Bogotá D.C. 20 de julio de 2021

Doctores

**GERMÁN ALCIDES BLANCO ÁLVAREZ**

Presidente Cámara de Representantes

**JORGE HUMBERTO MANTILLA SERRANO**

Secretario General Cámara de Representantes

**Ref. Proyecto de Ley *“Por la cual se establecen incentivos para promover la creación de empresas familiares y se dictan otras disposiciones”***

Me permito radicar Proyecto de Ley *“Por la cual se establecen incentivos para promover la creación de empresas familiares y se dictan otras disposiciones”*para que se trámite en el Congreso y sea Ley de la República.

Cordialmente,

|  |  |
| --- | --- |
| **JOHN MILTON RODRÍGUEZ GONZÁLEZ**  Senador de la República  Partido Colombia Justa Libres  Autor |  |

**Honorables Congresistas:** Presento a consideración del Congreso de la República el siguiente proyecto de ley con el propósito que se convierta en Ley de la República dada la importancia de la familia, como núcleo fundamental de la sociedad y de la economía local, reconociendo a ésta como fuente del desarrollo económico del País.

**ANTECEDENTES DEL PROYECTO DE LEY**

El proyecto de ley se presenta en la legislatura 2021 – 2022, para convertirse en Ley de la República en el presente periodo legislativo.

**ALCANCE Y CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY**

La presente iniciativa consta de 9 artículos. En el primer artículo se establece el objeto de la ley, con la que se pretende instaurar incentivos que promuevan la creación de empresas familiares en Colombia, reconociendo a la familia como una fuente de desarrollo de la economía del país.

El segundo artículo, define el concepto de empresa familiar, acogiendo lo dispuesto en el artículo 25 del Decreto 410 de 1971 “Código de comercio”, y adaptado al contexto de familia.

En concordancia con la materia, el artículo tercero establece la exención para el registro mercantil y para la renovación en el primer año. Lo anterior, busca incentivar la formalización de los emprendimientos familiares eliminando una de las barreras de tramitología estimulando su permanencia en el tiempo.

En ese mismo sentido, el artículo 4 fomenta la creación de empresas familiares a través de una entidad sólida en materia de emprendimiento como es INNPULSA, la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, encargada de promover las acciones gubernamentales necesarias para incentivar la creación, permanencia y comercialización de los productos de emprendimientos en los mercados nacionales e internacionales.

El artículo quinto crea el sello *hecho en casa*, como una estrategia de reconocimiento e impulso al establecimiento de relaciones comerciales que promuevan el encadenamiento comercial entre estas empresas. A su vez, propende por ser un mecanismo para la identificación de las mismas en el mercado nacional, lo cual permitirá una apropiación de marca que apoyará las campañas comerciales.

Por otro lado, el artículo sexto fija en las organizaciones del Grupo Bicentenario como en Bancoldex, la adecuación de líneas de crédito que promuevan el acceso a recursos para estas empresas y la incorporación de medidas de acompañamiento que garanticen el cumplimiento de los compromisos.

El artículo séptimo, obliga en todos los niveles de la rama ejecutiva, a incluir dentro de sus planes, programas y proyectos, las acciones que garanticen el cumplimiento de la presente ley en cada entidad territorial. A su vez, plantea la inserción efectiva de estos emprendimientos en todas las convocatorias públicas que tiendan a fortalecer el espíritu emprendedor de estas empresas.

Por su parte, el artículo 8 y por tratarse de una categoría nueva de empresa, establece que la presente ley se desarrolle conforme a lo establecido en los respectivos marcos fiscales de mediano plazo de las entidades territoriales evitando un impacto fiscal.

**FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO DE LEY**

Este proyecto de ley tiene como objeto establecer incentivos en materia tributaria, educativa y social para promover la creación de empresas familiares dentro del territorio nacional a partir de la entrada en vigencia de la misma, con el fin de posicionar a la familia como fuente de desarrollo de la economía de la Nación, donde se garantice la libertad para ofrecer sus bienes y servicios.

**LAS EMPRESAS FAMILIARES EN COLOMBIA**

La familia en Colombia, como núcleo fundamental de la sociedad, no solo guarda vínculos sanguíneos y fraternos, sino que también se articula a la esfera económica por medio de la asociación para establecer distintos tipos de empresa.

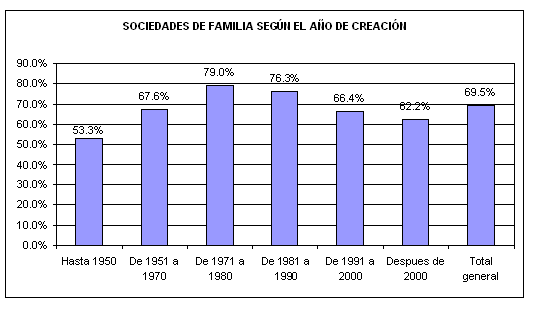
Las empresas familiares, reconocidas por el artículo 102 del código de comercio, considera válida la sociedad entre parientes próximos, como padres e hijos o entre cónyuges, aunque unos y otros sean los únicos asociados. De acuerdo a lo anterior, la calidad de sus socios legitimado por su parentesco, es una característica de este tipo de sociedades. Al respecto, precisa:

***ARTÍCULO 102. VALIDEZ DE SOCIEDADES FAMILIARES-APORTE DE BIENES****. Será válida la sociedad entre padres e hijos o entre cónyuges, aunque unos y otros sean los únicos asociados. Los cónyuges, conjunta o separadamente, podrán aportar toda clase de bienes a la sociedad que formen entre sí o con otras personas.*

De acuerdo a lo anterior, una sociedad al estar compuesta por más del 50% de sus socios con lazos sanguíneos, podría considerarse en Colombia una empresa familiar.

Según un estudio de la Superintendencia de Sociedades en 2005, en Colombia el 70% de las empresas de la muestra se catalogaron como empresas familiares para ese año. Afirma también que 96% del total de sociedades en los Estados Unidos corresponden a este tipo de empresas, como también el 99% en Italia, el 88% en Suiza, el 76% en Inglaterra, 71% en España y el 65% Chile durante el mismo año.

Según este estudio, de acuerdo con las fechas de constitución de las empresas, “las décadas del 80 y el 90 registraron la mayor participación de las sociedades de familia, es decir, en esa época la participación de las sociedades de familia en el total de sociedades creadas fue mayor.”



**Fuente:** Supersociedades – Sociedades de Familia en Colombia en 2005

De acuerdo con Asuntos Legales (2018), la empresa familiar en Colombia representa el 86,5% de las compañías establecidas en el país.

*“El mercado colombiano es liderado por las empresas familiares, tanto es así que, según Confecámaras, 86,5% de las compañías del país se constituye como empresas familiares. Sin embargo, informes de la Superintendencia de Sociedades, revelan que tan solo 13% de estas sociedades sobreviven a la tercera generación. Analistas consideran que la falta de protocolos familiares, la no constitución de un acuerdo fundacional societario sólido y no implementar un gobierno corporativo son las principales causas para que estas empresas no sobrevivan en el mercado.”*

Dentro de sus principales causas de falta de permanencia en el tiempo de la gran mayoría de estas, obedecen a procesos administrativos internos desde su constitución, razón por la cual se debe considerar una asesoría y acompañamiento especializado en esta etapa vital para garantizar su sostenibilidad.

Para 2017 de las 323 mil empresas creadas, cerca de 156 mil, que equivalen al 48,4% fueron empresas familiares. Pero en 2018, Según el informe de Confecámaras, el 86.5 % de las empresas en Colombia son organizaciones de familia. Esto permite inferir que, por cada 100 empresas o sociedades nuevas en Colombia, 86 corresponden a una empresa de este tipo como mínimo.

De acuerdo al informe de dinámica empresarial de Confecámaras (2021), entre enero y marzo de 2021 se crearon 96.431 unidades productivas, de las cuales el 75,4% corresponden a personas naturales y 24,6% a sociedades.

Se esperaría que por lo menos 20 mil nuevas sociedades correspondan a empresas familiares de 23 mil registradas en Colombia para este año.

**FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES**

De acuerdo con PWC en Empresas Familiares en Colombia: Un legado que trasciende, afirma que el 91% de estas empresas, acceden a créditos bancarios como fuentes de financiamiento, cuando la media en otros tipos de empresa es del 81%.

De estas empresas, el 50% considera obtener capital privado como fuente de financiamiento, el 8% mediante otros miembros de la familia y un 8% mediante la Bolsa de Valores.

Teniendo en cuenta, que la mayoría de empresas busca acceso a la banca para iniciar o capitalizar sus empresas, las líneas de crédito de fomento enfocadas para este tipo de empresas, resultaría siendo una opción atractiva, con condiciones justas y que permitan a estos acceder sin exceso de trámites y brindando un acompañamiento técnico para garantizar el cumplimiento de sus compromisos futuros.

**EMPLEO Y CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA**

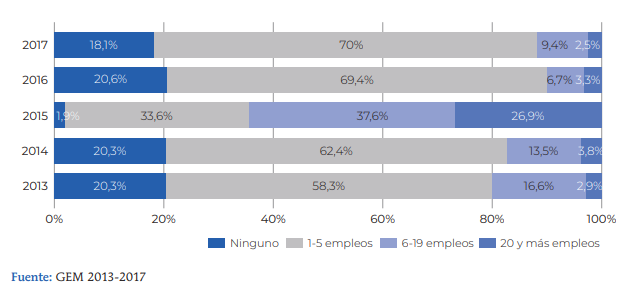
Según información del DANE (2019), el emprendimiento es el mecanismo principal para salir de una condición de desempleo[[1]](#footnote-1) y de mejorar los ingresos. Para mayo de 2021, la tasa de desempleo del país se ubicó en 15,6% siendo menor en 5.8% frente al mismo mes de 2020 (21,4%). Estas altas tasas de desempleo generadas por el impacto de la pandemia por Covid-19 han empezado a ajustarse gracias a las reaperturas económicas que se han dado durante el presente año.

Sin embargo, promover aún más la reactivación económica de las familias colombianas ayudará a fortalecer el desarrollo de capacidades y el crecimiento del país, considerando que, según el último boletín técnico de mayo 2021 del DANE, el 44% de la contribución al empleo fue dada por los trabajadores por cuenta propia, los cuales son considerados como emprendedores.

De otro lado, según el Monitor de Emprendimiento Global - GEM (2017)[[2]](#footnote-2) por sus siglas en inglés, ha identificado que cerca del 50% de los emprendimientos que se establecen en el país son conformados por población sin estudios o con estudios de primaria o secundaria.

A la par, se ha establecido una relación directa entre la educación del emprendedor y la motivación para crear empresa. Los emprendedores con educación primaria y secundaria e ingresos inferiores a 1 SMMLV, han justificado la creación de empresa, principalmente, por necesidad. Para 2018, del 100% de los emprendimientos en el país, el 26,1% son conformados por personas con educación primaria y el 20,3% con educación secundaria.

En cuanto a la generación de empleo, el comportamiento distintivo de cerca del 70% de las nuevas empresas ha sido el de generar entre 1 y 5 empleos (GEM, 2017).



Sin embargo, GEM (2017) ha logrado identificar que la concentración de nuevos emprendimientos y emprendimientos consolidados se centra principalmente en el sector económico de consumo, por lo que se percibe una baja capacidad de creación de empresas innovadoras las cuales potencian la generación de empleos. Por tanto, el emprendimiento en la actualidad se concentra en la generación de ingresos.

Desde el enfoque exportador de los emprendimientos colombianos, el balance de los últimos años no es favorable. Para 2017 el 59,9% de las empresas manifestaba no tener clientes en el exterior. Este porcentaje ha venido creciendo desde 2015, año en el cual sólo el 24,1% manifestó no tener comercio con el exterior (GEM, 2017)

En este contexto, el acompañamiento técnico es uno de los elementos indispensables para el éxito y permanencia de los emprendimientos, promoviendo una producción diferencial que aporte valor agregado, y, estableciendo a la actividad emprendedora familiar como apalancadora de nuevos y mejores empleos.

Dentro del análisis de las razones por las cuales los colombianos abandonan las empresas, según GEM (2019)[[3]](#footnote-3), se encuentran algunas relacionadas con la burocracia y los trámites y costos asociados al mantenimiento en la formalidad de las empresas. Es por esto que se requieren esfuerzos para incentivar la formalización y mantenimiento de las empresas, principalmente las familiares, como instrumento para generar ingresos y encadenamientos productivos en las regiones.

Como lo cita Henao (2019)[[4]](#footnote-4) “*La actividad emprendedora es estadísticamente significativa en el PIB, ya que como lo menciona Durán (2015) “tiene un efecto positivo en el indicador, por lo que mayores tasas de emprendimiento inducen mayores niveles del PIB en los municipios de Colombia”*”. En Colombia, tomando solo el aporte al PIB de los emprendimientos de economía naranja, este asciende a 3,4%, cifra que ha venido en aumento en los últimos años (Portafolio, 2018)

Identificando las bondades del emprendimiento en la economía y en la mejora de indicadores sociales, organizaciones públicas como INNPULSA han creado proyectos que se adecuan al objeto del presente proyecto. Uno de ellos es el programa Aldea, el cual se encuentra dirigido a fortalecer el emprendimiento de alto impacto para Colombia. El programa brinda la “*oportunidad de superar las barreras a través de cuatro retos que les permiten conectarse con expertos, aliados (mentores), asesores, inversionistas y entidades de crédito, entre otros actores clave”* (Tomado de INNPULSA, 2021). Por tanto, se considera relevante el uso de las capacidades y recursos existentes en el ejecutivo, replicando la metodología establecida por la entidad para potenciar los emprendimientos familiares.

**SELLOS COMO DISTINTIVOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS**

A lo largo del tiempo, distintas estrategias dentro del mercado de bienes y servicios han resultado útiles para impulsar el consumo de productos en particular. Es así, como “Sellos”, distintivos creados con estos fines, permiten a productos y/o servicios, destacarse sobre otros similares como impulso de cara al consumidor para llegar a una transacción efectiva.

A continuación, se exponen tres ejemplos de cómo estos sellos se han posicionado como factor diferenciador dentro de sus mercados y añaden valor agregado al bien o servicio.

**SELLO HECHO A MANO**

Este distintivo de calidad, garantiza el proceso manual para la elaboración de una artesanía. Es el resultado de un convenio entre Artesanías de Colombia S.A. y el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación – ICONTEC quienes certifican la autenticidad en el proceso.

Esta iniciativa, que ha sido pionera en Colombia impulsa la gestión, desarrollo y competitividad de los artesanos promoviendo la generación de confianza para el consumidor.

Para el artesano, representa un factor diferenciador en sus productos frente a aquellas que no lo tienen, o a aquellos productos similares que involucran procesos industriales en la elaboración, permitiendo mantener intacto valores autóctonos de su región y/o factores propios de su proceso.

Por su parte, el comprador puede identificar fácilmente el valor agregado y valor intrínseco que pueda suponer para este, un mayor valor.

**SELLO DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN**

Tradiciones, insumos y otras formas de dar a conocer la cultura de nuestro país, enmarca el propósito de este sello:

*“es un sello con un significado muy especial, pues cuenta con las costumbres de producción artesanal de los habitantes de esa zona geográfica”. Tomado de: Colombia.co*

Es un sello que productores, fabricantes y artesanos que tengan su producción en la zona que indica el certificado de origen, pueden hacer uso del mismo. Por su parte, la Superintendencia de Industria y Comercio es la entidad encargada de autorizar este uso. Productos como el café, la cholupa del Huila, el bizcocho de las achiras del Huila, el queso del Caquetá, las flores de Colombia gozan de la posibilidad de contar con este distintivo en los mercados nacionales e internacionales.

**SELLO COMPRA LO NUESTRO**

Este distintivo, es otorgado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en asocio con Colombia Productiva, es una apuesta para visibilizar los productos y servicios de la industria colombiana:

*“El Sello busca facilitar al consumidor la identificación de productos y servicios producidos por empresas colombianas o instaladas en Colombia. El uso del distintivo es gratuito y no hace referencia a la calidad del producto o servicio, ni valida el cumplimiento de la normativa aplicable a cada producto o servicio.”* Tomado de: Compralonuestro.co

El Sello puede ser usado en productos y servicios con producción, fabricación u operación en Colombia (no importados), lo que permite a estos ser visibilizados en los mercados internacionales por las características culturales, geográficas y autóctonas de nuestro país en el mundo entero.

**MARCO NORMATIVO**

El proyecto de ley se enmarca en el ordenamiento constitucional y legal vigente. Por lo tanto, la aprobación de esta ley contribuye al fortalecimiento de la familia como fuente de desarrollo de la economía local, y en su defecto, a la disminución del desempleo nacional.

Ley 222 de 1995 "Por la cual se modifica el Libro II del Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones”.

Ley 489 de 1998. "Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones".

Ley 590 de 2000. “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa”.

**DECRETOS**

Decreto No. 898 de 2002 "Por el cual se reglamenta el Título VI del Libro Primero del Código de Comercio".

Decreto Legislativo No. 410 de 1971 "Por el cual se expide el Código de Comercio" 27 de marzo de 1971.

Artículo 102. VALIDEZ DE SOCIEDADES FAMILIARES-APORTE DE BIENES. Será válida la sociedad entre padres e hijos o entre cónyuges, aunque unos y otros sean los únicos asociados. Los cónyuges, conjunta o separadamente, podrán aportar toda clase de bienes a la sociedad que formen entre sí o con otras personas.

**JURISPRUDENCIA**

CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia T-014 del 21 de enero de 1999. M. P.: Alejandro Martínez Caballero.

**CONCEPTOS**

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. Concepto 220-16368 del 27 de marzo de 1997.

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. Concepto 220-66676 del 30 de julio de 1999.

**CONFLICTO DE INTERÉS**

El presente Proyecto de Ley es de carácter general, sin embargo, en cumplimiento de la Ley 2003 de 2019, se hace la salvedad que puede encontrarse en la esfera privada de cada uno de los congresistas que examinen el presente Proyecto de Ley, otros elementos que puedan derivarse o entenderse como generadores de conflicto de interés, razón por la cual, lo aquí advertido no exonera a cada uno de los congresistas de examinar minuciosamente la habilitación ética para conocer y votar este proyecto de ley, y en caso de existir, ponerlos de presente a la célula legislativa que tramite el mismo.

**PROYECTO DE LEY N° \_\_\_\_ DE 2021 SENADO**

***“POR LA CUAL SE ESTABLECEN INCENTIVOS PARA PROMOVER LA CREACIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”***

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

**Artículo 1. Objeto.** La presente Ley tiene como objeto promover la creación y consolidación de empresas familiares, con el fin de posicionar a la familia como fuente de desarrollo económico nacional, donde se garantice la libertad para ofrecer sus bienes y servicios.

**Artículo 2. Empresa Familiar.** Entiéndase a la empresa familiar comotoda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios, ofertada y legalmente constituida por dos o más miembros de un mismo núcleo familiar.

**Artículo 3. Exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación.** Las empresas familiares que inicien su actividad económica principal a partir de la promulgación de la presente ley, quedarán exentas del pago de la matrícula mercantil y de la renovación del primer año siguiente al inicio de la actividad económica principal.

**Artículo 4. Fomento para la creación de nuevas empresas familiares.** Fomentase la creación de empresas familiares a través de capacitación técnica, financiación, asesoría legal y comercial, nacional e internacional, por parte de las autoridades competentes en materia de emprendimiento, con el propósito de promover la comercialización de sus productos en el mercado nacional e internacional, a través de ruedas de negocio, ferias de emprendimiento y demás eventos similares.

**PARÁGRAFO.** INNPULSA, o quien haga sus veces, como agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional será la entidad encargada de dar los lineamientos técnicos y atención especializada en esta materia y garantizar en los territorios la realización de por lo menos una feria anual y/o rueda de negocio, dirigidas a la promoción de estos emprendimientos.

**Artículo 5. Sello hecho en casa.** Crease el Sello hecho en casa, como distintivo y reconocimiento a productos y servicios producidos por las empresas familiares, que se acompañará de campañas de sensibilización por parte de los gobiernos nacional, departamental, distrital y municipal para la promoción de la comercialización de sus productos.

**PARÁGRAFO.** Facúltese al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para establecer beneficios dirigidos a aquellas personas naturales o jurídicas que consuman, promuevan o comercialicen los productos de las empresas beneficiarias de la presente ley, en coordinación con las Cámaras de Comercio establecidas en el país, a fin de generar los mecanismos necesarios para certificar el buen uso del sello hecho en casa.

**Artículo 6. Líneas de crédito de fomento.** Establézcase líneas especiales de crédito para facilitar el acceso a fuentes de financiación de las empresas familiares, acompañado de programas ofertados por las instituciones financieras respectivas que permitan la permanencia en el tiempo y el crecimiento de las mismas.

**PARÁGRAFO.** El grupo Bicentenario y Bancoldex garantizarán el acceso al crédito para estas empresas y fomentarán la creación de alianzas estratégicas en pro del desarrollo de las mismas.

**Artículo 7. Articulación con los Planes de Desarrollo Territorial.** Incorpórese en los planes de desarrollo del orden nacional, departamental, distrital y municipal, programas y proyectos que garanticen la promoción y creación de empresas familiares como base del desarrollo económico y social en los territorios, así como su permanencia en el tiempo.

**PARÁGRAFO.** En las convocatorias públicas que realice el gobierno nacional, departamental, distrital o municipal referente a programas sociales de apoyo al emprendimiento y la creación de empresas familiares, deberán desarrollar mecanismos facilitadores que promuevan su participación en dichos procesos.

**Artículo 8. Recursos.** A partir de la sanción de la presente ley y de conformidad con los artículos 334, 341, 288 y 345 de la Constitución Política autorizase al Gobierno nacional, para incorporar dentro del Presupuesto General de la Nación y a los entes territoriales, en sus presupuestos correspondientes, las apropiaciones requeridas en la presente ley, conforme al marco fiscal de mediano plazo (MFMP) vigente para ese momento.

**Artículo 9. Vigencia.** La presente ley rige a partir de su promulgación, y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

**De los H. Congresistas:**

|  |  |
| --- | --- |
| **JOHN MILTON RODRÍGUEZ GONZÁLEZ**  Senador de la República  Partido Colombia Justa Libres  Autor | |
| **ESPERANZA ANDRADE SERRANO**  Senadora de la República  Partido Conservador Colombiano  Coautor | **EDUARDO EMILIO PACHECO CUELLO**  Senador de la República  Partido Colombia Justa Libres  Coautor |
| **CHRISTIAN M. GARCÉS ALJURE**  Representante a la Cámara  Centro Democrático  Coautor | **ENRIQUE CABRALES BAQUERO**  Representante a la Cámara  Partido Centro Democrático  Coautor |
| **MARGARITA MARÍA RESTREPO** Representante a la Cámara Partido Centro Democrático  Coautora | **HENRY CUELLAR RICO**  Centro Democrático  Coautor |
| **HERNÁN HUMBERTO GARZÓN**  Representante a la Cámara  Departamento de Cundinamarca  Coautor | **AMANDA ROCIO GONZALEZ R.**  Partido Centro Democrático  Coautora |
| **EDWIN GILBERTO BALLESTEROS ARCHILA**  Representante a la Cámara por Santander  Centro Democrático  Coautor | **DIEGO JAVIER OSORIO JIMÉNEZ**  Representante a la Cámara  Departamento del Quindío  Coautor |
| **MILLA PATRICIA ROMERO SOTO**  Senadora de la República  Centro Democrático  Coautora | **RUBY HELENA CHAGÜI SPATH**  Senadora de la República  Partido Centro Democrático  Coautora |
| **YENICA SUGEIN ACOSTA INFANTE**  Representante a la Cámara  Departamento del Amazonas  Coautora | |

1. Según denominación del DANE, entiéndase por desempleada la persona que manifiesta alguna de las siguientes situaciones: “No hay trabajo disponible. Espera que lo llamen. No sabe cómo buscar. Está cansado de buscar. No encuentra en su profesión. Está esperando la temporada alta. Carece de experiencia. No tiene recursos para un negocio. Es muy joven o viejo” o “1. Trabajó por lo menos una hora remunerada en la semana. 2. Los que no trabajaron la semana de referencia, pero tenían un trabajo. 3. Trabajadores sin remuneración que trabajaron en la semana por lo menos 1 hora” (p.29) [↑](#footnote-ref-1)
2. Referencia: GEM – Global Entrepreneurship Monitor - Colombia. (2017). Estudio de la actividad empresarial 2017 Colombia. Recuperado de ttps://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report [↑](#footnote-ref-2)
3. Referencia: GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2019). Estudio de la Actividad Emprendedora en Colombia 2018/2019. Recuperado de https://www.gemconsortium.org/report/estudio-de-la-actividademprendedora-en-colombia-basado-en-gem-colombia-2018-2019 [↑](#footnote-ref-3)
4. Referencia: Henao, Sonia. Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas. Recuperado de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/18448>. [↑](#footnote-ref-4)