

EL DESARROLLO EMPRESARIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO: UNA MIRADA A COLOMBIA

José Alejandro Duque Ramírez

Universidad EAFIT
Escuela de Administración
Maestría en Administración (MBA)
2015

**EL DESARROLLO EMPRESARIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL
EMPREDIMIENTO: UNA MIRADA A COLOMBIA**

José Alejandro Duque Ramírez

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de Magíster en
Administración (MBA)

Asesor temático: David Sierra Cadavid, MBA

Universidad EAFIT
Escuela de Administración
Maestría en Administración (MBA)
2015

EL DESARROLLO EMPRESARIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO: UNA MIRADA A COLOMBIA

Por: José Alejandro Duque Ramírez¹

Universidad Eafit. Medellín, Colombia

jduquer5@eafit.edu.co

Fecha de presentación: 13 de julio de 2015

“Entrepreneurship es además, una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteadas con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. El resultado del Entrepreneurship es una creación de valor de la que se benefician la empresa, la economía, la sociedad y el mismo creativo o emprendedor.” (Malagón, s.f.)

Asesor temático:

David Sierra Cadavid, MBA

Supervisores de apoyo:

Manuel Acevedo-Jaramillo, Mg

María Alejandra González-Pérez, PhD.

Nota: Este trabajo hace parte del proyecto de investigación liderado por Manuel Acevedo-Jaramillo (Mg), David Sierra Cadavid (MBA) y María Alejandra González-Pérez (PhD). Apartes de este trabajo pueden ser citados en conferencias y otros documentos académicos (*papers*, capítulos de libro, etc.) de los líderes del proyecto de investigación. Esto se hará explícito en el apartado “reconocimientos” de esas publicaciones.

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo contextualizar las bases del emprendimiento, partiendo del desarrollo empresarial presente en la historia económica colombiana, para posteriormente revisar las condiciones actuales (desde los aspectos socioculturales hasta una revisión del pasado inmediato) y comprender la forma en que se está gestado el emprendimiento en el país. Se analizan indicadores actualizados sobre crecimiento económico y de emprendimiento en Colombia (siguiendo la metodología del *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* y apoyándose en investigaciones similares) y se comparan los mismos con las economías globales, con América y Suramérica, para concluir sobre el estado del desarrollo empresarial. Se presenta un diagnóstico complementario al próximo informe del GEM del año 2014 (aún no publicado) y se propone una serie de acciones como estrategia de competitividad. Finalmente se hace un balance de algunos casos de éxito y cómo han sido impactados por los programas de emprendimiento.

Palabras clave: empresarismo, emprendimiento, desarrollo empresarial, historia económica colombiana, GEM

Abstract

This article aims to contextualize the basis of entrepreneurship, based on the present business development in Colombian economic history to review current conditions (from the sociocultural aspects to a review of the immediate past) and understand how being gestated the entrepreneurship in Colombia. Current indicators of economic growth and entrepreneurship in Colombia are analyzed (following the methodology of the *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* and supported by similar research) and compared with global economies, the Americas and South America, to conclude on the state of business development, generating a complementary diagnosis to the next report of GEM for 2014 (not yet published), proposing a number of actions as a competitive strategy. Finally, a balance of some success stories and how they have been impacted by entrepreneurship programs is presented.

Keywords: Entrepreneurship, Business Development, Colombian Economic History, GEM

¹ Ingeniero Civil de la Universidad Javeriana de Cali; Magister en Ingeniería de la Universidad del Valle; actualmente estudiante de la Maestría en Administración de la Universidad EAFIT

Introducción

El emprendimiento en Colombia ha suscitado a lo largo de las tres últimas décadas una movilización tanto del Gobierno, como de los sectores mixto y privado para lograr el desarrollo de iniciativas empresariales a partir del potencial de la población. Sin embargo, la cultura emprendedora no es propia del siglo pasado y en nuestro país (y en general en todos) hay que remontarse a la historia económica para comprender cómo, bajo circunstancias muy diferentes, han salido adelante muchos proyectos empresariales a partir de iniciativas de emprendedores de cada época.

En nuestro presente (en el que es necesario no dejar de lado el pasado inmediato), la transformación del concepto del emprendimiento ha logrado abrir no sólo una línea de conocimiento que ha tratado de explicarlo desde varias perspectivas (sociales, económicas, culturales), sino que es una tendencia que ha permitido una nueva posibilidad hacia el desarrollo económico. Sin embargo, se requiere generar un orden en esta movilización para lograr que los proyectos estén llenos no sólo del ánimo de la independencia laboral (que se mantiene como uno de los motivos principales), sino de potencial innovador y generador de empleo, y sean productores de cambio.

Colombia es aún joven en cuanto al estudio del emprendimiento, y pese a que se han incrementado las investigaciones en este sentido (Varela, s.f.), hay campos particulares en los que falta profundizar y otros en los que hay que iniciar el camino del conocimiento. Por fortuna hay un apoyo del Gobierno, tanto en la generación de un ambiente político y legal para promover estas iniciativas, como en el apoyo educativo y el apalancamiento financiero de las mismas. Pero los sectores privado y mixto no han sido ajenos a esta dinámica: se han forjado alianzas, proyectos especializados (orientados hacia sectores específicos o tipos de emprendimiento particulares) y un despliegue de redes de conocimiento que han permitido transmitir experiencias desde y hacia el mundo. Los resultados de Colombia no pueden verse de manera aislada, hay que contextualizarlos para poder entender las dinámicas globales y conocer el comportamiento del emprendimiento en el país desde una perspectiva macro.

Siguiendo una metodología en la que la información se obtiene a partir del estudio y análisis de investigaciones previas y reportes de entidades relacionadas con temas de emprendimiento, se centran esfuerzos en presentar el tema en Colombia desde la huella histórica de la economía, mostrando algunos momentos, hechos y actores que han permitido llevarlo a su estado actual. De igual forma se hace una revisión de los aspectos y características del emprendedor y el emprendimiento en nuestro medio, y se cierra con una revisión y análisis de las cifras en torno a los resultados reportados por varias instituciones (como el GEM, El Banco Mundial, la UNESCO y otros autores que se irán citando a lo largo del documento) sobre emprendimiento en Colombia, para compararlas frente al mundo.

Metodología

Mediante la indagación y auscultación en fuentes secundarias, principalmente trabajos e investigaciones previas, se construye el marco teórico que permite presentar la situación del emprendimiento en Colombia, que, bajo la metodología del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es actualizada por el autor con la información al corte 2014.

Debido al direccionamiento que muchas de las referencias hacían del GEM, la triangulación de la información fue un trabajo difícil en la que el autor se propuso realizar comparaciones con fuentes locales para validar los resultados iniciales presentados en dicho estudio y los actualizados realizados por él, sobre los que concluye al final del presente documento. Esta etapa de comparación con las fuentes locales requirió un proceso de acercamiento a las mismas que no arrojó los resultados deseados por el limitado plazo del proyecto de investigación, lo que llevó al autor a realizar una minería de datos por Internet con los que se construyó la mayor parte de la información requerida para dichas comparaciones.

Finalmente, el autor realizó encuestas por medios virtuales a protagonistas de algunos casos de éxito para obtener datos primarios sobre las condiciones de sus emprendimientos y captar sus impresiones sobre el camino recorrido para llevarlos a cabo.

1. Momentos de las dinámicas de emprendimiento y desarrollo empresarial en Colombia

1.1. El emprendimiento en la historia económica de Colombia

Es necesario remontarse a momentos y circunstancias históricas para la comprensión del estado actual del desarrollo empresarial en Colombia. Se presentarán a continuación siete periodos representativos de la historia económica del país mostrando el desarrollo logrado a partir de las regiones geográficas, sus circunstancias, su gente y los contrastes entre ellas.

- Siglo XVIII, la minería, inductor del desarrollo económico de la Colonia: Este primer periodo muestra que el desarrollo que motivó la economía estaba orientado aún a la explotación de recursos mineros (Dávila, 1986; Colmenares, 1987), exclusiva de un pequeño grupo social. Tal vez el signo del empresarismo, aún rudimentario, era encontrar la posibilidad de comerciar alrededor de estas zonas mineras. Por necesidad y oportunidad, el comercio al por menor –de productos agrícolas y algunas artesanías– (Safford, 2011) fue la característica del emprendimiento en esta época.
- Siglo XIX (1800-1850), el Magdalena como eje económico central y la acumulación de capital como palanca para el desarrollo: En este periodo, los hechos políticos, económicos y sociales fueron los que definieron el devenir del empresarismo del país. Algunos, que gozaban de capital producto de sus actividades económicas, empezaron a invertir recursos; otros aprovechando su situación geográfica, vieron la oportunidad de desarrollo de proyectos empresariales como la navegación fluvial, desarrollos portuarios y desarrollos agrícolas. Al final, las circunstancias permitieron la creación de un laboratorio que arrojó enseñanzas significativas a los futuros empresarios (Safford, 2011).
- Siglo XIX (1850-1900), el comercio exterior, nueva política de desarrollo económico: El aprendizaje del periodo anterior y el flujo de la economía llevaron a que esa etapa fuera dominada por los empresarios ya constituidos. El comercio exterior, principalmente las exportaciones, fueron el motor (Safford, 2011), y alrededor de estas necesidades se gestaron proyectos que permitieron la participación de activa de un grupo reducido. El emprendimiento no mostró germinación en este periodo.
- Siglo XX (1900-1920), el cambio hacia una política de industrialización: Este periodo estuvo marcado por un inicio en el que el impulso hacia la industrialización (Bejarano, 1987), creación y potenciación de desarrollos empresariales, fueron las prioridades de la economía (Dávila, 1986), seguido de una lección sobre las afectaciones locales de la economía global (como efecto de la I Guerra Mundial), que permitieron que los grupos empresariales ya conformados continuaran con la diversificación de inversión de capital. Fue un periodo de extremos, en donde el empresarismo explotó una condición de mercado y posteriormente, a partir de variaciones en él, experimentó lecciones costosas.
- Siglo XX (1920-1945), la afectación de la globalización: Este periodo fue de coyunturas económicas externas (Ocampo, 1987), que ~~generaron sus~~ tuvieron efectos sobre la economía local. En términos generales, las fluctuaciones en la economía no generaron oportunidades concretas para el desarrollo del emprendimiento como mecanismo de crecimiento económico.
- Siglo XX (1945-2000), el neocapitalismo: La finalización de los conflictos globales (Ocampo, Bernal, Avella y Errázuriz, 1987) significó en este periodo el florecimiento del modelo neocapitalista y las oportunidades para incubar proyectos empresariales; además, el aprendizaje de las debilidades de una economía exportadora (López, 2006), a la larga permitió un desarrollo industrial creciente, pero con el tiempo mostró que la falta de competencia (externa en este caso) bajaría la exigencia de competitividad, ~~que lo cual~~ se volvería visible a la finalización del proteccionismo e inicio de la apertura (López, 2006; León y Terán, 2010). Fue una etapa de contrastes, y de aprendizajes, nuevamente costosos, ya que significó el sacrificio de muchas empresas que mostraron no lograr competir contra el mercado exterior, y el nacimiento de la preocupación desde el Estado de fomentar la figura del emprendimiento “*como estrategia para enfrentar la desaparición de empresas que fueron símbolos de desarrollo, auge económico y progreso social*” (León y Terán, 2010, pp.121).
- Siglo XXI (2001 a hoy), Colombia abierta al mundo: La reacción frente a las crisis externas demostró que la economía colombiana había desarrollado una buena resistencia a los choques externos (Mejía y Reyes, 2014). El cierre de la primera década de este nuevo siglo permitió posicionar a Colombia como un mercado emergente, entre muchas otras razones, por políticas de Estado y los impulsos que ~~estas~~ dieron al sector económico, en donde se logró recuperar la confianza de la inversión extranjera y se brindaron garantías para el desarrollo de la actividad económica. El nuevo siglo ha estado marcado por una tendencia de apertura en la que se gestaron varios tratados de

libre comercio. La crisis más reciente que aún está afectando el día a día de la economía del país está asociada al petróleo, en donde la dinámica de menor precio en el mercado, la menor demanda (principalmente de Estados Unidos, China y la zona Euro), el uso de productos sustitutos como el gas de esquisto (Dos Santos, 2014) y tecnologías de producción innovadoras como la fracturación hidráulica, han hecho que, en una economía petróleo-dependiente (Mendoza, 2014) como la nuestra, el golpe sea fuerte y conlleve un efecto dominó (Reinoso, 2015). Para mantener la tendencia de fomentar la cultura emprendedora y el empresarismo como medio de crecimiento de la economía de la Nación, el Gobierno optó por impulsar políticas de apoyo que se convirtieron en los pilares sobre los que el emprendedor encontraría la posibilidad de lograr el desarrollo de su proyecto empresarial. Ahora bien, si el emprendedor es aquel agente que en las dificultades es capaz de ver las oportunidades, el momento económico en el que esta etapa se enmarca brindaría el escenario ideal para su desarrollo.

1.2. Momentos claves del emprendimiento en Colombia

En las dos últimas décadas, la conciencia acerca de mecanismos para contribuir al desarrollo económico permitió despertar el interés del Gobierno y de sectores económicos y educativos acerca del emprendimiento y el empresarismo (Álvarez, 2005). La innovación ahora era un vehículo que permitiría mover al capitalismo hacia un estado de desarrollo económico competitivo, y el emprendimiento, la vía sobre la cual circular.

Un resumen de los momentos claves del emprendimiento en Colombia se presenta a continuación (Ramos, Moreno y Gómez, 2012, pp.18-19; Matiz y Cruz, 2004):

- Durante el Gobierno de Virgilio Barco, se expide la Ley 29 de 1990, “por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias”, también llamada Ley de Ciencia y Tecnología
- A partir del marco de la Ley 29 de 1990, de Ciencia y Tecnología, en 1994 nace la primera incubadora de empresas, la Corporación Innovar (como una asociación civil de participación mixta, de carácter privado, sin ánimo de lucro) que desarrolló sus actividades hasta pasada la primera mitad de la década del 2000.
- Durante la presidencia de Ernesto Samper, se expide la Ley 344 de 1996, por la que se establece que de los montos que recibe el Sena de los aportes de los empleadores (según la Ley 119 de 1994) deberá destinar el 20% para el “desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo”.
- En el año 1999 se crea el Programa Nacional de Apoyo y Fortalecimiento a Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica.
- En el Gobierno de Andrés Pastrana se expide la Ley 590 de 2000, o Ley de MIPYME “por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”.
- Para el 2002, se conforma el Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas (SNCIE).
- En el año 2003, el Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas (SNCIE) que había comenzado el año con seis incubadoras, llega a 22. Ese mismo año el Sena suscribe convenio con el Fonade para el “Fortalecimiento a entidades de apoyo a la creación de empresas”.
- Para el año 2004, Colombia exporta modelos de incubación a países de Latinoamérica (Uruguay, Ecuador, Panamá, Guatemala, entre otros).
- En la presidencia de Álvaro Uribe, se expide la Ley 1014 de 2006, o Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento.
- En el año 2006, Colombia se vincula al Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a través de un consorcio conformado por cuatro universidades (Icesi, Javeriana de Cali, Los Andes y del Norte) de tres ciudades (Cali, Bogotá y Barranquilla).
- En la Ley 1150 de 2007, expedida durante el gobierno de Álvaro Uribe, “se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos”. Esta Ley ampliaría la posibilidad de participación de las MIPYMES en procesos de contratación con el Estado.
- La Ley 1258 de 2008 (gobierno de Álvaro Uribe) facilita el proceso de creación de empresas con la aparición de la Sociedad por Acciones Simplificada – S.A.S.).
- En la Ley 1286 de 2009 (gobierno de Álvaro Uribe) se “modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones”.

- Durante la presidencia de Juan Manuel Santos se expide la Ley 1429 de 2010, o Ley de formalización y generación de empleo.
- Para el año 2012, el Gobierno crea INNPulsa para el apoyo y promoción del crecimiento empresarial, fomentando la innovación y el emprendimiento de alto impacto.
- En 2012, el Gobierno, a través del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones implementa la iniciativa Apps.co, como mediador y gestor del emprendimiento digital

De igual manera, a lo largo de estas últimas dos décadas se han creado y movilizado instituciones públicas y privadas orientadas a la enseñanza, el fomento, el fortalecimiento, el financiamiento y en general al desarrollo de la actividad empresarial en el país, de las cuales podemos nombrar algunas:

- Procolombia: Nació como Proexport, entidad gubernamental creada a principios de la década de 1990 y se transformó en Procolombia en el año 2014. Su función es la promoción del turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones (que no hagan parte del sector minero o energético) y la promoción de la imagen del país. Desde sus orígenes ha brindado apoyo al crecimiento del sector empresarial de las pequeñas y medianas empresas.
- Centros de desarrollo tecnológico y productivo (CDTP): Creados “como pieza esencial en la estrategia de reconversión y modernización empresarial” (Documento Conpes No, 2899, 1997; en López, 2006).
- Fondo Emprender: Adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), es un fondo de capital semilla creado por el Gobierno en 2002.
- Centro de formación y apoyo al crecimiento empresarial: Desde las instituciones universitarias, las cámaras de comercio y agrupaciones público-privadas se han generado espacios de investigación, planeación, gestión, impulso y desarrollo de emprendedores para permitir su acceso al mercado empresarial.
- Bancoldex: Desde 1992, y por iniciativa del entonces Presidente de la República, se creó el Banco de Comercio Exterior (Bancoldex hoy Banco de Desarrollo Empresarial), encargado de diseñar y ofrecer instrumentos para el apoyo del sector empresarial.
- Incubadoras de empresas de base tecnológica: Desde 1994, estas iniciativas mixtas se han encargado del apoyo de actividades de emprendimiento, creación e innovación con base en la tecnología como herramienta para el desarrollo.
- Fondo Nacional de Garantías: Entidad del gobierno que permite facilitar el acceso a créditos a las micro, pequeñas y medianas empresas, con el otorgamiento de garantías, para acceder al crédito a través de los intermediarios del mercado (bancos). Además ofrece algunos incentivos de carácter tributario.
- Finagro: Entidad del Gobierno que apoya actividades de desarrollo para el sector agrícola mediante el acceso a créditos y otros servicios financieros
- Endeavor Colombia: Apoyo emprendimientos de alto impacto.
- Tecnoparque Colombia: Respuesta del SENA a la necesidad de apoyo a programas de innovación tecnológica en: electrónica y telecomunicaciones, tecnologías virtuales, ingeniería y diseño, y biotecnología y nanotecnología.
- Emprenda: Asociación de emprendedores de Colombia que actúa como agrupador de los emprendedores.

2. Descripción sociocultural del empresarismo en Colombia

2.1. Posibles o más comunes motivos para emprender

Modelos tendientes a la medición de factores motivacionales de los emprendedores en Colombia (Marulanda, Montoya, Vélez, 2014) muestran resultados comunes con estudios de otros trabajos alrededor del mundo y permiten clasificar las motivaciones desde dos perspectivas:

- Clasificaciones dicotómicas: Se refiere a mostrar las motivaciones dentro de un marco limitativo a una descripción y su complemento, proponiendo tres posibles factores motivacionales, que se presentan y describen en la siguiente figura.

GEM (Varela et al., 2014) analiza los aspectos motivacionales desde esta perspectiva dicotómica, indicando que la motivación de los empresarios nacientes y nuevos está dada por necesidad o por oportunidad. Sin embargo, hace una reflexión interesante sobre el comportamiento de los resultados de motivación por necesidad indicando que

“puede ser explicada por el sesgo cultural que hace que la gente evite la necesidad como una explicación de su actividad empresarial” e invitando a realizar estudios profundos en este sentido.

Tabla 1. Clasificación dicotómica de las motivaciones para emprender

Emprendimiento por necesidad: No encuentran otra manera de subsistir (Malagón, s.f.; Varela, Gómez, Vesga y Pereira, 2014), es una alternativa al desempleo (Amway, 2015)	Emprendimiento de oportunidad: Son personas que perciben una oportunidad de negocio y crean empresa (Varela, Gómez, Vesga y Pereira, 2014; Minniti, 2012)
Factores endógenos: Características propias de la persona que puede materializar en un emprendimiento	Factores exógenos: Condiciones políticas, sociales y económicas
Factores de empuje: También llamado push o accionamiento, se debe a que existe un autoestímulo	Factores de atracción: También llamado pull o de incentivo, se debe a que existe una meta que puede ser económica (Gasse y Tremblay, 2011) o un ingreso económico adicional (Amway, 2015)

Fuente: Elaboración propia con base en Marulanda, Montoya, Vélez (2014); Malagón (s.f.); Varela, Gómez, Vesga, y Pereira (2014); Amway (2015); Minniti (2012), Gasse y Tremblay (2011).

- **Clasificaciones dimensionales:** Se refiere a la descripción pluralista de las motivaciones, no restrictivo a dos agentes únicos y complementarios.

Tabla 2. Clasificación dicotómica de las motivaciones para emprender

Motivaciones de tipo personal	Como alcanzar el logro, la independencia, tener deseo de riqueza, de autorealización (Gasse y Tremblay, 2011; Malagón, s.f., Varela, Gómez, Pereira, Vesga, Álvarez, Soler, Quiroga y Martínez, 2010 y Varela et al., 2014; Amway, 2015)
Motivaciones relacionadas con el conocimiento científico	Como la aplicación y transferencia de conocimiento científico
Motivaciones relacionadas con la disponibilidad de recursos	La disponibilidad de los recursos influencia la percepción de viabilidad
Motivación relacionada con la organización incubadora	La empresa donde se trabajó previamente puede influenciar hacia la tendencia del emprendimiento
Motivaciones relacionadas con el entorno social	El deseo de continuar por mantener una tradición familiar, búsqueda de reconocimiento (Malagón, s.f.)

Fuente: Elaboración propia con base en Marulanda et al. (2014); Malagón (s.f.); Varela et al (2010); Varela et al. (2014); Amway (2015).

2.2. Características comunes de los emprendedores

García y Rivera (2011) proponen que las características de los emprendedores están divididas en dos grupos compuestos por los factores generadores (el impulso del ser humano a solucionar problemas) y los factores potenciadores (asociados a temas ambientales que se convierten en agentes potenciadores de emprendimiento). A lo largo de la documentación indagada se pueden listar algunas de las características comunes reconocidas por diferentes autores o por los medios de comunicación (prensa, revistas) que se presentan en la *tabla 3*.

2.3. Industrias más propensas o donde más emprendimientos han nacido

En lo referente a la distribución sectorial de los emprendimientos en Colombia, no hay escritos que permitan hacer un análisis de la evolución por periodos de tiempo, ya que la poca documentación hace referencia a estudios puntuales de un periodo específico, lo que además dificulta consolidar la información en el tiempo para tratar de presentar resultados

históricos. Sin embargo, aprovechando la información disponible, se plantea un análisis sectorial partiendo de los siguientes datos:

- Para el año 2009, con base en los resultados del GEM, Amorós, Leguina y Gutiérrez (2010, p.29) muestran la distribución de los “porcentajes de los sectores comerciales en la actividad emprendedora inicial” y los “porcentajes de los sectores comerciales en la actividad emprendedora establecida”. Para ambos casos, Colombia es catalogada dentro de los países con emprendimientos urbanos.
- Para el año 2012, Corporación Ventures realiza un estudio para INNpuls (2013) que entre su alcance incluye la determinación de la distribución sectorial de los proyectos EDI (Emprendimiento Dinámico Innovador) en tres etapas: espíritu (proyectos con componente innovador con potencial de ser EDI), conceptualizados, y en pruebas de mercado.
- Para el año 2014, el Banco de Desarrollo de América Latina (2015) elabora un documento dedicado al caso de INNpuls en Colombia. Las convocatorias realizadas por INNpuls permitieron clasificar sectorialmente a las entidades de apoyo por medio de las que canalizan los recursos a los emprendedores dinámicos.

Tabla 3. Clasificación dicotómica de las motivaciones para emprender

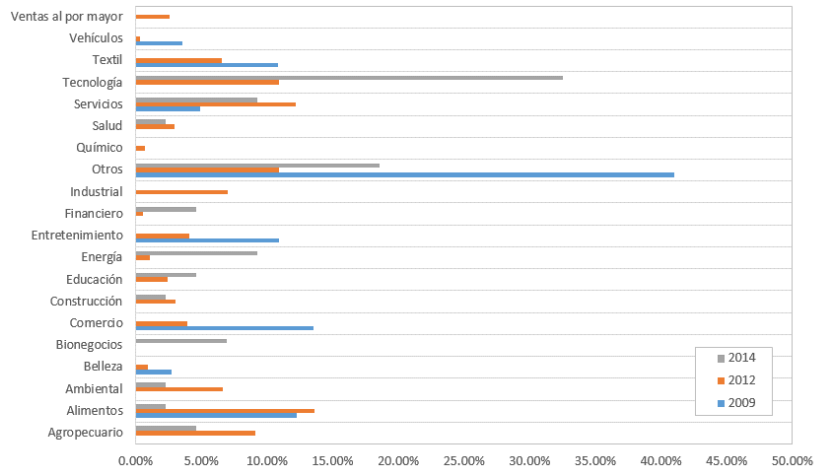
Constancia y fuerza de voluntad	Es “una característica determinante para que haya un cambio en la manera de pensar y un inicio al cambio de ideas convencionales” (Bono de, en García y Rivera, 2011). Esta condición es común con los empresarios exitosos a nivel mundial, en donde el impulso y la tenacidad es contemplada como una necesidad (Ernst & Young, 2011).
Conocimiento, saber cómo planificar	Rodearse de un grupo de personas adecuado para la empresa (García y Rivera, 2011). El conocimiento es una herramienta poderosa, porque le permite al emprendedor medir el riesgo de tal manera que pueda tomar una decisión soportada no sólo en un impulso o una razonada. De igual forma los emprendedores tienen en común una aceptación de un riesgo calculado (Ernst & Young, 2011)
Capacidad de liderazgo y sentido de oportunidad	Malagón (s.f.) define al emprendedor como líder por la capacidad de ver oportunidades donde otros no ven nada, donde otros ven problemas (Ernst & Young, 2011); como aquel que “ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos con el fin de apropiarse de dicha oportunidad”, aquellos que “en las anomalías sociales, (...) ven oportunidades para nuevos productos y servicios” (Malagón, s.f., pp.2). Angulo y Santana (1993) muestra cómo el liderazgo ha sido identificado como un factor común en varios autores.
Ser creativo, ser positivo, sociable, negociar, motivar	La creatividad surge al enfrentarse a condiciones desfavorables, a exigencias y dificultades (Bono de, en García y Rivera, 2011). Tener un buen carácter le brindan “coherencia y uniformidad (...) haciéndole amable y extrovertido” (García y Rivera, 2011, pp. 49). Ernst & Young (2011) mostró como un factor común entre los emprendedores el ser optimistas.
Pasión, visión, determinación	Buscar una ventaja en lo realizado (García y Rivera, 2011), no se lamenta y aprende de sus errores. La encuesta de Ernst & Young (2011) ratifica estos resultados; dentro de las cualidades más resaltadas por los emprendedores exitosos entrevistados, las más comunes fueron la visión (con un 76%), la pasión (73%) y el impulso (64%).

Fuente: Elaboración propia con base en García, y Rivera (2011); Ernst & Young (2011); Malagón (s.f.); Angulo, y Santana (1993).

Con la información recopilada, se construyeron las *figuras 1 y 2* en las que, para las etapas inicial y establecida, se muestran los datos de los informes arriba indicados.

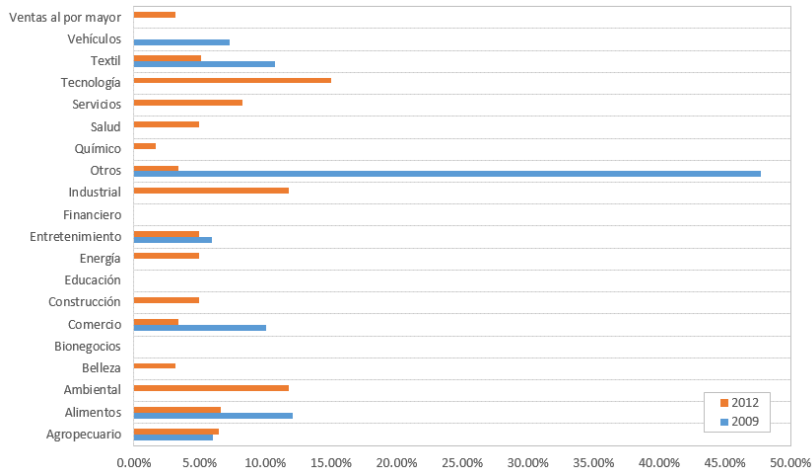
Concluir sobre ellas no es fácil por varios motivos, entre los que está el hecho de pertenecer a la misma fuente, de partir de alcances diferentes y de mostrar resultados orientados a factores que no necesariamente fueron comunes. Pero abusando de estas premisas se puede decir que la tendencia en los emprendimientos en etapa inicial es de incremento en tecnología, energía, ambiental y bionegocios, una estabilidad en servicios y una disminución en textil, belleza, ambiental y agropecuario; y en etapa establecida se aprecia una tendencia hacia tecnología, industrial, ambiental y servicios.

Figura 1. Distribución sectorial de emprendimientos en etapa inicial, Colombia (2009, 2012 y 2014)



Fuente: Elaboración propia con base en Amorós, et al. (2010), INNpuls (2013) y Banco de Desarrollo de América Latina (2015).

Figura 2. Distribución sectorial de emprendimientos establecidos, Colombia (2009 y 2012)

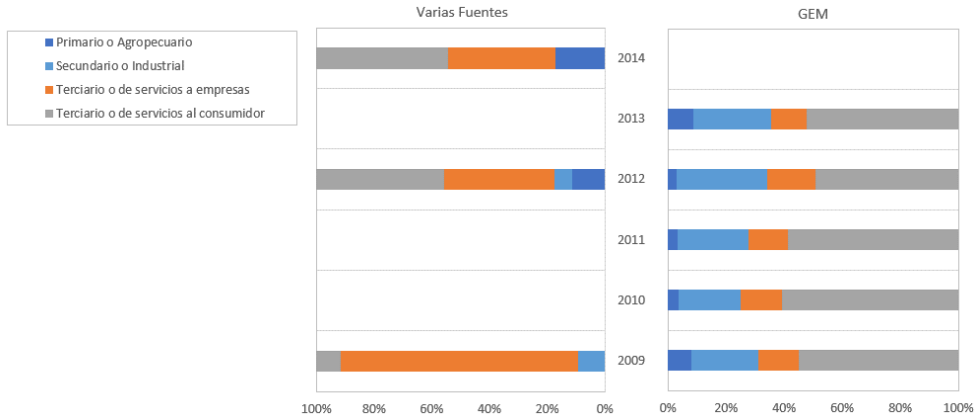


Fuente: Elaboración propia con base en Amorós, et al. (2010) e INNpuls (2013).

La falta de estudios profundos acerca del comportamiento de la distribución del emprendimiento por sectores industriales o comerciales no permite ser concluyentes con cifras específicas, sin embargo, el ejercicio propuesto otorga cierto grado de magnitud que permite comprender la distribución.

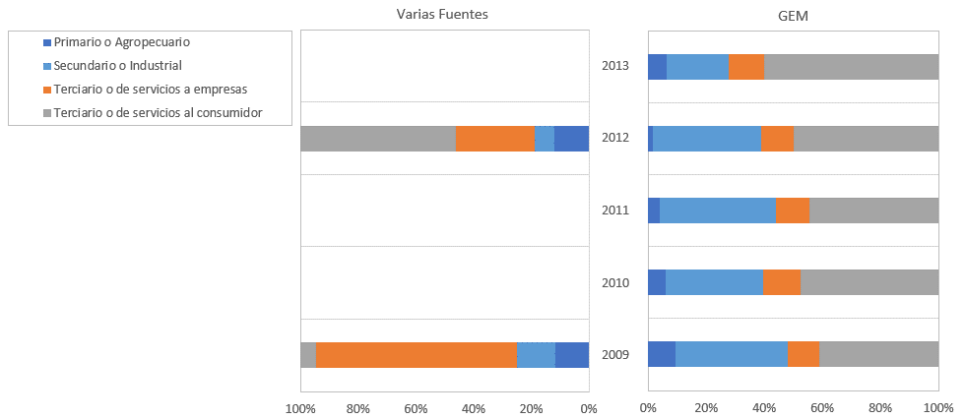
Para lograr comparar los resultados anteriores y llegar a indicar con mayor precisión una composición que represente la realidad del mercado, se tomaron los informes del GEM desde el año 2009 (Varela et al., 2010) hasta el 2013 (Varela et al., 2014) para mostrar la evolución de la distribución sectorial (ver Figuras 3 y 4).

Figura 3. Comparativo distribución sectorial de emprendimientos en etapa inicial, Colombia (2009-2014)



Fuente: . Elaboración propia con base en Amorós, et al. (2010), INNPulsa (2013), Banco de Desarrollo de América Latina (2015), Varela et al. (2014).

Figura 4. Comparativo distribución sectorial de emprendimientos establecidos, Colombia (2009-2014)



Fuente: Elaboración propia con base en Amorós, et al. (2010), INNPulsa (2013), Banco de Desarrollo de América Latina (2015), Varela et al. (2014).

La comparación no arroja patrones comunes de comportamiento ni para los emprendedores en etapa inicial ni para los establecidos, lo que se debe principalmente a la diferencia de la fuente de información, ya que el grupo llamado “*varias fuentes*” (lado izquierdo de las gráficas) tiene como fuente el gobierno, los institutos de apoyo a emprendedores, y en general, datos de la realidad económica, mientras que los del grupo GEM corresponden a percepciones captadas directamente del público mediante encuestas.

Estos resultados permiten ver que la información sectorial de los emprendimientos no está quedando plenamente identificada, lo que la convierte en un campo de exploración y referenciación para el gobierno (a través de sus entidades de promoción y educación en emprendimiento) y para aquellas agremiaciones mixtas o privadas que han tomado la iniciativa de representar a los emprendedores.

2.4. Miedos y barreras identificadas

La identificación de los aspectos comunes encontrados en la literatura y en casos de estudio muestra que se pueden resaltar las siguientes como las principales causas:

- Salir de la zona de confort: La comodidad que ofrece estar en la zona de confort lleva en muchos casos a que potenciales emprendimientos se queden estancados. Algunas personas piensan que es preferible la estabilidad de un empleo que el riesgo que puede traer el hacer empresa (Universidad del Rosario, s.f.; Breakthrough, 2012). Esto es confirmado por la percepción de los padres, quienes prefieren para sus hijos en un buen empleo que atreviéndose a hacer empresa (Breakthrough, 2012, pp. 29-30).
- Percepción de la sociedad: Producto de entrevistas a “actores relevantes tanto del mundo empresarial como del sistema de soporte público y privado” (Breakthrough, 2012, p.39), se aprecia que la sociedad asocia los éxitos de emprendimiento con el hacer dinero fácil (actos ilícitos). Ernst & Young (2011) mostró que la reacción de la cultura a celebrar o estigmatizar el fracaso marca una diferencia de los emprendedores hacia el riesgo, hasta el punto de hacerlos desistir de sus intenciones.
- Miedo a la quiebra: En Colombia el temor a la quiebra se convierte en un impedimento para la creación de nuevas empresas (Breakthrough, 2012).
- Optimismo y confianza: Mundialmente se ha visto que las mujeres tienen niveles más bajos de optimismo y confianza (Koellinger et al; en Arias, Henríquez y Mosquera, 2010). Particularmente para el caso colombiano, el estudio de Arias et al (2010), mostró que pese a que “la confianza en las capacidades y habilidades propias no determina la decisión de los hombres y mujeres a emprender”, las fuentes para su análisis mostraban que es una característica más relacionada con los hombres que con las mujeres.
- Miedo al fracaso: El temor al fracaso, ya sea por la programación implantada culturalmente desde la niñez o por la misma penalización social (Gutiérrez, Asprilla, y Gutiérrez, 2014; Ernest & Young, 2011) lleva a que el emprendimiento sea una meta que a pesar de querer ser alcanzada no es llevada cabo por muchos. Cuando el emprendimiento es originado por la necesidad, la preocupación del emprendedor es mayor por el fracaso (Carsrud y Brännback, en Marulanda, Montoya, y Vélez, 2014). Al respecto, Breakthrough (2012) informó que una de cada dos personas en Colombia consideraba el fracaso como una desgracia, evidenciando la tendencia general hacia el temor al fracaso y su vinculación con sucesos altamente negativos.
- Financiamiento: Ernst & Young (2011) mostró con sus encuestas que seis de cada 10 personas vieron como el más común obstáculo la financiación para sus proyectos, pero esta condición en Colombia se asocia principalmente al desconocimiento, más que a la inexistencia de programas de apoyo financiero.
- Creación, legalización o formalización de empresas: La falta de beneficios e incentivos (económicos, financieros y tributarios) es mencionada por los empresarios, quienes además indican que la parte impositiva es alta y se convierte en un factor desfavorable para la subsistencia y crecimiento de sus negocios (Giraldo, Bedoya y Vargas, 2009). Según lo define Hamann y Mejía (2011), el grado de formalidad en los microestablecimientos (que es usada por el DANE para medir la informalidad) en muchos casos no se está alcanzando porque los nuevos emprendedores ven estas situaciones como desfavorables. Gasse y Tremblay (2011) muestran que en estudiantes de administración de empresas e ingeniería en universidades de cuatro países, incluido Colombia, la percepción de los entrevistados mostraba que el 21% veía como obstáculo el proceso de creación y gerenciamiento de las empresas.
- Estructuraciones débiles: Planes de negocios con deficiencias pueden acarrear un fracaso del proyecto empresarial (Giraldo, Bedoya y Vargas, 2009), la correcta estimación de los costos reducir el riesgo por incertidumbres. Uribe (2011) sugiere que es necesaria una clasificación entre costos o gastos controlables y costos o gastos no controlables con el ánimo de medir el grado de riesgo.

3. Tendencia emprendedora en Colombia en los últimos años

3.1. Actualización del estudio Dinámica Empresarial Colombiana del Global Entrepreneurship Monitor

Tal vez la fuente de información más completa, por su contenido y relevancia es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), al que se vinculó Colombia en 2006, y que desde entonces ha generado reportes anuales que permiten ver el avance de las actividades de emprendimiento en Colombia y el mundo. Con corte a 2013², GEM (Varela, Gómez, Vesga, y Pereira, 2014) publicó el último reporte acerca de la “Dinámica Empresarial Colombiana”³, en el que se realizan análisis, comparaciones y se muestran resultados que permitirán contextualizar la situación colombiana y compararla con el escenario internacional.

² A la fecha de presentación del presente documento, GEM no había publicado el reporte con corte 2014, y el reporte del año 2013 sólo presenta datos del periodo 2010-2013. Por tanto se realiza aquí (con base en la información de los indicadores publicados en el portal de GEM) una revisión de la información hacia atrás (en el periodo 2006-2009) y la actualización con la disponible del año 2014.

³ En los análisis de GEM se utiliza el término empresario, y se le da el mismo sentido de emprendedor.

El siguiente análisis se realizará con base en la información del GEM a partir de los reportes generados desde el 2006 y la información publicada en su portal, para reconstruir el histórico de los indicadores y con base en ellos mostrar el comportamiento del emprendimiento en Colombia y posteriormente compararlo frente al escenario internacional. Los resultados históricos de los principales indicadores desde la vinculación de Colombia a GEM se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 4. Principales indicadores GEM sobre la actividad empresarial, Colombia (2006-2014)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Percepción sociocultural sobre las actividades empresariales	80.7%	79.7%	82.3%	81.7%	77.3%	78.5%	77.8%	76.6%	70.7%
Empresarios potenciales	69.3%	66.3%	65.0%	61.7%	68.5%	68.5%	65.5%	64.5%	64.2%
Empresarios intencionales	62.6%	60.1%	60.5%	57.2%	41.3%	55.8%	56.7%	54.5%	47.0%
Empresarios nacientes	10.8%	8.0%	13.8%	15.5%	8.7%	15.2%	13.6%	13.6%	12.4%
Empresarios nuevos	12.6%	15.5%	11.7%	7.6%	12.6%	6.7%	6.9%	10.3%	6.7%
Empresarios establecidos	10.4%	11.6%	14.1%	12.9%	12.2%	7.5%	6.7%	5.9%	4.9%

Fuente: elaboración propia con base en Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015).

En términos generales, se nota en los últimos tres años una tendencia a la baja en todos los indicadores, lo que alerta sobre la necesidad de revisión de todas las políticas de gobierno para el fomento y apoyo de desarrollos empresariales, de los programas de emprendimiento en funcionamiento y de la relación de los sectores público y privado para fortalecer este tipo de iniciativas empresariales. De manera particular, el indicador de empresarios potenciales puede significar un riesgo a futuro en cuanto a la estabilidad o crecimiento de la tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana, TEA. De otro lado, el índice del empresario intencional (aquel que está decidido a meterse en la aventura de emprender) ha tenido en Colombia un comportamiento errático desde el inicio de la medición en el año 2006, lo que, una vez más, invita a que se revisen las medidas y políticas de apoyo a la cultura empresarial en Colombia.

- **Tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana (TEA):** El indicador principal con el que se mide el emprendimiento es la tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana, TEA, que se obtiene de la suma de los indicadores de empresarios nacientes y nuevos empresarios. Se observa que su comportamiento mostró una estabilidad en el periodo 2010-2012, subiendo hasta 23.7% en el año 2013 (un incremento del 17.9% respecto del año inmediatamente anterior), pero para el año 2014 se presenta una disminución a 18.6% (un decremento del 21.7% respecto del 2013). Esta condición desfavorable se da principalmente por la disminución ya vista en el indicador de empresarios nuevos.

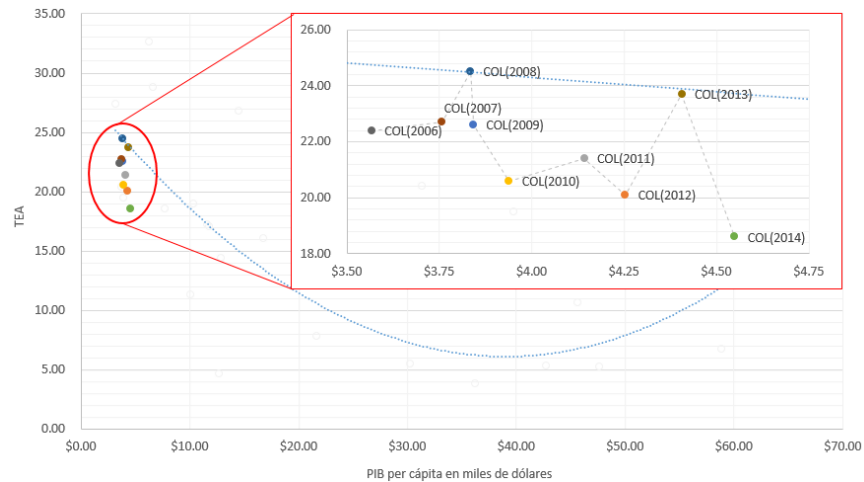
Minniti (2012) propone un proceso idéntico al desarrollado por la metodología GEM en cuanto a correlacionar variables macroeconómicas como el PIB per cápita y el emprendimiento. La siguiente figura permite ver el comportamiento de Colombia en los últimos nueve años, para lo cual se usó un PIB per cápita a precios constantes. La evolución de esta comparación PIB per cápita vs. TEA ha mostrado un comportamiento esperado en el PIB (por el crecimiento económico esperado de los países) frente a una variación muy errática en la TEA pero siempre por encima de 20, con valores máximos de 24.5 (2008). El año 2014 marca la diferencia en la tendencia arrojando el valor más bajo en el periodo evaluado con un 18.6 que ratifica lo enunciado en el presente documento en cuanto a generar alarmas en el gobierno, las entidades que apoyan y promueven el empresarismo y en la gente para que se revisen las razones que han llevado a este decaimiento de las tendencias emprendedoras en el país.

Tabla 5. Tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana (TEA) en Colombia (2006-2014)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana (TEA)	22.4%	22.7%	24.5%	22.6%	20.6%	21.4%	20.1%	23.7%	18.6%

Fuente: Elaboración propia con base en Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015).

Figura 5. TEA vs. PIB PC para Colombia, en miles de USD <a precios constantes de 2005> (2006-2014)



Fuente: Elaboración propia con base en Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015) y Banco Mundial (2015).

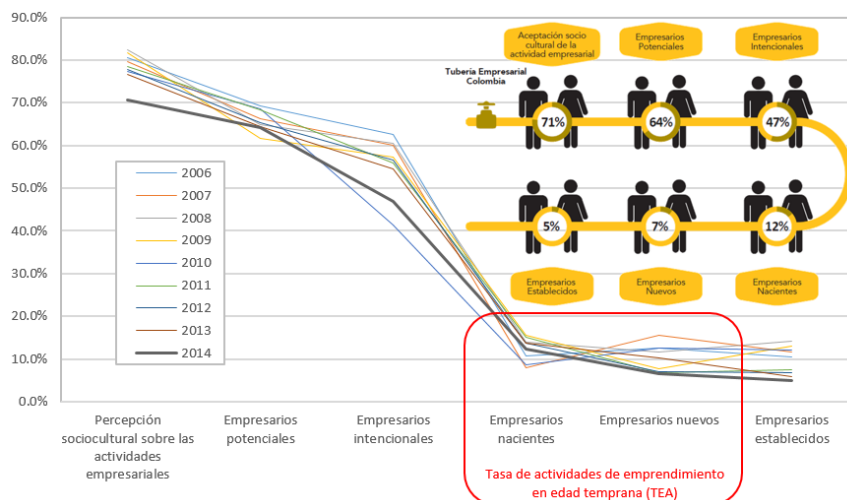
- **Empresarios establecidos:** Durante este tiempo se enfrenta el empresario al mercado y debe lograr vencer las dificultades que este le imponga. En Colombia, la tasa de empresas que ha logrado llegar a esta instancia ha disminuido en un 60% en el periodo entre el 2010 y el 2014, y un 15.7% entre el 2012 y el 2013. Esta situación pone de manifiesto que existe una tasa de mortalidad de empresas muy alta (después de haberse constituido), lo que claramente invita a estudiar esta situación ya que *“es un mal signo para el futuro desarrollo del país”* (GEM, 2013, p.37).
- **La tubería empresarial:** A partir de la metodología GEM, Varela et al. (2014) proponen el concepto de *tubería empresarial*, con la que se puede integrar cada una de las etapas del proceso de emprendimiento y mirar las fugas que se presentan entre cada una de ellas (ver figura 6).

GEM (Varela et al., 2014) atribuye las pérdidas entre la aceptación sociocultural sobre las actividades empresariales y los empresarios potenciales a *“una falencia que el sistema educativo debe solucionar (...) para ello, el desarrollo de competencias empresariales es un paso fundamental”*. El estudio presenta resultados comparativos sobre los factores que definen a los empresarios potenciales por nivel educativo y plantea la necesidad de investigación adicional sobre los mismos.

Para el paso de empresarios potenciales a empresarios intencionales, GEM (Varela et al., 2014) propone como factor fundamental la educación, indicando que *“es necesario diseñar y ejecutar programas de educación y promoción que le permitan a la población: adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para participar en la actividad empresarial, conocer las competencias empresariales necesarias para iniciar una empresa, y desarrollar un plan de carrera empresarial que permita el transcurso normal en las siguientes etapas del proceso empresarial”*.

Las pérdidas en el tránsito entre el empresario intencional y el empresario naciente no son comentadas por GEM, sin embargo, se interpreta la alta disminución en el esfuerzo que significa para las personas pasar de pensar a actuar, estar en la condición real de creación de empresa y luchar para alcanzar los ingresos que le permitan la estabilidad para continuar con sus actividades. En este sentido, se atribuye esta alta deserción a los miedos y barreras mencionados.

Figura 6. Comportamiento de la tubería empresarial (2006-2014) y estado 2014 en Colombia



Fuente: Elaboración propia con base en Encuesta a la población adulta (APS; GEM, 2013, pp,38), Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015).

El grupo de empresarios nacientes y empresarios nuevos (agrupados en rojo en la figura 6) constituye la base de medida de la TEA. Este cambio de etapa es definido como “una medida del nivel de eficacia que los nacientes están teniendo en el proceso para poder pasar a ser nuevos empresarios” (Varela et al., 2014, p.36), y para el caso colombiano, pese a haberse logrado algunas mejoras en los últimos años, pasando de fugas promedio del 8% (para los años 2011 y 2012) al 3.3% en 2013, en el año 2014 se incrementan las fugas en esta etapa hasta el 5.7%, lo que permite ver que se incrementó el abandono empresarial.

Es necesario que se revisen las políticas de gobierno y en general los mecanismos de apoyo para lograr disminuir la diferencia que se da entre el empresario potencial (64.2%) y el empresario nuevo (6.7%), lo que se traduce en abandono del impulso empresarial, que representa fugas del 57.5%. Finalmente, el último tramo en el recorrido, entre el empresario nuevo y el establecido, muestra un nivel de abandono de proyectos empresariales (con fugas de 1.8% para el año 2014), lo que puede traducirse como una tasa de abandono de cerca del 27% de los proyectos que habían llegado a nuevas empresas, mejor que el resultado del año 2013 que estaba cercano al 42%. Esta condición pese a mostrar algo de mejoría, nuevamente incita a que se haga una revisión de las condiciones que están generando este alto nivel de desaparición de empresas. GEM (Varela et al., 2014) al realizar un análisis de los indicadores sobre empresarios nacientes, nuevos y establecidos por edades, ha concluido que “es necesario diferenciar los programas de apoyo para la creación de empresas por edades” ya que los resultados muestran que hay una necesidad de programas para los adultos y adultos mayores.

En términos del desempeño del proceso definido por la tubería empresarial, Colombia muestra un valor bastante bajo (6.9%) que significa que de 15 personas que tienen una percepción positiva hacia la actividad empresarial - primera etapa de la tubería, sólo una llega a formar una empresa que pase a la etapa de establecida, última en la tubería.

3.2. Cantidad de empresas creadas anualmente

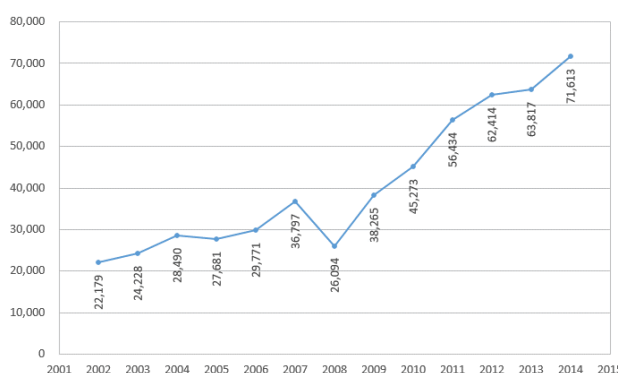
Dependiente del tipo de empresa, ya sea por tamaño o tipo de sociedad, los pasos necesarios para darla por creada o constituirla son:

- **Micro, pequeña o mediana empresa:** Según la Ley 590 de 2000, una empresa se considera creada o constituida “en la fecha de la escritura pública de constitución, en el caso de las personas jurídicas y en la fecha de registro en la Cámara de Comercio en el caso de las demás Mipymes” .

- Facilidades por restricción de tamaño: La Ley 1014 de 2006 facilitó el proceso de creación de empresas indicando que las mismas pueden llegar a constituirse mediante documento privado si su tamaño está limitado a menos de diez trabajadores y si sus activos totales son inferiores a 500 SMMLV. Nuevamente el registro mercantil es necesario.
- Sociedades por acciones simplificadas –S.A.S.–: La Ley 1258 de 2008, que dio cabida a las S.A.S., permite la creación de empresas “mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio”.
- Otras sociedades: Se rigen por el Código de Comercio y requieren para su constitución que se haga por escritura pública y posteriormente se debe hacer el correspondiente registro mercantil en Cámara de Comercio.

En este sentido, las cámaras de comercio tienen a su disposición la información estadística detallada de la creación de empresas. El ente coordinador de las Cámaras de Comercio a nivel nacional es Confecámaras, al cual se recurrió para el presente estudio, así como a las cámaras de comercio de las ciudades principales (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga), pero por la premura en la elaboración del documento y los trámites internos de cada organización, no fue posible la consecución de la totalidad de la información parcial, lo que llevó a buscar fuentes adicionales que contaran con dichos datos.

Figura 7. Cantidad de nuevas empresas constituidas, Colombia (2002-2014)



Fuente: Elaboración propia con base en Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009) –para años 2002 a 2008–, Banco Mundial (2015) –para años 2009 a 2011–, Confecámaras (en El Tiempo, 2015) –para años 2012 a 2014–.

La *figura 7* permite ver la tendencia del comportamiento de la tasa de natalidad o de creación de empresas en Colombia (empresas nuevas constituidas, no renovadas) en los últimos 13 años, en los que, con excepción del año 2008, se logra un comportamiento lineal con una aparente constancia en la tasa de crecimiento, evidenciando que en el periodo evaluado se ha triplicado la cantidad.

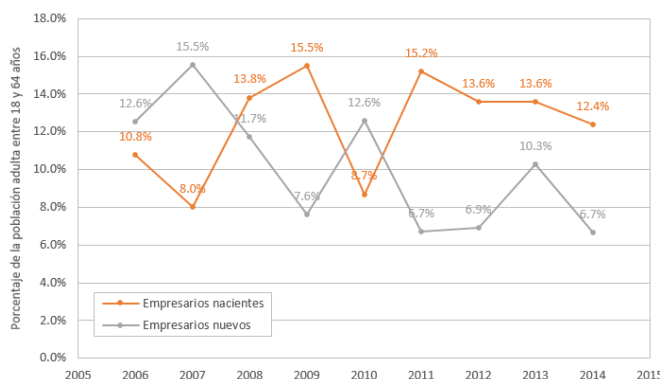
Una de las fuentes comunes de consulta en temas de emprendimiento es el Global Entrepreneurship Monitor –GEM– que presenta dos indicadores que suelen asimilarse de manera errónea como tasas de crecimiento empresarial: empresarios nacientes y empresarios nuevos. En la *figura 8* se presenta la evolución de estos dos índices para Colombia.

La información histórica del GEM (desde el año 2006 en que Colombia entró) no ha mostrado una consistencia en el comportamiento de ambos indicadores, lo que no es correspondiente a la tasa real de empresas constituidas reportadas por Confecámaras (ver *figura 7*). Esta diferencia radica principalmente en que:

- La orientación de la metodología GEM requiere un estándar para hacer comparables los resultados en todos los países.
- La fuente de información del GEM es primaria, mediante entrevistas (encuesta a la población adulta), lo que arroja como resultado un estado situacional restringido a la población consultada, que si bien es aparentemente representativa (3,400 muestras) refleja un indicador en función de dicha muestra. Esto se puede entender mejor si se piensa que del total de la población colombiana –48.93 millones de personas (Banco Mundial, 2015)–, se dijera que el 12.4% (cerca de seis millones) han iniciado un proyecto empresarial (en el rango de los tres meses).

- Dentro de la población encuestada, Bogotá históricamente ha representado un alto porcentaje de la muestra, lo que sesga los resultados si se desea generalizarlos para la totalidad de la población nacional.

Figura 8. Principales indicadores GEM sobre la actividad empresarial, Colombia (2006-2014)



Fuente: Elaboración propia con base en Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015).

El análisis de los indicadores del GEM permite llegar a las siguientes conclusiones:

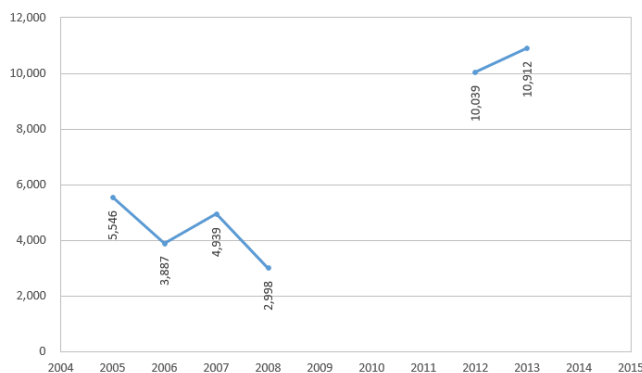
- **Empresarios nacientes:** Se aprecia que del 2010 al 2011 hubo un incremento del 66%, pero a partir de allí, hasta el 2014, el índice ha venido gradualmente bajando. Esta etapa del camino del emprendimiento se convierte en la más difícil para el empresario, ya que es aquí donde ve o no el resultado de su trabajo, a través de los ingresos recibidos.
- **Empresarios nuevos:** Se vio un incremento del 47% entre el año 2012 y 2013, con un decremento de igual magnitud para el año 2014. Estos resultados ponen en manifiesto que muchos empresarios han dejado sus intenciones de continuar por el camino del emprendimiento.

3.3. Cantidad de empresas cerradas anualmente

Tal como lo definen el Código de Comercio y las modificaciones a él aplicadas por la Ley 222 de 1995, un proceso de liquidación de una sociedad requiere agotar las etapas hasta llegar a la terminación del mismo. En esta etapa final se requiere registrar ante una cámara de comercio la cuenta final de liquidación, momento en el que se activa el indicador de empresa cerrada que manejan estas entidades.

La *figura 9* permite ver el comportamiento del cierre de empresas sólo en los periodos 2005-2008 y 2012-2013, debido a la dificultad de consecución de información con Confecámaras.

Figura 9. Cantidad de empresas cerradas, Colombia (2002-2014)



Fuente: Elaboración propia con base en Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009) –para años 2002 a 2008–, Confecámaras (en Lozano, 2014) – para años 2012 a 2013–.

A pesar de la discontinuidad de la gráfica, los datos extremos mostrados permiten ver el comportamiento también creciente en la tasa de mortalidad empresarial en el país, en donde la tendencia general a la baja dada al inicio del periodo (2005 a 2008) se pierde por completo en el final del periodo. Sin embargo, se debe tener prudencia al comparar estos resultados con natalidad de empresas debido a que no corresponden necesariamente al mismo sujeto, es decir, esta tasa de mortalidad corresponde a una fracción de las empresas que en su haber histórico estuvieron como constituidas y no necesariamente es la mortalidad de las empresas que en el año fueron creadas. Esta aclaración es importante, ya que no se debe confundir la tasa de mortalidad empresarial con un porcentaje de éxito o fracaso de las empresas creadas.

Para el caso del cierre de empresas, el Informe GEM 2013 (Varela et al., 2014) presenta el indicador de discontinuidad de la actividad empresarial que no debe ser confundido, en este caso, con la tasa de mortalidad o de cierre de empresas. El indicador de discontinuidad de la actividad empresarial es producto de preguntar a los entrevistados acerca del cierre, venta, discontinuidad o abandono de la actividad empresarial en funcionamiento. Al igual que con la tasa de mortalidad, este índice no refleja el “fracaso o falla de la iniciativa empresarial” (Varela et al., 2014, p.41).

Tabla 6. Discontinuidad de la actividad empresarial en Colombia (2006-2013)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Discontinuidad de la actividad empresarial	10.5%	8.9%	7.1%	7.1%	5.0%	6.0%	7.0%	5.4%

Fuente: Elaboración propia con base en Encuesta a la población adulta – APS (Varela et al., 2010 y Varela et al., 2014).

Los valores obtenidos en el periodo 2010-2012 muestran un incremento del indicador que para el año 2013 logró bajarse respecto al año inmediatamente anterior. Teniendo en cuenta que el índice mide el cierre de las empresas (por diferentes causas), el porcentaje obtenido no corresponde a la tasa real de cierre de empresas ya que es medido sobre la totalidad de la población encuestada, de la cual no todos han sido partícipes de un proceso de creación de empresa.

En este sentido, y teniendo claro que los tiempos no necesariamente son los mismos, se propone realizar una corrección al índice de discontinuidad para medir dos aspectos fundamentales: i) medir la discontinuidad de quienes entran a la tubería empresarial: la relación entre quienes inician el proceso de la tubería empresarial (aceptación socio-cultural de la actividad empresarial) y la discontinuidad reportada; y ii) medir la relación con las empresas consolidadas: entendiendo como empresa consolidada aquella que hace parte del grupo de empresarios nacientes.

La discontinuidad en la tubería empresarial (*tabla 7*) permite determinar qué porcentaje de aquellas personas que entraron dentro de la tubería empresarial procedieron con el cierre, venta, discontinuidad o abandono de la actividad empresarial. La intención de este indicador corregido es mostrar la tasa de cierre de empresas (no necesariamente por fracaso) respecto de quienes entran en la dinámica del emprendimiento.

Tabla 7. Discontinuidad de la actividad empresarial en la tubería empresarial en Colombia (2006-2013)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Percepción sociocultural sobre las actividades empresariales	80.7%	79.7%	82.3%	81.7%	77.3%	78.5%	77.8%	76.6%
Discontinuidad de la actividad empresarial	10.5%	8.9%	7.1%	7.1%	5.0%	6.0%	7.0%	5.4%
Discontinuidad en la tubería empresarial	13.0%	11.1%	8.6%	8.7%	6.5%	7.6%	9.0%	7.0%

Fuente: Elaboración propia con base en Encuesta a la población adulta – APS (Varela et al., 2010 y Varela et al., 2014).

La discontinuidad corregida de la actividad empresarial (*tabla 8*) busca mostrar la tasa de permanencia de las iniciativas empresariales que lograron surgir como empresas. Para ello toma como punto de partida los empresarios nacientes, ya que son estos los que por definición ya han iniciado con la actividad empresarial, y los compara con aquellos que

indicaron discontinuidad. En este sentido, los valores obtenidos al cambiarse la base de cálculo (se pasa del total de la población adulta a sólo la parte de dicha población que inició su iniciativa empresarial) muestran cifras mucho mayores y tal vez algo alarmantes. Si bien es cierto que esta tasa de permanencia de las iniciativas empresariales ha logrado disminuirse gradualmente, aún es alarmante que el 39.7% de las empresas iniciadas (2 de cada 5) lleguen al cierre.

Tabla 8. Discontinuidad corregida de la actividad empresarial en Colombia (2006-2013)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Empresarios nacientes	10.8%	8.0%	13.8%	15.5%	8.7%	15.2%	13.6%	13.6%
Discontinuidad de la actividad empresarial	10.5%	8.9%	7.1%	7.1%	5.0%	6.0%	7.0%	5.4%
Discontinuidad corregida de la actividad empresarial	97.4%	110.8%	51.4%	46.0%	57.5%	39.5%	51.5%	39.7%

Fuente: Elaboración propia con base en Encuesta a la población adulta – APS (Varela et al., 2010 y Varela et al., 2014).

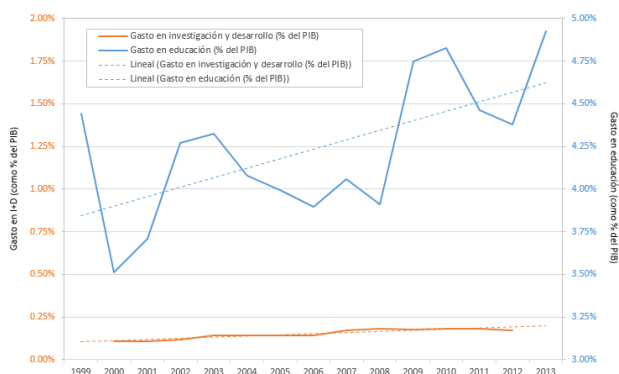
Al preguntar por las razones que llevaron a los empresarios a la discontinuidad de la empresa, cerca de la mitad apuntan a una deficiente planeación o evaluación económica de la propuesta inicial (rentabilidad con un 31.6% y problemas financieros con un 17.6%) que pueden llegarse a ver como posibles razones de fracaso o falla de la actividad empresarial; otro cuarto de las razones podrían llegarse a catalogar en abandono (oportunidad de empleo con 5.2% y razones personales con 23.8%), casi un quinto no clasifica claramente sus razones (21.3% para otras razones) y tan solo un 0.5% entra en el grupo de oportunidad de venta de la empresa, que partiendo del hecho que un comprador no se metería en un mal negocio, podría llegar a considerarse como el caso de éxito dentro del grupo de las discontinuidades.

Esta evaluación arroja una necesidad de fortalecer los programas de emprendimiento en cuanto a la planeación estratégica de las propuestas y a realizar adecuados modelos de la proyección económica de las propuestas para evitar que una vez enfrentados al mundo real, se vean al borde del fracaso. Finalmente, se puede concluir que, para el caso del cierre de empresas, si bien es cierto que los indicadores de mortalidad de empresas y el indicador de discontinuidad de la actividad empresarial no reflejan los mismos resultados, comparativamente pueden ser complementarios toda vez que el segundo aporta causales reales de empresarios que han cesado en su actividad económica.

3.4. ¿Qué esperar en el corto plazo?

Los indicadores generales de emprendimiento del GEM no lograron mantenerse en el año 2014 y pese a que no es concluyente una simple visión de la tendencia de los resultados, sí es un parámetro de alerta de la condición en el corto plazo. Como ya se mostró, las recomendaciones manifiestas por GEM en su informe con corte al 2013 apuntan a la necesidad de fortalecer las competencias empresariales por medio de programas de educación.

Figura 10. Gasto en educación y en investigación y desarrollo como % del PIB, Colombia (1999-2013)



Fuente: Elaboración propia con base en UNESCO (2015) y Banco Mundial (2015).

Si las conclusiones y recomendaciones de GEM son acertadas, y es la educación la medida para asegurar niveles de crecimiento en los índices de emprendimiento, vale la pena revisar el comportamiento de los indicadores de inversión en educación (teniendo claro que miden aspectos diferentes; educación en emprendimiento, educación en general, gobierno) y en investigación y desarrollo para determinar si en los años anteriores ha existido alguna relación con el comportamiento en emprendimiento mostrado.

Sin el ánimo de caer en una discusión política, el gasto en estos dos factores no ha estado impulsado por políticas de desarrollo sostenibles, sino que ha dependido mucho de la coyuntura sociopolítica, del gobierno de turno y de variables macroeconómicas que lo terminan limitando. Pese a que no puede negarse el hecho que se ha logrado mejorar un poco la tendencia general de inversión en ambas, los niveles de competitividad que requiere el país implican mejorar más y orientar mejor el recurso dispuesto. Al revisar el comportamiento de estos índices (ver *figura 10*) y compararlos con la TEA (*tabla 5*), no se puede sacar una conclusión inmediata sobre la relación o el efecto de unos y otros para un periodo específico, aun pensando en la posible extemporaneidad (por efectos de la demora en el impacto de uno sobre el otro).

El balance realizado por Gómez y Mitchell (2014) sobre innovación y emprendimiento en Colombia hacia el 2018 arroja resultados similares, indicando que si bien hay una evolución en cuanto al aumento de la inversión en ciencia, tecnología e innovación, aún hay rezagos frente a otras economías (aspecto que se mostrará más adelante). Asimismo, sus resultados muestran que los índices de producción científica (cantidad de investigadores, profesionales en áreas científicas, patentes y publicaciones) se encuentran en los niveles bajos. Ante dicha dinámica histórica Gómez y Mitchell hacen quince recomendaciones de política, en las que conjugan un plan de acción conjunta entre los diferentes agentes vinculados al desarrollo científico, tecnológico y emprendedor.

Colombia requiere, pues, para transitar por un futuro promisorio para la ciencia y el emprendimiento, revisar las recomendaciones de las recientes publicaciones e iniciar un proceso de monitoreo y control de sus planes de acción para realinear los recursos con las necesidades que el desarrollo económico requiere. Si bien es cierto que no vamos por mal camino, no podemos llegar a una zona de confort, ya que, como los últimos indicadores GEM 2014 muestran, es muy fácil descender de los objetivos trazados, máxime si estos no tienen una orientación clara en cuanto al aporte que la ciencia, la tecnología, la innovación y el emprendimiento dan al desarrollo económico de la nación.

4. Colombia en el escenario internacional

4.1. Colombia en el mundo

Indicadores de emprendimiento

El análisis de los resultados de GEM (a partir de la reconstrucción de la información, ya que no ha sido publicado aún el informe del año 2014) permite evidenciar cambios en las tendencias de Colombia para todos los indicadores con comportamientos a la baja en todos ellos, contrario a lo que están mostrando los tres grupos de economías (ver *figuras 11 a 17*). Si bien aún los valores son mayores respecto de algunos grupos económicos, la tendencia que se evidencia alerta por lo que a corto plazo pueda suceder. Esta es una clara invitación a no mermar esfuerzos en cuanto al gran desarrollo logrado en los últimos años en emprendimiento. Una revisión del comportamiento del índice TEA y una comparación con algunos países da lugar a cuestionarse sobre el éxito de la mezcla entre emprendimiento y desarrollo económico.

Figura 11. Aceptación sociocultural sobre las actividades empresariales en Colombia y los tres grupos económicos (2010-2014)

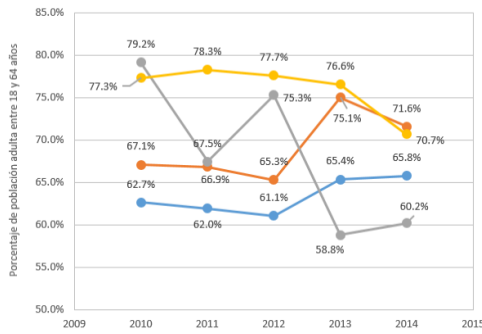


Figura 12. Empresarios potenciales en Colombia y los tres grupos económicos (2010-2014)

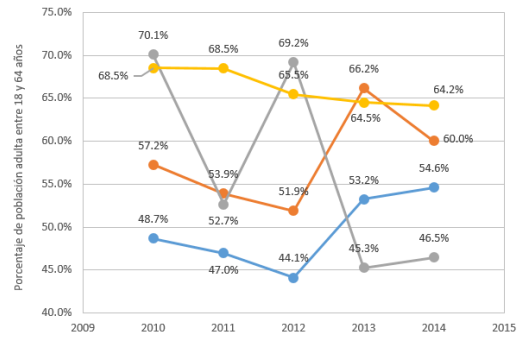


Figura 13. Empresarios intencionales en Colombia y los tres grupos económicos (2010-2014)

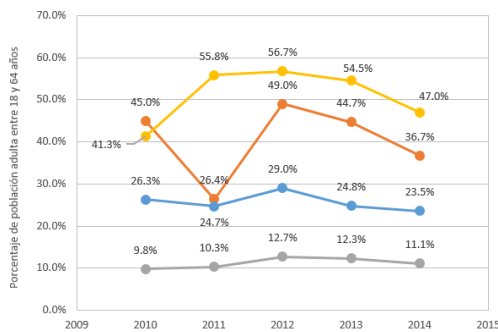


Figura 14. Empresarios nacientes en Colombia y los tres grupos económicos (2010-2014)

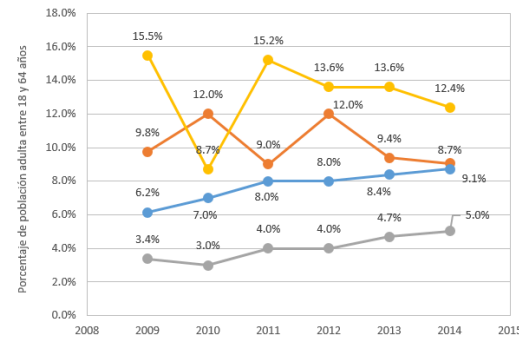


Figura 15. Empresarios nuevos en Colombia y los tres grupos económicos (2010-2014)

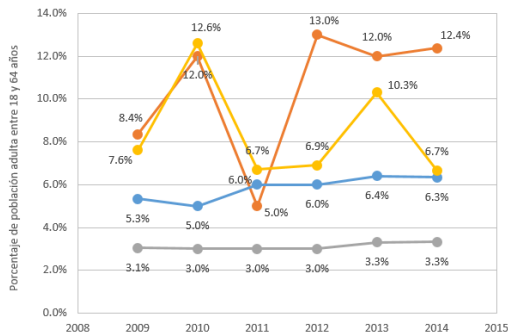


Figura 16. Tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana (TEA) en Colombia y los tres grupos económicos (2010-2014)

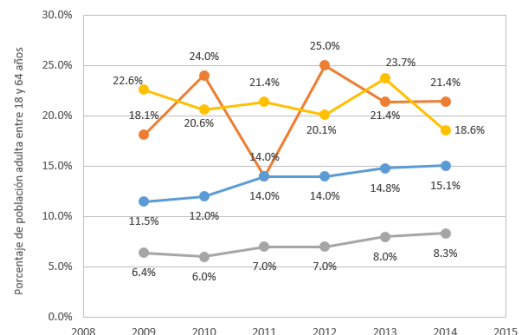
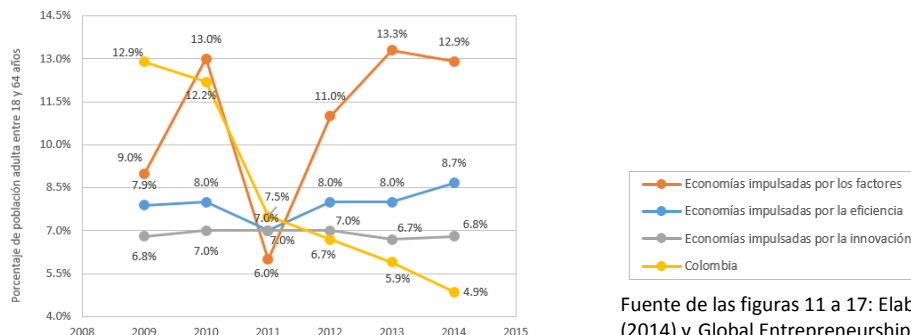


Figura 17. Empresarios establecidos en Colombia y los tres grupos económicos (2010-2014)

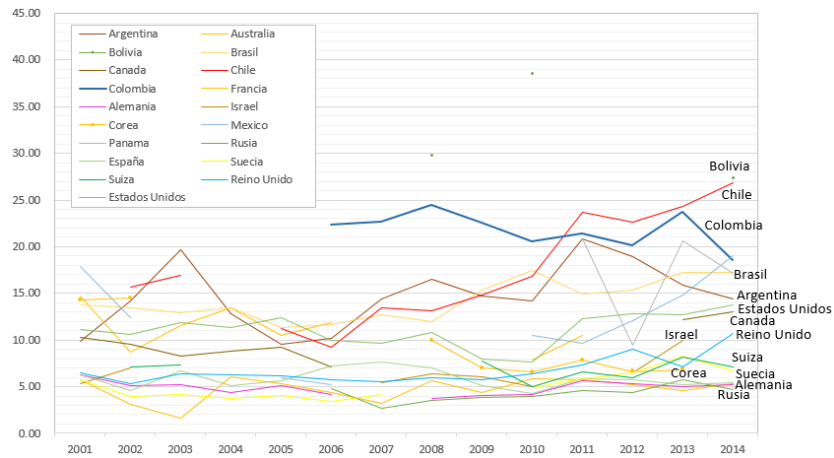


Fuente de las figuras 11 a 17: Elaboración propia con base en Varela et al. (2014) y Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015).

La *figura 18* muestra un primer patrón que asocia al país con su economía y el valor de la TEA. Países de condiciones económicas más favorables tienden a presentar valores bajos del indicador, lo que puede ser justificado como ausencia de un estímulo (hay conformidad con el modelo social y con las condiciones de remuneración por el trabajo desempeñado) que genere motivación hacia el desarrollo de proyectos de emprendimiento.

En su informe a 2013, GEM (Varela, et al., 2014) muestra el comportamiento del índice de discontinuidad empresarial a lo largo del periodo (2010-2013) con una consistencia en el comportamiento de Colombia frente a las economías impulsadas por la eficiencia y la innovación (siempre por encima en el periodo evaluado), pero menor que las economías impulsadas por los factores. Entendiendo el criterio de corrección para este índice, se presentan a continuación los indicadores de discontinuidad corregidos con corte al 2013, para la tubería empresarial y para la discontinuidad frente a las empresas consolidadas.

Figura 18. Tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana (TEA en %), Colombia vs. algunos países del mundo



Fuente: Elaboración propia con base en Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015).

Tabla 9. Discontinuidad de la actividad empresarial, en la tubería empresarial y corregida en Colombia y los tres grupos económicos (2013)

	Discontinuidad en la tubería empresarial	Discontinuidad corregida de la actividad empresarial
Economías impulsadas por los factores	16.8%	134.0%
Economías impulsadas por la eficiencia	6.4%	50.0%
Economías impulsadas por la innovación	4.8%	59.6%
Colombia	7.0%	39.7%

Fuente: Elaboración propia con base en Encuesta a la población adulta (APS; Varela et al., 2014).

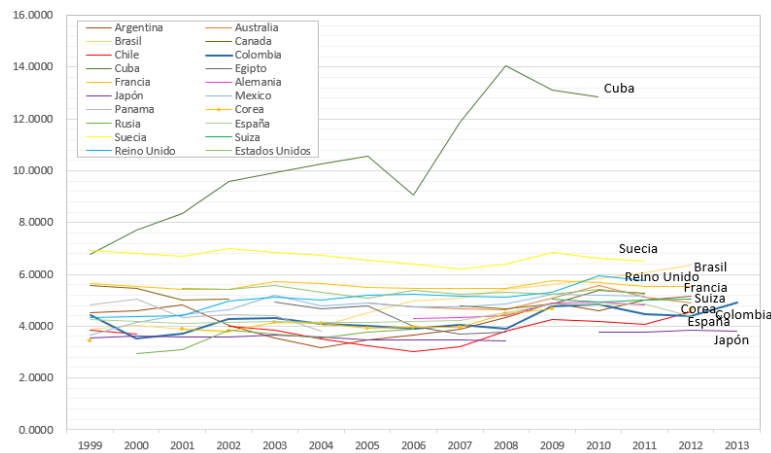
En los datos de la tabla anterior para la discontinuidad en la tubería empresarial, se observa el mismo comportamiento que en el índice general (GEM): Colombia presenta una menor discontinuidad que las economías impulsadas por factores, pero mayor que las impulsadas por la eficiencia y la innovación. En cuanto a la discontinuidad corregida, que mide la tasa de permanencia de las iniciativas empresariales que lograron surgir como empresas, se aprecia que Colombia presenta un mejor estado, ya que sólo el 39.7% de las empresas llegan a cerrarse, mientras que en las economías impulsadas por la eficiencia y la innovación está en 55% en promedio y en las economías impulsadas por los factores la tasa es destructiva (mayor que el 100%), lo que indica que hay muchos más cierres que procesos de inicio de actividad empresarial.

Comparativo del gasto en educación e investigación y desarrollo como porcentaje del PIB

Se había mencionado la necesidad de inversión de los gobiernos en educación y en investigación y desarrollo. La *figura 10* presentó el panorama de Colombia de manera aislada, pero aquí se pretende hacer una comparación de estos dos indicadores con varios países del mundo para posteriormente ver el posicionamiento de Colombia.

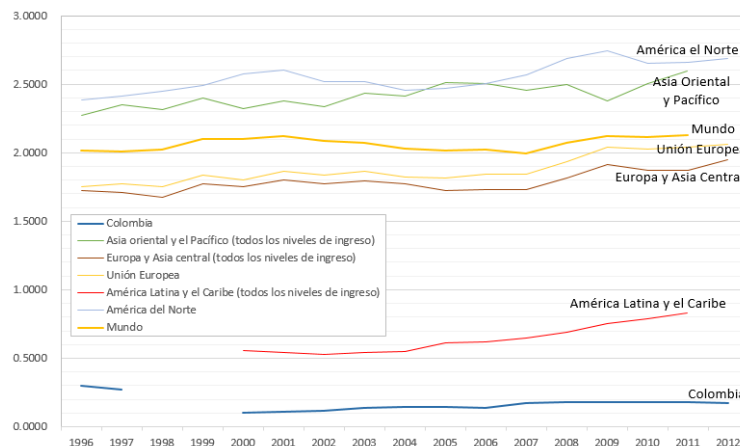
La revisión del panorama de inversión en educación (*figura 19*) e investigación y desarrollo (*figura 20*) no es muy alentadora. Colombia (línea azul en ambas figuras) muestra resultados bajos en educación por debajo de países de economías más estables, pero sin duda muy bajo para las necesidades de la población; mientras que en investigación y desarrollo presenta el menor comportamiento posible comparado con las economías por regiones. Ya se mencionó que no se ha encontrado una correlación clara entre estos dos indicadores y el emprendimiento, sin embargo es claro que mejorar en aspecto como la educación, la innovación y la investigación, propicia un ambiente más saludable para que se gesten emprendimientos y desarrollos empresariales.

Figura 19. Gasto en educación como % del PIB, Colombia vs. algunos países del mundo



Fuente: Elaboración propia con base en UIS – Unesco (2015).

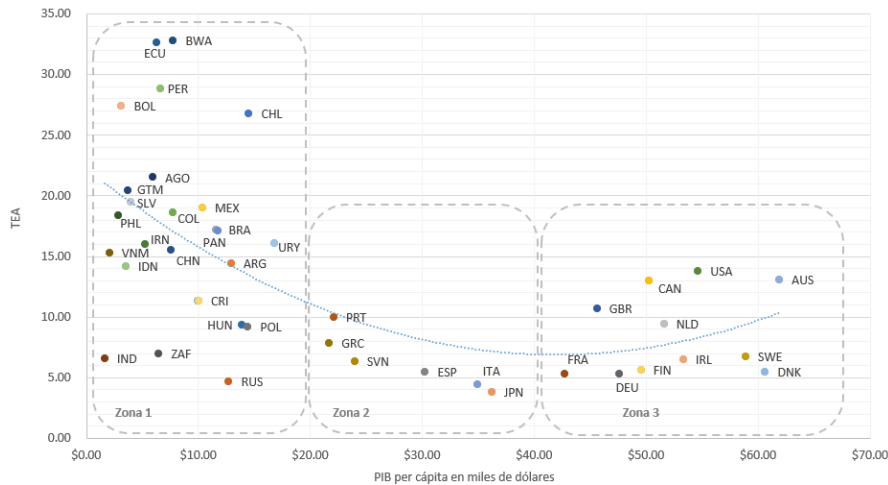
Figura 20. Gasto en investigación y desarrollo como % del PIB, Colombia vs. regiones del mundo



Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2015).

Emprendimiento y desarrollo económico

Figura 21. TEA vs. PIB PC para algunos países, en miles de \$USD (2014)



Fuente: Elaboración propia con base en Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015) y Banco Mundial (2015).

GEM (Varela et al., 2014) propone como uno de sus principales objetivos el estudio de la relación entre la TEA y el desarrollo económico. Para hacer tal comparación utiliza el “producto interno bruto per cápita, basado en el poder de paridad de compra” (Varela et al., 2014, p.42). Aprovechando que los valores de los TEA ya se encuentran publicados por país en la página web del GEM, se presenta a continuación la información comparativa con datos al año 2014. En la *figura 21* se puede apreciar cómo la información parece agruparse en tres zonas claramente identificadas, en función del PIB per cápita:

Zona 1: PIB per cápita menos de USD\$20.000:

- Esta primera zona muestra una alta concentración de países entre los que están los de economía impulsada por los factores (Angola, Botsuana, India, Filipinas, Vietnam e Irán) y los de la economía impulsada por la eficiencia (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Rusia, Uruguay, Indonesia, Hungría, Polonia, Rumania, Sudáfrica, China) con una dispersión grande en cuanto al valor de la TEA.
- Para la economía impulsada por los factores se aprecia una clara tendencia inversa entre el PIB per cápita y la TEA (con excepción de India), con PIB per cápita que no superan los USD\$8.000. En estos países las condiciones laborales son deficientes y las personas ven en la actividad empresarial una oportunidad para ocuparse (Varela et al., 2014). Normalmente estas actividades no aportan de manera significativa al PIB.
- Para la economía impulsada por la eficiencia, el rango de PIB per cápita está entre los USD\$7.000 y los USD\$17.000 (con excepción de Bolivia, Rusia, Guatemala y El Salvador que rondan los USD\$3.000) con TEA que van desde 4,69 (Rusia) hasta 32,6 (Ecuador). GEM sugiere que las variaciones en esta parte de la zona se pueden deber a que las situaciones económicas son mejores y las condiciones laborales no son tan desfavorables, sumado al hecho de la diversidad cultural del grupo que se reúne (Varela et al., 2014). Otras variaciones pueden estar relacionadas con factores ambientales como las políticas de apoyo a la actividad empresarial, la educación y la orientación al emprendimiento.
- Colombia está en esta zona compartiendo PIB per cápita con China y muy cerca de Ecuador, Perú y Sudáfrica (en un rango entre los USD\$6.000 y USD\$8.000) pero con una TEA (18,60) algo por debajo del promedio (19,79) que está entre el rango de 6,97 (Sudáfrica) y 32,6 (Ecuador). El comportamiento de Colombia en el tiempo se evaluará más adelante, sin embargo, se anticipa que esta situación debe ser tenida en cuenta por las entidades que apoyan la actividad empresarial, toda vez que se ha detectado una tendencia a la baja que puede afectar el desarrollo empresarial del país en el corto y mediano plazo.

Zona 2: PIB per cápita entre USD\$20.000 y USD\$40.000:

- Esa zona está conformada en su totalidad por países de la economía impulsada por la innovación (Grecia, Japón, España, Italia, Portugal, Eslovenia) con una variación en la TEA que va desde 3,83 (Japón) hasta 9,97 (Portugal).
- En estos países, y por su tipo de economía, no hay una gran tendencia a la creación de empresa ya que las condiciones son bastante cómodas para la población.

Zona 3: PIB per cápita superior a USD\$40.000:

- Esa zona está conformada en su totalidad por países de la economía impulsada por la innovación, con dos aparentes subzonas divididas por la TEA, en donde se tiene valores superiores a 9 (Australia, Canadá, Reino Unido, Estados Unidos y Países Bajos) y otros inferiores a 7 (Francia, Alemania, Suecia, Finlandia, Irlanda y Dinamarca).
- En este tipo de economías, una de las razones por las que la TEA aumenta es que el alto valor per cápita les ofrece a las personas la posibilidad de ahorrar y la actividad empresarial se convierte en una alternativa de inversión.

Las dinámicas empresariales llevadas a cabo mediante procesos de emprendimiento no han logrado demostrar que aporten de manera significativa al crecimiento y desarrollo económico del país, entre otras, por no llegar a presentar un producto con valor agregado con algún carácter de innovación (Giraldo, Bedoya y Vargas, 2009). Sin embargo, sí se logra mejorar en cuanto a calidad y cantidad de los emprendimientos (emprendimientos dinámicos o de alto impacto) y se incrementan las inversiones en temas como investigación y desarrollo y educación de alta calidad, se pueden gestar espacios de innovación en los que se logren proyectos de emprendimiento que muevan las condiciones de la economía.

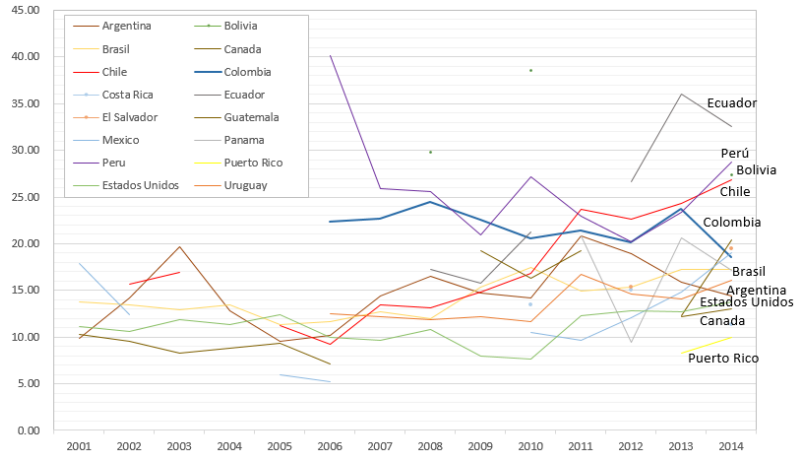
4.2. Colombia en América

Indicadores de emprendimiento

Haciendo un barrido general a los resultados de GEM 2013 (Varela et al., 2014), se encuentra que dentro de la misma región (en la que se encuentran también Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Jamaica, México, Panamá, Perú, Surinam y Uruguay) Colombia se encuentra liderando la percepción de oportunidades, por debajo del promedio en la percepción de capacidades y de cuarto en el temor al fracaso, incluso un poco por encima del promedio. En este sentido, hay que mejorar los índices tanto de la percepción de capacidad como del temor al fracaso, que como ya se mencionó, está vinculado al desarrollo formativo. Pese al comportamiento a la baja en el índice de empresarios intencionales detectado en Colombia en el periodo 2010-2013, el país sigue siendo el de América con la mayor tasa de empresarios intencionales.

Cuando se compara la TEA con los países de América, se nota el cambio del comportamiento que traía Colombia en los últimos años donde se mantenía en los primeros lugares muy cerca de Perú y Chile, y sólo por debajo de Ecuador. Mientras que al cierre 2014 bajó significativamente alejándose del grupo en que venía y ubicándose por debajo de Brasil.

Figura 21. Tasa de actividades de emprendimiento en edad temprana (TEA en %) para países de América



Fuente: Elaboración propia con base en GEM (Varela et al., 2014).

Comparativo del gasto en educación e investigación y desarrollo como porcentaje del PIB

En cuanto al comparativo del indicador de educación (*figura 22*), Colombia presenta un comportamiento similar al de los países de la región, con excepción de Cuba (que ha mostrado una tendencia siempre superior a la región) y en los últimos años Bolivia. Cuando se relacionan los resultados de la TEA (*figura 21*) con los de educación, pareciera no haber una relación directa entre estos dos indicadores, toda vez que en un caso como el de Perú, una menor inversión en educación refleja una mayor TEA, mientras que en Brasil, una mayor inversión en educación no necesariamente significa una mayor TEA.

En inversión en investigación y desarrollo (*figura 23*), Colombia es de las más bajas, sólo superando (por poco) a Guatemala y El Salvador. Gómez y Mitchell (2014) han mostrado que uno de los aspectos que promueve la innovación es la investigación y desarrollo, lo que pone en discusión la necesidad de incrementar esfuerzos económicos para promover iniciativas innovadoras que permitan potenciar emprendimientos de alto contenido innovador, ya que, como lo indican los autores, esta es una apuesta de largo alcance que ofrece más ventajas que cosas por perder. Al respecto, el Banco Mundial (2014) ha resaltado que pese a la alta tasa de creación de empresas en América Latina, su crecimiento está limitado por la falta de innovación de estas.

Figura 22. Gasto en educación como % del PIB para países de América

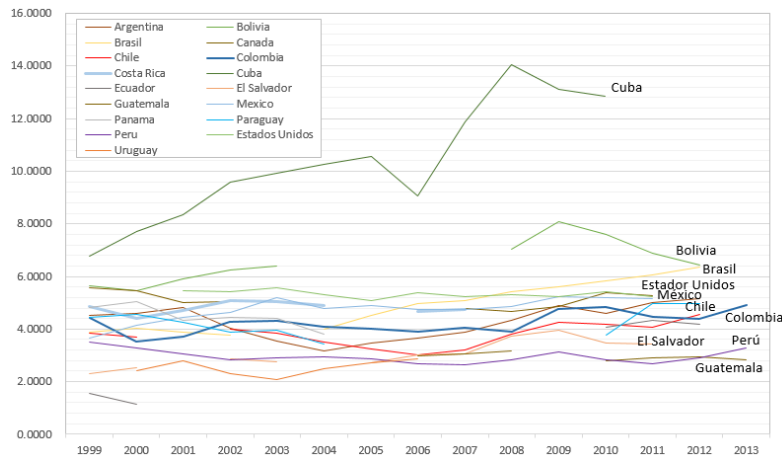
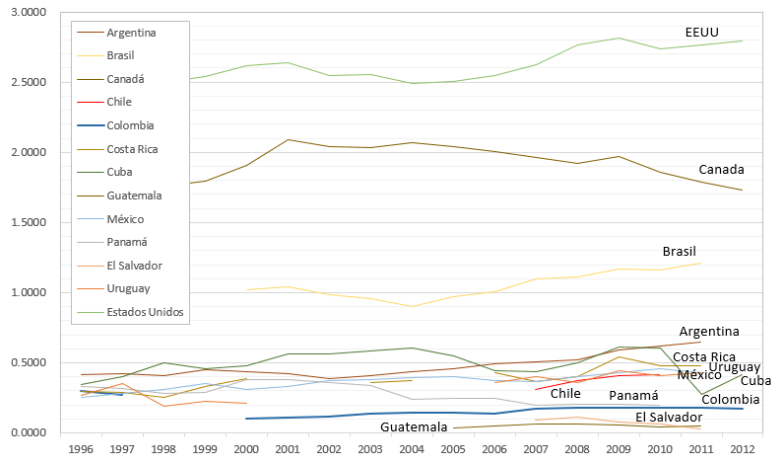


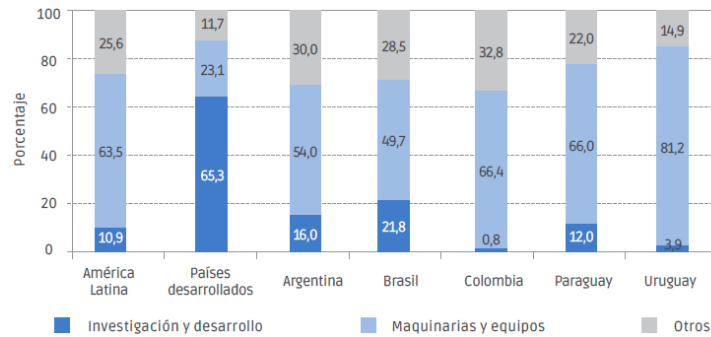
Figura 23. Gasto en investigación y desarrollo como % del PIB para países de América



Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2015).

Una característica adicional reportada por el Banco de Desarrollo de América Latina es la asociada a la inversión privada de las industrias en investigación y desarrollo. Álvarez (2014) muestra cómo, por ejemplo, en el sector manufacturero, Colombia es de los países con más bajas participaciones en gasto en este rubro, por debajo del promedio de América Latina y muy por debajo de los países desarrollados.

Figura 24. Composición del gasto en firmas del sector manufacturero



Fuente: Álvarez (2014, p. 184).

Emprendimiento y el desarrollo económico

La *figura 21* permite ver que los países de América Latina y el Caribe se encuentran en la zona 1, pues presentan ingresos per cápita por debajo de USD\$20.000 y con una alta dispersión en la TEA. Sólo Canadá y Estados Unidos presentan diferencias en el ingreso per cápita (zona 3) con el resto de América y pese a la diferencia entre ellos (Estados Unidos y Canadá), guardan una relación muy similar con sus TEA. Por estas diferencias el GEM separa los tipos de economía por ingreso per cápita, sin embargo aún no hay una clara explicación a la diversidad de la TEA entre países de condiciones económicas y sociales similares pertenecientes al mismo grupo económico (impulsado por la eficiencia para el caso de Colombia, América Latina y el Caribe).

Estos resultados son compartidos por GEM (Varela et al., 2014) en el informe de la dinámica empresarial colombiana, cuando afirma que las variaciones pueden ser “debido a características culturales”, sin embargo, factores internos políticos y económicos pueden causar diferencias adicionales. Este vacío en la caracterización de las variaciones de la TEA en países de un mismo grupo económico es un área de investigación potencial.

5. Barreras en el mercado que afectan los emprendimientos

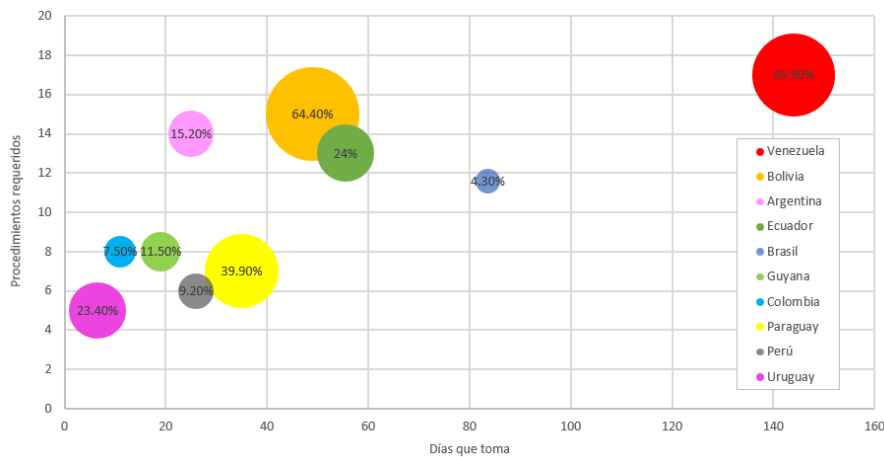
Muchos de los aspectos que se tratan a continuación están directamente relacionados con los *miedos y barreras* mencionados en el capítulo 2, sin embargo se desarrollan con mayor detalle aquí para contextualizar la situación y presentar comparaciones con base en datos reales.

Creación, legalización o formalización de empresas

A pesar del apalancamiento legislativo, la aparente facilidad para el proceso administrativo de crear una empresa y la existencia de muchas instituciones que apoyan el desarrollo empresarial y el emprendimiento, aún existe mucha ignorancia sobre las herramientas disponibles en el medio, su alcance, sus limitaciones y sobre todo su uso. Camaleón 360 (2014) realizó para Emprenda el “Estudio sobre los Emprendedores Colombianos”, en donde los encuestados manifestaron dificultades con la legislación y desconocimiento del proceso para la creación de empresas y procesos ante entidades gubernamentales muy engorrosos.

En contraste con esta percepción, el Informe Doing Business (Banco Mundial, 2015) permite ver que en comparación con otros países de Latinoamérica y el Caribe, las condiciones no son tan críticas y en términos generales se puede llegar a crear empresa con pocos trámites (8), en poco tiempo (11 días), y a bajo costo (7,5% del ingreso per cápita), lo que posiciona a Colombia como número 84 en el ránking general de países del mundo y de 11 en el de Latinoamérica y el Caribe.

Figura 25. Duración, costo (% del ingreso per cápita) y cantidad de trámites para empezar una empresa para países de Suramérica



Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2015).

Esta situación deja ver que hace falta una campaña mucho más agresiva de divulgación de las políticas existentes para apoyo al emprendimiento, tanto por parte del Gobierno (aunque recae la mayor responsabilidad) como por la academia y las instituciones de apoyo a emprendedores.

Tamaño y competitividad

Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Giraldo, Bedoya y Vargas, 2009) cerca del 99% de las empresas creadas en el país son MIPYMES, lo que hace que la estructura empresarial se soporte en ellas, dificultando los procesos de industrialización y de producción a escala y conlleva además problemas de competitividad y permanencia en el mercado. Cardona y Cano (2005) indican que las condiciones en muchos casos no les son favorables, algunas veces por poca tecnificación, calificación de la mano de obra, fragilidad administrativa, baja productividad o condiciones del entorno.

Estas circunstancias puede que no hayan sido propiamente barreras que hayan frenado el emprendimiento, pero claramente se constituyen en limitaciones a las condiciones deseadas de este y su impacto sobre el desarrollo económico y social.

6. Casos de éxito

Lo que recomiendan los emprendedores exitosos

El abogado Bernardo Rodríguez de la firma Parra Rodríguez Sanín ha descrito de manera muy simple y clara cuáles son las aptitudes que debe tener un emprendedor (Rodríguez, 2013), y que son comunes en el pensamiento general de los emprendedores exitosos como Eduardo Macías de Crepes & Waffles (Díaz, 2014), Nicolás Loaiza de Bodytech (Crissien y Sandoval, 2012), y Julián Oquendo y Andrés Tobón de Té Hatsu (Eafit, 2014). De estas ideas se sintetizan los siguientes conceptos:

- Saber y amar lo que uno está haciendo: Conocer del tema que se desea emprender y amar lo que se hace; es necesaria la pasión como motivación.
- Persistir: Pese a los momentos difíciles hay que insistir, se debe tener dedicación.
- Ser ético: Ética, valores y respeto.
- Hacer las cosas con calidad: Dejar de hacer las cosas de manera mediocre; el cliente es prioritario.
- Planear y actuar: Planear es necesario, pero hay que arrancar para no quedarse en evaluaciones eternas.
- Estrategia y segmentación: El mercado es muy variado y hay que orientarse a una parte de él.

Emprendedores y programas de apoyo al emprendimiento: algunos casos de éxito

Para profundizar en la experiencia de los emprendedores de éxito, se realizó una convocatoria con varios de ellos buscándolos por medio de las páginas web de programas de apoyo al desarrollo empresarial (Valle Impacta de la Cámara de Comercio de Cali, Campus Nova de la Universidad Javeriana de Cali, Emprende País de la Fundación Bolívar Davivienda, Universidad EAFIT, Parque E). Por el corto tiempo del presente trabajo investigativo, no se lograron respuestas suficientes para proponer un análisis estadístico más preciso de los datos, sin embargo las experiencias recogidas constituyen lecciones que el autor desea compartir.

A pesar de que sus nombres están vinculados a los sitios web de programas de emprendimiento, muchos de los emprendedores manifestaron no haber participado en programas, ni siquiera en aquel que los referenciaba como casos de éxito.

Aquí se comparten algunas experiencias de quienes respondieron la encuesta:

Álvaro Vázquez Gutiérrez (Cobicivil S.A.S.): *“Lo más importante para emprender es partir del hecho de que nada será seguro, por ende, se debe tener claridad si aquello en lo cual se decide emprender es eso que vas a querer hacer el resto de tu vida, aquello por lo cual serás capaz de sacrificarte, aquello que muchas veces no te dejará dormir, aquello que te impulsará. (...) Saber que el éxito es un 1% inspiración y un 99% transpiración, es decir, no basta sólo con montar una empresa o una idea de negocio, es necesario darle todos los días a lo mismo, como si fuera tu último día”.*

Isabel Córdoba Mesa (Sempre Bonica S.A.S.): *“En primer lugar, haber participado en el concurso capital semilla fue de vital importancia para materializar el sueño de crear empresa, ya que los cursos, etapas y exigencias del concurso permitieron entender y superar los obstáculos que conlleva este proceso (...). Por otro lado haber sido ganadoras fue una motivación más para continuar y no dejar nuestra idea en una simple ‘idea’ (...). El apoyo económico fue muy importante para nuestra primera producción, además del acompañamiento en todos los campos (financiero, mercadeo, legal) necesarios para que Sempre Bonica fuera una realidad. Considero que estos programas (...), son un gran impulso para que los emprendedores realmente seamos empresarios (...)”.*

Carolina Cifuentes (Ombia): *“Es importante que el emprendedor conozca que la perseverancia es algo que debe tener siempre, porque en el camino va a tener que hacer sacrificios y muchas veces va a sentir que no funciona,*

pero la pasión, perseverancia, persistencia, y disciplina es lo que hace que el proceso sea mejor (...). En el emprendimiento va a tener muchos aprendizajes, es importante hacer pruebas en pequeño, salir al mercado y probar para saber si es lo que el cliente espera (si se vende o no), y escuchar el mercado. Esto es sólo una parte, pero lo mejor es vivirlo y saber que estás haciendo algo que te guste”.

Alejandro Malaver (Manos Maestras): *“Mi socio (...) Víctor Silva (...) y yo éramos asesores de venta y representábamos dos marcas diferentes en el almacén (...). En los 15 minutos de descanso que nos daban a diario mientras algunos amigos se sentaban y otros se acostaban a descansar en la sala de televisión, nosotros nos sentábamos a alimentar una sola idea; ‘retirarnos y tener lo propio’, eso era lo único que nos llenaba de energías para seguir trabajando cada día más fuerte por poder hacer realidad nuestro sueño. Pensamos en hacer muchos negocios (...) Cuando pensé: ¿por qué no montar una empresa con las cosas que ya sabemos?”.*

Juan David Piedrahíta Gil (Biofrut): *“De las mejores decisiones en mi vida. Aunque en este país es complicado emprender, cuando se tienen las ganas y el conocimiento todo es posible. Como empresario, el poder generar empleos y aportar algo positivo a la sociedad es algo muy satisfactorio, diferente a generar riqueza para tu entorno social y empresarial”.*

De las empresas encuestadas, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Cantidad de emprendedores: El 36% manifestó que la iniciativa de emprendimiento la llevó a cabo de manera individual, el 55% con entre una y tres personas y el 9% con más de tres personas
- Años en el mercado: El 23.1% indicó tener menos de un año, el 38.5% entre 1 y 3 años, el 7.7% entre 2 y 5 años y el 30.8% más de 5 años.
- Sector económico: El 28% se encuentra desarrollando actividades de servicios; construcción, comercio e industria manufacturera representan 18% cada uno y alimentos y transporte participan con 9% cada uno.
- Nivel de formalización: El 100% de las empresas manifiestan estar formalizadas.
- De dónde salió la idea: Identificar la necesidad y resolverla con el producto fue la respuesta más común, seguida del deseo de ser independiente, haber desarrollado la actividad previamente, por necesidad, para potenciar un negocio existente y, finalmente, como parte de un proyecto de investigación.
- Medio de financiación: En su totalidad, los proyectos contaron con recursos propios, tres de ellos adicionalmente con apalancamiento de créditos y sólo dos contaron con apoyo financiero de programas del gobierno.
- Programas de emprendimiento: El 45% manifestó haber participado de programas de emprendimiento. De éstos, el 40% indicó haber participado de un programa, otro 40% de entre uno y tres programas, y sólo el 20% participó en más de tres.
- Programas mencionados: Capital Semilla Alcaldía de Medellín (citado tres veces); Ventures, Unidad de Emprendimiento Universidad Eafit, Campus Nova de la Universidad Javeriana Cali, Unidad de Emprendimiento Universidad de Medellín, Jóvenes con Empresa Comfama-BID, Emprendimientos Culturales, Fondo Emprender, Parque E, Créame, una vez cada una. Para cada programa citado, se solicitó que calificaran de 1 (no aportó en absoluto) a 5 (aportó sustancialmente) si había aportado al desarrollo de su emprendimiento, y se obtuvo una calificación promedio de 3,33%. Finalmente el 100% de quienes participaron en algún programa, manifestó que lo recomendaría.

La experiencia del acercamiento directo a los emprendedores de éxito permitió captar la esencia de la realidad y posibilidad de emprender, y mostró que de manera muy simple es posible construir estadísticas que permitan profundizar en proyectos de investigación.

7. Conclusiones

La historia económica muestra cómo en cada etapa se fueron forjando características específicas que permitieron fundamentar aspectos culturales de los que hoy se nutren los emprendedores modernos. Identificarlas y citarlas es relevante a la hora de comprender las motivaciones de los emprendedores actuales y las características comunes de ellos.

La información sobre los aspectos reales de los emprendimientos actuales no está bien documentada. Los autores correlacionan la sectorización dada por la conformación de empresas (de datos de las cámaras de comercio, por ejemplo)

dando por hecho que la constitución de dichas compañías es producto de casos de emprendimiento propiamente. Una propuesta de acercamiento a los emprendedores como la realizada aquí, permite ver la disposición de ellos no sólo a compartir experiencias sino a permitir la construcción de información que lleva a generar datos sobre los que se puedan desarrollar posteriores proyectos de investigación que aporten al análisis detallado del emprendimiento a partir de su comportamiento en el sector real.

Un recorrido por los esfuerzos del Gobierno para la promoción de políticas, generación de espacios, acceso a entidades para formación y posibilidades de apoyo financiero, dejan ver que en muchos casos es mayor el desconocimiento de quienes desean realizar proyectos de emprendimiento y que es necesario realizar campañas de divulgación de estos medios disponibles y la forma de acceder a ellos para lograr materializar desarrollos empresariales a partir de emprendimientos.

Con base en la información disponible sobre los perfiles de los emprendedores (sus motivaciones, sus características comunes y sus temores), se propone que las instituciones de apoyo y fomento al emprendimiento realicen una revisión de sus programas para alinearlos con la realidad de sus clientes inmediatos, ya que, como mostró la encuesta final, las calificaciones otorgadas a dichos programas apenas superan los niveles medios de satisfacción.

La ausencia de investigaciones específicas sobre emprendimiento en el sector real limitan el análisis de aspectos como el sectorial, y aunque existen esfuerzos locales (ya sea desde universidades o las mismas cámaras de comercio), lo cierto es que los datos son muy dispersos y requieren ser recopilados para procesarse y generar fuentes de información que permitan profundizar en investigaciones adicionales.

El tiempo limitado para la consecución de información, sumado a la falta de cooperación de Confecámaras para permitir acceso a sus bases de datos, obligó a contactar de manera directa a las cámaras de comercio de las cinco ciudades principales (Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla), sin obtener los mejores resultados. Sólo 3 de ellas contenían datos en reportes o informes en sus páginas web, lo que reitera la necesidad de definir estándares de seguimiento a aspectos que el medio investigativo considere relevante para posterior retroalimentación al sector real, y particularmente definir el responsable de recopilar estos datos y ponerlos a disposición del público en general.

Gran cantidad de autores (Amorós et al., 2010; Henríquez, Mosquera y Arias, 2010; Crissien, 2006; Fuentes y Sánchez, 2010; INNpalsa, 2013; Estrada y Uribe, 2013; Hidalgo et al., 2014; Banco de Desarrollo de América Latina, 2013; Kantis et al., 2014; Giraldo et al., 2009 y varios más) se remiten a GEM como referente para la medición del emprendimiento no sólo en Colombia sino a nivel internacional. Esta condición permite ver que: primero, GEM goza de credibilidad en el medio en temas de emprendimiento y es el referente principal de muchos investigadores; segundo, que se debe revisar el uso y posible abuso en cuanto a la generalización y absolutización de los resultados GEM como único indicador del emprendimiento; y tercero, que en muchos casos los investigadores parten de los últimos resultados GEM sin percatarse de su extemporaneidad (a la fecha de entrega de este artículo aún no se contaba con el informe final con corte al año 2014 para Colombia) y sin que en la realidad y las dinámicas económicas y de emprendimiento son causales del momento (circunstancias sociales, políticas y económicas puntuales) y una extemporaneidad como la actual puede llegar a contrastar entre lo contenido en el informe y la realidad en la fecha de su publicación. Esto puede verse claramente en algunos autores (Vesga, 2015; Giraldo et al. 2009) que están referenciado en sus investigaciones recientes los últimos datos disponibles de GEM que pueden distar de la realidad.

Las condiciones de Colombia, siguiendo la metodología GEM, han desmejorado de manera general en todos los indicadores, de emprendimiento, lo que demuestra la necesidad de revisar las políticas actuales, su uso, su conocimiento, su divulgación, la accesibilidad del público a programas de fomento y desarrollo empresarial, y la participación de la academia en la formación del espíritu emprendedor en sus estudiantes. Este monitoreo no se ha llevado a cabo y se hace imprescindible para poder medir la eficiencia de los esfuerzos invertidos por todos los actores con el ánimo de llegar a resultados contundentes que permitan u desarrollo económico rápido y efectivo en donde el emprendimiento tenga un papel protagónico.

Por último, se invita a generar espacios de divulgación en donde se logre transmitir las experiencias de aquellos que ya se han iniciado en el camino del emprendimiento para que los nuevos emprendedores vean que sí es posible llegar a desarrollar proyectos de empresarismo en Colombia.

Bibliografía

- Álvarez, V. (2005). La historia empresarial: Una dimensión para la formación de jóvenes emprendedores. *AD-Minister Universidad EAFIT*, (7), 18-45.
- Amorós, J.E.; Leguina, A. y Gutiérrez, I. (2010). *Análisis de la actividad emprendedora en sectores de comercio en América Latina: Una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor*. Santiago de Chile
- Amway (2104). Amway Global Entrepreneurship Report 2014. 1-16.
- Angulo, M.E. y Santana, L.C. (1993). El desarrollo de la personalidad emprendedora: Un programa de formación empresarial no convencional. *Revista EAN*, (19), 34-41.
- Asprilla, E., Gutiérrez, J.A., y Gutiérrez J.M. (2014). Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia. *Revista EAN*, (76), 144-157.
- Banco Mundial, Indicadores del Desarrollo Mundial (2015). *New Businesses registered (number)*. Banco Mundial. Consultado el 10 de julio de 2015, de <http://databank.bancomundial.org/data//reports.aspx?source=2&country=&series=IC.BUS.NREG&period=>
- Bejarano, J. (1987). El despegue cafetero (1900-1928). En: Ocampo J.A. (ed.), *Historia económica de Colombia* (pp. 173-207). Colombia, Bogotá: Siglo veintiuno editores
- Camaleón 360 (2014). *Estudio sobre emprendedores colombianos*. Consultado el 20 de junio de 2015, de <http://www.camaleon360.co/2015/03/10/barreras-para-crear-empresa-en-colombia/>
- Cardona, M. y Cano, C.A. (2005). Dinámica industrial, crecimiento económico y PyMEs: Un análisis de datos de panel para el caso colombiano 1980-2000. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (50), 1-46.
- Colmenares, G (1987). Capítulo I: La formación de la economía colonial (1500-1740). En: Ocampo J.A. (ed.), *Historia económica de Colombia* (pp. 13-48). Colombia, Bogotá: Siglo veintiuno editores
- Crissien, B. y Sandoval, M.C. (2012). Caso Bodytech: Emprendimiento, estrategia y retos. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(1), 32-42.
- Crissien, J. (2006). Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. *Revista EAN*, (57), 103-118.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE (2015). *Estadísticas por tema*. DANE. Consultado el 27 de junio de 2015, de <http://www.dane.gov.co/>
- Dávila, C. (1986). Los negociantes de Bogotá y del Valle del Cauca, 1885-1930. En: *El empresariado colombiano: Una perspectiva histórica* (pp. 78-88). Colombia, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana
- Díaz, G. (2014). *Una receta para emprender, de los fundadores de Crepes & Waffles*. Marketing y Finanzas. Consultado el 28 de junio de 2015, de <http://www.marketingyfinanzas.net/2014/09/una-receta-para-emprender-de-los-fundadores-crepes-waffles-2/>
- Dos Santos, N. (2014). *La crisis del petróleo, el inicio de una nueva era*. CNN Expansión. Consultado el 5 de julio de 2015, de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2014/12/05/2015-el-fin-de-la-tesis-del-petroleo>
- Eafit (2014). *Emprendimiento de alto impacto: Caso Té Hatsu*. En Vivo, Canal Universidad Eafit. Consultado el 10 de julio de 2015, de <http://envivo.eafit.edu.co/EnvivoEafit/?p=19696>
- El Tiempo (2015). *Se acelera creación de empresas en el país*. El Tiempo. Consultado el 10 de julio de 2015, de <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/creacion-de-empresas-/15071100>
- Ernst & Young (2011). *¿Nace o se hace? Decodificando el ADN del emprendedor*. México: Mancera, S.C., Integrante de Ernst & Young Global
- García, D.C. y Rivera, L.X. (2011). Estado del arte sobre el emprendimiento y la creación de empresa desde un enfoque multidisciplinar a partir de Joseph Schumpeter, Edward de Bono, Max Weber, Peters y Waterman. Colombia, Bogotá: Universidad de La Salle, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
- Gasse, Y. y Tremblay, M. (2011). Las intenciones de crear empresa: Un estudio multicultural entre estudiantes universitarios de cuatro países. En: Varela, R. (ed.), *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial, Volumen 2. Educación Empresarial* (pp. 121-142). Cali, Colombia: CDEE – Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, Universidad ICESI
- Girlando A., Bedoya, G., y Vargas C.M. (2009). Principales limitaciones del empresarismo que afectan el desarrollo económico y social del país. *Revista EAN*, (66), 99-112.
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015). *Key Indicators - Adult Population Survey Measures*. GEM. Consultado 3 de julio de 2015 de <http://www.gemconsortium.org/data/key-indicators>

- Global Entrepreneurship Monitor – GEM & World Economic Forum (2015). *Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A global perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development*. Switzerland: World Economic Forum
- Gómez, H. J., y Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia. Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014-2018. Cuadernos Fedesarrollo (50)
- Hamann, F. y Mejía L. (2011). Formalizando la informalidad empresarial en Colombia. *Borradores de Economía*, (676), 1-30.
- Henríquez, M.C., Mosquera, C.E. y Arias, A. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Economía, Gestión y Desarrollo*, (10), 61-77
- INNpuls (2013). *Resumen ejecutivo EDI10: Diseño de herramientas para financiamiento de emprendedores dinámicos e innovadores en etapas pre-semilla, semilla y temprana en Colombia*. Colombia
- Jaramillo, J. (1987). La economía del virreinato (1740-1810). En: Ocampo J.A. (ed.), *Historia económica de Colombia* (pp. 49-86). Colombia, Bogotá: Siglo veintiuno editores
- López, F. (2006). La competitividad en Colombia: Apertura económica, instituciones de apoyo y seguridad democrática. *Revista Universidad EAFIT*, 42(142), 9-25.
- Lozano, R. (2014). *En el 2013 se crearon 63.500 empresas en Colombia*. Portafolio.co. Consultado el 10 de julio de 2015, de <http://www.portafolio.co/negocios/2013-se-crearon-63500-empresas-colombia>
- Martínez, G.C. (2008). Anatomía de los ciclos económicos en Colombia 1970-2007. *Borradores de Economía*, (496), 1-20.
- Marulanda, A; Montoya I. A.; Vélez J.M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*, (36), 206-238.
- Matiz, F.J. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN*, (66), 169-182.
- Matiz, F.J. y Cruz, C.A. (2004). La experiencia colombiana en incubación de empresas. *Revista EAN*, (52), 6-13.
- Mejía, L.F. y Reyes, A.M. (2014). Crecimiento de la industria post-crisis financiera unternacional: Una visión regional. *Reportes de Hacienda. Dirección General de Política Macroeconómica*, 4(3), 1-12.
- Mendoza, P. (2014). *¿Para dónde va Colombia con la crisis petrolera?* El Tiempo Consultado el 10 de Julio de 2015, de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/crisis-petrolera-en-colombia-entrevista-al-senador-ivan-duque-marquez/14826302>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Viceministerio de Desarrollo Empresarial, Dirección de Pymes (2009). *Reporte de Mipymes No. 3*. Consultado el 10 de julio de 2015, de www.mipymes.gov.co/descargar.php?id=41096
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial*, (383), 23-30.
- Ocampo, J.A. (1987). Crisis mundial y cambio estructural (1929-1945). En: Ocampo J.A. (ed.), *Historia económica de Colombia* (pp. 209-242). Colombia, Bogotá: Siglo veintiuno editores
- Ocampo, J.A.; Bernal, J.; Avella, M. y Errázuriz, M. (1987). La consolidación del capitalismo moderno (1945-1986). En: Ocampo J.A. (ed.), *Historia económica de Colombia* (pp. 209-242). Colombia, Bogotá: Siglo veintiuno editores
- Orrego, C.I. (2009). La fenomenología del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*, (27), 235-252.
- Prieto, C. (2014). Innovación y Emprendimiento. En: Domínguez G. & Gutiérrez B. (eds.), *Emprendimiento, conceptos y plan de negocio* (pp. 181-191). México: Pearson Educación
- Prieto, C. (2014). Perfil del empresario, el emprendedor y el innovador. En: Domínguez G. & Gutiérrez B. (eds.), *Emprendimiento, conceptos y plan de negocio* (pp. 181-191). México: Pearson Educación
- Ramos, J.L., Moreno, J. y Gómez L. (2012). Incubadoras de empresas en Colombia, balance y recomendaciones de políticas. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del Norte
- Reinoso, G. (2015). *Así se ha vivido la caída de las regalías petroleras en los municipios*. El Tiempo. Consultado el 5 de julio de 2015, de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/petroleo-en-colombia-municipios-productores-yasienten-golpe-de-bajos-precios-/15274977>
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, (26), 94-119.
- Rodríguez, I. (2013). *Bernardo Rodríguez lecciones de emprendimiento*. Mprende. Consultado el 20 de junio de 2015, de <http://mprende.co/bernardo-rodr%C3%ADguez-lecciones-de-emprendimiento>
- Safford, F. (2011). I. Pautas en la vida empresarial de Colombia en el siglo XIX. *Monografías de Administración*, (160), 1-54.
- Terán, A.C. y León, G. (2010). Visión del emprendimiento desde el Estado y la universidad: El plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18(23), 119-129.
- The Breakthrough (2012). Escalando el emprendimiento en Colombia: Entregable final para Cámara de Comercio de Bogotá. Colombia, Bogotá
- The Breakthrough (2012). Escalando el emprendimiento en Colombia: La voz de los emprendedores. Colombia, Barranquilla

- Uribe, M (2011). Capítulo 1: Conceptos básicos de costos y gastos. En: Fonseca L. (ed.), *Costos para la toma de decisiones* (pp. 1-26). Colombia, Bogotá: Mac. Graw Hill
- Varela, R. (s.f.). La investigación en el área de desarrollo del espíritu empresarial. Colombia
- Varela, R.; Gómez, L.; Pereira, F.; Vesga, R.; Álvarez, L.M.; Soler, J.D.; Quiroga, R. y Martínez, P. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte anual Colombia 2009*. Colombia, Cali: Ediciones Icesi
- Varela, R.; Gómez, L.; Vesga, R. y Pereira, F. (2014). *Dinámica empresarial colombiana 2013*. Colombia
- Vesga, R. (2008). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta? Universidad de Los Andes: Facultad de Administración: Observatorio de Competitividad: Centro de Estrategia y Competitividad
- Vesga, R. (2015). El caso de INNpuls Colombia: La evolución de una política pública para el crecimiento empresarial extraordinario. *Serie Políticas públicas y transformación productiva*, (19), 1-66.