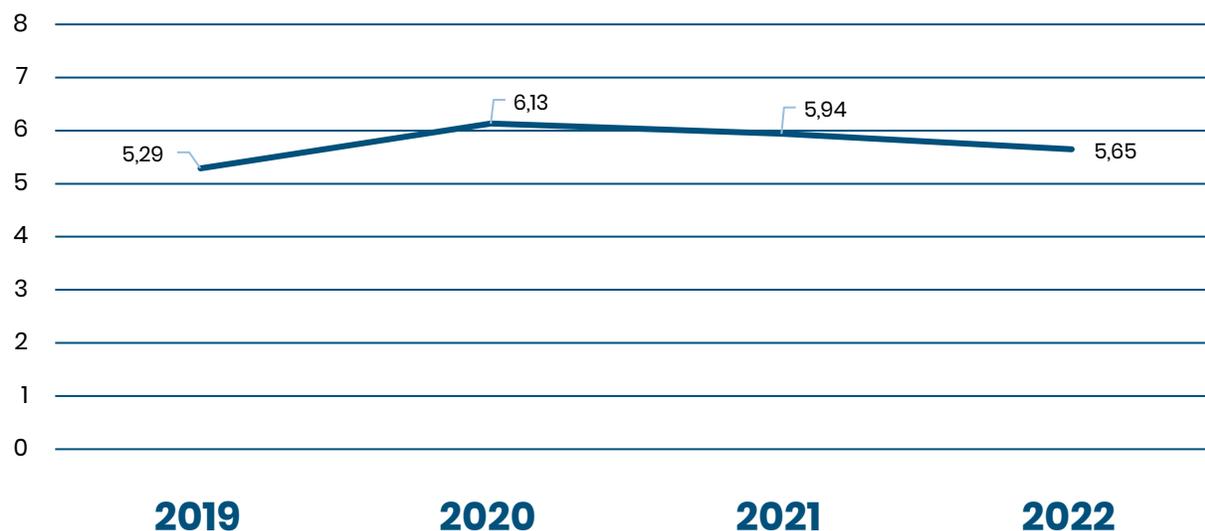
Tabla 6. Puntuación desagregada para la educación empresarial (educación básica y media) en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
La creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal	3,94	2,23	4
Principios de una economía de mercado	3,19	2,16	3
Espíritu empresarial y creación de empresas	3,08	2,31	3

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Sobre el grado universitario se les pregunta a los expertos si consideran que las universidades brindan la preparación adecuada para iniciar y desarrollar nuevas empresas, y que también ofrecen educación práctica y de calidad en escuelas de negocios y administración para iniciar y hacer crecer un nuevo negocio y además proporcionan una preparación adecuada en emprendimiento a través de los sistemas de educación vocacional, profesional y continuada.

Gráfica 8. Puntuación para la educación empresarial (educación superior) en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Tabla 7. Puntuación desagregada para la educación empresarial (educación superior) en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Preparación adecuada para iniciar y desarrollar nuevas empresas.	5,72	2,11	6
Calidad de la educación práctica en escuelas de negocios y administración que proporciona una preparación adecuada para iniciar y hacer crecer un nuevo negocio.	6,06	1,84	6
Los sistemas de educación vocacional, profesional y continuada brindan una preparación adecuada para iniciar y hacer crecer nuevas empresas.	5,14	2,22	5

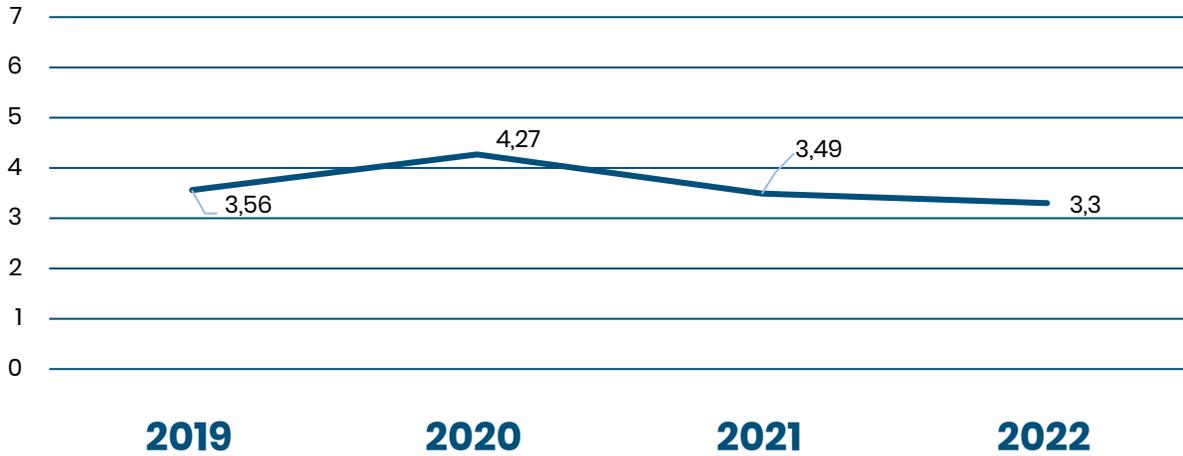
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE5: Transferencia de investigación y desarrollo

La quinta CEE está relacionada con la transferencia de conocimiento (investigación y desarrollo o I&D). Para valorarla los expertos opinan respecto a los siguientes planteamientos:

- Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.
- Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas.
- Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.
- Los subsidios y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuados.
- Los centros y/o gestores de investigación científica y tecnológica apoyan eficientemente la creación de empresas de base tecnológica que sean competitivas globalmente en al menos un área o campo concreto.
- Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.

Gráfica 9. Puntuación para la transferencia de investigación y desarrollo en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Tabla 8. Puntuación desagregada para la transferencia de investigación y desarrollo en Colombia 2022

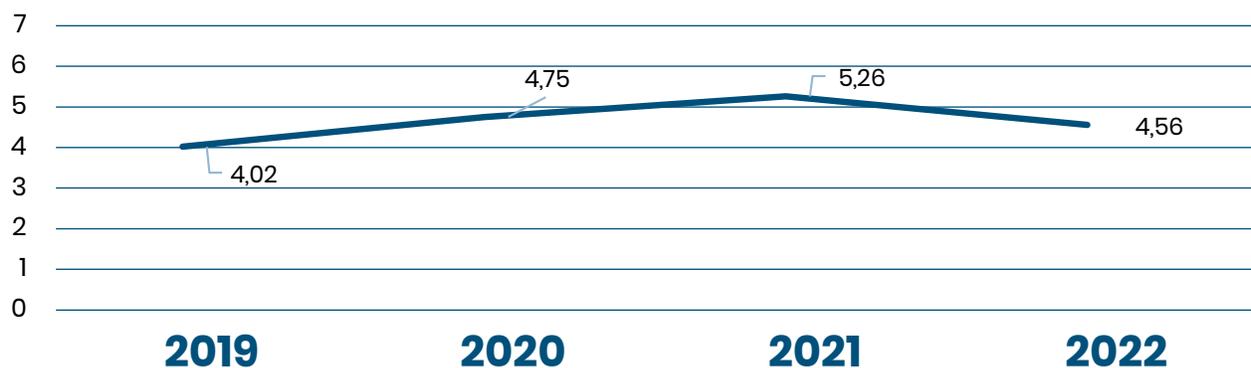
	Promedio	Desviación	Mediana
Transferencia eficiente a empresas.	4,14	1,53	4
Igualdad del acceso de empresas nuevas y establecidas.	3,64	1,84	3
Posibilidad de costear las últimas tecnologías.	2,17	1,90	2
Los subsidios gubernamentales son suficientes y adecuados.	2,94	1,97	3
Apoyo de los centros de investigación y tecnología.	3,78	1,53	3
Apoyo a científicos empresarios.	3,14	1,88	3

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE6: Infraestructura comercial y profesional

La sexta CEE está relacionada con la infraestructura comercial y profesional en donde los expertos valoran si las empresas nuevas y en crecimiento tienen: acceso a suficientes proveedores, consultores y subcontratistas; capacidad para asumir el costo de subcontratistas, proveedores y consultores; fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas; fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal; fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales, transacciones de divisas, cartas de crédito y similares) y capacidad para acceder a servicios de informática en la nube a precios asequibles.

Gráfica 10. Puntuación para la infraestructura comercial y profesional en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Tabla 9. Puntuación desagregada para la infraestructura comercial y profesional en Colombia 2022

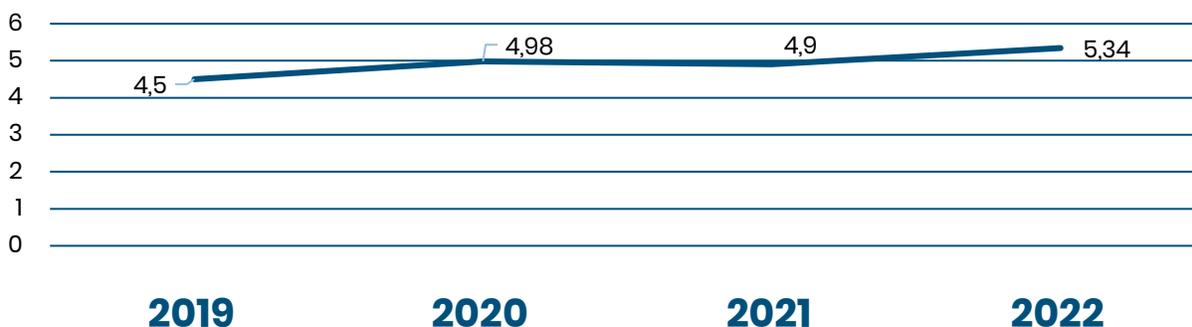
	Promedio	Desviación	Mediana
Existencia de proveedores y consultores subcontratistas.	5,94	1,85	6
Capacidad de asumir el costo de proveedores y consultores.	2,86	2,06	3
Acceso fácil a buenos proveedores y consultores.	4,19	2,32	4
Fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	4,69	2,38	5
Fácil acceso a buenos servicios bancarios.	4,17	2,7	4
Servicios de informática en la nube a precios asequibles.	5,53	2,3	5,5

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE7: Mercado Interno

La séptima CEE está relacionada con la dinámica del mercado interno y es valorada desde dos enfoques. El primero es la dinámica que se mide con los siguientes dos enunciados: “los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro” y “los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro”. Los expertos consideran que la dinámica del mercado interno ha mejorado levemente en los últimos años (Gráfica 11).

Gráfica 11. Puntuación para el mercado interno (dinámica) en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

De hecho, consideran que los mercados de bienes y servicios para personas y empresas presentan una dinámica moderada y que es medianamente fácil para los emprendimientos entrar en nuevos mercados (Tabla 10).

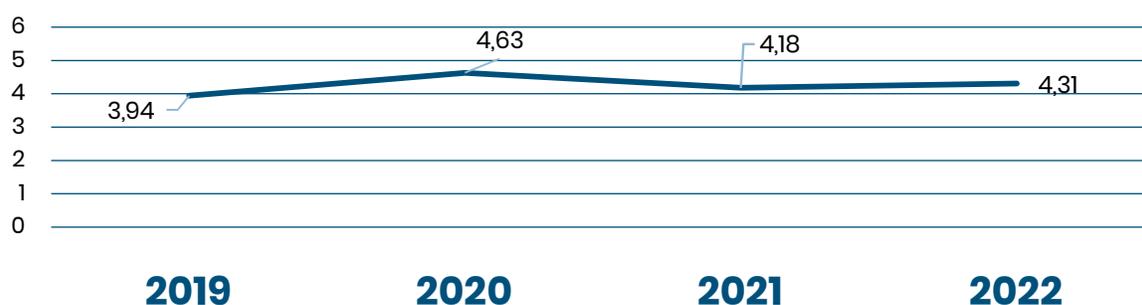
Tabla 10. Puntuación desagregada para el mercado interno (dinámica) en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Los mercados de consumo cambian drásticamente cada año.	5,4	2,14	5
Los mercados para empresas cambian drásticamente cada año.	5,29	2,13	5

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

El segundo enfoque está relacionado con la normativa (cargas y regulación) que fomenta o restringe la entrada al mercado interno. Aquí se indaga a los expertos si consideran que las empresas nuevas y en crecimiento pueden: entrar fácilmente en nuevos mercados; asumir los costos de entrada al mercado; entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas; y, además, si consideran que la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir en Colombia. Según la Gráfica 12, los expertos consideran que existen muchas barreras de entrada al mercado interno por parte de las empresas nuevas y en crecimiento en Colombia.

Gráfica 12. Puntuación para el mercado interno (barreras de entrada) en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

De acuerdo con la Tabla 11 y según los expertos, aunque parece que la legislación antimonopolio es efectiva y que la entrada a nuevos mercados es posible, los costos hacen difícil la labor para las empresas nuevas y en crecimiento en Colombia.

Tabla 11. Puntuación desagregada para el mercado interno (barreras de entrada) en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Fácil entrada a nuevos mercados.	4,03	2,11	4
Asumir los costos de entrada al mercado.	3,81	2,08	3
Entrar a nuevos mercados sin ser bloqueadas.	4,56	2,37	4,5
La legislación antimonopolio se hace cumplir.	4,77	2,44	5

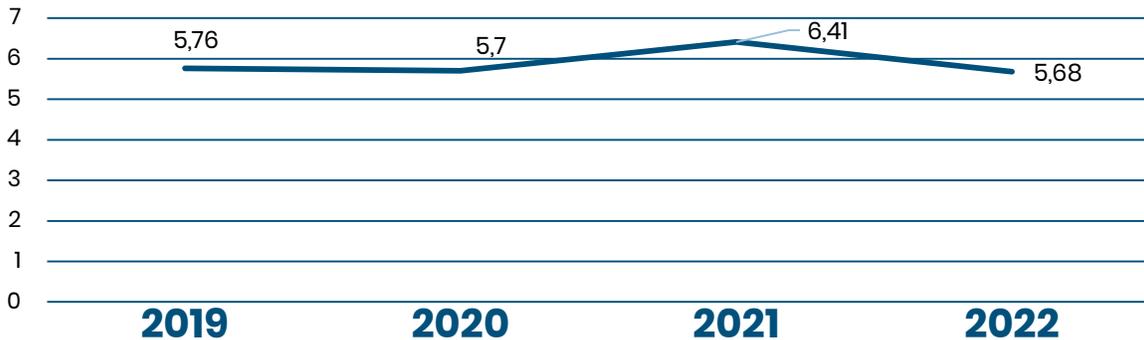
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE8: Infraestructura física

La octava CEE está relacionada con la infraestructura física y en ella se indaga a los expertos si consideran que: la infraestructura física del país (carreteras, telecomunicaciones) proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento; no es excesivamente costoso para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet); una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet); las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad); una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado) en aproximadamente un mes; hay muchos espacios de oficinas asequibles para alquilar para empresas nuevas y en crecimiento; hay muchos espacios de producción o manufactura industrial asequibles para alquilar para empresas nuevas y en crecimiento.

Según la Gráfica 13, en los últimos años la condición se ha mantenido en niveles superiores a los cinco puntos sobre 10. Es una de las CEE mejor valoradas por los expertos en GEM Colombia.

Gráfica 13. Puntuación para el acceso a la infraestructura física y de servicios en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

En la Tabla 12 se evidencia el desagregado de la condición para el 2022. Es evidente que, aunque hay una valoración positiva en aspectos como el ágil acceso a servicios básicos y de telecomunicaciones, el costo de estos parece que no es asequible para todos los empresarios. De igual forma, los expertos valoran bien la existencia de espacios para oficinas, pero no valoran igual la disponibilidad de espacios para la producción y manufactura. El enunciado peor valorado por los expertos está relacionado con las buenas condiciones generales que ofrece la infraestructura física para el emprendimiento en Colombia.

Tabla 12. Puntuación desagregada para el acceso a la infraestructura física y de servicios en Colombia 2022

	Promedio	Desviación	Mediana
Apoyo de la infraestructura física.	3,94	2,4	3,5
Sistemas de comunicación asequibles.	5,50	2,65	5,5
Ágil obtención de servicios de telecomunicaciones.	6,69	2,41	7
Servicios básicos asequibles.	5,44	2,48	5
Ágil obtención de servicios básicos.	6,39	2,42	7
Disponibilidad de espacios de oficinas asequibles.	6,44	2,37	7
Disponibilidad de espacios de producción asequibles.	5,14	2,24	5

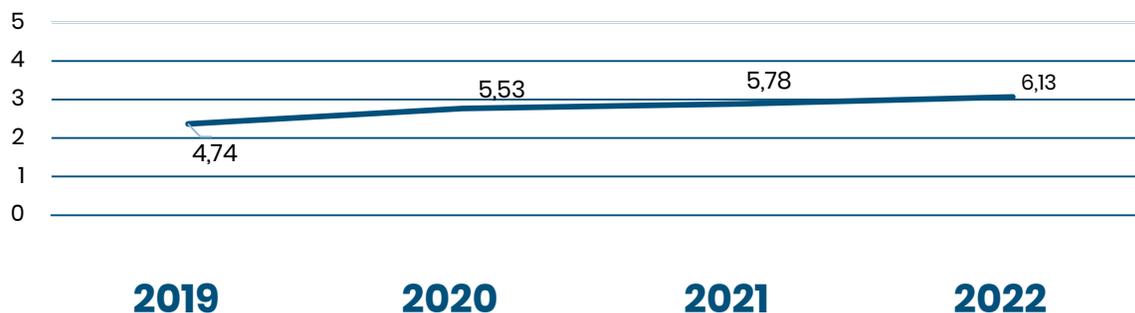
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

CEE9: Normas sociales y culturales

La novena y última CEE está relacionada con las normas sociales y culturales y en ella se indaga a los expertos si la cultura y la sociedad colombiana: apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal; enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal; estimulan la toma de riesgos empresariales; estimulan la creatividad y la innovación; y enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.

En los últimos años se observa una marcada tendencia creciente (Gráfica 14) lo cual indica una postura positiva y esperanzadora de los expertos hacia la cultura como elemento clave y dinamizador en la formación del capital humano.

Gráfica 14. Puntuación para las normas sociales y culturales en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

De hecho, al revisar de manera desagregada los componentes es evidente la valoración positiva que hacen los expertos (Tabla 13) con puntajes cercanos a siete sobre diez.

Tabla 13. Puntuación desagregada para las normas sociales y culturales en Colombia 2022

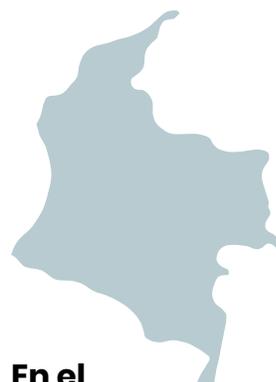
	Promedio	Desviación	Mediana
Éxito individual.	6,67	2,18	7
Autosuficiencia, la autonomía e iniciativa personal.	6,17	2,08	6
Toma de riesgos empresariales.	5,39	2,02	6
Creatividad y la innovación.	6,14	2,15	6
El individuo es responsable de gestionar su propia vida.	6,31	2,04	6

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Índice nacional sobre el contexto empresarial (NECI)

Este índice refleja el puntaje promedio de todas las Condiciones Estructurales del Entorno (CEE) para la Actividad Empresarial por país. Los promedios cercanos a cero implican un apoyo bajo del entorno para la actividad empresarial y los puntajes cercanos a diez indican la existencia de un entorno óptimo para la creación y el desarrollo de las empresas.

Según la Tabla 14, con un NECI de 4.5 sobre 10 puntos, Colombia junto con Chile y Uruguay ocupan el primer puesto entre los diez países latinoamericanos participantes en GEM 2022. Le sigue en la clasificación Panamá con 4.3 y el grupo de tres países: Puerto Rico, Guatemala y México con 3.8. El último lugar en el 2022 lo ocupa Venezuela.



En el
2022,
Colombia tuvo
un NECI de 4.5
sobre diez
puntos.

Tabla 14. NECI en los países latinoamericanos participantes en GEM 2022

	NECI (Promedio)	Desviación
Países GEM	4,8	0,7
Colombia	4,5	1
Chile	4,5	1,2
Uruguay	4,5	1,5
Panamá	4,3	1
Puerto Rico	3,8	1
Guatemala	3,8	1,3
México	3,8	1,3
Argentina	3,7	1,5
Brasil	3,6	1
Venezuela	3,2	1,7

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

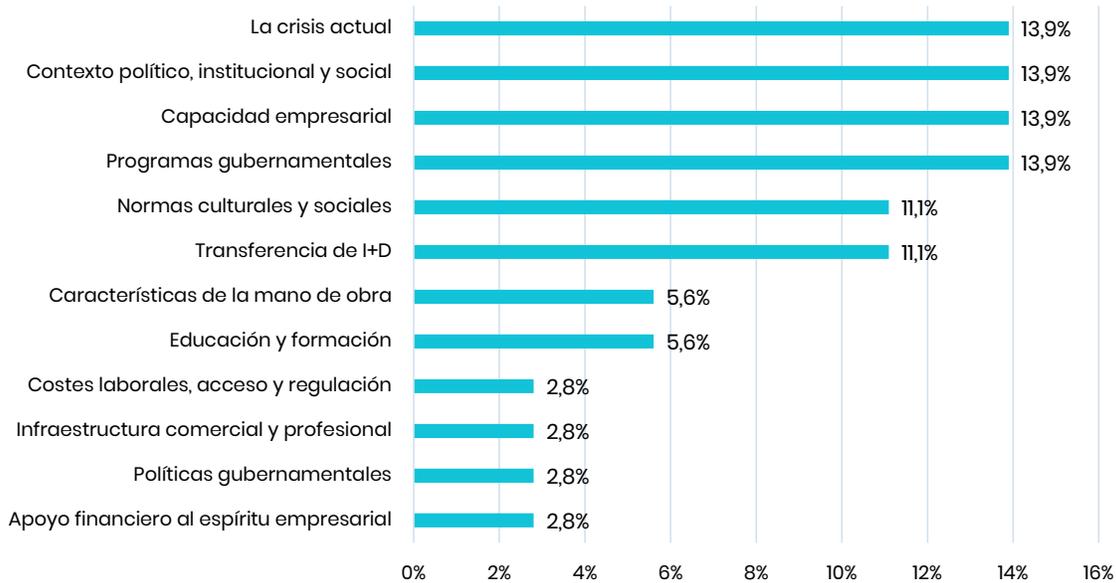
Factores que están impulsando la actividad empresarial en Colombia (2022)

Según los expertos, los factores que impulsaron la actividad empresarial en Colombia durante el 2022 fueron:

- Las políticas gubernamentales que priorizan el emprendimiento.
- El apoyo del gobierno nacional para apoyar a los emprendedores a crecer, acelerar y escalar a otros mercados internacionales.
- La diversidad de rutas de atención en todas las fases del proceso empresarial a través de programas del SENA, iNNpulsa Colombia, las cámaras de comercio y los centros de emprendimiento de las Instituciones de Educación Superior.
- La crisis socioeconómica prepandemia y postpandemia.
- La necesidad y el crecimiento del desempleo.
- La globalización de la contratación de servicios TIC y el teletrabajo.
- La reactivación económica.
- Las industrias culturales y creativas.
- El enfoque en el impacto ambiental.
- El enfoque en la economía del conocimiento.
- La inversión extranjera directa.
- Las tecnologías emergentes.
- La economía digital.
- El desarrollo agropecuario.
- El cubrimiento en medios de comunicación de casos exitosos de emprendedores colombianos.
- Los hábitos de consumo que dejó la pandemia relacionados con el bienestar físico, emocional y espiritual.

El equipo GEM Colombia clasifica en categorías estandarizadas cada una de las respuestas abiertas que dan los expertos. La Gráfica 15 indica que, según los expertos participantes en GEM Colombia 2022, los factores que más ayudaron a impulsar la actividad empresarial en Colombia fueron: la crisis actual, el contexto, la capacidad empresarial y los programas gubernamentales.

Gráfica 15. Factores que están impulsando la actividad empresarial en Colombia (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Recomendaciones para mejorar el contexto donde se desarrolla la actividad empresarial en Colombia

Las recomendaciones que dieron los expertos se publican de manera textual, a continuación:

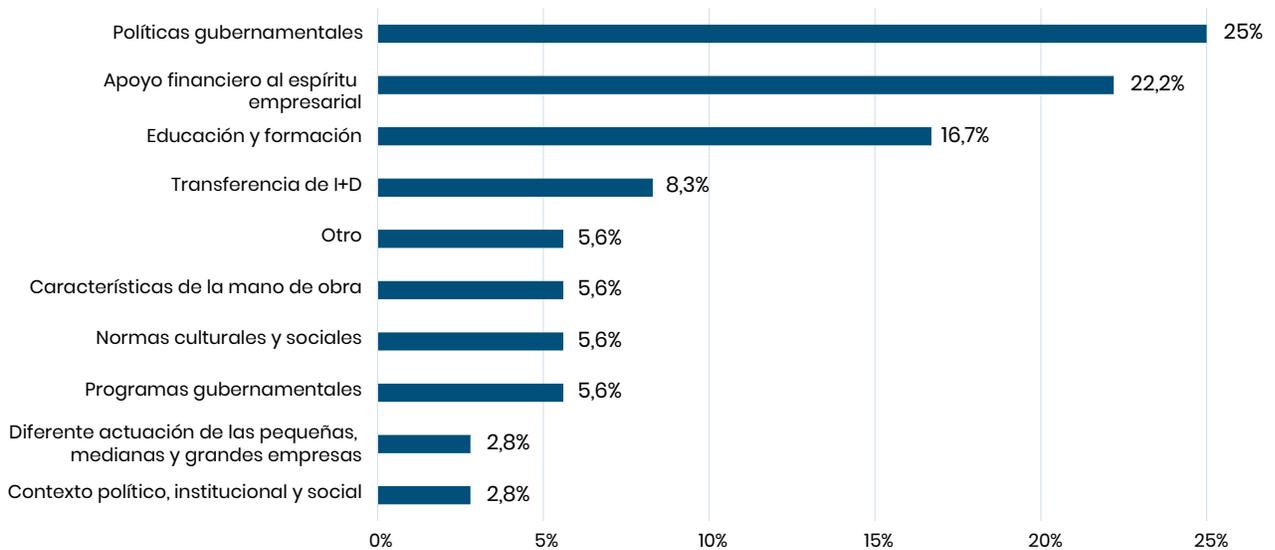
- *“Algunos programas gubernamentales son desconocidos por muchas personas que quieren crear empresa. Por ello, debería existir una mejor difusión de los programas de desarrollo empresarial”.*
- *“Promover acciones claras que articulen la realidad y necesidades del sector productivo, promoviendo la participación de emprendedores en la solución de dichos retos empresariales, bajo principios de innovación y aporte al desarrollo sostenible”.*
- *“Crear condiciones políticas contextuales e instrumentos para el fomento y apoyo de nuevas empresas de base tecnológica”.*
- *“Más políticas públicas y líneas de apoyo económico a emprendedores emergentes”.*
- *“Más emprendimientos de largo aliento. Menos búsqueda de unicornios”.*

- ① *“La Educación empresarial en etapas tempranas: primaria y secundaria”.*
- ② *“Se debe tener claro la diferenciación de tipos de emprendimiento para enfocar las acciones diferenciadas a cada una de estas tipologías”.*
- ③ *“Hacer un verdadero seguimiento y control a los procesos emprendedores”.*
- ④ *“Más acompañamiento en todas las etapas del emprendimiento. No solamente ayudar a crear, sino acompañar para mantenerse y crecer”.*
- ⑤ *“Fomentar la educación financiera, comercial y empresarial desde la educación básica secundaria”.*
- ⑥ *“Implementar actividades y asignar recursos para que en colegios se incentiven el emprendimiento y la creación de empresa”.*
- ⑦ *“Fortalecimiento de las incubadoras de empresas con talento humano calificado y convocatorias de apoyo financiero”.*
- ⑧ *“Es importante que las personas que acompañan a los emprendedores tengan perfiles especializados, pues algunas personas no tienen la suficiente experticia ni competencia para desarrollar políticas o acciones en beneficio de la comunidad emprendedora”.*
- ⑨ *“Disminución drástica de la carga impositiva”.*
- ⑩ *“Unificar procesos de registro de empresa y de productos”.*
- ⑪ *“Minimizar los requisitos de orden legal y tributario”.*
- ⑫ *“Mejores condiciones normativas de apoyo al emprendedor naciente”.*
- ⑬ *“Mejorar las tasas de impuestos y aporte económico para los primeros años de crecimiento de nuevas empresas”.*
- ⑭ *“Diseñar mecanismos de incentivos para financiar que los doctores, ingenieros e infraestructura de las universidades se involucren en el desarrollo de productos y servicios de las PYMES. Como pasantías de doctorados en PYMES y que las universidades presenten los laboratorios de investigación al servicio empresarial”.*
- ⑮ *“Menores costos en el acceso a la tecnología y lograr una transferencia tecnológica efectiva”.*
- ⑯ *“Mayor acceso a financiación para etapas iniciales y de bajo costo”.*

➤ *“Promover la inversión de capital privado en la actividad emprendedora mediante mecanismos de incentivo a la tasa de interés de colocación del capital o mediante fondos de garantías especialmente diseñados para fomentar la inversión de riesgo. En comparación con la inversión destinada al gasto no reembolsable como la que se brinda en concursos de entrega de capital semilla, la inversión destinada a crear incentivos a la oferta de capital privado, trae consigo la inteligencia que implica la inversión privada, disminuyendo así los costos transaccionales que involucra que el Estado supla al actor privado en la evaluación del riesgo de sus inversiones. Entre tanto, la inversión pública destinada al gasto no reembolsable debería concentrarse en el entorno científico- tecnológico, para que este promueva la transferencia hacia el sector productivo de los activos tecnológicos que desarrolle, mediante un conjunto de bancos de activos de propiedad intelectual maduros y validados”.*

En resumen, los expertos encaminan sus recomendaciones principalmente hacia las políticas gubernamentales, el apoyo financiero y la educación empresarial (Gráfica 16).

Gráfica 16. Recomendación para mejorar el contexto en el que se desarrolla la actividad empresarial en Colombia (2022)



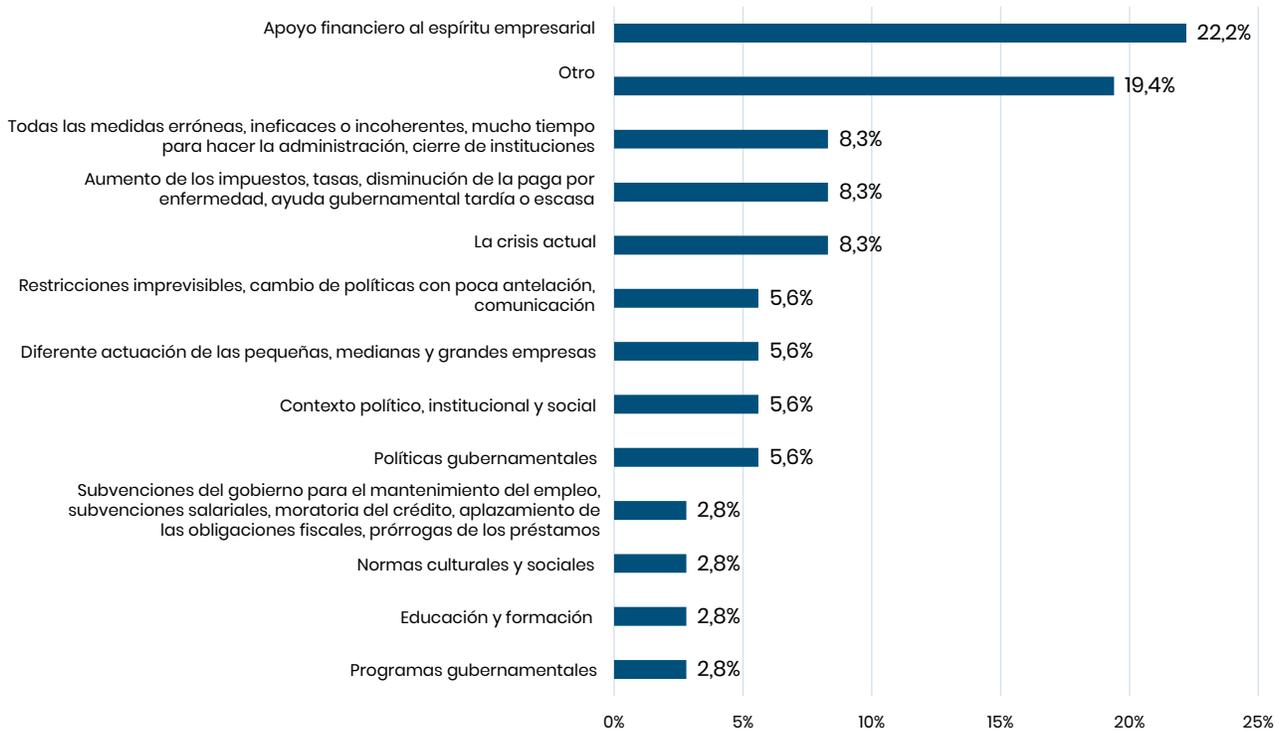
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Acciones gubernamentales que han afectado negativamente a la actividad empresarial en Colombia desde el inicio de la pandemia.

- ⤵ La insuficiencia de subsidios.
- ⤵ La dificultad para que las empresas nacientes accedan a créditos.
- ⤵ La restricción en movilidad de recursos y personas. Incluso, los aforos limitados en algunos negocios.
- ⤵ Los cierres de actividad comercial por pandemia.
- ⤵ La reforma tributaria que ha afectado la atracción de capital.
- ⤵ La falta de regulación de los arriendos de locales comerciales.
- ⤵ Alto costo de servicios bancarios, impuestos y tasas de interés.
- ⤵ La falta de presión a la banca privada y poco apoyo de la banca pública.
- ⤵ Alta carga impositiva e inflación.
- ⤵ Asignación de subsidios a través del sistema financiero tradicional.
- ⤵ La pérdida de los incentivos entregados durante la pandemia.
- ⤵ El descuido gubernamental a la actividad empresarial en etapa temprana y a los informales.
- ⤵ La falta de previsión prospectiva de los impactos nocivos de la pandemia y la lentitud de implementación de acciones de contingencia.
- ⤵ La falta de articulación entre las necesidades del empresariado y la oferta de las acciones gubernamentales.
- ⤵ La falta de entendimiento de la afectación diferenciada por tipo de emprendimiento.
- ⤵ Poca oferta de asesorías y capacitaciones para que los emprendedores mitigaran los efectos de la pandemia.
- ⤵ Las condiciones excluyentes que establecen algunas convocatorias hacia las empresas nacientes.
- ⤵ La falta de mecanismos concretos de implementación de la Ley de emprendimiento 2069 y del CONPES 4011.

En la Gráfica 17 se evidencian las categorías en las que se enmarcan las opiniones de los expertos respecto a las acciones del gobierno que han afectado negativamente a la actividad empresarial colombiana.

Gráfica 17. Acciones gubernamentales que han afectado negativamente (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

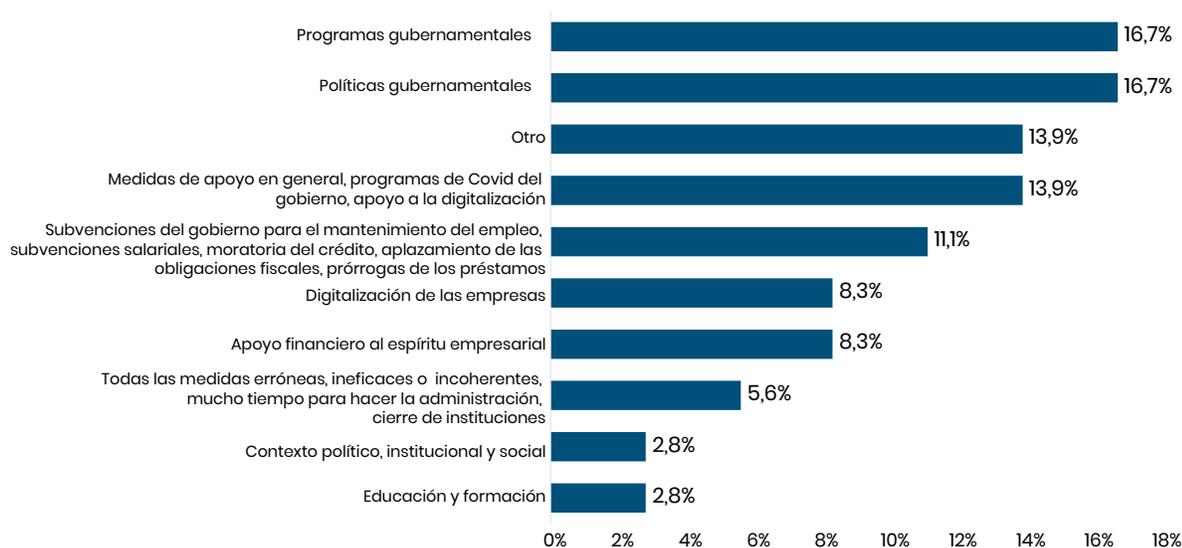
Acciones gubernamentales que han afectado positivamente a la actividad empresarial en Colombia desde el inicio de la pandemia

- La implementación de la modalidad de teletrabajo.
- La suspensión del cobro de algunos parafiscales incluidos en el pago de la seguridad social.
- La creación de una serie de programas e incentivos a la transformación digital de los negocios.
- El impulso hacia la digitalización de muchos procesos que antes eran exclusivamente presenciales.
- La transformación de modelos de negocio y la incorporación de nuevas tecnologías.

- La ampliación de mecanismos de financiación para que los emprendedores tuvieran liquidez en tiempo de pandemia.
- La asignación de gran cantidad de recursos para la recuperación del tejido empresarial
- El subsidio a la nómina.
- El fortalecimiento de INNPulsa como institución y de programas gubernamentales como el Fondo Emprender del SENA.
- La generación de programas para la activación comercial de los microempresarios.
- La formulación del CONPES 4011 y la Ley del emprendimiento.
- La creación del programa de Acompañamiento a Deudores (PAD).
- La generación de estímulos al desarrollo de las artes y los productos/servicios de carácter cultural (economía naranja).
- El esfuerzo por tener información clara y concreta sobre la salud pública y el plan de vacunación nacional, lo cual permitió la reactivación de muchos sectores en tiempo récord.

En la Gráfica 18 se evidencian las categorías en las que se enmarcan las opiniones de los expertos respecto a las acciones del gobierno que han afectado positivamente a la actividad empresarial colombiana.

Gráfica 18. Acciones gubernamentales que han afectado positivamente (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Actividad empresarial en Colombia y la Covid-19

Según la Tabla 15, los expertos consideran que las empresas colombianas no han podido recuperar los niveles de actividad económica y los empleos que generaban antes de la pandemia. Lo que sí consideran como verdadero es el hecho de que, producto de la pandemia, las empresas han aumentado sus capacidades digitales.

Tabla 15. Percepción de los expertos nacionales sobre la pandemia (2022)

	Promedio	Desviación	Mediana
La mayoría de las empresas ha recuperado su nivel de actividad económica previo a la pandemia.	4,47	2,61	4
La mayoría de las empresas han aumentado sus capacidades digitales como ayuda en el proceso de recuperación de las consecuencias de la pandemia.	6,94	1,58	7
La contratación de empleados por parte de las empresas ha vuelto a niveles prepandémicos.	4,83	2,14	4
Como consecuencia de la pandemia la mayoría de las empresas se han trasladado de las cadenas de suministro globales a las locales/nacionales.	5,17	1,60	5

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Capítulo 3

ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA DESDE LA TUBERÍA EMPRESARIAL

Etapa 1

Aceptación sociocultural hacia la creación de Empresas

Etapa 2

Empresarios potenciales

Etapa 3

Empresarios intencionales

Etapa 4 y 5

Empresarios nacientes y nuevos (TEA)

Etapa 6

Empresarios establecidos (EBO)

La COVID-19 y la actividad empresarial TEA y EBO



En el capítulo anterior el entorno empresarial para el país es estudiado en GEM a través de la Encuesta a Expertos Nacionales (NES, por sus siglas en inglés). Ahora, para monitorear y caracterizar la actividad empresarial en el país se aplica la Encuesta a Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés).

La APS indaga sobre las motivaciones, percepciones, actitudes y actividad empresarial; además, las características que permiten definir el perfil de los empresarios en cada una de las etapas del proceso empresarial. Asimismo, mide variables que permiten caracterizar el número de empleos creados, potencial de crecimiento, formalidad, capacidad tecnológica y de innovación, fuentes de financiación, entre otras.

La empresa INFO Investigaciones aplicó la APS a 2.087 adultos colombianos entre 18 y 64 años en el 2022. El trabajo de campo es supervisado y aprobado por la “Global Entrepreneurship Research Association” (GERA), que coordina el proyecto GEM en el mundo. Además, el grupo técnico de GERA ejecuta labores de consistencia, armonización, homogenización y ponderación de los datos provenientes de la APS y NES, 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. Los resultados se procesan con el software SPSS.

En los siguientes capítulos se presentarán los resultados provenientes de la APS: Actividad empresarial, características de los empresarios y de sus negocios. En el capítulo 3 la actividad empresarial se analiza desde el modelo de la Tubería Empresarial.

La Tubería Empresarial es un modelo desarrollado por Varela y Soler (2012) que permite identificar las fugas que ocurren entre las diversas fases que componen el proceso empresarial. La Tubería Empresarial está compuesta por seis etapas del proceso empresarial: aceptación sociocultural hacia la creación de empresa, empresarios potenciales, empresarios intencionales, empresarios nacientes, empresarios nuevos y empresarios establecidos. En el transcurso del capítulo se muestran la definición y los resultados para cada fase de la Tubería Empresarial.

Analizar la participación de adultos en cada una de las etapas e identificar las fugas que surgen entre las etapas resulta clave para identificar los campos en los cuales se deben implementar políticas y programas hacia el fortalecimiento de la actividad empresarial.

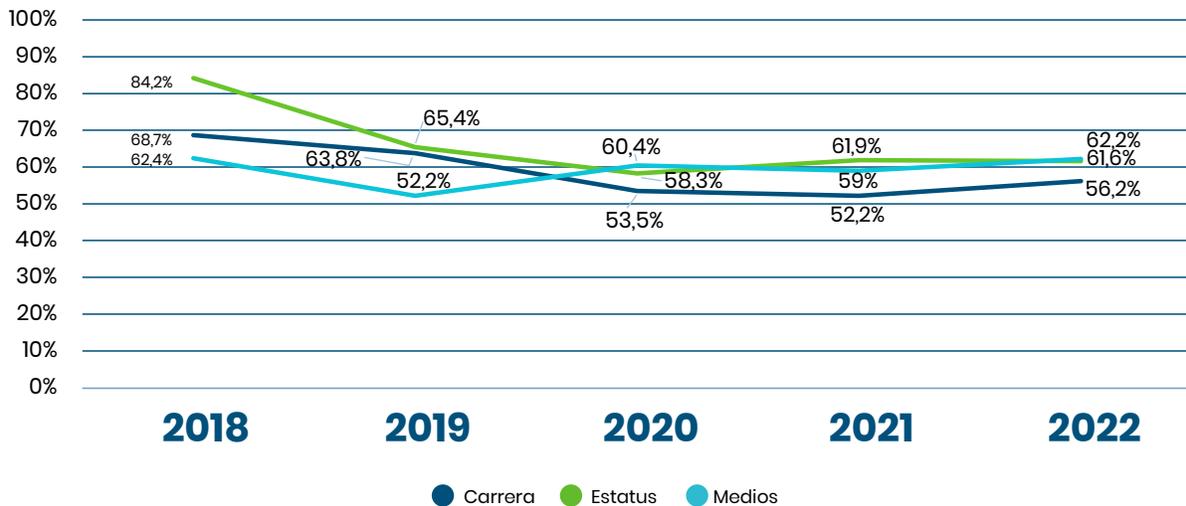
Etapa 1:

Aceptación sociocultural hacia la creación de empresas

La primera etapa presenta el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años (sean o no empresarios) que afirma, que crear una empresa es una elección deseable de carrera profesional, y/o que los empresarios exitosos gozan de un alto nivel de estatus y respeto, y/o que los medios de comunicación difunden a menudo noticias sobre nuevos empresarios exitosos.

En Colombia, en el 2022, el 56,2% de los colombianos cree que la mayoría de la gente considera que el emprendimiento es una elección de carrera deseable; el 61,6% considera que quienes tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto en el país; y el 62,2% afirma que, a menudo, en los medios de comunicación públicos o en Internet, publican noticias sobre nuevos empresarios que han tenido éxito en sus negocios (Gráfica 19).

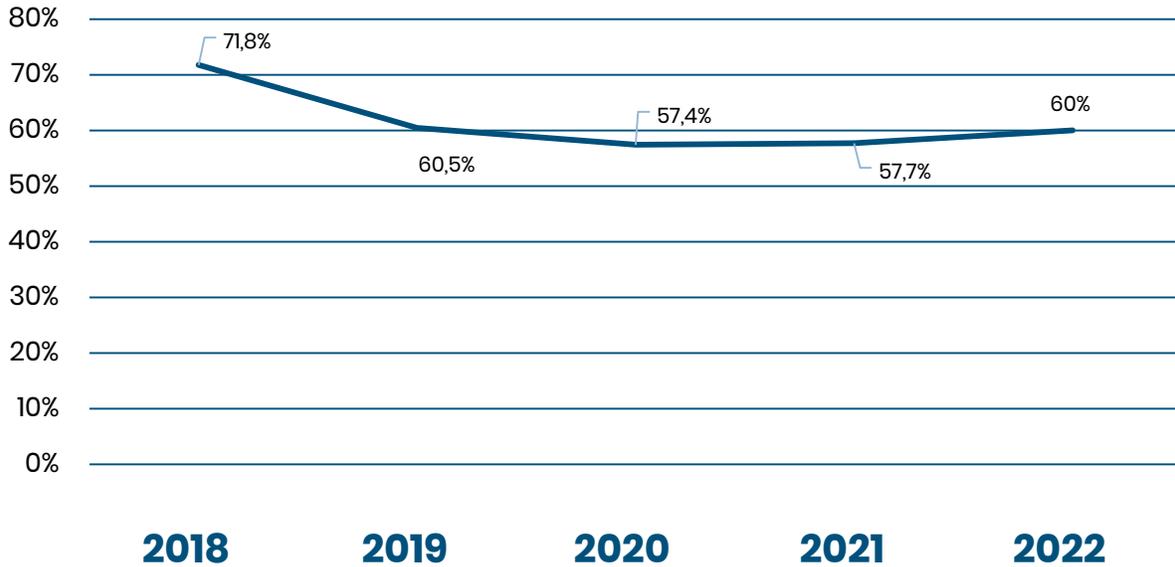
Gráfica 19. Aceptación sociocultural hacia la creación de empresas (desagregado) en Colombia (2018 - 2022).



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Estos tres componentes se promedian para generar el indicador de la aceptación sociocultural hacia la creación de empresas. Según la Gráfica 20, en Colombia dicho indicador presentó una tendencia decreciente de 14,4 puntos porcentuales del 2018 al 2020. Sin embargo, del 2020 al 2022 ocurre una leve recuperación pasando del 57,4% al 60%, respectivamente.

Gráfica 20. Aceptación sociocultural hacia la creación de empresas en Colombia (2018 - 2022)



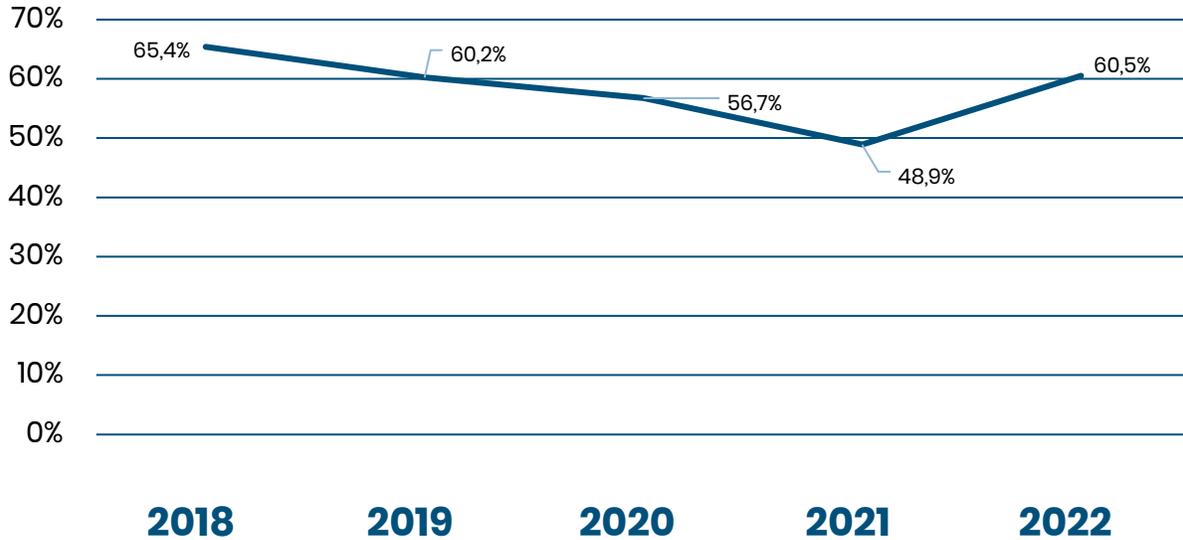
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Etapa 2:

Empresarios potenciales

La segunda etapa muestra el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años (sean o no empresarios) que afirma, que en los próximos seis meses existirán buenas oportunidades para crear empresa en el área donde viven, y/o que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para crear una empresa, y/o que el temor al fracaso no los detendría al momento de crear una empresa. Estos tres componentes (percepción de capacidades, no temor al fracaso y percepción de oportunidades) se promedian para generar el indicador de empresario potencial. Según la Gráfica 21, en Colombia dicho indicador presentó una tendencia decreciente de 16,5 puntos porcentuales del 2018 al 2021. Sin embargo, del 2021 al 2022 muestra una leve recuperación pasando del 48,9% al 60,5% (11,6 puntos porcentuales).

Gráfica 21. Empresarios potenciales en Colombia (2018 - 2022)



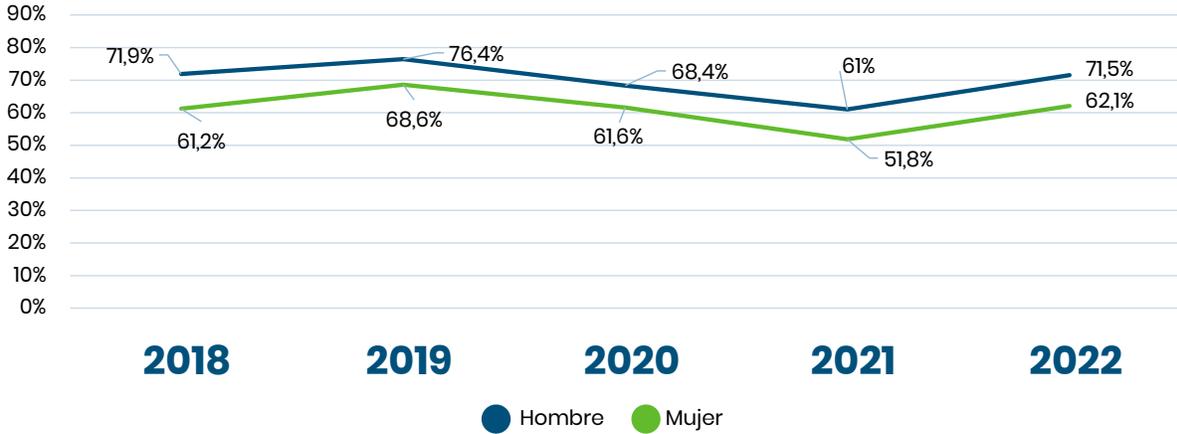
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Para entender mejor la segunda etapa de la Tubería Empresarial (empresarios potenciales), en las siguientes tres gráficas mostramos el histórico por género de cada uno de los tres componentes: percepción de capacidades, no temor al fracaso y percepción de oportunidades.

La Gráfica 22 muestra el porcentaje de personas que afirmaron tener el conocimiento, las habilidades y la experiencia requeridos para crear un negocio o empresa. Dicha pregunta está estrechamente relacionada con el concepto de autoconfianza o autoeficacia que empezó a ser estudiada por Bandura (1977) en la Teoría Social Cognitiva. Este concepto hace referencia a la creencia personal que alguien tiene acerca de sus propias habilidades para llevar a cabo determinadas acciones y se convierte en uno de los factores personales más determinante para la actividad empresarial (Muliadi et al., 2021).

En Colombia se observó una tendencia decreciente de la percepción de autoconfianza en la población adulta del 2019 al 2021. Sin embargo, del 2021 al 2022 se advierte una tendencia creciente cercana a diez puntos porcentuales. También se ve que la disparidad entre hombres y mujeres respecto a la percepción de capacidades para la creación de empresa sigue manteniéndose alrededor de 10 puntos porcentuales en los últimos cinco años (Gráfica 22).

Gráfica 22. Empresarios potenciales: Percepción de capacidades por género en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

La Gráfica 23 indica el porcentaje de personas que afirmaron que el temor al fracaso no les representa un obstáculo para decidir crear empresa. El temor al fracaso es un factor determinante para la actividad empresarial y ha sido ampliamente estudiado en la literatura (Ahmadi & Soga, 2022).

El no temor al fracaso revelaba una tendencia decreciente del 2018 al 2021. Sin embargo, del 2021 al 2022 se observa una tendencia creciente, lo cual es positivo para la actividad empresarial en Colombia, es decir, en el último año hay menos personas que le temen a emprender. La disparidad de género respecto al no temor al fracaso es cercana a cuatro puntos porcentuales en el 2022 (Gráfica 23).

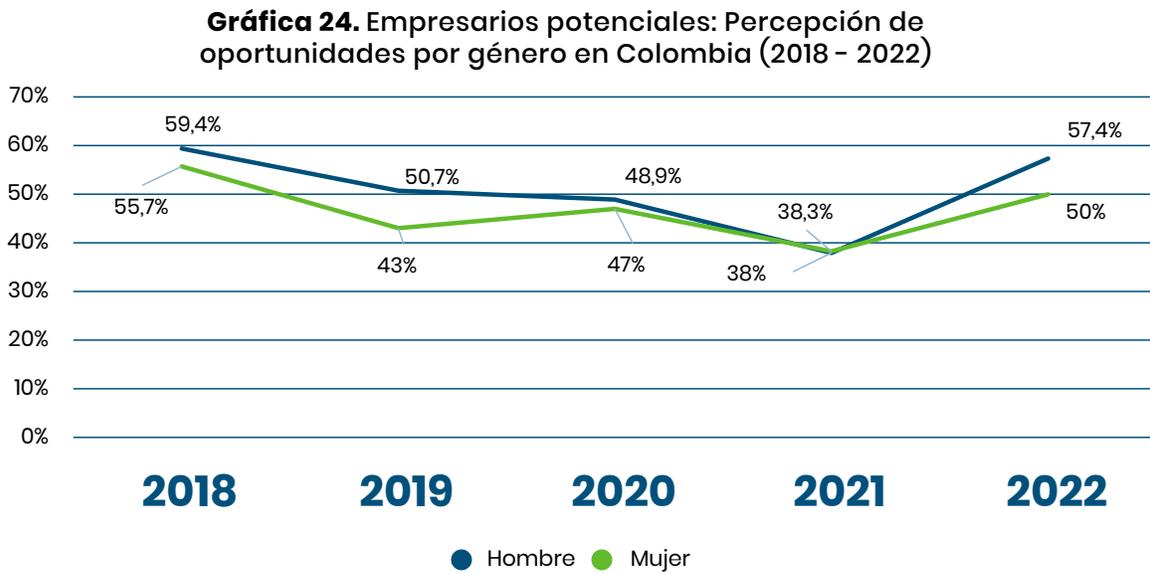
Gráfica 23. Empresarios potenciales: No temor al fracaso por género en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

La Gráfica 24 muestra el porcentaje de personas que afirma que, en los próximos seis meses, perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde viven. En el 2020 y el 2021 ocurrió la disparidad de género más pequeña en el histórico para Colombia y en el 2022 se observa la disparidad de género más grande.

Aunque del 2018 al 2021 se veía una tendencia decreciente en la percepción de oportunidades de negocio, del 2021 al 2022 se nota un incremento aproximado de 15,3 puntos porcentuales (19,4 en hombres y 11,7 en mujeres).



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

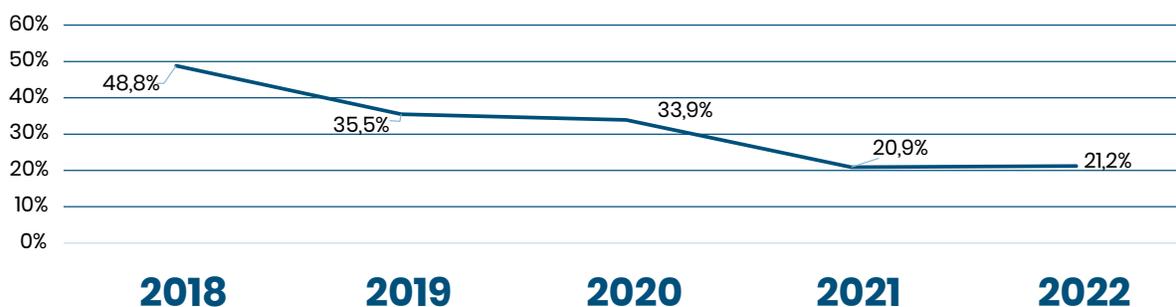
Etapa 3:

Empresarios intencionales

La tercera etapa presenta el porcentaje de la población adulta colombiana entre 18 y 64 años (que no son empresarios) que tiene intención de iniciar sola o con otras personas, en los próximos tres años, una nueva actividad empresarial.

Según la gráfica 25, se observa una marcada tendencia decreciente en la intención empresarial del 48,8% en el 2018 al 21,2% en el 2022, es decir, una disminución de 27,6 puntos porcentuales. Esta situación es preocupante porque algunas investigaciones basadas en la teoría de la acción planeada plantean que la intención es la única variable que posee un valor predictivo para la acción, es decir, la intención es un determinante clave para crear empresa (Laguía et al., 2019).

Gráfica 25. Empresarios intencionales en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Etapa 4 y 5 (TEA):

Empresarios nacientes y nuevos

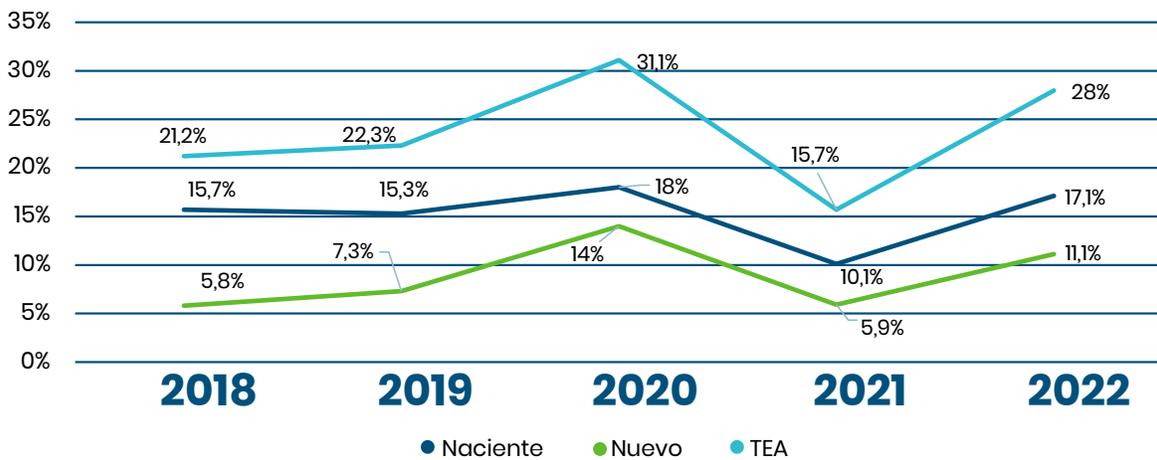
La cuarta etapa revela el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha desarrollado alguna actividad específica en la creación de la nueva actividad empresarial, pero solo ha pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados o a propietarios por menos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

La quinta etapa es el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha estado al frente de su iniciativa empresarial y ha pagado salarios o cualquier 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).

Ambas etapas conforman la TEA (Tasa de Actividad Empresarial Temprana) que muestra el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que son: empresarios nacientes o empresarios nuevos; es decir, 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 o a propietarios por menos de 42 meses (3,5 años).

Según la Gráfica 26, la TEA para Colombia ha tenido comportamientos interesantes, empezando con el 22,3% en el 2019 (previo a la pandemia), llegando al 31,1% en el 2020, pasando por un 15,7% en el 2021 y hasta un 28% en el 2022.

Gráfica 26. Empresarios nacientes y nuevos (TEA) en Colombia (2018 – 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

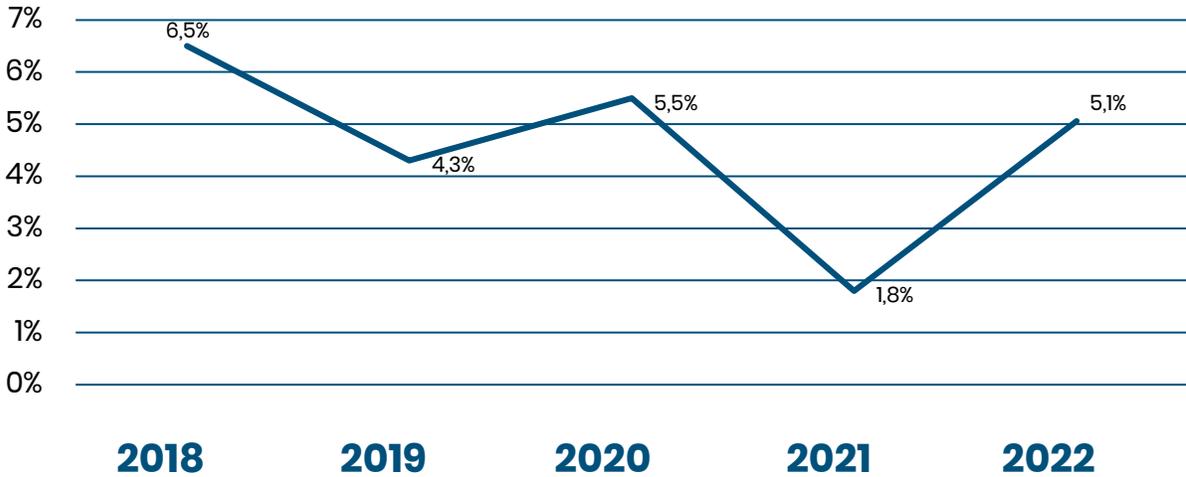
Etapa 6:

Empresarios establecidos (EBO)

La sexta y última etapa revela el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha estado al frente de su iniciativa empresarial, y que ha sobrevivido por más de 42 meses (3,5 años) pagando salarios o cualquier otro tipo de remuneración a empleados o a propietarios.

Según la Gráfica 27, del 2020 al 2022 se percibe una tendencia similar a la TEA. En el 2020 el 5,5% de la población adulta colombiana se clasificaba como empresario establecido (EBO), en el 2021 bajó al 1,8% y en el 2022 volvió a subir en un 5,06%.

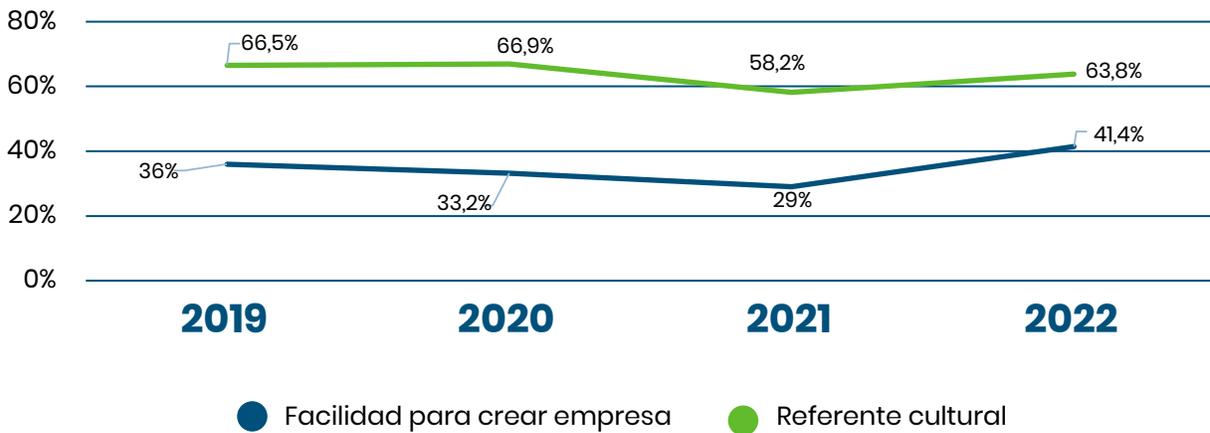
Gráfica 27. Empresarios establecidos (EBO) en Colombia (2018– 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Para entender mejor el comportamiento de la actividad empresarial TEA y EBO en Colombia, la Gráfica 28 indica el porcentaje de personas que perciben que emprender es una labor fácil y el porcentaje de personas que afirma conocer a alguien cercano que haya creado empresa en los últimos dos años. Estas percepciones dejan ver una tendencia similar a la observada para la TEA y EBO, es decir que, del 2020 al 2021 se observa una tendencia decreciente y del 2021 al 2022 se ve una tendencia creciente.

Gráfica 28. Percepción de facilidad para crear empresa y referentes culturales en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

La tendencia evidenciada en las etapas 4, 5 y 6, se puede deber a las siguientes situaciones:

En marzo del 2020, cuando la pandemia fue declarada emergencia sanitaria por el gobierno nacional, la población colombiana comenzó a entrar en pánico, y muchas personas se quedaron sin empleo o con recortes en la jornada de trabajo. De hecho, según el DANE (2020), la tasa de desempleo para mayo del 2020 mostró un incremento de 10,9 puntos porcentuales respecto a mayo del 2019.

En septiembre y octubre del 2020 se aplicaron las encuestas APS debido a retrasos provocados por la pandemia tales como caos en el paso de la presencialidad a la virtualidad y restricciones para salir a las calles. Tradicionalmente, las encuestas de GEM son aplicadas entre mayo y junio de cada año, excepto en el 2020.

Desde marzo cuando comenzó la emergencia sanitaria hasta septiembre cuando se aplicaron las encuestas hubo un rango de meses en los que muchos negocios nacieron debido a la necesidad y, por ello, se observó un pico en la actividad empresarial del 2020 respecto al 2019. Incluso, aquellos que tenían empleo y posibilidad de trabajar de manera remota comenzaron a explorar el emprendimiento. Lo anterior, en parte, porque se presentó una reducción de horas laborales que disminuían los ingresos o por buscar más caminos hacia un mejor balance de vida (Martínez y Bañón, 2020).

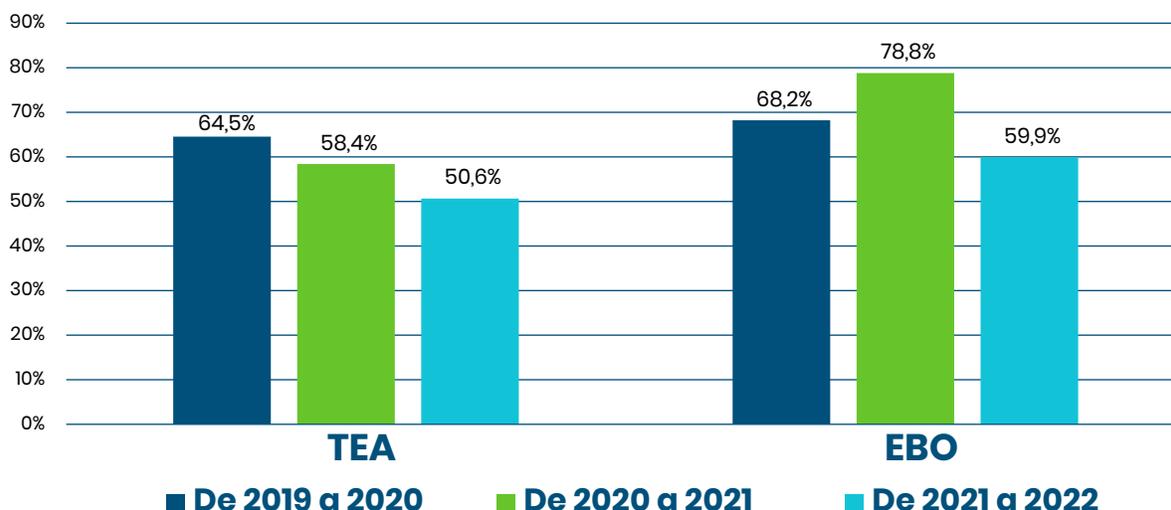
El 2021 fue un año lleno de mucho escepticismo y la población colombiana tenía temor sobre lo que podría pasar y, por ello, la actividad empresarial que había tenido un pico positivo en el 2020 empezó a bajar en el 2021. Además, en el 2021 se refleja un coletazo de los efectos de la pandemia cuando los negocios que fueron creados antes y durante la pandemia tuvieron que ser cerrados.

Sin embargo, en el 2022 vuelve a aparecer un pico en la actividad empresarial colombiana debido a que, dos años después del inicio de la pandemia, la vida vuelve a estabilizarse, la población dejó el miedo generado por la pandemia y la incertidumbre. De hecho, en algunos sectores económicos muchas personas empezaron a renunciar a sus empleos para emprender como una nueva opción de carrera y de vida. En efecto, en la primera etapa de la Tubería Empresarial se observa que la percepción del emprendimiento como buena opción de carrera ha aumentado levemente en los últimos años.

COVID y actividad empresarial TEA y EBO

Para profundizar más sobre la percepción acerca de la facilidad para crear empresas en el marco de la pandemia, en GEM se indaga en los empresarios TEA y EBO sobre su creencia de qué tan difícil es emprender. Según la Gráfica 29, la percepción de dificultad ha disminuido, lo cual es positivo para la dinámica empresarial del país.

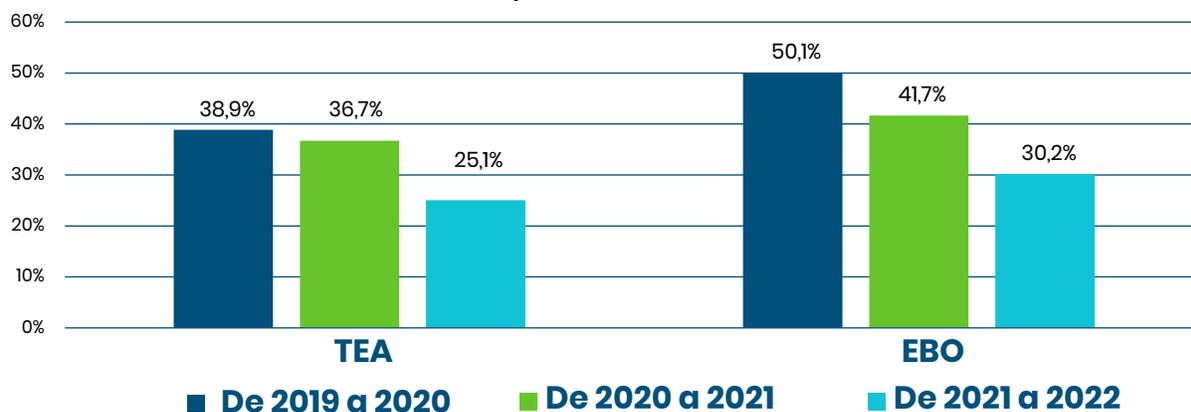
Gráfica 29. Percepciones sobre la dificultad para crear empresa TEA y EBO en Colombia



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Según la Gráfica 30, en el 2022 se percibe una disminución importante tanto en empresarios TEA como EBO respecto a la manifestación de tener bajas expectativas de crecimiento, lo cual es positivo porque implica un mejoramiento para la dinámica empresarial en Colombia.

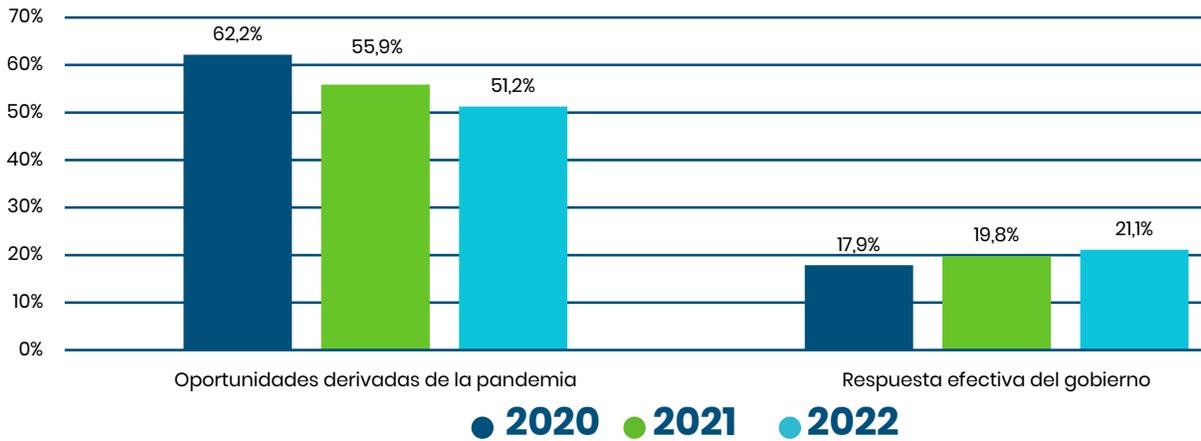
Gráfica 30. Percepciones sobre bajas expectativas de crecimiento en TEA y EBO en Colombia



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

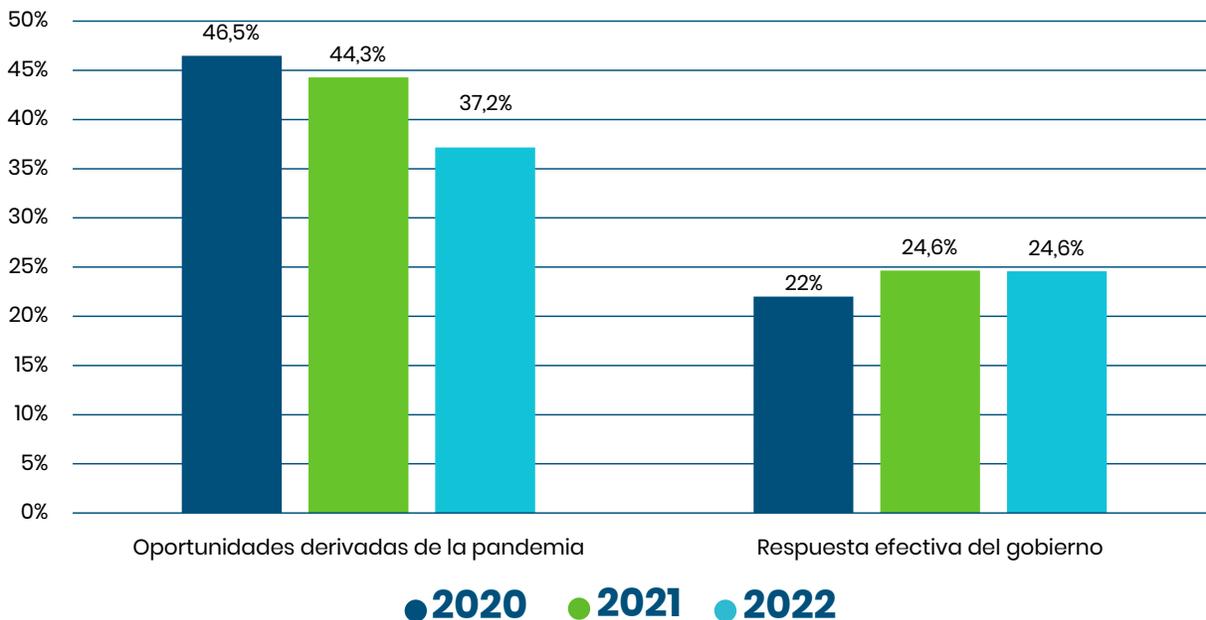
Es evidente que en los últimos años ha disminuido el porcentaje de empresarios TEA y EBO que consideran que la pandemia generó oportunidades de negocio (Gráficas 31 y 32). Así mismo, se ve un leve incremento en el porcentaje de empresarios que considera que el gobierno tuvo una respuesta efectiva frente a la crisis generada por la pandemia (Gráficas 31 y 32).

Gráfica 31. Percepciones de los empresarios TEA respecto a la pandemia en Colombia (2020 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Gráfica 32. Percepciones de los empresarios EBO respecto a la pandemia en Colombia (2020 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS



Capítulo 4

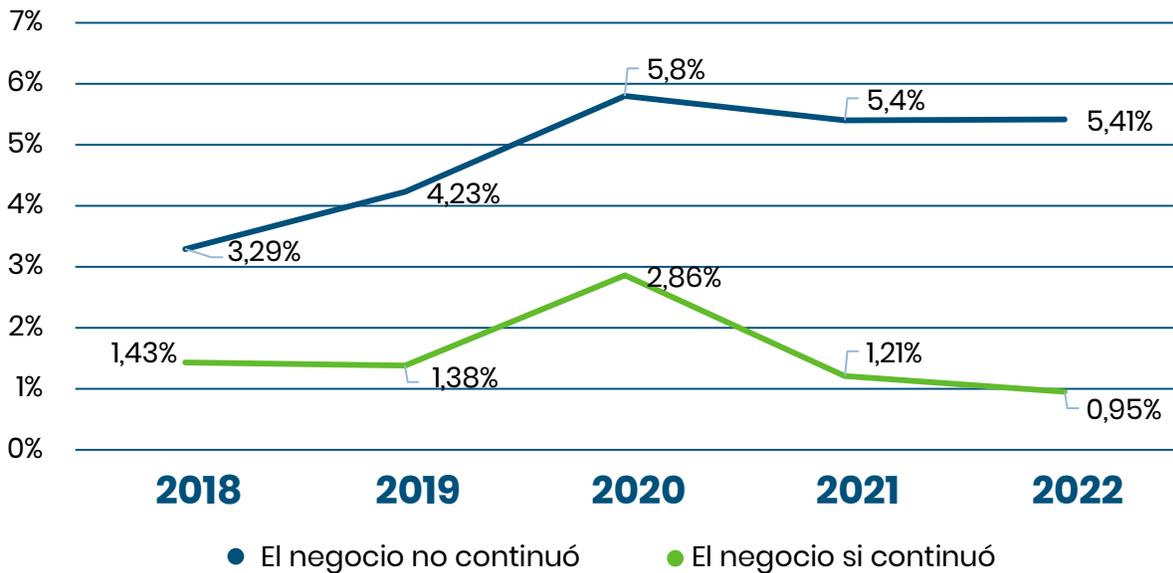
DISCONTINUIDAD EMPRESARIAL

4

En GEM la discontinuidad empresarial es el porcentaje de empresarios que, en los últimos 12 meses, han vendido, cerrado o abandonado un negocio del cual eran propietarios, incluyendo cualquier forma de autoempleo y venta de bienes y/o servicios. Además, para tener una mejor claridad del fenómeno, también se cuestiona si el negocio siguió (o no) funcionando.

La Gráfica 33 muestra una tendencia creciente de discontinuidad del 2018 al 2020 y del 2020 al 2022 porque se observa una tendencia estable en negocios que siguieron funcionando y una tendencia decreciente en negocios que no siguieron funcionando. La discontinuidad total para Colombia en el 2022 fue del 6,4%.

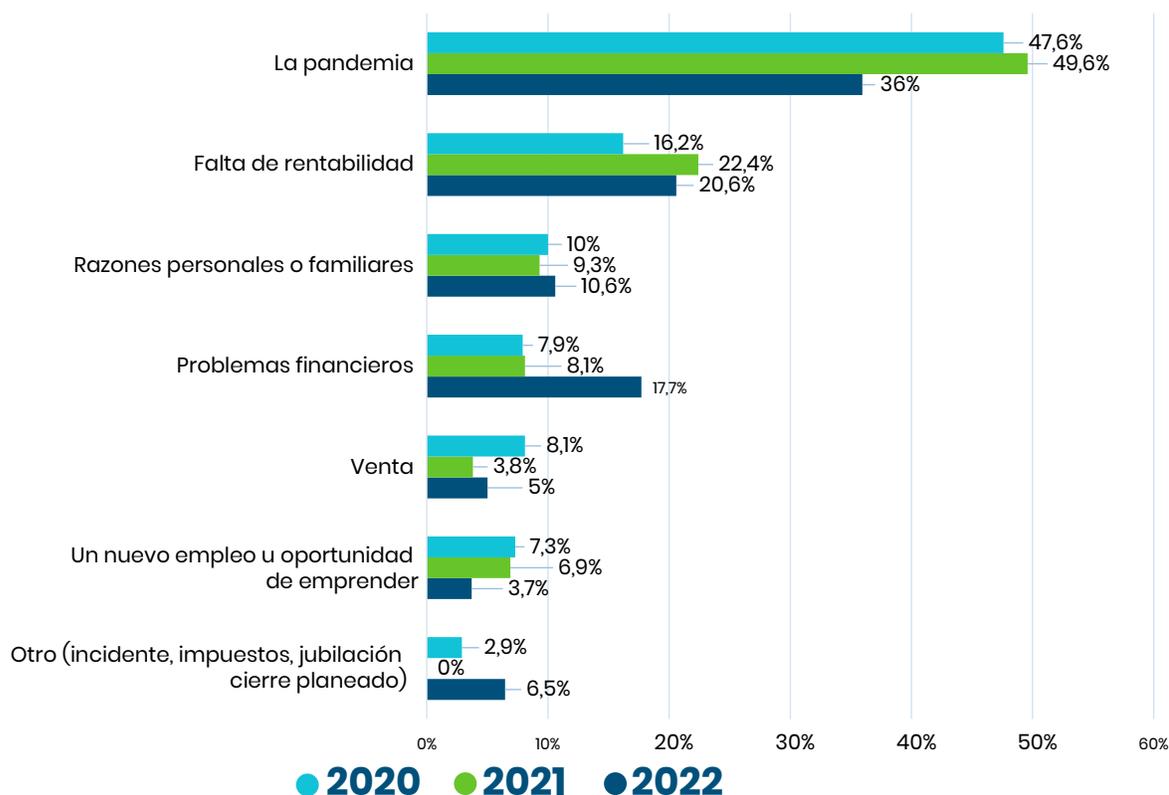
Gráfica 33. Discontinuidad empresarial en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Al indagar sobre las razones para la discontinuidad empresarial, la Gráfica 34 muestra que, en los últimos tres años, la pandemia ha sido la primera razón por la cual los negocios en Colombia han cesado actividades. Las siguientes razones que reportan los empresarios son: la falta de rentabilidad, los problemas personales o familiares y los problemas financieros.

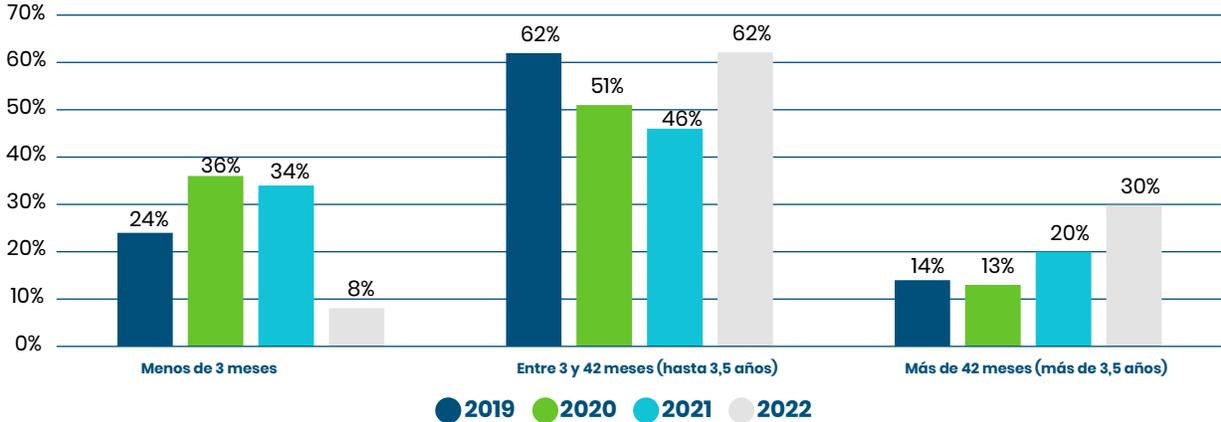
Gráfica 34. Razones para la discontinuidad empresarial en Colombia (2020 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Al indagar en qué etapa del proceso empresarial ocurrió la discontinuidad, del 2019 al 2022, se presentó una tendencia creciente en la fase de empresario establecido (más de 42 meses) y una tendencia decreciente en la fase de empresario naciente (menos de tres meses). Dicha situación es preocupante ya que el hecho de que los empresarios establecidos sean quienes más cesen en sus actividades, no es positivo para el país (Gráfica 35).

Gráfica 35. Momento de la discontinuidad empresarial en Colombia (2019 - 2022)



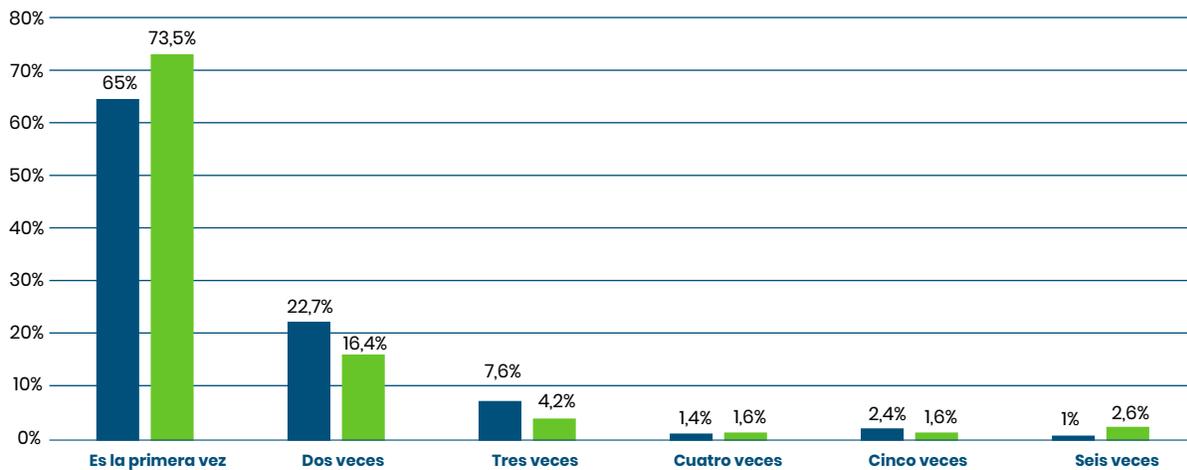
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

A primera vista pareciese que las discontinuidades son sinónimo de fracaso, sin embargo, hace más de 20 años el fenómeno de empresario serial o “*serial entrepreneurship*” ha sido estudiado. En ese sentido, Plehn-Dujowich (2010) plantea que un emprendedor tiene tres opciones: mantener su negocio en funcionamiento, cerrarlo para ingresar al mercado laboral como empleado o cerrarlo para crear un nuevo negocio. Adicionalmente, se hace referencia al hecho de que muchos empresarios pasan por una serie de iniciativas empresariales que les permiten ir madurando sus competencias empresariales, así mismo, se sabe que los empresarios van adquiriendo la capacidad de identificar nuevas oportunidades de empresa y que se vuelven referentes para que las personas los consulten y los inviten a hacer parte de nuevas iniciativas, por ello, es relevante seguir estudiando este fenómeno.

Un empresario o emprendedor serial es aquel que ha creado dos o más negocios. Feliz et al. (2021) afirman que este tipo de negocios son significativamente más grandes, productivos, con menor riesgo al cierre y con crecimiento más rápido. Lo anterior es debido a la experiencia previa y a los aprendizajes del empresario que aumentan la longevidad del siguiente negocio (Lafontaine et al., 2016).

En la Gráfica 36 se evidencia que el 65% de los empresarios nacientes y el 73,5% de los establecidos, solo han tenido esta experiencia empresarial. Y se puede apreciar que los empresarios nacientes reportan una mayor participación para los niveles más bajos de experiencias previas (dos y tres veces). Lo anterior, se revierte en el nivel más alto de experiencias empresariales previas (seis veces), donde los empresarios establecidos muestran una mayor proporción.

Gráfica 36. Porcentaje de empresarios seriales en Colombia (2022)



● TEA ● EBO

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Capítulo 5

CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS EN COLOMBIA

Género

Nivel educativo

Edad

Ingresos

Ocupación

Motivación

Etnia

Nacionalidad



Género

Por lo regular, las investigaciones sobre actividad empresarial y género han revelado evidencia sobre la mayor presencia en hombres que en mujeres. De hecho, Ahl (2006) & Marlow (2002) afirman que la actividad empresarial ha sido tradicionalmente un campo dominado por hombres y, globalmente, por cada mujer existen casi dos hombres inmersos en la actividad empresarial (Acs et al., 2009). Una situación similar es la ocurrida en los últimos años cuando en GEM se analiza la propensión por género en la actividad empresarial temprana (TEA). Aunque en los últimos cuatro años la disparidad se mantiene cercana a los cuatro puntos porcentuales, esta se conserva presente.

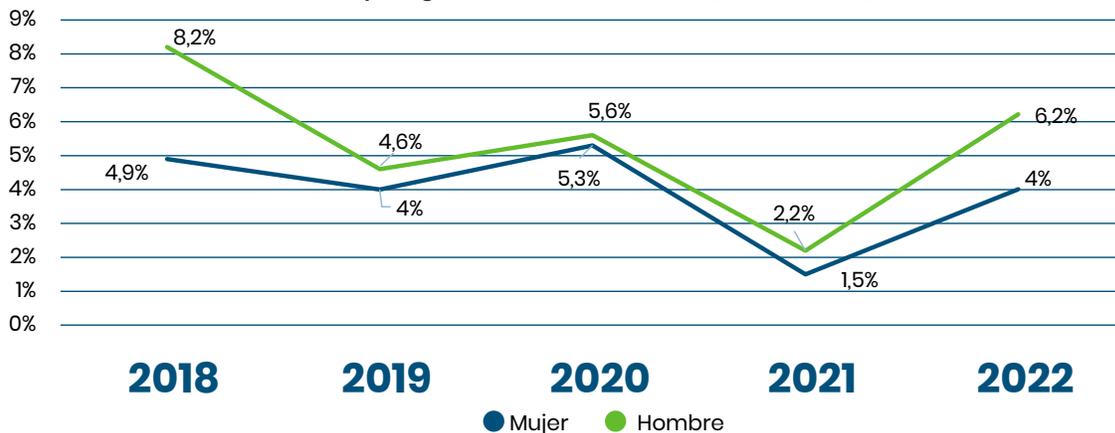
Gráfica 37. Propensión hacia la actividad empresarial TEA por género en Colombia (2018- 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Al analizar la propensión por género en la actividad empresarial establecida (EBO) en los últimos años, las disparidades han tenido comportamientos diversos. Por ejemplo, en el 2018 con 3.3 puntos porcentuales, en el 2022 con 2.2 puntos porcentuales y en el resto de los años con disparidades menores a un punto porcentual. La brecha de género se mantiene.

Gráfica 38. Propensión hacia la actividad empresarial EBO por género en Colombia (2018- 2022)



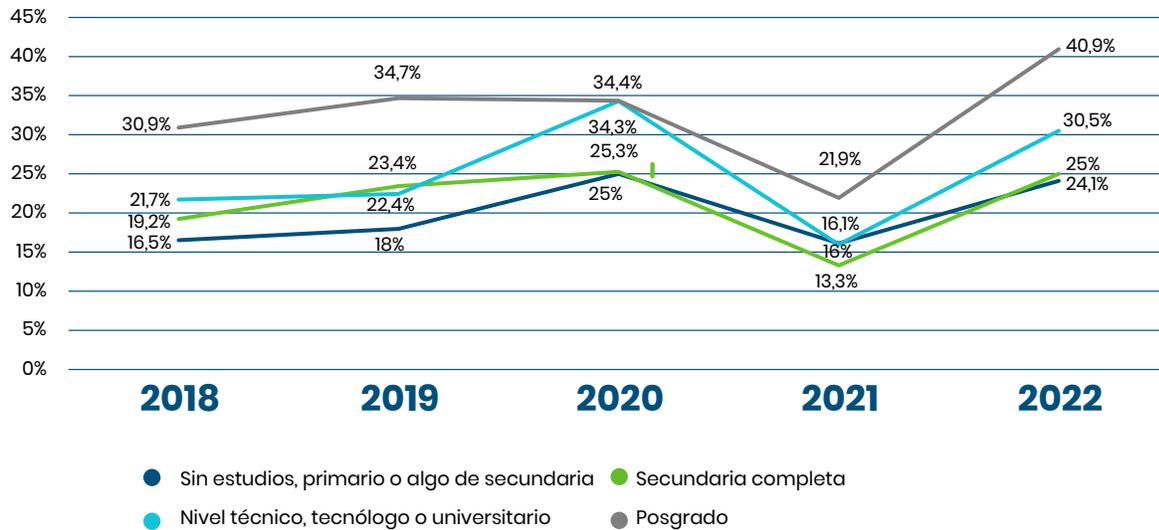
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Nivel educativo

En los últimos años la mayor propensión hacia la actividad empresarial naciente y nueva (TEA) la tienen las personas que reportan poseer un nivel educativo de posgrado (Gráfica 39). De hecho, algunos estudios demuestran que mayores niveles de estudio están relacionados positivamente con la actividad empresarial de un país. Incluso, recientemente, Moreno et al., (2022) comprobaron que la educación posterior al pregrado aumenta la probabilidad de iniciar actividades intraempresariales (emprendimiento corporativo).

Es pertinente mencionar que las tendencias son coherentes con los niveles de actividad empresarial previamente reportados. Lo interesante es observar las diferencias entre los niveles educativos.

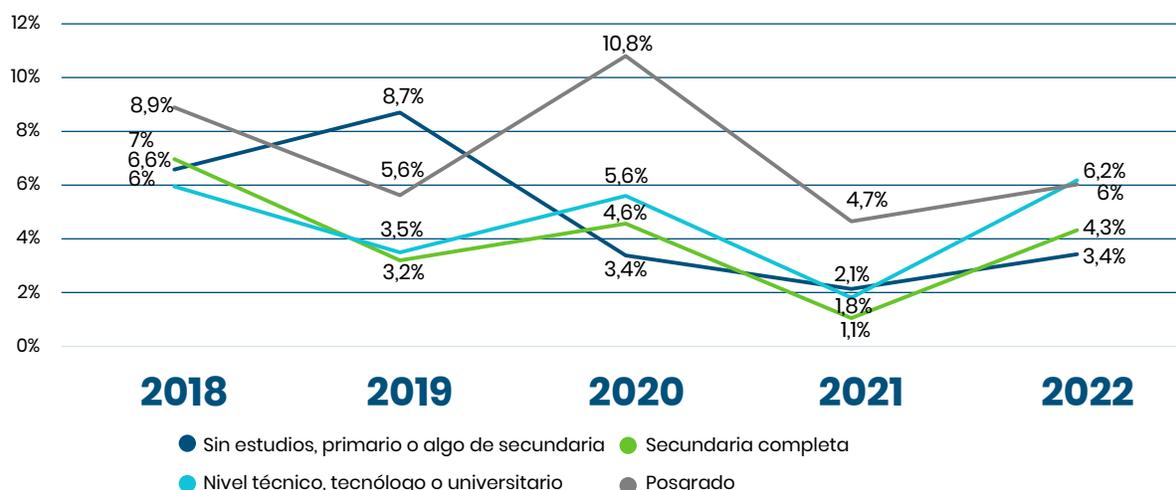
Gráfica 39. Propensión hacia la actividad empresarial TEA por nivel educativo en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

En los últimos tres años la mayor propensión hacia la actividad empresarial establecida (EBO) la muestran las personas que informan tener un nivel educativo de posgrado (Gráfica 40), aunque se observa que en el 2022 la propensión de posgrado es casi igual a la de educación superior (pregrado). En el último año la menor propensión tanto para TEA como para EBO la manifiesta el nivel educativo: sin estudios, primaria o algo de secundaria.

Gráfica 40. Propensión hacia la actividad empresarial EBO por nivel educativo en Colombia (2018 - 2022)

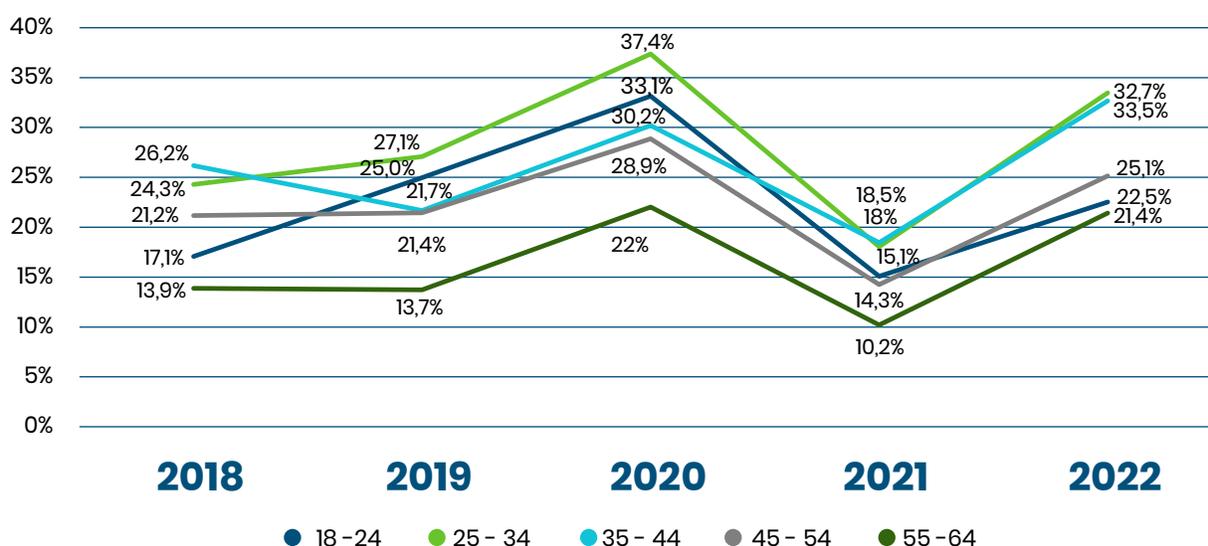


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Edad

La mayor propensión hacia la actividad empresarial naciente y nueva (TEA) la manifiestan históricamente las personas entre 25 y 34 años. Por otro lado, la menor propensión ocurre en el grupo de edad de 55 a 64 años, es decir, los llamados empresarios sénior o plateados que, aunque parecen ser minoría, realmente son un segmento importante que dinamiza la economía y que merece ser estudiado y atendido. De hecho, las tendencias demográficas indican un envejecimiento acelerado de la población global.

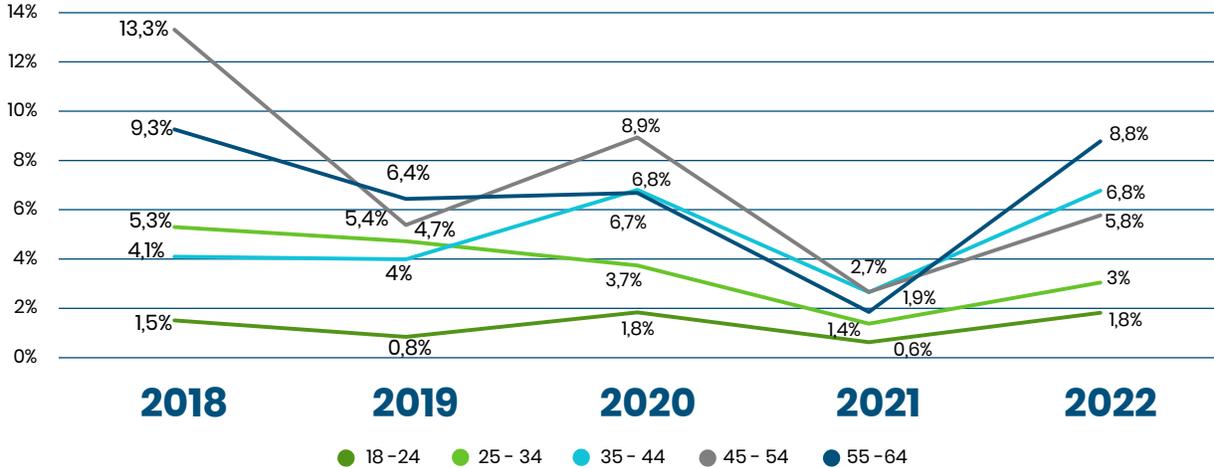
Gráfica 41. Propensión hacia la actividad empresarial TEA por grupo etario en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Lo anterior es ratificado al observar en el 2022 que los empresarios séniores o plateados (mayores de 55 años) son los que tienen la propensión más alta hacia la actividad empresarial establecida (EBO). El equipo GEM Colombia y la Fundación Saldarriaga Concha han desarrollado en el 2022 y el 2023 un estudio sobre actividad empresarial sénior que puede ser consultado en <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/colombia-2> o <https://gemcolombia.org/publicaciones/>

Gráfica 42. Propensión hacia la actividad empresarial EBO por grupo etario en Colombia (2018 - 2022)

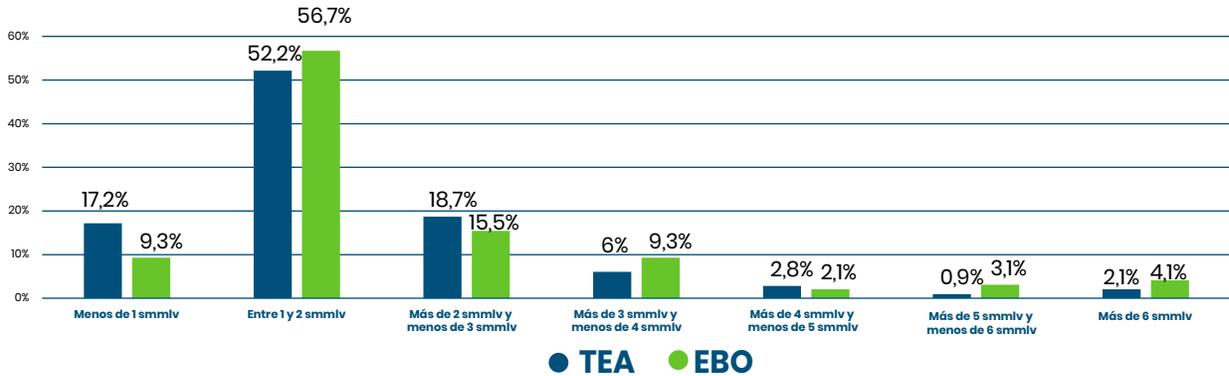


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Ingresos

Al indagar sobre los ingresos mensuales por hogar en los empresarios TEA y EBO, en ambos casos reportan con mayor frecuencia (más del 50%) ingresos mensuales entre uno y dos salarios mínimos que equivalen a 210 dólares de acuerdo con la Tasa Representativa del Mercado (TRM) de diciembre del 2022 (Gráfica 43).

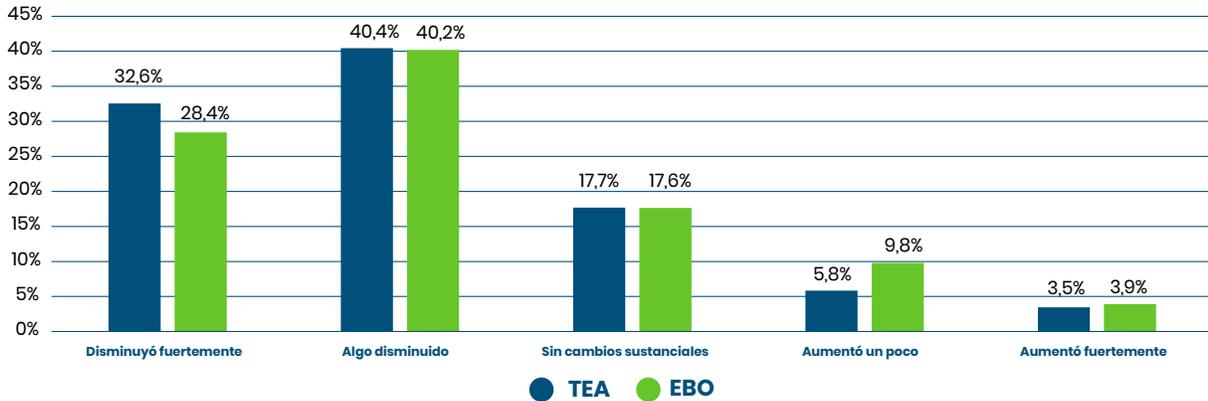
Gráfica 43. Porcentaje del nivel de ingresos económicos del hogar en empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

A pesar de que el mundo entero está en proceso de recuperación como secuela de las dificultades generadas por la pandemia, en el 2022, cerca del 70% de los empresarios TEA y EBO en Colombia reportaron que la pandemia de coronavirus ha llevado a que los ingresos de su hogar disminuyan significativamente o se reduzcan un poco.

Gráfica 44. Cambio en el nivel de ingresos económicos del hogar causados por la pandemia en empresarios TEA y EBO en Colombia (2022).



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Ocupación

En la Gráfica 45 se puede observar que más del 50% de los empresarios TEA y EBO afirman ser autoempleados. Sin embargo, un dato interesante es que cerca del 25% afirman ser empleados de tiempo completo seguido por menos del 10% que manifiestan ser empleados a tiempo parcial.

Gráfica 45. Ocupación laboral reportada por empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)

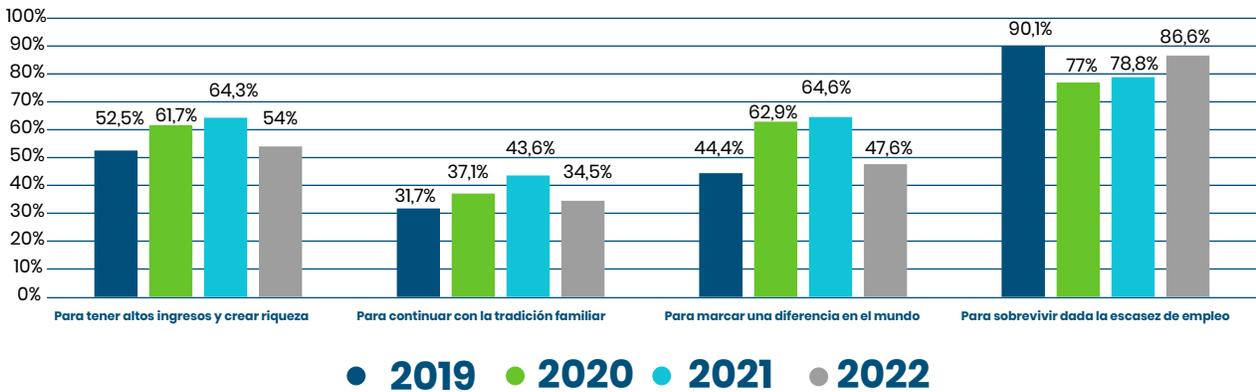


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Motivación

Hasta el 2018 en GEM se estudiaba la motivación de los empresarios en dos categorías: oportunidad y necesidad. Debido a dificultades para medir las motivaciones más profundas en la creación de empresa, a partir del 2019 estas motivaciones se estudian desde cuatro categorías: tener altos ingresos y crear riqueza, continuar con la tradición familiar, marcar una diferencia en el mundo y sobrevivir dada la escasez de empleo.

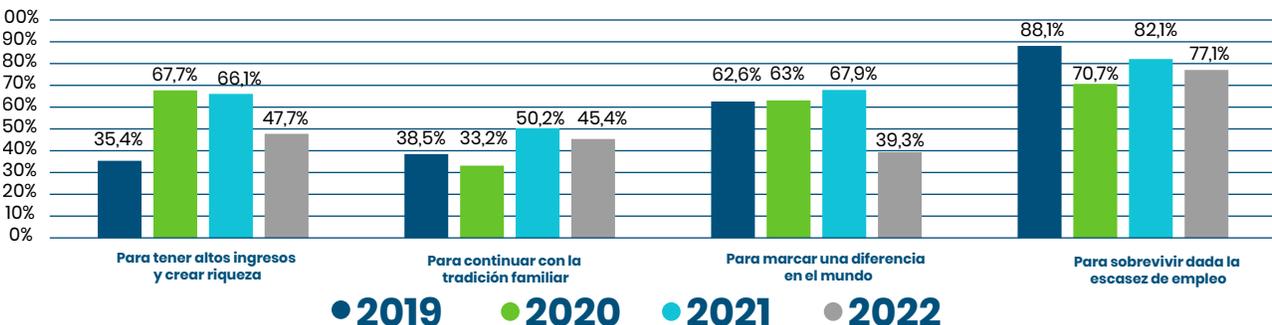
Gráfica 46. Motivación de los empresarios TEA en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

En los últimos cuatro años la mayoría de los empresarios TEA reconocen que la razón más importante para crear la empresa fue la necesidad de sobrevivir dada la escasez de empleo (Gráfica 46). De hecho, al analizar la tendencia del 2021 al 2022 esta categoría relacionada con la motivación por necesidad es la que muestra una tendencia creciente, en comparación con las demás. Esto indica que a pesar de los aumentos en la actividad empresarial temprana (TEA) en el país, gran parte de estas empresas o negocios no están basados en una verdadera oportunidad de mercado, sino en la necesidad de sobrevivir. Un caso similar ocurre al observar la situación para los empresarios establecidos (EBO) en Colombia (Gráfica 47).

Gráfica 47. Motivación de los empresarios EBO en Colombia (2019 - 2022)

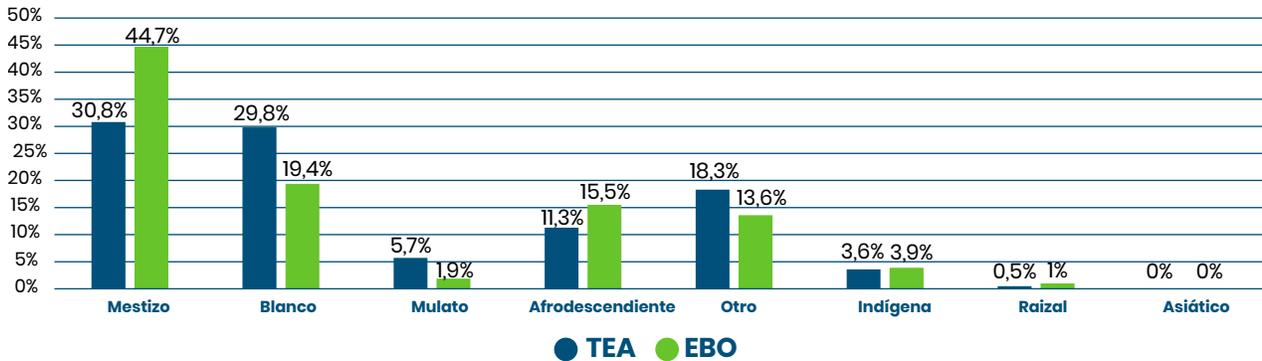


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Etnia

De acuerdo con la Gráfica 48 el 30,8% y el 29,8% de los empresarios TEA se consideran mestizos y blancos, respectivamente. En la misma línea, el 44,7% y el 19,4% de los empresarios EBO se consideran blancos. En la clasificación siguen las personas afrodescendientes, indígenas y las que se identifican con otro tipo de etnia no incluida en el estudio.

Gráfica 48. Origen étnico de los empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

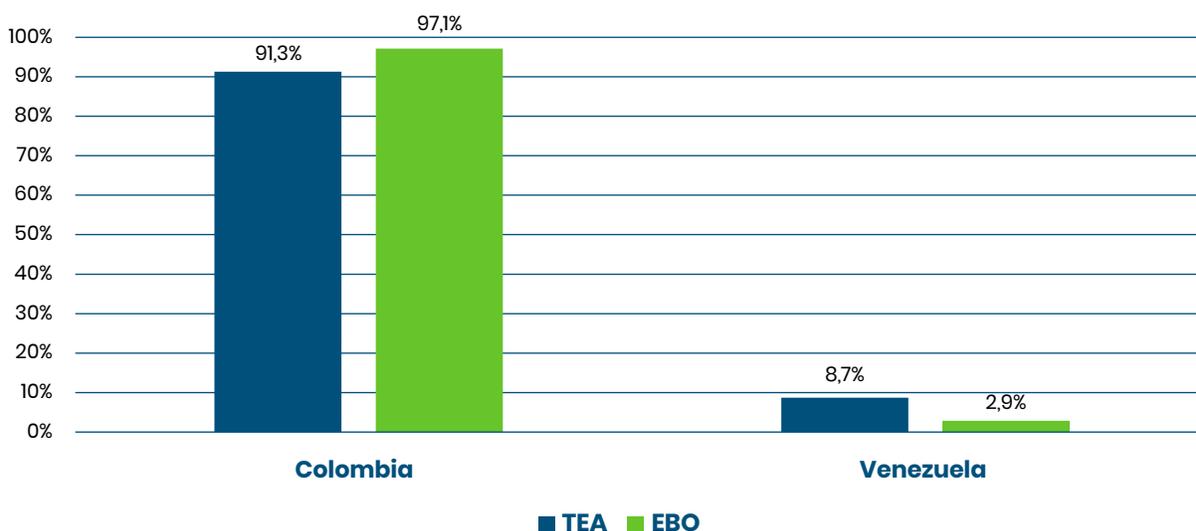
Nacionalidad

El 8,7% de los empresarios TEA y el 2,9% de los empresarios EBO son venezolanos. Ningún empresario reportó tener otra nacionalidad (Gráfica 49) lo cual hace evidente un campo de estudio que ha generado interés mundial en los últimos años: el emprendimiento en migrantes o “Immigrant Entrepreneurship”.

El Decreto 216 del 1 de junio de 2021 con vigencia de 10 años declara la adopción, por parte de Colombia, del Estatuto Temporal de Protección para Migrantes Venezolanos (ETPV) de la Agencia de la ONU para los refugiados. Esto permite que los migrantes venezolanos en Colombia entren en un Régimen de Protección Temporal que les permite estar de manera regular en el territorio nacional colombiano y acceder a múltiples beneficios. Algunos de los programas que han permitido fomentar el emprendimiento y fortalecimiento empresarial de los migrantes son:

- Migración Productiva, de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Hola Colombia INNpacta, de iNNpulsa Colombia, la Gerencia de Fronteras, la Embajada de Corea, Ashoka, la organización 2811 y la Universidad EAN, miembro del equipo GEM Colombia desde 2015.
- Emprendimientos Productivos para la Paz (Empropaz), de Bancamía, la Fundación Microfinanzas BBVA, la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y la Corporación Mundial de la Mujer Medellín.

Gráfica 49. Nacionalidad de los empresarios TEA y EBO en Colombia (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Capítulo 6

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS EN COLOMBIA

Sectores económicos

Empleos que generan actualmente

Perspectivas de generación de empleo en cinco años

Orientación Internacional

Clientes en el exterior

Ventas en el exterior

Registro empresarial en cámaras de comercio

Fuentes de financiamiento al momento de iniciar

Novedad de productos y servicios ofrecidos por las empresas

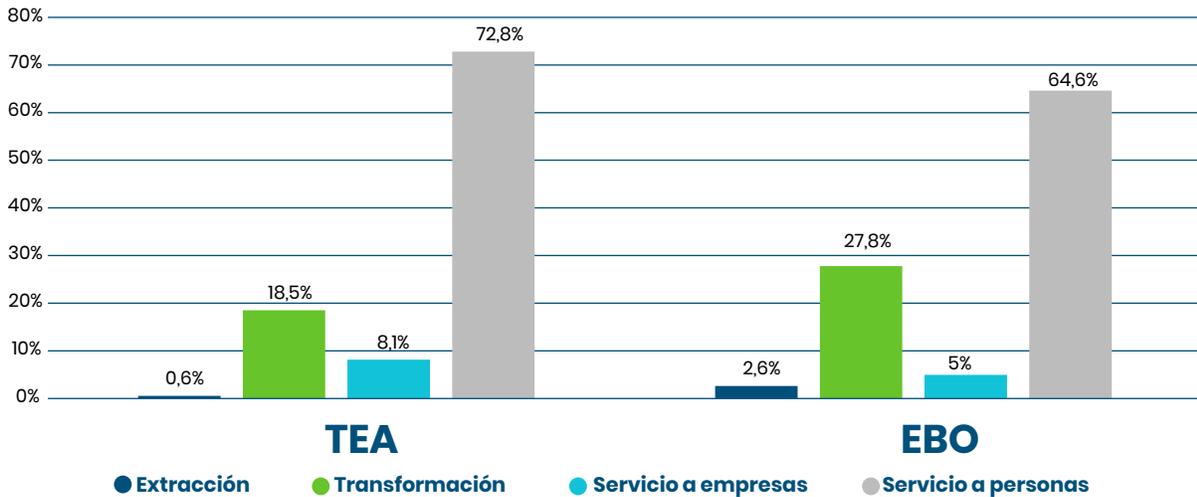
Novedad de tecnologías y procesos implementados por las empres



Sectores económicos

La mayoría de las empresas TEA y EBO en Colombia se encuentran en el sector económico de servicios a personas seguido por el sector de transformación (Gráfica 50). Al indagar sobre la clasificación de industrias, cerca de la mitad de las empresas están en el sector del comercio al por menor, hoteles y restaurantes; seguido por la industria de manufactura y la industria que agrupa los servicios de administración pública, sanidad, educación y servicios sociales.

Gráfica 50. Sectores económicos TEA y EBO en Colombia (2022)



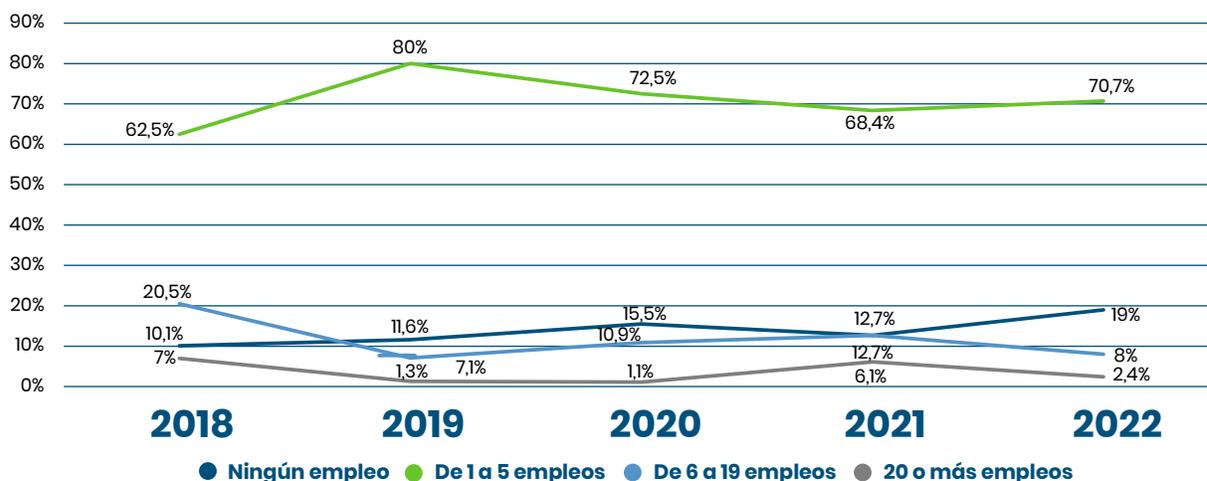
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Empleos que generan actualmente

En GEM se indaga con los empresarios ¿Cuántas personas, sin contar a los propietarios, pero incluyendo a subcontratados exclusivos, están trabajando? Los subcontratados exclusivos son personas o negocios que están trabajando exclusivamente para el negocio, es decir, no trabajan para otros al mismo tiempo.

En los últimos cinco años más del 60% de los empresarios TEA han afirmado generar de uno a cinco empleos. En la misma línea, menos del 10% de los empresarios TEA afirman tener 20 o más empleados. Un dato importante es que el hecho de no generar ningún empleo actualmente ha crecido del 2021 al 2022 en cerca de seis puntos porcentuales (Gráfica 51).

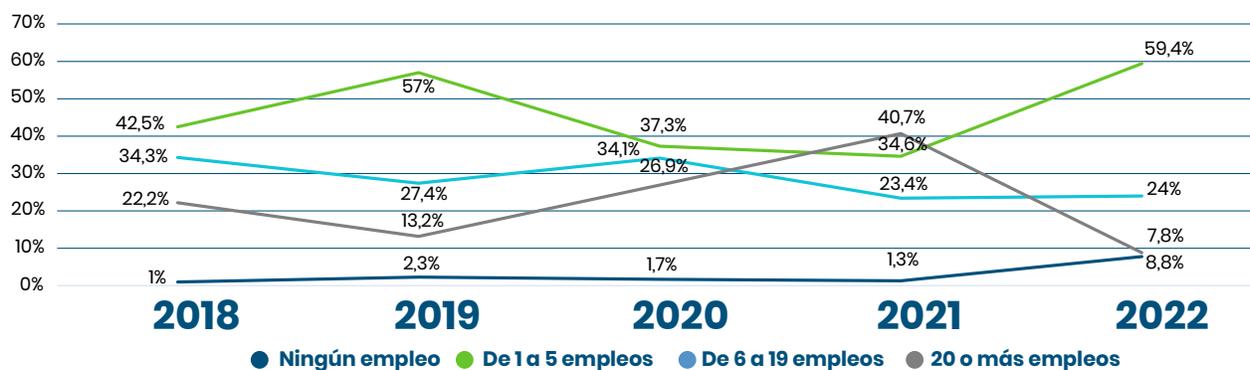
Gráfica 51. Empleos generados actualmente por los empresarios TEA en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

En los últimos cinco años, más del 50% de los empresarios EBO han afirmado generar de uno a cinco empleos. En el 2020, el 13,9% afirmaba tener 20 o más empleados, pero en el 2022 este porcentaje bajó a 3,9%. Sin embargo, la generación de empleo por parte de las empresas EBO indica una situación más positiva que en las empresas TEA (Gráfica 52).

Gráfica 52. Empleos generados actualmente por los empresarios EBO en Colombia (2018 - 2022)



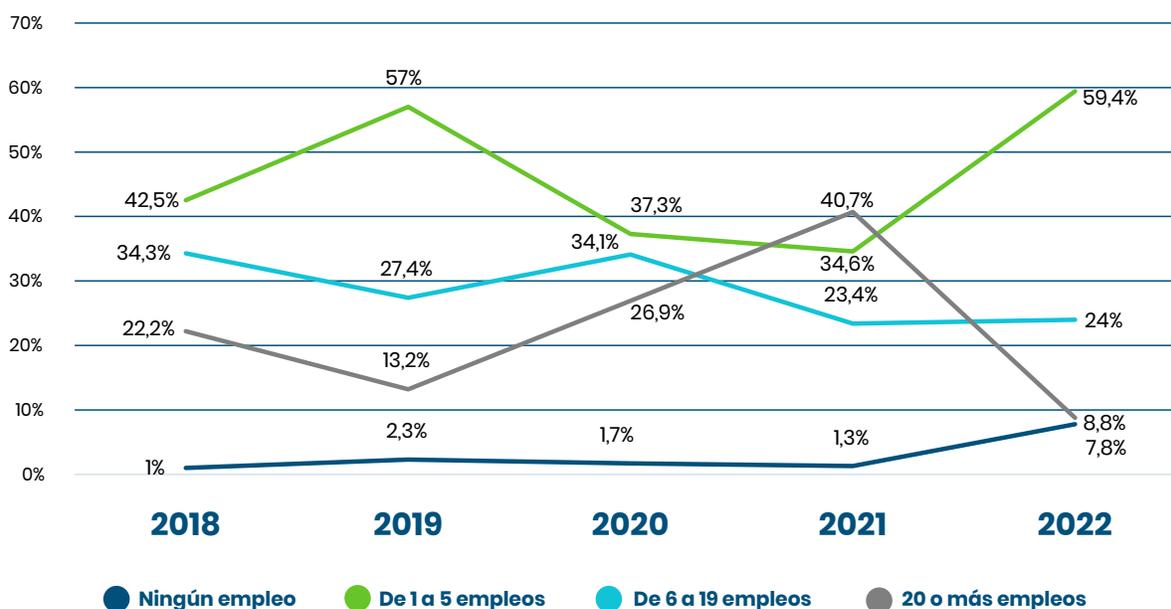
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Perspectivas de generación de empleo en cinco años

Las expectativas de crecimiento respecto a la generación de empleo son importantes; y por ello, en GEM se les pregunta a los empresarios TEA y EBO ¿Cuántas personas, sin contar a propietarios, incluyendo a los empleados actuales y futuros, piensa que trabajarán en este negocio/empresa dentro de cinco años a partir de ahora?

Según la Gráfica 53 en el 2022 en las empresas TEA se observa una expectativa creciente de generar de uno a cinco empleos en cinco años y una expectativa decreciente de generar 20 a más empleos. Además, del 2021 al 2022 se observa un leve incremento de 6.5 puntos porcentajes sobre los que no esperan generar empleo alguno.

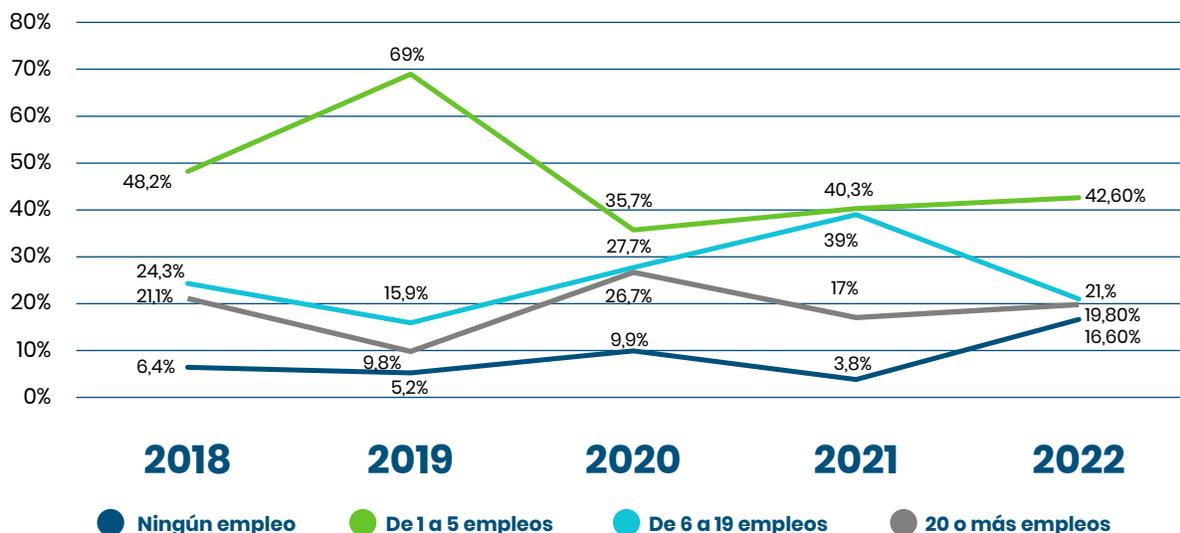
Gráfica 53. Empleos que esperan generar los empresarios TEA en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

En el caso de las empresas EBO se observa una marcada tendencia creciente de 13 puntos porcentuales de 2021 a 2022, lo cual denota unas expectativas más bajas que en el caso de las empresas TEA. Además, se capta una disminución en el porcentaje de empresas que espera generar en cinco años de seis a 19 empleos. Las demás categorías han permanecido estables los dos últimos años (Gráfica 54).

Gráfica 54. Empleos que esperan generar los empresarios EBO en Colombia (2018 - 2022)



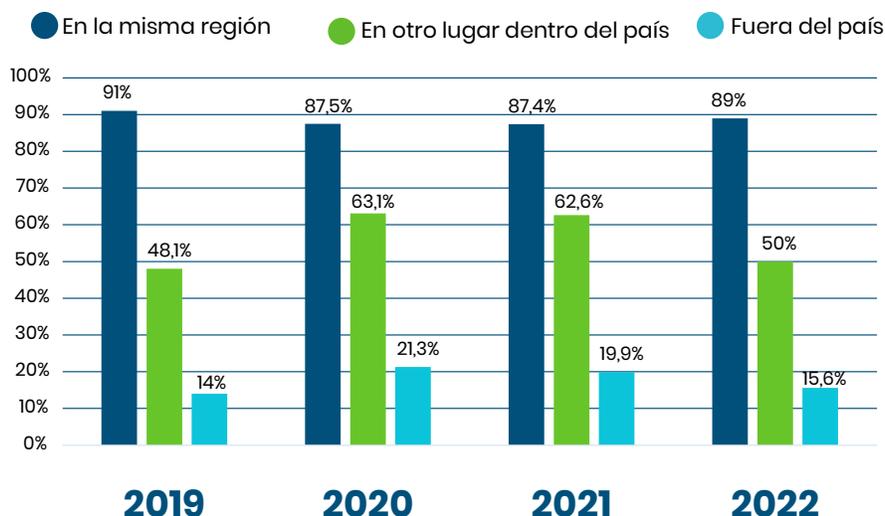
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Orientación Internacional

Clientes en el exterior

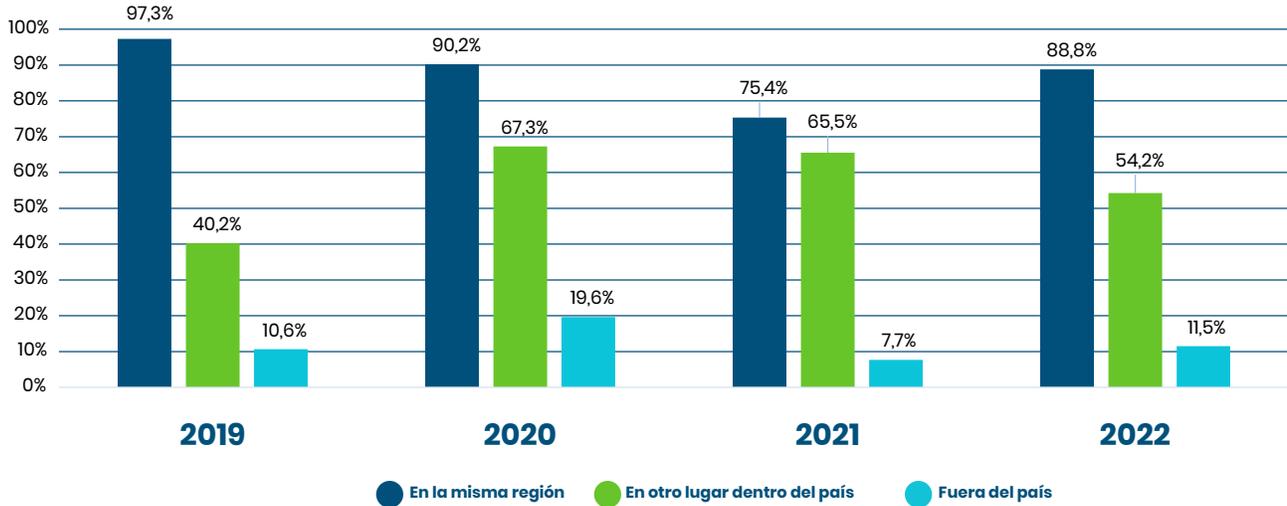
A partir del 2019 se incluyó esta pregunta. Por ello, no hay datos disponibles para años anteriores. La mayoría de las empresas afirma que sus clientes viven en la misma región. En el caso de las TEA cerca del 90% y en el de las EBO fluctúa entre el 75.4% en el 2021 y el 97.3% en el 2019. Sin embargo, en todos los años se puede observar que, de un 10% a un 20% de las empresas, tienen clientes que viven fuera de Colombia (Gráficas 55 y 56).

Gráfica 55. Orientación internacional (clientes) en empresarios TEA en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

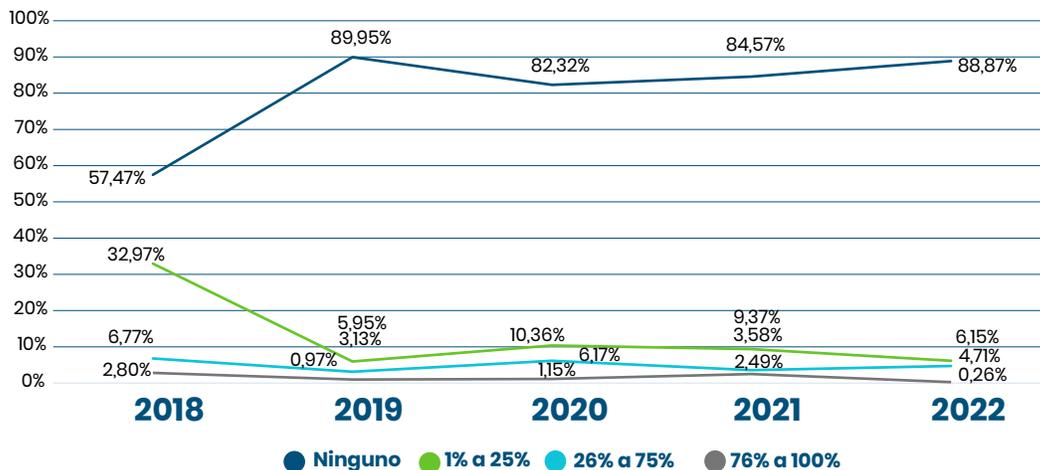
Gráfica 56. Orientación internacional (clientes) en empresarios EBO en Colombia (2019 - 2022)



Ventas en el exterior

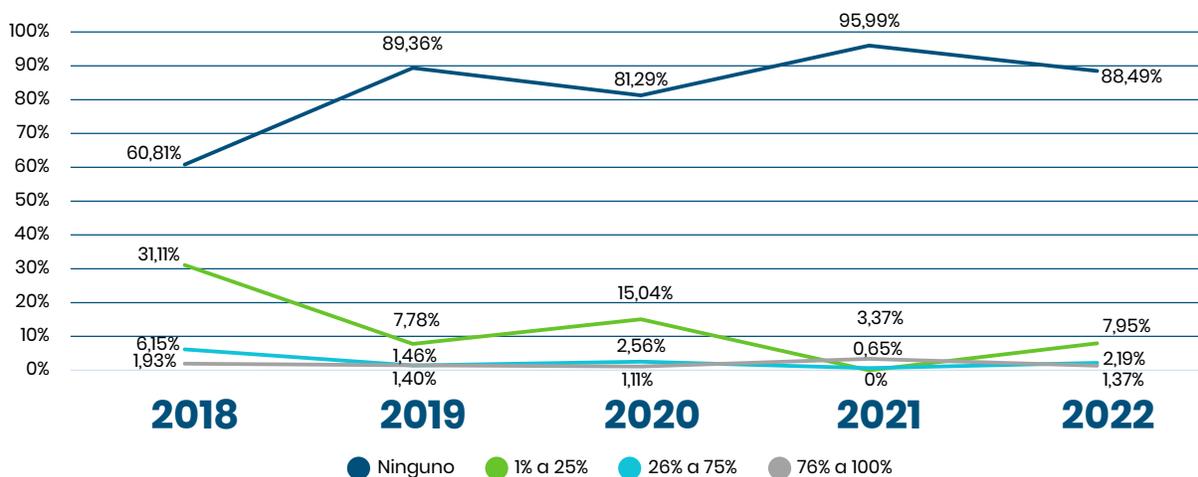
Otro enfoque para medir la internacionalización que GEM usa es sobre el porcentaje de ingresos de las ventas que provienen de sus clientes que viven en el exterior. Tanto en empresas TEA como EBO, más del 50% afirma no tener ingresos de clientes que viven en el exterior. En el caso de las empresas TEA, las demás categorías presentan comportamientos estables desde el 2019 y en el caso de las empresas EBO, se observa un incremento en la categoría del 1% al 25% del 2021 al 2022 lo cual es positivo (Gráficas 57 y 58).

Gráfica 57. Orientación internacional (ingresos por ventas) en empresarios TEA en Colombia (2018 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Gráfica 58. Orientación internacional (ingresos por ventas) en empresarios EBO en Colombia (2018 - 2022)

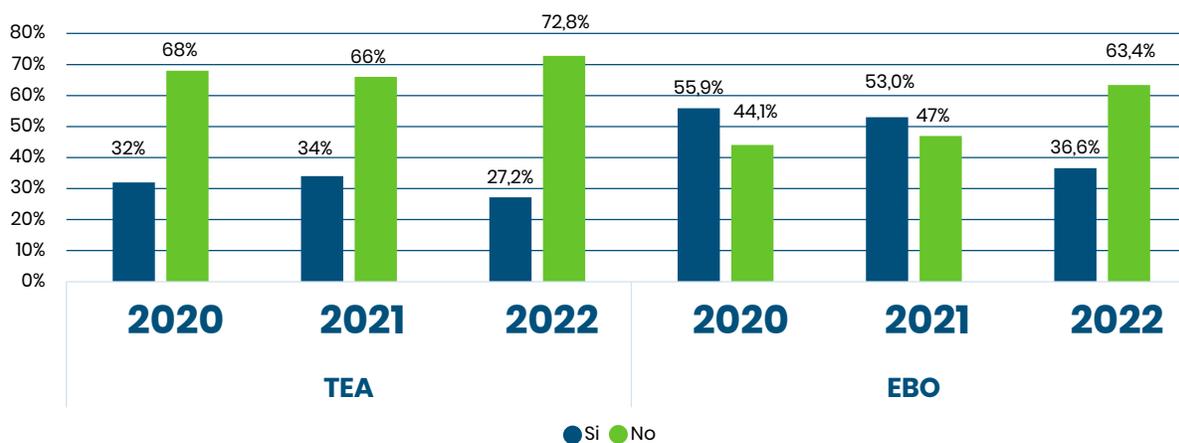


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Registro empresarial en cámaras de comercio

Según la Gráfica 59 se observa tanto en empresas TEA como EBO una tendencia decreciente en el registro empresarial en cámaras de comercio. Es preocupante que, en el 2022, el 72.8% de empresas TEA y el 63.4% de empresas EBO no estén registradas formalmente en alguna de las cámaras de comercio. Según el DANE (2022) entre agosto y octubre de 2022 la proporción de ocupados informales fue de 58%, lo que significó una disminución de 1,8 puntos porcentuales frente al mismo trimestre del año anterior 2021 (59,9%).

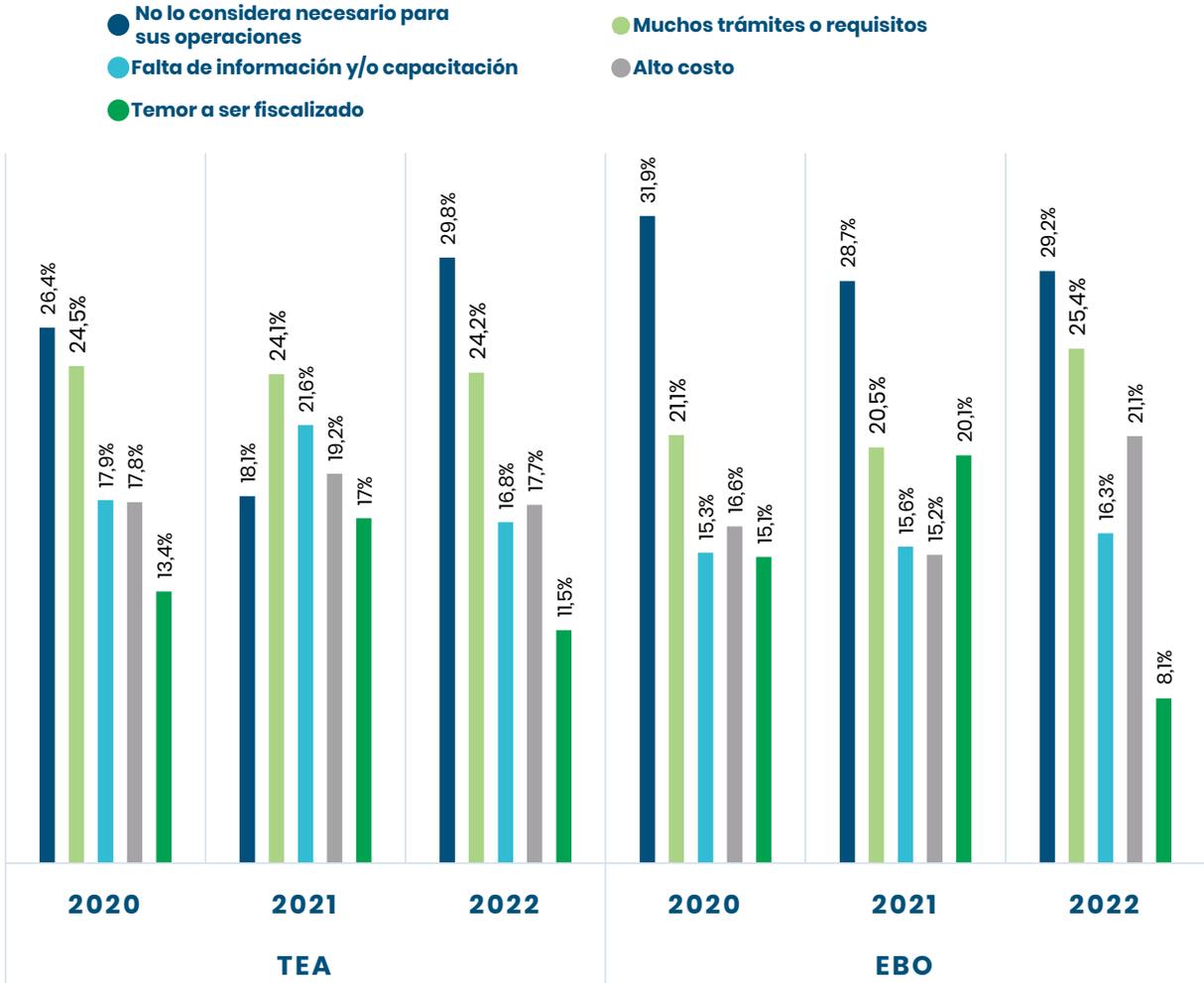
Gráfica 59. Formalización TEA y EBO en Colombia (2020 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Al explorar la razón por la cual las empresas no se han registrado en las cámaras de comercio, la principal razón en los últimos años tanto en TEA como en EBO es el hecho de no considerarlo necesario para las operaciones y la razón secundaria es el exceso de trámites o requisitos. Solo en 2021 para las empresas TEA se reportaron como razones el exceso de trámites o requisitos y la falta de información y/o capacitación (Gráfica 60).

Gráfica 60. Razones para la no formalización TEA y EBO en Colombia (2020 - 2022)

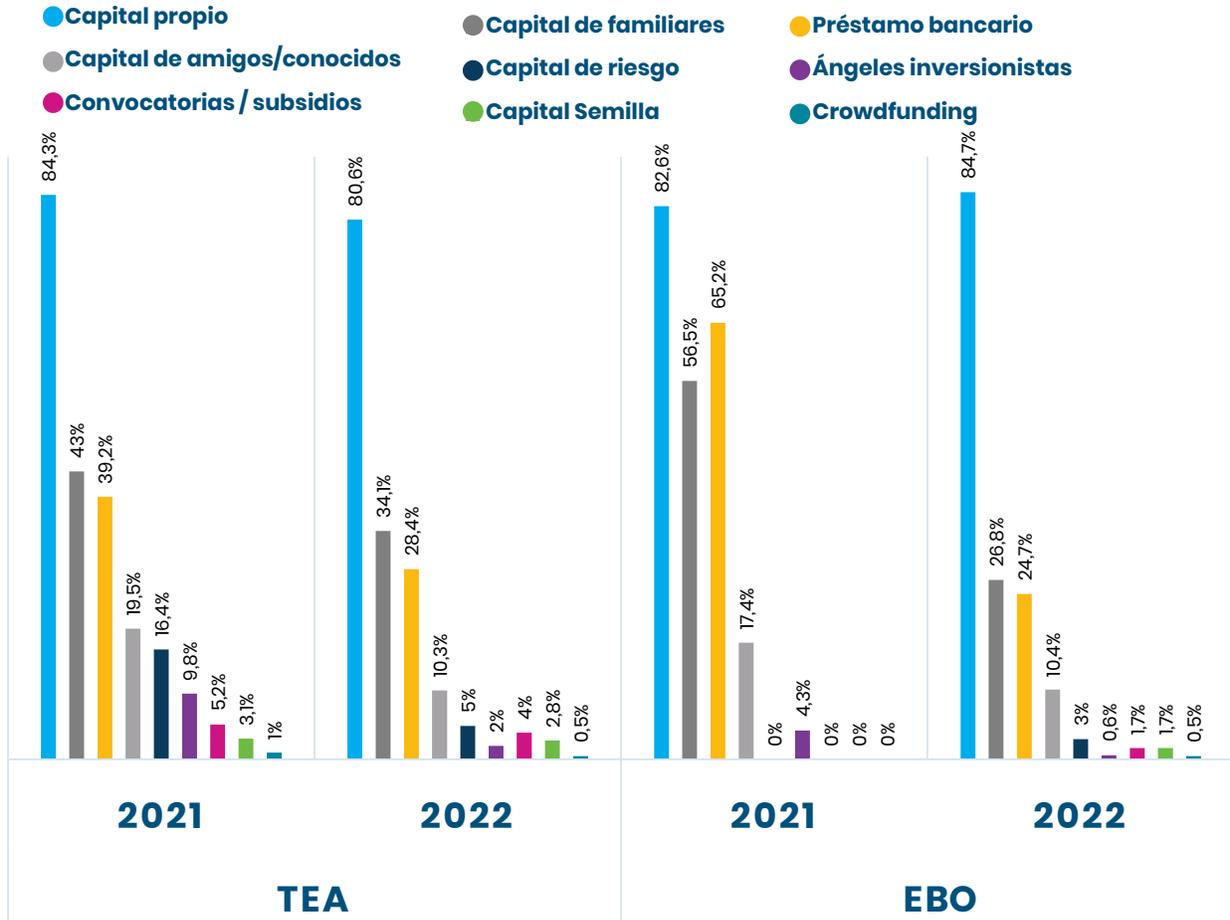


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Fuentes de financiamiento al momento de iniciar

Tradicionalmente el capital propio, el capital de familiares y el préstamo bancario son las fuentes de financiación a las que más acceden los empresarios TEA y EBO en Colombia. También, los subsidios públicos, el capital de riesgo, los ángeles inversionistas y el *crowdfunding* (microfinanciación colectiva) siguen siendo fuentes poco utilizadas por los empresarios colombianos al momento de crear su negocio (Gráfica 61).

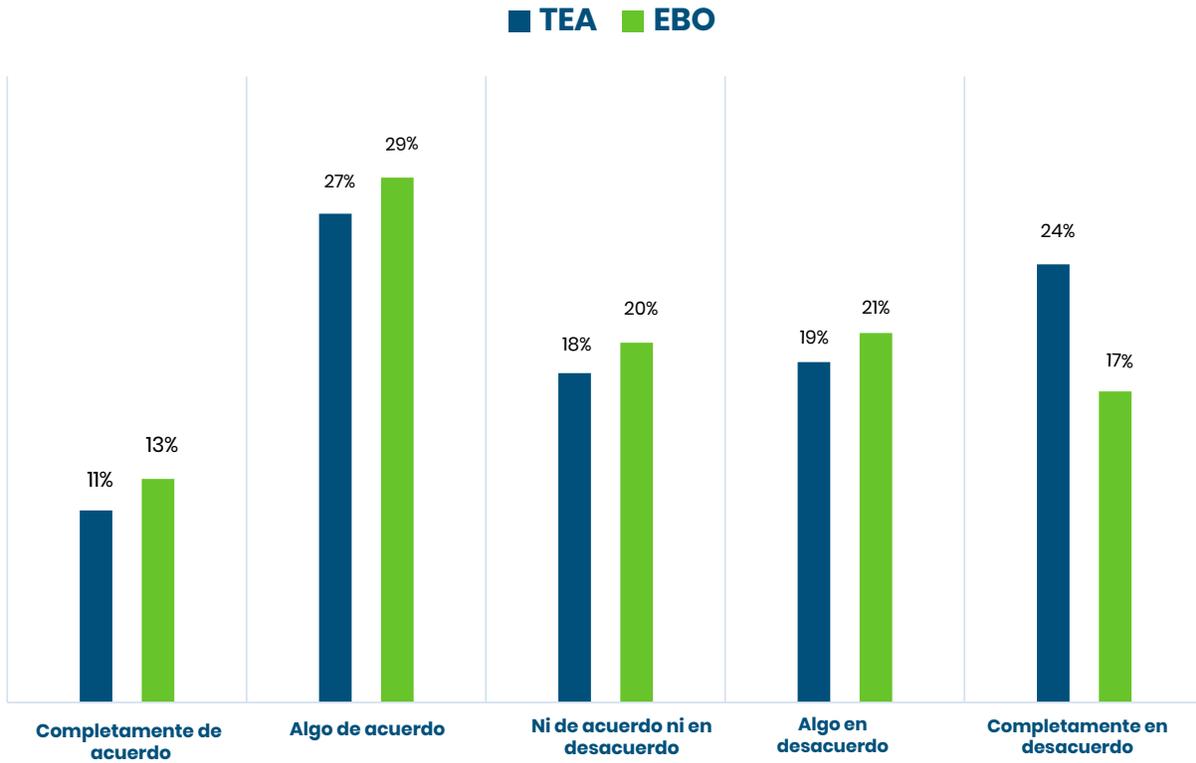
Gráfica 61. Fuentes de financiación temprana usadas por empresarios TEA y EBO en Colombia (2021 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Según la Gráfica 62, al indagar en los empresarios TEA y EBO en Colombia si perciben que en los últimos dos años se han generado más facilidades de acceso a financiamiento e inversión, el 38% de los empresarios TEA y el 42% de los empresarios EBO afirman estar de acuerdo (ya sea completa o parcialmente).

Gráfica 62. Percepción sobre el mejoramiento del acceso a financiamiento e inversión empresarial en Colombia (2022)

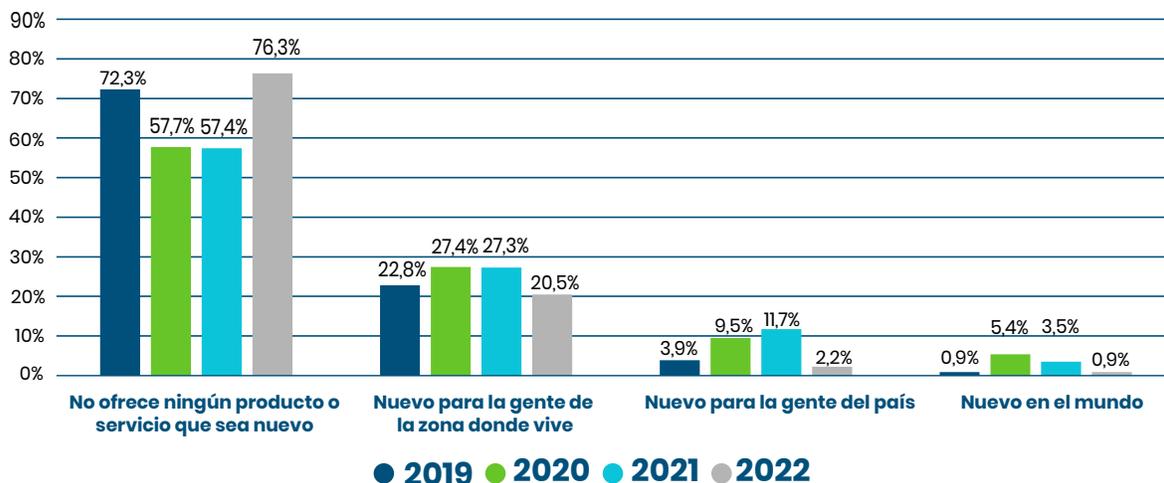


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Novedad de productos y servicios ofrecidos por las empresas

En GEM se indaga a los empresarios si ofrecen productos o servicios nuevos para la gente de la zona donde viven, de Colombia, o de todo el mundo. Esta pregunta se incluyó en GEM desde el 2019. La mayoría de las empresas TEA no ofrecen productos nuevos (76,3%). De hecho, lo más preocupante es que este porcentaje aumento casi 20 puntos del 2021 al 2022 (Gráficas 63).

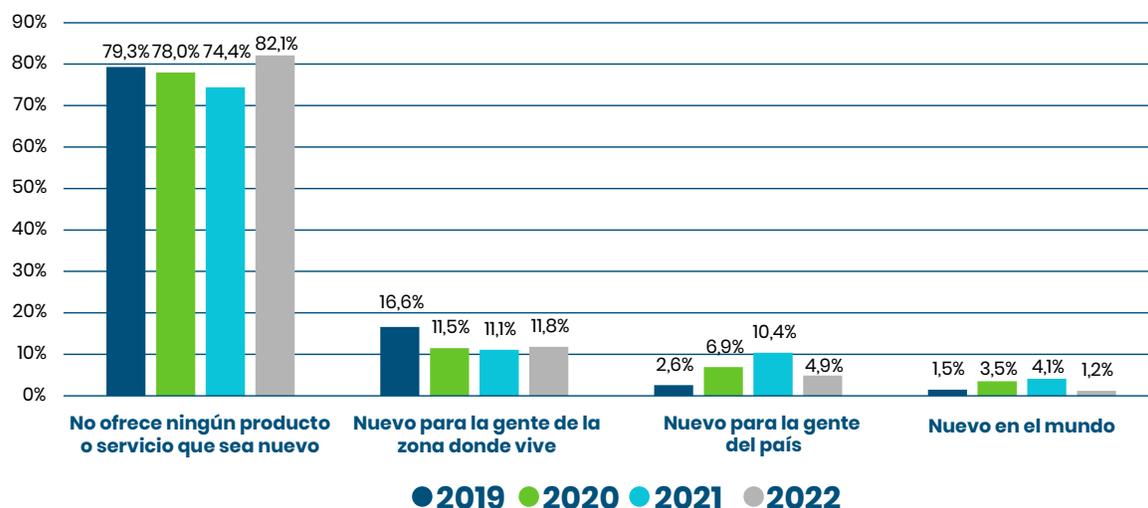
Gráfica 63. Novedad en productos o servicios TEA en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

En el caso de las empresas EBO la situación es similar, el 82,1% manifestaron que no ofrecen productos o servicios nuevos y aunque este porcentaje es mayor al de las empresas TEA, el aumento entre el año 2021 y el 2022 fue menor, del 7,7% (Gráfica 64).

Gráfica 64. Novedad en productos o servicios ofrecidos EBO en Colombia (2019 - 2022)



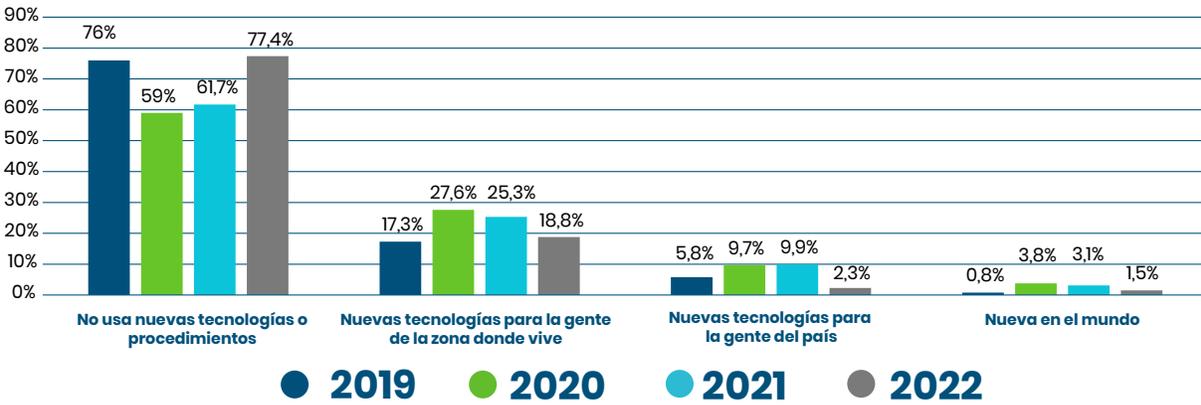
Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Novedad de tecnologías y procesos implementados por las empresas

En GEM se pregunta a los empresarios nacientes y nuevos (TEA) y a los empresarios establecidos (EBO) si alguna de las tecnologías o procedimientos utilizados para producir sus productos o servicios ¿es nueva para la gente de la zona donde usted vive, para la gente de todo el país o para todo el mundo?

Durante todos los años de medición del GEM en Colombia la mayoría de las empresas tanto TEA como EBO, afirman no usar tecnologías de punta o tecnologías que sean nuevas en el mundo o en el país (Gráfica 65).

Gráfica 65. Novedad de tecnologías o procesos TEA en Colombia (2019 - 2022)

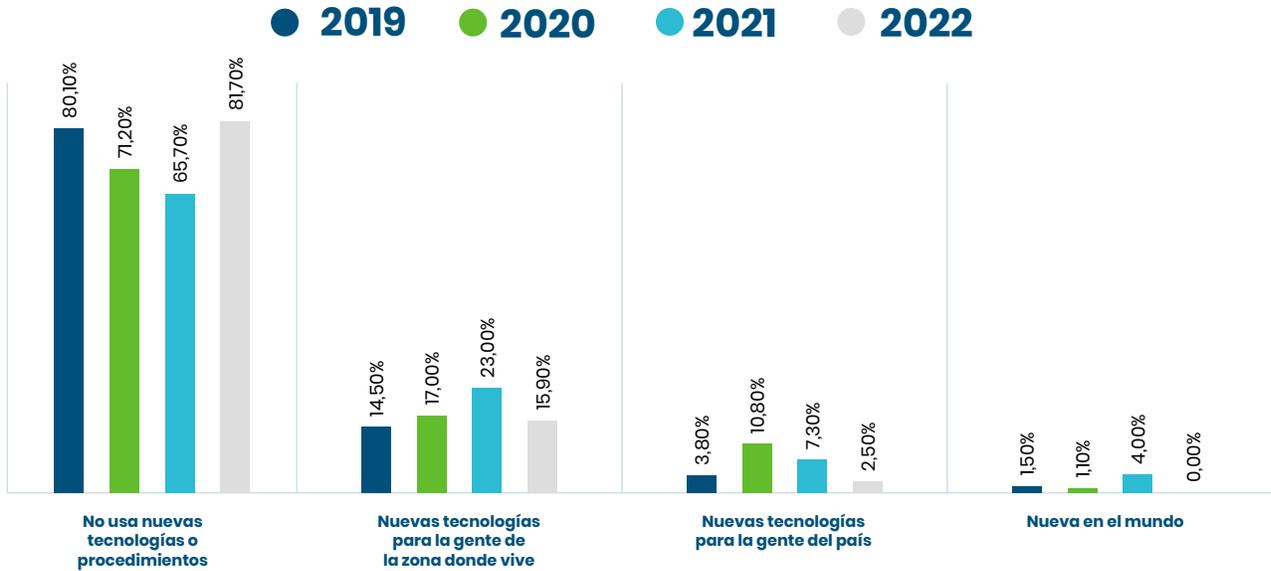


Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Según la Gráfica 66 en las empresas EBO se puede observar que, del 2019 al 2021, el uso de tecnologías novedosas estaba empezando a crecer, mientras que en el 2022 comienza a disminuir.

Para el DANE en noviembre del 2022 la inflación fue del 12,53%, es decir, 7,27 puntos porcentuales más que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue del 5,26%. Esta inflación exige a los empresarios colombianos nuevas formas de pensar y actuar estratégicamente, por lo que resulta poco alentadora la situación que muestran las empresas colombianas respecto a la novedad de productos, servicios, procesos y tecnologías.

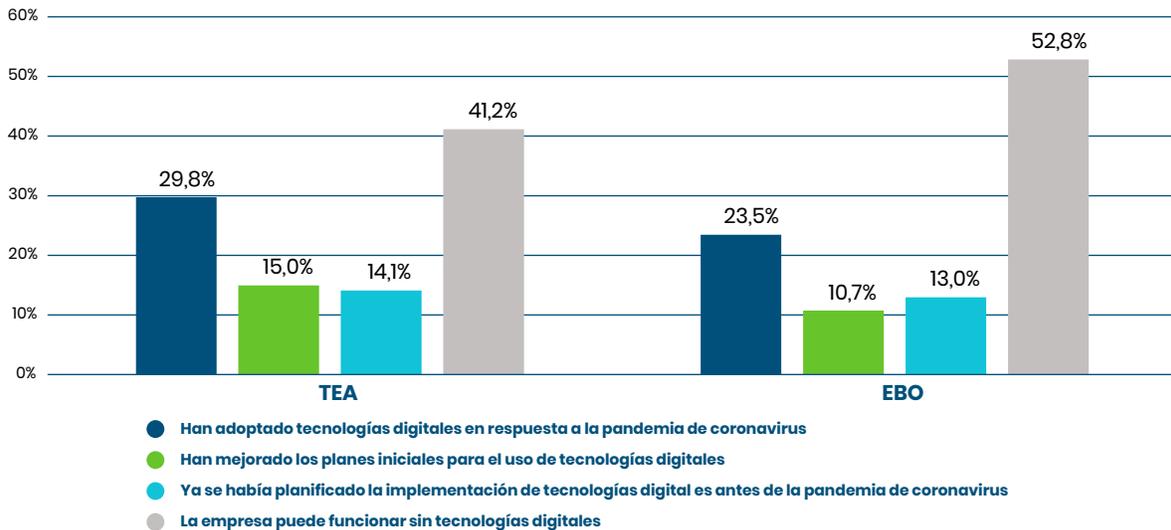
Gráfica 66. Novedad de tecnologías o procesos EBO en Colombia (2019 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Respecto a la transformación digital (Gráfica 67), en el 2022 se indagó si los negocios en Colombia, en respuesta a la pandemia, habían hecho algún cambio en el uso de tecnologías digitales para la venta de sus productos o servicios. Solo el 29,8% de las empresas TEA y el 23,5% de las empresas EBO afirmaron que sí adoptaron tecnologías digitales nuevas en respuesta a la pandemia, aunque el 41,2% de las empresas TEA y el 52,8% de las empresas EBO afirmaron no necesitar tecnologías digitales para su correcto funcionamiento.

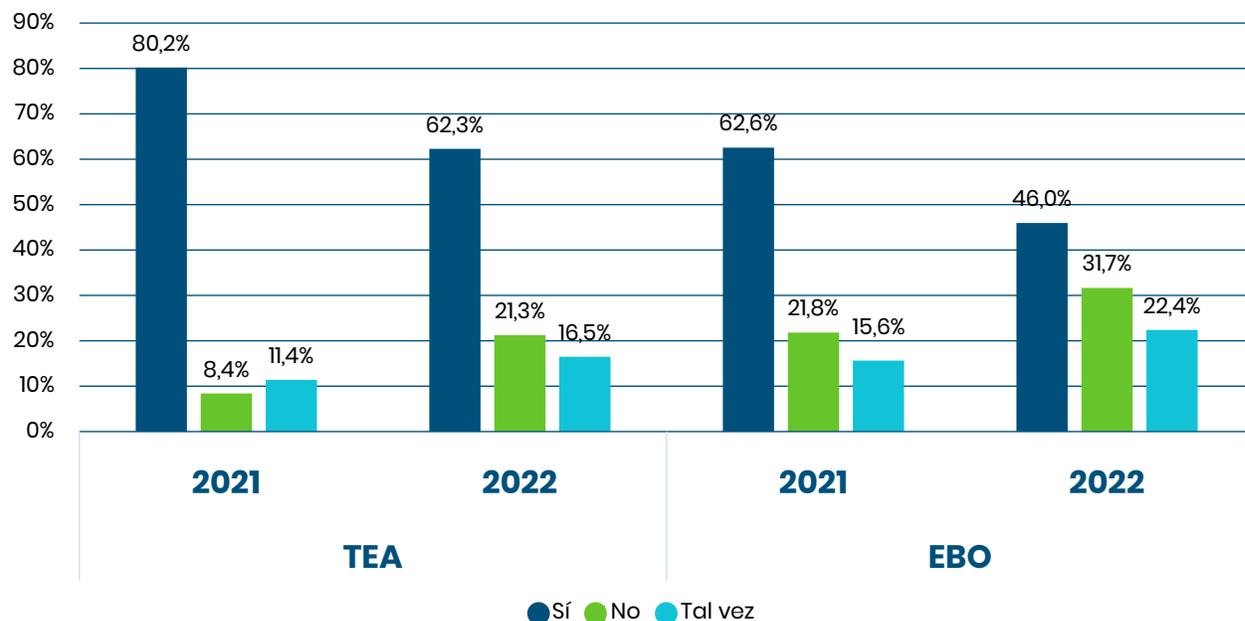
Gráfica 67. Uso de nuevas tecnologías como respuesta a la pandemia en Colombia (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

De hecho, las expectativas de incorporación de nuevas tecnologías en el negocio han disminuido del 2021 al 2022 (Gráfica 68) pasando del 80,2% al 62,3% en TEA y del 62,6% al 46% en EBO en Colombia.

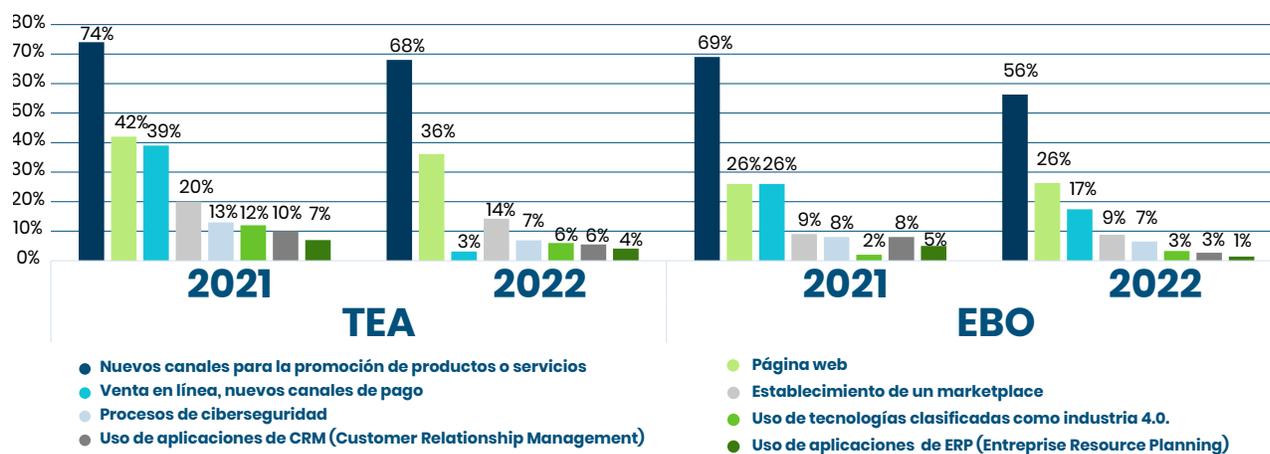
Gráfica 68. Expectativas de uso de nuevas tecnologías en seis meses en Colombia (2021 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Cuando se indaga sobre el tipo de transformaciones digitales que las empresas han implementado en los últimos dos años, la mayoría menciona a los nuevos canales para la promoción de sus productos o servicios, seguido por el uso de páginas web (Gráfica 69).

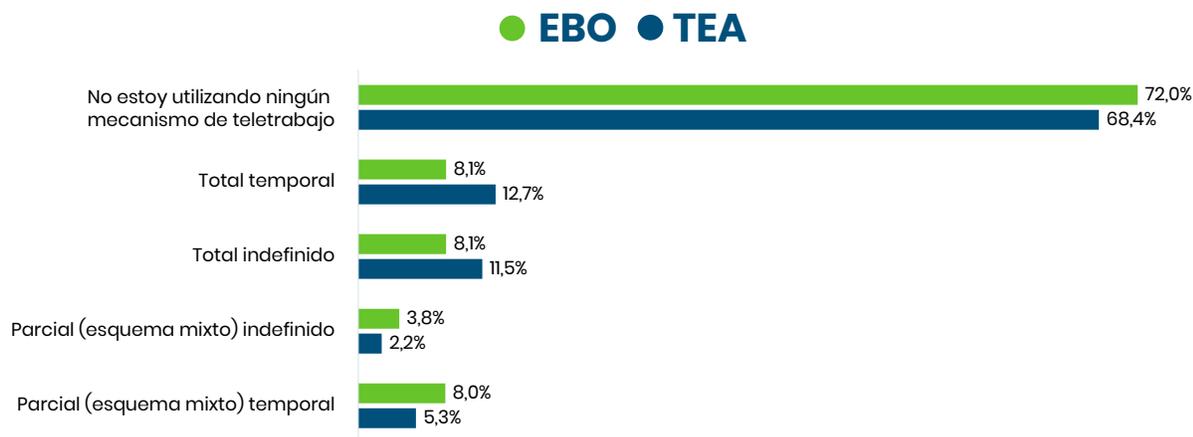
Gráfica 69. Tipo de transformación digital en Colombia (2021 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

La pandemia también impuso nuevas dinámicas de trabajo entre estas el teletrabajo, sin embargo, los resultados de GEM 2022 muestran que esta alternativa no está siendo muy explorada por los empresarios TEA Y EBO.

Gráfica 70. Mecanismos de teletrabajo implementados por empresarios TEA y EBO (2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS



Capítulo 7

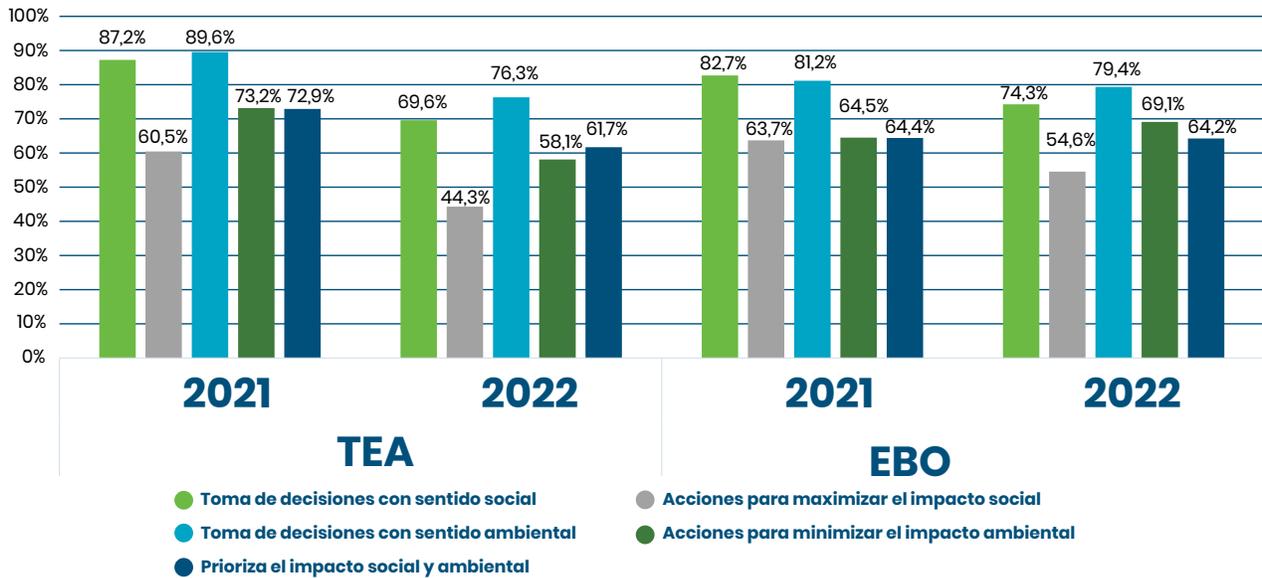
ACTIVIDAD EMPRESARIAL SOSTENIBLE



ACTIVIDAD EMPRESARIAL SOSTENIBLE

Respecto a las decisiones que toman los empresarios TEA y EBO en Colombia, del 2021 al 2022 se observa una tendencia decreciente en el hecho de tomar decisiones con sentido social y ambiental. A pesar de esta caída, cerca del 60% de ellos afirman que tienen en cuenta el impacto social y ambiental en sus decisiones y que, además, ejecutan acciones para maximizar el impacto social y minimizar el ambiental. Más del 60% de los empresarios considera que prioriza en las operaciones del negocio el impacto social y ambiental, manteniéndose estable dicho porcentaje en el 2021 y el 2022 para todos los empresarios TEA y EBO en Colombia (Gráfica 71). En el 2022 son más los empresarios que afirman implementar acciones para minimizar el impacto ambiental en comparación con el social.

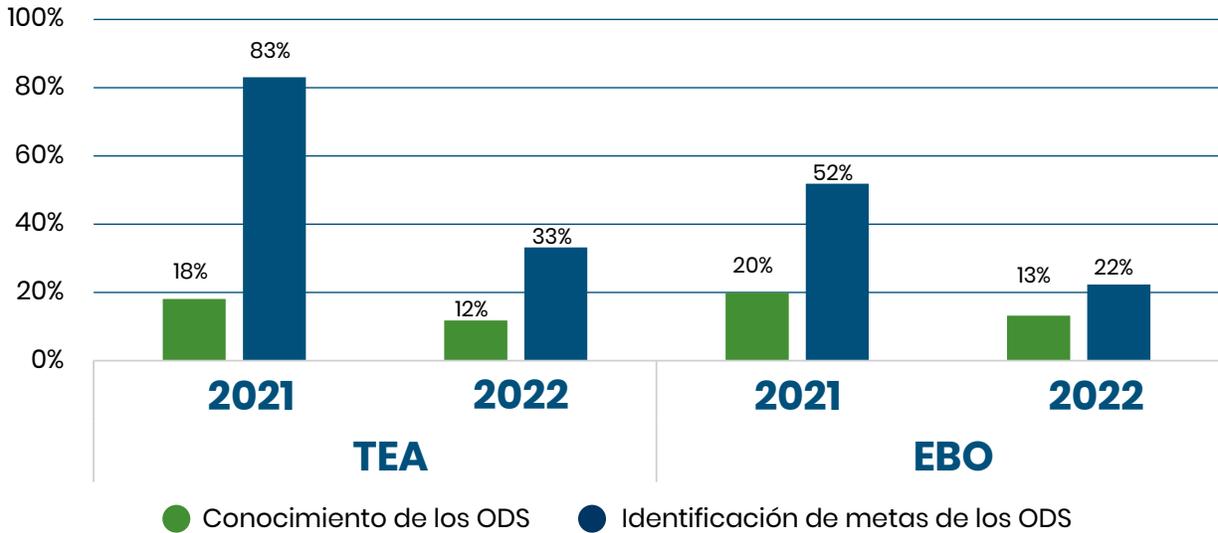
Gráfica 71. Percepciones sobre ODS en empresarios TEA y EBO en Colombia (2021 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Cuando se indaga en los empresarios el nivel de conocimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la identificación de metas asociadas con cada objetivo, se nota una aparente incoherencia en donde los empresarios afirman identificarse con las metas, pero afirman no conocer los ODS. Un dato interesante tanto para TEA como para EBO es que la identificación de metas de los ODS bajó drásticamente del 2021 al 2022 así: en TEA casi 50 puntos porcentuales y en EBO casi 30 puntos porcentuales. En cambio, el conocimiento de los ODS se ha mantenido estable con porcentajes que oscilan del 12% al 20%.

Gráfica 72. Conocimiento de los ODS versus identificación de metas en empresarios TEA y EBO en Colombia (2021 - 2022)



Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la APS

Los expertos nacionales también evalúan aspectos relacionados con los ODS y la actividad empresarial en las dimensiones social, cultural, económica y ambiental. Todos los enunciados son valorados en una escala de 0 a 10 donde 10 representa estar completamente de acuerdo.

Respecto a la dimensión social, los expertos están medianamente de acuerdo en que las empresas nuevas y en crecimiento están priorizando cada vez más su contribución social en lugar de centrarse únicamente en la creación de beneficios y riqueza, y que también están integrando principios de responsabilidad social en sus operaciones comerciales y productivas. Además, piensan que los inversionistas están particularmente interesados en financiar nuevas empresas que se enfoquen en la responsabilidad social.

Con relación a la dimensión económica, los expertos no creen que las empresas nuevas y en crecimiento ven el pago de impuestos como parte de su responsabilidad social. Además, están medianamente de acuerdo en que los inversionistas y las partes interesadas (grupos de interés) están satisfechos con el rendimiento económico de las empresas en las que han invertido. Finalmente, los expertos consideran no estar muy de acuerdo con el hecho de que las empresas nuevas y en crecimiento, fundadas por miembros de grupos minoritarios, tienen las mismas oportunidades económicas que el resto de las empresas nuevas.

Acerca de la dimensión ambiental, los expertos están medianamente de acuerdo en que la mayoría de las empresas nuevas y en crecimiento implementan prácticas respetuosas con el medio ambiente cuando producen productos o prestan servicios, priorizando las prácticas de eficiencia energética en sus operaciones y perciben los problemas ambientales como una oportunidad potencial.

En lo que se refiere a la dimensión de cultura y entorno, los expertos están muy de acuerdo en que las prácticas de sostenibilidad son vistas como muy importantes dentro de la cultura nacional, y que hay ejemplos destacados de actividades empresariales relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) dentro del sector empresarial. También, los expertos están medianamente de acuerdo en que el gobierno nacional apoya a las empresas enfocadas en la sostenibilidad a través de subsidios, derechos especiales y recortes de impuestos, y que el gobierno nacional cuenta con una normativa específica que apoya a las nuevas empresas enfocadas en la sostenibilidad.

Tabla 16. Valoración de los expertos del GEM sobre emprendimiento con énfasis en la sostenibilidad

Dimensión	Enunciado valorado por los expertos	Promedio	Desviación	Mediana
Social	Priorización de la contribución social	5,36	2,02	5
	Incorporación de principios de responsabilidad	5,44	1,86	5
	Interés de inversionistas	5,36	1,76	5,5
Económica	Pago de impuestos como responsabilidad social	3,86	2,37	4
	Satisfacción de inversionistas y grupos de interés	5,34	1,39	5
	Grupos minoritarios con oportunidades	4,11	2,49	4
Ambiental	Implementación de prácticas respetuosas	5,06	1,64	5
	Priorización de eficiencia energética	4,61	1,87	4
	Percepción de los problemas como oportunidades	5,44	1,89	5
Cultura y entorno	Reconocimiento cultural hacia la sostenibilidad	5,83	1,99	6
	Ejemplos referentes empresariales y ODS.	6,19	2,05	6
	Normatividad del gobierno nacional	5,36	2,51	5,5
	Apoyo del gobierno nacional	5,23	2,72	6

Fuente: Elaboración propia de los autores basada en la NES

Capítulo 8

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



El espíritu empresarial es y seguirá siendo un foco de atención para la construcción de un país capaz de generar valor económico, social y ambiental

Los resultados del estudio GEM Colombia 2022-2023 constituyen una referencia importante para hacer seguimiento al emprendimiento en el país y generar comparaciones con otros países, que a su vez pueden dar pauta para el desarrollo de políticas públicas que, de manera decidida, busquen mejorar la dinámica empresarial.

El espíritu empresarial es y seguirá siendo un foco de atención para la construcción de un país capaz de generar valor económico, social y ambiental. Por ello, la búsqueda de un ambiente favorable para la generación de emprendimientos y empresas exitosas es uno de los asuntos principales que deben atender los formuladores de políticas públicas, así como las múltiples instituciones que hoy conforman el ecosistema empresarial.

En ese sentido, estas conclusiones que principalmente están basadas en las dos fuentes de información establecidas por GEM (APS y NES), sugieren acciones que establezcan un mejor terreno para la actividad empresarial, desde la perspectiva inmediata, dada la naturaleza del estudio.

Con relación a las percepciones sobre la calidad de las condiciones que genera el contexto empresarial (medido por el índice NECI), evaluadas por un grupo de expertos nacionales (NES), es necesario tener en cuenta que aun cuando Colombia (junto con Chile y Uruguay) ocupa el primer puesto entre los diez países latinoamericanos participantes en GEM 2022, también ha declinado respecto al 2021 en varias condiciones que están estrechamente relacionadas con acciones que puede jalonar el gobierno. En particular estas acciones serían: las políticas y programas gubernamentales, la educación empresarial en etapa escolar, la transferencia de investigación y desarrollo, y la infraestructura física. Así mismo, solo cinco condiciones marco se evaluaron con un puntaje mayor a 5.0 en el 2022, entre las que se destacan: las normas sociales y culturales, la educación empresarial universitaria y el mercado interno.

En este sentido se hace relevante avanzar en la formulación de una política nacional que articule la transferencia de investigación y desarrollo, con un apropiado enlace entre la academia, las empresas y los emprendimientos. Una política pública que especialmente mejore las capacidades para construir propuestas de valor innovadoras y concretar proyectos en modelos de negocios.

La educación sigue siendo un recurso fundamental para generar las bases de la transformación, por ello, promover estrategias que acerquen a niños y a jóvenes a la ciencia y a la tecnología, de la mano de una visión emprendedora, puede generar una dinámica que motive a las generaciones futuras a ser creativas e innovadoras y más decididas frente al emprendimiento.

De acuerdo con los resultados de la APS que indaga sobre las motivaciones, percepciones, actitudes y la actividad empresarial, así como las características que permiten definir el perfil de los empresarios en cada una de las etapas del proceso empresarial, es muy importante aprovechar el mejoramiento que han tenido: la aceptación sociocultural hacia la creación de empresas, la percepción de capacidades, el no temor al fracaso y la percepción de oportunidades, ya que esto muestra signos de recuperación de la autoconfianza y una disminución del temor a emprender.

Sin embargo, es necesario enfatizar que de estos componentes la calificación más baja la sigue teniendo la capacidad de percibir o identificar oportunidades empresariales en el entorno, ya que solo uno de cada cinco colombianos considera que es capaz de identificar estas oportunidades empresariales. Para ello, se requiere desarrollar capacidades específicas, tales como el estado de alerta empresarial, la capacidad de leer y escanear el entorno, la interpretación del mercado, la capacidad de generar y evaluar ideas con potencial, puesto que son elementos a los que en las etapas formativas se les dedica poco tiempo o profundidad. Por otra parte, dado el aumento de disparidad de género en este componente de identificación de oportunidades, vale la pena considerar que los programas con enfoque de género, enfatizan en ampliar la formación en el descubrimiento de negocios.

Dado que la tasa de intención emprendedora (personas que, en los próximos tres años, tienen la intención de emprender), solo muestra un leve aumento, y es un indicador que no logra repuntar después de la pandemia, se plantea focalizar esfuerzos en las etapas tempranas del emprendimiento. Se debe tener en cuenta que para los programas de apoyo suele ser más costoso y exigente en tiempo, el trabajo en las etapas iniciales, ya que se asumen riesgos mayores por la desmotivación que en ocasiones experimentan los emprendedores, quienes empiezan a encontrar limitaciones, así como los cambios de orientación de las ideas. Debido a esto, son muy pocos los programas que parten de la ideación o de solo la motivación, ya que generar esfuerzos de acompañamiento a los emprendedores en etapas posteriores reduce los riesgos y el tiempo, y mejora los indicadores de resultado. Dejar de lado esta etapa, disminuye la velocidad e intensidad de generación de propuestas de negocio, que puedan ser potenciales para acompañar en etapas posteriores.

El aumento en la tasa de actividad empresarial temprana (TEA) en el 2022 muestra signos de recuperación, ya que se va regresando, paulatinamente, a la estabilización. Esto puede ser debido a que se ha mejorado la percepción sobre el emprendimiento como opción de carrera, por los cambios de vida que se han generado después de la pandemia; pero también, están asociados con el aumento en la tasa de desempleo. No debemos dejar de lado que, entre las motivaciones por emprender, los dos ítems más relevantes son: el sobrevivir dada la escasez de empleo, y el tener altos ingresos y crear riqueza. Es relevante tener presentes ambas variables puesto que significan una oportunidad para el país, siempre y cuando los programas de apoyo se orienten tanto a la creación de empresas por necesidad, como a la creación de empresas por oportunidad, de acuerdo con las necesidades y según la tipología de los emprendimientos. En ese sentido también es necesario mejorar los mecanismos de difusión, la claridad sobre los requisitos de participación, y el alcance y la orientación de los programas de apoyo al emprendimiento. En todos los frentes es necesario seguir apoyando a los empresarios en el acceso a nuevas tecnologías y en el desarrollo de productos y servicios diferenciados, de tal forma que se puedan abrir más oportunidades de mercado y mejorar la competitividad de los emprendedores en etapas tempranas.

Como la tasa de empresarios establecidos (EBO) sigue estando por debajo de las cifras del 2018, sumada a la pronunciada caída que se presentó en el 2021, es imperativo fortalecer las políticas y programas orientados a brindar respaldo, tanto en el desarrollo de capacidades para el crecimiento empresarial como en el respaldo económico, que permitan la proyección y apertura de nuevos mercados a las micro, pequeñas y medianas empresas del país. Teniendo en cuenta la baja orientación internacional que tienen tanto los nuevos empresarios como los empresarios establecidos, y el aprovechamiento que se puede generar por una tasa de cambio alta, es necesario originar capacidades exportadoras y realizar una inserción efectiva de los emprendimientos y las empresas en las cadenas globales de valor.

Para finalizar, es importante dejar abiertos en la discusión tres aspectos que se derivan tangencialmente del presente estudio, que a su vez son muy relevantes. En ese sentido, se sugieren elementos que podrían enmarcar los retos de la formulación de política pública basados en la prospectiva, es decir, aspectos que debemos entender cómo pueden evolucionar en el futuro, de tal forma que podamos influir en ellos, con las acciones del presente.

Uno de los asuntos que quizás se ha descuidado es el del contexto de la empresa familiar en el fortalecimiento del tejido empresarial. Desde la perspectiva de futuro se requiere explorar y acompañar de mejor forma la continuidad de las vocaciones empresariales familiares. Apoyos específicos como la orientación de carrera de los sucesores, los protocolos de familia, y el diseño y acompañamiento en la sucesión. O, por ejemplo, el emprendimiento corporativo o el intraemprendimiento familiar, como una vía para lograr la continuidad de estas empresas, con un espíritu renovado y creciente, que no necesariamente estén ligadas a la continuidad desde los lazos familiares.

Teniendo en cuenta que una de las grandes tendencias mundiales que tiene por objeto el sentido de identidad que se desarrolla en la dinámica global/local, y que al parecer seguirá en aumento, se plantean nuevos retos, donde las políticas interactúen en ambientes diversos. En esta orientación el emprendimiento étnico es otra área interesante de desarrollo para la actividad empresarial del país. Debido a las diferencias que se encuentran en el informe GEM, y los efectos de esta tendencia, es recomendable estudiar más a fondo este fenómeno, por las implicaciones que tiene el poder contar con programas y acompañamientos diferenciados, que respeten el enfoque en las comunidades y territorios, que faciliten los procesos de integración, de generación de capital social, identidad y comunidad, y que a su vez abran perspectivas globales.

Así mismo, necesitamos adelantarnos a los fenómenos que ya viven otros países respecto al crecimiento de la población adulta. Los llamados empresarios séniores o plateados, quienes, aunque hoy pueden ser minoría, como se referencia en este estudio, realmente son un segmento que crecerá, y es necesario considerarlos en las políticas de emprendimiento. En este sentido habrá diversos componentes que contemplar, como son los diferentes perfiles de estos emprendedores, los derivados de su experiencia previa, su nivel educativo, las relaciones que han tejido y el capital acumulado, entre otros. Incluso, tener presente que al parecer los empresarios séniores suelen tener objetivos más orientados hacia el impacto social, derivados del nivel de consciencia que han adquirido con los años, qué a su vez, cumple con la necesidad de contar con empresas que generen valor social, económico y ambiental.

A woman wearing a patterned headscarf and a floral-patterned shirt is focused on her craft. She is working on a circular, textured object, possibly a piece of woven fabric or a hat, using a needle and thread. The background is a blurred, woven structure, likely a thatched roof. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Anexos y Referencias

9

Anexo 1. Interpretación de los elementos que componen cada una de las dimensiones en la encuesta a expertos nacionales (NES)

Apoyo financiero

Existencia de capital propio	Los empresarios disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de entidades financieras privadas	Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de subsidios públicos	Hay suficientes subsidios públicos disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de inversionistas informales	Es bastante común obtener financiación para las empresas nuevas y en crecimiento proporcionada por inversionistas informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares), (personas privadas que no poseen parte de las empresas en que invierten).
Existencia de ángeles inversionistas	Hay suficiente oferta de financiación para las empresas nuevas y en crecimiento procedente de asociaciones profesionales o de "business angels".
Existencia de capital de riesgo	Hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.
Oferta pública de venta	La salida a bolsa es un recurso habitualmente utilizado para proporcionar financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de crowdfunding	Es bastante común el obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo "crowdfunding" (microfinanciación colectiva) para las empresas nuevas y en crecimiento.

Políticas gubernamentales: Favorabilidad y prioridad de las políticas públicas

Políticas favorables	Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas nuevas (por ejemplo, en licitaciones o aprovisionamientos públicos).
Prioridad del gobierno nacional	El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno nacional.
Prioridad de los gobiernos regionales y locales.	El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política de los gobiernos regionales y locales.

Políticas gubernamentales: impuestos, tasas y burocracia

Costo razonable de registro	Los emprendedores pueden registrar nuevas empresas/negocios a un costo razonable .
Agilidad de trámites	Las nuevas empresas pueden cumplir con todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.
Impuestos como obstáculo para la creación de empresas	Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.
Impuestos predecibles y coherentes	Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.
Trámites burocráticos	Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que determina la ley para desarrollar empresas nuevas y/o en crecimiento NO representa una especial dificultad.

Programas gubernamentales

Disponibilidad y acceso a ventanilla única	Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público (ventanilla única).
Apoyo efectivo de incubadoras y parques científicos	Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.
Existencia de programas de apoyo	Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.
Calidad de los profesionales de apoyo	Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.
Ajuste entre necesidades y programas de apoyo	Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.
Efectividad de los programas de apoyo	Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.

Educación empresarial en la etapa escolar

Enseñanza de creatividad	En las enseñanzas primaria y secundaria se estimulan la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.
Enseñanza de principios de economía	En las enseñanzas primaria y secundaria se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.
Enseñanza de creación de empresas	En las enseñanzas primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.

Educación empresarial en la etapa de formación profesional

Enseñanza de creación de empresas en la educación superior	Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.
Enseñanza de administración en la educación superior	La calidad de la educación práctica en escuelas de negocios y administración proporciona una preparación adecuada para iniciar y hacer crecer un nuevo negocio.
Enseñanza de creación de empresas en la educación continua	Los sistemas de educación vocacional, profesional y continuada brindan una preparación adecuada para iniciar y hacer crecer nuevas empresas.

Transferencia de investigación y desarrollo (I & D)

Eficiencia en la transferencia de I & D	Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren a las empresas nuevas y en crecimiento de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos.
Igualdad en el acceso de empresas	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.
Posibilidad de costear nuevas tecnologías	Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.
Existencia de subsidios adecuados	Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.
Apoyo de los centros de investigación y tecnología	La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas globalmente al menos en un campo concreto.
Apoyo a científicos empresarios	Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.

Infraestructura comercial y profesional

Existencia de proveedores	Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento.
Posibilidad de costear proveedores	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de subcontratistas, proveedores y consultores.
Fácil acceso a proveedores	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
Fácil acceso a servicios profesionales	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.
Fácil acceso a servicios bancarios	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).
Servicios de informática en la nube a precios asequibles	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a servicios de informática en la nube a precios asequibles.

Dinámica del mercado interno: mercado interno

Cambio en mercados de consumo	Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.
Cambio en mercados para empresas	Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.

Dinámica del mercado interno: barreras de entrada al mercado interno

Facilidad en el acceso a nuevos mercados	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.
Facilidad para asumir los costos de entrada	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada al mercado.
Presencia de competencia leal	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.
Efectividad de la legislación antimonopolio	La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.

Infraestructura física y de servicios

Apoyo de la infraestructura física	Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.
Posibilidad para costear las telecomunicaciones	No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).
Acceso rápido a telecomunicaciones	Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).
Posibilidad para costear los servicios básicos	Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).
Acceso rápido a servicios básicos	Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.
Disponibilidad de espacios de oficinas asequibles	Una empresa nueva o en crecimiento puede acceder a servicios de informática en la nube a precios asequibles.
Disponibilidad de espacios de producción asequibles	Una empresa nueva o en crecimiento puede acceder a espacios de producción o manufactura industrial a precios de alquiler asequibles.

Normas sociales y culturales

Apoyo y valoración del esfuerzo personal	Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.
Énfasis en la autonomía	Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.
Fomento de la toma de riesgos	Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.
Estimulación de la innovación	Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.
Énfasis en la responsabilidad	Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.

- Acs, Z. J., Amorós, J. E., Bosma, N. S., & Levie, J. (2009). From entrepreneurship to economic development: Celebrating ten years of Global Entrepreneurship Monitor. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(16), 1.
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595–621.
- Ahmadi, A., & Soga, L. R. (2022). To be or not to be: Latent entrepreneurship, the networked agent, and the fear factor. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121281.
- Banco Mundial. (2022). “Nuevos enfoques para cerrar la brecha fiscal” Informe económico de América Latina y el Caribe (Octubre), Banco Mundial, Washington, DC. DOI: 10.1596/978-1-4648-1930-8. Licencia: Creative Commons Reconocimiento CC BY 3.0 IGO.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84 (2), 191–215.
- DANE (2022). GEIH: Mercado laboral. En: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- DANE (2020). Boletín técnico: Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). En: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_may_20.pdf
- Feliz, S., Karmakar, S., & Sedlacek, P. (2021). Serial Entrepreneurs and the Macroeconomy, No 16449, CEPR Discussion Papers, C.E.P.R. Discussion Papers Serial Entrepreneurs and the Macroeconomy.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a “New Normal”*. London: GEM.
- Lafontaine, F., & Shaw, K. (2016). Serial entrepreneurship: Learning by doing? *Journal of Labor Economics*, 34(S2), S217–S254.
- Laguía González, A., Jaén, I., Topa, G., & Moriano, J. (2019). University environment and entrepreneurial intention: the mediating role of the components of the theory of planned behaviour/El entorno universitario y la intención emprendedora: el papel mediador de los componentes de la teoría de la acción planificada. *Revista de Psicología Social*, 34(1), 137–167.
- Marlow, S. (2002). Women and self-employment: a part of or apart from theoretical construct?. *The international journal of entrepreneurship and innovation*, 3(2), 83–91.
- Martínez, C. N., & Bañón, A. R. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53–66.x

Moreno Barragán, J. A., Martínez Romero, A. C., Gutiérrez Rodríguez, J. E., & Jiménez Rojas, M. D. L. Á. (2022). Educación y actividad intraempresarial en egresados universitarios colombianos. *ESE. Estudios sobre educación*.

Muliadi, A., Mirawati, B., & Prayogi, S. (2021). The Effect Entrepreneurship Education and Subjective Norm on Biology Students' Self-Efficacy in Entrepreneurial. *Prisma Sains: Jurnal Pengkajian Ilmu dan Pembelajaran Matematika dan IPA IKIP Mataram*, 9(1), 127-135.

Plehn-Dujowich, J. (2010). A theory of serial entrepreneurship. *Small Business Economics*, 35(4), 377-398.

Varela, R. y Soler, J. D. (2012). La tubería empresarial aplicada a algunos países del Caribe. *Memorias del XXIII Congreso Latinoamericano del Espíritu Empresarial* (pp. 217-253). Cali, Colombia: Universidad Icesi. Decretos.

El Global Entrepreneurship Monitor (en adelante, GEM, por sus siglas en inglés) es el proyecto de investigación con mayor cobertura geográfica sobre la actividad emprendedora. Este fue concebido en 1997 por el Babson College y la London Business School, que en el 2004 transfirieron el capital intelectual de GEM a la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), una organización sin ánimo de lucro orientada por los representantes de los equipos nacionales, de las dos instituciones fundadoras y de las instituciones patrocinadoras.

GEM Colombia inició en el 2006 y actualmente el equipo está conformado por la Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad EAN, Institución Universitaria Americana. Actores que buscan que diferentes grupos de interés puedan disponer de información sobre el proceso empresarial colombiano, generar políticas públicas, crear ecosistemas de apoyo, hacer investigación, definir programas y proyectos de desarrollo empresarial.

