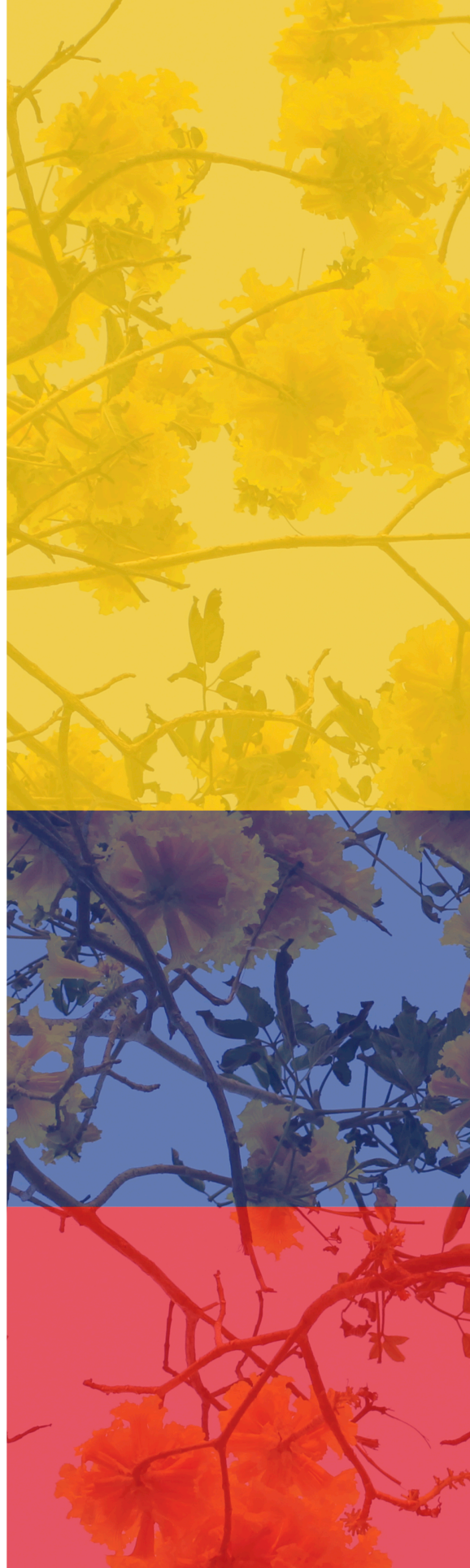




GEM COLOMBIA

Actividad emprendedora en
Colombia en tiempos del
coronavirus 2020-2021







GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

COLOMBIA

GEM COLOMBIA

Actividad emprendedora en
Colombia en tiempos del
coronavirus 2020-2021





Global Entrepreneurship Monitor: GEM Colombia: actividad emprendedora en Colombia en tiempos del coronavirus 2020-2021 / Mariangela López Lambrano [y otros]. – Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del Norte, 2021.

xiv, 85 páginas : ilustraciones ; 25,5 cm.
ISBN 978-958-789-300-7 (impreso)
ISBN 978-958-789-301-4 (PDF)

1. Nuevas empresas -- Colombia. 2. Emprendedores -- Colombia.
3. Empresas -- Investigaciones -- Colombia. I. López Lambrano, Mariangela. II. Tít.

(658.11 G322 ed. 23 BrUNB)

© 2021, Universidad del Norte, Universidad ICESI, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad EAN, Corporación Universitaria Americana, Universidad Cooperativa de Colombia (vigiladas Mineducación) e iNNpulsa Colombia.

Participaron en la elaboración de este reporte:

Mariangela López Lambrano, Eduardo Gómez Araujo, Juan Darío Muñoz Robles, Mateo Barraza Arcila, Moisés Galvis Maldonado, Rodrigo Varela Villegas, Jhon Alexander Moreno Barragán, Fernando Pereira Laverde, Fabián Osorio Tinoco, León Parra Bernal, Liyis Gómez Núñez, Marco Molina Acosta, Gustavo Martínez Rueda e iNNpulsa Colombia.

GEM es un proyecto de investigación ejecutado por un consorcio internacional de investigadores con el fin de monitorear la actividad emprendedora en diversos países. Para 2020, el proyecto contó con la participación de más de 40 países de los cinco continentes.

La interpretación de los resultados de este texto es responsabilidad de los autores y no compromete el nombre de las instituciones patrocinadoras.

Una realización de Editorial Universidad del Norte.

Coordinación editorial

María Margarita Mendoza

Asistente editorial

Fabián Buelvas

Diseño y diagramación

Munir Kharfan de los Reyes

Diseño de portada

Keivys Ávila

Corrección de textos

Henry Stein

Impreso y hecho en Colombia por
Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.S. (Bogotá)
Printed and made in Colombia

© Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio reprográfico, fónico o informático, así como su transmisión por cualquier medio mecánico o electrónico, fotocopias, microfilm, *offset*, mimeográfico u otros sin autorización previa y escrita de los titulares del *copyright*. La violación de dichos derechos constituye un delito contra la propiedad intelectual.

CONTENIDO

PRÓLOGO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
INTRODUCCIÓN	1
A. Antecedentes	1
B. Marco conceptual	2
C. Metodología	7
ENTORNO EMPRESARIAL	9
a. Percepciones y valores sociales: Análisis últimos cinco años y análisis Colombia vs. continentes y el mundo	9
b. Condiciones del entorno para la creación de empresas: Análisis de Colombia vs. continentes y el mundo.	24
EL EMPRENDEDOR COLOMBIANO	28
a. Género	28
b. Nivel educativo	30
c. Edad	31
d. META (Talento Empresarial).	33
e. Motivación	35



LAS EMPRESAS COLOMBIANAS	36
a. Etapas de la actividad emprendedora: Análisis últimos 5 años y análisis Colombia vs continentes y el mundo	36
b. Discontinuidad empresarial: Análisis últimos 5 años y análisis Colombia vs. continentes y el mundo	46
c. Sector económico: Análisis últimos 5 años y análisis Colombia vs continentes.	49
d. Expectativas y generación de empleo: Análisis últimos 5 años y análisis Colombia vs continentes	51
e. Internacionalización: Análisis últimos 5 años.	53
f. Innovación: Análisis últimos 5 años	54
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN COLOMBIA EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS	57
a. Discontinuidad empresarial por la pandemia	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS	67
LOS AUTORES	69
ANEXOS	75
ANEXO 1. Interpretación de los elementos que componen cada una de las dimensiones en la Encuesta a Expertos Nacionales (NES)	75
ANEXO 2. Miembros del Equipo GEM Colombia 2020	81

LISTA DE FIGURAS, GRÁFICAS Y TABLAS

Figura 1.	Modelo Conceptual GEM	4
Figura 2.	Proceso Emprendedor GEM	6
Gráfica 1.	Percepción de oportunidades, Colombia vs. resto del mundo 2020	12
Gráfica 2.	Percepción de oportunidades en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	13
Gráfica 3.	Autoeficacia, Colombia vs. resto del mundo 2020	14
Gráfica 4.	Autoeficacia en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	15
Gráfica 5.	Miedo al fracaso, Colombia vs. resto del mundo 2020	16
Gráfica 6.	Miedo al fracaso en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	17
Gráfica 7.	Modelos de rol en Colombia vs. resto del mundo 2020	18
Gráfica 8.	Modelos de rol en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	19
Gráfica 9.	Facilidad para iniciar un negocio, Colombia vs. resto del mundo 2020 ...	20
Gráfica 10.	Facilidad para iniciar un negocio en Colombia últimos 3 años: 2018-2020	21
Gráfica 11.	Emprendimiento como opción deseable, Colombia vs. resto del mundo 2020	22
Gráfica 12.	Emprendimiento como opción deseable en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	23
Gráfica 13.	Estatus de los emprendedores, Colombia vs. resto del mundo 2020	24
Gráfica 14.	Estatus de los emprendedores en Colombia últimos 5 años: 2016-2020 ..	25
Gráfica 15.	Cubrimiento de los medios de comunicación, Colombia vs. resto del mundo 2020	26
Gráfica 16.	Cubrimiento de los medios de comunicación en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	27
Gráfica 17.	TEA por género en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	32
Gráfica 18.	TEA por género. Comparación con el resto del mundo 2020	33



Gráfica 19.	Nivel educativo TEA colombiana 2020	34
Gráfica 20.	Edad TEA colombiana 2020.....	35
Gráfica 21.	Edad TEA, Colombia vs resto del mundo 2020.....	36
Gráfica 22.	Emprendedores potenciales. Colombia vs. resto del mundo 2020.....	41
Gráfica 23.	Emprendedores potenciales en Colombia últimos 5 años: 2016-2020 ...	42
Gráfica 24.	Emprendedores nacientes. Colombia vs. resto del mundo 2020.....	43
Gráfica 25.	Emprendedores nacientes en Colombia últimos 5 años: 2016-2020	44
Gráfica 26.	Emprendedores nuevos. Colombia vs. resto del mundo 2020	45
Gráfica 27.	Emprendedores nuevos en Colombia últimos 5 años: 2016-2020.....	46
Gráfica 28.	Tasa de Actividad Emprendedora 2020 (TEA). Colombia vs. resto del mundo	47
Gráfica 29.	TEA colombiana últimos 5 años: 2016-2020	48
Gráfica 30.	Emprendedores establecidos. Colombia vs. resto del mundo 2020.....	49
Gráfica 31.	Emprendedores establecidos en Colombia últimos 5 años: 2016-2020 ...	50
Gráfica 32.	Tasa de discontinuidad empresarial. Colombia vs. resto del mundo 2020.....	51
Gráfica 33.	Tasa discontinuidad empresarial en Colombia últimos 5 años: 2016-2020.....	52
Gráfica 34.	Razones de discontinuidad empresarial 2020	53
Gráfica 35.	Sector económico. Colombia vs. resto del mundo 2020.....	54
Gráfica 36.	Sector económico Colombia últimos 5 años: 2016-2020	55
Gráfica 37.	Expectativas de generación de empleo 2020.....	56
Gráfica 38.	Expectativas de generación de empleo en Colombia últimos 5 años: 2016-2020.....	57
Gráfica 39.	Internacionalización en Colombia últimos 5 años: 2016-2020.....	58
Gráfica 40.	Novedad del producto respecto a la competencia 2020.....	59
Gráfica 41.	Nivel de tecnología 2020.....	60

Gráfica 42.	Cese de actividades en la empresa por causa del coronavirus 2020	62
Gráfica 43.	Retraso en inicio de operaciones de empresas por causa del coronavirus.....	63
Gráfica 44.	Variación en ingresos de los hogares por causa del coronavirus 2020	64
Gráfica 45.	Aparición de nuevas oportunidades por causa del coronavirus TEA 2020	65
Gráfica 46.	Aparición de nuevas oportunidades por causa del coronavirus para empresarios establecidos 2020	66
Tabla 1.	Entorno empresarial 2020	28
Tabla 2.	META (Talento Empresarial) 2020	38
Tabla 3.	Motivos para emprender 2020	39



PRÓLOGO

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es el proyecto de investigación de mayor alcance a nivel mundial sobre la actividad emprendedora. Nació en 1999 como un esfuerzo conjunto entre London Business School y Babson College. Colombia se vinculó al GEM en 2006, a través de la alianza entre la Universidad del Norte, la Universidad ICESI, la Pontificia Universidad Javeriana sede Cali y la Universidad de los Andes (esta última se retiró en 2014).

Actualmente, el equipo está conformado por tres de las universidades fundadoras (Uninorte, ICESI y Javeriana de Cali), dos universidades adherentes (Universidad EAN y Corporación Universitaria Americana), y un miembro aliado (iNNpulsa Colombia). La Universidad Cooperativa de Colombia sede Bucaramanga se vinculó como miembro adherente del equipo en 2018 y finalizó su participación en 2020.



En el ciclo 2020, 43 países participaron en la Encuesta a Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés) y 44 países hicieron parte de la Encuesta a Expertos Nacionales (NES, por sus siglas en inglés). Ocho países de América Latina participaron en el estudio 2020, de los cuales seis llevaron a cabo ambas encuestas: Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, Paraguay y Uruguay.

La pandemia del coronavirus fue tal vez el evento más crucial de 2020. En un esfuerzo por medir el impacto sobre la actividad emprendedora, la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) decidió implementar preguntas relacionadas con esta coyuntura dentro de la APS y la NES. Por otra parte, nuestro aliado iNNpulsa Colombia aportó interrogantes adicionales a ambas encuestas con la intención de enriquecer el entendimiento del ecosistema emprendedor.

Este reporte está organizado en siete capítulos. El primero corresponde al resumen ejecutivo. El segundo presenta las generalidades del estudio, el modelo conceptual que lo sustenta y la metodología empleada. El tercero recoge las percepciones de la población y expertos sobre el entorno empresarial. El cuarto comprende un análisis de los emprendedores, desde una óptica sociodemográfica hasta el enfoque de Talento Empresarial (META, por sus siglas en inglés). El quinto realiza una caracterización de las empresas colombianas según etapa de la actividad emprendedora, sector económico, internacionalización, financiación, entre otras variables. El sexto es un especial que aborda las implicaciones derivadas de la coyuntura del coronavirus. El séptimo y último capítulo brinda las conclusiones y recomendaciones.

Agradecemos ampliamente a todo el equipo GEM Colombia, con especial mención a la Gerencia de Analítica de iNNpulsa Colombia; a Mateo Barraza Arcila —Coordinador del proyecto GEM Colombia 2020—; a Moisés Galvis Maldonado por su activa colaboración en la elaboración de este reporte; a los profesores Eduardo Gómez Araujo y Juan Darío Muñoz de la Universidad del Norte por sus valiosos aportes a este documento; a los expertos que participaron de la NES 2020, al igual que a nuestra firma encuestadora (vendedor), INFO Investigaciones, por su arduo trabajo en la implementación efectiva de la APS. Extendemos nuestro profundo agradecimiento a la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte, en especial a su decano, Dr. Octavio Ibarra, por su apoyo en la gestión del proyecto y por asegurar las condiciones para su adecuada ejecución. Asimismo, estamos sinceramente agradecidos con GERA por coordinar el proceso a nivel mundial y realizar la armonización de los datos, a nivel de la APS y la NES.

Uno de nuestros principales objetivos es sumar entidades de los sectores público y privado al equipo GEM Colombia. Ponemos a su disposición la experticia de nuestra alianza en la ejecución de estudios regionales y del ecosistema emprendedor a nivel de ciudades.

En caso de tener alguna inquietud o requerir más información sobre el proyecto GEM Colombia, les invitamos a contactarse con el Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte a través de la siguiente dirección electrónica: gem@uninorte.edu.co

MARIANGELA LÓPEZ LAMBRANO

Directora GEM Colombia 2020

Directora del Centro de Emprendimiento de la Universidad del Norte



RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN GENERAL DE LOS RESULTADOS DEL PROYECTO

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha realizado mediciones del emprendimiento en Colombia desde 2006, bajo la coordinación nacional del grupo GEM Colombia, conformado por la Universidad del Norte, Universidad ICESI, Universidad Javeriana de Cali, Universidad EAN, Universidad Cooperativa de Colombia y Corporación Universitaria Americana.

El Reporte GEM Colombia es producto del trabajo conjunto entre estas universidades, con el fin de medir la actividad emprendedora y orientar las políticas y las acciones públicas y privadas que promuevan el emprendimiento en el país.



El estudio GEM Colombia 2020 presenta los resultados obtenidos al analizar la valoración de la actividad emprendedora del país desde la percepción del ciudadano común —bien sea emprendedor o no— y desde la perspectiva de los expertos en la temática, con base en los resultados de los últimos cinco años y en comparación con los resultados de economías similares a nivel mundial.

Uno de los indicadores fundamentales del GEM es la tasa de actividad emprendedora (TEA, Total Entrepreneurial Activity, por sus siglas en inglés), la cual describe la tendencia de la nueva actividad empresarial, incluyendo tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos emprendedores.

Los factores que describen la actividad emprendedora se comparan con los evidenciados en los empresarios establecidos, quienes se caracterizan por haber creado una empresa hace más de 42 meses. En 2020 Colombia presentó una TEA del 31,1%, compuesta en mayor proporción por emprendedores nacientes (55 %) en relación con nuevos emprendedores (45 %). Se ha evidenciado una relativa estabilidad de la TEA a través de los últimos cinco años en Colombia, aunque han aumentado de manera considerable los emprendimientos de subsistencia el último año. Esto es acorde con la alta predisposición a emprender nuevos negocios que han mantenido los colombianos en el tiempo, y con la baja aversión al riesgo que presentan, así como con la favorable percepción hacia el emprendimiento como opción de carrera.

Entre los efectos de la pandemia tenemos que 46,7 % de los empresarios tuvo que suspender las actividades de su empresa por causa del aislamiento obligatorio y 56,9 % no arrancó sus iniciativas empresariales a causa de esto. Por otra parte, se destaca que 61,4 % de los emprendedores manifestó haber descubierto oportunidades de negocio en la pandemia, aun cuando esto haya acarreado un decremento en los ingresos del hogar de los empresarios colombianos.

La dinámica de la TEA en 2020 y en los últimos 5 años también significa una consolidación del tejido empresarial colombiano y el fortalecimiento de las empresas establecidas. Este reporte propone conclusiones y recomendaciones para que las consideren las entidades públicas y privadas del país, con el fin de incentivar la actividad emprendedora y fortalecer el ecosistema de emprendimiento.



INTRODUCCIÓN

A. ANTECEDENTES

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), con más de 20 años de trayectoria, es el mayor estudio en curso sobre la dinámica empresarial a nivel mundial y la red de emprendimiento más grande a nivel global. Tuvo sus inicios en 1999, como un proyecto de investigación conjunto entre Babson College (USA) y London Business School (Reino Unido). En la primera edición del estudio recogió datos de 10 países en la primera. En adelante, GEM ha recolectado datos de 115 países de todos los continentes, con la colaboración de más de 500 especialistas en investigación sobre emprendimiento, la participación de más de 300 instituciones académicas y de investigación, y más de 200 000 entrevistas anuales con expertos y empresarios de todas las edades. GEM ha brindado un estudio detallado del ecosistema emprendedor de países, regiones y ciudades, facilitando la comparación entre ellas y proporcionando



valiosos insumos para académicos, emprendedores y para los gobiernos en el diseño e implementación de políticas públicas. Además, su trayectoria lo ha convertido en una fuente de información fiable utilizada por organizaciones multilaterales como el Banco Mundial, el Foro Económico Mundial, las Naciones Unidas y la Comisión Europea.

Colombia se vinculó a GEM en 2006, bajo la cooperación de cuatro universidades: Universidad del Norte, Universidad ICESI, Universidad de los Andes y Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Posteriormente se integraron al equipo la Universidad EAN, la Universidad Cooperativa de Colombia (UCC), la Corporación Universitaria del Caribe (CECAR) y la Corporación Universitaria Americana.

Desde 2006, Colombia participa del proceso de medición y producción de los correspondientes informes nacionales GEM Colombia, en los que se analiza el ecosistema empresarial del país. En adición, se han realizado 13 reportes por ciudades y reportes por temas específicos.

El interés y la importancia otorgados al emprendimiento pueden rastrearse hasta su rol clave en el crecimiento económico, pues contribuye a la generación de empleo, la mejora de productos existentes y la introducción de nuevos productos (creando así nuevos mercados y nuevas oportunidades).

Como lo mencionan Peñaherrera y Cobos (2012), los emprendedores actúan como instrumentos para la dinamización económica y promueven la flexibilidad del tejido productivo a través de la innovación. En la actualidad, el emprendimiento ha adquirido vital importancia, y se ha convertido en un mecanismo indispensable en muchos países para enfrentar los numerosos impactos negativos generados por la pandemia de la COVID-19.

Uno de los esfuerzos conjuntos más recientes de la red GEM corresponde al reporte *Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship. Exploring policy remedies for recovery*, el cual presenta las principales percepciones respecto al impacto de la COVID-19 sobre el ecosistema emprendedor, los resultados de las intervenciones adoptadas y las perspectivas de las políticas empresariales a futuro. De igual mane-

ra, analiza las similitudes y diferencias de las medidas adoptadas por los distintos países participantes del estudio en comparación con diferentes tipos de crisis vividas previamente. En uno de sus apartes, Kevin Anselmo, consultor de comunicaciones de GEM Mundial, sostiene que hemos sido testigos de algunos cambios dramáticos en el comportamiento del consumidor y cambios comerciales que nos muestran que algunos cambios definitivamente llegaron para quedarse (Ionescu-Somers & Tarnawa, 2020).

B. MARCO CONCEPTUAL

En el modelo conceptual de GEM se presentan los principales factores que influyen en la actividad empresarial y las relaciones entre ellos. Como se aprecia en la figura 1, el modelo tiene su punto de partida en el contexto social, cultural y político. Este, a su vez, está relacionado principalmente con las condiciones del contexto nacional, las condiciones del contexto empresarial y los requisitos básicos potenciales de eficiencia, innovación y sofisticación del negocio. Todos estos elementos influyen y son influenciados por los valores sociales hacia la creación de empresas y los atributos individuales de los empresarios, por ejemplo, atributos motivacionales, psicológicos, demográficos, entre otros.

La interacción de los factores mencionados previamente influye en la actividad empresarial, considerando su efecto por la etapa en la que se encuentra la empresa, por impacto y por tipo de empresa. Finalmente, la combinación y relación de estos factores se reflejan en los resultados agregados de una economía, es decir, el desarrollo económico.

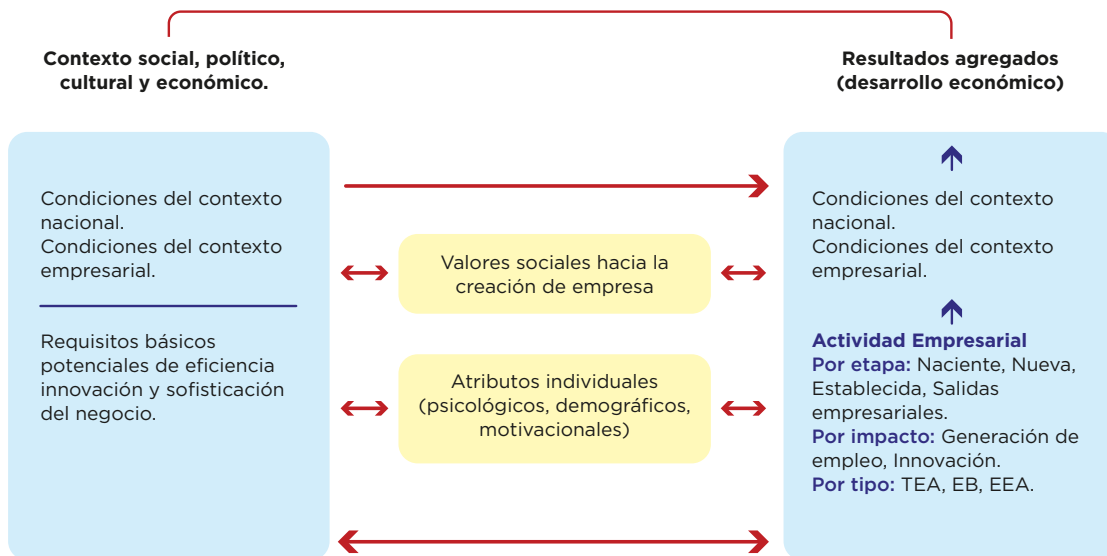
A continuación, se brinda una breve descripción de los factores que integran el modelo conceptual de GEM.

- **Condiciones del contexto nacional:** hace referencia a todas las variables que afectan a la economía de un país, como sus instituciones, gobierno, políticas, grado de competencia y apertura de mercados, niveles de tecnificación, mercado laboral, etc.

- **Condiciones del contexto empresarial:** hace referencia a las condiciones y características específicas de una economía o una región que afectan al desarrollo empresarial. Por ejemplo, el acceso a crédito, los incentivos para empresarios, entre otros.
- **Valores sociales hacia la creación de empresas:** se refiere al conjunto de elementos que lleva a los individuos de una sociedad a considerar la creación de empresas como una decisión deseable. Por ejemplo, si los individuos perciben oportunidades que pueden ser aprovechadas y si consideran que su entorno provee condiciones favorables para la creación de una empresa.
- **Atributos individuales:** es la combinación de rasgos personales de cada individuo que influyen en su inclinación a crear o no un nuevo negocio. Entre estos rasgos se encuentran aspectos demográficos (género, edad, región) y aspectos motivacionales y psicológicos.

FIGURA 1

Modelo Conceptual GEM



Fuente: elaboración propia. GEM 2019/2020 Global Report.

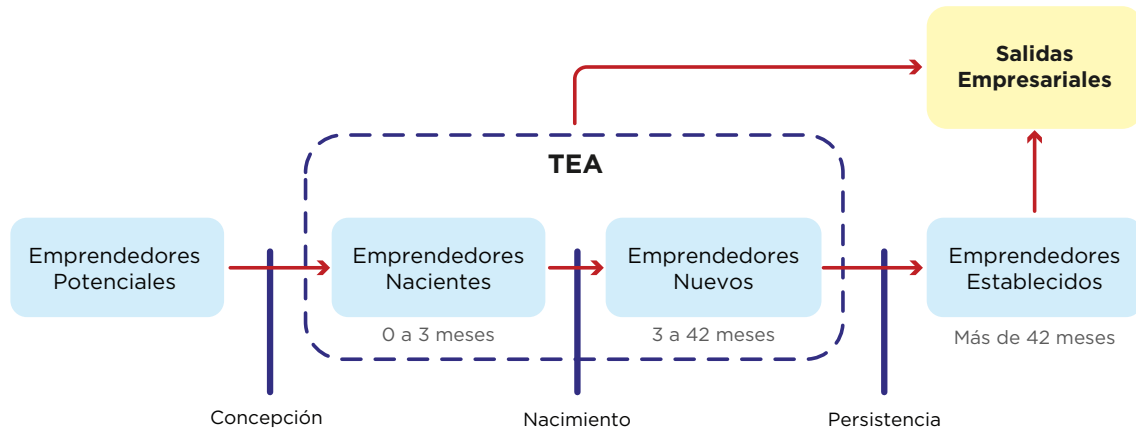
Proceso Emprendedor

Visto bajo el enfoque de GEM, el proceso emprendedor consta de tres etapas fundamentales: la concepción, el nacimiento y la persistencia. De igual manera, este enfoque tiene en cuenta las acciones y actitudes de los emprendedores/empresarios durante cada una de las etapas.

Como se muestra en la figura 2, el proceso emprendedor inicia con los emprendedores potenciales, que son aquellas personas que manifiestan planes de desarrollar una actividad emprendedora pero aún no han iniciado. La primera etapa del proceso es *la concepción*, en la cual los individuos dejan de ser emprendedores potenciales y se convierten en emprendedores nacientes, los cuales han estado involucrados en la puesta en marcha de su negocio durante 0 a 3 meses pero aún no reciben remuneración. La siguiente etapa es *el nacimiento*, en la cual el individuo se convierte en un emprendedor nuevo; en esta etapa el emprendedor ha estado involucrado en la puesta en marcha de su negocio entre 3 a 42 meses, pagando salarios o recibiendo remuneración de algún tipo. Finalmente, en la última etapa, llamada *persistencia*, el individuo es considerado como un emprendedor establecido, cuya empresa ha estado operando por más de 42 meses, pagando salarios o recibiendo algún tipo de remuneración. Adicionalmente, el enfoque también considera las posibles salidas empresariales, las cuales pueden ser a causa de abandono, cierre, reubicación, entre otras.

FIGURA 2

Proceso Emprendedor GEM



Fuente: elaboración propia. GEM Mundial (2020)

La TEA (Tasa de Actividad Emprendedora) es el principal indicador de estudio dentro del análisis de resultados de GEM. Corresponde a la sumatoria de los emprendedores nacientes y nuevos, y está definida como el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que son empresarios nacientes o empresarios nuevos, es decir, personas que han estado en la puesta en marcha de su negocio o empresa y han pagado cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios durante menos de 42 meses.

Otro factor de gran relevancia en el estudio GEM son las motivaciones que conducen a los individuos a llevar a cabo un emprendimiento. Tradicionalmente se han considerado dos principales motivaciones para emprender: por necesidad y por oportunidad. No obstante, a partir de 2019 se llegó al acuerdo de incluir otras motivaciones con el propósito de dar mayor amplitud a las posibilidades y brindar una mejor explicación a este aspecto (GEM, 2020). En este sentido, las motivaciones introducidas por GEM Global en 2019 son:

- Para marcar una diferencia en el mundo.
- Para crear riqueza o generar una renta muy alta.
- Para continuar una tradición familiar.
- Para ganarme la vida porque el trabajo escasea.

Resumen de los términos en el modelo conceptual

- **Emprendedor potencial:** individuos que consideran tener los deseos, conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha una empresa pero aún no lo han hecho ni han definido un momento específico para hacerlo.
- **Emprendedores nacientes:** han estado involucrados en el proceso de puesta en marcha de su emprendimiento durante 0 a 3 meses pero aún no pagan salarios o reciben algún tipo de remuneración.
- **Emprendedores nuevos:** individuos con emprendimientos entre los 3 y 42 meses que pagan salarios o reciben algún tipo de remuneración.
- **Emprendedores establecidos:** individuos cuyas empresas que han estado en operación y pagando salarios o generando algún tipo de remuneración por más de 42 meses.
- **Salidas empresariales:** hace referencia a las empresas han cesado alguna actividad empresarial en los últimos 12 meses por motivos de cierre, abandono de la empresa, reubicación, etc.
- **EB:** hace referencia a las Empresas Establecidas.
- **EEA (Tasa de Actividad Intraemprendedora):** hace referencia al porcentaje de población adulta entre 18 y 64 años que, siendo empleados, han estado involucrados en algún emprendimiento al interior de la empresa, ya sea en el desarrollo de un nuevo producto o servicio, el diseño o mejora de estrategias

optimización de procesos o han estado al frente de la puesta en marcha de una nueva unidad de negocio o de una sucursal en los últimos tres años.

C. METODOLOGÍA

El estudio GEM emplea tres principales fuentes con el propósito de recolectar información representativa de los segmentos poblacionales que conforman cada una de las etapas del proceso emprendedor. Estas fuentes son:

- **Adult Population Survey (APS, Encuesta a Población Adulta):** dirigida a individuos que se encuentran entre 18 y 64 años de edad. Es una encuesta representativa de la composición demográfica y socioeconómica del país o región analizada. 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 empresarios en cada una de las etapas del proceso emprendedor. Asimismo, 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.

En Colombia, la aplicación de este tipo de encuestas es llevada a cabo por INFO INVESTIGACIONES. Las encuestas son aplicadas en su mayoría de manera telefónica, y en algunos casos de forma presencial. La población encuestada es escogida de manera aleatoria y se aplican aproximadamente 2107 encuestas con el fin de garantizar la representatividad de la muestra. El estudio es realizado en las 5 ciudades principales del país, 5 ciudades capitales y 27 cabeceras municipales, recogiendo información sobre todos los niveles socioeconómicos, género, edad y demás variables sociodemográficas.

- **National Expert Survey (NES, Encuesta a Expertos Nacionales):** recoge la opinión de por lo menos 36 expertos en el ecosistema emprendedor. Este instrumento contempla varias dimensiones que pueden estar limitando o impulsando la actividad empresarial del país, con el fin de ampliar la infor-

mación respecto a las condiciones de entorno institucional y socioeconómico que repercuten en dicha actividad. Algunas de las dimensiones consideradas en esta encuesta atañen a temas de financiación, políticas y apoyo gubernamental, normas sociales y culturales, infraestructura, educación y formación, entre otros.

Para el ciclo 2020/2021, la NES fue aplicada directamente por el equipo GEM Colombia a 43 expertos. Los cuidadosos criterios de selección estaban orientados a conformar un grupo de participantes con amplia experiencia en los distintos campos evaluados por la encuesta y, asimismo, estrecho relacionamiento con el ecosistema emprendedor. El equipo nacional procuró una combinación equilibrada entre empresarios, funcionarios públicos y académicos.

- **Fuentes secundarias:** con el fin de obtener variables macro y variables socioeconómicas —tales como tamaño de la población, nivel educativo, tasas de desempleo—, se recurre a fuentes secundarias nacionales e internacionales como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Banco de la República, Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, ONU, entre otras.



ENTORNO EMPRESARIAL

A. PERCEPCIONES Y VALORES SOCIALES

Las actitudes hacia el emprendimiento están constituidas por el conjunto de percepciones y valores sociales que impulsan a los individuos a poner en marcha un nuevo negocio. En este sentido, GEM estudia las actitudes hacia el emprendimiento analizando la percepción de oportunidades de la población adulta, al igual que la percepción de sus capacidades y habilidades para poner en marcha un emprendimiento. Adicionalmente, evalúa los valores sociales, tales como el emprendimiento como una opción deseable, el reconocimiento de los emprendedores en los medios de comunicación y el estatus de los emprendedores.

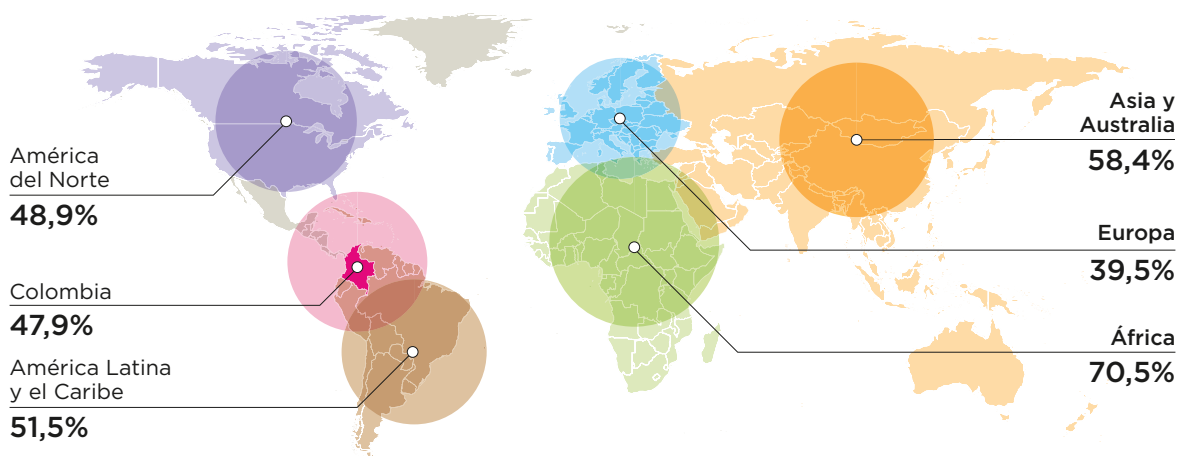
En este capítulo se analizan las principales actitudes hacia el emprendimiento de la población colombiana en 2020, su comportamiento en los últimos 5 años y se comparan con los continentes y el mundo.

i. Percepción de oportunidades

Como se puede observar en la gráfica 1, durante 2020, el 47,8 % de la población colombiana declaró percibir oportunidades para iniciar un nuevo negocio en los próximos 6 meses. Al comparar este resultado con los obtenidos a nivel de continentes y el mundo, encontramos que en este aspecto Colombia presenta un comportamiento similar al de América del Norte, cuyo porcentaje de percepción de oportunidades es de 48,8 %, superando a Colombia por solo un punto porcentual. Es importante resaltar que los resultados del país distan mucho del comportamiento general presentado por América Latina y el Caribe, cuyo porcentaje de percepción de oportunidades es de 51,5 %. De igual manera, se aprecia que África es el continente con mayor percepción de oportunidades (70,5 %), seguido por Asia y Australia (58,4 %). Por su parte, el continente con menor percepción de oportunidades para iniciar un nuevo negocio fue Europa, con 39,5 %.

GRÁFICA 1

Percepción de oportunidades. Colombia vs. resto del mundo 2020

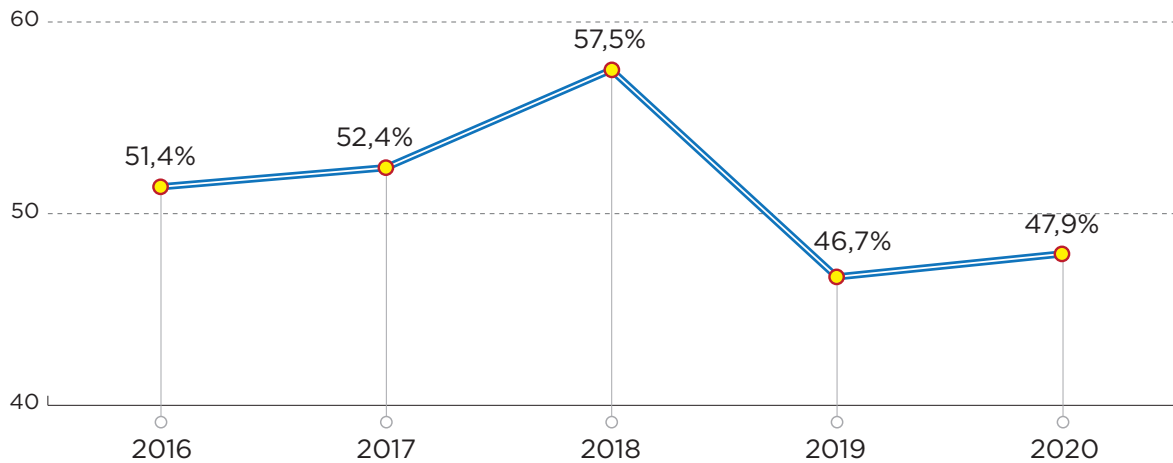


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

Durante los últimos 5 años, el comportamiento de la percepción de oportunidades en Colombia ha sido disímil. En el periodo 2017-2018, la percepción aumentó 5 puntos porcentuales, pasando de 52,4 % en 2017 a 57,4 % en 2018. No obstante, para 2019 se ubicó en 46,6 %, lo cual representó una disminución de 10,8 puntos porcentuales. Como se observa en la gráfica 2, durante 2020 la percepción de oportunidades para iniciar un nuevo negocio se incrementó ligeramente en comparación al año anterior.

GRÁFICA 2

Percepción de oportunidades en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

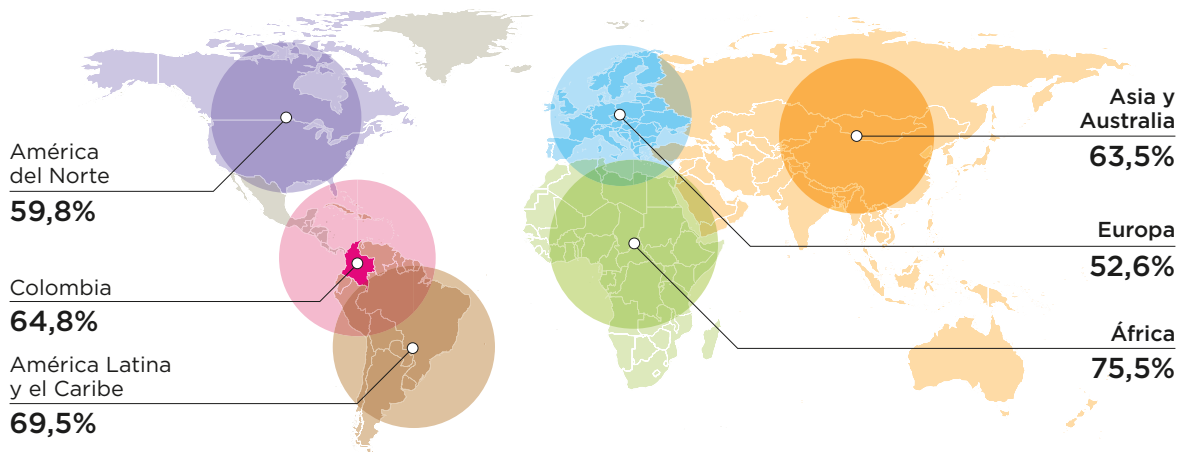
ii. Autoeficacia

El término “autoeficacia” hace referencia a la percepción de un individuo respecto a sus capacidades para llevar a cabo una actividad, y se encuentra directamente relacionada con sus expectativas, metas y motivaciones (Bandura, 1997 y 2001). De acuerdo con los hallazgos obtenidos por Cassar y Friedman (2009), la autoeficacia es un conductor significativo en el descubrimiento de oportunidades de negocios, en la decisión de explotar una oportunidad de negocio y, adicionalmente, encontraron que un mayor nivel de autoeficacia incrementa la probabilidad del individuo de convertirse en un emprendedor naciente y de fundar exitosamente una empresa.

Como se observa en la gráfica 3, durante 2020, el 64,8 % de la población adulta colombiana consideraba tener las capacidades y habilidades necesarias para iniciar un emprendimiento. Este comportamiento es similar al de Asia y Australia, región con una cifra de autoeficacia de 63,5 %. No obstante, el porcentaje de Colombia está por debajo del presentado por América Latina y el Caribe, siendo este último de 69,5 %. Como resultado del análisis global, se observa que África presenta el mayor porcentaje de percepción de capacidades, con un 75,5 %, mientras que Europa presenta el porcentaje más bajo (52,6 %), seguido por América del Norte, con 59,8 %.

GRÁFICA 3

Autoeficacia. Colombia vs. resto del mundo 2020

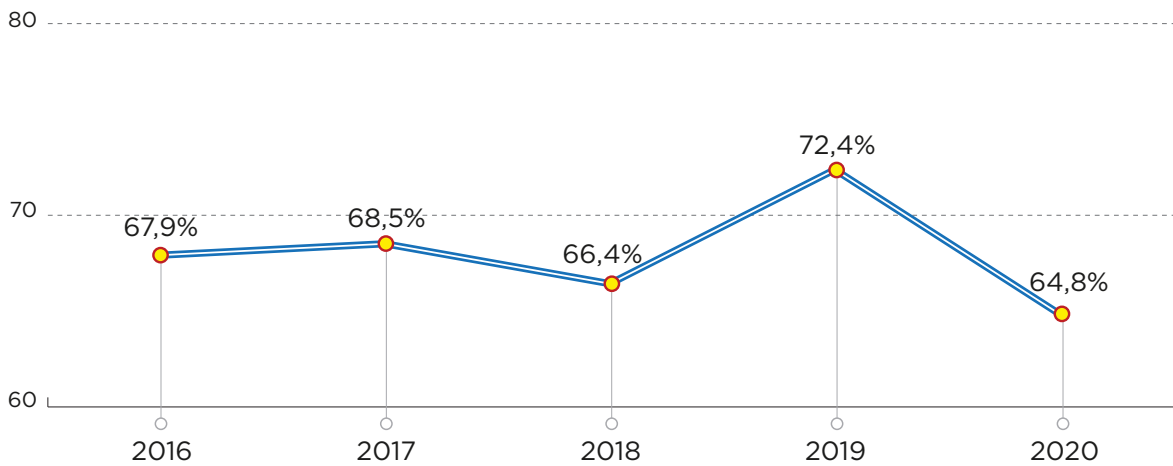


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

La gráfica 4 muestra el comportamiento de la percepción de capacidades en Colombia durante el periodo 2016-2020. En esta se pueden apreciar marcadas fluctuaciones en los últimos tres años analizados: iniciando en 2018 con un descenso de 2,1 puntos porcentuales *versus* 2017, pasando de 68,4 a 66,3 %. En 2019 se observa un valor de 72,3 %, es decir, un incremento de 6 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Finalmente, durante 2020 la percepción de capacidades se ubicó en 64,8 %, siendo el año con menor porcentaje en el periodo de interés y disminuyó 7,5 puntos porcentuales en comparación con los resultados obtenidos en 2019.

GRÁFICA 4

Autoeficacia en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

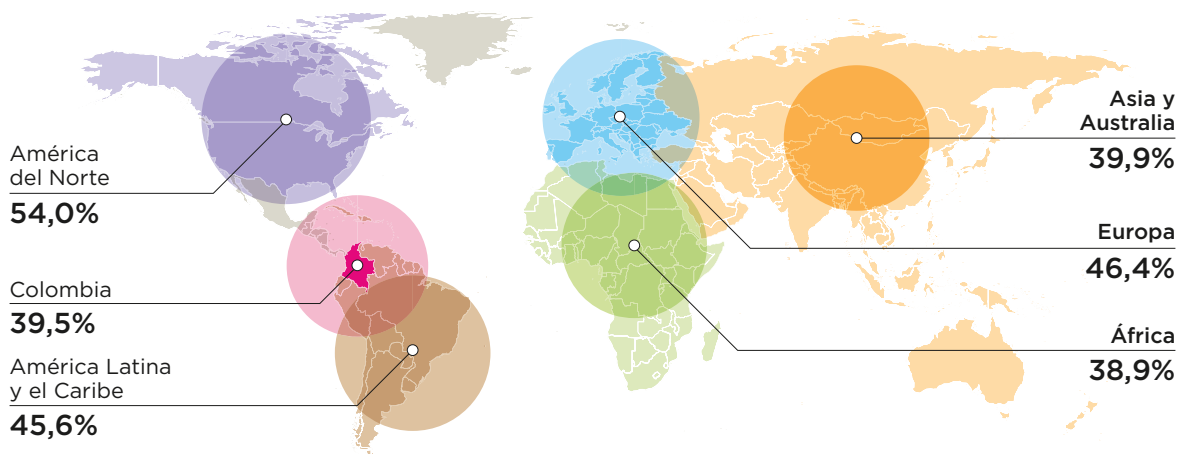
iii. Miedo al fracaso

Knight (1921) propone que uno de los rasgos distintivos de los emprendedores es su astucia al percibir y actuar en pro de una oportunidad de negocio a pesar del riesgo que esta implica. Las personas que contestan tener miedo al fracaso tienen menor probabilidad de iniciar un negocio (Arenius & Minniti, 2005; Vaillant y Lafuente, 2007, Gómez-Araujo, Chandra Bayon y Moreno-Gómez, 2017). En el estudio realizado por Mor, Madan & Chhikara (2020) se halla que, para el caso de la India, el miedo al fracaso se encuentra altamente asociado con la etapa temprana de la actividad emprendedora.

En Colombia, el 39,5 % de la población adulta encuestada durante 2020 afirmó que el miedo al fracaso evita que inicien un nuevo negocio, ubicándose por debajo del porcentaje para América Latina y el Caribe, cuyo valor fue de 45,5 %. En la gráfica 5 se observa que África y Asia y Australia son las regiones que exhiben los menores porcentajes de miedo al fracaso, ubicándose en 39,8 y 39,9 %, respectivamente. Por el contrario, América del Norte presenta los valores más altos de miedo al fracaso, con 53,9 %, mientras que Europa (46,3%) muestra un comportamiento similar al observado en América Latina y el Caribe.

GRÁFICA 5

Miedo al fracaso. Colombia vs. resto del mundo 2020

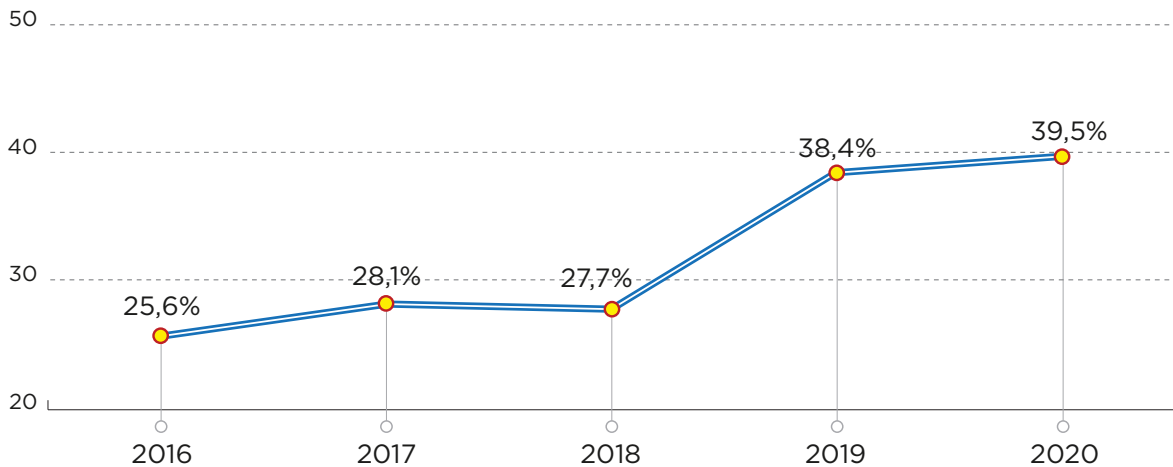


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

En la gráfica 6 se puede apreciar que el miedo al fracaso en Colombia ha tenido una tendencia creciente en los últimos 5 años. En el periodo 2017-2018 se presentó un ligero decrecimiento de 0,3 puntos porcentuales. No obstante, para el periodo 2018-2019 esta variable presentó un crecimiento de 10,6 puntos porcentuales, pasando de 27,7 % en 2018 a 38,3 % en 2019. De igual forma, para 2020 se obtuvo un porcentaje 39,5 %, con un incremento de 4,1 puntos porcentuales respecto al año anterior. En la gráfica se observa que en 2016 el 25,5 % de la población encuestada afirmó considerar el miedo al fracaso como un obstáculo para iniciar un nuevo negocio. Al comparar este valor con el obtenido en 2020, se observa que dicha variable se ha incrementado en 16,9 puntos porcentuales a lo largo del periodo de interés.

GRÁFICA 6

Miedo al fracaso en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

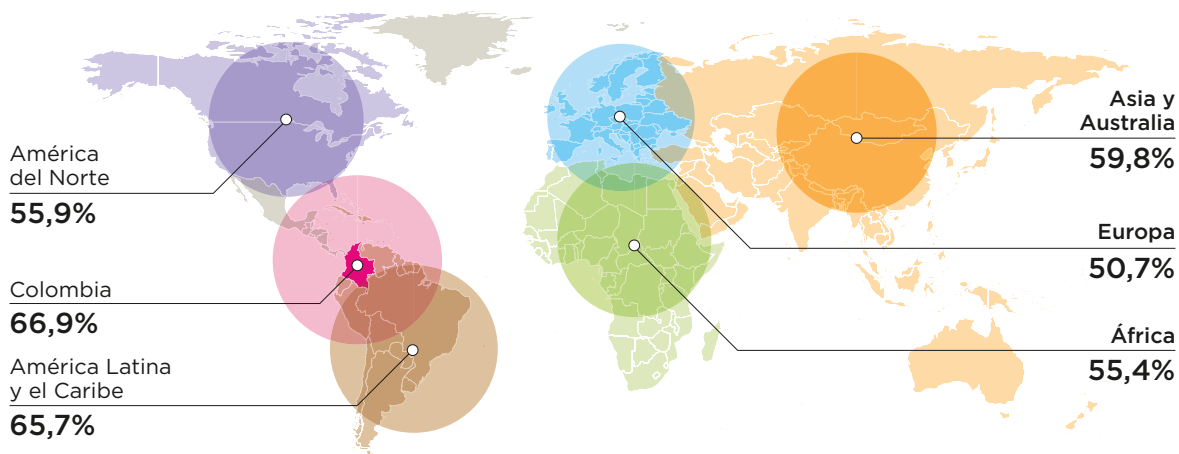
iv. Modelos de rol

En torno a la relación de los modelos de rol con la intención de emprender de los individuos, Auken, Fry y Stephen (2006) encontraron que los modelos de rol tienen una alta influencia en la elección de carrera o negocio de los estudiantes. En el estudio exploratorio realizado por Bosma, Hessels, Schutjens, Praag y Verheul (2012), en el que participaron 292 emprendedores de los Países Bajos, se halló que la función principal de poseer un modelo de rol es la de “aprender del ejemplo”, además, “aprender a través del apoyo”, “incrementar la autoeficacia” y la “inspiración/motivación”, también percibidas como funciones importantes de los modelos de rol por los emprendedores. En este sentido, GEM analiza los modelos de rol a través de la pregunta “¿Conoces personalmente a alguien que haya iniciado un negocio en los últimos dos años?”.

La gráfica 7 muestra que durante 2020 el 66,9 % de la población encuestada en Colombia afirmó conocer personalmente a alguien que haya iniciado un emprendimiento, ostentando así el porcentaje más alto dentro del grupo de referencia. Por debajo de Colombia se encuentran América Latina y el Caribe (65,7 %), Asia y Australia (59,7 %), América del Norte (55,9 %), África (55,4 %) y Europa (50,7 %).

GRÁFICA 7

Modelos de rol. Colombia vs. resto del mundo 2020

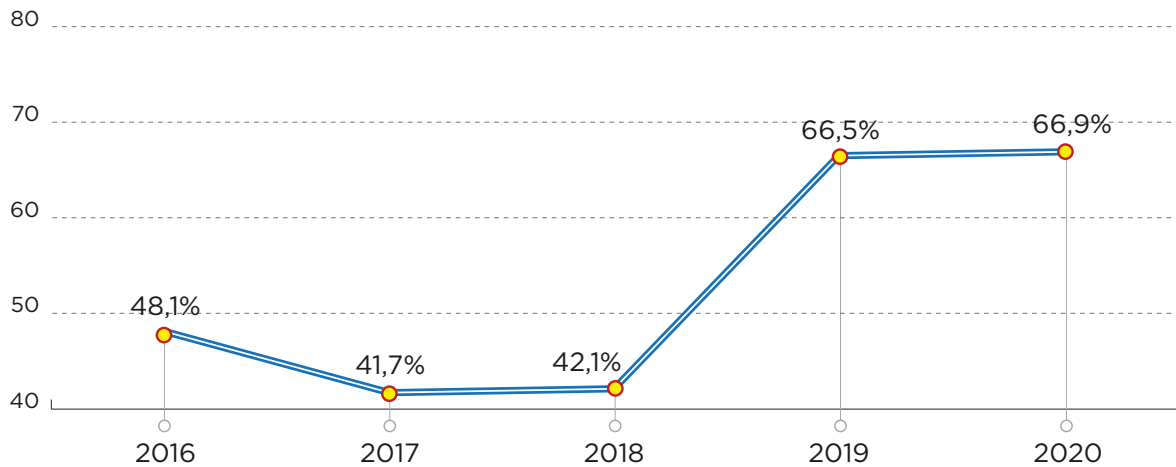


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

La gráfica 8 muestra el comportamiento de la variable modelos de rol en Colombia durante el periodo 2016-2020. Se aprecia un crecimiento significativo en el periodo 2018-2019 del porcentaje de personas encuestadas que afirma conocer personalmente a alguien que haya iniciado un negocio, pasando de 42,1% en 2018 a 66,5 % en 2019, incrementándose en 24,4 puntos porcentuales.

GRÁFICA 8

Modelos de rol en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



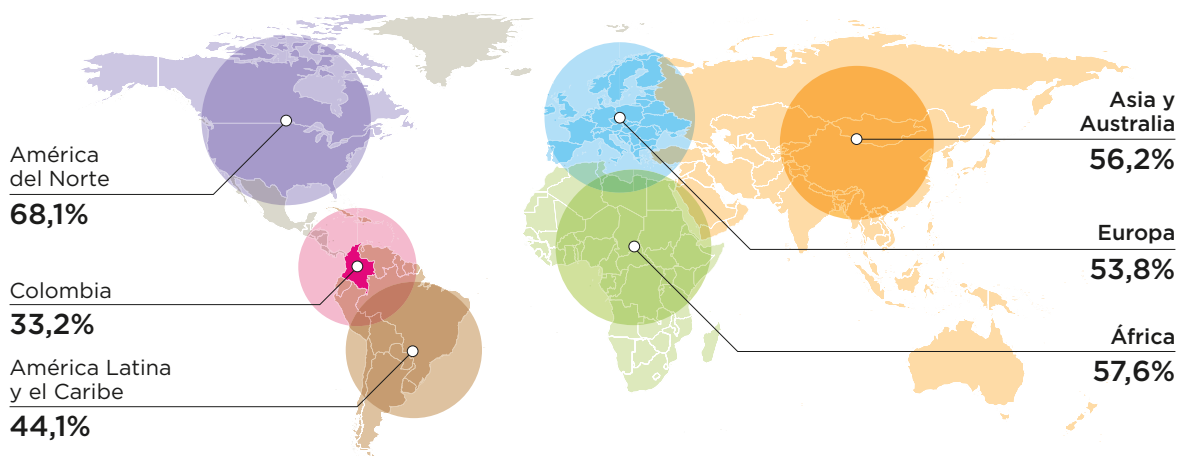
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

v. Facilidad para iniciar un negocio

Como se aprecia en la gráfica 9, el 33,2 % de las personas encuestadas en Colombia en 2020 afirmó que es fácil iniciar un negocio en el país, siendo este el menor porcentaje en el grupo analizado. Por encima de Colombia se encuentran: América Latina y el Caribe (44,1 %), con una diferencia de 11 puntos porcentuales, Europa (53,7 %), Asia y Australia (56,2 %), África (57,5 %), y América del Norte (68,1 %), alcanzando una diferencia de 24 puntos porcentuales en relación al país.

GRÁFICA 9

Facilidad para iniciar un negocio. Colombia vs. resto del mundo 2020

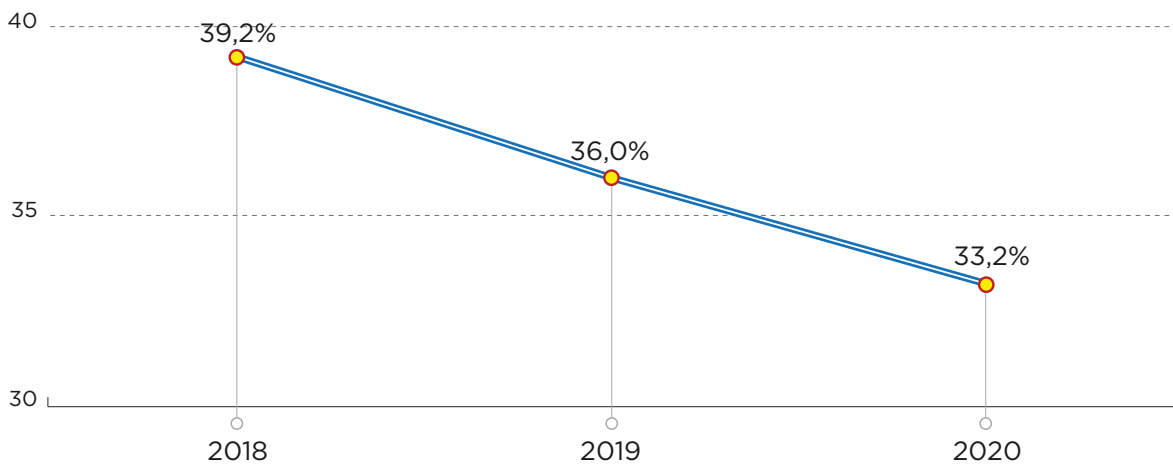


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

La facilidad para iniciar un negocio es una variable recientemente incluida en el estudio para Colombia, incorporada a la encuesta en 2018. En la gráfica 10 se observa un comportamiento decreciente para esta variable, disminuyendo 6 puntos porcentuales entre 2018-2020, indicando que cada vez menos personas consideran que las condiciones del entorno facilitan o son propicias para la creación de un nuevo negocio.

GRÁFICA 10

Facilidad para iniciar un negocio en Colombia últimos 3 años: 2018-2020



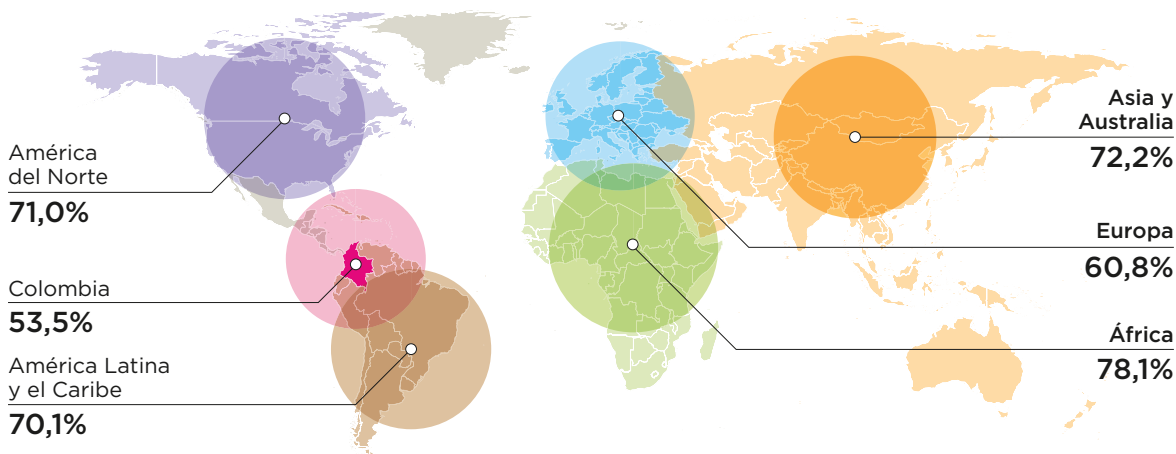
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

vi. Emprendimiento como opción deseable

La gráfica 11 presenta el porcentaje de personas encuestadas que consideró el emprendimiento como una opción deseable, para Colombia y las demás economías del mundo durante 2020. Como principal resultado se obtuvo que el porcentaje para Colombia está muy por debajo del observado en las demás economías analizadas; seguida por Europa, la cual presenta un valor de 60,8 %, superando a Colombia por 6,5 puntos porcentuales. América Latina y el Caribe muestra un porcentaje de 70 %, mientras que Colombia solo presenta un 53,5 % para esta variable. América del Norte y Asia y Australia exhiben resultados similares, con 71 y 72,2 %, respectivamente. La región con el porcentaje más alto para esta variable es África, con 78%.

GRÁFICA 11

Emprendimiento como opción deseable. Colombia vs. resto del mundo 2020

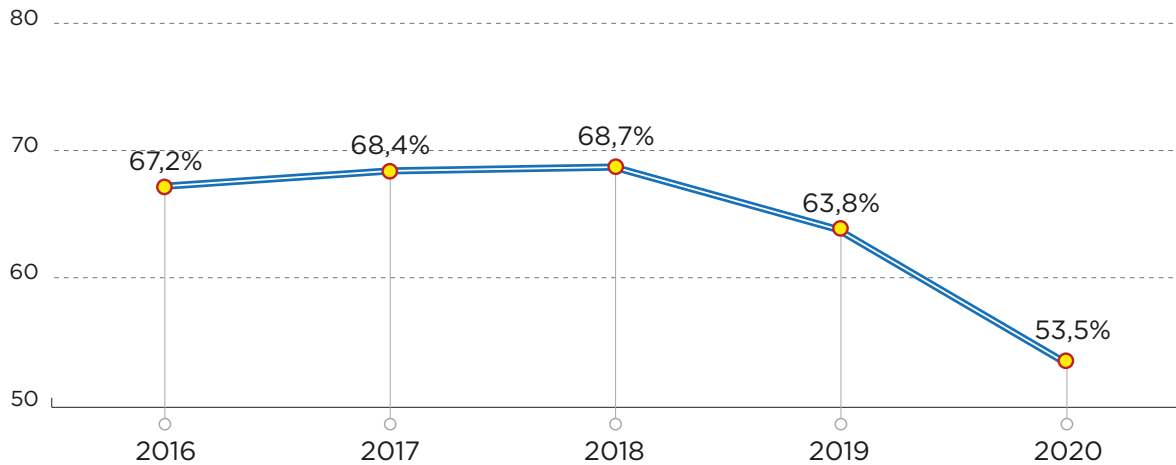


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

Como se aprecia en la gráfica 12, la variable *Emprendimiento como opción deseable* presentó un comportamiento estable durante 2016-2018 para Colombia, con fluctuaciones inferiores a 1,5 puntos porcentuales. En 2019 se presentó una reducción de 4,8 puntos porcentuales con respecto a 2018, pasando de 68,6 a 63,8 %. No obstante, la fluctuación más marcada se en el periodo 2019-2020, en el que la variable sufrió una reducción significativa de 10,3 puntos porcentuales, ubicándose en 53,5 % 2020.

GRÁFICA 12

Emprendimiento como opción deseable en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



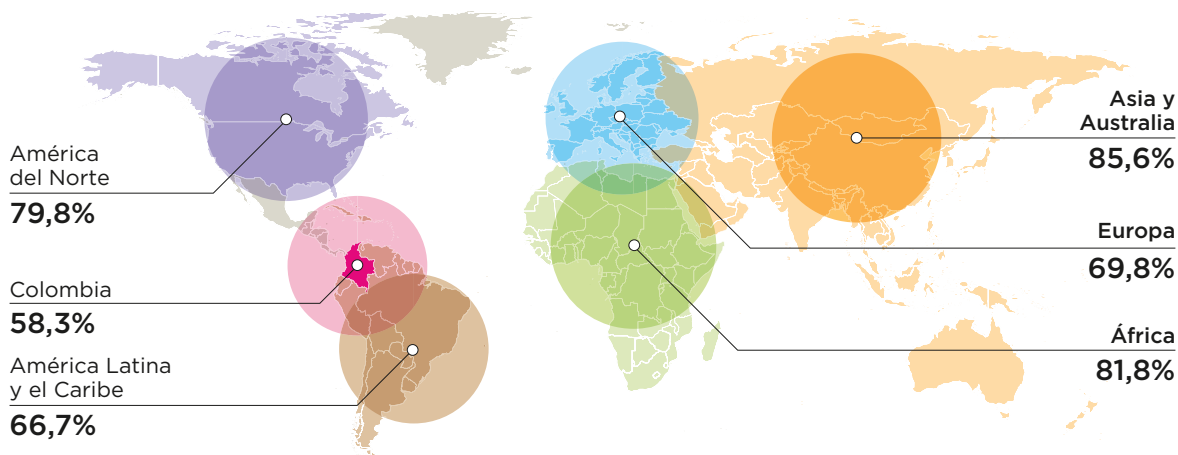
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

vii. Estatus de los emprendedores

Uno de los valores sociales que hace parte de las actitudes hacia el emprendimiento está relacionado con el estatus de los emprendedores percibido por la sociedad. GEM analiza esta variable a través del siguiente enunciado: “En mi país, aquellos que han conseguido iniciar un negocio tienen un alto estatus y respeto”. En la gráfica 13 se presentan los resultados a esta pregunta para Colombia y demás economías del mundo durante 2020. Se puede observar que el porcentaje alcanzado por Colombia fue de 58,2 %, ubicándose por debajo de todas las demás regiones analizadas. América Latina y el Caribe presentó un porcentaje de 66,7 % en esta variable, 8,5 puntos porcentuales por encima de Colombia. Las regiones analizadas con los porcentajes más altos fueron Asia y Australia y África, con valores de 85,6 y 81,7 %, respectivamente, seguidas por América del Norte (79,8 %) y Europa (69,8 %).

GRÁFICA 13

Estatus de los emprendedores. Colombia vs. resto del mundo 2020

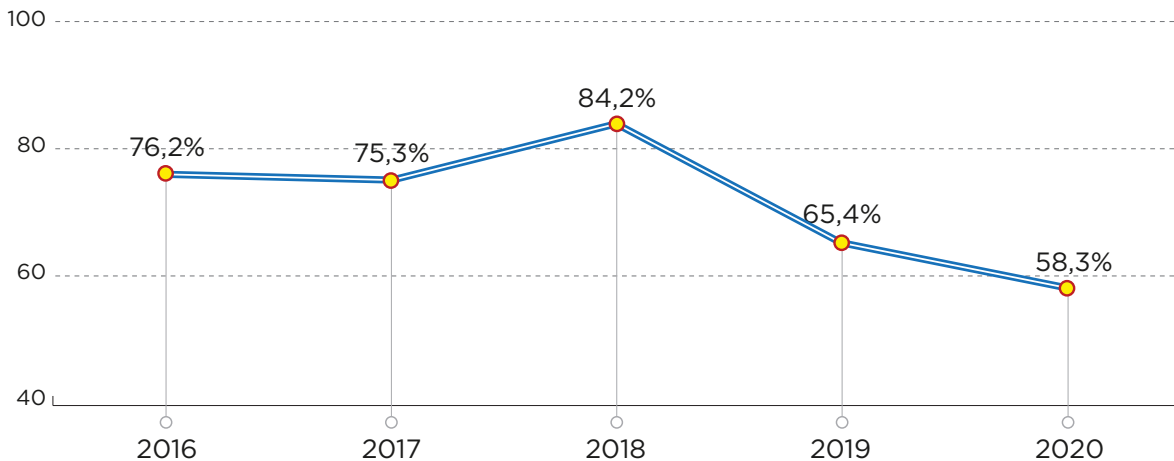


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

De acuerdo con lo observado en la gráfica 14, durante el periodo 2016-2020 la variable “estatus de los emprendedores” muestra una tendencia decreciente. Es importante resaltar la variación en este comportamiento presentada en 2018, año en el que la variable presentó un crecimiento de 8,9 puntos porcentuales con respecto al año anterior, pasando de 75,3 % en 2017 a 84,2 % en 2018. No obstante, se evidencia una caída significativa en los valores de esta variable en el periodo 2018-2019, con una reducción de 18,7 puntos porcentuales, alcanzando un valor de 65,4 % en 2019. Finalmente, en 2020 se observa nuevamente una caída en esta variable de 7,2 puntos porcentuales, ubicándose en 58,3 %.

GRÁFICA 14

Estatus de los emprendedores en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



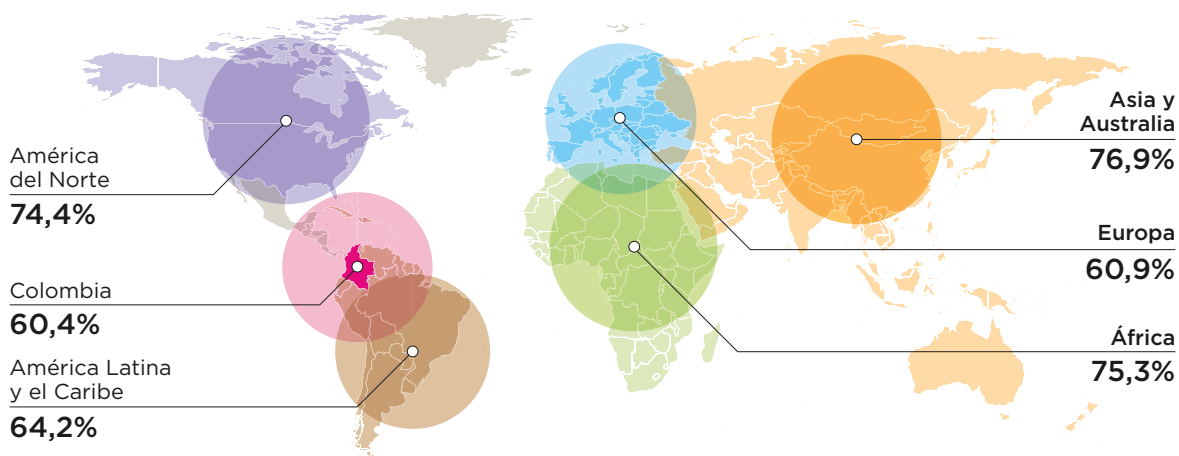
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

viii. Cubrimiento de los medios de comunicación

De acuerdo con la gráfica 15, durante 2020 el 60,4 % de la población encuestada en Colombia consideró que a menudo los medios de comunicación cubren las historias de emprendimientos exitosos. Este resultado está por debajo del presentado por América Latina y el Caribe, cuyo porcentaje fue de 64,1 %. Por otra parte, Colombia presentó un comportamiento similar al de Europa, región que obtuvo un porcentaje de 60,9 %. No obstante, al comparar Colombia con economías como Asia y Australia, América del Norte y África, cuyos respectivos resultados fueron 76,9, 74,4 y 75,3 %, se nota una diferencia significativa de más de 14 puntos porcentuales.

GRÁFICA 15

Cubrimiento de los medios de comunicación. Colombia vs. resto del mundo 2020

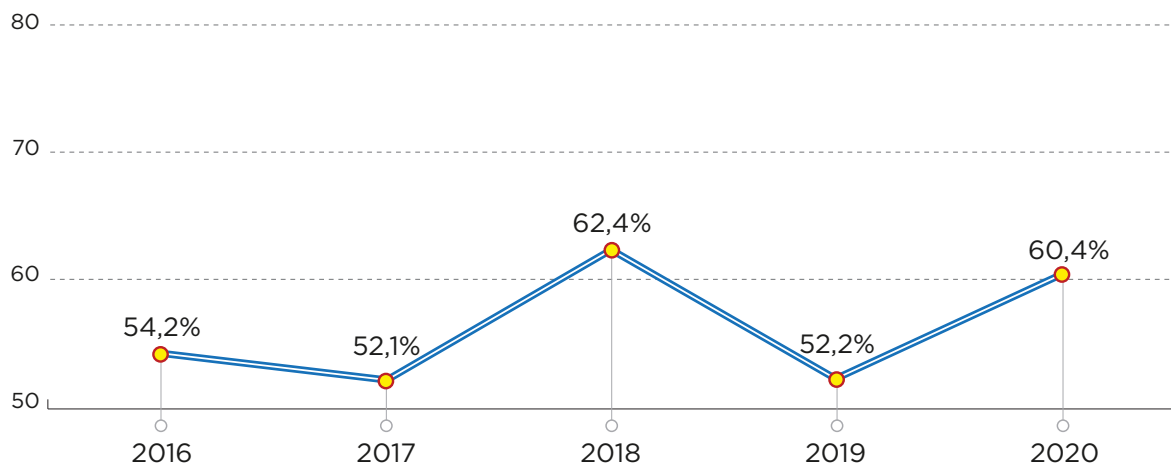


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

Como se aprecia en la gráfica 16, durante el periodo 2016-2020 en Colombia la variable “cubrimiento de los medios de comunicación” mostró un comportamiento disímil, con marcadas fluctuaciones. En el periodo 2017-2018 el crecimiento fue de 10,3 puntos porcentuales, pasando de 52,1 % en 2017 a 62,3 % en 2018. No obstante, en el periodo siguiente se presentó una reducción en el porcentaje de 10,2 puntos porcentuales, cerrando 2019 con un porcentaje de 52,2 %. En 2020, nuevamente se presentó una variación significativa, con un incremento de 8,2 puntos porcentuales, obteniendo un porcentaje de 60,4 % durante este año.

GRÁFICA 16

Cubrimiento de los medios de comunicación en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

B. CONDICIONES DEL ENTORNO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

i. Encuesta a Expertos Nacionales (NES)

La tabla 1 recoge las condiciones del entorno para Colombia en comparación con otras economías del mundo y los resultados globales obtenidos por todos los países participantes del estudio GEM.

Tabla 1. Entorno empresarial 2020

Entorno Empresarial	Global	Medio Oriente y África	Asia	América Latina y el Caribe	Europa y América del Norte	Colombia
Apoyo financiero	4,5	4,3	5,4	3,6	4,7	3,7
Favorabilidad y prioridad de las políticas públicas	4,5	4,6	6,1	3,5	4,4	4,4
Impuestos, tasas y burocracia	4,0	4,1	5,4	3,4	3,9	3,3
Programas gubernamentales	4,7	4,4	5,7	4,3	4,8	4,6
Educación empresarial en la etapa escolar	3,2	3,1	4,6	2,5	3,3	3,6
Educación empresarial en la etapa de formación profesional	4,8	4,4	5,3	5,2	4,7	6,6
Transferencia de Investigación y Desarrollo	4,1	3,8	5,0	3,7	4,3	4,8
Infraestructura Comercial y Profesional	6,5	6,2	7,1	6,4	6,6	5,9
Mercado interno	5,1	5,2	6,7	4,5	4,9	4,9
Barreras de entrada al mercado interno	4,4	4,2	5,1	3,9	4,6	4,5
Acceso a la Infraestructura Física	6,5	6,2	7,1	6,4	6,6	5,9
Normas Sociales y Culturales	5,2	5,4	5,9	5,1	4,8	5,5

Fuente: elaboración propia. National Expert Survey Colombia 2020.

De acuerdo con lo observado en la tabla 1, en el componente “apoyo financiero” Colombia presentó en 2020 un puntaje de 3,7, ubicándose por debajo del puntaje presentado a nivel global de 4,5. De igual manera, presentó un puntaje muy inferior al compararlo con economías como Asia, la cual obtuvo un puntaje de 5,4 en este componente. Se resalta que Colombia obtuvo un puntaje muy similar al de América Latina y el Caribe (3,6).

En lo relacionado con la favorabilidad y prioridad de las políticas públicas, el puntaje alcanzado por Colombia (4,4) se acerca mucho al presentado a nivel global (4,5). De igual manera, se aprecia que durante 2020 Colombia y América del Norte obtuvieron el mismo puntaje en este componente, mientras que el puntaje del país superó el obtenido por América Latina y el Caribe (3,5). Nuevamente, se observa que el puntaje más alto en las economías analizadas lo obtuvo por Asia, con 6,1 puntos. Por otra parte, los impuestos, tasas y burocracias obtuvieron un puntaje global de 4, mientras que Colombia obtuvo 3,3 puntos en este componente, resultado muy similar al obtenido por la región de América Latina y el Caribe.

Adicionalmente, en el componente “programas gubernamentales”, el país obtuvo un puntaje de 4,6, que se asemeja mucho al resultado de 4,7 puntos obtenido en el análisis global. puntos. En este aspecto, Colombia se ubica por encima de las regiones América Latina y el Caribe y Medio Oriente y África, que obtuvieron puntajes de 4,3 y 4,4, respectivamente. El Departamento Nacional de Planeación (DNP), en su comunicado de prensa *Colombia mejora en competitividad, según empresarios*, menciona una gran mejoría en la percepción de los empresarios sobre las instituciones colombianas, principalmente la capacidad del Gobierno para adaptarse a los cambios y la estabilidad de las políticas públicas.

En referencia a los componentes relacionados con la educación empresarial, durante 2020 Colombia obtuvo una puntuación de 3,6 en la educación empresarial en la etapa escolar, superando la puntuación a nivel global, que fue de 3,2. Además, superó la puntuación de las demás economías analizadas, a excepción de Asia, obtuvo una puntuación de 4,6. De la misma manera, en la educación empresarial en la etapa de formación profesional Colombia obtuvo un puntaje de 6,6, superando

el puntaje a nivel global de 4,8 y el puntaje obtenido por todas las economías analizadas en el estudio.

Continuando con el análisis, en el componente “transferencia de investigación y desarrollo”, Colombia obtuvo un puntaje de 4,8 ubicándose por encima del puntaje a nivel global y el de todas las economías analizadas, con excepción de Asia, que obtuvo una puntuación de 5.

Respecto a la infraestructura comercial y profesional el país obtuvo una puntuación de 5,9, por debajo del puntaje a nivel global de 6,5. También se observa que la puntuación de Colombia dista de la obtenida por América Latina y el Caribe (6,4), y se encuentra por debajo de la puntuación de todas las regiones analizadas.

Para el componente del “mercado interno” se observa que Colombia alcanza la misma puntuación de la región de América del Norte (4,9); no obstante, se ubicó por debajo de la puntuación a nivel global de 5,1. La economía con mayor puntuación en este componente es Asia, con 6,7 puntos. Por otra parte, en el componente “barreras de entrada al mercado interno”, el país obtuvo un puntaje de 4,5, posicionándose por encima de la puntuación a nivel global y de la obtenida por la región de América Latina y el Caribe, fueron 4,4 y 3,9, respectivamente.

Colombia reportó un puntaje de 5,9 en el componente “acceso a infraestructura física”, siendo este puntaje menor al observado a nivel global (6,5), y se posiciona por debajo de todas las economías analizadas.

Finalmente, en el componente de “normas sociales y culturales”, el país obtuvo un puntaje de 5,5, ubicándose por encima del puntaje a nivel global y el de todas las regiones analizadas, excepto Asia, obtuvo una puntuación de 5,9 para este componente.

Los hallazgos obtenidos en esta sección concuerdan con los resultados presentado por iNNpulsa, en el boletín *Analítica*, en el que se afirma que sí bien Colombia hace parte de los principales países de América Latina, aún existen importantes brechas al ser comparado con las puntuaciones globales, ofreciendo al país oportunidades de mejora en las condiciones para emprender.



EL EMPRENDEDOR COLOMBIANO

A. GÉNERO

i. Análisis de la TEA en los últimos 5 años

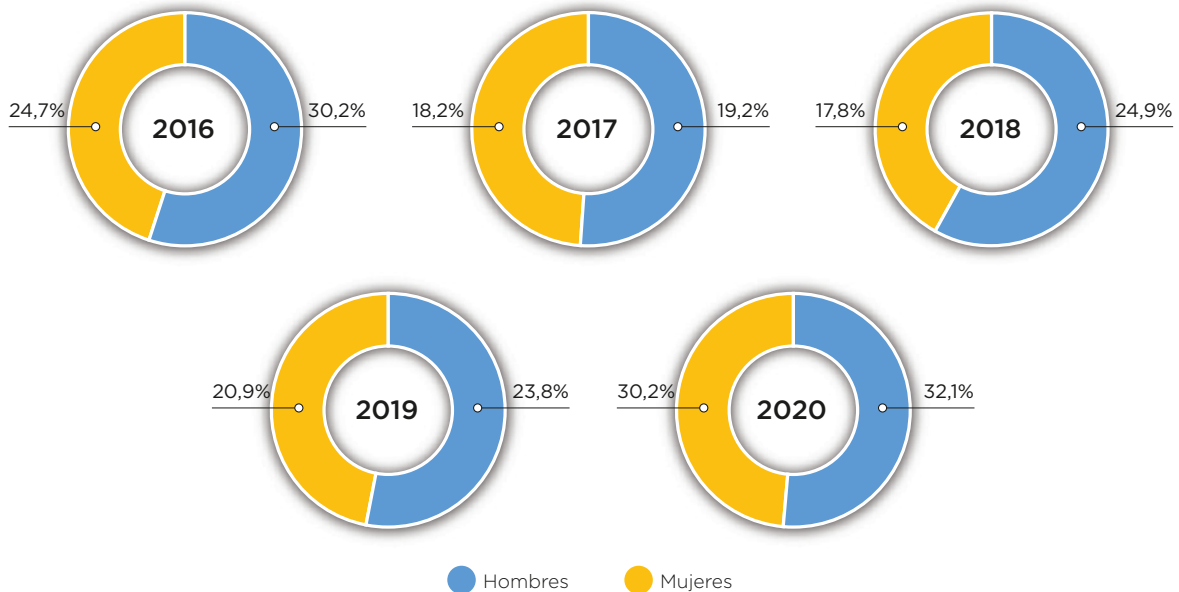
En la gráfica 17 se aprecia el comportamiento de la propensión a actuar empresarialmente, tanto para hombres como para mujeres, durante el periodo 2016-2020. Como principal resultado se obtuvo que para todos los años analizados la propensión a emprender de las mujeres fue menor que la mostrada por los hombres; no obstante, esta diferencia no es muy marcada, a excepción de 2016 y 2018, años en los que se presentaron brechas de 5,5 y 7,1 puntos porcentuales, respectivamente.

Por otra parte, se puede apreciar la diferencia en el comportamiento de las propensiones a emprender entre ambos géneros: mientras que la propensión de los hom-

bres presenta un comportamiento fluctuante con crecimientos y caídas en cada uno de los años analizados, en la propensión de las mujeres se observa una curva cóncava, con crecimientos en los últimos dos años. Adicionalmente, es importante resaltar que durante 2017 se reportó una disminución significativa en la propensión de ambos géneros, principalmente en la de los hombres, la cual sufrió una reducción de 11 puntos porcentuales, mientras que la reducción presentada en la propensión de las mujeres fue de 6,5 puntos porcentuales. En este mismo sentido, durante 2018 que la propensión de los hombres incrementó 5,7 puntos porcentuales en comparación al año anterior, mientras que la propensión de las mujeres se comportó de manera contraria, evidenciando una ligera disminución. Finalmente, en 2020 se presentó un significativo crecimiento de la propensión de ambos géneros, con un incremento de 8,3 puntos porcentuales para los hombres y 9,3 para las mujeres.

GRÁFICA 17

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) por género en Colombia últimos 5 años: 2016-2020

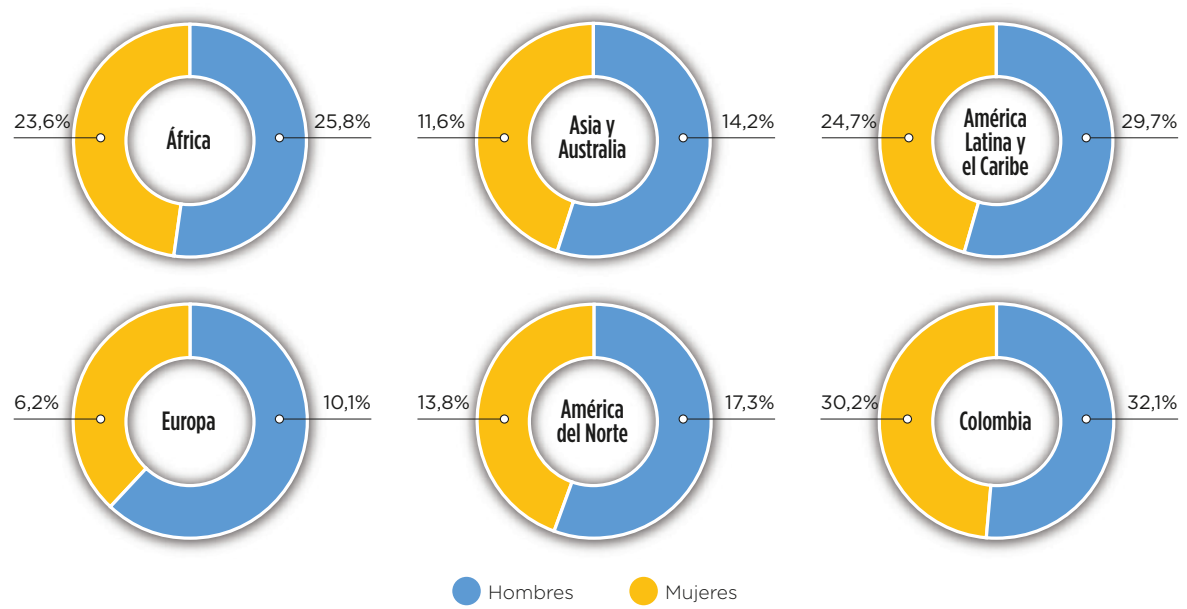


Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

ii. Comparación con el resto del mundo

Como se puede apreciar en la gráfica 18, la propensión a emprender en Colombia, para ambos géneros, es superior a la de las demás regiones analizadas; se obtuvieron porcentajes de 32,1 % en el caso de los hombres y 30,2 % para las mujeres. Se observa que en comparación con América Latina y el Caribe, la propensión de las mujeres en Colombia se ubica 5,5 puntos porcentuales por encima del valor presentado por la región mencionada. Se puede resaltar que América Latina y el Caribe es la región que presenta las propensiones a emprender más altas, seguida por África y América del Norte. La región con menor propensión a emprender durante 2020 fue Europa, con un porcentaje de 10,1 % para los hombres y 6,2 % para las mujeres. Es importante mencionar que tanto en Colombia como en las demás regiones analizadas en este estudio la propensión a emprender de las mujeres es menor.

GRÁFICA 18
TEA por género. Colombia vs. resto del mundo 2020



Fuente: elaboración propia. GEM Mundial (2020)

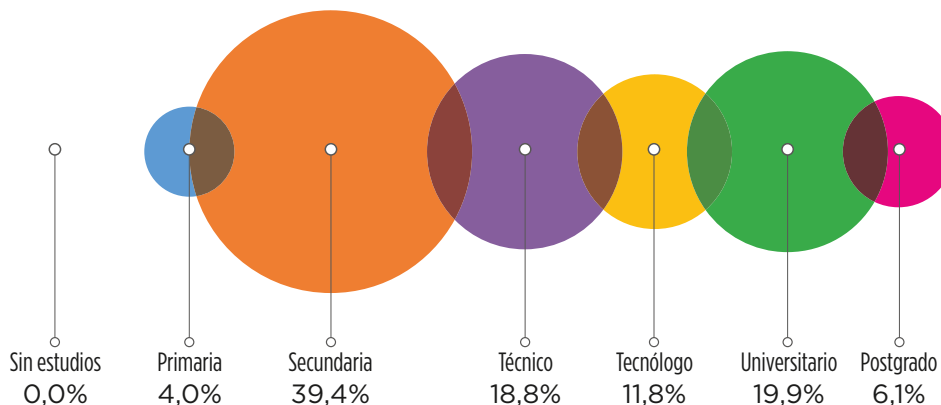
B. NIVEL EDUCATIVO

i. Análisis de la TEA 2020

Como se puede apreciar en la gráfica 19, durante 2020 la mayor parte de la TEA Colombiana presentó un nivel educativo máximo de secundaria, representando el 39,4 %. El 19,9 % de la TEA posee un nivel educativo universitario, el 18,8 % están en nivel técnico y 11,8 % en nivel tecnólogo. Por otra parte, solo el 6,1 % de la TEA manifestó tener un nivel educativo de posgrado. Es valioso resaltar que la totalidad de esta población reportó tener algún tipo de estudio, es decir, el 0 % de la población se encuentra en la categoría “Sin estudios”, y solo el 4 % manifestó tener únicamente estudios de primaria.

GRÁFICA 19

Nivel educativo TEA colombiana 2020



Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)

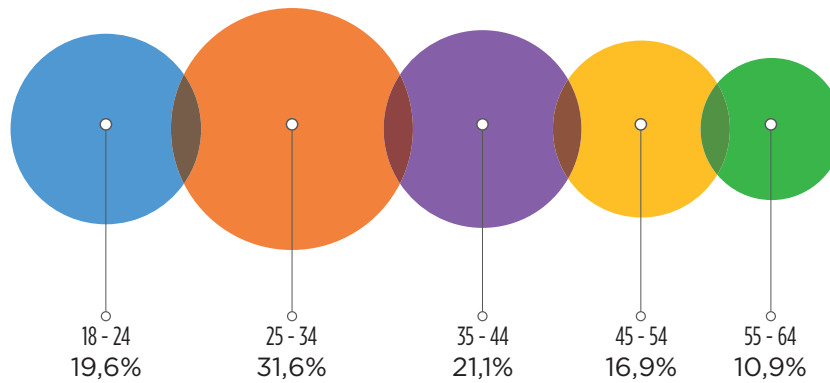
C. EDAD

i. Análisis de TEA en los últimos 5 años

Como se puede observar en la gráfica 20, al dividir la TEA por grupos etarios se halla que en 2020 el 31,5 % de esta población en edades entre 25 a 34 años, seguido por el grupo de edades entre 35 a 44 años, quienes representan el 21 % de la TEA. Se resalta que más del 70 % de la TEA colombiana son empresarios jóvenes, en edades entre 18 a 44 años. El 16,8 % de la TEA se encuentra en edades entre 45 a 54 años. Finalmente, el grupo etario con menor representación dentro de la TEA son aquellos en edades entre 55 a 64 años.

GRÁFICA 20

Edad TEA colombiana 2020



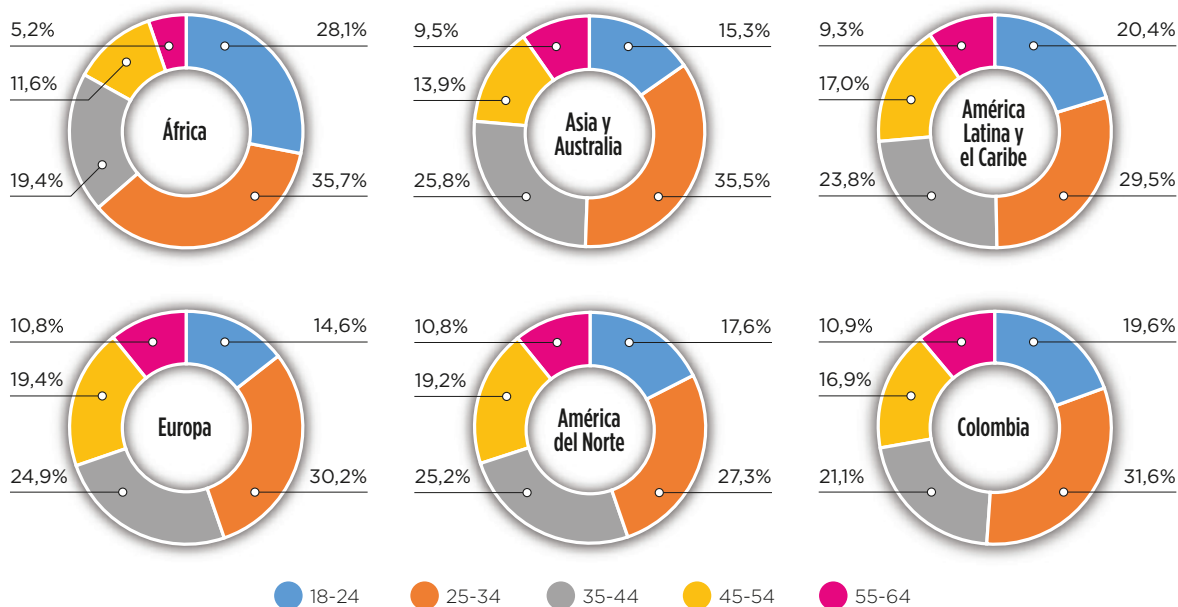
Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)

ii. Comparación con el resto del mundo

En la gráfica 21 se observa la TEA por edades de Colombia en comparación con el resto del mundo. Se halló que, al igual que en Colombia, el grupo etario con mayor participación en la TEA de todas las economías analizadas fue el que se ubica entre 25 a 34 años, seguido por el grupo entre 35 a 44, exceptuando a África donde el grupo etario con la segunda mayor representación en la TEA es el entre 18 a 24 años. Se puede observar que Colombia muestra un comportamiento muy similar al presentado por América Latina y el Caribe, donde la TEA está compuesta en su mayoría por empresarios jóvenes, en edades entre 18 a 44 años. De igual manera, en todas las economías analizadas el grupo etario con menor participación en la TEA fue el que comprende las edades de 55 a 64 años. Por otra parte, se resalta el caso de África, que presenta una TEA muy joven, acumulando el 63,8 % de sus empresarios en edades entre 18 a 34 años.

GRÁFICA 21

Edad TEA. Colombia vs. resto del mundo 2020



Fuente: elaboración propia. GEM Mundial (2020).

D. META (TALENTO EMPRESARIAL)

De acuerdo con lo observado en la tabla 2, en 2020, el 52,7 % de la población encuestada afirmó ser capaz de frecuentemente ver oportunidades de negocio en su área de conocimiento o trabajo, y este mismo porcentaje afirmó ser capaz de tomar la iniciativa al ver oportunidades rentables de negocio. Se observa que los resultados de Colombia en las variables mencionadas presentan una diferencia significativa en comparación con los resultados de América Latina y el Caribe, ubicándose 9,2 y 10,4 puntos porcentuales por debajo del valor obtenido por esta región. Se destaca el caso de América del Norte, la cual reportó, dentro de las regiones analizadas, el porcentaje más bajo de personas que consideran tener la capacidad de ver con frecuencia oportunidades en su área de conocimiento (47,9 %); no obstante, la región con mayor porcentaje de personas que consideran contar con la capacidad de tomar la iniciativa al ver oportunidades rentables de negocio, con un valor de 66,9 %.

Por otra parte, durante 2020, el 80,8 % de la población colombiana participante en este estudio afirmó percibir capacidades para la innovación. Al realizar la comparación mundial se observa que Colombia se ubicó por encima de las demás economías analizadas, superando el valor obtenido por América Latina y el Caribe por 4,2 puntos porcentuales.

Finalmente, respecto a la creencia de que cada decisión que se toma hace parte de un plan de carrera a largo plazo, Colombia obtuvo un porcentaje de 83,8 %, evidenciando el mismo comportamiento hallado para América Latina y el Caribe. En este aspecto, la región con el porcentaje más alto fue África, con 86 %, y con el más bajo Europa, con 62,8 %.

Tabla 2. META (Talento Empresarial) 2020

Talento Empresarial	África	Asia y Australia	América Latina y el Caribe	Europa	América del Norte	Colombia
Capacidad de ver oportunidades de negocio en el área de conocimiento o trabajo de manera frecuente	73,8 %	61,2 %	61,9 %	54,8 %	47,9 %	52,7 %
Capacidad de tomar la iniciativa al ver oportunidades rentables de negocio	63,5 %	63,2 %	63,1 %	61,3 %	66,9 %	52,7 %
Percepción sobre las capacidades para la innovación	76,4 %	68,0 %	76,6 %	60,8 %	74,7 %	80,8 %
Creencia de que cada decisión que se toma hace parte de un plan de carrera a largo plazo	86,0 %	75,3 %	83,8 %	62,8 %	73,1 %	83,8 %

Fuente: elaboración propia. GEM 2019/2020 Global Report.

E. MOTIVACIÓN

Como se puede observar en la tabla 3, en Colombia, en 2020, el 77 % de la población encuestada seleccionó la opción “para ganarme la vida porque el trabajo escasea” como una de sus motivaciones para emprender. En segundo lugar, está “para marcar una diferencia en el mundo”, con 62,9 %; “para crear riqueza o una renta muy alta”, en tercer lugar, con 61,6 %, y finalmente, “para continuar una tradición familiar”, la cual fue seleccionada solo por el 37,1 % de la población encuestada.

Al comparar Colombia con América Latina y el Caribe se observa un comportamiento similar; no obstante, en esta última región, el porcentaje de personas motivadas a emprender para ganarse la vida porque el trabajo escasea fue de 82,6 %, superando a Colombia por 5,6 puntos porcentuales. De igual manera, el porcentaje de personas que seleccionaron “para crear riqueza o generar una renta muy alta” en América Latina y el Caribe fue de 54,3 %, colocándose 7,3 puntos porcentuales por debajo de Colombia. Por otra parte, se destaca que en todas las economías analizadas la motivación para emprender menos seleccionada fue “para continuar una tradición familiar”. Cabe resaltar que los encuestados podían elegir varias opciones que reflejaran sus motivaciones para emprender.

Tabla 3. Motivos para emprender 2020

Motivos	África	Asia y Australia	Latino América y el Caribe	Europa	Norte América	Colombia
Para marcar una diferencia en el mundo.	36,9 %	41,1 %	60,3 %	37,8 %	67,3 %	62,9 %
Para crear riqueza o generar una renta muy alta.	6,8 %	75,5 %	54,3 %	48,9 %	65,1 %	61,6 %
Para continuar una tradición familiar.	32,7 %	33,5 %	36,6 %	24,9 %	34,0 %	37,1 %
Para ganarme la vida porque el trabajo escasea.	76,0 %	62,7 %	82,6 %	59,3 %	58,2 %	77,0 %

Fuente: elaboración propia. GEM 2019/2020 Global Report.



LAS EMPRESAS COLOMBIANAS

A. ETAPAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En este capítulo se analiza la actividad emprendedora en Colombia en 2020, al igual que su comportamiento en los últimos cinco años y su posición con respecto a distintas regiones del mundo.

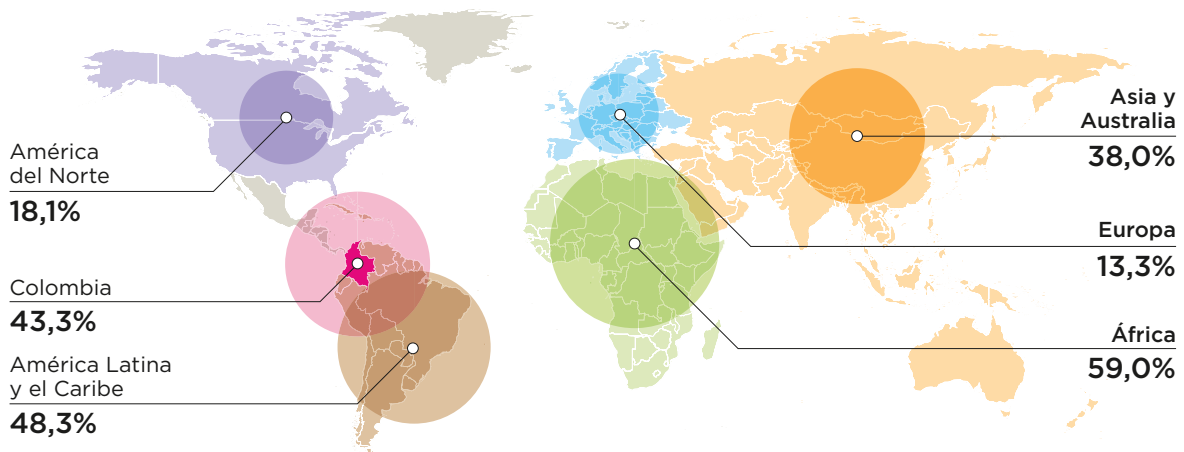
GEM entiende por “actividad emprendedora” el proceso comprendido entre la concepción y la persistencia de un negocio, cuya duración es de 42 meses. El resultado de este proceso se analiza mediante la comparación de la tasa de actividad emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) y la tasa de empresarios establecidos. Cabe recordar que la TEA recoge la proporción de personas entre 18 y 64 años involucradas en el proceso emprendedor y está compuesta por los emprendedores nacientes y los nuevos empresarios.

i. Emprendedores intencionales

Para analizar esta etapa del proceso emprendedor, se mide el porcentaje de individuos entre 18 y 64 años que afirma esperar crear una empresa en los próximos 3 años. En este sentido, el porcentaje de emprendedores intencionales en Colombia ascendió durante 2020 a 43,3 %. Con respecto a esta cifra, el país únicamente es superado por el promedio de América Latina y el Caribe (48,3 %) y África (59 %), al tiempo que supera a Europa, América del Norte y Asia y Australia, tal como se ilustra en la gráfica 22. Esto es un buen indicador para el país, toda vez que, pese a la coyuntura provocada por el coronavirus, el país ha mantenido una alta intención de emprender, situación que ha sido consistente en las mediciones realizadas por GEM.

GRÁFICA 22

Emprendedores potenciales. Colombia vs. resto del mundo 2020

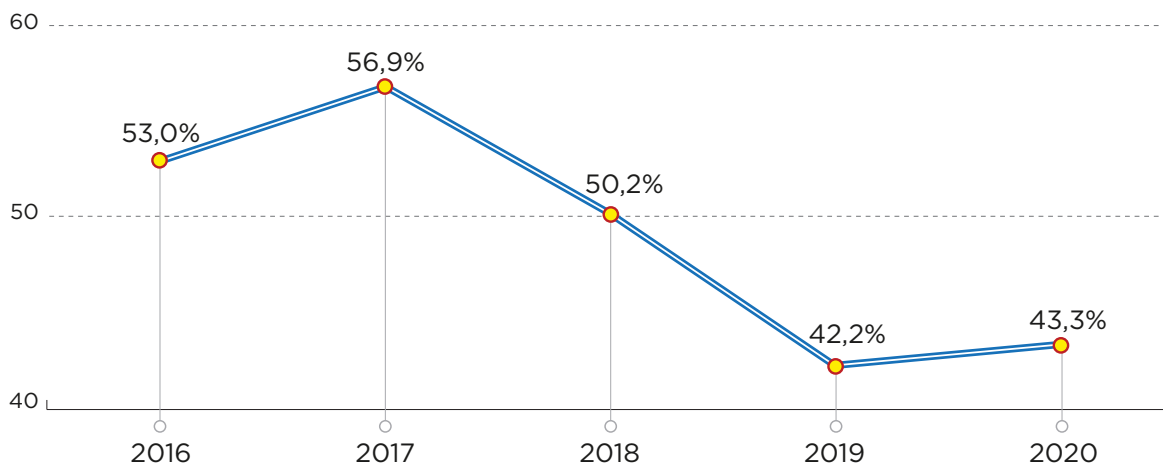


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

Al observar la gráfica 23, la cual presenta el porcentaje de personas que tiene la intención de emprender en Colombia para los últimos 5 años, se evidencia que este porcentaje ha mostrado una tendencia decreciente, interrumpida por un leve incremento en 2020 con respecto a 2019. Al momento de analizar estos datos, se comprueba que la intención de emprender es menor en las economías más desarrolladas, las cuales poseen un tejido empresarial sólido capaz de absorber la mano de obra del mercado laboral. Lo anterior es patente en la disminución de las tasas de desempleo en los últimos años, así como en el aumento de la misma en 2020 a causa del coronavirus.

GRÁFICA 23

Emprendedores potenciales en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



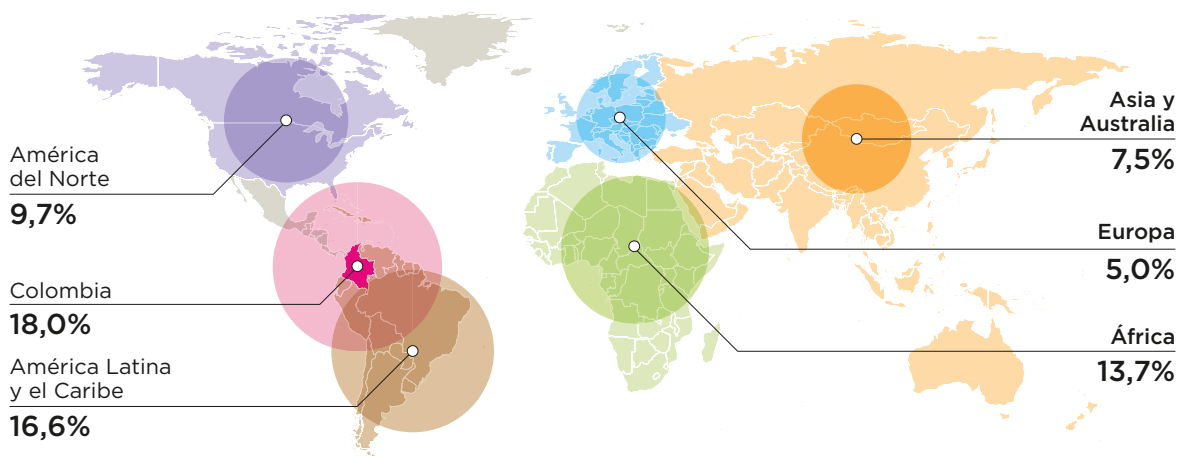
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

ii. Emprendedores nacientes

Según el modelo GEM, los emprendedores nacientes son aquellas personas entre 18 y 64 años que han realizado alguna actividad específica orientada a la puesta en marcha de una nueva empresa pero que solo han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración por menos de 3 meses.

GRÁFICA 24

Emprendedores nacientes. Colombia vs. resto del mundo 2020



Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

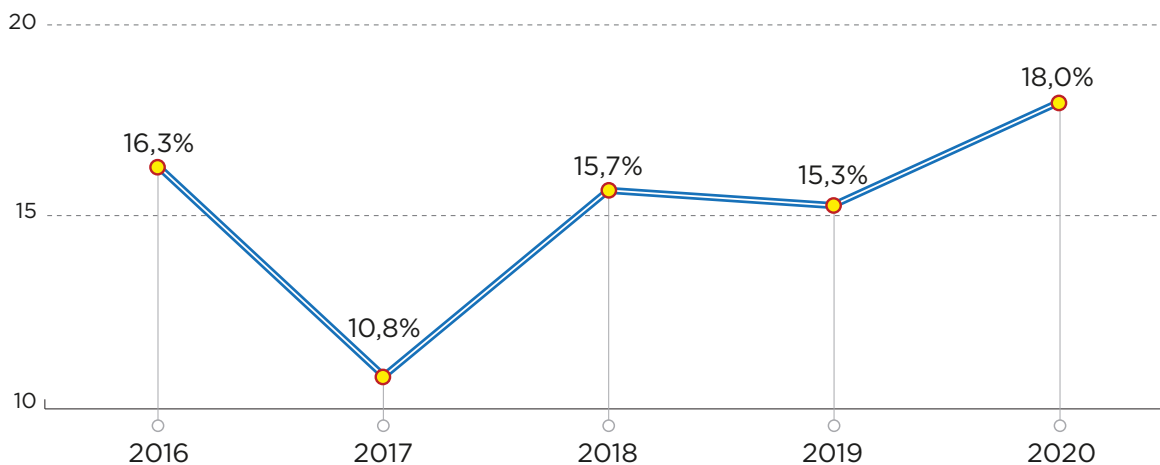
Fuente: elaboración propia. GEM Mundial (2020).

Gráfica 24. Emprendedores nacientes. Colombia vs. resto del mundo 2020

El porcentaje de emprendedores nacientes en 2020 en Colombia fue de los mayores del mundo (18 %). De esta forma, superó los promedios de América Latina y el Caribe (16,6 %), África (13,7 %), América del Norte (9,7 %) y Europa (5 %).

GRÁFICA 25

Emprendedores nacientes en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

Al analizar la tendencia de los emprendedores nacientes en los últimos 5 años, tenemos que en el periodo 2016-2017 estos disminuyeron en casi 6 puntos porcentuales, mientras que en el periodo 2018-2020 el porcentaje de emprendedores nacientes ha mostrado una tendencia creciente. Esto puede deberse a las políticas orientadas a impulsar el emprendimiento, ejecutadas por el Gobierno nacional, entre la cuales se destacan las relacionadas con el impulso de emprendimientos del sector recreativo y cultural.

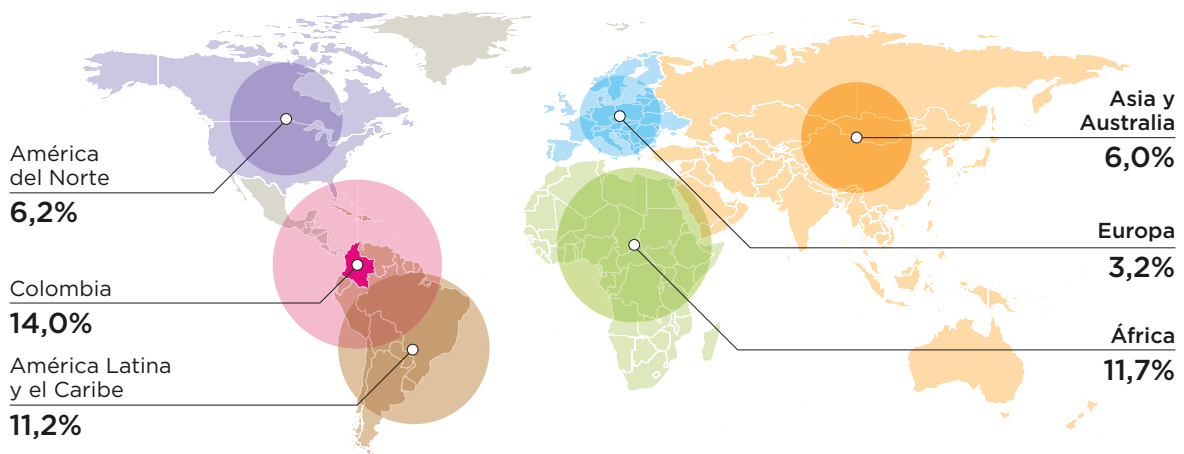
iii. Emprendedores nuevos

En esta etapa del proceso emprendedor se encuentran aquellos individuos que han puesto en marcha una empresa por más de 3 meses y menos de 42, pagando salarios u otro tipo de remuneración durante ese periodo.

En este indicador, Colombia en 2020 superó a las regiones de referencia con una tasa de emprendedores nuevos de aproximadamente 14 % seguida por África, con 11,8 %; América Latina y el Caribe con 11,2 %; América del Norte, con 6,2 %; Asia y Australia, con 6 %, y Europa, con 3,2 %.

GRÁFICA 26

Emprendedores nuevos. Colombia vs. resto del mundo 2020

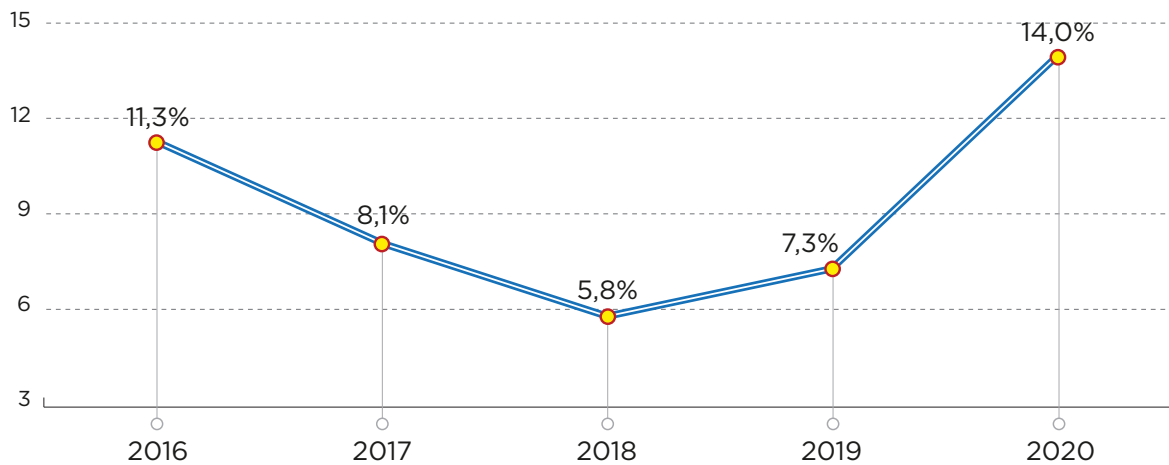


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

En relación con los últimos 5 años, se aprecia que durante el periodo 2016-2018 se presentó una tendencia decreciente de esta tasa. Usualmente, el porcentaje de emprendedores nuevos podía ser la mitad o menor a la de emprendedores nacientes. Sin embargo, en 2019 y 2020 este porcentaje ha ido en aumento, evidenciándose el fortalecimiento de los mecanismos de acompañamiento a emprendedores nacientes.

GRÁFICA 27

Emprendedores nuevos en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

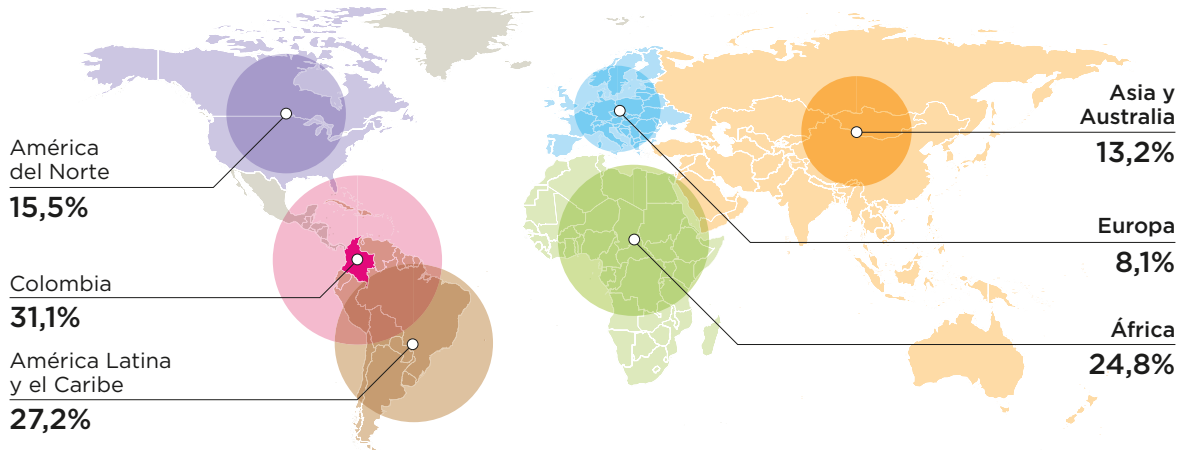
iv. TEA

Este indicador agrupa a los empresarios nacientes y a los nuevos empresarios, es decir, aquellos empresarios que han logrado poner en marcha una iniciativa empresarial y han pagado salarios u otro tipo de remuneración a empleados o propietarios por menos de 42 meses.

Colombia en 2020 tuvo una TEA de 31,1 %, la mayor en comparación con el grupo de economías. El país es seguido por América Latina y el Caribe, con 27,2 %; África con 24,8 %; América del Norte, con 15,5 %; Asia y Australia, con 13,2 %, y Europa, con 8,1 %. Tal como se aprecia en la gráfica 28.

GRÁFICA 28

Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) 2020. Colombia vs. resto del mundo 2020



Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

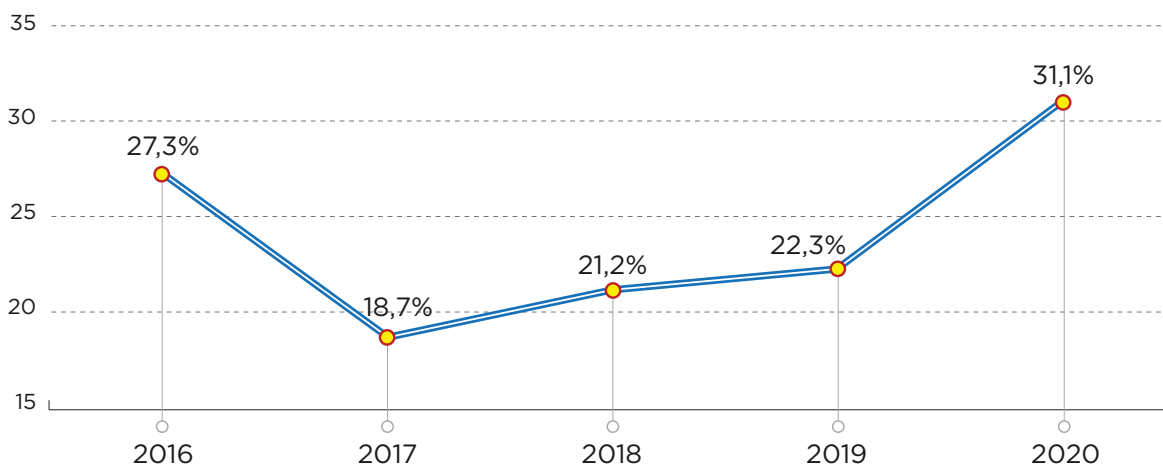
En relación con el comportamiento de la TEA en los últimos 5 años, se observa que durante 2016-2017 esta presentó una disminución de casi 10 puntos porcentuales (véase gráfica 29). Sin embargo, desde 2018 ha presentado una tendencia creciente, incrementando en 10 puntos porcentuales entre 2018-2020. Para analizar estos

datos de manera integral, se deben estudiar también los motivos para emprender. Así, verbigracia, en Colombia, en 2020, el 77 % de los emprendedores manifestó que emprendió para ganarse la vida debido a que el trabajo escasea; de lo anterior podemos concluir que a raíz de la crisis generada por el coronavirus se han creado muchos emprendimientos de subsistencia.

Estos resultados son congruentes con el aumento del número de unidades productivas reportadas por Confecamaras en los últimos 2 trimestres del año; aun cuando en los 2 primeros trimestres hubo una disminución, los emprendimientos de subsistencia por causa de la destrucción de empleos por la pandemia aumentaron (como se aprecia en el apartado de motivos para emprender en el capítulo anterior). Dada la naturaleza de las iniciativas empresariales por subsistencia, no son detectadas por entes gubernamentales o que trabajen con fuentes de información primaria bajo una metodología diferente a la de GEM.

GRÁFICA 29

TEA colombiana últimos 5 años: 2016-2020



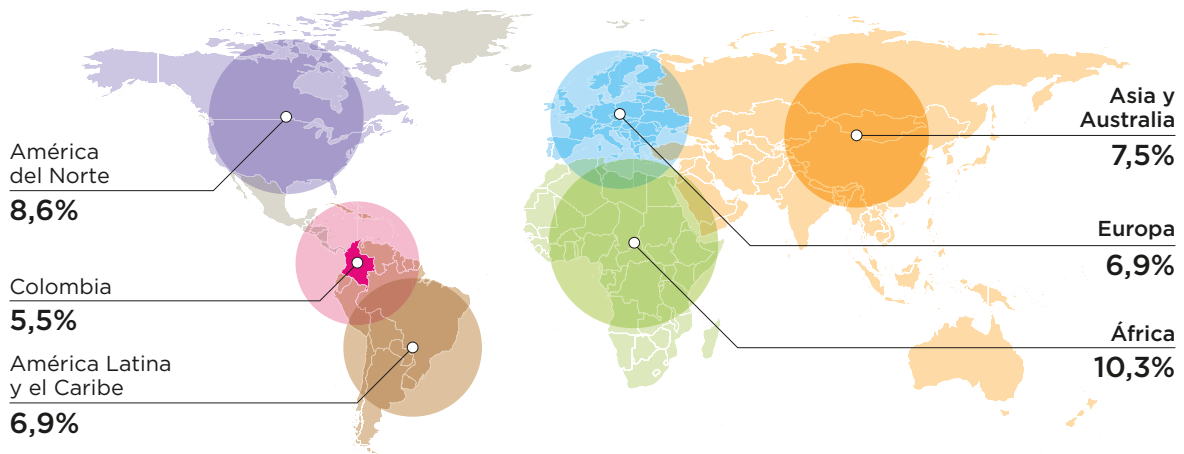
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

v. Emprendedores establecidos

De acuerdo con la metodología GEM, los empresarios establecidos son aquellos que han mantenido una empresa activa por más de 42 meses (3,5 años), pagando salarios u otro tipo de remuneración a propietarios y empleados. En este sentido, Colombia para 2020 se encuentra por debajo de los grupos de economías en relación al porcentaje de emprendedores establecidos en la población con 5,5 % (véase gráfica 30). El grupo de economías con mayor porcentaje de empresarios establecidos es África con 10,3 %; seguido de América del Norte, con 8,6 %; Asia y Australia, con 7,5 %; América Latina y el Caribe, con 6,9 %, y Europa, con 6,9 %.

GRÁFICA 30

Emprendedores establecidos. Colombia vs. resto del mundo 2020

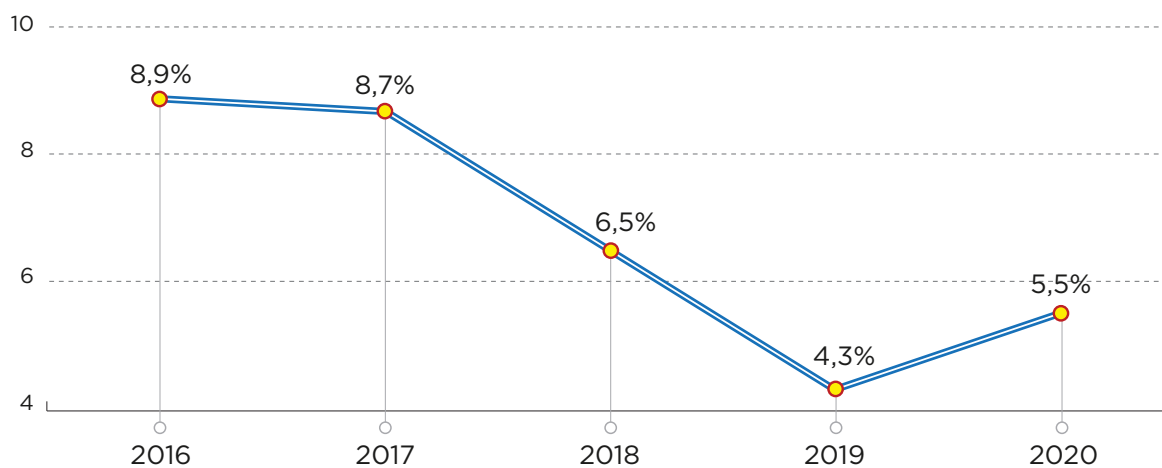


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

La gráfica 31 muestra los datos de los emprendedores establecidos en Colombia para los últimos 5 años. Se observa que el porcentaje de emprendedores establecidos ha presentado una tendencia decreciente; durante el periodo 2016-2019, el porcentaje de empresarios establecidos se redujo a la mitad y presentó un leve incremento en 2019-2020. Estos resultados nos indican que se deben fortalecer los mecanismos de apoyo para los empresarios nuevos; entre ellos, el acceso al capital para el fortalecimiento y crecimiento, y programas de generación de conocimientos y competencias para la gestión de empresas.

GRÁFICA 31

Emprendedores establecidos en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

B. DISCONTINUIDAD EMPRESARIAL

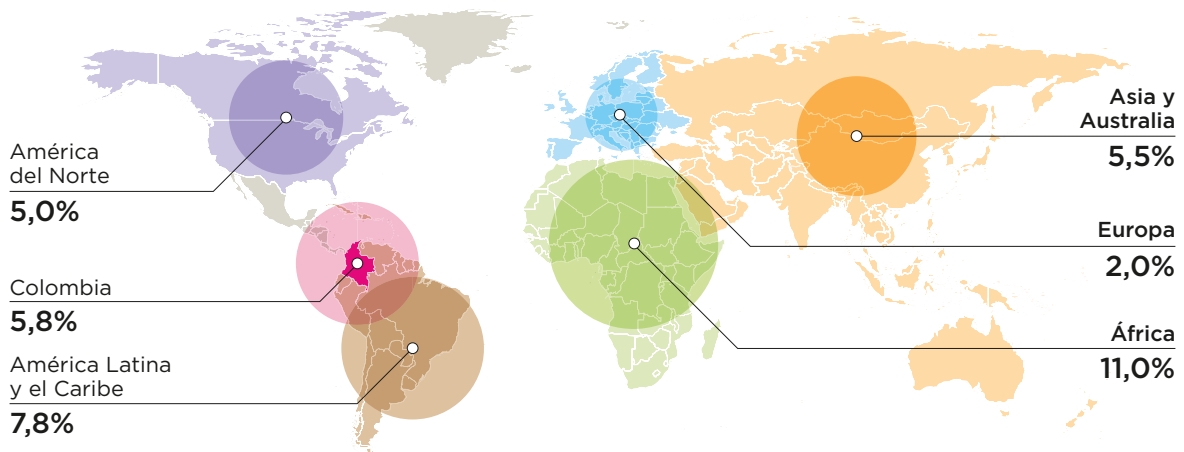
i. Tasa de discontinuidad

La discontinuidad empresarial mide el porcentaje de empresarios que en los últimos 12 meses han discontinuado alguna actividad empresarial debido a que vendieron la empresa, cerraron, reubicaron, cedieron, suspendieron o abandonaron la empresa de la cual eran propietarios o gerentes. Como se puede apreciar, la discontinuidad empresarial mide no solamente los casos en los cuales la empresa cierra.

Como se aprecia en la gráfica 32, Colombia en 2020 posee una tasa de discontinuidad de 5,8 %, siendo esta menor al del promedio del grupo de América Latina y el Caribe (7,8 %). El grupo de economías en África presentan la mayor tasa de discontinuidad empresarial (11 %), seguidos de América Latina, Asia y Australia (5,5 %), América del Norte (5 %) y Europa (2 %).

GRÁFICA 32

Tasa de discontinuidad empresarial. Colombia vs. resto del mundo 2020

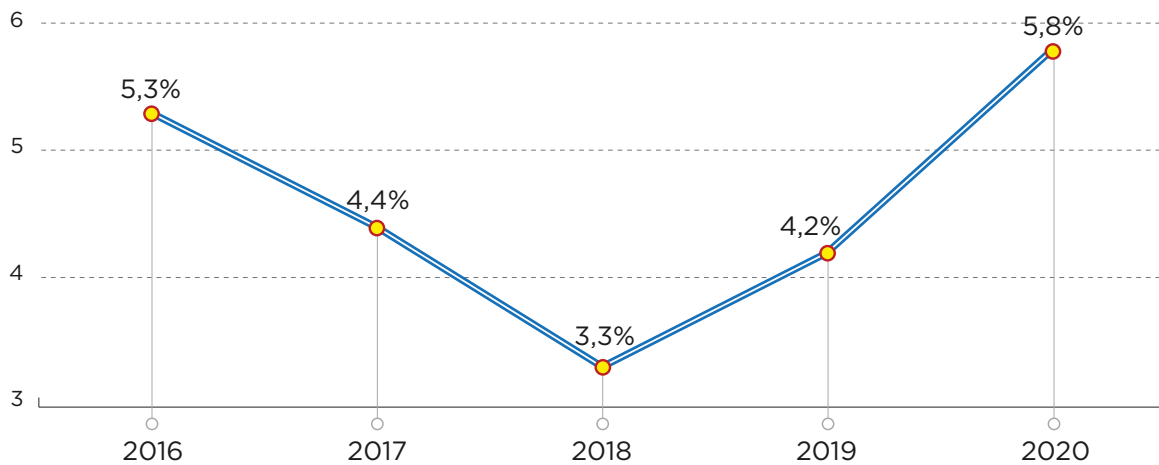


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

En la gráfica 33 se observa la tendencia de la discontinuidad empresarial en los últimos 5 años. Como se puede apreciar, la tendencia entre 2016-2018 fue decreciente. Sin embargo, durante 2018-2020 este indicador presentó una tendencia creciente aumentando en 2,5 puntos porcentuales. Sin embargo, este último dato se vio afectado por coyuntura particular generada por el coronavirus.

GRÁFICA 33

Tasa discontinuidad empresarial en Colombia últimos 5 años: 2016-2020

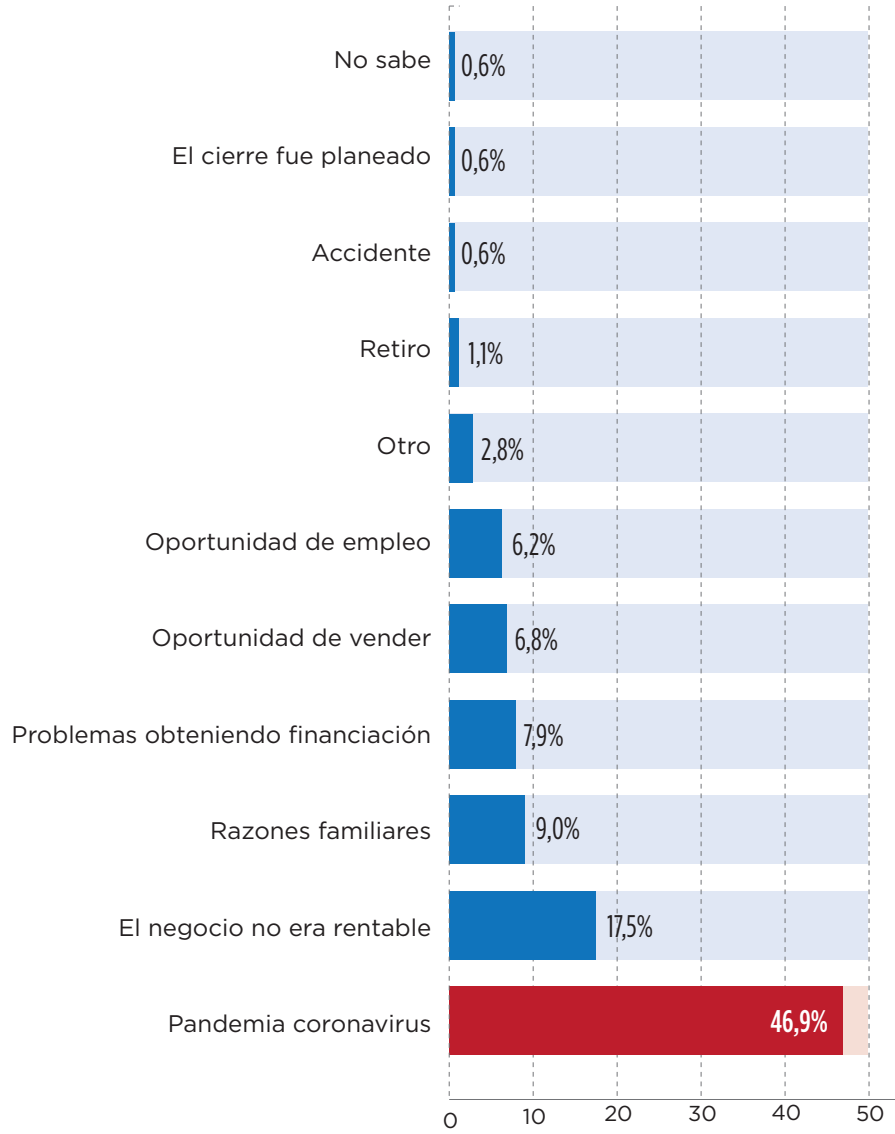


Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

Tal como se ve en la gráfica 34, casi 50 % de la discontinuidad empresarial es explicada por las medidas tomadas para mitigar los efectos del coronavirus, exactamente 46,9 %. La segunda razón más frecuente para la discontinuidad fue la no rentabilidad del negocio, con 17,5 %; seguido de razones familiares, con 9,5 %; problemas obteniendo financiación, con 7,9 %; oportunidad de vender el negocio, con 6,8 %, y retiro, con 1,1 %.

GRÁFICA 34

Razones de discontinuidad empresarial en Colombia 2020



Fuente: elaboración propia. GEM Mundial (2020)

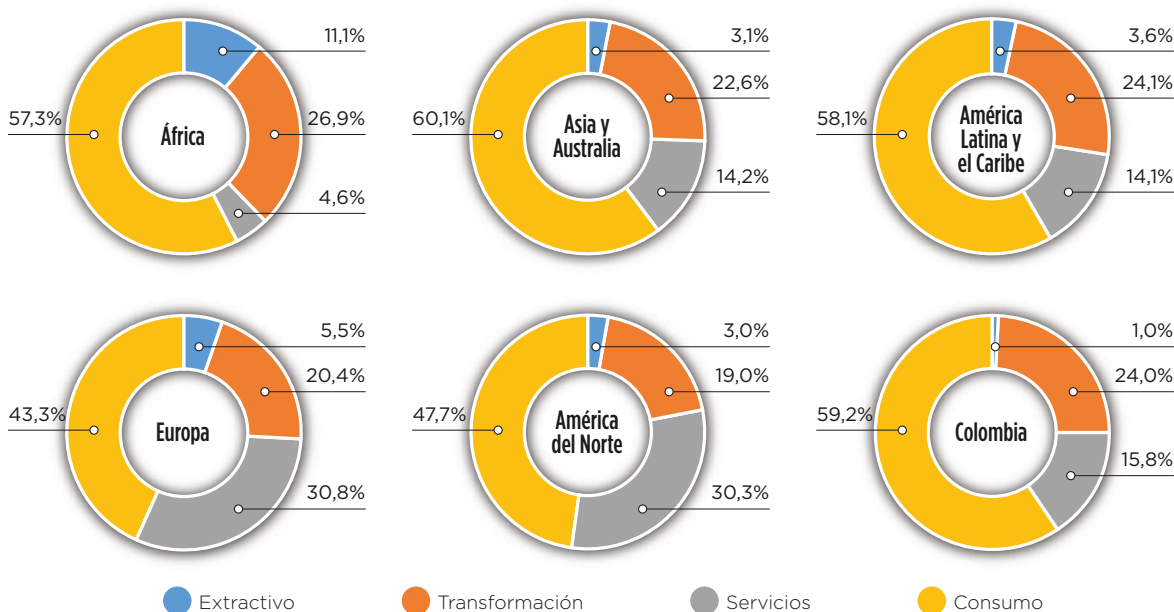
C. SECTOR ECONÓMICO

i. Composición y evolución

La composición sectorial de las empresas en etapas tempranas en los últimos 5 años ha estado caracterizada por la gran representación del sector consumo, el cual ha representado más de 50 % del tejido empresarial de Colombia. El segundo sector con mayor participación es el de transformación, seguido del sector servicios, y por último el sector primario (actividades extractivas). Esto se puede apreciar en la gráfica 36.

GRÁFICA 35

Sector económico. Colombia vs. resto del mundo 2020

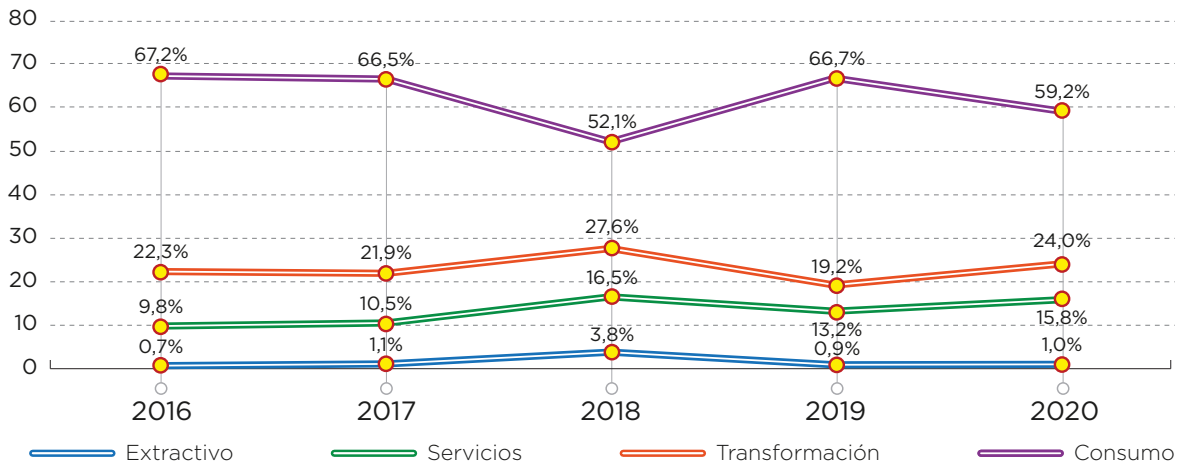


Fuente: elaboración propia. GEM Mundial (2020).

Teniendo en cuenta la evolución de los sectores, podemos afirmar que Colombia ha presentado una tendencia estable en cuanto a la estructura del tejido empresarial; es decir, hacen falta políticas que generen más incentivos a la creación de empresas en sectores estratégicos que hagan más uso de conocimiento y con mayor capacidad de generación de empleo. Estos resultados concuerdan con los estudios realizados por Confecámaras en 2020, en los que se reporta que más de la mitad de las empresas pertenecen a los sectores de consumo o servicios.

GRÁFICA 36

Sector económico en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



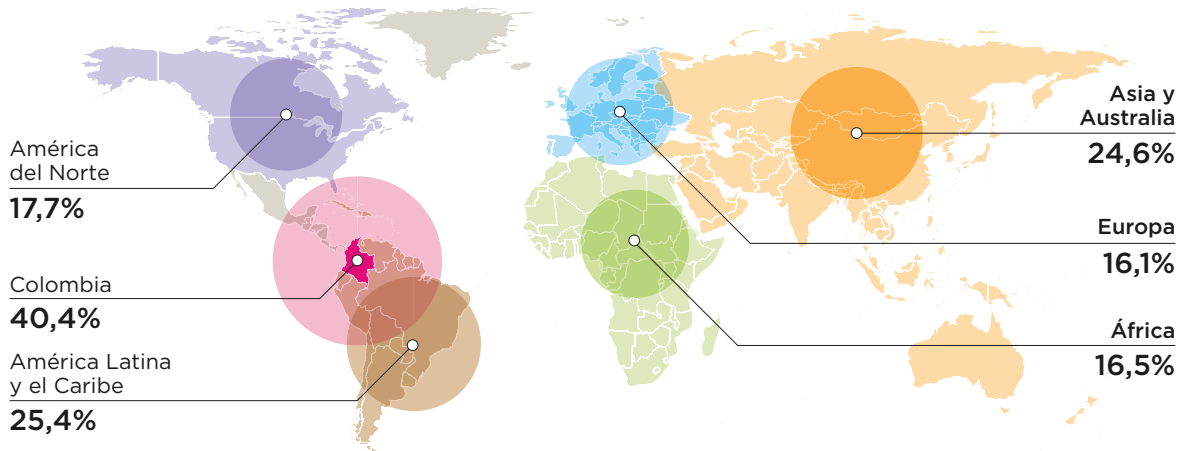
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

D. EXPECTATIVAS Y GENERACIÓN DE EMPLEO

La gráfica 37 destaca que entre de las regiones analizadas Colombia en 2020 presentó las mayores expectativas de generación de empleo, con 40,4 %. La segunda región con mayores expectativas corresponde a América Latina y el Caribe, con 25,4 %, lo cual representa una diferencia de 15 puntos porcentuales. Le sigue Asia y Australia, con 24,6 %, mientras que el resto de regiones registró tasas inferiores al 20 %.

GRÁFICA 37

Expectativas de generación de empleo. Colombia vs. resto del mundo 2020

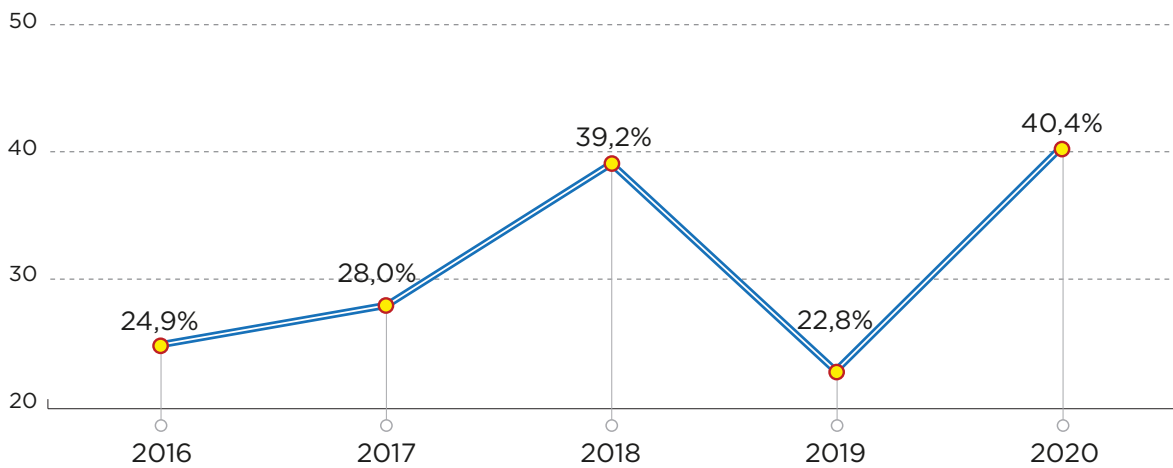


Fuente: Elaboración propia. GEM Mundial (2020)

En relación con el potencial de generación de empleos, en la gráfica 38 se observa que las expectativas de generación de empleos han presentado un incremento en los últimos 5 años. Solamente durante el periodo 2018-2019 se presentó una disminución en cuanto a las expectativas de generación de empleos de los empresarios. De esta manera, en Colombia 40,4 % de los emprendedores en etapas tempranas espera generar 10 o más empleos en los próximos 5 años.

GRÁFICA 38

Expectativas de generación de empleo en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



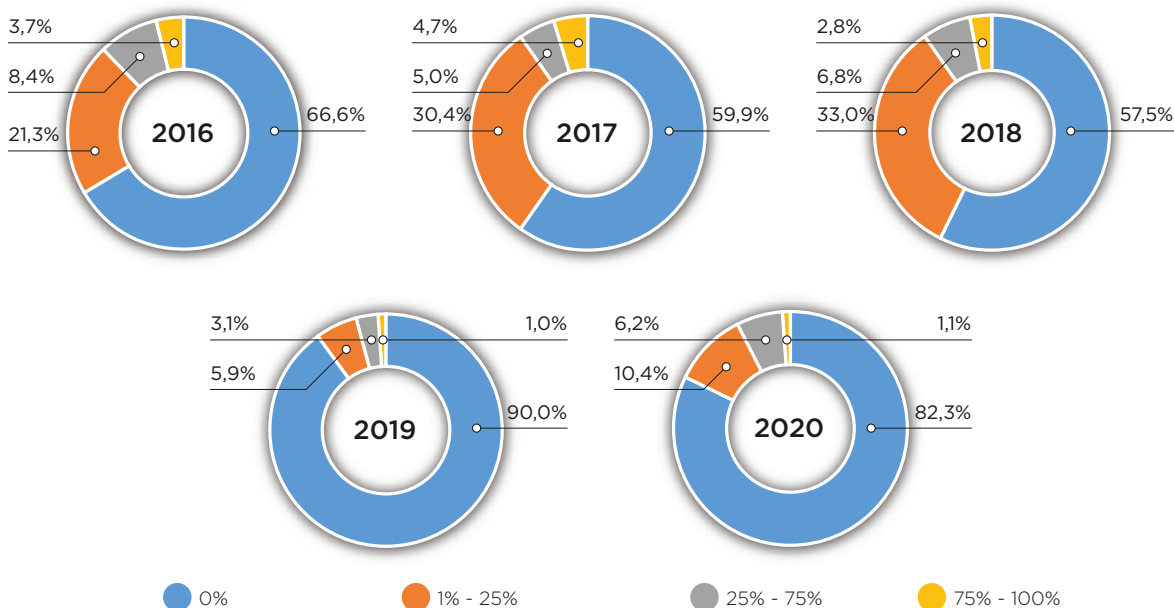
Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

E. INTERNACIONALIZACIÓN

En relación con la internacionalización, la gráfica 39 muestra la tendencia de los emprendedores en etapas tempranas en cuanto al porcentaje de sus ventas en el exterior. Cabe resaltar dentro de esta tendencia el fuerte decrecimiento entre 2018 y 2019 del porcentaje de ventas en el exterior, donde se pasó de tener 57,5 % de empresas que no exportaban en 2018 a cerca de 90 % de empresas que no exportaban en 2019; así mismo, el número de empresas que exporta entre 1-25 % pasó de aproximadamente 33 % en 2018 a 5,9 % en 2019. Esta situación, no obstante, indica que las exportaciones en relación con su volumen disminuyesen, ya que esto puede deberse a la mayor concentración de exportaciones en empresas establecidas y el desarrollo del mercado interno.

GRÁFICA 39

Internacionalización en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



Fuente: elaboración propia. GEM Colombia (2016-2020)

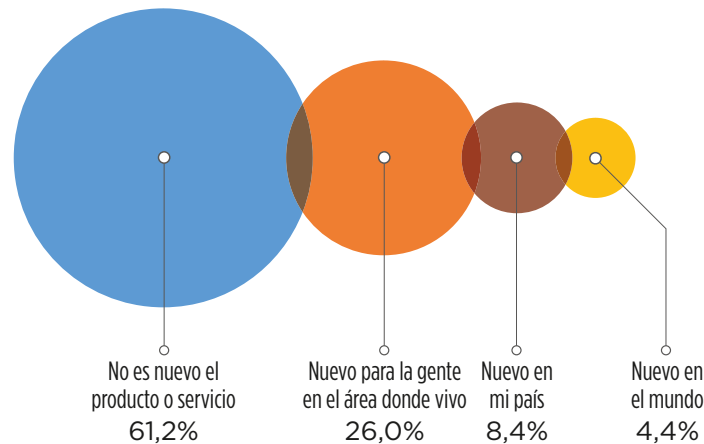
F. INNOVACIÓN

i. Novedad del producto respecto a la competencia

En relación con la novedad del producto, la gráfica 40 expone la percepción de los empresarios respecto a la novedad de sus productos comparados con los de la competencia. En 2020, 61,2 % de los empresarios consideraron que su producto no es nuevo; 25,95 % que es nuevo en el área donde vive; 8,4 % que es nuevo en su país, y 4,4 % que es nuevo para el mundo. Esto guarda relación con la composición sectorial del tejido empresarial colombiana, ya que el sector consumo se caracteriza por no presentar altos niveles de innovación, siendo este el predominante en el país.

GRÁFICA 40

Novedad del producto respecto a la competencia 2020



Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)

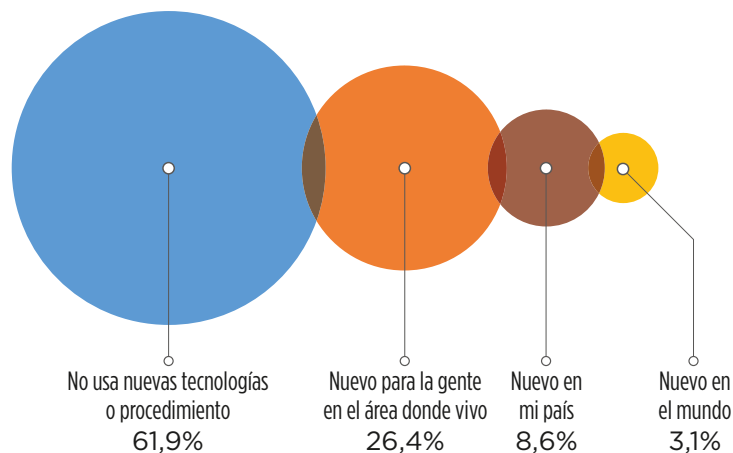
ii. Nivel de tecnología

GEM mide la percepción de los empresarios sobre el nivel de novedad de la tecnología que usan en su empresa. Según la gráfica 41, 61,9 % de los empresarios considera que sus tecnologías no tienen ningún grado de novedad; 26,4 % que las tecnologías o procedimientos que usan son nuevos para la gente del área donde vive; 8,6 % que son nuevos en su país, y solo 3,1 % que son nuevos para el mundo.

Se puede apreciar que el nivel de novedad de los productos y servicios presenta la misma tendencia que el nivel de novedad de tecnologías usadas por los empresarios. Es decir, se necesitan políticas que fomenten y faciliten la innovación de los procesos productivos, el acceso a nuevas tecnologías y procesos, y la generación de empresas basadas en conocimiento.

GRÁFICA 41

Nivel de tecnología en Colombia 2020



Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)



ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN COLOMBIA EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS

A. DISCONTINUIDAD EMPRESARIAL POR LA PANDEMIA

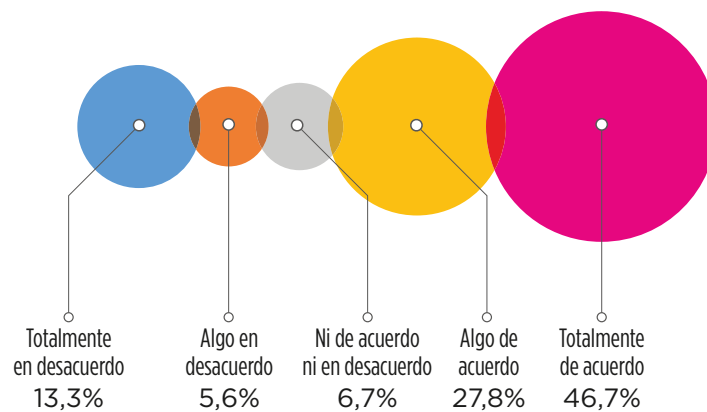
Como se explicó anteriormente, la discontinuidad empresarial abarca más allá del cierre definitivo de las empresas. Es decir, se tiene en cuenta aquellas empresas que detuvieron sus actividades, vendieron su empresa, cerraron temporalmente o abandonaron su negocio.

De acuerdo con la gráfica 42, de los emprendedores que suspendieron actividades en 2020, cerca de 74,5 % de estos lo hizo por las medidas adoptadas para la mitigación de los efectos de la pandemia. Estos resultados deben ser observados junto con

los indicadores de novedad de los productos y tecnologías de las empresas, debido a que una de las lecciones que deja la pandemia a los emprendedores es que la transformación digital es una obligación, la cual puede ser un pilar fundamental para la reactivación económica de las empresas (Endeavor, 2021).

GRÁFICA 42

Cese de actividades en la empresa por causa del coronavirus 2020



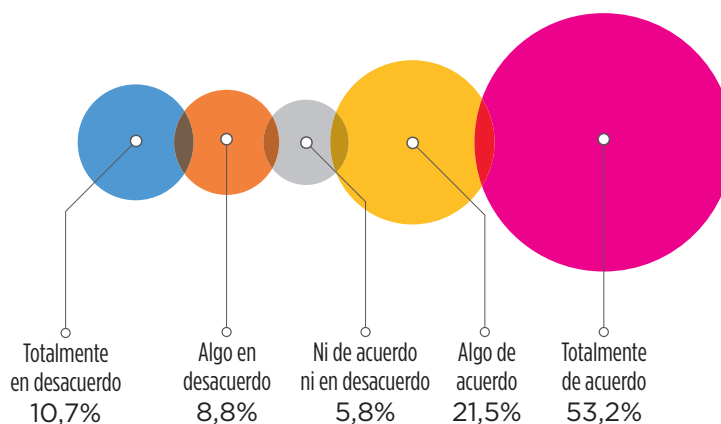
Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)

Por otra parte, la pandemia también afectó a las empresas que estaban en nacimiento; en la gráfica 43, se evidencia que 74,7 % de los emprendedores que no empezaron con las operaciones de su negocio tomó esta decisión a causa de las medidas tomadas para afrontar la pandemia. En este sentido, se deben fortalecer los conocimientos de los emprendedores para afrontar situaciones imprevistas, a fin de que

estos puedan generar estrategias novedosas para llegar a sus clientes o comercializar sus servicios.

GRÁFICA 43

Retraso en inicio de operaciones de empresas por causa del coronavirus 2020

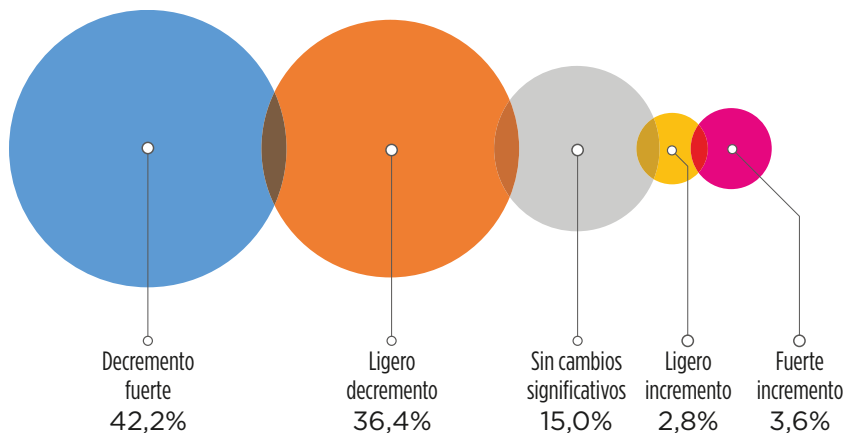


Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)

En este sentido, como producto del cese de actividades y del freno a la puesta en marcha de nuevas ideas de negocio, 42,2 % de los hogares colombianos en 2020 manifestó haber presentado un fuerte decremento en su nivel de ingresos y 36,4 % un ligero decremento, en tanto que 15,3 % no experimentó cambios significativos. Por su parte, 2,8 % de los hogares manifestó tener un ligero incremento en sus ingresos, mientras que 3,6 % afirmó percibir un fuerte incremento de sus ingresos.

GRÁFICA 44

Variación en ingresos de los hogares por causa del coronavirus 2020

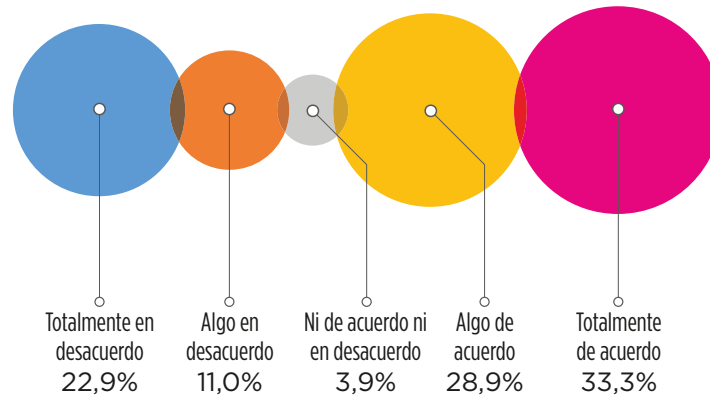


Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)

Por otra parte, la pandemia significó el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocio para 61,7 % de los emprendedores; 4,4 % fue indiferente ante esto, y 33,9 % no percibió la aparición de nuevas oportunidades de negocio derivadas de la pandemia (véase gráfica 45).

Estas cifras guardan relación con lo manifestado por Endeavor Colombia (2021), esto es, que la pandemia ha servido para que algunos emprendedores exploren nuevos mercados a través de la experimentación y el desarrollo de nuevos productos. Sin embargo, la infraestructura y la necesidad de los emprendedores por una mayor preparación dificultan la identificación y aprovechamiento de estas oportunidades.

GRÁFICA 45

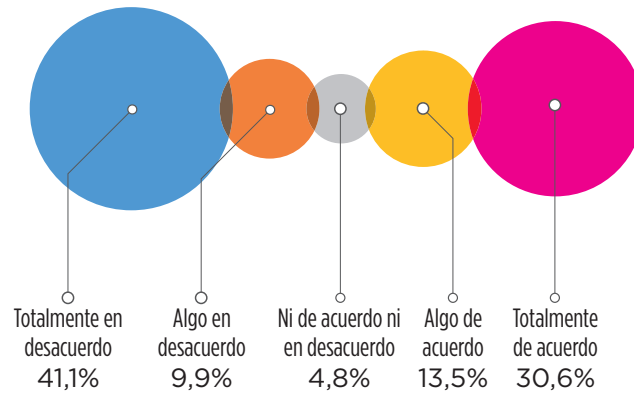
Aparición de nuevas oportunidades por causa del coronavirus para la TEA colombiana 2020

Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)

Por otra parte, como se hace patente en la gráfica 46, en 2020, a diferencia de los emprendedores en etapas tempranas, 44,1 % de los empresarios establecidos percibió que se presentaron nuevas oportunidades a causa de la pandemia, 4,8% fue indiferente ante la situación, y 51 % manifestó no haber identificado nuevas oportunidades por causa del coronavirus. Esto puede guardar una fuerte relación con los bajos niveles de tecnología usados por las empresas colombianas, hecho que dificulta el aprovechamiento de oportunidades al no contar con la tecnología suficiente para comercializar bienes o servicios de manera digital.

GRÁFICA 46

Aparición de nuevas oportunidades por causa del coronavirus para empresarios establecidos 2020



Fuente: Elaboración propia. GEM Colombia (2020)



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados del estudio llevado a cabo por GEM Colombia constituyen un referente informativo, obtenido a partir de fuentes primarias, acerca del estado actual del emprendimiento en el país. Son una herramienta de alto valor para evaluar la evolución y dinámica de la actividad emprendedora, así como el desarrollo de políticas públicas pertinentes dirigidas a mejorar el nivel y calidad del emprendimiento en Colombia.

GEM permite realizar análisis históricos y comparaciones con otras economías con datos confiables, a través de un proceso de investigación que lleva implementándose y perfeccionándose en Colombia desde hace más de 16 años.

Las conclusiones están basadas en las dos principales fuentes de información de GEM (APS y NES) y han sido orientadas a la sugerencia de acciones pertinentes para mejorar el tejido empresarial del país.

- Con relación a las percepciones del entorno empresarial, se debe fomentar la cultura emprendedora en la población adulta, entendiendo a los emprendedores como generadores de ingreso y empleo, y abandonando paulatinamente el emprendimiento como una opción de subsistencia.
- Se deben impulsar iniciativas empresariales en los estudiantes, fomentando la innovación, el espíritu emprendedor y la generación de emprendimientos basados en conocimiento.
- Mejorar las percepciones y actitudes favorables hacia el emprendimiento, las cuales han ido disminuyendo en los últimos años. Esto puede fomentarse mediante una mayor visibilidad de casos de éxito y campañas de sensibilización y apoyo de iniciativas a través de redes sociales.
- Las competencias empresariales de la población han presentado una disminución, por lo que se hace imperativo mejorar estas competencias en todos los niveles educativos (desde primaria hasta posgrado). Dicha mejora puede obtenerse a través de programas regionales y locales, que reconozcan las particularidades del territorio y cuenten con la participación de la academia, el Gobierno y el sector empresarial real.
- Se sugiere mejorar la visibilidad de los empresarios en el país mediante concursos y premios con presencia en medios de comunicación masivos. De modo que pueda aumentarse la aceptación sociocultural del emprendimiento y se generen nuevos modelos de rol que motiven la generación de nuevos empresarios y redes de los mismos.
- Es importante tratar el miedo al fracaso como obstáculo para emprender con especial énfasis en la población joven. Para ello, se deben adoptar prácticas como laboratorios en emprendimiento, validaciones de mercado o juegos de roles para mejorar la sensibilidad de las personas frente a la incertidumbre.

- Con respecto a las condiciones del entorno, Colombia obtuvo en 2020 una puntuación promedio de 4,8 sobre 10, según la calificación de los expertos, lo cual supone un deterioro con respecto al promedio de 2019, que fue de 6 sobre 10. De los resultados, se resalta la necesidad de programas de apoyo financiero a los emprendedores, la disminución de aranceles e impuestos para los emprendedores, la necesidad de mejora de la infraestructura comercial y profesional, el fortalecimiento de las condiciones del mercado interno y la mejora en cuanto al acceso a infraestructura física para los emprendedores.
- De lo anterior, se destaca la necesidad de fortalecer y crear redes de inversionistas que apoyen nuevas iniciativas empresariales y, a su vez, crear incentivos para tales iniciativas.
- Ajustar los mecanismos tributarios de acuerdo con las etapas de las empresas. Se deben usar tarifas diferenciadas para incentivar la formalización de negocios en etapas tempranas, pues muchos de estos no se formalizan debido a las cargas tributarias que esto conlleva.
- Es necesario desarrollar programas, incubadoras y preincubadoras empresariales que acompañen a los futuros empresarios en las etapas de desarrollo, validación y puesta en marcha de sus iniciativas de negocio. De este modo, se reduce la incertidumbre de los empresarios, se promueve la generación de empresas de alto potencial de crecimiento y se disminuyen las brechas entre las diferentes etapas del proceso emprendedor.
- Se deben crear, fortalecer y visibilizar redes de trabajo colaborativo entre empresarios. Esto permitirá la creación de clústeres, retroalimentación entre empresarios en cuanto a procesos, productos, experiencias y conocimiento, así como la generación de cadenas de valor en los sectores en los que se prioricen estas redes; esto puede ser una estrategia importante para la reactivación del tejido empresarial.
- Si bien Colombia ha mostrado avances significativos en cuanto a la reducción de brechas de género en emprendimiento, se debe seguir fortaleciendo el rol de la mujer como un actor importante en la dinamización de la actividad

emprendedora del país. Esto puede lograrse mediante la creación de incentivos para iniciativas empresariales lideradas por mujeres.

- Es urgente apoyar a los empresarios en el acceso a nuevas tecnologías y el desarrollo de productos y servicios innovadores. De este modo, se facilitará el acceso a nuevos mercados (nacionales e internacionales) y se mejorará la competitividad de los emprendedores en etapas tempranas. Esta necesidad, muestra de las brechas existentes entre emprendedores, quedó en evidencia durante la pandemia.
- Se debe fomentar la participación de los emprendedores en compras estatales, convocatorias y programas de fomento o de crecimiento para empresas. De esta manera, se mejorará el ingreso de los emprendedores colombianos y el flujo de caja de las empresas como medida de reactivación económica.
- En cuanto a la coyuntura durante la pandemia, los emprendedores manifestaron que sus principales dificultades están asociadas a la falta de capital y la imposibilidad de aprovechar nuevas oportunidades de negocio debido a factores como la poca digitalización de las empresas. En este sentido, se deben implementar programas orientados a rescatar a los emprendedores a través de la inyección de capital y transformación tecnológica.

REFERENCIAS

- Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Auken, H., Fry, F. & Stephens, P. (2006). The Influence of Role Models on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(2), 157-167. <https://doi.org/10.1142/S1084946706000349>
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy in Changing Societies*. Cambridge University Press.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: an agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M. V. & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.03.004>
- Cassar, G. & Friedman, H. (2009). Does self-efficacy affect entrepreneurial investment? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 241-260. <https://doi.org/10.1002/sej.73>
- Departamento Nacional de Planeación (16 de diciembre de 2020). *Colombia mejora en competitividad, según empresarios*. <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Colombia-mejora-en-competitividad-segun-empresarios.aspx>
- Endeavor Colombia (28 de enero de 2021). *Lecciones que ha dejado la pandemia a los emprendedores Endeavor*. <https://endeavor.org.co/campus/lecciones-que-le-ha-dejado-la-pandemia-a-los-emprendedores-endeavor/>

- 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.
- iNNpuls Colombia (17 de junio de 2020). *Analítica*. https://www.innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/Boletin_analitica_junio_2020_web_3.pdf
- Ionescu-Somers, A. & Tarnawa, A. (2020). Executive Summary. En A. Ionescu-Somers & A. Tarnawa (eds.), *Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship. Exploring policy remedies for recovery* (pp. 12-24). The Global Entrepreneurship Research Association.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit* (Vol. 31). Houghton Mifflin.
- Mor, S., Madan, S. & Chhikara, R. (2020). The risk seeking propensity of Indian entrepreneurs: A study using GEM data. *Strategic Change*, 29(3), 311-319. <https://doi.org/10.1002/jsc.2330>
- Peñaherrera, M. & Cobos, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247. <https://revistas.uam.es/reice/article/view/3066>
- Vaillant, Y. & Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(4), 313-337.

LOS AUTORES

■ Mariangela López Lambrano

Directora del equipo GEM Colombia 2020. 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.

mlambrano@uninorte.edu.co
CVLAC:



■ Eduardo Gómez Araujo

Doctor (Ph.D.), Magíster (M.Sc.) y diploma en Creación, Estrategia y Gestión de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor, investigador y consultor del departamento de Emprendimiento y Management de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte.

araujoe@uninorte.edu.co
CVLAC:



■ Juan Darío Muñoz Robles

M.B.A. y psicólogo con minor en psicología clínica de la Universidad del Norte. Docente a tiempo completo de la misma institución. Se ha desempeñado por más de 5 años como coordinador del programa de pregrado en Contaduría Pública de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte y es el actual coordinador de Prácticas Profesionales de esta misma dependencia.

jdmunoz@uninorte.edu.co





■ **Mateo Barraza Arcila**

Coordinador de GEM Colombia 2020. Economista de la Universidad del Norte, con experiencia en análisis de valor agregado, seguimiento y evaluación de políticas educativas y emprendimiento.

gem@uninorte.edu.co
CVLAC:



■ **Moisés Galvis Maldonado**

Especialista en diseño y evaluación de proyectos, economista de la Universidad del Norte, con experiencia en emprendimiento, evaluación de impacto, formulación de proyectos y análisis estadístico. Miembro de GEM Colombia desde 2017.

megalvis@uninorte.edu.co



■ **Rodrigo Varela Villegas**

Fundador del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) en la Universidad Icesi investigador emérito de Minciencias y fundador de GEM Colombia. Profesor distinguido de la Universidad del Valle, exmiembro del GERA Board y del Research Innovative Advisory Committee (RIAC) del proyecto GEM. Autor de múltiples libros de texto, reportes de investigación, artículos científicos e informes de consultoría.

rvarela@icesi.edu.co
CVLAC:



■ Jhon Alexander Moreno Barragán

Estudiante del Doctorado en Administración y Dirección de Empresas de la Universitat Politècnica de Valencia, magíster en Educación, Administrador de Empresas y profesional en Mercadeo de la Universidad ICESI. Profesor e investigador del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial en la Universidad ICESI. Miembro de GEM Colombia desde 2013. Con experiencia en desarrollo de la mentalidad empresarial, solución creativa de problemas, diseño de modelos de empresa, procesos de validación empresarial, plan de empresa, diseño curricular, educación emprendedora e investigación cuantitativa.

jamoreno@icesi.edu.co

CVLAC:



■ Fernando Pereira Laverde

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 PUJ sede Cali. Es miembro fundador del equipo GEM Colombia desde 2006 y se desempeñó como director del proyecto durante el ciclo 2018-2019. Investigador en la línea de desarrollo del espíritu emprendedor.

fpereira@javerianacali.edu.co

CVLAC:



■ Fabián Osorio Tinoco

Doctor en Administración, magíster en Administración de Empresas, Especialista en Finanzas e ingeniero industrial de la Universidad del Valle. Con más de 20 años de experiencia en diversos sectores empresariales y más de 10 años en docencia e investigación. Investigador senior del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. Experto en aplicación de metodologías de innovación basadas en el usuario. Ha participado en diversos proyectos de investigación y congresos nacionales e internacionales en temas de emprendimiento, innovación y orientación al mercado.

fosorio@javerianacali.edu.co

CVLAC:



■ León 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 veinte 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 como ONUSIDA, PNUD, UNFPA y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en las áreas de desarrollo regional, brechas tecnológicas, Big Data y Data Analytics a nivel mundial. Actualmente se desempeña como empresario e inversionista en el área de análisis de datos y transformación digital y profesor asociado de la Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas de la Universidad EAN.

ldparra@universidadean.edu.co

CVLAC:



■ Liyis Gómez Núñez

Doctora en Creación, Estrategia y Gestión de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona (España). M.B.A. de la Universidad del Norte e ingeniera Industrial. 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.

lgomez@coruniamericana.edu.co

CVLAC:



■ Marco Molina Acosta

Contador público, Especialista en Finanzas y Sistema y magíster en Dirección y Administración de Empresas; 12 años de experiencia en el surgimiento de ideas de negocio y formación en emprendimiento que impulsen el desarrollo del espíritu emprendedor económico y social. Se ha desempeñado como director del Centro de Innovación y Emprendimiento de la Corporación Universitaria Americana y actualmente líder de formación y sensibilización de emprendimiento y docente. Miembro activo del ecosistema de emprendimiento del departamento del Atlántico y de la Red Universitaria de Emprendimiento.

mmolinaa@coruniamericana.edu.co



■ **Gustavo Martínez Rueda**

gustavo.martinezr@campusucc.edu.co

Magíster en Gestión de Organizaciones de la Universidad Cooperativa de Colombia, ingeniero metalúrgico de la Universidad Industrial de Santander. Profesor – coordinador de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables en la Universidad Cooperativa de Colombia, con 16 años de experiencia en gestión de proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación en articulación de empresas y sectores productivos con la academia. Representante institucional en mesas de trabajo regionales con la Comisión Regional de Competitividad, e integrante promotor de la oficina UCCEmprende en el marco de S-Innova Santander (Red Nacional CEmprende).



■ **iNNpuls Colombia**

info@innpulsacolombia.com

iNNpuls 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.



ANEXOS

ANEXO 1. INTERPRETACIÓN DE LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN CADA UNA DE LAS DIMENSIONES EN LA ENCUESTA A EXPERTOS NACIONALES (NES)

Apoyo financiero	
Existencia de capital propio	Los empresarios disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de créditos	Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de subsidios públicos	Hay suficientes subsidios públicos disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de inversionistas informales	Es bastante común obtener financiación proporcionada por inversionistas informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares) personas privadas que no poseen parte de las empresas en que invierten) para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de ángeles inversionistas	Hay suficiente oferta de financiación procedente de asociaciones profesionales y/o de "business angels" para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de capital de riesgo	Hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.

Continúa...



Apoyo financiero	
Oferta pública de venta	La salida a bolsa es un recurso habitualmente utilizado para proporcionar financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.
Existencia de crowdfunding	Es bastante común el obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo "crowdfunding" para las empresas nuevas y en crecimiento.

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

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

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

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



Educación empresarial en la etapa de formación profesional	
Enseñanza de creación de empresas en la educación superior	Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.
Enseñanza de administración en la educación superior	La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.
Enseñanza de creación de empresas en la educación continua	Los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.

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

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

Dinámica del Mercado interno: Mercado interno	
Cambio en mercados de consumo	Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.
Cambio en mercados para empresas	Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.

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



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

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

ANEXO 2. MIEMBROS DEL EQUIPO GEM COLOMBIA 2020

Institución	Integrante	E-mail
Universidad del Norte	Mariangela López Lambraño	mlambrano@uninorte.edu.co
	Mateo Barraza Arcila	gem@uninorte.edu.co
	Eduardo Gómez Araujo	araujoe@uninorte.edu.co
	Juan Darío Muñoz	jdmunoz@uninorte.edu.co
ICESI	Rodrigo Varela Villegas	rvarela@icesi.edu.co
	Jhon Alexander Moreno	jamoreno@icesi.edu.co
	Juan David Soler	jdsoler@icesi.edu.co
Javeriana Cali	Fernando Pereira	fpereiral@gmail.com
	Fabián Osorio	fosorio@javerianacali.edu.co
	Manoj Chandra	manoj.bayan@javerianacali.edu.co
EAN	León Parra Bernal	ldparra@universidadean.edu.co
	Jairo Orozco Triana	jaorozco@universidadean.edu.co
CorUniamericana	Liyis Gómez Núñez	lgomez@coruniamericana.edu.co
	Marco Molina	mmolinaa@coruniamericana.edu.co
	Lina Casalins	lcasalins@coruniamericana.edu.co
UCC Bucaramanga	Gustavo Martínez Rueda	gustavo.martinezr@campusucc.edu.co
	Flor Alba Rueda	flor.rueda@ucc.edu.co
iNNpulsa Colombia	Rosana Velasco Chaves	info@innpulsacolombia.com





Esta obra, editada en Barranquilla por
Editorial Universidad del Norte, se terminó de imprimir
en los talleres de Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.S. en agosto de 2021.
Se compuso en ITC Mendoza Roman Std y Montserrat.



COLOMBIA

2020-2021