

LUIS MIGUEL
REPÚBLICA



MAURICIO
GIRALDO
SENADOR

Bogotá D.C. agosto 2 de 2023

Doctores

IVÁN LEÓNIDAS NAME VÁSQUEZ

Presidente Senado de la República

GREGORIO ELJACH PACHECO

Secretario General Senado de la República

Ref. Proyecto de Ley No. 067 de 2023 Senado *“Por la cual se establecen incentivos para promover la creación de empresas familiares y se dictan otras disposiciones – Sello Hecho en Familia”*

Nos permitimos radicar Proyecto de Ley *“Por la cual se establecen incentivos para promover la creación de empresas familiares y se dictan otras disposiciones – Sello Hecho en Familia”* para que se trámite en el Congreso y sea Ley de la República.

Cordialmente,

OSCAR MAURICIO GIRALDO HERNÁNDEZ
Senador de la República
Partido Conservador

LUIS MIGUEL LÓPEZ ARISTIZÁBAL
Representante a la Cámara por Antioquia
Partido Conservador

H. S. MAURICIO GIRALDO - OF. 637 B

H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ - OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

PROYECTO DE LEY N° ____ DE 2023 SENADO

**“POR LA CUAL SE ESTABLECEN INCENTIVOS PARA PROMOVER LA
CREACIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES Y SE DICTAN OTRAS
DISPOSICIONES” – SELLO HECHO EN FAMILIA**

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

Artículo 1. Objeto. La presente Ley tiene como objeto la creación del – *Sello Hecho en Familia* – para 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 como toda 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. Sello hecho en Familia. 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. Facúltase 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 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 PRIMERO. 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

H. S. MAURICIO GIRALDO - OF. 637 B

H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ - OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

la realización de por lo menos una feria anual y/o rueda de negocio, dirigidas a la promoción de estos emprendimientos.

PARÁGRAFO SEGUNDO. 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 5. 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.

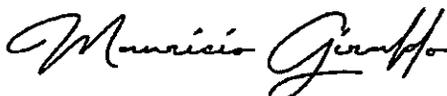
Artículo 6. Articulación con los Planes de Desarrollo Territorial. Incorpórese en los planes de desarrollo del orden nacional, departamental, distrital y municipal, programas y proyectos que garanticen la promoción y creación de empresas familiares como base del desarrollo económico y social en los territorios, 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 7. 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 8. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación, y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

De los H. Congressistas:



OSCAR MAURICIO GIRALDO HERNÁNDEZ
Senador de la República
Partido Conservador



LUIS MIGUEL LÓPEZ ARISTIZÁBAL
Representante a la Cámara por Antioquia
Partido Conservador

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

LUIS MIGUEL
REPRESENTANTE A LA CÁMARA



MAURICIO GIRALDO
SENADOR

HR. YENCIA SUGÉIN ACOSTA INFANTE
Representante a la Cámara
Departamento del Amazonas

Miguel Polo Polo
MIGUEL ABRAHAM POLO POLO
Circunscripción Afro-Descendiente

Delcy Esperanza Isaza Buenaventura
Representante a la Cámara por el Tolima
Partido Conservador

OSCAR BARRETO QUIROGA
Senador de la República
Partido Conservador

Karina Espinosa Oliver
Senadora de la República
Partido Liberal

José Jaime Uscátegui Pastrana
Representante a la Cámara por Bogotá
Centro Democrático

H. S. MAURICIO GIRALDO - OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ - OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

LUIS MIGUEL
REPRESENTANTE



MAURICIO
GIRALDO
SENADOR

German Blanco Álvarez
Senador de la República

JORGE ALEXANDER QUEVEDO
Representante a la Cámara por Guaviare
Partido Conservador

SOLEDAD TAMAYO TAMAYO
Senadora de la República

PALOMA VALENCIA LASERNA
Senadora de la República

LUIS DAVID SUAREZ CHADID
Representante a la Cámara por Sucre
Partido Conservador

H. S. MAURICIO GIRALDO - OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ - OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

SENADO DE LA REPUBLICA

Secretaría General (Art. 139 y ss Ley 5ª de 1.992)

El día 02 del mes Agosto del año 2023

se radicó en este despacho el proyecto de ley
Nº. 67 Acto Legislativo Nº. _____, con todos y
cada uno de los requisitos constitucionales y legales

por: H.S. Oscar Mauricio Bernaldo, Oscar Barreto Cumbao, German
Blanco Alvarez, Soledad Tamayo Tamayo, Patricia Varela, Karina Espinoza
H.R. Jho Miguel Lopez Rodriguez, Mirka Eugenia Vega, Percy Espinoza
Karina Espinoza y otras firmas.

SECRETARIO GENERAL

LUIS MIGUEL
REPRESENTANTE



MAURICIO
GIRALDO
SENADOR

HR. YENICA SUGEIN ACOSTA INFANTE
Representante a la Cámara
Departamento del Amazonas

Miguel Polo Polo
MIGUEL ABRAHAM POLO POLO
Circunscripción Afro-Descendiente

Delcy Esperanza Isaza Buenaventura
Representante a la Cámara por el Tolima
Partido Conservador

OSCAR BARRETO QUIROGA
Senador de la República
Partido Conservador

Karina Espinosa Oliver
Senadora de la República
Partido Liberal

José Jaime Uscátegui Pastrana
Representante a la Cámara por Bogotá
Centro Democrático

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

LUIS MIGUEL
REPRESENTANTE



MAURICIO
GIRALDO
SENADOR

German Blanco Álvarez
Senador de la República

JORGE ALEXANDER QUEVEDO
Representante a la Cámara por Guaviare
Partido Conservador

SOLEDAD TAMAYO TAMAYO
Senadora de la República

PALOMA VALENCIA LASERNA
Senadora de la República

LUIS DAVID SUÁREZ CHADID
Representante a la Cámara por Sucre
Partido Conservador

Honorables Congressistas: Presentamos 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

La presente iniciativa fue autoría del exsenador John Milton Rodríguez González y otros congresistas en la Legislatura 2021-2022, quien autorizó expresamente volver a presentarla

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B

H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

ante el Congreso de la República en beneficio de miles de familias que desarrollan su propia empresa, especialmente aquellas que aún están en la informalidad.

ALCANCE Y CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY

La presente iniciativa consta de 8 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 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.

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. A su vez, quinto busca incentivar la formalización de los emprendimientos familiares eliminando una de las barreras de tramitología estimulando su permanencia en el tiempo.

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 sexto, 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 7 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.

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

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.

En el 2021 el tejido empresarial colombiano está conformado en más del 90 % por micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). Ellas responden por alrededor del 80 % del empleo. Pero, además, tienen una poderosa característica: gran parte de su estructura está cimentada en las estructuras de familia que las crearon: cerca de dos de cada tres de estas empresas, son familiares.

El estudio Global Family Business Report de KPMG, destaca que en Colombia el 55% de las empresas familiares son prestadoras de servicios, el 26% son de manufactura, el 12% son de agricultura y el 7% son construcción

Según el estudio Global Family Business Report de KPMG, en Colombia, el 49% de empresas familiares son pequeñas, el 32% son medianas y el 19% son grandes. Entre éstas, el 62% tienen una sola generación familiar activa dentro de la empresa, mientras que el 38% reconoce tener más de una generación activa, comparado con los resultados globales, los cuales arrojaron que el 40% tiene la primera generación familiar y 40% más de una

H. S. MAURICIO GIRALDO • OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ • OF. 615 B

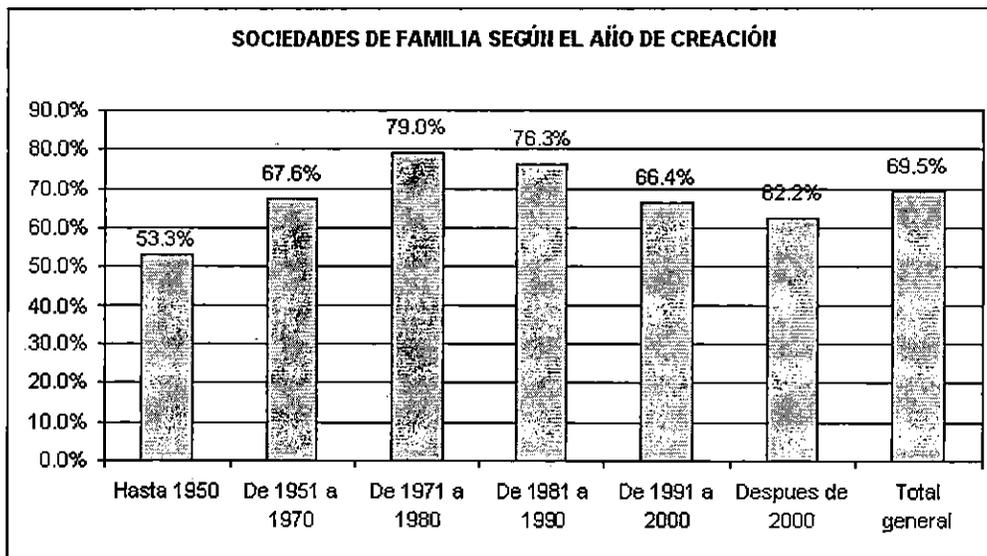
oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

generación en la compañía. Es importante destacar que este estudio reúne las opiniones de 2.439 directores generales y otros líderes de las principales empresas familiares de 70 países.

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.”

H. S. MAURICIO GIRALDO • OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ • OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

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

De acuerdo con CircleLoop (2021), Colombia es el tercer país más emprendedor de la OCDE. El Global Entrepreneurship Monitor 2022, por su parte, identifica al país con el mejor entorno para emprender. Esto responde a las iniciativas y herramientas creadas durante los últimos cuatro años para fortalecer el emprendimiento de alto impacto en Colombia: la Ley de Emprendimiento y los CONPES de emprendimiento, comercio electrónico, transformación digital, inclusión financiera y reactivación económica. Comparado con 2014-2017, durante el periodo 2018-2022 el capital de riesgo se duplicó por 22, pasando de USD 228 millones a USD 5.045 millones. El ecosistema de emprendimiento ha crecido y se ha

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

fortalecido, con la participación de algunos de los más grandes inversionistas a nivel global. La consolidación de iNNpulsa como articulador, promotor y coordinador desde el sector público del ecosistema ha sido importante y debe continuar con un enfoque de crecimiento y de movilización de capital e inversión hacia nuevas empresas de alto crecimiento. Colombia es el tercer país de Latinoamérica con más empresas ,detrás de México y Brasil, y tiene potencial para el surgimiento de unicornios.

En 2022 se contabilizan 1.025 startups, 65 de rápido crecimiento, 19 soonicorns y un unicornio, según informe de iNNpulsa en junta directiva de cierre del cuatrienio 2018-2022. Una de las características destacables del ecosistema de emprendimiento de alto impacto en Colombia es su espíritu de colaboración.

La tasa de creación de empresas en Colombia es superior a la de la OCDE y, como muestran la Nota de Demografía Empresarial del DANE y el Directorio Estadístico Empresarial, está concentrada en los micronegocios; en particular, en los micronegocios informales que no logran cumplir con todos los requisitos de la formalidad. Colombia clasifica según estas medidas de creación de empresas como uno de los países más emprendedores de la OCDE con las tasas de autoempleo más altas. Adicionalmente, la EMICRON muestra que alrededor del 43% de los micronegocios de menos de tres años fueron creados porque sus propietarios no tienen otra alternativa de ingresos, y menos del 33% porque identificaron una oportunidad de negocio en el mercado.

Colombia muestra consistentemente altas tasas de actividad empresarial temprana (TEA, por sus siglas en inglés), que mide el porcentaje de la población en edad de trabajar que comenzó un nuevo emprendimiento hace menos de 3,5 años. En el estudio más reciente de la Global Entrepreneurship Research Association (2020), Colombia tiene la TEA más alta entre los 29 países de la OCDE considerados. Sin embargo, el país tiene una tasa de empresarios establecidos (EBO, por sus siglas en inglés), aquellos que han logrado pagar salarios por más de 3,5 años, muy por debajo del promedio de la OCDE y de América Latina.

Los dos datos anteriores indican que lo importante no es el número de creación de empresas, sino más bien su capacidad de crecer y consolidarse.

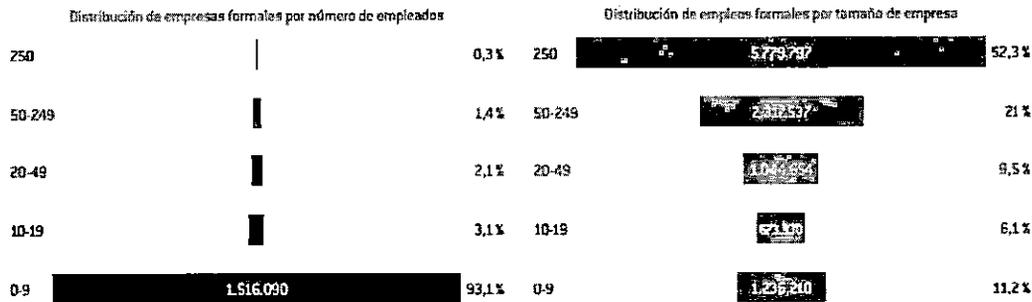
Es preciso que las políticas públicas de emprendimiento sean parte integral de una estrategia de desarrollo productivo buscando la generación de valor y de ingresos. No deben tener como objetivo la maximización del emprendimiento per se ya que esto podría resultar en la creación de empresas informales e improductivas (Cho y Honorati, 2014; Shane, 2009). En su lugar, es clave que la política identifique fallas de mercado que enfrentan emprendedores de oportunidad para potenciar las capacidades de crear y hacer crecer empresas. Es decir, el emprendimiento no debe ser promovido como un mal sustituto para la ruta de empleo.

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

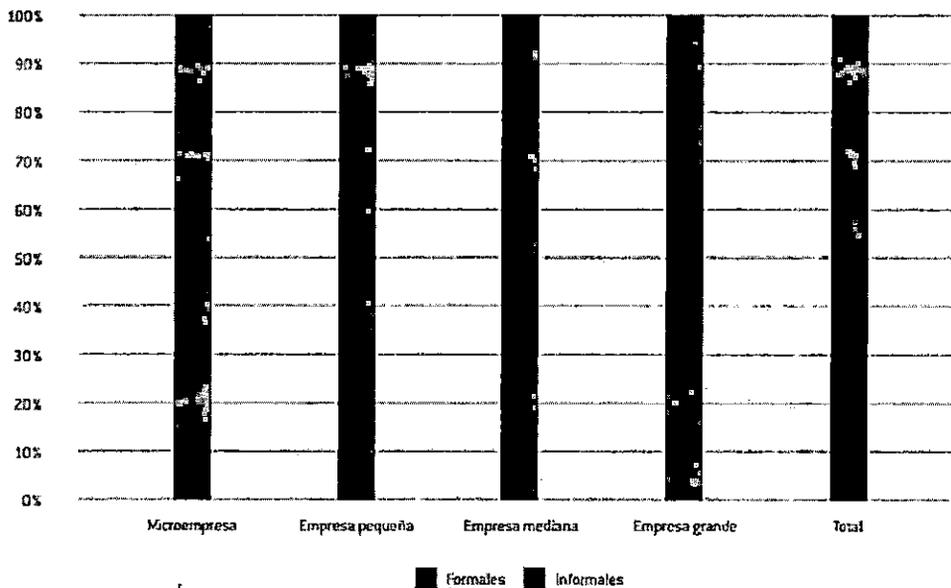
En Colombia el 0,3 % de las empresas registradas (5.600 empresas) genera el 52,3 % del empleo formal, mientras que el 93,1 % (1,5 millones de microempresas) genera solo el 11,2 % de los puestos de trabajo formales. La gran mayoría de todas las empresas (58 %) son informales.



Nota: Elaborado con la clasificación de tamaño empresarial por número de empleados de la OCDE.

Fuente: CPC, con base en RUES-PILA. Cálculos: Confecámaras, 2022.

En Colombia el 58% de las empresas son informales. Solo las más grandes, pueden operar en la formalidad.



H. S. MAURICIO GIRALDO - OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ - OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

Según información del DANE (2019), el emprendimiento es el mecanismo principal para salir de una condición de desempleo¹ 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 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).

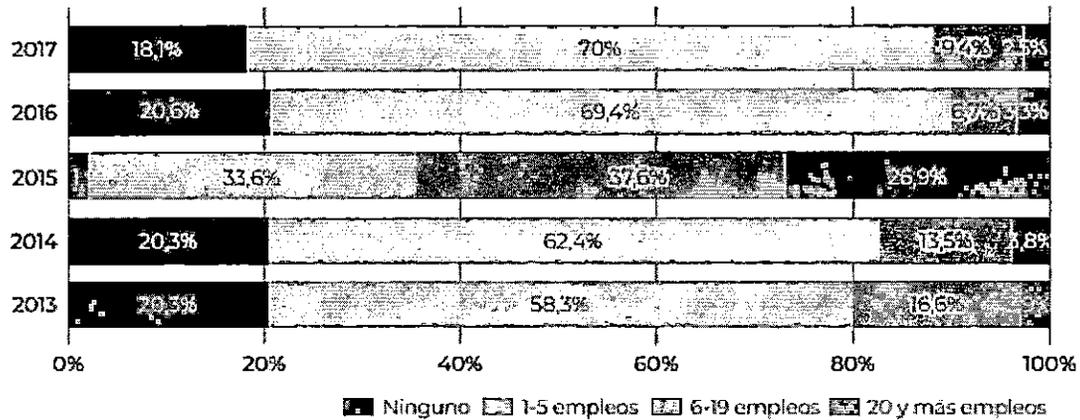
¹ Según denominación del DANE, entiéndase por desempleada la persona que manifiesta alguna de las siguientes situaciones: “No hay trabajo disponible. Espera que lo llamen. No sabe cómo buscar. Está cansado de buscar. No encuentra en su profesión. Está esperando la temporada alta. Carece de experiencia. 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)

² Referencia: GEM – Global Entrepreneurship Monitor - Colombia. (2017). Estudio de la actividad empresarial 2017 Colombia. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report>

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LOPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68



Fuente: GEM 2013-2017

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, 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 *“La actividad emprendedora es estadísticamente significativa en el PIB, ya que como lo menciona Durán (2015) “tiene un efecto positivo en el indicador,*

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-actividademprededora-en-colombia-basado-en-gem-colombia-2018-2019>

⁴ Referencia: Henao, Sonia. Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas. Recuperado de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/18448>.

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

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.

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

LUIS MIGUEL
R.E.P.R. CÁMARA DE COMERCIO



MAURICIO GIRALDO
SENADOR

Este sello es un distintivo de calidad para demostrar y garantizar que una artesanía es:

Un producto Hecho a Mano.

Un trabajo creativo del artesano colombiano.

Un símbolo de tradición y cultura.

La diferencia entre producto artesanal auténtico y los similares de tipo industrial.

Un apoyo a las comunidades que han vivido tradicionalmente de la artesanía.

Un producto autóctono para mercados internacionales.

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 asociación 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.

H. S. MAURICIO GIRALDO - OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ - OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

LUIS MIGUEL
REPRESENTANTE



MAURICIO
GIRALDO
SENADOR

Entre los sectores que más han acogido el sello Compra Lo Nuestro, se destaca la participación de las empresas de alimentos y bebidas, de las cuales 292 firmas ya tienen el distintivo en sus productos o canales de difusión. También se resaltan las compañías de indumentaria, textiles y accesorios, que suman 172 empresas con el sello. Estos dos sectores acumulan el 35 % de las solicitudes del sello.

Este sello es uno de los servicios gratuitos que ofrece Compra Lo Nuestro, la red social y directorio empresarial del país, que cuenta con más de 22.800 compañías registradas a la fecha

Empresas de 29 de los 32 departamentos del país ya forman parte de la comunidad del sello, concentradas principalmente en Bogotá (461 empresas), Antioquia (175 empresas) y Cundinamarca (112 empresas), que representan el 57 % del total de compañías que han mostrado interés en el distintivo.

Se destaca también la participación de departamentos como el Valle del Cauca (85 empresas), Santander (53 empresas) y Boyacá (47 empresas), entre otros.

SELLO UNIDOS POR LAS VICTIMAS

Es un distintivo que la Unidad para las Víctimas otorga a productos y servicios hechos por emprendedores que hacen parte del Registro Único de Víctimas del conflicto, al igual que a toda empresa, organización y entidad que se sume al apoyo a estas personas. Es un reconocimiento a ellos y ellas que le apuestan a la reconstrucción de sus proyectos de vida, tejiendo desde el núcleo de su entorno social, familiar, local, comunitario y nacional, aportando a la reactivación económica de Colombia

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.

H. S. MAURICIO GIRALDO · OF. 637 B
H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ · OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

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.

H. S. MAURICIO GIRALDO - OF. 637 B

H. R. LUIS MIGUEL LÓPEZ - OF. 615 B

oscar.giraldo@senado.gov.co
luis.lopez@camara.gov.co

EDIFICIO NUEVO DEL CONGRESO
CRA 7 # 8-68

SENADO DE LA REPÚBLICA

Secretaría General (Art. 133 y ss Ley 5ª de 1.992)

El día 07 del mes Agosto del año 2023

se radicó en este despacho el proyecto de ley
Nº. 67 Acto Legislativo Nº. _____, con todos y
cada uno de los requisitos constitucionales y legales

por: H.S. Oscar Mauricio Echeverría, Oscar Barreto Quiroga,
Jesús Espinosa Marín, H.P. Luis Miguel López Anselmista,
H.S. German Blanco Álvarez, Soledad Tamayo, Paloma Valencia,
H.P. Ylenia Susana Vega, Delcy Esperanza Escobar, Carmelo Espinosa
y
otras firmas

SECRETARIO GENERAL