

# MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, LA OPORTUNIDAD DE EMPRENDER

## MICRO SMALL MEDIUM

### ENTERPRISE, ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITY

Gilberto Enrique Cabra Arango\*  
*Universidad Simón Bolívar, extensión Cúcuta*

**RECIBIDO:** Mayo 2 de 2013

**ACEPTADO:** Junio 5 de 2013

#### Resumen

El objetivo de este artículo de reflexión consistió en caracterizar a las Micro, Pequeña y Mediana Empresas-MIPYMES para fomentar entre ellas el emprendimiento empresarial a nivel global y latinoamericano, a fin de que aprovechen las oportunidades de negocios y saquen ventaja competitiva en el marco de los tratados de libre comercio, el uso de las TIC, la internacionalización, etc. Se consultaron fuentes documentales, cuyos términos de búsqueda o descriptores fueron: Emprendimiento, espíritu emprendedor, características del emprendedor, cadena productiva. Se consideraron más de 3000 vínculos o referencias en Google académico y se filtró por fechas, obteniéndose 400 resultados. También se visitaron bases de datos académicas como: ProQuest, EbscoHost, Springer Link, E-Journal UNAM, Science Direct, JSTOR y Latindex. Con el fin de facilitar la lectura, se realizaron mapas conceptuales y resúmenes, y, posteriormente, se realizó un tercer filtro en cuanto a relevancia en el tema para facilitar la revisión de información primaria. Finalmente, se desarrolló el

---

\* Magister en Economía. Coordinador Académico de la Maestría en la Universidad Simón Bolívar, extensión Cúcuta. [g.cabra@unisimonbolivar.edu.co](mailto:g.cabra@unisimonbolivar.edu.co)

documento. El resultado muestra que la falta de valor agregado en las nuevas empresas no aporta de manera significativa en el desarrollo de las naciones.

**Palabras clave:** Emprendimiento, espíritu emprendedor, características del emprendedor, cadena productiva.

## Abstract

The purpose of this reflection article was to characterize Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MIPYMES), to promote entrepreneurship in Latin America and at a global level; with the aim to seize business opportunities and draw a competitive advantage under free trade agreements, the use of ICT and the internationalization, among others. Documentary sources were consulted, whose search terms or descriptors were: Entrepreneurship, enterprising spirit, characteristics of the entrepreneur, chain of production. More than 3000 links or references on Google Scholar were consulted and filtered by date, yielding 400 results. Academic databases such as: ProQuest, EbscoHost, Springer Link, E-Journal UNAM, Science Direct, JSTOR and Latindex were also visited. Concept maps and abstracts were produced in order to facilitate reading, and then a third filter was conducted in terms of relevance of the topic to make the review of primary information easier. Finally, the document was developed. The results show that the lack of added value in the new enterprises does not contribute significantly to the development of nations.

**Key words:** Entrepreneurship, enterprising spirit, entrepreneur characteristics, chain of production.

## INTRODUCCIÓN

Según el economista francés Richard Cantillon, en su obra “Essai Sur la Nature du Commerce en Général” de 1755, la palabra *emprendedor* proviene del francés *entrepreneur*. No muy lejos de allí y en la misma época, se acuñaba el término alemán *unternehmen*, que significa emprender (Veerraraqhavan, 2009). Pero el término *entrepreneur* se utilizaba inicialmente para referirse a los aventureros como Colón, quienes viajaban al nuevo mundo sin una idea clara sobre su destino, y solo con la ilusión de encontrar riquezas. La definición de la Real Academia de la Lengua Española precisa el término emprendedor así: *Del lat. in, en, y prendēre, coger. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.*

Actualmente, el término emprendedor se refiere a una actitud y sobre todo a un estilo de vida, de modo que los emprendedores se caracterizan por ser personas fuera de lo común, que están constantemente en busca de retos, que poseen una personalidad innovadora y una alta capacidad de asumir riesgos de manera creativa y orientada al crecimiento y a la búsqueda de nuevos desafíos. El estudio Global *Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2010) muestra la importancia del emprendimiento y el espíritu empresarial como herramienta de creación de empleo y generación de riqueza. En él, se muestra la relación positiva entre el crecimiento, el desarrollo de los países y el emprendimiento (Acs et al, 2005). Es así como el emprendimiento no solo constituye uno de los temas de gran interés a nivel mundial, sino que se ha convertido en

parte de las políticas públicas y de los sistemas educativos.

No hace más de 150 años, Colombia radicaba su historial empresarial en la actividad agrícola, pecuaria y comercial. Trabajar el campo y la compra y venta de productos fueron la columna vertebral de la actividad económica en Colombia, mientras que la única y limitada actividad industrial estaba en manos de inmigrantes europeos que se radicaron en algunas regiones del país (Estrada, 2006).

Llegada la década de los 20, la industria colombiana empieza a surgir, siendo entonces cuando se constituyen algunas de las compañías más representativas de nuestra nación como Fabricato, Coltejer, Bavaria, Cementos Diamante, ingenios Providencia y

Riopaila, Cervecería la Libertad (después Cervecería Unión), y proyectos del capital internacional, como la Tropical Oil Company. Estas compañías generaron una fuerte demanda de mano de obra y, casi al unísono, el gobierno nacional experimentó un crecimiento significativo, convirtiéndose en otra fuente destacable de empleo.

Este boom industrial encaminó la mano de obra productiva a la búsqueda de un trabajo estable y asalariado, lo que a su vez desestimuló la iniciativa empresarial y la posible nueva actividad emprendedora del país (Estrada, 2006).

Históricamente, entonces, la cultura emprendedora de nuestro país es motivada por la falta de empleo, así como por la escasez y la baja calidad de los empleos existentes. Según el DANE, la

tasa de desocupación promedió en el trimestre móvil febrero-abril de 2012 a un 12.1% para la totalidad del país, y para la ciudad de Cúcuta se situó en 17,6% en el mes de mayo, siendo la tercera ciudad con mayor desempleo en Colombia. Además, hay una abundante mano de obra que se encuentra en la línea del sub-empleo. Todo ello hace que los ciudadanos sientan una necesidad urgente de generar sus propios recursos para así lograr independencia, estabilidad económica y, de paso, mejorar su calidad de vida. Por otra parte, el fenómeno globalizador que nos

ha tocado vivir y del cual es imposible aislarse, requiere introducir rápida y eficazmente estrategias que aseguren la fuerza competitiva de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Para el caso colombiano y para todos los efectos, se entiende por Mipymes toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio rural o urbano, y que responda conjuntamente a los siguientes parámetros:

Tabla 1. Clasificación de las empresas en Colombia según tamaño

	<b>Mediana Empresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Micro Empresa</b>
<b>Número de empleados</b>	Entre 51 y 200 trabajadores	Entre 11 y 50 trabajadores	Menor o igual a 10 trabajadores
<b>Activos totales</b>	De 100.000 a 610.000 UVT UVT = Unidades de Valor Tributario, para 2011 \$25.132 Dato tomado de la DIAN Ley 1111 de 2006.	Entre 501 y 5000 SMMLV SMMLV 2011: \$532.500	Menor a 500 SMMLV, excluida la vivienda SMMLV 2011: \$532.500

Fuente: <http://www.pymesfuturo.com/Pymes.htm>

## **CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL MUNDO**

La definición de MIPYMES en el orden mundial varía para cada país, ya que los gobiernos toman una definición de micro, pequeñas y medianas empresas según la necesidad o característica intrínseca que más les favorezcan o según el objetivo que persigan. En tal sentido, cada ente gubernamental es libre de interpretar sus necesidades con el fin de aplicar las políticas y estrategias económicas conducentes a generar el tan anhelado

desarrollo industrial de sus diferentes empresas.

La particularidad presente en todos los países analizados es que para llegar a la definición de MIPYMES se utilizan características netamente cuantitativas, y si bien algunas son similares, otras presentan diferencias importantes. Incluso, en algunos casos, no hay una sola definición dentro del mismo país. Las variables más observadas son: número de trabajadores, monto en ventas y monto de inversión.

## CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Económico-OCDE (2005), las empresas se pueden clasificar así:

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo

Tabla 2. Clasificación de empresas según la OCED

Criterio	Muy Pequeñas	Pequeñas	Medianas	Grandes
# de Trabajadores	0-19	20-99	100-499	500 a +

Fuente: Organización para la Cooperación y el desarrollo Económico-OCED, 2005.

Por otro lado, en el Diario Oficial 2003/361/CE, del 6 de mayo, que 2003, la Comisión de las Comunidades Europeas presenta la recomendación contempla la siguiente clasificación.

Tabla 3. Clasificación oficial Comunidad Europea

	Empleados	Ventas	Activo
Microempresa	Hasta 9	Hasta 2 millones de Euros	Hasta 2 millones de Euros
Pequeña	Hasta 49	Hasta 10 millones de Euros	Hasta 10 millones de Euros
Mediana	Hasta 249	Hasta 50 millones de Euros	Hasta 43 millones de Euros

Fuente: Comisión de la Comunidad Europea (2003).

Como se puede ver, las clasificaciones pueden ser determinadas por entes organizados en bloques económicos, como es el caso de la



OCDE, la CE o la CEPAL. Asimismo, hay clasificaciones que realizan los institutos de estadísticas de cada país como el INSEE (Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos de Francia). De otro lado, están las clasificaciones utilizadas por diversos organismos que agrupan a empresarios como la SBA, Small Business Administration de Estados Unidos.

Tabla 4. Clasificación de PYMES

Institución	Tamaño de la empresa	Número de trabajadores.
INSEE Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos en Francia	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 250 a 1000
SBA Small Business Administration de Estados Unidos	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 250 a 500
CEPAL Comisión Económica para América Latina	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250

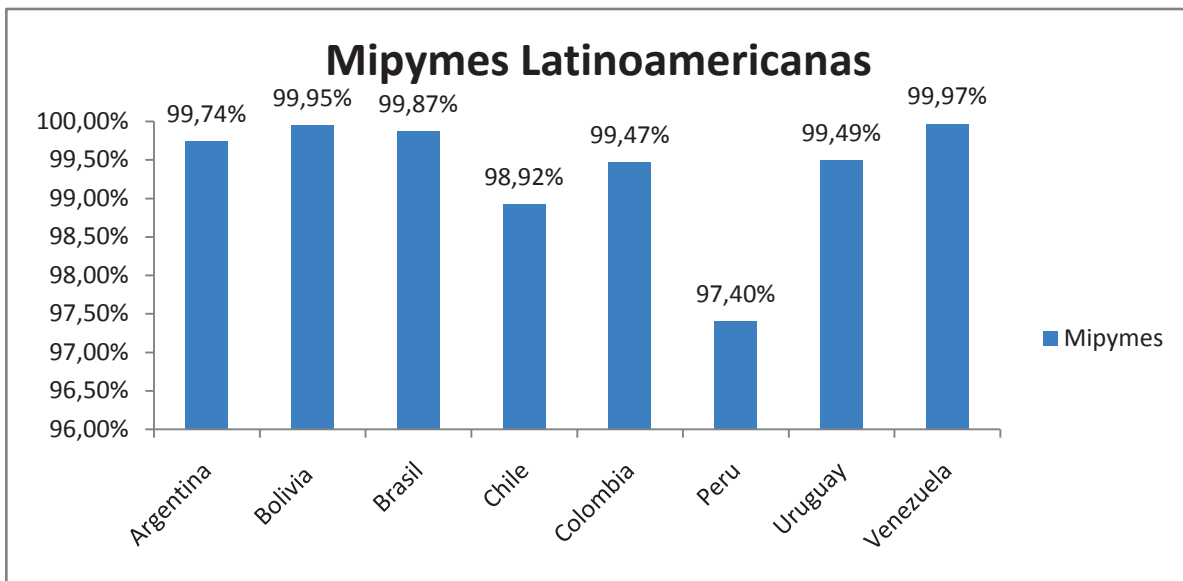
## CLASIFICACIÓN DE MIPYMES PARA LATINOAMÉRICA

Tabla 5. Aspecto clasificador de las PYMES latinoamericanas

	Argentina	Bolivia	Brasil	Chile	Colombia	Perú	Uruguay	Venezuela
Clase de Empresa	Ventas Dólares	Empleo	Empleo	Ventas Dólares	Empleo	Empleo	Empleo	Empleo
Micro Hasta	\$ 374.000	10	19	\$ 58.000	10	9	4	10
Pequeña Hasta	\$ 2.245.000	20	99	\$ 600.000	50	20	19	50
Mediana Hasta	\$ 17.964.000	49	199	\$ 2.400.000	200	100	99	100
Grande Mas de	\$ 17.964.000	49	199	\$ 2.400.000	200	100	99	100

Fuente: Saavedra et al (2008).

Grafico 1. Porcentaje de MIPYMES en Latinoamérica



Fuente: Elaboración propia con datos de Saavedra et al (2008).

Todos los países latinoamericanos tienen como característica común que sus economías están compuestas por MIPYMES. En concreto, se puede observar que el país con la menor participación de sus MIPYMES en la economía es Perú, con 97,4%, y el país que mayor participación tiene es Venezuela, con 99,97%, seguido de Bolivia Brasil y Argentina, respectivamente. Colombia, Uruguay y Chile son los que cierran la lista, pero

la diferencia entre el primero y el último es menos de 2,6%, lo que nos provee una clara referencia, el motor de todas las economías Latinoamericanas son las MIPYMES.

Según Saavedra et al (2008), las MIPYMES generan en promedio un 64,26% del empleo total para Latinoamérica. Se refrenda con ello la gran importancia de estas empresas como generadoras de empleo y autoempleo en la región. Sin embargo,

la importancia cuantitativa de las MIPYMES en Latinoamérica no se limita únicamente a su relevante participación en el total de empresas existentes. Así, las MIPYMES generan un porcentaje muy elevado de empleo, mientras que su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) es menor aunque obviamente destacado.

Estas empresas sirven a la mayoría de los latinoamericanos como amortiguadores del alto desempleo que se vive en la región, constituyéndose en un instrumento de “movilidad social” (Germani, 1961).

De este modo, en países como Perú, las microempresas emplean en una proporción mayor que otras empresas a personas mayores de 55 años, lo que facilita la incorporación laboral de este segmento, que por su

avanzada edad se encuentra en serias limitaciones para conseguir un empleo remunerado (Webb y Fernández, 1999). También Tunal (2003) ha señalado que la importancia de las microempresas en el mercado de trabajo radica en la capacidad que tienen para generar empleos con menores requerimientos de capital. Lo anterior destaca como el carácter marginal de la microempresa se ve relegado en la actualidad, debido a que su alta capacidad de generar empleo beneficia a toda la sociedad.

En líneas generales, las MIPYMES latinoamericanas se caracterizan por una baja intensidad de capital, altas tasas de natalidad y mortalidad, presencia de propietarios / socios / familiares como mano de obra, contabilidad no profesionalizada, estructura burocrática mínima, poder

centralizado, contratación directa de mano de obra, mano de obra semicalificada o no calificada, bajo nivel de inversión en innovación, dificultades para el acceso a fuentes de financiamiento externos y, finalmente, subordinación a las grandes empresas (Kantis, 2004). Esta caracterización nos permite determinar, por un lado, las debilidades que tienen este tipo de empresas y, por el otro, las áreas de oportunidad en las que sería necesario trabajar para lograr su permanencia en un mercado cada vez más globalizado y competitivo.

De otro lado, estudios recientes han evidenciado que el pequeño empresario latinoamericano es joven, cuenta con una educación superior, pertenece a la clase media y, por lo general, es de sexo masculino (OECD, 2005). La participación de la mujer

es limitada, sobre todo en Chile y Costa Rica, pero también es significativamente alta en El Salvador, donde una de cada cuatro empresas es dirigida por una mujer (versus el promedio de 1 de cada 10 en el total de la región). Lo anterior mostraría que aun cuando tradicionalmente las empresas de este sector han sido dirigidas por hombres, la participación de la mujer ya empieza a hacerse notar en algunos países de la región.

## **EL EMPRESARIO EMPRENDEDOR**

El GEM (2010: 10) identifica cuatro tipos de emprendedores en las etapas que conforman el denominado proceso de creación de empresas:

- Emprendedores potenciales: son los individuos que tienen los conocimientos, las habilidades y el deseo de poner en marcha una idea de

negocio, pero aún no han materializado dicha idea.

- **Emprendedores nacientes:** son aquellos individuos que han estado involucrados en la puesta en marcha de una empresa hasta 3 (tres) meses, ya sea como auto-empleados o en combinación con otro trabajo.
- **Nuevos empresarios:** se consideran en estos a los individuos cuyas empresas tienen entre 3 (tres) y 42 (cuarenta y dos) meses de funcionamiento, es decir, realizando

pago de salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como auto-empleados o en combinación con otro trabajo.

- **Empresarios establecidos:** se cuenta aquí a aquellos individuos que tienen más de 42 (cuarenta y dos) meses realizando pago de salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como auto-empleados o en combinación con otro trabajo.

Tabla 5. Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA) en Colombia, 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
<b>TEA</b>	22,48%	22,72%	24,52%	22,38%	20,62%
<b>Emprendedor naciente</b>	10,92%	8,07%	13,80%	14,98%	8,62%
<b>Nuevo empresario</b>	12,55%	15,53%	11,70%	7,98%	12,66%

Fuente: Encuesta a Población Adulta (APS) Colombia (GEM, 2010).

El interés por el emprendimiento en Colombia es, en parte, el resultado de políticas que desde hace más de 15 años se han venido desarrollando desde el Gobierno Nacional y el Congreso de la República. En el año 2000, se expidió la Ley 590 de 2000 o Ley MIPYME, que contempla un conjunto de instrumentos de apoyo para la creación de nuevas empresas. Luego, en 2006, se aprobó la Ley 1014, que también busca fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia. A estas dos leyes se suma el documento CONPES 3484, llamado CONPES MIPYMES, que articula todos los instrumentos gubernamentales de apoyo a la MIPYMES, incluidos los destinados a promover el emprendimiento.

El emprendimiento es una de las formulas que utilizan los gobiernos en el

ámbito mundial para hacerle frente a las épocas de crisis, por tal razón, todos los sectores de la economía se convierten, de una u otra forma, en semilleros o incubadoras de esta política de emprendimiento. Las instituciones de educación básica y media rescatan la conciencia emprendedora de sus estudiantes; las de educación superior ofrecen asignaturas y algunas otras ofrecen estudios de posgrado sobre emprendimiento; los centros de desarrollo participan en la transferencia tecnológica; las empresas fomentan internamente el emprendimiento y la innovación (Yusuf, 2005).

El aporte del emprendimiento en el desarrollo económico se da, entre muchos otros factores, a través de la innovación, llevando así a la eficiencia económica y a la ventaja competitiva de las naciones (Porter, 1990). En este

sentido, la creación de productos y de procesos de producción conforma una parte esencial de la competitividad de un país.

Igual que en toda Latinoamérica, la importancia de las MIPYMES en Colombia se debe a su capacidad generadora de empleo y de riqueza. De acuerdo con las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, representan más del 99% de las empresas del país, y proporcionan cerca del 65% del empleo. Lo que las convierte en un motor fundamental para el desarrollo nacional.

Uno de los aspectos centrales de la política de fomento del emprendimiento ha sido la promoción de la cultura sobre el tema. En este sentido, desde hace años, con el auspicio del Ministerio de Comercio,

Industria y Turismo, viene desarrollándose la denominada Cátedra de Creación de Empresas con Impacto Nacional y Futuro Internacional (CEINFI). Con ella se fomenta el desarrollo de la cultura empresarial y exportadora a estudiantes de instituciones de educación superior, usuarios de cajas de compensación familiar, fundaciones y Organizaciones no Gubernamentales (ONG) dedicadas al desarrollo empresarial. Importantes universidades del país ya se encuentran vinculadas a este programa.

La ley 1014 de 2006 estableció la enseñanza obligatoria del emprendimiento en todas las escuelas y colegios del país. Se busca de esta manera que los niños desarrollen desde el primer momento las competencias y las actitudes que les

permitan constituirse más adelante en empresarios. Por otra parte, a las instituciones de educación superior, se les abrió la posibilidad de contemplar el desarrollo de planes de negocios como una opción para los trabajos de grado. Se trata de una gran alternativa para estudiantes interesados más en proyectos concretos que en disquisiciones académicas (sin demeritar estas últimas, por supuesto). Un segundo componente de la política de fomento del emprendimiento lo constituye la construcción de un marco jurídico e institucional que fomenta la creación y fortalecimiento de las nuevas empresas. Se han contemplado al respecto algunos tímidos beneficios tributarios y parafiscales que bien valdría la pena profundizar para lograr el propósito de aliviarles las cargas durante los primeros años, que son por lo general los más difíciles.

En este artículo, los individuos involucrados en el proceso de creación de empresas en una comunidad o país son presentados en la TEA. De allí la importancia para el análisis y posterior discusión. La Tabla 5 presenta una TEA en promedio igual a 22,54% para los años de GEM Colombia (2006-2010).

En ella se aprecia una fluctuación, en 2008, de dos puntos porcentuales por encima; y en 2010, de dos puntos porcentuales por debajo.

La representación de los emprendedores nacientes en el 2010 muestra una situación contraria a la de 2009, puesto que se reflejó una disminución en cuatro puntos porcentuales aproximadamente. Ello puede significar una disminución en el número de empresas que surgen, pero también un aumento en el número de



empresas que consiguen pasar exitosamente la puesta en marcha.

Tabla 6. Nueva actividad empresarial en Colombia vs. Grupos de países, 2010

Grupo	Empresarios Nacientes	Nuevos Empresarios	TEA
Colombia	8,62%	12,66%	20,62%
Economías impulsadas por los factores	11,80%	12,30%	22,78%
Economías impulsadas por la eficiencia	6,87%	5,21%	11,84%
Economías impulsadas por la innovación	2,82%	2,69%	5,45%

Fuente: Encuesta a Población Adulta (APS) Colombia (GEM, 2010).

Por su parte, la Tabla 6 refleja la TEA 2010 de Colombia frente a la del resto del mundo, agrupadas según tipos de economía. Encontramos que el país lidera el grupo de economías impulsadas por la eficiencia, y las impulsadas por la innovación, aunque semejante a las impulsadas por los factores.

La necesidad y la oportunidad constituyen la matriz para la creación de nuevas empresas. La primera de estas involucra a los individuos que no tienen ninguna alternativa de generación de ingresos. La segunda identifica las empresas creadas por una oportunidad de negocio en el mercado.

Tabla 7. TEA por oportunidad, TEA por necesidad y relación TEA oportunidad-TEA 2010

Grupo	TEA oportunidad	TEA necesidad	Relación tea oportunidad - tea necesidad
Colombia	12,13%	8,15%	1,49
Economías impulsadas por los factores	14,24%	7,63%	1,87
Economías impulsadas por la eficiencia	7,81%	3,58%	2,18
Economías impulsadas por la innovación	4,16%	1,12%	3,71

Fuente: Encuesta a Población Adulta (APS) Colombia (GEM, 2010)

En la tabla 7, encontramos que en el 2010 la TEA por oportunidad para Colombia fue de 12,13%, mientras que la TEA por necesidad fue de 8,15%. Analizando la relación TEA oportunidad-TEA necesidad, descubrimos la calidad de los emprendimientos, y si la comparamos con los grupos de economías, Colombia tiene una relación de 1:1, es decir, que por cada emprendimiento motivado por la oportunidad existe un emprendimiento motivado por la necesidad. Mientras que, en las economías impulsadas por la eficiencia, esta relación es 2:1; que, inclusive, es inferior a las economías impulsadas por los factores.

En los países con bajos niveles de desarrollo económico, las tasas de creación de empresas motivadas por la

necesidad son altas. Estas empresas tienden a ser formas de autoempleo. A medida que las economías se desarrollan, los sectores productivos crecen y ofrecen más oportunidades de empleo, de modo que los emprendimientos por necesidad disminuyen y la nueva actividad empresarial pasa a registrar una mayor participación de emprendimientos por oportunidad.

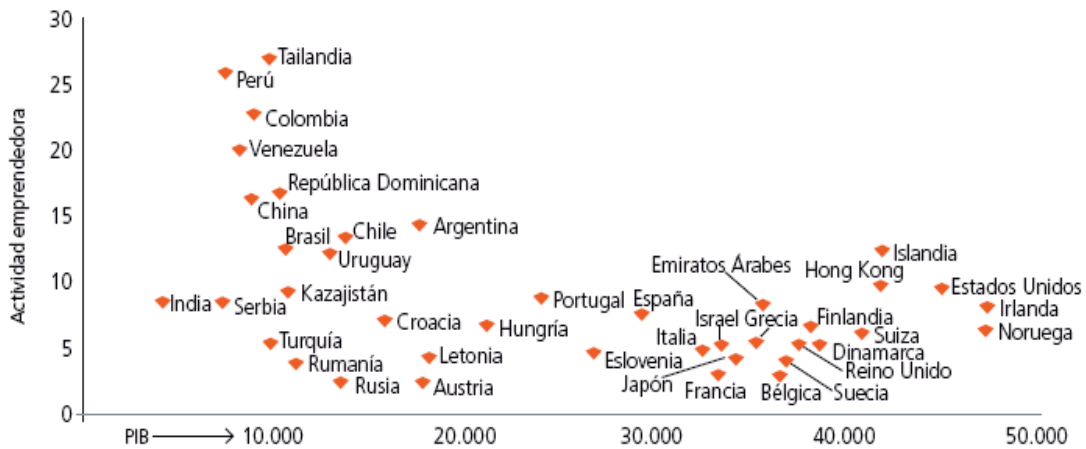
Por su parte, en los países con altos niveles de desarrollo económico, la TEA vuelve a incrementarse. En estos casos, la mayoría de la fuerza laboral es absorbida por las empresas en el sistema productivo, pero se abre espacio de nuevo para la creación de empresas con un alto componente de innovación y valor agregado.

Esta transición de la relación entre el nivel de desarrollo económico de los países y su nueva actividad empresarial se conoce como la relación en forma de “U”.

Se observa que, para 2010, los países pertenecientes a las economías impulsadas por los factores que poseían mayores tasas de nueva actividad empresarial, presentaban un PIB per cápita no muy elevado. Por el contrario,

Gráfica 2. TEA vs. PIB per cápita (PPA), 2010.

las economías impulsadas por la innovación, con menores tasas de nueva actividad empresarial, registraban los mayores niveles de PIB per cápita (Gráfica 2). Las economías impulsadas por la eficiencia, por su parte, concentran niveles intermedios de TEA y de PIB per cápita. Es fácil distinguir la relación en forma de “U” con base en la tendencia de los datos observados.



Fuente: Encuesta a Población Adulta (APS) Colombia (GEM, 2010).

## DISCUSIÓN

La actividad emprendedora en las economías desarrolladas es llevada a cabo, en su mayoría, por individuos motivados por razones intrínsecas (búsqueda de oportunidades, vocación, deseo de desarrollo personal). En las economías en desarrollo o países con medianos y bajos ingresos, los factores extrínsecos (necesidad o falta de empleo) son los que impulsan la actividad emprendedora. Además de altos ingresos por habitante, los países con altas proporciones de emprendedores motivados por la

oportunidad, más que por la necesidad, presentan valores positivos con respecto a otras variables que miden el desarrollo de las naciones: altas tasas de exportaciones, gastos en educación y gastos en investigación y desarrollo (Acs, 2007). El hecho, entonces, de que un país tenga una población con espíritu emprendedor puede ser un síntoma positivo.

Pero, si este espíritu es impulsado por el hecho de que la población no encuentra alternativas de empleo, el comportamiento empresarial

resultante estará orientado a la búsqueda de cualquier medio de vida, lo que conducirá a la generación de pequeñas empresas con escasa capacidad de innovación, poco interesadas en crecer y explorar nuevos mercados. En consecuencia, su impacto en la economía del país será inferior al potencialmente posible.

Es fácil suponer que la actividad empresarial está relacionada con el crecimiento económico: si en una región emergen más emprendedores, se crearan más empresas que generarán más puestos de trabajo, se intensificará la competencia y se mejorará la productividad mediante la innovación y la tecnología. No obstante, ciertos hallazgos muestran que esto no siempre es así.

En el mundo ha habido muchos intentos de establecer alguna relación entre la actividad empresarial temprana

de los países con sus grados de competitividad y crecimiento económico. Desde hace diez años se han configurado iniciativas como el GEM, cuyos informes contienen datos que permiten establecer una relación sistemática entre el crecimiento económico de un país (medido generalmente por los ingresos por habitante) y la cantidad y el tipo de actividad empresarial.

Según el GEM, los países con pocos ingresos por habitante y bajos índices de competitividad se caracterizan por altas tasas de actividad empresarial temprana; es decir, por la presencia de gran cantidad de empresas, generalmente muy pequeñas y de reciente data. En la medida en que los ingresos aumentan, así como también la competitividad, la cantidad de empresas emergentes es menor y la industrialización y las economías de escala permiten que empresas más

grandes y mejor establecidas aumenten su participación en la economía.

## CONCLUSIONES

Hoy día, las regiones colombianas del Norte y el Oriente se encuentran en una fase de incubación de nuevas empresas. Estas empresas no compiten en relación con factores de producción, sino en productividad, por sus elevados niveles de tecnología. Los segmentos menos avanzados y sensibles al precio son característicos de las economías menos avanzadas.

Un importante referente para evaluar el desempeño de la nueva actividad empresarial en Colombia es el de las economías impulsadas por la innovación, por cuanto las empresas que hacen parte de este grupo de economías se consideran mucho más sofisticadas, al competir

internacionalmente en segmentos sectoriales diferenciados.

En la academia, el reto está en la formación de emprendedores capaces de iniciar proyectos, de asumir riesgos, y de propiciar el cambio y el crecimiento sostenible de la sociedad. Por lo tanto, la formación deberá cimentarse en elementos motivadores diferentes a la necesidad, la supervivencia económica o la generación de riqueza.

En relación con las potencialidades de la nueva actividad empresarial, se encuentran datos preocupantes. En el futuro próximo no se vislumbra una generación de empleo significativa, innovación en productos o procesos, como tampoco participación en las exportaciones, lo cual confirma el bajo nivel de la calidad y del tipo de emprendimiento.

Es imperioso, por tanto, que los gobiernos generen políticas para fomentar y proteger a este tipo de entidades económicas. Como se ha presentado, son una cuota sobresaliente en las economías latinoamericanas.

## REFERENCIAS

*Academia y empresa con destino al desarrollo sostenible de Latinoamérica.* (2009). Leadership: Magazine for Managers, 6 (17), 13.

Acs, Z. J. (2007): «How is entrepreneurship good for economic growth?». *Innovations*. Vol. 1, No. 1.

Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M., & Minniti, M. (2005). Global Entrepreneurship Monitor – 2004. Executive Report paperssrncom. Babson College, London Business

School. Retrieved from <http://library.ecce.me/08010703.pdf>

Cantillon, R. (1755). “Première partie”. En: *Essai sur la nature du commerce en général*. Londres: MacMillan. (Editado en 1931).

Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Disponible en: [www.cepal.org](http://www.cepal.org) (Consulta: Mayo 2012). Documento Conpes tomado de <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/3774/43/> octubre 2011

Estrada, R. D. J. G. (2006). *Los extranjeros en Colombia: su aporte a la construcción de la nación (1810-1920)*. Bogotá: Planeta.

Global Entrepreneurship Monitor-GEM Colombia. (2010). Santiago de Cali: Universidad Icesi, 2011. [Tomado el lunes 25 de junio de 2012]. Disponible en Biblioteca Digital.

Universidad Icesi.

<http://hdl.handle.net/10906/5417>

Germani, Gino. *Desarrollo económico*,

Vol. 1, No. 3 (Oct. - Dec., 1961), pp.

59-96. Estrategia para estimular la

movilidad social. Published by:

Instituto de Desarrollo Económico y

Social Article Stable

URL:[http://www.jstor.org/stable/346](http://www.jstor.org/stable/3465803)

5803

Instituto Nacional de Estadística y

Estudios Económicos en Francia

(INSEE). Disponible en:

[www.insee.fr](http://www.insee.fr) (Consulta: Mayo

2012).

Kantis, H. (Ed.) (2004). *Desarrollo*

*emprendedor: América Latina y la experiencia internacional.*

Washington: Banco Interamericano

de Desarrollo y Fundes

Internacional.

*Ley 1014 de Emprendimiento 2006.*

Ley No. 590, 10 de julio de 2000.

Ministerio de Industria Comercio y Turismo

<https://www.mincomercio.gov.co/>

Mintzber, Henry (1997). Estrategias

genéricas para la ubicación,

diferenciación y elaboración del

negocio medular. En H. Mintzberg,

J. Brian & J Voyer (Eds.), *El*

*proceso estratégico. Conceptos,*

*contextos y casos.* México: Prentice

Hall Hispanoamericana.

Organización para la Cooperación y

Desarrollo Económico (OCDE)

(2005). *SME Entrepreneurship*

*outlook.* Paris: OECD, Publications.

Porter, M. (1990). *La ventaja*

*competitiva de las naciones.*

Buenos Aires: Vergara Editor S.A.

Real Academia Española. (2001).

*Diccionario de la lengua española*



- (22.<sup>a</sup> ed.). Madrid, España: Consultado en: <http://www.rae.es/rae.html>
- Saavedra, G., María, L. y Hernández, C., Yolanda. (2008). *Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica. Actualidad Contable FACES*, año 11, Nº 17, Juio-Diciembre, pp. 122-134. Mérida: Venezuela.
- Tello, M. D. (2010). *Del desarrollo económico nacional al desarrollo local: aspectos teóricos. Revista De La CEPAL*, (102), 51-67.
- Tunal, G. (2003). *El problema de clasificación de las microempresas. En: Actualidad Contable FACES*, Año 6, No. 7, pp. 78-91.
- Veeraraghavan, V. (2009). *Entrepreneurship and innovation. Asia- Pacific Business Review*. *Special Issue on Entrepreneurship and Innovation*, 5(1), 14-20.
- Webb, R. y Fernández Baca, G. (1999). Perú en números-1999. Cuánto, S.A: Lima. <http://cendoc.esan.edu.pe/buscar/inworld.exe> mayo de 2012
- Yusuf, J.E. (2005). Putting entrepreneurship in its rightful place: a typology for Refining entrepreneurship across private, public and non profit sectors. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 11(2), 113-133.