

Factores asociados a los empresarios establecidos en Colombia desde el enfoque GEM entre 2006 y 2022

León Darío Parra Bernal y Milenka Linneth Argote Cusi

Lecturas de Economía - No. 101. Medellín, enero-junio 2024



León Darío Parra Bernal y Milenka Linneth Argote Cusi

Factores asociados a los empresarios establecidos en Colombia desde el enfoque GEM entre 2006 y 2022

Resumen: El objetivo de este artículo consiste en analizar los factores clave relacionados con los empresarios establecidos en Colombia utilizando los datos del Global Entrepreneurship Monitor GEM a nivel nacional del 2006 al 2022, en cortes transversales. Para ello, se utilizó un modelo logístico asimétrico para muestras raras, dada la baja participación de los empresarios establecidos en el total de la muestra. Entre los resultados más importantes se encontró que las características sociodemográficas de los individuos, tales como el género, la edad y el nivel de escolaridad, así como la autopercepción con relación al miedo al fracaso y al entorno para emprender, mostraron una mayor asociación y nivel de significancia con los empresarios establecidos, frente a las variables asociadas a las características de la empresa o unidad productiva, tales como sector, innovación y uso de nuevas tecnologías.

Palabras clave: empresas establecidas, datos GEM, empresas colombianas, MIPYMES, emprendimiento.

Clasificación JEL: M1, M13, M23, C13, C35.

Associated factors to established entrepreneurs in Colombia, a view from GEM in 2006–2022

Abstract: The aim of this article was to analyze the key factors related to established entrepreneurs in Colombia using data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) at the national level from 2006 to 2022, in cross-sectional cuts. To achieve the described objective, an asymmetric logistic model was used for rare sample events due to the low participation of established entrepreneurs in the total sample. Among the most important results, it was found that sociodemographic characteristics of individuals, such as gender, age, and level of education, as well as self-perception regarding fear of failure and the entrepreneurial environment, showed a higher association and level of significance with established entrepreneurs compared to variables associated with company or productive unit characteristics, such as sector, innovation, and use of new technology.

Keywords: Established Businesses, GEM data, Colombian companies, SMEs, entrepreneurship.

<https://doi.org/10.17533/udea.le.n101a351807>



Este artículo y sus anexos se distribuyen por la revista *Lecturas de Economía* bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Facteurs associés aux entrepreneurs établis en Colombie à partir de l'approche GEM entre 2006 et 2022

Résumé: *L'objectif de ce document est d'analyser les facteurs clés liés aux entrepreneurs établis en Colombie en utilisant les données du Global Entrepreneurship Monitor GEM au niveau national de 2006 à 2022, en coupes transversales. Pour ce faire, un modèle logit asymétrique pour les échantillons épars a été utilisé, étant donné la faible proportion d'entrepreneurs établis dans l'échantillon total. Parmi les résultats les plus importants, il a été constaté que les caractéristiques sociodémographiques des individus, telles que le sexe, l'âge et le niveau de scolarité, ainsi que la perception de soi en ce qui concerne la peur de l'échec et l'environnement de l'entrepreneuriat, ont montré une association plus importante et un niveau de signification plus élevé avec les entrepreneurs établis, par rapport aux variables associées aux caractéristiques de l'entreprise ou de l'unité de production, telles que le secteur, l'innovation et l'utilisation de nouvelles technologies.*

Mots clés: *entreprises établies, données GEM, entreprises colombiennes, MPME, esprit d'entreprise.*

Cómo citar / How to cite this item:

Parra-Bernal, L. D., & Argote-Cusi, M. L. (2024). Factores asociados a los empresarios establecidos en Colombia desde el enfoque GEM entre 2006 y 2022. *Lecturas de Economía*, 101, 105-134. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n101a351807>

Factores asociados a los empresarios establecidos en Colombia desde el enfoque GEM entre 2006 y 2022

León Darío Parra Bernal ^a y Milenka Linneth Argote Cusi ^b

–Introducción. –I. Revisión de literatura. –II. Metodología y datos. –III. Resultados.

–Conclusiones y discusión. –Anexo. –Agradecimientos. –Declaración de ética.

–Referencias.

Primera versión recibida el 10 de noviembre de 2022; versión final aceptada el 19 de julio de 2023

Introducción

Una de las preguntas de investigación de mayor trascendencia en el estudio del emprendimiento y su relación con el crecimiento económico consiste en establecer cuáles son los factores o variables asociadas con los emprendimientos que logran establecerse a lo largo del tiempo en la economía, y en qué medida dichos factores se diferencian de los asociados a los emprendimientos en etapas tempranas. Al respecto, varios estudios realizan un análisis sobre el desarrollo y éxito de emprendimientos con relación al contexto en el que se desenvuelven y el sector económico en el que se gestan. En dichos estudios se encuentra que el tipo de emprendimientos que se crean en la economía, entre países con distintos niveles de desarrollo, se diferencia entre las economías impulsadas por los factores de aquellas impulsadas por la eficiencia y la innovación¹ (Amorós et al., 2017; Bartesaghi et al., 2017; Kelley, et al., 2011; López & Álvarez, 2018, Martins, et al., 2018)

^a *León Darío Parra Bernal*: profesor asociado de la Universidad EAN, Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas (FAFCE), Bogotá, Colombia. Dirección electrónica: ldparra@universidadean.edu.co <https://orcid.org/0000-0002-1509-1262>

^b *Milenka Linneth Argote Cusi*: profesora de la Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia. Dirección electrónica: milenkaargote@usantotomas.edu.co <https://orcid.org/0000-0003-4448-1347>

¹ El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) clasifica los países de acuerdo a su nivel de desarrollo productivo en tres categorías: economías impulsadas por los factores las cuales cuentan con los requerimiento básicos a nivel institucional y de infraestructura para generar nuevas empresas; economías impulsadas por la eficiencia cuyo nivel de maduración institucional ha permitido el uso eficiente de recursos como el mercado laboral, la educación

Lo anterior lleva a plantear diversos interrogantes en torno a las condiciones favorables y factores asociados a los empresarios establecidos, involucrando —de una parte— tanto las características sociodemográficas, competencias y autopercepción de los individuos, como las características de sus unidades productivas tales como: innovación, uso de nuevas tecnologías y orientación de su mercado hacia el exterior. El resolver cuáles de estos factores o variables son más relevantes para que los empresarios se establezcan y perduren en el tiempo, aporta en la formulación de lineamientos de política pública orientados a fortalecer el tejido productivo, y en el mismo sentido, establecer qué mecanismos o programas de fomento empresarial son necesarios para la transformación productiva de las economías en desarrollo.

Por otra parte, el año 2020 fue atípico para el emprendimiento a nivel global debido a la pandemia del COVID-19 y el proceso de desaceleración económica que originó el cierre de establecimientos comerciales y distanciamiento social. En el informe del Global Entrepreneurship Monitor —GEM— se refleja que, si bien la intención para emprender aumentó de forma significativa en la mayoría de las 50 economías del estudio, ello pudo estar asociado a la caída pronunciada en la generación de empleo y el proceso de precarización laboral que se vivió durante el 2020 (Bosma et al., 2021). Surge entonces, el interés por comparar lo que aconteció con la relación entre las variables de estudio y los empresarios establecidos en el periodo antes del COVID-19 en contraste con lo que ocurrió en el 2020 y, posteriormente, en el 2022. A su vez, en el presente artículo se buscó indagar en qué medida la permanencia de los empresarios en el mercado se asoció o no con las características sociodemográficas de los mismos, así como con su autopercepción, más que con factores inherentes a la estructura productiva de las compañías o al contexto en el que estas se desarrollan, más aún ante una coyuntura como la ocasionada por el impacto del COVID-19 en el sistema productivo colombiano (Dubini, 1989; López-Lambraño et al., 2021; Martins et al, 2018; Van Gelderenand & Jansen, 2006).

superior y un mercado financiero sofisticado para generar nuevas empresas —categoría en la cual se encuentra Colombia— y economías impulsadas por la innovación cuyo nivel de desarrollo económico les ha permitido generar todo un ecosistema institucional y de transferencia del conocimiento propicio para generar nuevas empresas. (Kelley et.al, 2011).

Con base en lo anterior, la investigación giró en torno a las preguntas: ¿Cuáles fueron los factores clave relacionados con los empresarios establecidos en Colombia durante el periodo analizado, en contraste con los nuevos emprendimientos? y ¿qué diferencias significativas se presentaron entre los años anteriores a la Pandemia del COVID-19 en relación con lo que aconteció en 2020 y 2022? La respuesta a estas preguntas podría aportar nuevos lineamientos de política pública para los programas de fortalecimiento empresarial, principalmente aquellos que se han implementado en la postpandemia.

De otro lado, la justificación de Colombia como caso de estudio ha sido argumentada en diferentes investigaciones que indican la importancia de analizar de qué forma la autopercepción y las competencias de los empresarios inciden en que estos perduren en el tiempo, en una de las economías con la tasa de actividad emprendedora más alta del mundo —la cuarta economía de América Latina en términos de PIB— y con un ecosistema empresarial consolidado para el crecimiento de empresas en etapa de fortalecimiento (López et al., 2021; Ojito et al., 2019).

Lo anterior facilita el contexto de análisis para identificar los factores que deberían priorizar los tomadores de decisiones en política pública al formular y desarrollar proyectos y programas orientados al fortalecimiento empresarial y el crecimiento económico de las naciones.

De otro lado, fue factible acceder a la base de datos del Global Entrepreneurship Monitor² (GEM) para Colombia en la última década, de la cual se poseen registros representativos a nivel nacional sobre las características de los individuos que contestaron la Encuesta a Población Adulta (APS por sus siglas en inglés). De dicha base se cuenta con información a nivel de microdatos a partir del año 2002 en que Colombia ingresó al proyecto hasta el año 2022 del cual se tiene el último registro actualizado, la encuesta a su vez se realiza a partir de un muestreo anual aleatorio simple de dos mil encuestas a la población adulta colombiana entre 18 y 64 años, y su información permite extraer inferencias a nivel nacional.

² El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el proyecto de investigación de mayor envergadura a nivel mundial en el tema de emprendimiento y caracterización empresarial. Cuenta con información sobre la actividad emprendedora a nivel de país y ciudades de más de 50 naciones para los últimos veinte años, Colombia participa a través del consorcio GEM Colombia desde el 2002.

El artículo se desarrolla de la siguiente manera: en la primera sección se contextualiza el estudio y revisa las referencias teóricas sobre el tema de emprendimiento, así como los factores asociados a los empresarios establecidos y la importancia de políticas públicas adecuadas para fortalecerlos. En la segunda sección, se presenta la metodología y el modelo estadístico que se utilizó para determinar los factores asociados a los empresarios establecidos en Colombia entre 2006 y 2022 utilizando datos GEM. En la tercera sección, se exponen los resultados del modelo para identificar los factores clave asociados a los empresarios establecidos para el caso colombiano en diferentes niveles de análisis y los cambios surgidos entre periodos. Finalmente, la cuarta sección se cierra con una discusión y conclusiones sobre los hallazgos, así como futuras líneas de investigación.

I. Revisión de literatura

Existe una amplia literatura sobre el espíritu empresarial en general y el emprendimiento innovador en particular (Audretsch et al., 2016; Rothaermel et al., 2007). La relación entre el espíritu empresarial y la dinámica económica ha sido estudiada desde el comienzo de la ciencia económica. Para Schumpeter (1934), el desarrollo económico estaba relacionado con el fortalecimiento de las empresas y estas, a su vez, proporcionaban las innovaciones necesarias en el proceso de producción para generar desenvolvimiento y desarrollo del sistema económico. Por otro lado, para Kizner (1997) y Mises (1961), el papel del empresario en la sociedad determinaba el grado de utilización de los factores de producción, lo cual significaba que la iniciativa empresarial era el agente que regula el ciclo de producción de acuerdo con los deseos más urgentes de los consumidores, utilizando la forma óptima.

En el lado de los estudios empíricos, cabe destacar el Proyecto del GEM, que en las últimas dos décadas ha recopilado información de más de cien países del mundo que caracterizan la actividad de emprendimiento y empresarial de la población adulta (Amorós et al., 2017; Bruns et al., 2017; López & Álvarez, 2018; Martins, et al., 2018; López-Lambrano et al., 2021). En este sentido, desde este enfoque uno de los grandes temas de análisis en el estudio del emprendimiento, es averiguar en qué medida las características sociodemográficas, productivas y

económicas de los emprendedores y empresarios se encuentran relacionadas con el tipo de empresas que se generan en la economía y su permanencia en la misma.

Lo anterior, a su vez, se relaciona con las competencias de los empresarios y su desempeño empresarial. Desde esta perspectiva, el enfoque del “Self-Efficacy” y el “Self-Efficiency” indica que los aspectos inherentes a la personalidad y habilidades generadas de los empresarios afectan la perdurabilidad de las empresas que ellos generan, mediado en gran medida por su autoeficacia para hacer negocios y la confianza que el empresario posee para hacerlos crecer (Solesvik, 2017). A su vez, retomando los postulados de la teoría del comportamiento planeado de Ajzen (1985), el enfoque del Self-Efficacy observa las competencias, los conocimientos y las motivaciones que llevan a los empresarios a crear su propia empresa y la forma de sobrevivir con éxito en el mercado (Berger-Douce & Schmitt, 2013; Sastre-Castillo et al., 2015).

Los factores asociados a los empresarios establecidos se han analizado desde diferentes enfoques. El primero, estudia los factores relacionados con la intencionalidad para emprender indicando, por ejemplo, que los emprendedores que se establecen en el tiempo regularmente se asociaron más con la búsqueda de nuevas oportunidades como principal motivador para emprender más que con la necesidad, lo cual los lleva a ver su emprendimiento como parte de su proyecto de vida y no como algo puramente coyuntural (Argote-Cusi & Parra, 2016; Diez-Farhat et al., 2021). Otras investigaciones se centran en analizar los factores involucrados en la generación de nuevos emprendimientos y Spin-Off en el contexto de la transferencia de tecnología, indicando que los empresarios que logran establecerse y que permanecen en el mercado suelen ser aquellos que de una u otra forma se diferencian de sus pares haciendo uso de nuevas tecnologías e innovación en sus procesos productivos (Colombo & Delmastro, 2002; Fini et al., 2017; Kantis et al., 2002; Monteiro et al., 2017; Parra et al., 2022; Pazos et al., 2008; Rasmussen et al., 2014; Rothaermel, et. al., 2007), y finalmente, algunos estudios se han enfocado en el impacto de la capacitación empresarial y la experiencia empresarial en la perdurabilidad de los empresarios en el mercado, indicando que los empresarios que perduran en el tiempo suelen asociarse con una mayor experiencia y conocimientos técnicos en el ámbito empresarial frente aquellos

que no cuentan con ningún tipo de formación o práctica en la materia (Gielnik et al., 2017; Stumph et al., 2017).

A su vez, algunas investigaciones indican que los factores asociados a los empresarios establecidos están más relacionados con las características específicas de los mismos más que con los factores externos (Antonicic et al., 2016; Berguer-Douce & Schmitt, 2013; Sastre-Castillo et al., 2015; Solesvik, 2017). En este sentido, Lazaer (2004) y Lazear et al. (2016) señalan que la probabilidad de observar un comportamiento empresarial perdurable puede explicarse en términos del capital humano del empresario, con variables como: las competencias que posee el individuo para emprender, el conocimiento en el área o sector en el que está emprendiendo, las motivaciones que lo llevaron a crear su propia empresa y el modo de sobrevivir con éxito en el mercado. En este enfoque, la experiencia previa de los empresarios en un sector o industria aumenta significativamente la probabilidad de crecimiento y consolidación de su emprendimiento o empresa (Solesvik, 2017; Van Gelderen & Jansen, 2006). Del mismo modo, los empresarios con un alto nivel de educación están mejor equipados para desarrollar empresas fuertes y dinámicas o basadas en la tecnología, por lo que los programas públicos orientados a fortalecer la economía deben centrarse en mejorar dichas competencias. Sin embargo, no queda del todo claro de qué forma los atributos y características personales del empresario tienen un impacto positivo en el crecimiento y perdurabilidad de sus empresas y cómo se encuentran afectados por el contexto económico del país en el cual se emprende (Acs et al., 2016; López & Alvaréz, 2018).

Otro factor estudiado en los empresarios establecidos es el financiamiento como variable esencial a lo largo del ciclo económico. El capital semilla que tiene el empresario para iniciar su negocio podría definir la fuerza de su inicio y subsiguiente supervivencia (Colombo et al., 2015; Hochberg, 2016). Lasio et al. (2005) encontraron que el 75 % de los empresarios ecuatorianos inician sus negocios con recursos de sus familias, amigos o vecinos, lo que implica que un alto porcentaje de negocios nuevos se financian con recursos propios y tan solo el 15 % accede al sector financiero para financiar su emprendimiento. Parra y Argote (2017) encontraron para el caso del sector metalúrgico en Colombia, que las compañías financiaron su etapa inicial con ahorros familiares, ingresos de empleos anteriores, amigos o préstamos familiares y, en última instancia, con

instituciones financieras o bancos. Otros estudios han encontrado que el tipo de financiamiento en las primeras etapas de las empresas afecta su estabilidad en el mercado a largo plazo (Belz, & Binder, 2017; Echeopar et al. 2006; Fracica, et al., 2011; Parra & Argote, 2017).

Por otro lado, Laukkanen et al. (2016) y Kelley et al. (2011) realizaron un análisis sobre el desarrollo y el éxito de las empresas en relación con su contexto económico y su orientación al mercado. Estos estudios encontraron que las empresas que perduran difieren entre países con distintos niveles de desarrollo y están más presentes en aquellas economías orientadas a la exportación. Sekkat (2016) y Mengistae (2006), a su vez, señalan que el crecimiento y el desarrollo de las empresas están influenciados por el sector donde operan los negocios y la orientación del mercado de las empresas; así una nueva empresa en el sector manufacturero tiene que enfrentar diferentes barreras que si se crea en el sector de servicios.

Finalmente, otra línea de investigación observa que los empresarios dinámicos regularmente nacen en las universidades en las cuales los estudiantes que cuentan con una formación empresarial y emprendedora inician un nuevo negocio como opción de empleo o debido a una nueva oportunidad de mercado para percibir mejores ingresos, proceso en el cual la universidad se constituye en un importante punto de apoyo para fortalecer las competencias del emprendedor y hacer que este se mantenga a lo largo del tiempo (Arias-Vargas et al., 2021; Guevara et al., 2022; Parra & Argote, 2021; Kantis et al., 2002).

El anterior análisis resulta clave para sustentar y responder la pregunta de investigación relacionada con los factores asociados a los empresarios establecidos en Colombia y, en consecuencia, se buscó corroborar las siguientes hipótesis de estudio:

Hipótesis 1: el nivel de escolaridad del individuo, así como no tener miedo al fracaso y una valoración positiva del entorno por parte del individuo manifestaron una asociación significativa y positiva con la probabilidad de ser empresario establecido entre el 2006 y el 2022.

En ese orden, varios estudios han encontrado evidencia empírica que indica que las competencias del individuo mediada a partir de su nivel de escolaridad, una baja aversión al riesgo al no tener miedo al fracaso

de emprender y una valoración positiva del entorno para hacer negocios, favorece la estabilidad empresarial en el mediano plazo y promueve la existencia de empresas establecidas en la economía (López & Álvarez, 2018; Valencia-Arias & Marulanda-Valencia, 2019).

Hipótesis 2: La innovación, el uso de nuevas tecnologías y el contar con financiamiento y un capital semilla al inicio del emprendimiento manifestaron una asociación significativa y positiva con la probabilidad de ser empresario establecido.

En este sentido, algunas investigaciones han encontrado que la innovación, el uso de nuevas tecnologías y el contar con un capital semilla al comienzo del emprendimiento incrementan la posibilidad para que los empresarios se establezcan y perduren en el tiempo al hacerlos más resilientes y adaptables al cambio del sistema productivo (Colombo et al., 2015; Hochberg, 2016)

II. Metodología y datos

La base de datos del GEM es —quizá— la más completa y relevante en el área de emprendimiento a nivel mundial. La encuesta GEM se realiza para la población adulta entre los 18 y 64 años, con el fin de captar el potencial empresarial de un país a partir de su espíritu emprendedor y su actividad empresarial (Kelley et al., 2011). Dicha encuesta tiene representación a nivel nacional y cuenta con dos mil registros de adultos entrevistados aleatoriamente por país, dentro de los cuales se captan tanto a emprendedores —que llevan operando menos de 42 meses—, como a empresarios establecidos quienes se asume que tienen más de 42 meses en la operación de su negocio —EB— y emplean mano de obra remunerada. (Kelley et al., 2011)

Tomando la anterior referencia, y con base en Guevara et al., (2022), Arenius y Minniti (2005) y Abu Bakar et al. (2017), se construyó la variable dicotómica dependiente considerando el tipo de empleo que genera cada empresario y la antigüedad de su empresa, siendo 1 aquellos empresarios que tienen más de 42 meses en el mercado y generan empleo asalariado y 0 como aquellos que no cumplen con dichos criterios. Por otro lado, las variables independientes son dicotómicas iguales a 1 si el encuestado

respondió afirmativamente a la pregunta y 0 a lo contrario, a su vez, las variables predictoras se dividieron en tres bloques de jerarquía: En el primer bloque se introdujeron las variables de control relacionadas con características personales del individuo: género, nivel de educación, y edad.

En un segundo bloque de jerarquía se introdujeron en el modelo variables relacionadas con las características de la unidad productiva: innovación, actividad de exportación, sector económico, uso de nuevas tecnologías y redes empresariales, esta última medida a partir de la pregunta si conoce a otros empresarios en su entorno cercano. En el tercer bloque de jerarquía, se incorporaron variables relacionadas con la autopercepción del individuo frente al contexto, tales como: percepción del emprendimiento como buena opción de carrera, miedo al fracaso de emprender, facilidad de hacer negocios en el país de acuerdo con la normatividad vigente y percepción de oportunidades en el mercado. La selección de las variables independientes se basó en el marco teórico descrito anteriormente y están asociadas a las teorías del crecimiento empresarial (Dealmaret al., 2003) y los factores asociados a los emprendimientos por oportunidad (Arenius & Minniti, 2005; Ripollés & Blesa, 2017)

A. Modelo estadístico

Dada la naturaleza de la muestra, en la que menos del 10% de los individuos entrevistados en la encuesta APS del GEM para Colombia se clasificó como empresario establecido en los años incluidos en el estudio, se utilizó un modelo jerárquico logístico asimétrico para muestras raras. El modelo representa la relación que existe entre la variable dependiente y un grupo de variables independientes o predictoras enlazadas por la función logística asimétrica que permite predecir el resultado de la variable categórica Y , la cual tiene dos categorías: “0” para los emprendedores nuevos o naciente siguiendo la definición del GEM y “1” para los empresarios establecidos de acuerdo con el mismo marco de referencia. El objetivo del modelo es encontrar la probabilidad basada en el número de casos y la información que las variables predictoras pueden ofrecer para estimar una tasa de ocurrencia o propensión final, como en la ecuación 1, cuidando que no exista una

correlación muy grande entre las variables explicativas³.

$$\log(P_i) = \ln \frac{P_i}{1 - P_i} = \exp(\beta_0 + \beta_1 X_i + \dots + \beta_n X_i). \quad (1)$$

A su vez, de acuerdo con Chen et al. (1999) y Bazán et al. (2006), el modelo logit asimétrico difiere del logit tradicional en que el primero toma una función de enlace para definir las variables auxiliares de acuerdo con su peso en la muestra, quedando definida por la ecuación 2:

$$\omega_{X_i} = X_i \beta + \delta Z_i + \varepsilon_i; \quad Z_i : G, \varepsilon_i. \quad (2)$$

El proceso de selección de la muestra para cada año del estudio implicó varias fases. Partiendo de las tablas de datos anuales que se tienen de la encuesta APS del GEM para Colombia a nivel de microdatos con dos mil registros por año, en primer lugar, se identificó aquellos años en los que hubo homogeneidad en la muestra en relación con la distribución de la misma y el método de muestreo, obteniendo así los años 2006, 2009, 2012, 2015, 2018, 2020 y 2022 para el análisis. En segundo lugar, se construyó la variable dicotómica para el análisis, seleccionando primero a los individuos que contestaron afirmativo haber emprendido o estar ejerciendo alguna actividad relacionada con la puesta en marcha de un emprendimiento, para luego clasificar con 0 a los emprendedores que forman parte de la TEA —Total Early Activity— y se consideran nuevos emprendedores o emprendedores nacientes con menos de 42 meses de operación, según la definición del GEM, y con 1 a los empresarios establecidos que de acuerdo con la definición del GEM son aquellos empresarios que tienen más de 42 meses en el mercado y generan empleo asalariado. En este sentido, los datos con los que se contó para el análisis se resumen en la Tabla 1.

³ Ver Tabla A1 del anexo.

Tabla 1. *Muestra y número de casos válidos para el análisis por año para Colombia*

Año	2006	2009	2012	2015	2018	2020	2022
Tamaño de la muestra	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
N. casos válidos para el análisis de emprendedores y empresarios establecidos	567	681	705	794	530	526	589

Fuente: elaboración propia a partir de datos GEM para Colombia.

III. Resultados

En la Tabla 2, se observan los resultados de los modelos para los años 2006, 2009, 2012, 2015, 2018, 2020 y 2022, según tres niveles de jerarquía establecidos. A su vez, cabe anotar que se realizó el análisis de corte transversal en cada año y no longitudinal tipo panel, comparando lo que aconteció con los empresarios establecidos en relación con la categoría de referencia que son los emprendedores nuevos y nacientes siguiendo las definiciones del GEM, ello en virtud a que el interés precisamente era medir el efecto diferencial de cada variable en cada año con sus respectivos cambios.

Los resultados son producto de los modelos logísticos asimétricos que se corrieron para empresarios establecidos en Colombia en la última década en los años de estudio, y cuyos resultados se observan en la Tabla 2. Se utilizaron diferentes variables para explorar las características demográficas y personales del empresario, características de la empresa y la autopercepción del emprendedor frente a sus capacidades como frente al entorno para emprender.

A continuación, se presentan los principales hallazgos de acuerdo con cada bloque de variables.

45-54	15,822	**	0,090	**	17,506	**	2,470	*	1,253	*	-0,113	*	-1,023	**
55-64	18,720	**	0,907	**	17,017	**	0,586	*	2,483	*	-0,152	*	-1,004	**
Nivel Educativo														
Menos de secundaria = 0	0,27	**	0,15	**	0,12	**	0,32	**	0,22	*	-0,328	*	0,1	*
Secundaria	0,475	**	0,179	**	0,119	**	0,291	**	2,7833	*	-0,465	*	0,451	*
Tercaria	1,078	**	0,280	**	0,116	**	0,559	**	13,670	***	-0,288	*	0,555	**
Bloque 2: Características de la Empresa														
Exp(B) Sig. Exp(B) Sig. Exp(B) Sig. Exp(B) Sig. Exp(B) Sig. Exp(B) Sig. Exp(B) Sig.														
Innovación de producto; No Innova = 0	0,574	N.S	1,187	N.S	0,550	N.S	0,468	N.S	2,402	N.S	0,064	N.S	0,722	*
Exportación; No exporta = 0	0,780	N.S	1,433	N.S	1,216	N.S	0,684	N.S	0,739	N.S	-0,237	N.S	0,510	N.S
Sector económico; S. Primario = 0.	1,769	N.S	0,823	N.S	1,362	N.S	1,071	N.S	1,032	N.S	-1,265	N.S	-0,039	N.S
Conocer a otros emprendedores; No conoce = 0.	0,349	*	1,382	**	4,046	**	1,008	*	0,901	**	-0,655	**	0,857	*
Uso de nuevas tecnologías; No usa = 0.	3,813	N.S	2,188	N.S	1,474	N.S	0,440	N.S	0,830	N.S	0,291	N.S	0,473	N.S

Bloque 3: Percepción del Emprendedor														
	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.	Exp(B)	Sig.				
Financiación al comienzo	0,676	N.S	0,000	N.S	0,000	*	0,411	*	1,840	*	-2,963	*		
Percepción de Emprendimiento como buena carrera; No es buena carrera = 0.	1,215	N.S	1,182	N.S	6,847	N.S	1,302	N.S	0,812	N.S	-0,492	N.S	0,458	*
Miedo al Fracaso; Tiene miedo al fracaso = 0.	1,074	*	0,000	**	0,628	**	1,197	*	0,817	*	1,215	**	-0,008	**
Facilidad para hacer negocios; No es Fácil = 0.	0,496	*	0,394	*	0,588	**	1,969	**	0,771	*	0,203	**	-0,451	*
Percepción de buenas oportunidades en el mercado para hacer negocios = 0.	1,051	*	0,991	*	1,134	*	0,896	*	1,087	*	0,835	*	0,189	**
Constante	0,000		0,048		0,000		0,029		0,038		0,240		0,100	

*** Significativo al 0,01. ** Significativo al 0,05. *Significativo al 0,1

Fuente: elaboración propia a partir de Microdatos de la encuesta APS de GEM para Colombia.

A. Bloque 1. Características demográficas y personales del empresario

En este, se examinaron variables como el género, la edad y el nivel educativo del empresario. Respecto al género, se observó que ser mujer se relaciona de forma positiva y significativa con ser un empresario establecido en los años 2006, 2009, 2012 y 2018 mientras que, en 2015, 2020 y 2022 esta relación no resultó significativa, e incluso se invirtió su coeficiente a negativo, lo que podría estar reflejando que la relación entre estas dos variables se mantiene en periodos de relativa estabilidad macroeconómica, pero se diluye cuando el entorno cambia de forma significativa.

En cuanto a la edad, se encontró una asociación positiva y significativa en los intervalos superiores, de 45-64 años con el hecho de ser empresario establecido, y no así en los intervalos inferiores de edad en los cuales la edad no resultó significativa. Este factor, corrobora el hecho que los empresarios tienden a establecerse en la medida en que maduran y adquieren una mayor experiencia en el mercado, lo cual no estaría tan presente en los empresarios jóvenes. Con relación al nivel educativo, se observó que tener una educación secundaria o terciaria se relaciona de forma positiva y significativa con ser un empresario establecido en todos los años del estudio. Esto, además, que corrobora lo indicado por la teoría y la primera hipótesis del estudio, demuestra que al mejorar el nivel educativo de los empresarios estos tienen una mayor probabilidad de establecerse y perdurar en el tiempo frente a niveles bajos de escolaridad, debido —tal vez— al tipo de empresas que generan, las cuales pueden ser intensivas en el uso del conocimiento y la innovación.

B. Bloque 2. Características de la empresa

Aquí, se exploraron variables como la innovación de producto, la exportación, el sector económico, el conocer a otros emprendedores, el uso de nuevas tecnologías y el contar con financiación al comienzo del emprendimiento. Los resultados indican que ninguna de estas variables, a excepción de las redes, mostró una relación positiva y significativa con la condición de empresario establecida para el conjunto de años analizados. Sin embargo, el contar con un capital semilla o financiamiento al inicio

del emprendimiento se volvió significativo a partir de 2015, lo cual está en correspondencia con lo que indica la teoría y hace cumplir de forma parcial la segunda hipótesis de estudio.

A su vez, se encontró que el conocimiento de otros emprendedores se relaciona de forma positiva y significativa con ser un empresario establecido para los años seleccionados del estudio. No obstante, dicha variable estaría a su vez correlacionada con el efecto de la edad y la trayectoria en el mercado del empresario, por lo que no se podría afirmar que los empresarios establecidos más jóvenes no tengan redes, sino que dicho aspecto puede estar mediado por la edad y debería ser controlado de forma instrumental en posteriores análisis. Finalmente, la variable de innovación resultó positiva y significativa en 2022, indicando que este aspecto cobró relevancia para los empresarios establecidos luego de la pandemia del COVID-19 en un año de clara reactivación económica como lo fue el 2022.

C. Bloque 3. Percepción del emprendedor

En este, se evaluaron variables relacionadas con la percepción del emprendedor, tales como la valoración del emprendimiento como buena opción de carrera, el miedo al fracaso, la facilidad para hacer negocios y la percepción de buenas oportunidades en el mercado. Los resultados muestran que, con excepción de la primera variable sobre la opción de carrera, las demás variables presentaron una relación positiva y significativa con la condición de empresario establecida en todos los años del estudio. En este sentido, se encontró que, en los años 2006, 2012, 2015 y 2020, el no tener miedo al fracaso tuvo una mayor significancia con ser un empresario establecido frente a los otros años. Lo propio aconteció con la variable de facilidad para hacer negocios, la cual se asoció de forma positiva y más significativa con ser un empresario establecido en los años 2009, 2012, 2015 y 2020.

Lo anterior, además de corroborar la primera hipótesis de estudio en relación a la asociación entre la autosuficiencia del individuo y su buena percepción del entorno, con el hecho de llegar a ser un empresario establecido, se encuentra en línea con los hallazgos que se han realizado por el enfoque del *self-efficacy*, los cuales centran su atención en el fortalecimiento de las

competencias y desempeño de los emprendedores como mecanismo para la generación de empresas que perduren en el tiempo (Arenius & Minniti, 2005; Camelo-Ordaz et al., 2016).

En síntesis, al observar los resultados de los modelos, se analiza que mientras las variables del primer bloque jerárquico referidas a las características demográficas del individuo fueron significativas, con la excepción del género en 2022 y la edad para los primeros intervalos de edad (18 a 35); en el segundo bloque de jerarquía, las únicas variables que resultaron significativas fue el conocer a otros emprendedores, con la afectación por la edad que ello implica, y el haber contado con financiamiento o un capital semilla al inicio de la empresa. En el tercer bloque la única variable que no resultó significativa fue la percepción del emprendimiento como opción de carrera, mientras que no temer al fracaso y percibir facilidad para hacer negocios en el país resultaron significativas, aunque en algunos años solo al 0,1.

Finalmente, al comparar los cambios de significancia entre los diferentes años del estudio —más aún, lo que aconteció previo, durante y posterior al año de la pandemia, 2020— se observan algunos datos interesantes. El primero es que la educación terciaria que fue altamente significativa en el 2018, y bajo en el 2020; volvió a recuperar su nivel de significancia en el 2022, lo que resalta la importancia y el efecto que puede tener un elevado nivel de escolaridad en los empresarios establecidos en períodos de relativa calma o auge económico. Esto debido —tal vez— al uso intensivo de conocimiento y la creación de empresas en sectores de mayor innovación, lo cual de cierta forma se pudo ver afectado en el 2020 debido a la coyuntura de la pandemia. La otra variable significativa tras la coyuntura económica de 2020 fue la innovación, que resultó significativa al 0,1 en 2022, indicando que puede estar generando un mayor peso en los empresarios establecidos en relación con años anteriores.

Conclusiones y discusión

Este artículo se orientó a analizar los factores clave relacionados con los empresarios establecidos en Colombia utilizando los datos del Global Entrepreneurship Monitor GEM a nivel nacional del 2006 al 2022, en cortes transversales, y para ello se tomaron en cuenta tres dimensiones de análisis: las

características demográficas del individuo como el género, el nivel de educación y la edad; las características productivas y económicas del empresario, y las variables asociadas a la percepción del individuo con respecto a su entorno tales como el miedo al fracaso, el emprendimiento como elección de carrera, y su autopercepción frente a la facilidad para hacer negocios y las oportunidades en el entorno para emprender. A su vez, se analizó la situación en diferentes cortes del tiempo, comparando años de relativa estabilidad macroeconómica (2006, 2012 y 2015) con periodos de desaceleración (2008 y 2018), elevada incertidumbre (2020) y reactivación económica (2022).

Uno de los hallazgos más interesantes fue que las variables asociadas a las características personales de los individuos tanto a nivel sociodemográfico — género, edad y nivel educativo— como a nivel de la auto eficacia y eficiencia del individuo para emprender y analizar el entorno —baja aversión al riesgo o miedo a fracasar, y buena percepción frente a la facilidad de hacer negocios y entorno para emprender— manifestaron una asociación positiva y significativa con los empresarios establecidos en Colombia. Esto, además que corroboró la primera hipótesis del estudio, se encuentra en la misma línea de las investigaciones y estudios elaborados desde el enfoque del *self-efficacy* sobre emprendimiento, los cuales colocan las competencias y habilidades del sujeto como los principales determinantes del éxito empresarial y la perdurabilidad de las empresas.

Por otro lado, de las variables relacionadas con las características productivas de los negocios de los emprendedores y empresarios analizados en la muestra, las únicas variables que manifestaron una asociación positiva y significativa con los empresarios establecidos fueron: el conocer a otro empresario, la cual resultó significativa en todos los años, el contar con financiación o capital semilla al inicio de la empresa que resultó con una asociación positiva y significativa a partir del año 2015 al 2022, aunque al 0,1, y la innovación que resultó con asociación positiva y significativa para el año 2022. Este hallazgo indica que la segunda hipótesis del estudio se cumplió parcialmente y que las variables relacionadas con el uso de nuevas tecnologías, el sector económico y la exportación no estarían explicando a los empresarios establecidos para el caso de Colombia en los años del estudio. Sin embargo, se resalta la importancia de contar con financiamiento al inicio de la empresa para que esta pueda perdurar en el tiempo, lo cual está en la misma línea de los estudios que

hablan sobre ello para América Latina, así como del peso de la innovación en periodos de reactivación económica como lo fue el año 2022.

En cuanto a las implicaciones prácticas que los hallazgos de la investigación dejan para el entorno empresarial colombiano, se puede resaltar la importancia de fortalecer las competencias y habilidades de los individuos para emprender, de tal suerte que emprendedores y empresarios tengan las herramientas necesarias para analizar y evaluar el entorno emprendiendo. En el artículo se mostró que un alto nivel de escolaridad, bajo nivel de aversión al riesgo o miedo al fracaso y una valoración positiva de las condiciones para emprender se relacionaron positivamente con los empresarios establecidos, lo que invita a fortalecer el capital humano en el tejido productivo nacional como mecanismo para contribuir a la permanencia y perdurabilidad de las empresas a través del tiempo.

A su vez, la asociación significativa de las variables de financiación e innovación para el último año del estudio con los empresarios establecidos, implica en términos prácticos la necesidad de seguir fortaleciendo el ecosistema de emprendimiento y los mecanismos de financiación a los que pueden acceder los empresarios en sus primeras fases de crecimiento en Colombia, con el fin de dotarlos de un músculo financiero con el cual puedan dar continuidad a su actividad empresarial, aspecto que pudo evidenciarse en el año 2020 de la pandemia, en el que de acuerdo con cifras de Confecámaras, gran parte de los negocios que tuvieron que cerrar o quebraron lo hicieron por falta de capital y flujo de efectivo para seguir financiando su actividad productiva. Sin embargo, aún resta por verificar varios elementos relacionados con la incidencia del ecosistema emprendedor de Colombia y América Latina sobre la estabilidad y permanencia empresarial, incluyendo así variables a nivel macroeconómico y de tipo sistémico en posteriores análisis, por lo que algunas de las líneas de investigación futuras pueden estar orientadas a resolver los siguientes interrogantes: ¿De qué forma las características del ecosistema de emprendimiento podrían favorecer o no a las empresas establecidas?, ¿Cuáles son los factores asociados a las empresas establecidas de acuerdo con su nivel de maduración y escalabilidad?, y ¿Qué diferencias existen en los factores que explican a los empresarios establecidos, entre las economías impulsadas por la innovación, de aquellas impulsadas por la eficiencia y los factores, de acuerdo con la definición del foro económico mundial?

Anexo

Tabla A1. Matriz de correlación

	Coeficiente de Correlación de Pearson								
	Género	Nivel de Educación	Disponibilidad de Capital Semilla	Innovation del Producto	Redes con otros Emprendedores	Expectativa de buenas oportunidades de negocios	Conocimientos, habilidades y experiencia requerida para iniciar un nuevo negocio	Miedo al fracaso de Iniciar un nuevo negocio	En mi país es fácil iniciar un negocio
Género	1								
Nivel de educación	-0,025	1							
Disponibilidad de Capital Semilla	-0,133	0,079	1						
Innovation del Producto	0,017	-0,133	0,052	1					
Redes con otros Emprendedores	-0,061	0,059	0,031	0,031	1				
Expectativa de buenas oportunidades de negocios	0,039	0,039	0,033	0,136	0,136	1			
Conocimientos, habilidades y experiencia requerida para iniciar un nuevo negocio	0,081	0,039	0,033	0,198	0,198	0,18	1		
Miedo al fracaso de iniciar un nuevo negocio	0,05	-0,006	0,006	0,019	0,039	0,118	0,064	1	
En mi país es fácil iniciar un negocio	-0,03	0,002	0,008	0,03	0,081	0,218	0,126	-0,055	1

Fuente: elaboración propia a partir de Microdatos de la encuesta APS de GEM para Colombia.

Agradecimientos

La presente investigación se financió con recursos internos de la Universidad EAN y forma parte del proyecto de investigación: “Estudio de la Actividad Emprendedora y Empresarial de Colombia y América Latina desde el enfoque GEM 2020-2030”.

Declaración de ética

Este trabajo de investigación no realizó trabajo con una persona o grupos de personas para la generación de datos empleados en la metodología, por tanto, no requirió contar con un aval de Comité de Ética para su realización.

Referencias

- Abu Bakar, A. R., Ahmad, S. Z., Wright, N. S., & Skoko, H. (2017). The Propensity to Business Startup: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Data in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(3), 263-285. <https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2016-0049>
- Acs Z., Astebro, T., Audretsch, D., & Robinson, T. (2016). Public Policy to Promote Entrepreneurship: A Call to Arms. *Small Business Economics*, 47, 35-51. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9712-2>
- Amorós, J. E., Ciravegna, L., Mandakovic, V., & Stenholm, P. (2017). Necessity or Opportunity? The Effects of State Fragility and Economic Development on Entrepreneurial Efforts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 3(4). <https://doi.org/10.1177/1042258717736857>
- Antoncic, B., Antoncic, J. A., & Aaltonen, H. M. (2016). Marketing self-efficacy and firm creation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(1), 90-104.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small business economics*, 24(3), 233-247. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>

- Argote-Cusi, M. L., & Parra, L. (2016). Marco conceptual para el análisis de brechas tecnológicas en el sector metalmecánico. En L. Parra (ed.), *Análisis de brechas tecnológicas en el sector metalmecánico desde el Estudio de Casos de Contraste* (pp. 9-34). Ediciones EAN.
- Arias-Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., Botero-Arango, D., & Garces, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1219-1240. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.14>
- Audretsch, D. B., Kuratko, D. F., & Link, A. N. (2016). *Dynamic Entrepreneurship and Technology-Based Innovation* [Working Paper 16-02]. <http://bae.uncg.edu/econ/>
- Bartesaghi, A., Greco, S., Lasio, V., Varela, R., Veiga, L., Kew, P., & Herrington, M. (2017). GEM América Latina y el Caribe 2015/2016. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016-latin-america-and-caribbean-regional-report-spanish>
- Bazán, J. L., Bolfarine, H., & Branco, M. D. (2006). A Skew Item Response Model. *International Society for Bayesian Analysis*, 1(4), 681-892. <https://doi.org/10.1214/06-BA128>
- Berger-Douce, S., & Schmitt, C. (2013). Entrepreneur Profile and Sustainable Innovation Strategy. En J. R. McIntyre, S. Ivanaj, & V. Ivanaj (eds.), *Sustainable Technologies and Innovations* (pp. 186-203). Edward Elgar Publishing.
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1-17. <https://doi.org/10.1002/bse.1887>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Guerrero, M., Schott, T., & GEM, G. E. M. (2021). 2020/2021 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
- Bruns, K., Bosma, N., Sanders, M., & Schramm, M. (2017). Searching for The Existence of Entrepreneurial Ecosystems: A Regional Cross-Section Growth Regression Approach. *Small Business Economics*, 49(1), 31-54. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9866-6>

- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The Influence of Gender on Entrepreneurial Intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261-277. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001>
- Colombo, M. G., & Delmastro, M. (2002). How Effective Are Technology Incubators? Evidence from Italy. *Research Policy*, 31(7), 1103-1122. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00178-0](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00178-0)
- Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal Social Capital and The Attraction of Early Contributions in Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100. <https://doi.org/10.1111/etap.12118>
- Dubini, P. (1989). The Influence of Motivations and Environment on Business Start-Ups: Some Hints for Public Policies. *Journal of Business Venturing*, 4(1), 11-26. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(89\)90031-1](https://doi.org/10.1016/0883-9026(89)90031-1)
- Echecopar, G., Angelelli, P., Galleguillos, G., & Schorr, M. (2006). *Seed Capital for Financing New Businesses. Progress and Lessons Learned in Latin America*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Diez-Farhat, S., Vargas-Valdiviezo, M. A., & Acosta-Ramírez, N. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 334-348. <https://doi.org/10.52080/rvg93.23>
- Fini, R., Fu, K., Mathisen, M. T., Rasmussen, E., & Wright, M. (2017). Institutional Determinants of University Spin-Off Quantity and Quality: A Longitudinal, Multilevel, Cross-Country Study. *Small Business Economics*, 48(2), 361-391. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9779-9>
- Fracica-Naranjo, G., Vaca-Vaca, P., & Sepúlveda-Calderón, M. D. P. (2011). El empresario en el Start Up. *Memorias XXI Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial* (pp. 216-231). Universidad Icesi. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2934407>
- Gielnik, M. M., Uy, M. A., Funken, R., & Bischoff, K. M. (2017). Boosting and Sustaining Passion: A Long-Term Perspective on the Effects of Entrepreneurship Training. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 334-353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.003>

- Guevara Gómez, H. E., Ramos, C., Alberto, J., Gonzales, J., Crescencio, N., Mancesidor, G., & Mitchell, J. (2022). Emprendimiento y educación universitaria: una relación necesaria. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 27(98), 767-780. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.24>
- Hochberg, Y. V. (2016). Accelerating Entrepreneurs and Ecosystems: The Seed Accelerator Model. *Innovation Policy and the Economy*, 16(1), 25-51. <https://doi.org/10.1086/684985>
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Businesses in Latin America and East Asia* [working paper No. 56558]. Inter-American Development Bank. <https://publications.iadb.org/en/entrepreneurship-emerging-economies-creation-and-development-new-firms-lat-in-america-and-east-asia>
- Kelley, D. J., Singer, S., Herrington, M., & Global Entrepreneurship Research Association (GERA). (2011). *Global Entrepreneurship Monitor Report. 2011 Global Report*. The Global Entrepreneurship Monitor. <http://www.gemconsortium.org/>
- Lasio, V., Arteaga, M. E., & Caicedo, G. (2005). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2008. *Escuela Superior Politécnica del Litoral*.
- Lazear, E. P. (2004). Balanced Skills and Entrepreneurship. *American Economic Review*, 94(2), 208-211. <https://doi.org/10.1257/0002828041301425>
- Lazear, E. P., Shaw, K. L., & Stanton, C. (2016). Making Do with Less: Working Harder during Recessions. *Journal of Labor Economics*, 34(S1), S333-S360. https://econpapers.repec.org/article/ucpjlabec/doi_3a10.1086_2f682406.htm
- López-Lambraño, M., Gómez Araujo, E., Muñoz Robles, J. D., Barraza Arcila, M., Galvis Maldonado, M., Varela Villegas, R., ..., & Global Entrepreneurship Monitor. (2021). *GEM Colombia: actividad emprendedora en Colombia en tiempos del coronavirus 2020-2021*. Universidad del Norte. <https://editorial.uninorte.edu.co/gpd-gem-colombia-9789587893007.html>
- Laukkanen, T., Tuominen, S., Reijonen, H., & Hirvonen, S. (2016). Does Market Orientation Pay Off without Brand Orientation? A Study of

- Small Business Entrepreneurs. *Journal of Marketing Management*, 32(7-8), 673-694. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1122659>
- López, T., & Álvarez, C. (2018). Entrepreneurship Research in Latin America: A Literature Review. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 31(4), 736-756. <https://doi.org/10.1108/ARLA-12-2016-0332>
- Martins, I., Monsalve, J. P. P., & Martinez, A. V. (2018). Self-Confidence and Fear of Failure among University Students and Their Relationship with Entrepreneurial Orientation. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 32(3), 471-485. <https://doi.org/10.1108/ARLA-01-2018-0018>
- Mises, L. V. (1961). *Teoría del dinero y crédito*. Zeus.
- Mengistae, T. (2006). Competition and Entrepreneurs' Human Capital in Small Business, Longevity and Growth. *Journal of Development Studies*, 42(5), 812-836. <https://doi.org/10.1080/00220380600742050>
- Monteiro, A. P., Soares, A. M., & Rua, O. L. (2017). Linking Intangible Resources and Export Performance: The Role of Entrepreneurial Orientation and Dynamic Capabilities. *Baltic Journal of Management*, 12(3), 329-347. <https://doi.org/10.1108/BJM-05-2016-0097>
- Ojito, V. H. H., Sarmiento, A. D. J. S., Gómez, A. L. C., & Carreño, M. P. (2019). Emprendimiento en Colombia: obstáculos, impulsores y recomendaciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 123-134. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864007>
- Parra, L. D., & Argote, M.L. (2017). Data Analytics to Characterize University Based Companies for Decision Making in Business Development Programs. En E., Rodriguez (ed.), *Data Analytics Applications in Latin America and Emerging Economies* (pp. 188-210). CRC Press.
- Parra Bernal, L. D., Argote Cusi, M. L., Mendoza Farro, T., Orozco Triana, J., Ruiz Arias, C., Calixto, N. P., ... & Bravo Pratt, R. (2022). *Academia, emprendimiento e investigación empresarial: homenaje a la Universidad Ean en sus 50 años*. Ed. Universidad EAN, Bogotá Colombia.

- Pazos, D., Fernández-López, S., Otero-González, L., & Rodríguez-Sandiás, A. (2008). La creación de empresas en el ámbito universitario: una aplicación de la teoría de los recursos. *Cuadernos de Gestión*, 8(2), 11-28. <https://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/821.pdf>
- Ripollés, M., & Blesa, A. (2017). Entry mode choices in the international new ventures context. A study from different theoretical perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 465-485. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0410-y>
- Rasmussen, E., Mosey, S., & Wright, M. (2014). The Influence of University Departments on the Evolution of Entrepreneurial Competencies in Spin-Off Ventures. *Research Policy*, 43(1), 92-106. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.06.007>
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University Entrepreneurship: A Taxonomy of the Literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691-791. <https://doi.org/10.1093/icc/dtm023>
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I. (2015). What is Different About the Profile of The Social Entrepreneur? *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4), 349-369. <https://doi.org/10.1002/nml.21138>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Transaction publishers.
- Sekkat, K. (2016). Export Orientation and Exchange Rate Changes: Do Firms React Differently and Why? [Working Papers No. 989]. Economic Research Forum. <https://ideas.repec.org/p/erg/wpaper/989.html>
- Solesvik, M. Z. (2017). A Cross-National Study of Personal Initiative as a Mediator between Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of East-West Business*, 23(3), 215-237. <https://doi.org/10.1080/10669868.2017.1306821>

- Stumph, C. F., Kim, M. H., Han, Y., & Minke, S. (2017). Is the Learning Community of Economics and Accounting Effective? Empirical Assessment of Class Achievements. *Journal of Education for Business*, 92(8), 380-387. <https://doi.org/10.1080/08832323.2017.1405902>
- Valencia-Arias, J. A., & Marulanda-Valencia, F. Á. (2019). Evolución y tendencias investigativas en autoeficacia emprendedora: un análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales*, 35(151), 219-232. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.151.3277>
- Van Gelderen, M., & Jansen, P. (2006). Autonomy as a Start-Up Motive. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), 23-32. <https://doi.org/10.1108/14626000610645289>