

Capítulo 5

PERFIL DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN COLOMBIA

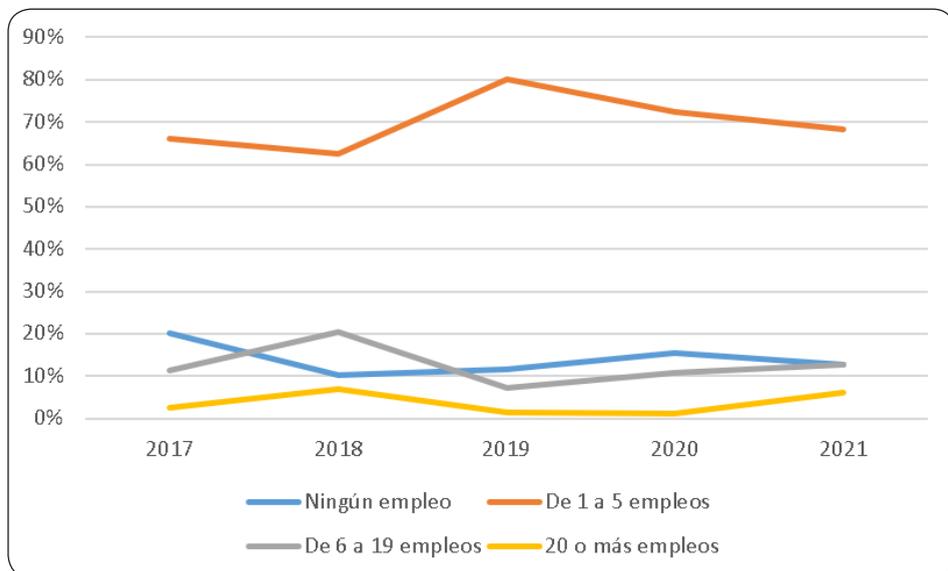
¿Cuántos empleos generan actualmente los emprendedores colombianos?

Generar empleo es uno de los propósitos de emprender. En GEM, se indaga tanto a emprendedores TEA como a establecidos EBO: ¿cuántas personas, sin contar a los propietarios, pero incluyendo a subcontratados exclusivos, están trabajando en el emprendimiento? Los subcontratados exclusivos son personas o negocios que están trabajando exclusivamente para el emprendimiento, es decir, no trabajan para otros al mismo tiempo.

En los últimos cinco años, más del 60 % de los emprendedores TEA dijo que generan de uno a cinco empleos. De 2018 a 2021, la tendencia a no generar empleo está creciendo, al igual que la tendencia de generar de seis a diecinueve empleos. Por otro lado, aunque la generación de veinte o más empleos ha bajado de 2018 a 2020, esta presenta un incremento de 5 puntos porcentuales de 2020 a 2021 (gráfica 45).

En los últimos cinco años, más del 50 % de los emprendedores EBO afirmó generar de uno a cinco empleos. Aunque en los últimos años se presenta una tendencia decreciente en aquellos que generan de uno a cinco empleos, desde 2019 se presenta una tendencia creciente en aquellos que generan de seis a diecinueve empleos (gráfica 46).

Gráfica 45. Empleos generados, actualmente, por los emprendedores TEA en Colombia 2017-2021



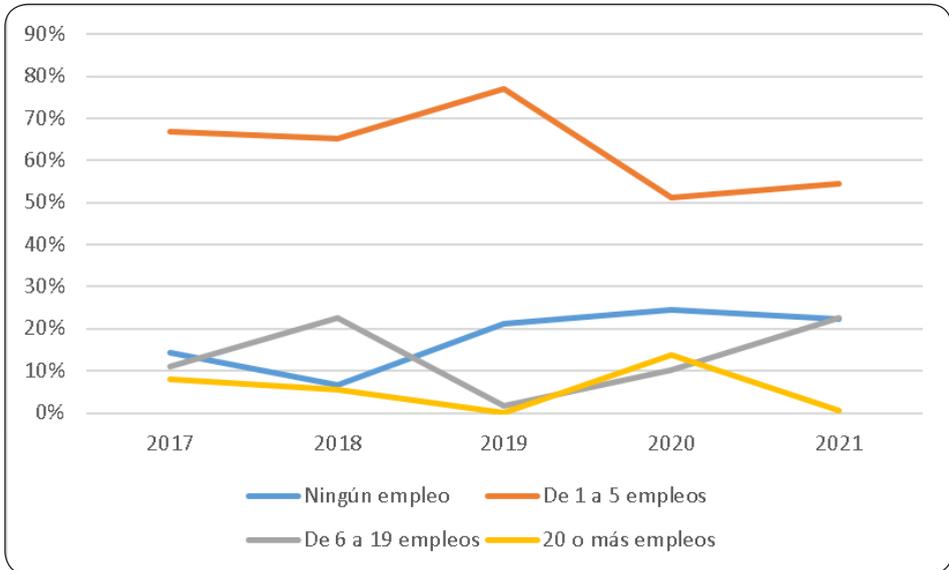
Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Finalmente, desde el 2018, la tendencia de no generar empleo es creciente (mayor que en los emprendedores TEA).

¿Cuántos empleos esperan generar los emprendedores colombianos?

De igual manera, en GEM son importantes las expectativas de crecimiento de los emprendedores en la generación de empleo. Por esa razón, también indaga: ¿cuántas personas, sin contar a propietarios, incluyendo a los empleados actuales y futuros, piensa que trabajarán en este negocio/empresa dentro de 5 años a partir de ahora?

Gráfica 46. Empleos generados, actualmente, por los emprendedores EBO en Colombia 2017-2021

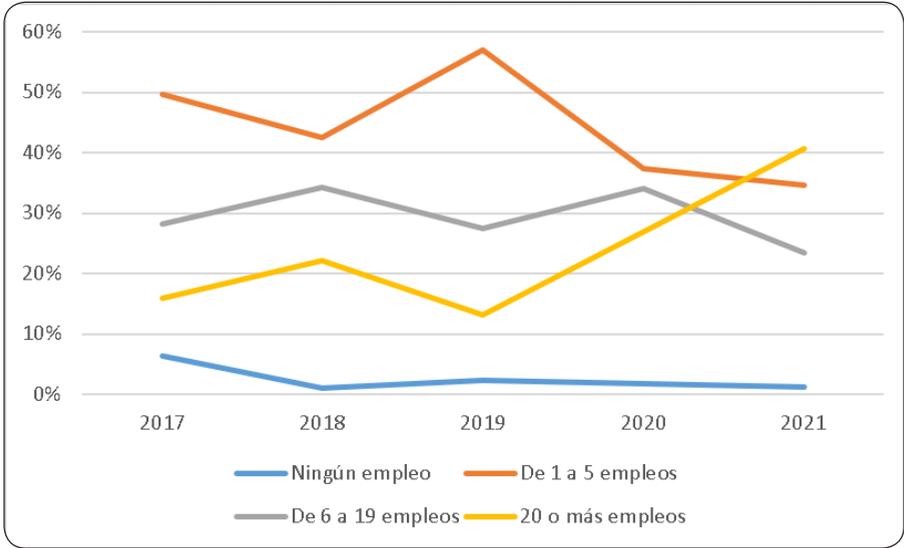


Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Contrario a lo esperado en medio de la pandemia, desde 2019, los emprendedores TEA presentan una tendencia creciente respecto a la expectativa de generar veinte o más empleos, es decir, hay un optimismo importante hacia el crecimiento futuro del emprendimiento. Esto es coherente con estudios recientes, como el reportado por Sánchez Báez *et al.* (2022, p. 1) con emprendedores en Paraguay, donde muestran que variables como la generación de empleos y el nivel de ventas han sufrido caídas importantes durante 2020, sin embargo, los emprendedores manifiestan expectativas positivas de crecimiento y recuperación para el 2021.

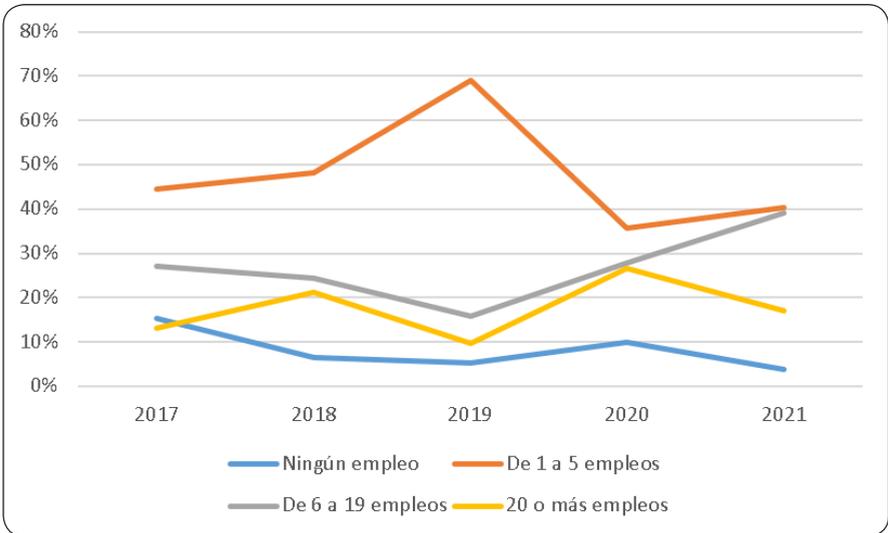
Es interesante observar que, en Colombia, durante los últimos cuatro años, más del 97,5 % de los emprendedores ha estado comprometido a futuro con la generación de, al menos, un empleo (gráfica 47).

Gráfica 47. Empleos que esperan generar los emprendedores TEA en Colombia 2017-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Gráfica 48. Empleos que esperan generar los emprendedores EBO en Colombia 2017-2021



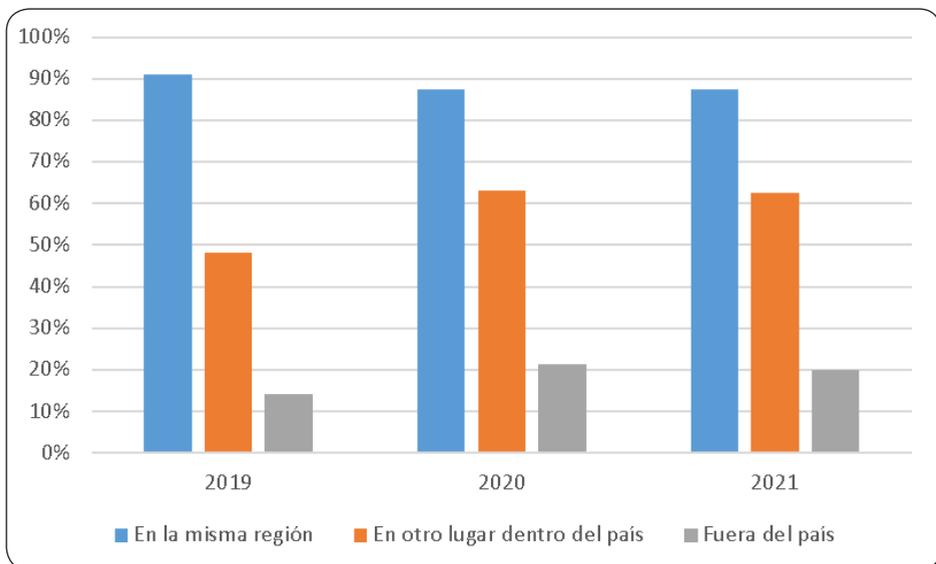
Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Respecto a la generación de empleo asociada con las aspiraciones de alto crecimiento de los emprendedores, Puente Castro et al. (2020, p. 1) demuestran que, en los países pertenecientes a la Alianza del Pacífico, estas expectativas aumentan durante y después de dicho tratado. Además, otros factores como la motivación, el género, la educación, las habilidades percibidas, la innovación percibida, el nivel de orientación internacional, dos pilares del índice de competitividad global y la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) ayudan a explicar estas expectativas de crecimiento.

¿Dónde viven actualmente los clientes de los emprendimientos colombianos?

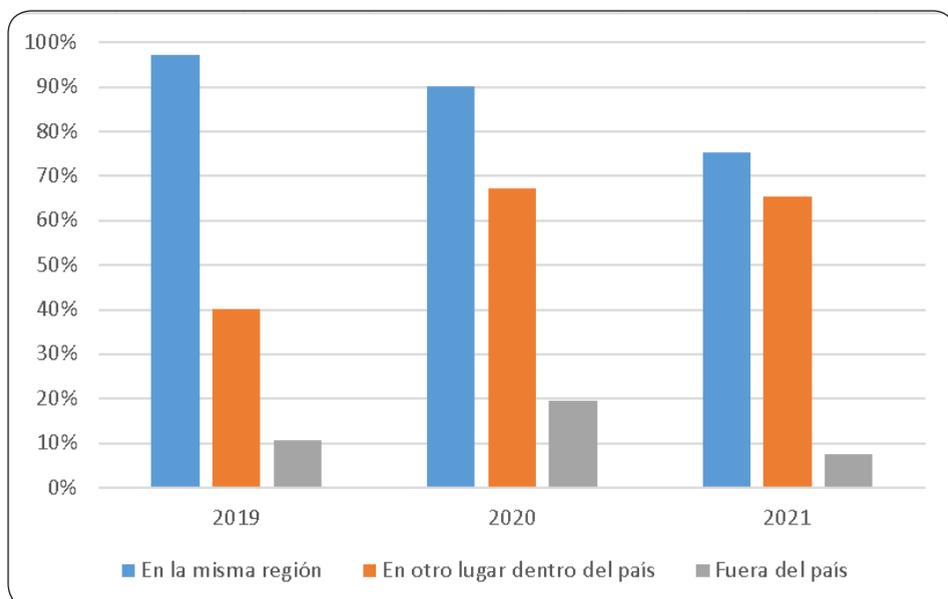
A partir del 2019, se incluyó esta pregunta. Por ello, no hay datos disponibles para años anteriores. En 2021, solo el 19,9 % de los emprendedores TEA (gráfica 49) y el 7,7 % de los emprendedores EBO (gráfica 50) tienen clientes que viven fuera de Colombia.

Gráfica 49. Orientación internacional (clientes) en emprendedores TEA en Colombia 2019-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Gráfica 50. Orientación internacional (clientes) en emprendedores EBO en Colombia 2019-2021

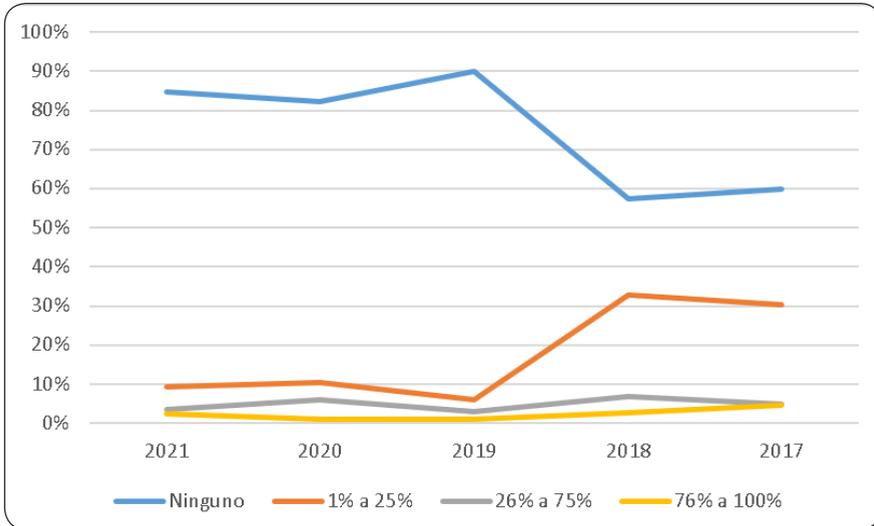


Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

¿Qué porcentaje de los ingresos por ventas provienen de clientes que viven fuera del país?

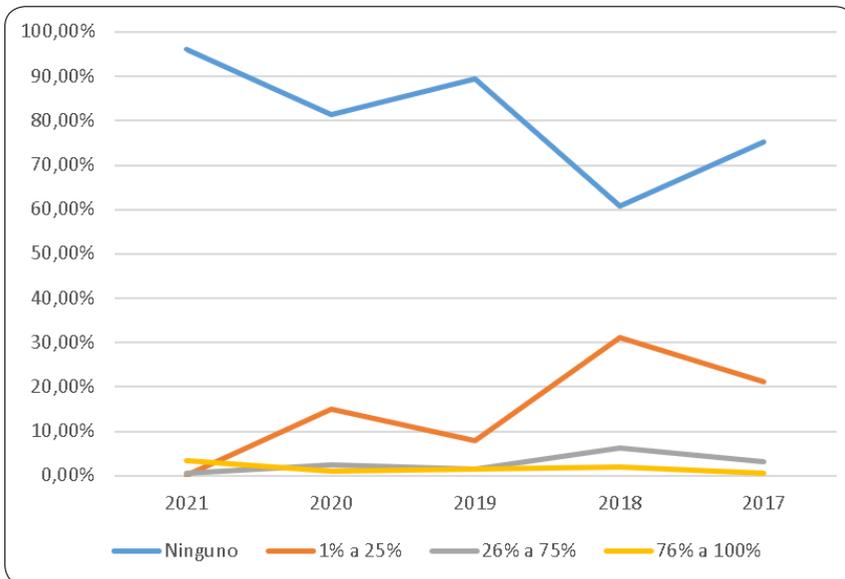
Al indagar en los emprendedores colombianos sobre el porcentaje de ingresos de las ventas que provienen de sus clientes que viven en el exterior, en 2021, el 84,57 % de los emprendedores TEA (gráfica 51) y el 95,99 % de los emprendedores EBO (gráfica 52) manifestaron que ningún ingreso proviene de clientes en el exterior. Hay un fenómeno interesante y es que, en ambos casos, a partir de 2019, las cifras cambian drásticamente y, en consecuencia, la orientación internacional del emprendimiento en Colombia disminuye.

Gráfica 51. Orientación internacional (ingresos por ventas) en emprendedores TEA en Colombia 2017-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Gráfica 52. Orientación internacional (ingresos por ventas) en emprendedores EBO en Colombia 2017-2021



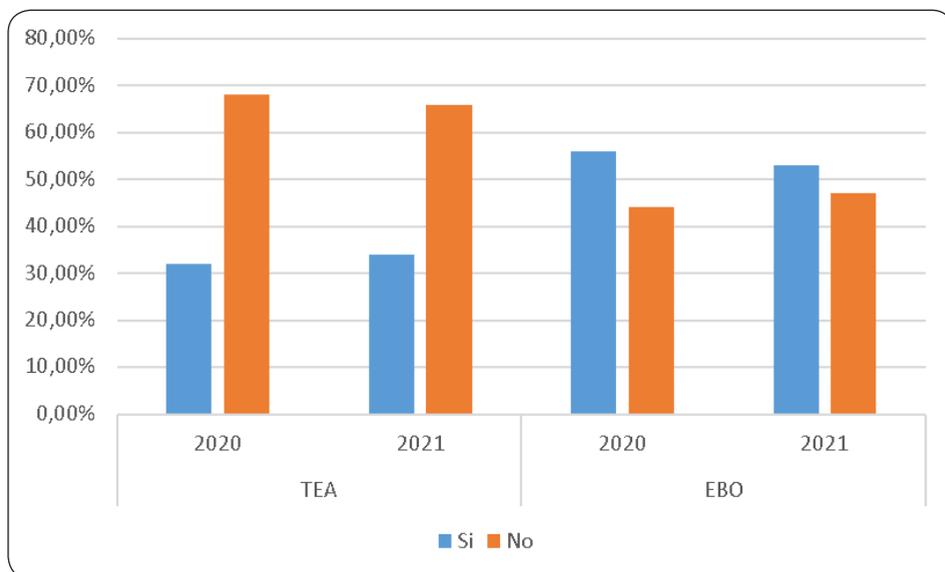
Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

¿La mayoría de emprendimientos en Colombia están formalizados y registrados en las cámaras de comercio?

Según la gráfica 53, respecto a los emprendedores EBO, en 2020, el 55,9 % de ellos se encontraba registrado en una cámara de comercio; mientras que, en 2021, se redujo al 53 %. Respecto a los emprendedores TEA, en 2020, solo el 32 % reportó estar registrado en una cámara de comercio, mientras que, en 2021, aumentó al 34 %. Sin embargo, este panorama refleja un reto gigante en la formalización de los emprendimientos en Colombia.

Es necesario sensibilizar a los emprendedores colombianos respecto a los beneficios del registro en las cámaras de comercio, tales como: el prestigio y la imagen, el acceso a información y a ayudas, mecanismo de promoción y publicidad y la generación de redes con otros emprendedores e instituciones de apoyo (Verbovskii *et al.*, 2016).

Gráfica 53. Porcentaje de emprendimientos TEA y EBO formalizados en Colombia 2020-2021

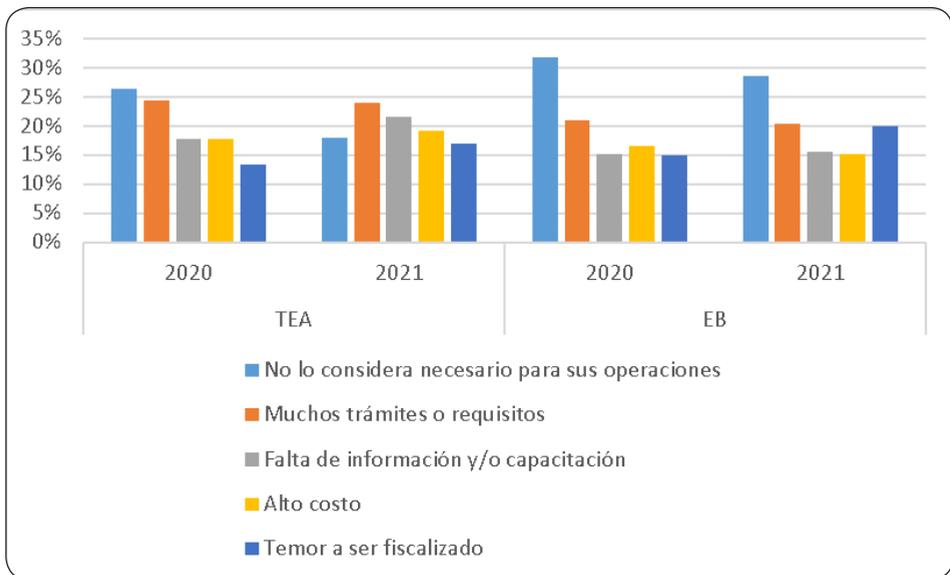


Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

¿Cuáles son las principales razones por las que los emprendedores en Colombia no tienen sus negocios en una cámara de comercio?

Los emprendedores TEA manifiestan que no se han registrado en una cámara de comercio, principalmente, por ser un proceso con muchos trámites y requisitos (24,1 %), mientras que los emprendedores EBO manifiestan que no lo consideran necesario para sus operaciones (28,7 %). Aunque, en 2020, esta razón fue la reportada tanto en emprendedores TEA como en EBO (gráfica 54).

Gráfica 54. Razones para la no formalización de emprendimientos TEA y EBO en Colombia 2020-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

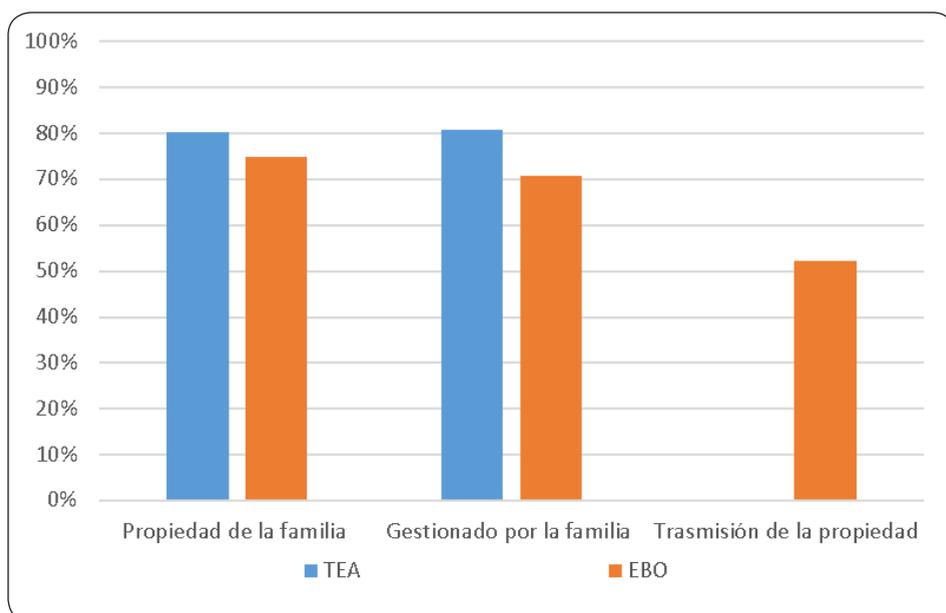
¿Y las empresas familiares?

El 80,3 % de los emprendedores TEA y el 75 % de los emprendedores EBO afirman que la mayor parte del negocio es propiedad de ellos

NUESTRO RETO: IMPACTAR LA DINÁMICA EMPRENDEDORA

mismos y de sus familias. Además, el 80,8 % de los emprendedores TEA y el 70,8 % de los emprendedores EBO afirmaron que el negocio está siendo gestionado principalmente por ellos o sus familias. En cuanto a los emprendedores EBO, solo el 52,2 % indica que su negocio familiar cuenta con criterios claramente definidos para la transmisión de la propiedad a la siguiente generación (gráfica 55).

Gráfica 55. Algunas características de los emprendimientos familiares TEA y EBO en Colombia 2020-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

¿Cuáles son las fuentes de financiamiento más usadas por los emprendedores al momento de iniciar su negocio?

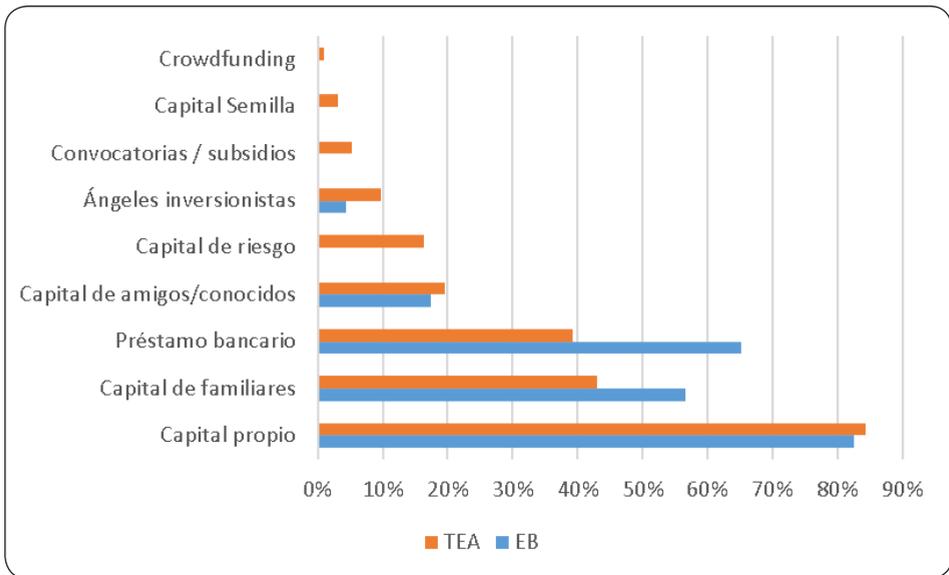
Las fuentes de financiación que más usan los emprendedores TEA y EBO, en Colombia, al momento de crear su emprendimiento son: el capital propio, el capital de familiares y el préstamo bancario. Las fuentes menos usadas por los emprendedores TEA son: convo-

catorias o subsidios, capital semilla y *crowdfunding*, mientras que estas mismas nunca han sido utilizadas por emprendedores EBO (gráfica 56).

Nguyen *et al.* (2020) hicieron un análisis bibliométrico de 6.902 artículos publicados de 1970 a 2019 y extraídos de la base de datos *Web of Science*, en donde encontraron cinco temas tratados acerca de financiación y emprendimiento: capital de riesgo, financiación colectiva, financiación de las pymes, financiación del emprendimiento social, OPI (Oferta Pública Inicial) y gobierno corporativo.

Los resultados presentados en GEM y los mostrados por Nguyen *et al.* (2020) revelan una preocupación debido al gran estudio, pero poco uso de fuentes de financiación como capital de riesgo, ángeles inversionistas y *crowdfunding*.

Gráfica 56. Fuentes de financiación temprana usadas por emprendedores TEA y EBO en Colombia 2021



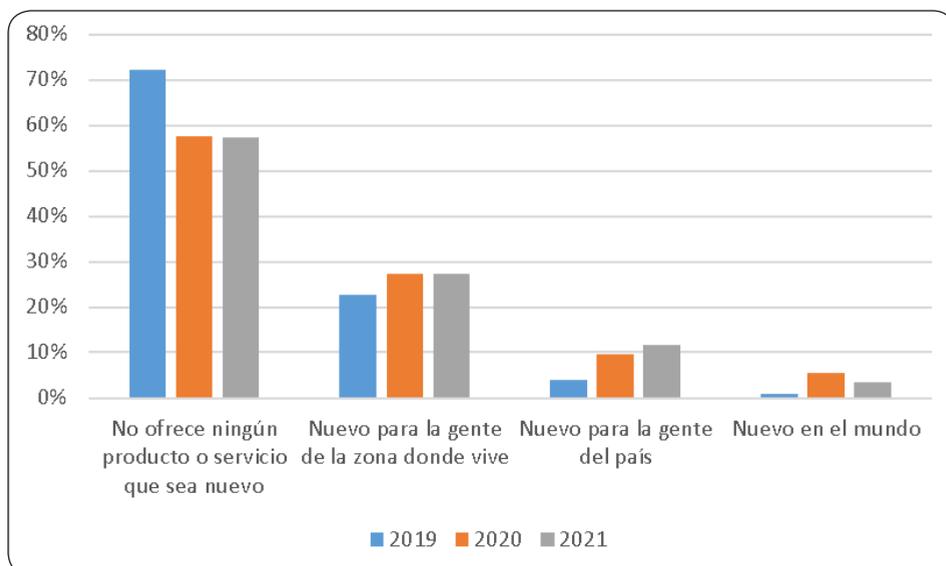
Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

¿Son novedosos los productos y/o servicios ofrecidos por los emprendedores colombianos?

Para explorar la innovación de los emprendimientos en Colombia, en GEM se cuestiona a los emprendedores si ofrecen o no productos o servicios nuevos para la gente de: ¿la zona donde viven, de Colombia o de todo el mundo? Esta pregunta se incluyó en GEM desde 2019.

En los últimos tres años, más del 57 % de los emprendedores TEA manifiesta que no ofrecen ningún producto o servicio que sea nuevo. Sin embargo, este porcentaje presenta una tendencia decreciente respecto a 2019, cuando más del 70 % de los emprendedores afirmaba no ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes. Además, en los últimos años, se observa una tendencia moderadamente creciente de los emprendedores TEA que consideran ofrecer productos o servicios nuevos (gráfica 57).

Gráfica 57. Novedad en productos o servicios ofrecidos por emprendedores TEA en Colombia 2019-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

La situación en los emprendedores EBO es más difícil que en los emprendedores TEA, ya que, en los últimos tres años, más del 70 % manifiesta que no ofrece productos o servicios nuevos (gráfica 58).

La falta de novedad en los productos o servicios ofrecidos por los emprendedores está relacionada con una de las áreas de innovación mencionadas por múltiples autores, como Kahn (2018): innovación del producto, innovación en los procesos, innovación en marketing, innovación en el modelo de negocio, innovación en la cadena de suministro, innovación organizativa.

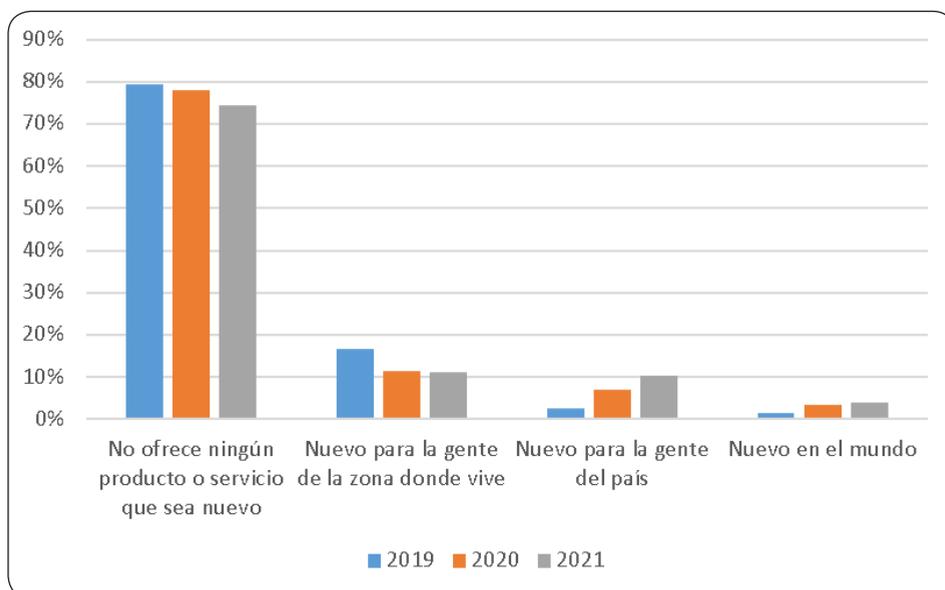
Recientemente, Anwar & Ali Shah (2020) afirmaron que más del 50 % de los emprendimientos TEA fracasan debido a la falta de novedad, falta de recursos y tamaño del negocio. Esto es coherente con el hecho de que la mayoría de los emprendedores afirma que ha descontinuado su actividad emprendedora debido a la falta de rentabilidad del negocio, es decir, esa falta de rentabilidad puede ser producto de la falta de novedad en los productos y servicios ofrecidos.

Anwar & Ali Shah (2020) mencionan que la clave para que las empresas en etapa inicial puedan innovar es la construcción de redes con organismos externos que puedan ayudar en el intercambio de conocimientos y recursos. Por ejemplo: redes financieras, empresariales y políticas. (véase gráfica 58 en página siguiente).

¿Los emprendedores colombianos están incorporando nuevas tecnologías en sus procesos?

En GEM, se pregunta a los emprendedores TEA y EBO lo siguiente: ¿es alguna de las tecnologías o procedimientos utilizados para producir sus productos o servicios nueva para la gente de la zona donde usted vive o es nueva para la gente de todo el país o es nueva en todo el mundo (mundialmente hablando)? Esta pregunta se incorporó desde 2019. Por ello, no hay datos anteriores equivalentes.

Gráfica 58. Novedad en productos o servicios ofrecidos por emprendedores EBO en Colombia 2019-2021

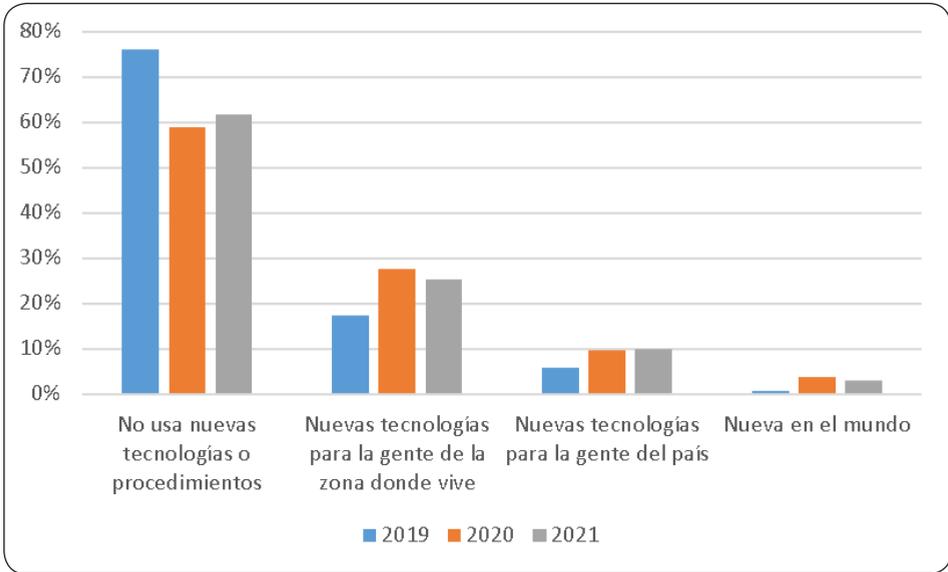


Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Al igual que en la anterior sección, estos resultados forman parte de otro tipo de innovación documentada en la literatura como: innovación en los procesos o, incluso, innovación en la cadena de suministro.

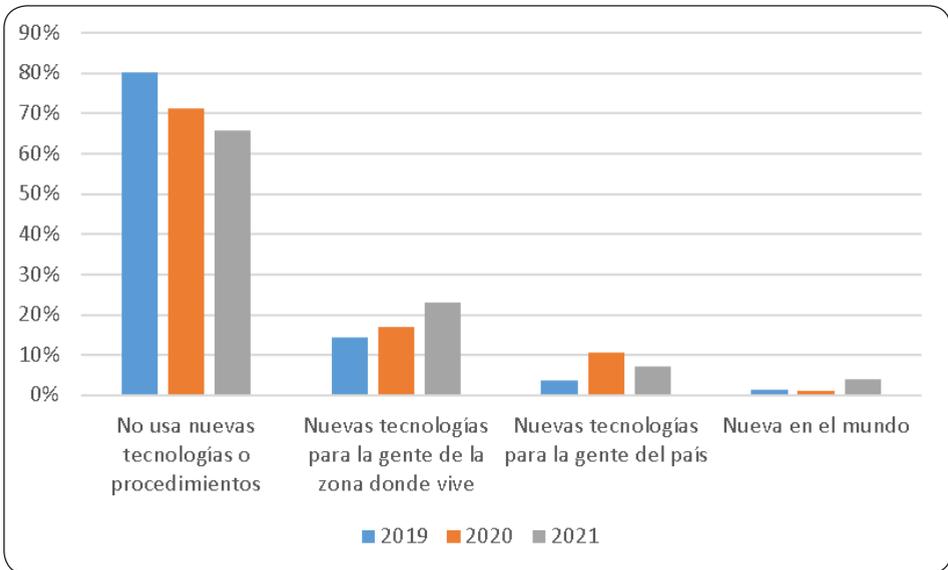
Según las gráficas 59 y 60, en los últimos tres años, más de 60 % de los emprendedores TEA y EBO en Colombia manifestó que no usan tecnologías o procedimientos nuevos y menos del 4 % reconoció usar tecnologías o procedimientos nuevos en el mundo. Sin embargo, aunque la tendencia del no uso de nueva tecnología es decreciente, en menor medida, el uso de tecnologías nuevas presenta una tendencia creciente.

Gráfica 59. Nivel de tecnología utilizada por los emprendimientos TEA en Colombia 2019-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

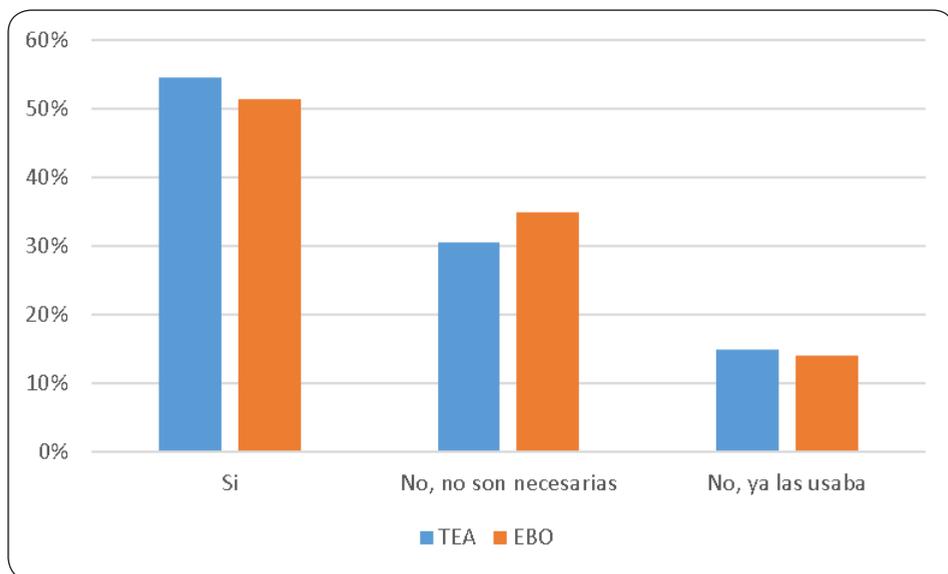
Gráfica 60. Nivel de tecnología utilizada por los emprendimientos EBO en Colombia 2019-2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Respecto a la transformación digital, en 2021, se indagó si los emprendimientos en Colombia habían hecho algún cambio en el uso de tecnologías digitales para la venta de sus productos o servicios en respuesta a la pandemia. El 54,52 % de los emprendedores TEA y el 51,46 % de los emprendedores EBO afirmaron que sí adoptaron tecnologías digitales nuevas en respuesta a la pandemia, cerca del 15 % dijo que ya las usaban y cerca del 32 % consideró que no son necesarias para la operación normal de su actividad emprendedora (gráfica 61).

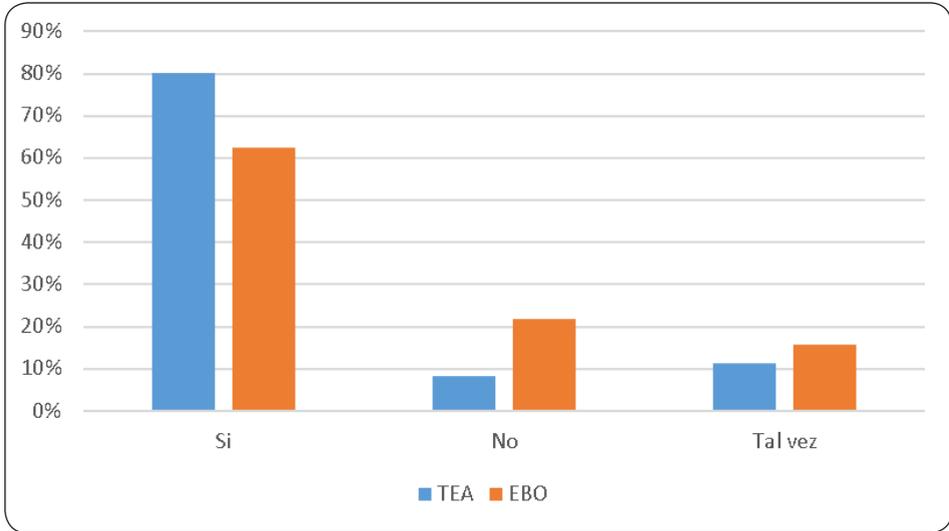
Gráfica 61. Uso de nuevas tecnologías como respuesta a la pandemia en Colombia 2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

En la misma línea, el 80,19 % de los emprendedores TEA y el 62,58 % de los emprendedores establecidos, en Colombia, afirmó que sí esperan que su emprendimiento utilice más tecnologías digitales para vender sus productos o servicios en los próximos seis meses (gráfica 62).

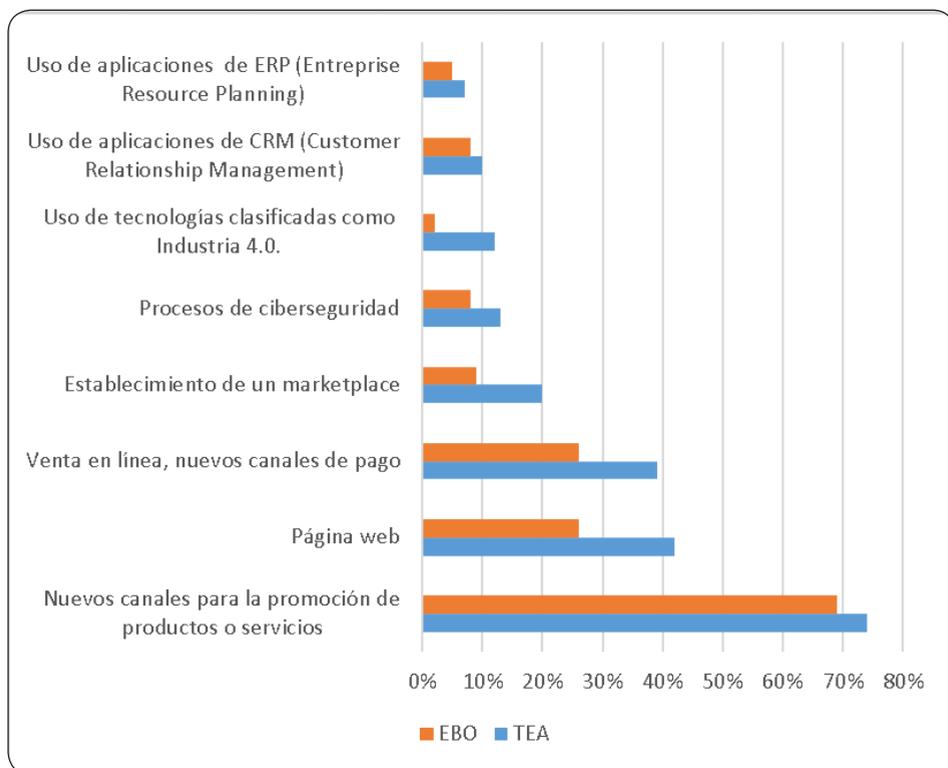
Gráfica 62. Expectativas de uso de nuevas tecnologías en seis meses en Colombia 2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Específicamente, en Colombia, tanto los emprendedores TEA como los emprendedores EBO afirmaron que la utilización de nuevos canales para la promoción de sus productos o servicios (redes sociales, WhatsApp, publicidad digital) son las transformaciones digitales que han implementado en los últimos dos años (gráfica 63). Respecto a los mecanismos menos utilizados por los emprendedores TEA, se encuentra el uso de aplicaciones de ERP y por los emprendedores EBO, el uso de tecnologías de la industria 4.0, tales como: manufactura aditiva, inteligencia artificial, internet de las cosas, realidad virtual, robótica, big data, entre otras (Varela *et al.*, 2021).

Gráfica 63. Tipo de transformación digital de los emprendimientos en Colombia 2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Capítulo 6

EMPRENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

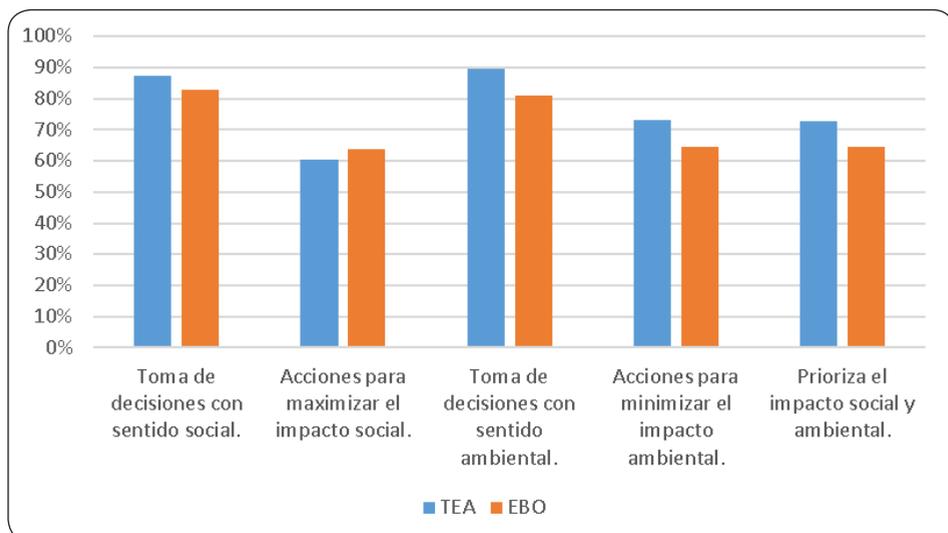
¿Los emprendedores colombianos se consideran responsables social y ambientalmente?

Inicialmente, el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se centró en cuatro tipos de responsabilidades que tienen los líderes emprendedores: la responsabilidad económica para tener negocios productivos y rentables que satisfagan las necesidades de los consumidores; la responsabilidad legal que espera la sociedad de que los negocios cumplan con sus obligaciones económicas dentro del marco de los requisitos legales; la responsabilidad ética del deber ser que debe estar reflejada en los códigos, normas y valores no escritos que implícitamente se derivan de cada sociedad, y que van más allá de los requisitos legales y requieren que los negocios cumplan con las normas establecidas que definen un comportamiento apropiado; y la responsabilidad filantrópica, que es voluntaria por naturaleza y refleja el deseo común del negocio de involucrarse activamente en la mejora de la sociedad (Aupperle *et al.*, 1985; Carroll, 1979; Maignan, 2001).

Posteriormente, Freeman (1984) planteó la teoría de los grupos de interés que complementa el enfoque de las responsabilidades. Dichos grupos son entendidos como cualquier grupo o individuo que es o puede ser afectado con el logro de los objetivos de los negocios o, también, aquellos grupos que hacen legítima la operación del negocio, es decir, sin los cuales el negocio dejaría de existir. Por ejemplo: trabajadores, sindicatos, accionistas, socios, consumidores, clientes, competidores, proveedores, entidades públicas, entre otros.

La RSC es un tema de interés para muchos investigadores. Por ello, en el 2021, la sostenibilidad fue el tema especial en GEM. A continuación, se presentan los resultados para Colombia:

Gráfica 64. Percepciones sobre ODS en emprendedores TEA y EBO en Colombia 2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

Según la gráfica 64, respecto al impacto social, más del 80 % de los emprendedores colombianos afirma que siempre considera las implicaciones sociales que conllevan todas las decisiones que toman para su emprendimiento. Así mismo, más del 60 % de los emprendedores sostuvo que, en el 2020, puso en marcha acciones o medidas para maximizar el impacto social de su emprendimiento, como, por ejemplo: dar oportunidades a jóvenes desempleados y a otros grupos con acceso limitado al mercado laboral, incluir empresas sociales en su cadena de valor, asegurar una fuerza laboral diversa, priorizar la responsabilidad social y ambiental de los proveedores como criterio importante para la negociación, luchar contra cualquier forma de trabajo infantil o indigno, apoyar proyectos u organizaciones sociales que velen por la comunidad y los grupos menos favorecidos.

Respecto al impacto ambiental, más del 80 % de los emprendedores colombianos afirma que basan su toma de decisiones emprendedoras en las implicaciones ambientales, tales como: preservar las áreas verdes, reducir la emisión de gases contaminantes y tóxicos, recolectar selectivamente la basura, usar razonablemente el agua, la electricidad y los combustibles, entre otros. De igual forma, el 73,15 % de los emprendedores TEA y el 64,49 % de los emprendedores EBO manifestaron que, durante 2020, tomó medidas para minimizar el impacto ambiental negativo de su emprendimiento, como, por ejemplo: ahorrar energía, reducir las emisiones de carbono, utilizar maquinarias más eficientes, reducir la generación de residuos sólidos, usar material reciclable, utilizar medios de transporte alternativos, entre otros.

Cerca del 69 % de los emprendedores reconoce que es más importante el impacto social y ambiental que el impacto económico de su emprendimiento, hecho que recientemente fue corroborado por Liu et al. (2021) en un modelo estadístico con datos GEM en Colombia y Egipto.

¿Los emprendedores colombianos están alineados con los ODS?

En la Agenda 2030 se declaran los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que tienen como propósito central: erradicar la pobreza en todas sus formas y dimensiones, no dejar a nadie por fuera y lograr los Objetivos del Milenio que no se alcanzaron.

Según Naciones Unidas (2015), la Agenda 2030 se basa en los avances desarrollados en el marco de la Agenda de Desarrollo de Río +20 y en la Agenda del Milenio (8 Objetivos del Milenio).

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible son:

- *Objetivo 1.* Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.
- *Objetivo 2.* Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

NUESTRO RETO: IMPACTAR LA DINÁMICA EMPRENDEDORA

- *Objetivo 3.* Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.
- *Objetivo 4.* Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
- *Objetivo 5.* Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
- *Objetivo 6.* Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.
- *Objetivo 7.* Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.
- *Objetivo 8.* Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- *Objetivo 9.* Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
- *Objetivo 10.* Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.
- *Objetivo 11.* Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- *Objetivo 12.* Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
- *Objetivo 13.* Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
- *Objetivo 14.* Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
- *Objetivo 15.* Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
- *Objetivo 16.* Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.
- *Objetivo 17.* Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

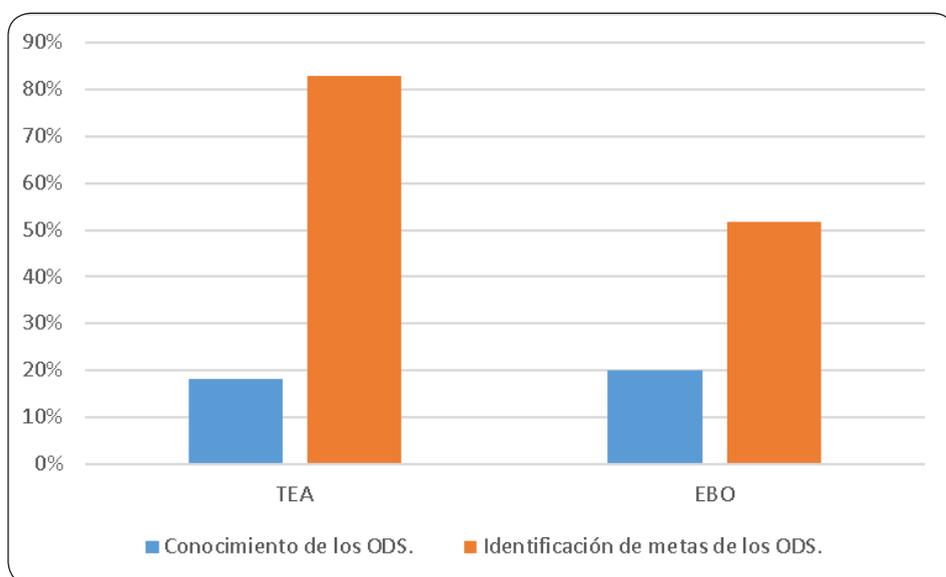
Los ODS se desagregan en metas y se agrupan en las siguientes cinco dimensiones correspondientes a las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental:

- *Personas*: agrupa a los objetivos que buscan acabar con la pobreza y el hambre en todas sus formas y dimensiones y garantizar, a través de la educación de calidad, que todos los seres humanos se desarrollen con dignidad e igualdad en un ambiente sano. Incluyen los ODS: fin de la pobreza (1), hambre cero (2), salud y bienestar (3), educación de calidad (4) e igualdad de género (5).
- *Planeta*: agrupa los objetivos que pretenden proteger el planeta contra la degradación, a través de consumo y producciones sostenibles, gestión sostenible de los recursos naturales y aplicación de medidas urgentes contra el cambio climático para que se puedan satisfacer las necesidades de las diferentes generaciones a lo largo del tiempo. Incluye los ODS: agua limpia y saneamiento (6), producción y consumo responsables (12), acción por el clima (13), vida submarina (14) y vida de ecosistemas terrestres (15).
- *Prosperidad*: agrupa los objetivos para asegurar que todos los seres humanos puedan gozar de una vida próspera y plena y que se pueda lograr un progreso económico, social y tecnológico, teniendo a las personas en el centro de las decisiones en armonía con la naturaleza. Incluye los ODS: energías renovables (7), trabajo decente y crecimiento económico (8), industria, innovación e infraestructura (9), reducción de las desigualdades (10) y ciudades y comunidades sostenibles (11).
- *Paz*: engloba un solo objetivo que quiere propiciar sociedades pacíficas, justas e inclusivas que estén libres del temor y la violencia. Que todo el mundo se sienta seguro y protegido. El desarrollo sostenible no es posible sin la paz, ni la paz puede existir sin el desarrollo sostenible. Incluye el ODS 16 sobre paz, justicia e instituciones sólidas.
- *Alianzas*: engloba un solo objetivo que busca la solidaridad y colaboración para lograr los objetivos de manera integral por parte de sociedad civil, gobiernos, sector privado y organizaciones. Incluye el ODS 17 sobre alianzas para lograr los objetivos.

NUESTRO RETO: IMPACTAR LA DINÁMICA EMPRENDEDORA

Respecto a los ODS, menos del 20 % de los emprendedores colombianos conoce los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas contenidos en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Sin embargo, el 83,05 % de los emprendedores TEA y el 51,82 % de los emprendedores EBO reconocieron que han identificado algunas metas de la Agenda 2030 como una prioridad para su emprendimiento y que han definido un conjunto claro de objetivos, acciones e indicadores clave de rendimiento (gráfica 65).

Gráfica 65. Conocimiento de los ODS versus identificación de metas en Colombia 2021



Fuente: elaboración propia de los autores basada en la APS.

En el mundo, el 42,78 % de los emprendedores TEA de Italia y el 2,78 % de los emprendedores TEA de Marruecos afirman que conocen los ODS. Sin embargo, es curioso que el 100 % de los emprendedores TEA de Marruecos aseguran que han identificado algunas metas para el desarrollo sostenible como prioridad para su emprendimiento. Respecto a los emprendedores EBO, mientras que el 1 % de los emprendedores afirma conocer los ODS, el 100 % de ellos

considera que han identificado algunas metas para el desarrollo sostenible y han formulado planes de acción para lograrlas. Pareciera que existe una incoherencia, pues no es lógico implementar algo sin conocerlo.

Respecto a estos resultados tan contrarios, surgen las preguntas: ¿los emprendedores están incluyendo los ODS solo en su discurso como herramienta de promoción?, ¿cuál es el verdadero nivel de conocimiento y de involucramiento de los emprendedores con los ODS? Ante estas interrogantes, Embry *et al.* (2022) confirman que hay una literatura limitada respecto a emprendimiento y ODS. Además, en su modelo teórico afirman que los emprendedores son clave en el logro de las metas y los objetivos para el desarrollo sostenible.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio de GEM Colombia 2021-2022 presentó un panorama de grandes contrastes tanto para el emprendimiento como para la permanencia de los emprendedores establecidos, marcando así el reinicio de la actividad productiva luego de un año afectado por la pandemia de la COVID-19 que generó en 2020 una marcada recesión económica.

La primera conclusión a la que se debe hacer referencia es que las cifras sobre emprendimiento y emprendedores restablecidos en 2021 volvieron a estabilizarse a guarismos coherentes con la serie de tiempo que había reflejado Colombia en periodos anteriores, luego del crecimiento inusitado que se presentó en el 2020 debido a la pandemia de la COVID-19, que llevó a los indicadores de la TEA a duplicarse frente al año anterior dadas las condiciones atípicas que se presentaron en la economía.

En concordancia con el anterior, el presente estudio reflejó que la valoración del entorno para emprender en los colombianos cambió significativamente en los últimos cinco años. De una parte, se observó en la encuesta a los expertos que las diferentes dimensiones que se evalúan para verificar las condiciones del ecosistema de emprendimiento, tales como financiamiento, infraestructura, políticas públicas y programas de gobierno, entre otras, siguen con bajos puntajes de evaluación, lo cual se decanta en un índice nacional de condiciones de ecosistema empresarial (NECI) que, si bien no se encuentra entre los más bajos globalmente e incluso supera al de Chile y México, tiene una importante ventana de mejora hacia el futuro para equiparse al de las economías impulsadas por la innovación.

En este contexto, la percepción de los colombianos acerca del emprendimiento como opción de carrera y la facilidad para emprender en el país bajó significativamente en comparación con el 2017. Este hecho se vio reforzado con la valoración que dieron los encuestados a sus capacidades para emprender, que se redujo en cerca de 10 puntos porcentuales, y el miedo al fracaso, que se incrementó en cerca de 20 puntos porcentuales, entre 2017 y 2021, aunado a una menor valoración en la identificación de nuevas oportunidades para emprender, las cuales se acotaron en el mismo periodo en un 14 %.

Lo anterior, si bien podría ser visto como una precarización del contexto para emprender o mantener a flote las empresas creadas en los últimos cinco años, también refleja un cambio en la matriz de preferencias y valoración del entorno de los colombianos, así como de su propensión a emprender. En otras palabras, luego de la crisis desatada por la pandemia de la COVID-19, los colombianos adoptaron una línea de valoración del entorno más exigente en relación con los años previos a la pandemia.

Al visualizar lo que aconteció con la estructura del emprendimiento en Colombia en el 2021, se observó una fuerte caída en la intencionalidad para emprender con relación a 2017 de cerca del 30 %, que se acompañó por un descenso tanto en los nuevos emprendimientos medidos por la TEA de cerca del 3 % como por un declive pronunciado de los emprendedores EBO del 7 % en el mismo periodo. Ello, si bien podría interpretarse como un debilitamiento del aparato productivo nacional en los últimos cinco años, también podría ser analizado desde la óptica de Schumpeter (1934) como un periodo de destrucción creativa, cuando el sistema económico renueva su tejido empresarial eliminando una gran cantidad de empresas que se encontraban ancladas en una estructura productiva de base estrecha, pero, a su vez, fortaleciendo un pequeño número de nuevos emprendimientos y empresas establecidas que se reorientan hacia el mercado externo, con la utilización de la innovación como su diferenciador y el uso de nuevas tecnologías, como se analiza a continuación.

Al analizar las características tanto de los emprendimientos como de las empresas establecidas que sobrevivieron al impacto de la pandemia en 2020, se puede concluir que las unidades productivas son mucho más robustas, dado que el nivel de empleo que generan los nuevos emprendimientos, así como la expectativa de su crecimiento en los próximos años, es superior al que se reflejó en años precedentes. A su vez, los porcentajes de nuevos emprendimientos y emprendedores EBO que exportan o tienen una decidida orientación hacia los mercados externos mejoró de forma significativa entre el 2017 y el 2021, hecho que estuvo acompañado por un incremento sustancial en el uso de nuevas tecnologías, la innovación y el fortalecimiento de la dimensión de sostenibilidad, tanto en emprendedores como en los emprendedores EBO en el mismo periodo.

Como cierre de las conclusiones, se puede indicar que el tejido empresarial colombiano, de acuerdo con los datos recabados nacionalmente en 2021 por el Global Entrepreneurship Monitor, si bien sufrió una importante reestructuración tanto en tamaño como en la propensión a emprender de los colombianos y su valoración del entorno, mejoró en las características productivas y empresariales de los nuevos emprendimientos que se están generando y las empresas establecidas que lograron sobrevivir a los embates de la pandemia corroboraron la tesis establecida por Schumpeter en 1934 en su teoría del desenvolvimiento económico, acerca de la capacidad que debe tener un sistema económico para renovarse e innovar en beneficio de la sociedad.

RECOMENDACIONES EN POLÍTICA PÚBLICA

El 2021 se presentó como un año de reactivación económica en el cual el sistema productivo demostró su capacidad de resiliencia y renovación. El estudio GEM Colombia 2021-2022, como se mostró en las conclusiones precedentes, arrojó interesantes datos acerca del proceso de reestructuración que manifestó el tejido emprendedor y empresarial en el último año y, en consecuencia, algunas de las recomendaciones en materia de política pública que surgen son las siguientes:

NUESTRO RETO: IMPACTAR LA DINÁMICA EMPRENDEDORA

- En virtud de la caída en la valoración del entorno para emprender en los colombianos, las políticas públicas y los programas de gobierno que se orienten deben estar más enfocados a promover la creación de nuevas empresas con intención exportadora que generen empleo y aporten en innovación en sectores estratégicos para la economía.
- La caída en la intención a emprender por parte de los colombianos debería ser vista como una oportunidad y signo de salubridad en nuestro sistema productivo, más que como un problema. En virtud de ello, las políticas para promover el emprendimiento deben estar acompañadas de una sólida estrategia gubernamental para la generación de empleos de calidad, con alta productividad, enfocada en sectores de mayor dinamismo económico.
- Dada la pronunciada caída que se presentó en los emprendedores EBO entre 2017 y 2021, se recomienda fortalecer y afianzar las políticas y programas orientados a brindar respaldo económico y de proyección de mercado al sector de mipymes en Colombia, principalmente aquellas orientadas hacia el mercado externo.
- El cambio que se presentó, tanto en el crecimiento del miedo al fracaso al emprender como el decrecimiento en la identificación de nuevas oportunidades para emprender, se presenta como una oportunidad para reorientar los programas de formación e incubación de emprendimientos, incluyendo apoyo y acompañamiento por parte del Gobierno en la validación temprana de productos, innovaciones y uso de nuevas tecnologías, no solo en los emprendimientos, sino también en las empresas establecidas.
- Dado el mejoramiento que se dio en las características productivas de los emprendimientos y las empresas que lograron sobrevivir a la pandemia, los programas y las políticas públicas que se estructuren en el futuro deberían priorizar el fortalecimiento, la permanencia y el crecimiento en la generación de empleo de dichas unidades productivas sobre la proliferación de nuevos emprendimientos de base tradicional.

- El enfoque de sostenibilidad, direccionado hacia sectores como el de las energías alternativas, industria 4.0 y emprendimientos sociales, cobra cada vez más relevancia en nuestro sistema productivo, por lo cual las políticas que se orienten hacia dichos sectores deben estar acompañadas de un ecosistema de financiación y fortalecimiento empresarial acorde con dicha realidad.



Anexo 1

METODOLOGÍA

La metodología que se utiliza en el estudio GEM es estandarizada en el mundo con el propósito de que todos los datos puedan ser armonizados y comparables. La metodología está compuesta por:

Encuesta a expertos nacionales (NES, por sus siglas en inglés): consistió en la realización de 45 encuestas, por parte de los miembros del equipo nacional, a expertos nacionales en los temas propios de la actividad emprendedora, pues ellos pueden opinar con suficiente experticia sobre los temas de requerimientos básicos, estimuladores de eficiencia y condiciones para la innovación y actividad emprendedora. En 2021, en Colombia, los expertos participantes representaban los sectores de emprendedores, gremios, académicos, Gobierno, formuladores de política pública y líderes de organizaciones de apoyo para la creación de nuevas empresas.

Estos expertos se seleccionaron con base en las siguientes dimensiones del ecosistema emprendedor (de ahora en adelante, EFC): normas sociales y culturales; financiamiento, políticas y programas gubernamentales; infraestructura física; infraestructura comercial y de servicio a empresas; educación y formación; transferencia de I&D y apertura del mercado interno.

Las EFC representan conceptos latentes o dimensiones que se calculan con base en el análisis factorial y la técnica de análisis de componentes principales. Cada concepto latente, dimensión o condición estructural del entorno se compone por una serie de ítems, enunciados o afirmaciones que están correlacionados entre sí.

NUESTRO RETO: IMPACTAR LA DINÁMICA EMPRENDEDORA

Por ejemplo, para medir el concepto latente, dimensión o EFC “Normas sociales y culturales”, se indagan los siguientes enunciados, en donde CF es “completamente falso” y CC es “completamente cierto”. A continuación, en la tabla 1, se muestra un ejemplo:

Normas sociales y culturales. En Colombia...	CF										CC											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.																						
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal.																						
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.																						
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.																						
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.																						

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

En 2021, la condición de apoyo financiero (existencia de fuentes) obtuvo un puntaje de 2,26. Para entender mejor de dónde sale dicho puntaje, se realiza el siguiente procedimiento: en la segunda columna, aparecen los coeficientes de correlación de cada ítem que compone el concepto latente (en este caso, de apoyo financiero). En la tercera columna, aparece la media o promedio para cada ítem. La columna final presenta la multiplicación de ambos elementos. Finalmente, el valor total para el concepto latente se obtiene de la división entre el total de la columna 4 con la columna 2. Este es el mismo proceso aplicado para generar los valores de las demás condiciones estructurales o conceptos latentes.

	Coeficiente (a)	Media (b)	(a * b)
Ítem 1	0,79	1,98	1,56
Ítem 2	0,71	2,47	1,75
Ítem 3	0,73	2,82	2,06
Ítem 4	0,69	2,87	1,98
Ítem 5	0,83	2,02	1,68
Ítem 6	0,84	2,26	1,90
Ítem 7	0,74	1,77	1,31
Ítem 8	0,75	1,98	1,49
Total	6,08 (c)		13,73 (d)
	(d/c)	2,26	

Estas condiciones se han evaluado desde hace 16 años en Colombia por más de 550 expertos en diversas áreas del ecosistema emprendedor. Para 2021, la evaluación se hizo del 25 de junio de 2021 al 30 de agosto de 2021, en donde participaron 17 mujeres (38,6 %) y 27 hombres (61,4 %) expertos entre los 30 y 73 años de edad y cuyo nivel educativo era pregrado (11,4 %) y maestría o doctorado (88,6 %). El 73 % de los expertos tenía más de 10 años de experiencia profesional. Los expertos son emprendedores, inversionistas,

educadores, investigadores, entre otros, y forman parte de una muestra cualitativa por conveniencia.

Los expertos nacionales evalúan, de manera subjetiva, cada condición a través de un test que contiene ítems correspondientes a cada concepto latente, que deben ser evaluados en una escala que va de 1 a 10, siendo 1 completamente falso y 10 completamente cierto. Adicional a ello, los expertos también evaluaron 2 temas especiales que se presentan al final del capítulo. Por un lado, elementos relacionados con la pandemia, sus impactos y la reacción del Gobierno y, por otro lado, elementos centrados en valorar el estado actual del emprendimiento femenino en Colombia.

Encuesta a la población adulta (APS, por sus siglas en inglés): consistió en la realización de 2.054 encuestas (en el caso de Colombia) que recogen información de las personas que tienen entre 18 y 64 años de edad. En la versión 2021, esta encuesta fue aplicada por INFO Investigaciones, usando la versión en español del mismo cuestionario usado mundialmente. Se aplicaron encuestas telefónicas en las principales ciudades del país y encuestas cara a cara en municipios con población inferior a diez mil habitantes. Dicho trabajo de campo es supervisado y aprobado por la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), que es el órgano que coordina el proyecto GEM en todos los países participantes.

En 2021, en Colombia, el universo muestral estuvo compuesto por 2.054 personas, con edades entre los 18 y los 64 años. Dado que en la zona urbana la cobertura de la telefonía móvil es del 96,0 % y la telefonía fija es del 12,0 %, y que en la zona rural no hay listados confiables de números telefónicos, el marco muestral estuvo compuesto por:

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

Tanto los teléfonos como los hogares se seleccionaron aleatoriamente de las listas antes indicadas. En el caso de los teléfonos fijos y de las entrevistas “cara a cara”, se definió la persona a ser encuestada, obedeciendo el método de “próximo cumpleaños”, en donde se pregunta a la persona que contesta el teléfono o que abre la puerta: entre las personas que viven en su hogar entre las edades de 18 y 64 años de edad, ¿quién está más cerca de su cumpleaños? La recolección de los datos se hizo a través de tabletas y el programa ODK Collete y el trabajo de campo se cumplió entre junio y julio de 2021.

Los resultados de la APS son representativos por género y edad. Indaga sobre las motivaciones, percepciones, actitudes y actividad empresarial de la población en el rango de edad mencionado. A través de esta encuesta, se pueden medir las características que permiten definir el perfil de los emprendedores en cada una de las etapas del proceso emprendedor. Así mismo, mide variables que permiten caracterizar el tejido empresarial, tales como el número de empleos creados, potencial de crecimiento, formalidad, capacidad tecnológica y de innovación, fuentes de financiación, entre otras.

Procesamiento de la información

Tanto la información recolectada a través de la APS como de la NES es procesada por el grupo técnico de la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), que ejecuta labores de consistencia, armonización, homogenización y ponderación, para finalmente procesar la información y generar los resultados para cada factor y variable, de tal manera que se puedan hacer comparaciones válidas y confiables del mismo indicador para varios países o grupos económicos. Los resultados se procesan con el software SPSS.



Anexo 2

LOS AUTORES

Fernando Pereira Laverde

Candidato a Doctor en Administración de la École des Hautes Études Commerciales (Canadá), M.B.A. de la Universidad de los Andes e ingeniero industrial de la Pontificia Universidad Javeriana (PUJ) sede Cali. Profesor Asociado de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Investigador Asociado Colciencias desde 2015, miembro fundador del equipo Global Entrepreneurship Monitor Colombia de 2006 a la fecha, coordinador del área de Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, consultor internacional Master Trainer del Entrepreneurial Mindset Profile y emprendedor de empresas como MindsetEMP, y otras.

Correo: fpereira@javerianacali.edu.co

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=vLlxuS4AAAAJ&hl=es>

Fabián Fernando Osorio Tinoco

Doctor en Administración, Magíster en Administración de Empresas, Especialista en Finanzas e Ingeniero Industrial de la Universidad del Valle. Con 20 años de experiencia en diferentes sectores empresariales, y 10 años de experiencia en docencia e investigación. Decano de Facultad Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, Investigador Sénior del Ministerio de Ciencias. Posee conocimientos en el desarrollo de nuevos modelos de negocio, mentalidad emprendedora, y la generación de valor a través de la innovación y el mercadeo. Experto en aplicación de metodologías de innovación basadas en usuario.

Correo: fosorio@javerianacali.edu.co

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=yenZQpMAAAAJ&hl=es>

Nathaly Pinzón Rubio

Doctora en Emprendimiento de la Universidad de Deusto (España), Magíster en Administración de Empresas de University of Wales (Reino Unido), Magíster en Economía y Administradora de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. Con 10 años de experiencia en diferentes sectores empresariales, y 7 años de experiencia en docencia e investigación. Profesora asistente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Posee conocimientos en el desarrollo de nuevos modelos de negocio y equipos emprendedores.

Correo: nathaly.pinzon@javerianacali.edu.co

Google Scholar:

https://scholar.google.com/citations?hl=es&view_op=list_works&gmla=AJsN-F73P8A0CR_a1Jwwz_nODIpmWZ2p0Qs-SetrE0Nu9PFJpa4B2F8wE_7-ABMScuk43hN7W7ufsx1M-b5kr8M98-LxUNq5sMeNcaGkBDmOILygFoc4UHrz9v5x-E_sDuAm_dUFuFUD_0&user=gY4bBPgAAAAJ

Jhon Alexander Moreno Barragán

Estudiante del doctorado en Administración y Dirección de Empresas de la Universitat Politècnica de València. Magíster en Educación, Administrador de Empresas y profesional en Mercadeo de la Universidad Icesi. Actualmente es profesor, investigador y líder del Grupo de Investigación de Espíritu Empresarial en el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi. Con experiencia en diseño curricular y educación emprendedora, desarrollo de la mentalidad empresarial, solución creativa de problemas, diseño de modelos de empresa, procesos de validación empresarial, *pitch* empresarial y plan de empresa. Ha trabajado en líneas de investigación relacionadas con la educación empresarial y la medición de la actividad empresarial en diversos contextos, desde un enfoque cuantitativo.

Correo: jamoreno@icesi.edu.co

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=yH-4UqsAAAAJ>

Ana Carolina Martínez Romero

Candidata a doctora en Dirección de Empresas por la Universitat de València. Máster en Economía Industrial con énfasis en pymes de la Universidad Nacional de General Sarmiento de Argentina, profesional en Economía y Negocios Internacionales de la Universidad Icesi. Actualmente es directora, profesora e investigadora del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi y directora del programa WISE (*Women in STEM Entrepreneurship*) en el suroccidente colombiano. Cuenta con experiencia en el diseño, dirección y acompañamiento en procesos de enseñanza-aprendizaje por competencias empresariales en el área de creación de empresas y diseño y ejecución de programas de creación de empresas.

Correo: acmarti@icesi.edu.co

Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=4Z4jHmMAAAAJ&view_op=list_works&citft=1&email_for_op=fpereiral%40gmail.com&gmla=AJsN-F4a7vuT1XcbtK8oa9cchfa-VkAWnICUoFHFangYuyhdF17qX4CziubITSeaxEOsSJJu1cw0kCH-1DoZz0ie656HgVRhwahK-u0y5PsO4Mx1hha7_CypA47u-0--kXUr-vZK4CDAOIInuDL1K-HfzXoVRWI6lJQJsjCTkDYdUWqktkgjQ9h3jxu5R-QeFVKUgH7t3O-dZSPv3iTfNMfDQR4cpnADL0_fvUINqXl4wnkmQx-dPCXZ-F3fLHTKbm8htF3blDs6P06Zxre

Mariangela López Lambrano

Ingeniera civil y M.B.A de la Universidad del Norte. Formación en emprendimiento y gerencia de proyectos, con experiencia profesional de 20 años en distintos sectores. Actualmente se desempeña como profesora a tiempo completo del Departamento de Emprendimiento y Management, coordinadora de la Maestría en Mercadeo y MBI de la Escuela de Negocios, y directora del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte.

Correo: mlambrano@uninorte.edu.co

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=IPIXTOQAAAAJ>

Eduardo Gómez Araujo

Doctor, Magister y Diploma en Creación, Estrategia y Gestión de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona -UAB- (Barcelona-España) y pregrado en Historia de la Universidad del Atlántico (Barranquilla). Actualmente es profesor, investigador y consultor tiempo completo en el departamento de Management y Emprendimiento. Por otra parte, se ha desempeñado como director del Centro de Emprendimiento de Uninorte (2013, 2019-2020).

Correo: araujoe@uninorte.edu.co

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=7G7VnDgAAAAJ>

León Darío Parra Bernal

Economista, Magíster en Población y Desarrollo por la FLACSO, sede México, Estudios de doctorado en Economía por la UNAM de México. Se ha desempeñado como docente durante 20 años en el área empresarial y Data Analytics en universidades públicas y privadas de Latinoamérica. Ha liderado varios proyectos de investigación y consultoría con diferentes organismos internacionales: ONU, SIDA, PNUD, UNFPA y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en las áreas de desarrollo regional, brechas tecnológicas, Big Data y Data Analytics Actualmente se desempeña como empresario e inversionista en el área de análisis de datos y transformación digital y docente asociado al del Instituto para el Emprendimiento Sostenible de la Universidad EAN.

Correo: ldparra@universidadean.edu.co

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=3NXddqEAAAAJ&hl=es>

Liyis Gómez Núñez

Doctora en Creación, Estrategia y Gestión de Empresas, Magister en Administración de Empresas, Ingeniera Industrial. Vicerrectora de Extensión, Proyección Social e Internacionalización, Corporación Universitaria Americana. Gestora del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte, que dirigió por 10 años. Líder de la incorporación de Colombia al Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual ha dirigido en tres oportunidades. Autora de artículos y libros de emprendimiento.

Correo: lgomez@coruniamericana.edu.co

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=E1OwbJMAAAAJ>

iNNpulsa Colombia

iNNpulsa Colombia es la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, que, junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompaña la aceleración de emprendimientos de alto potencial y a los procesos innovadores y de financiación que permiten escalar a las empresas del país para generar más desarrollo económico, equidad y oportunidades para todos los colombianos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbasianchavari, A. & Moritz, A. (2021). "The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: a review of the literature". *Management Review Quarterly*, 71(1), 1-40. <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>
- Acs, Z. J., Amorós, J. E., Bosma, N. S. & Levie, J. (2009). "From entrepreneurship to economic development: celebrating ten years of Global Entrepreneurship Monitor". *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(16), 1.
- Ahl, H. (2006). "Why research on women entrepreneurs needs new directions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 595-621.
- Ahmadi, A. & Soga, L. R. (2022). "To be or not to be: latent entrepreneurship, the networked agent and the fear factor". *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121281. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121281>
- Akinola, A. S. (2021). *Investigating the relationship between tertiary education and entrepreneurship in Nigeria*. Doctoral dissertation, University of the West of Scotland.
- ANIF (2021). "Gran encuesta PYME". En: <https://www.anif.com.co/encuesta-mipyme-de-anif/gran-encuesta-pyme-nacional/>
- Anum, K., Wahab, S. A., Latiff, A. S. A. & Hamid, A. B. A. (2020). "Women-owned MSMEs–Startup to Survival". En: <https://www.researchgate.net/profile/Prof-Dr-Sazali-Abdul-Wahab/>

publication/342385221_Women-owned_MSMEs_-Startup_to_Survival/links/5ef1f329a6fdcc2404ea9eba/Women-owned-MSMEs-Startup-to-Survival.pdf

Anwar, M. & Ali Shah, S. Z. (2020). "Managerial networking and business model innovation: empirical study of new ventures in an emerging economy". *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(3), 265-286.

Arasti, Z. (2011). "Gender differences in the causes of business failure". *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 95-106.

Aupperle, K., Carroll, A. & Hatfield, J. (1985). "An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability". *Academic of Management Journal*, Vol. 28, No. 2, pp. 446-463.

Azoulay, P., Jones, B. F., Kim, J. D. & Miranda, J. (2020). "Age and high-growth entrepreneurship". *American Economic Review: Insights*, 2(1), 65-82.

Azoulay, P., Jones, B. F., Kim, J. D. & Miranda, J. (2022). "Immigration and entrepreneurship in the United States". *American Economic Review: Insights*, 4(1), 71-88.

Bahri, A. (2020). "Women at the Frontline of COVID-19: Can Gender Mainstreaming in Free Trade Agreements Help?". *Journal of International Economic Law*, 23(3), 563-582.

Bandura, A. (1977). "Self-efficacy: towards a unifying theory of behavioural change". *Psychological Review*, 84(2), 191-215.

Baron, R. A. (2006). "Opportunity recognition as pattern recognition: how entrepreneurs 'connect the dots' to identify new business opportunities". *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119. <https://doi.org/10.5465/amp.2006.19873412>

Cacciotti, G. & Hayton, J. C. (2015). "Fear and entrepreneurship: a

- review and research agenda: fear and entrepreneurship". *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 165-190. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12052>
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R. & Giazitzoglu, A. (2016). "A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302-325. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.02.002>
- Carroll, A. B. (1979). "A three-dimensional conceptual model of corporate social performance". *Academy of Management Review*, 4, 497-506.
- Centro de Comercio Internacional (2020). *Reorientación con sentido*. En: https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/About_ITC/Corporate_Documents/Annual_Report/Annual%20Report%202020_SP.pdf
- Cesaroni, F. M., Pediconi, M. G. & Sentuti, A. (2018). "It's always a women's problem! Micro-entrepreneurs, work-family balance and economic crisis". *Administrative Sciences*, 8(4), 74.
- Chemers, M., Watson, C. & May, S. (2000). "Dispositional affect and leadership effectiveness: a comparison of self-esteem, optimism and efficacy". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(3): 267-277.
- Clark, R., Goldsmith, R. & Goldsmith, E. (2008). "Market mavenism and consumer self-confidence". *Journal of Consumer Behaviour*, 7 (3): 239-248.
- Congreso de la República de Colombia (10 de enero de 2012). Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública. [Decreto Antitrámites 019 de 2012]. DO: 48.308.
- Congreso de la República de Colombia (25 de agosto de 2020). Por medio de la cual se establecen disposiciones transversales a

la rama ejecutiva del nivel nacional y territorial y a los particulares que cumplan funciones públicas y/o administrativas, en relación con la racionalización de trámites y se dictan otras disposiciones. [Ley 2052 de 2020].

Congreso de la República de Colombia (26 de enero de 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento. [Ley 1014 de 2006]. DO: 46.164.

Congreso de la República de Colombia (31 de julio de 2018). Por el cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con la actividad de financiación colaborativa. [Decreto 1357 de 2018]. DO: 50.671.

Congreso de la República de Colombia (6 de septiembre de 2005). Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos. [Ley 962 de 2005]. DO: 46.023.

Dabić, M., Vlačić, B., Paul, J., Dana, L. P., Sahasranamam, S. & Glinka, B. (2020). "Immigrant entrepreneurship: a review and research agenda". *Journal of Business Research*, 113, 25-38.

DANE (2022). "Mercado laboral". En: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral>

Davies, C. & Van, V. J. J. (2021). "Entrepreneurship orientation and business discontinuance: a relationship analysis of total early-stage activities in the BRICS countries". *Journal of Contemporary Management*, 18(1), 455-481.

Díaz, M. & Jiménez, J. (2010). "Entrepreneurial intention: the role of gender". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261-283.

Distrito, Cámara de Comercio de Bogotá, ANDI, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Colegio de Estudios Super-

- riores de Administración, iNNpulsa Colombia & KPMG (2022). "Colombia Tech Report 2021". En: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/27404>
- Duan, C. & Sandhu, K. (2021). "Immigrant entrepreneurship motivation-scientific production, field development, thematic antecedents, measurement elements and research agenda". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*.
- Dutta, N. & Sobel, R. S. (2021). "Entrepreneurship, fear of failure and economic policy". *European Journal of Political Economy*, 66, 101954. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101954>
- Embry, E., York, J. G. & Edgar, S. (2022). "Entrepreneurs as essential but missing actors in the Sustainable Development Goals". In *Handbook on the Business of Sustainability*. Edward Elgar Publishing.
- Fernandes, A. J. & Ferreira, J. J. (2022). "Entrepreneurial ecosystems and networks: a literature review and research agenda". *Review of Managerial Science*, 16(1), 189-247. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00437-6>
- Finnovista (2019). "Colombia se consolida como el tercer ecosistema Fintech, con un crecimiento del 45 % y 78 nuevos startups". <https://www.finnovista.com/radar/colombia-se-consolida-como-el-tercer-ecosistema-fintech-con-un-crecimiento-del-45-y-78-nuevas-startups/>
- Franco, M. & Haase, H. (2010). "Failure factors in small and medium-sized enterprises: qualitative study from an attributional perspective". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 503-521. <https://doi.org/10.1007/s11365-009-0124-5>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Pitman, Marshfield, MA.
- Freire, K. & Mancheno, M. (2020). "COVID-19: entre muerte y rece-

- sión económica". *Revista Científica FIPCAEC* (Fomento de la Investigación y Publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables). ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(5), 280-320.
- Gamero, H. & Ostos, J. (2020). "Revisión sistemática de literatura sobre factores clave en la identificación de oportunidades de negocio". *Retos*, 10(20), 307-327. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.07>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). "Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022. *Global Report: Opportunity Amid Disruption*". London: GEM.
- Gielnik, M. M., Bledow, R. & Stark, M. S. (2020). "A dynamic account of self-efficacy in entrepreneurship". *Journal of Applied Psychology*, 105(5), 487.
- Gómez-Araujo, E., Chandra Bayon, M. & Moreno-Gómez, J. (2017). "Regional variations of the impact of role models and fear of failure on entrepreneurship amongst the youth". *International Journal of Economic Research*, 14(6), 377-389.
- Guercini, S., Dei Ottati, G., Baldassar, L. & Johanson, G. (2017). *Native and immigrant entrepreneurship. Lessons for Local Liabilities in Globalization from the Prato Case Study*. Suiza: Springer.
- Gutiérrez, J., Jiménez, M., Martínez, A., Moreno, J. y Payares, M. (2020). *Educación y actividad empresarial e intraempresarial en los egresados de universidades colombianas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Hill, S. (2022). "The failure of entrepreneurship education in schools". En: <https://gemconsortium.org/news/the-failure-of-entrepreneurship-education-in-schools>
- Isik, O. & Tasgin, U. F. (2017). "Profitability and its determinants in the Turkish manufacturing industry: evidence from a dynamic panel model". *International Journal of Economics and Fi-*

- nance, 9(8), 66. <https://doi.org/10.5539/ijef.v9n8p66>
- Kahn, K. B. (2018). "Understanding innovation". *Business Horizons*, 61(3), 453-460. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>
- Kelley, D., Brush, C., Greene, P. & Litovsky, Y. (2010). *Informe de las mujeres del Global Entrepreneurship Monitor*. Wellesley, MA: Babson College.
- Kerr, S. P. & Kerr, W. R. (2017). "Immigrant entrepreneurship". *Measuring Entrepreneurial Businesses: Current Knowledge and Challenges*, (75), 187-249.
- Koltai, L., Geambasu, R., Bakacsi-Saffer, Z., Barna-Petróczi, A. & Zsár, V. (2020). *COVID-19 and female entrepreneurs throughout Europe*. Budapest: Hetfa Research Institute Ltd.
- Liu, Y., Samsami, M., Meshreki, H., Pereira, F. & Schøtt, T. (2021). "Sustainable development goals in strategy and practice: businesses in Colombia and Egypt". *Sustainability*, 13(22), 12453. <https://doi.org/10.3390/su132212453>
- Mack, E. & Mayer, H. (2016). "The Evolutionary Dynamics of Entrepreneurial". *Ecosystems Urban Studies*, Vol. 53, No. 10, pp. 2118-2133. En: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0042098015586547>
- Maier, S. E. (2021). "Steam and Marvel women: agent Scully, Lisbeth Salander, Beth Harmon and The Black Widow". En B. Ayres & S. E. Maier, *A Vindication of the Redhead* (pp. 261-280). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83515-6_12
- Maignan, I. (2001). "Consumers' perceptions of corporate social responsibility: a cross-cultural comparison". *Journal of Business Ethics*, Vol. 30, No. 1, pp.57-72
- Malerba, R. C. & Ferreira, J. J. (2020). "Immigrant entrepreneurship and strategy: a systematic literature review". *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(2), 183-217.

Marlow, S. (2002). "Women and self-employment: a part of or apart from theoretical construct?". *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3(2), 83-91.

Matos, C. S., Amaral, M. & Baptista, R. (2018). "Senior entrepreneurship: a selective review and a research agenda". *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(5), 427-554.

Medel, M. I. M., Farias, M. G. & Farias, Z. I. (2019). "Políticas públicas de emprendimiento social como mecanismo de inclusión de las mujeres en América Latina". En *Tendencias en la investigación universitaria. Una visión desde Latinoamérica* (pp. 37-56). Universidad Continente Americano.

Mican, H. (2019). "Responsabilidad y retos de la educación básica y media para el fomento de la empresarialidad en Colombia". *Revista Eficiencia*, 1(1). En: <http://ediciones.ascolfa.edu.co/index.php/eficiencia/article/view/4>

Mineducación (2012). "Guía #39 sobre la cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos". En: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf

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

Naciones Unidas (2015). "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible" (Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015). En: https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d1_es.pdf

Naciones Unidas (2020). "Las mipymes, clave para una recuperación inclusiva y sostenible". En: <https://www.un.org/es/obser->

- vances/micro-small-medium-businesses-day
- Nguyen, M.-H., Pham, T.-H., Ho, M.-T., Nguyen, H. T. T. & Vuong, Q.-H. (2020). "On the social and conceptual structure of the 50-year research landscape in entrepreneurial finance". *SN Business & Economics*, 1(1), 2. <https://doi.org/10.1007/s43546-020-00002-z>
- O'Connor, A., Stam, E., Sussan, F. & Audretsch, D. (2018). "Entrepreneurial Ecosystems: The Foundations of Place-based Renewal". In (pp. 1-21). DOI: 10.1007/978-3-319-63531-6_1
- OEAP, ASELA & BID (2018). "Brechas para el emprendimiento en la Alianza del Pacífico". En: http://centroestudiosinternacionales.uc.cl/images/publicaciones/otras-publicaciones/2018/Diciembre/estudio_brecha_oeap_18_12.pdf
- ONU Mujeres (2020). "El mundo para las mujeres y las niñas". En: <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2020/06/annual-report-2019-2020>
- Osorio, F. & Pereira, F. (2011). "Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva". *Cuadernos de Administración*, 24(43), 13-33.
- Porter, M., Sachs, J. & McArthur, J. (2002). "Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development". En: M. Porter, J. Sachs, P. Cornelius, J. McArthur & K. Schwab (eds.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002* (pp. 16-25). New York, N.Y.: Oxford University Press.
- Pretorius, M. (2009). "Defining Business decline, failure and turn-around: a content analysis". *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v2i1.15>
- Puente Castro, R., Mora Mora, J. U. & Pereira Laverde, F. (2020). "High-growth aspirations of entrepreneurs in Latin America: do alliances matter?". *Sustainability*, 12(7), 2867. <https://doi.org/10.3390/s12072867>

- org/10.3390/su12072867
- Ruiz-Martínez, R., Kuschel, K. & Pastor, I. (2021). "A contextual approach to women's entrepreneurship in Latin America: impacting research and public policy". *International Journal of Globalization and Small Business*, 12(1), 83-103.
- Sánchez Báez, E. A., Ferrer Dávalos, R. M. & Sanabria, D. D. (2022). "Impacto de la pandemia del COVID-19 en el empleo y ventas de las mipymes de Paraguay". *Revista Científica en Ciencias Sociales*, 4(1), 65-77. <https://doi.org/10.53732/rccsociales/04.01.2022.65>
- Smith, B. & Viceisza, A. (2018). "Bite me! ABC's Shark Tank as a path to entrepreneurship". *Small Business Economics*, 50(3), 463-479. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9880-8>
- Soto-Simeone, A. & Kautonen, T. (2021). "Senior entrepreneurship following unemployment: a social identity theory perspective". *Review of Managerial Science*, 15(6), 1683-1706.
- Spigel, B. (2017). "The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 41, No. 1, pp. 49-72.
- Stam, E. (2015). "Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique". *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.
- Stypińska, J., Franke, A. & Myrczik, J. (2019). "Senior entrepreneurship: the unrevealed driver for social innovation". *Frontiers in Sociology*, 4, 30.
- Sugianingrat, I. A. P. W., Wilyadewi, I. I. D. A. Y. & Sarmawa, I. W. G. (2020). "Determination of entrepreneurship education, family environment and self-efficacy on entrepreneurship interest". *Journal Economy*, 16(1), 33-43.
- The Geena Davis Institute on Gender in Media & J. Walter Thompson Intelligence (2018). "The 'Scully effect': I want to believe... in STEM". En: <https://seejane.org/wp-content/uploads/x-fi>

- les-scully-effect-report-geena-davis-institute.pdf
- Vakili, F., Tahmasebi, N., Tahmasebi, S. & Tahmasebi, D. (2016). "Role of education in entrepreneurship development". *Journal of Ecophysiology and Occupational Health*, 16(3-4), 103-112.
- Varela, R., Moreno, J., Soler, J., Pereira, F., Osorio, F., Gómez, E., López, M., Parra, L., Buelvas, P. & Peñuela, J. (2020). *Dinámica de la actividad empresarial en Colombia*. Universidad Icesi. DOI: <https://doi.org/10.18046/EUI/GEM.2020>
- Varela, R., Soler, J. & Arango, C. (2021). *Efectos de la COVID-19 en el ritmo empresarial colombiano*. Cali: Editorial Universidad Icesi.
- Vasilić, N., Popović-Pantić, S. & Semenčenko, D. (2020). "Women Entrepreneurship in the Time of COVID-19 Pandemic". *JWEE*, (3-4), 23-40.
- Verbovskii, V., Kosov, V. & Chaika (Chayka), Y. A. (2016). "Five reasons to join local Chamber of Commerce and Industry". *Journal of Economics and Social Sciences*, 8, 3. <http://earchive.tpu.ru/handle/11683/31282>
- Wood, R. & Bandura, A. (1989). "Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making". *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 407-415.
- World Economic Forum (2022). "Which are the best countries in the world for entrepreneurs in 2022?". <https://www.weforum.org/agenda/2022/04/new-research-reveals-best-countries-entrepreneurs/>
- Zhang, T. & Acs, Z. (2018). "Age and entrepreneurship: nuances from entrepreneur types and generation effects". *Small Business Economics*, 51(4), 773-809. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0079-4>