

Dinámicas de Movilidad y Crecimiento de las Empresas Colombianas



Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio



Dinámicas de Movilidad y Crecimiento de las Empresas Colombianas

Julián Domínguez Rivera
Presidente

Clara Ramírez Barbosa
Vicepresidente de Asuntos Corporativos
y Comunicaciones

Iván Andrés Noreña Salinas
Investigador Económico

Natalia Morera Ubaque
Investigadora Económica

Jennifer Zamudio González
Directora de Comunicaciones

Contenido

Presentación	5
Resumen ejecutivo	7
1. Introducción	11
2. Revisión de literatura	13
2.1. Teorías del crecimiento de las empresas	13
2.2. Determinantes del crecimiento empresarial	16
2.3. Evidencia empírica sobre los determinantes del crecimiento de las empresas	18
3. Metodología	19
4. Resultados	21
5. Conclusiones	31
Referencias	33

Índice de gráficos y tablas

Gráfico 1 – Distribución de las empresas analizadas según su tamaño (2013)	21
Gráfico 2 – Distribución de las empresas analizadas por rangos de edad (2013)	22
Gráfico 3 – proporción de empresas que incrementaron de tamaño (2014-2021, %)	22
Gráfico 4 – Distribución de las empresas analizadas según su tamaño (2021)	24
Gráfico 5 – Proporción de empresas que crecieron por rangos de edad (2013, %)	24

Gráfico 6 – Proporción de empresas nuevas que incrementaron de tamaño (2014-2021, %)	25
Gráfico 7 – Tiempo promedio que tardaron las unidades nuevas que incrementaron su tamaño en lograrlo (Años)	25
Gráfico 8 – Proporción de unidades que incrementaron su tamaño según el tipo de organización jurídica (%)	26
Gráfico 9 – Proporción de unidades que incrementaron su tamaño según su pertenencia a una iniciativa Clúster (%)	27
Gráfico 10 – Proporción de unidades inscritas y no inscritas en el RUP que incrementaron su tamaño (%)	27
Gráfico 11 – Proporción de unidades exportadoras y no exportadoras que incrementaron su tamaño (%)	28
Gráfico 12 – Proporción de empresas que incrementaron su tamaño por sector (%)	28
Gráfico 13 – Proporción de empresas que incrementaron su tamaño por región geográfica del país (%)	29
Tabla 1 – Clasificación de empresas por tamaño según el valor de sus activos	20
Tabla 2 – Número y proporción de empresas que crecen de forma transitoria y permanente	23



Presentación

Las empresas colombianas son uno de los activos más importantes de los que dispone el país de cara al crecimiento productivo y económico, así como el bienestar social. En este contexto, es importante entender las dinámicas del tejido empresarial y sus determinantes para consolidar un entorno favorable que permita el fortalecimiento de unidades productivas con un alto potencial de creación de valor y generación de empleo.

En este sentido, el Registro Único Empresarial y Social -RUES- de las Cámaras de Comercio, constituye una fuente de información sobre las empresas, que es fundamental para el desarrollo de políticas públicas basadas en evidencia y ajustadas a la realidad del tejido empresarial colombiano, en la actualidad está conformado por un 99,5% de MiPymes.

Como parte de nuestra estrategia de generación de información relevante sobre las empresas colombianas con base en el

RUES, presentamos este estudio dirigido a identificar algunos elementos relacionados con el crecimiento de las unidades productivas de nuestro país, en particular, identificando el proceso de movilidad en el crecimiento empresarial.

Este concepto se desarrolla bajo una lógica similar al de la movilidad social, entendiendo y salvaguardando las diferencias en las dinámicas de vida y generación de ingresos de las familias y de las empresas, pero que nos permite identificar a las empresas que logran completar procesos de crecimiento suficientes para formar parte de una categoría de tamaño distinta a la que conformaban inicialmente, es decir, las microempresas colombianas que logran convertirse en empresas pequeñas, las empresas pequeñas que crecen hasta ser empresas medianas o las empresas medianas que se vuelven empresas grandes.

Con este análisis buscamos brindar al país un insumo útil para entender la dinámica

de crecimiento y éxito de las empresas; e identificar algunas características y determinantes que pueden estar relacionados con estos procesos de cara a seguir fortaleciendo los esfuerzos que desde el sector público y privado, como es el caso de las Cámaras de Comercio, se han visto materializados a través de iniciativas y programas que buscan apoyar a los empresarios colombianos para que puedan seguir siendo ese eje fundamental de desarrollo y creación de oportunidades para el país.

La dinámica empresarial de los últimos años ha sido fundamental para consolidar el crecimiento económico de Colombia. Sin duda alguna, el fortalecimiento del tejido empresarial se constituye en un factor clave para el desarrollo y progreso del país, para la generación de oportunidades y, por consiguiente, para la generación de bienestar social.

Julián Domínguez Rivera
Presidente
Confecámaras

Resumen ejecutivo

Siendo las empresas colombianas uno de los activos más importantes de los que dispone el país es importante entender las dinámicas del tejido empresarial y sus determinantes para consolidar un entorno favorable que permita el fortalecimiento de unidades productivas con un alto potencial de creación de valor y generación de empleo.

Determinantes del crecimiento empresarial

Existen diferentes perspectivas que han buscado explicar el crecimiento de las empresas desde un enfoque teórico a partir del uso de escalas mínimas de eficiencia, teorías de desarrollo de capacidades y aprendizaje del capital humano, enfoques de maximización de utilidad, teorías evolucionistas y teorías de entorno empresarial.

De otro lado, los principales determinantes que se han discutido en la literatura para explicar el crecimiento empresarial se relacionan

con los factores internos de las empresas como su edad, tamaño, la motivación de los empresarios al emprender o la estructura de propiedad; los factores de entorno como los clientes, competidores y proveedores; y las condiciones macro que se relacionan con factores sociales, económicos, políticos, demográficos y tecnológicos que determinan las oportunidades y amenazas que afrontan las empresas.

Otra teoría ampliamente discutida es la de los clúster empresariales. Los clúster, tal y como los define Porter (1998), son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, pertenecientes a industrias que comparten rasgos comunes y complementarios entre sí al compartir tecnologías, habilidades, insumos o cadenas de producción similares.

Las empresas que forman parte de un clúster pueden ver reducidos sus costos de transacción en la contratación de factores y en la compra de insumos para sus procesos

productivos, además de acceder a información especializada, bienes públicos e instituciones que atienden sus necesidades de manera específica.

Crecimiento de las empresas colombianas

Con el fin de hacer un análisis de las dinámicas de crecimiento de las empresas colombianas, se analiza la proporción de empresas que logran completar un proceso de “movilidad” al incrementar su tamaño, es decir, la cantidad de empresas que logran crecer lo suficiente para cumplir los requisitos que permitan catalogarlas dentro de una categoría superior.

De esta forma, se busca identificar a la proporción de microempresas que logran pasar a ser empresas pequeñas, medianas o grandes, las empresas pequeñas que logran convertirse en empresas medianas o grandes y las empresas medianas que incrementan su tamaño en la proporción suficiente para ser consideradas empresas grandes.

Para llevar a cabo este análisis se toma como referencia el Registro Único Empresarial y Social (RUES), de las Cámaras de Comercio. Como primer paso se identifican todas las unidades que conformaban el tejido empresarial formal del país durante el 2013. Para cada una de estas unidades se identificó la actividad económica que desempeñan, el municipio y departamento de operación, el número de empleos generados, el valor de sus activos y su tamaño.

Como segundo paso, se procede a hacer un rastreo de estas unidades a lo largo de los 8 años siguientes, es decir, para el periodo comprendido entre 2014 y 2021, identificando las empresas que permanecieron activas y que renovaron anualmente su matrícula a lo largo del periodo. Es importante anotar que se excluye del análisis a las unidades que hayan cancelado su matrícula o que hayan dejado de renovar durante al menos uno de los años comprendidos en el periodo de estudio.

Como resultado de este proceso se identificaron 299.565 empresas que operaron de manera continua, es decir, renovando su matrícula anualmente durante todo el periodo de estudio. Al inicio del periodo de análisis el 80,3% de estas unidades eran microempresas, el 13,9% eran empresas pequeñas, el 4,3% empresas medianas y el 1,5% empresas grandes.

De otro lado, el 11,7% de las empresas analizadas llevaban menos de un año de operación, es decir, fueron creadas en el 2013, mientras que el 19,9% tenían entre 1 y 2 años de haber sido constituidas, el 19,4% tenían entre 3 y 5 años, el 22,8% tenían entre 6 y 10 años y el 26,1% tenían más de 10 años de operación.

A lo largo de todo el periodo analizado, el 14,1% de las unidades que en el 2013 eran microempresas lograron un crecimiento suficiente para ser catalogadas como empresas pequeñas, medianas o grandes a lo largo de los años siguientes. Por su parte, el 23,8% de

empresas catalogadas como pequeñas en el 2013 pasaron a ser empresas medianas o grandes durante los 8 años siguientes, mientras que un 19,4% de empresas medianas lograron pasar a ser empresas grandes.

La mayoría de las empresas que incrementan su tamaño lo hacen de forma permanente. En el caso de las microempresas, el 68,9% de unidades que pasaron a ser empresas pequeñas, medianas o grandes se mantuvieron en dicho tamaño durante los años siguientes a su crecimiento, mientras que el 31,1% restante lograron crecer, pero en los años siguientes redujeron su tamaño y volvieron a formar parte de la población de microempresas del país.

Estas dinámicas de crecimiento de las unidades productivas colombianas se ven reflejadas en cambios en la composición del tejido empresarial por tamaño de empresa al final del periodo estudiado. El 73,1% de empresas del grupo analizado eran microempresas, lo que representa una disminución de 7,2 pp frente al 2013. En el caso de las empresas pequeñas su participación aumentó en 4,3 pp al pasar de 13,9% en 2013 a 18,2% en 2021, mientras que las empresas medianas pasaron de representar el 4,3% al 6,5% del total de unidades, lo que significa un aumento de 2,2 pp. Finalmente, la proporción de empresas grandes pasó del 1,5% al 2,2%, lo que representa un incremento de 0,7 pp.

Al comparar por los rangos de edad de las empresas se encuentra que la proporción

de unidades que crecen es mayor para los grupos de empresas que llevaban menos tiempo operando en el mercado. La proporción de microempresas constituidas en el 2013 que lograron crecer en los años posteriores es del 20,2%, mientras que el 33,8% de empresas pequeñas y el 26,7% de empresas medianas creadas durante dicho año lograron incrementar su tamaño a lo largo del periodo comprendido entre 2014 y 2021.

Iniciativas Cluster

La proporción de empresas pertenecientes a una Iniciativa Clúster crecen en una proporción superior a la de las unidades productivas que no pertenecen a ninguna Iniciativa. En el caso de las microempresas, el 16,4% de unidades ubicadas en una región donde existe una Iniciativa Clúster para la actividad económica a la que se dedican lograron incrementar su tamaño en los años siguientes al inicio del periodo de análisis, lo que representa una diferencia de 3,2 pp frente a la proporción de microempresas que no pertenecen a una Iniciativa Clúster que lograron cambiar de categoría de tamaño hacia una superior. Las diferencias son de 2,7 pp en el caso de las empresas pequeñas y 2,2 pp para empresas medianas.

Comercio exterior

Otra dimensión analizada tiene que ver con la participación de unidades en el comercio exterior, en particular si son exportadoras de bienes. El 60,0% de microempresas

exportadoras incrementó su tamaño, frente al 13,4% de unidades micro no exportadoras.

Sectores

Por sectores de actividad económica se encuentra que el sector en el que creció una mayor proporción de microempresas es la extracción, con un 34,0% de unidades que logró pasar a formar parte de la población de empresas pequeñas, medianas o grandes entre el 2014 y el 2021. Este sector es

seguido por la construcción con un 33,0% y la agricultura con 27,0%.

Si bien el análisis no está diseñado de una manera que permita establecer causalidad entre las diferentes características de las empresas y su crecimiento, sí permite identificar la posible existencia de relaciones que son consistentes con algunos de los planteamientos teóricos y empíricos hechos en la literatura sobre el crecimiento empresarial.

1

Introducción

Las empresas en Colombia han sido determinantes para el crecimiento económico del país. De acuerdo con el Registro Único Empresarial y Social - RUES, de las Cámaras de Comercio, para el año 2021 se encontraban 8,054 empresas grandes, 26,547 medianas, 1,495,545, microempresas y 98,535 empresas pequeñas, que en total configuran 1,628,681 empresas que operan formalmente en Colombia.

El hecho de que una empresa pueda crecer es algo muy favorable para la sociedad. Es el fruto de un esfuerzo en el que interviene el empresario, sus colaboradores, los consumidores, entidades asociadas y el Estado, y es este trabajo conjunto, el que permite arrojar resultados positivos en materia de generación de empleo, ofrecer una mayor disponibilidad de bienes y servicios para la cadena de producción que se beneficia al obtener mayor diversidad y eficacia, además de múltiples externalidades que se ven reflejadas en todos los sectores de la economía.

La coyuntura mundial derivada de los múltiples retos desde 2020, ha incrementado las dificultades para todas las empresas. A pesar de esto, las empresas han logrado demostrar su capacidad de resiliencia, e incorporar a su dinámica estrategias gerenciales que incluyen control financiero, introducción de recursos tecnológicos, estrategias comerciales, planeación y competitividad, instrumentos muy importantes que contribuyen al impulso de su operación y por ende para el crecimiento de las empresas.

De igual manera, factores externos como el entorno macroeconómico, el crecimiento de la región, las innovaciones tecnológicas en el mundo, la conectividad y logística que ha permitido que se encuentren nuevas formas de llegar al cliente, o mejorar la cadena de insumos para producir, también han contribuido a propiciar estos cambios, llevando a las empresas a un nuevo nivel.

Bajo este marco, Confecámaras presenta este estudio que tiene como fin, analizar y entender más a fondo cuál ha sido el comportamiento de las empresas que operaron en Colombia de manera continua desde el año 2013 hasta el 2021, a través de un seguimiento a su composición y cambios de tamaño, para así determinar cuáles son las empresas que logran completar procesos de crecimiento exitosos.

Además, el estudio nos permite indagar sobre algunas características que pueden funcionar como catalizadores del crecimiento como: la pertenencia a un sector económico y a Iniciativas Clúster, su inscripción en el Registro Único de Proponentes,

la región a la que pertenecen y la posibilidad de exportar.

En la primera sección del documento se presenta una revisión de las principales teorías surgidas en la literatura económica para explicar el crecimiento empresarial, así como los principales determinantes que inciden sobre la capacidad que tienen las empresas para incrementar su tamaño. En la segunda sección se presenta una descripción de los datos y la metodología empleados. En la tercera sección, se muestran los resultados del estudio. Finalmente, en la cuarta sección se presentan las conclusiones con base en el análisis realizado y los resultados obtenidos.

2

Revisión de literatura

El crecimiento de las empresas es un fenómeno ampliamente estudiado en la literatura económica. Esto se debe, por una parte, a la importancia que tienen como eje central de los procesos de producción y la generación de valor al interior de una economía y, por otra parte, a la amplia variedad de factores y determinantes, tanto a nivel microeconómico como macroeconómico, que pueden intervenir en el éxito empresarial.

A continuación, se presenta una revisión de las principales teorías que han intentado explicar el proceso del crecimiento de las empresas junto con sus principales conclusiones, así como los principales determinantes que se han expuesto en la literatura que pueden tener relación con el crecimiento a la luz de análisis tanto teóricos como empíricos.

2.1. Teorías del crecimiento de las empresas

Existen diferentes perspectivas que han buscado explicar el crecimiento de las empresas desde un enfoque teórico. Coad¹ presenta cinco corrientes distintas: Las teorías neoclásicas basadas en la noción de un tamaño óptimo de empresa; la teoría del crecimiento de las firmas de Penrose; el enfoque gerencial del crecimiento; la economía evolucionista y su perspectiva del crecimiento de los más aptos; y la teoría de la ecología poblacional.

La principal conclusión de las teorías neoclásicas consiste en que las empresas tienden a gravitar hacia un tamaño óptimo en el que maximizan sus beneficios de acuerdo con su nivel de producción. En estas teorías se brinda un énfasis especial a la tecnología

¹ Coad, A. *The Growth of Firms: A Survey of Theories and Empirical Evidence*. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, Reino Unido. 2009

de las empresas a partir de la cual se define una Escala Mínima de Eficiencia.

Las empresas con un tamaño inferior a esta escala van a crecer a tasas superiores para reducir sus costos, mientras que las empresas que produzcan por encima de la escala tenderán a reducir su tamaño para no incurrir en costos innecesariamente altos. Como resultado, existe una relación inversa entre el tamaño de una empresa y su tasa de crecimiento hasta que alcanzan la Escala Mínima de Eficiencia (Coad, 2009; Langebaek², 2008)

De otro lado, la teoría de Penrose afirma que el crecimiento es el resultado de un proceso de aprendizaje y desarrollo de capacidades que permite al capital humano de la empresa hacerse más productivo y dedicar mayores esfuerzos al desarrollo de oportunidades de crecimiento. Según este enfoque, las empresas tienen incentivos a crecer para aprovechar el conocimiento específico generado al interior de las organizaciones en su máximo potencial. La principal conclusión, contraria a lo que afirman las teorías neoclásicas, es que las empresas crecerán para poder generar más valor mediante el uso del capital humano no empleado a su plena capacidad. (Coad, 2009; Gancarczyk & Zabala³, 2015; Geroski⁴, 1999)

El enfoque gerencial, por su parte, vincula el crecimiento de las firmas a un proceso de maximización de utilidad por parte de sus directivos. De acuerdo con esta perspectiva, los directivos de las empresas vinculan su propia utilidad al tamaño de la organización que dirigen, esto se debe a que los incentivos económicos, como su salario, bonos y compensaciones, y los incentivos no monetarios, como el prestigio, oportunidades de ascenso y estatus social, generalmente están vinculados con el tamaño de la empresa. Por lo tanto, los directivos buscan maximizar el crecimiento de las empresas: Sin embargo, el resultado puede ser un crecimiento a una tasa superior a la que maximizaría los beneficios, aunque en el caso de las empresas pequeñas y jóvenes los dos objetivos suelen coincidir. (Coad, 2009)

La cuarta perspectiva es la economía evolucionista. Esta basa sus planteamientos sobre la noción de que existe un mecanismo de selección que lleva a la economía hacia una senda de progreso en la cual las empresas aptas crecen y sobreviven, mientras que las firmas menos viables pierden su participación en el mercado hasta que se ven obligadas a salir. En los modelos construidos bajo este enfoque, las empre-

² Langebaek, A. (2008) Determinantes del crecimiento de las empresas no financieras en Colombia: Ley de Gibrat y otras teorías. *Borradores de Economía*, No. 493, Banco de la República.

³ Gancarczyk, M. & Zabala, J. M. (2015) The Process of the Growth of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). En *The Process of Firm Growth. Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, Vol. 11, No. 4.

⁴ Geroski, P. (1999) The Growth of Firms in Theory and in Practice. *Centre for Economic Policy Research. Discussion Paper No. 2092*.

sas con un mejor desempeño en una variable de aptitud definida, como los beneficios generados o el nivel de productividad, tienden a crecer y aumentar su participación en el mercado. Según esta perspectiva, el crecimiento de las empresas tiene límites por la dificultad que afrontan las organizaciones para adaptarse al cambio, más que por la disponibilidad limitada de recursos como defienden otros enfoques. (Canals⁵, 2004; Coad, 2009; Rahmeyer⁶, 2006)

Finalmente, la ecología poblacional es un enfoque basado en la idea de que las empresas requieren los recursos de nichos específicos que tienen una capacidad limitada. Las empresas que descubren un nuevo segmento rico en recursos crecen a tasas mayores. Este crecimiento atrae a nuevas empresas al segmento hasta que sus recursos se ven saturados como resultado de la competencia entre empresas, lo que limita las posibilidades de crecimiento para todas. Por lo tanto, esta perspectiva no explica el crecimiento empresarial a partir de factores individuales de las firmas, sino que lo vincula con las características compartidas por todas las unidades de un mismo segmento. (Coad, 2009; Tavares⁷ et al, 2004)

Las cinco perspectivas anteriormente descritas resumen una parte importante de la teoría sobre el crecimiento de las empresas. Con todo, existen más enfoques que buscan dar explicaciones a este fenómeno. Langebaek (2008) menciona las teorías del entorno empresarial que buscan explicar el crecimiento de las firmas a partir del entorno en el que se encuentran. Los teóricos de esta perspectiva defienden que la localización de una empresa puede generar economías de escala gracias a una abundancia de factores de producción que las hace más competitivas o a través de externalidades de conocimiento que permiten a las empresas aprender gracias a su entorno.

Por último, diversos autores han aplicado enfoques estocásticos para explicar la relación entre los determinantes del crecimiento de las firmas y su tamaño. Dentro de esta perspectiva destaca la llamada “Ley de Gibrat” cuyo principal resultado sostiene que la tasa de crecimiento de una empresa es independiente de su tamaño al inicio del periodo de análisis, es decir, que la probabilidad de un cambio proporcional en el tamaño de una firma en un periodo específico es el mismo para todas las empresas. (Langebaek, 2008; Piergiovanni⁸ et al, 2003)

⁵ Canals, J. (2004) Crecimiento Empresarial: Personas y Tecnología en la Nueva Economía. *Revista Empresa y Humanismo*, Vol. II, No. 2/00, pp. 337-370.

⁶ Rahmeyer, F. (2006) From a Routine-Based to a Knowledge-Based View: Towards an Evolutionary Theory of the Firm. *Volkswirtschaftliche Diskussionsreihe*, No. 283, *Universität Augsburg, Institute für Volkswirtschaftslehre, Augsburg*.

⁷ Tavares, S., Castro, A. & Silva, M. (2004) Economics of the Firm and Economic Growth. An hybrid theoretical framework of analysis. Centro de Estudos Macroeconómicos e Previsão. Working Paper No. 158.

⁸ Piergiovanni, R., Santarelli, E., Klomp, L. & Thurik, A. (2003) Gibrat's Law and the firm size/firm growth relationship in Italian small scale services. *Revue d'économie industrielle*, No. 102, pp. 69-82.

2.2. Determinantes del crecimiento empresarial

En la literatura se han discutido una amplia variedad de factores y determinantes del crecimiento de las empresas. Blázquez et al⁹ (2006) presentan una revisión detallada de diferentes factores que pueden promover el crecimiento de las unidades productivas los cuales pueden ser clasificados dentro de tres grandes grupos: los factores internos, los factores externos relativos al entorno sectorial y los factores externos de nivel superior o macroentorno.

El primer grupo hace referencia a los factores internos que potencializan la capacidad de las empresas para crecer y desarrollarse como la edad, el tamaño de la empresa, la motivación del empresario a la hora de emprender, la estructura de propiedad y la gestión del conocimiento.

El segundo grupo incluye a todos los elementos del entorno de la empresa que determinan su posición competitiva en el mercado como son sus clientes, sus competidores y sus proveedores.

Finalmente, el tercer grupo corresponde a todos los factores externos a la empresa de nivel macro, como son los factores económicos, sociales, demográficos, tecnológicos y gubernamentales que afectan directamente las oportunidades y las amenazas

que afrontan las unidades productivas de una región. (Blázquez et al, 2006)

Un enfoque similar para caracterizar los factores que influyen en el crecimiento de las empresas es adoptado por Zhou & de Wit (2009) quienes identifican que los determinantes se pueden clasificar en tres dimensiones.

La primera dimensión corresponde a los determinantes individuales, es decir, las características propias de los emprendedores implicados en la constitución de las empresas y que guían sus decisiones como sus rasgos personales (su propensión a asumir riesgos, su capacidad de formar y mantener relaciones interpersonales, entre otras), la motivación tras la decisión de emprender, sus competencias individuales, su nivel educativo y su experiencia.

En este sentido, Leiva & Alegre (2012) identifican estos factores como aspectos relacionados con las empresas de alto crecimiento y a partir de una amplia revisión de evidencia teórica y empírica encuentran que las empresas de mayor crecimiento están asociadas a emprendedores con formación universitaria o superior, con experiencia laboral en el sector en el cual se está conformando la empresa, con una motivación clara dirigida hacia el crecimiento de las organizaciones y con un estilo de dirección que favorece la innovación, la toma

⁹ Blázquez, F., Dorta, J. A. & Verona, M. C. (2006) Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, No. 16 (28), pp. 43-56.

de riesgos, las estructuras informales y el aprovechamiento de oportunidades.

La segunda dimensión identificada por Zhou y de Wit¹⁰ (2009) son los determinantes organizacionales relacionados con la manera en la cual las empresas adquieren y hacen uso de recursos como el trabajo, el capital o el conocimiento para transformarlos en bienes y servicios intercambiables en el mercado en el que operan. Dentro de esta dimensión se catalogan los atributos de las firmas como su tamaño y edad, las estrategias que adoptan a la hora de vender sus productos o servicios o su disposición a innovar, a ser proactivas y a asumir riesgos, la disponibilidad de recursos financieros y de capital humano, la estructura organizacional y su dinamismo y capacidad de adaptación para el cumplimiento de metas y objetivos.

Finalmente, la tercera dimensión corresponde a los determinantes del entorno en el que se desenvuelven las empresas. En esta dimensión se agrupan los factores sociales, tecnológicos, políticos, el nivel e intensidad de la competencia entre empresas de un mismo sector, el nivel de heterogeneidad de la demanda que favorezca una mayor dispersión de empresas hacia diferentes nichos de mercado y la facilidad de conseguir recursos y lograr financiarse por canales formales. (Zhou & de Wit, 2009)

Como expone Langebaek (2008) existen diferentes teorías que soportan la idea de que existen determinantes de entorno que afectan el crecimiento de las empresas. De un lado, en un entorno con abundancia de capital o de trabajo calificado hay un menor costo por la contratación de estos factores que favorece el crecimiento empresarial. Del otro, los intercambios de conocimiento con empresas del entorno facilitan a las organizaciones aprender las mejores prácticas que favorecen el incremento de su tamaño.

Adicionalmente, las teorías de Porter¹¹ (1998) sobre los clústeres empresariales favorecen la noción de que existen elementos relacionados con la ubicación de las empresas que contribuyen a su fortalecimiento. Los clústeres, tal y como los define Porter, son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, pertenecientes a industrias que comparten rasgos comunes y complementarios entre sí al compartir tecnologías, habilidades, insumos o cadenas de producción similares. Las empresas que forman parte de un clúster pueden ver reducidos sus costos de transacción en la contratación de factores y en la compra de insumos para sus procesos productivos, además de acceder a información especializada, bienes públicos e instituciones que atienden sus necesidades de manera específica. (Porter, 1998)

¹⁰ Zhou, H. & de Wit, G. (2009) Determinants and dimensions of firm growth. SCientific AnaLYsis of Entrepreneurship and SMEs (SCALES-initiative).

¹¹ Porter, M. (1998) Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, Vol. 76 (6), pp. 77-90.

2.3. Evidencia empírica sobre los determinantes del crecimiento de las empresas

La evidencia empírica soporta muchos de los planteamientos descritos anteriormente. Zhou & de Wit (2009) estudian la relación entre los determinantes y el crecimiento empresarial con base en un análisis realizado sobre un grupo de empresas holandesas seleccionadas aleatoriamente. Como parte de sus resultados encuentran que las habilidades específicas de los emprendedores, la motivación de hacer crecer sus empresas, su nivel de preparación para adaptarse al crecimiento y el desempeño financiero son factores con un impacto positivo y estadísticamente significativo sobre el crecimiento empresarial. De otro lado, la edad de las empresas tiene una contribución negativa, es decir, las empresas con mayor tiempo de operación en el mercado crecen menos que las empresas más jóvenes.

Manzano et al¹² (2012) elaboran un análisis sobre un grupo de empresas españolas y encuentran que la experiencia de los emprendedores, el nivel educativo, el entorno, la disponibilidad de recursos, el número de socios que emprenden y las habilidades de los emprendedores son factores que tienen un impacto positivo sobre el crecimiento empresarial.

Por su parte, Lotti et al (2003) hacen un análisis sobre un grupo de nuevas empresas manufactureras italianas en seis sectores diferentes y realizan un seguimiento durante los años siguientes a su creación. El objetivo de este análisis es verificar el cumplimiento de la Ley de Gibrat y los resultados encontrados muestran que las empresas más pequeñas crecen más rápido que las empresas grandes y que las diferencias en el crecimiento son menos severas a medida que las empresas se aproximan la madurez. Por lo tanto, el análisis rechaza la Ley de Gibrat y muestra que tanto el tamaño como la edad de las empresas son factores que influyen en su crecimiento.

En el caso de las empresas en Colombia destacan el estudio de Langebaek (2008) sobre las empresas no financieras del país y el estudio de Carmona et al (2020) sobre las empresas del sector manufacturero colombiano. Los resultados de estas investigaciones muestran que el crecimiento empresarial está determinado por la ubicación de las firmas, pues en los departamentos más desarrollados hay un entorno más favorable para la dinámica de las empresas, así como el valor agregado que generen, el costo de ventas que asumen, el tiempo de operación en el mercado, la concentración de acciones y la presencia de capital extranjero en la estructura financiera.

¹² Manzano, G., Ayala, J., Castresana, J. & Parras, M. (2012) *Factors Affecting the Growth of New Firms: A Multidisciplinary Perspective*. En *Business and Economics Research*. IACSIT PRESS.

3

Metodología

Con el fin de hacer un análisis de las dinámicas de crecimiento de las empresas colombianas, se analiza la proporción de empresas que logran completar un proceso de “movilidad” al incrementar su tamaño, es decir, la cantidad de empresas que logran crecer lo suficiente para cumplir los requisitos que permitan catalogarlas dentro de una categoría superior.

De esta forma, se busca identificar a la proporción de microempresas que logran pasar a ser empresas pequeñas, medianas o grandes, las empresas pequeñas que logran convertirse en empresas medianas o grandes y las empresas medianas que incrementan su tamaño en la proporción suficiente para ser consideradas empresas grandes.

Para llevar a cabo este análisis se toma como referencia el Registro Único Empresarial y Social – RUES, de las Cámaras de Comercio. Como primer paso se identifican todas las unidades que conformaban el

tejido empresarial formal del país durante el 2013. Este año es elegido punto de referencia debido a la unificación de registros en el marco homogéneo de información establecido por medio del artículo 166 del Decreto 19 de 2012.

Posteriormente, para cada una de estas unidades se identificó la actividad económica que desempeñan, el municipio y departamento de operación, el número de empleos generados y el valor sus activos. También se identifica el tamaño de las empresas siguiendo los criterios especificados por la Ley 905 de 2004 que clasifica a las unidades en microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas según el valor de sus empresas en relación con el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV) como se presenta en la tabla 1.

Si bien el Decreto 957 de 2019 modificó los criterios que definen el tamaño de empresa, se adoptó la clasificación de tamaño

por activos que es la que permite obtener información histórica del tamaño de las empresas para los años anteriores al 2020, cuando entró en vigor la nueva clasificación.

Como segundo paso, se procede a hacer un rastreo de estas unidades a lo largo de los 8 años siguientes, es decir, para el periodo comprendido entre 2014 y 2021, identificando las empresas que permanecieron activas

y que renovaron anualmente su matrícula a lo largo del periodo. Es importante anotar que se excluye del análisis a las unidades que hayan cancelado su matrícula o que hayan dejado de renovar durante al menos uno de los años comprendidos en el periodo de estudio. Esta exclusión se hace debido a que la no renovación de la matrícula genera vacíos en la información disponible de las empresas y dificulta hacer el seguimiento.

Tabla 1 - Clasificación de empresas por tamaño según el valor de sus activos

Tamaño	Valor de activos	
	Mayor o igual a	Menor a
Microempresa	0 SMMLV	500 SMMLV
Pequeña	500 SMMLV	5.000 SMMLV
Mediana	5.000 SMMLV	30.000 SMMLV
Grande	30.000 SMMLV	En adelante

Fuente: Ley 905 de 2004

El tercer paso para analizar el crecimiento de las empresas a lo largo de los años consiste en el cálculo del tamaño por empresa, para cada uno de los años analizados con base en el valor de los activos registrados y el SMMLV de cada periodo. Adicionalmente, se hace una identificación de las empresas exportadoras a través de los microdatos reportados por el DANE, empresas que forman parte de las Iniciativas Clúster y empresas registradas en el Registro Único de Proponentes.

Como parte del análisis también se compara la proporción de empresas que crecen según el sector de actividad económica, la ubicación en cada una de las regiones geográficas del país, el tipo de organización jurídica, la edad y teniendo en cuenta si forman parte de alguna Iniciativa Clúster, si están inscritas en el Registro Único de Proponentes o si son exportadoras de bienes. Algunos de estos análisis son presentados de manera específica para el caso de las nuevas empresas constituidas en el 2013.

4

Resultados

En primer lugar, como resultado de este proceso se identificaron 299.565 empresas que operaron de manera continua, es decir, renovando su matrícula anualmente durante todo el

periodo de estudio. Como se puede observar en el gráfico 1, en el 2013 el 80,3% de estas unidades eran microempresas, el 13,9% eran empresas pequeñas, el 4,3% empresas medianas y el 1,5% empresas grandes.

Gráfico 1 - Distribución de las empresas analizadas según su tamaño (2013)



Fuente: RUES – cálculos propios

En el gráfico 2 se puede observar que el 11,7% de las empresas analizadas llevaban menos de un año de operación, es decir, fueron creadas en el 2013, mientras que el

19,9% tenían entre 1 y 2 años de haber sido constituidas, el 19,4% tenían entre 3 y 5 años, el 22,8% tenían entre 6 y 10 años y el 26,1% tenían más de 10 años de operación.

Gráfico 2 – Distribución de las empresas analizadas por rangos de edad (2013)



Fuente: RUES – cálculos propios

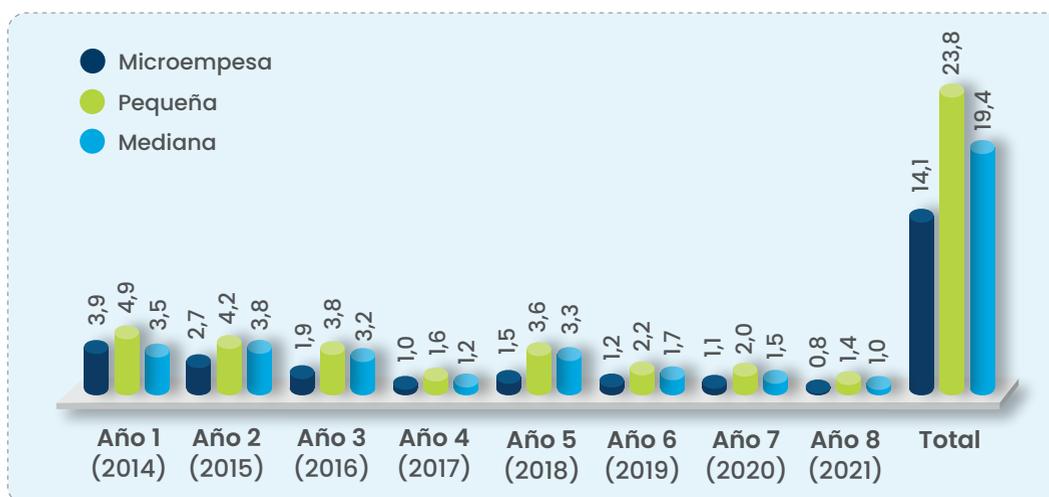
En segundo lugar, se realiza el análisis general de la proporción de unidades que incrementaron su tamaño con relación al registrado en el 2013.

Los resultados se presentan en el gráfico 3 y muestran que, a lo largo de todo el periodo analizado, el 14,1% de las unidades que en el 2013 eran microempresas lograron un crecimiento suficiente para ser

catalogadas como empresas pequeñas, medianas o grandes a lo largo de los años siguientes.

Por su parte, el 23,8% de empresas catalogadas como pequeñas en el 2013 pasaron a ser empresas medianas o grandes durante los 8 años siguientes, mientras que un 19,4% de empresas medianas lograron pasar a ser empresas grandes.

Gráfico 3 – proporción de empresas que incrementaron de tamaño (2014-2021, %)



Fuente: RUES – cálculos propios

En general, la proporción de empresas que incrementan su tamaño disminuye de manera progresiva en cada año, siendo el 2018 el único periodo en el cual la cantidad de unidades que en el 2013 eran catalogadas como micro, pequeñas o medianas y que lograron crecer, fue superior a la del año inmediatamente anterior.

A su vez, como se muestra en la tabla 2, la mayoría de las empresas que incrementan

su tamaño lo hacen de forma permanente. En el caso de las microempresas, el 68,9% de unidades que pasaron a ser empresas pequeñas, medianas o grandes se mantuvieron en dicho tamaño durante los años siguientes a su crecimiento, mientras que el 31,1% restante lograron crecer, pero en los años siguientes redujeron su tamaño y volvieron a formar parte de la población de microempresas del país.

Tabla 2 – Número y proporción de empresas que crecen de forma transitoria y permanente

Tamaño	Transitoria	Permanente	% Transitoria	% Permanente
Microempresas	10.541	23.352	31,1%	68,9%
Pequeñas	4.178	5.700	42,3%	57,7%
Medianas	1.145	1.359	45,7%	54,3%

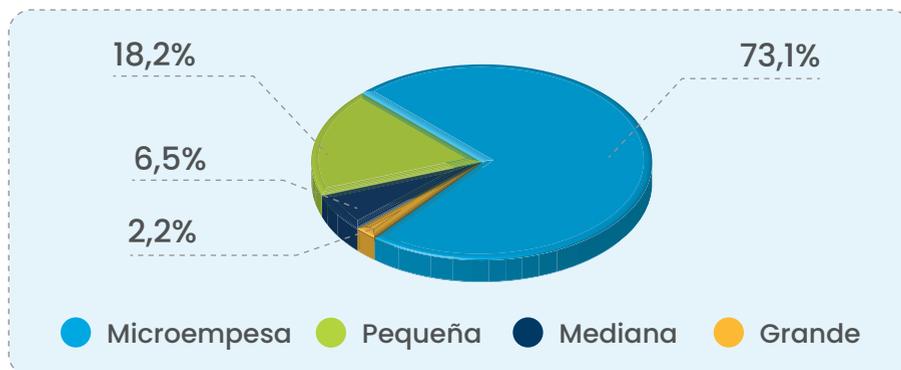
Fuente: RUES – cálculos propios

En el caso de las empresas pequeñas y medianas, la proporción de empresas que logran incrementar su tamaño de manera permanente, si bien es mayoritaria, es inferior a la de las microempresas. En el caso de las unidades pequeñas, el 57,7% que pasan a ser empresas medianas o grandes se mantienen en dichas categorías, mientras que el 42,3% vuelven a ser pequeñas en los años siguientes a su crecimiento.

En el caso de empresas medianas, el 54,3% de unidades que logran convertirse en organizaciones grandes permanece en ese estado, mientras que el 45,7% restante ve reducido su tamaño con posterioridad.

Estas dinámicas de crecimiento de las unidades productivas colombianas se ven reflejadas en cambios en la composición del tejido empresarial por tamaño de empresa al final del periodo estudiado. Como se observa en el gráfico 4, el 73,1% de empresas del grupo analizado eran microempresas, lo que representa una disminución de 7,2 pp frente al 2013. En el caso de las empresas pequeñas su participación aumentó en 4,3 pp al pasar de 13,9% en 2013 a 18,2% en 2021, mientras que las empresas medianas pasaron de representar el 4,3% al 6,5% del total de unidades, lo que significa un aumento de 2,2 pp. Finalmente, la proporción de empresas grandes pasó del 1,5% al 2,2%, lo que representa un incremento de 0,7 pp.

Gráfico 4 – Distribución de las empresas analizadas según su tamaño (2021)

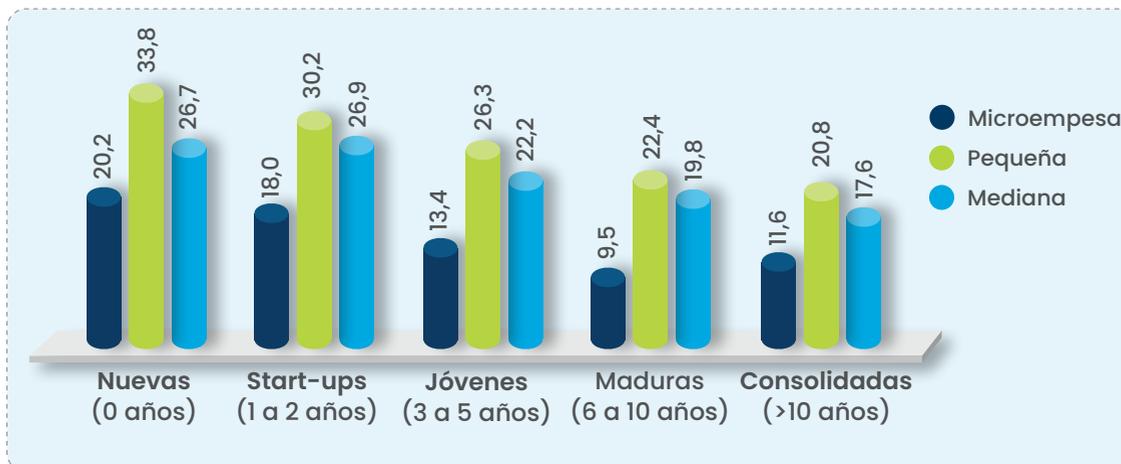


Fuente: RUES – cálculos propios

Al comparar por los rangos de edad de las empresas, cuyos resultados son presentados en el gráfico 5, se encuentra que la proporción de unidades que crecen es mayor para los grupos de empresas que llevaban menos tiempo operando en el mercado. La proporción de microempresas constituidas en el 2013 que lograron crecer en los años posteriores es del 20,2%, mientras que el 33,8% de empresas

pequeñas y el 26,7% de empresas medianas creadas durante dicho año lograron incrementar su tamaño a lo largo del periodo comprendido entre 2014 y 2021. En comparación, solo el 11,6% de microempresas, el 20,8% de empresas pequeñas y el 11,6% de empresas medianas en el grupo de unidades consolidadas lograron pasar a formar parte de una categoría de tamaño superior.

Gráfico 5 – Proporción de empresas que crecieron por rangos de edad (2013, %)

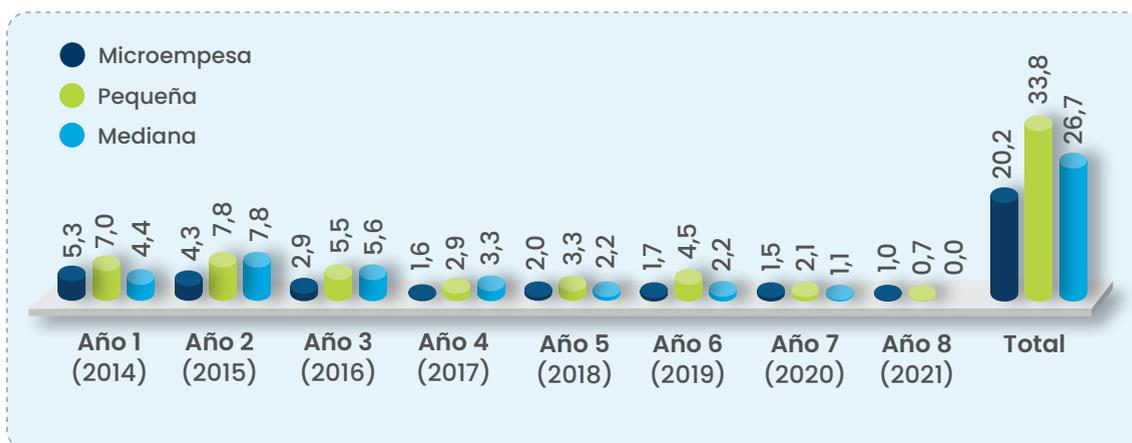


Fuente: RUES – cálculos propios

Este resultado parece estar en línea con los hallazgos empíricos descritos anteriormente que muestran que, contrario a lo establecido en la Ley de Gibrat, sí parece haber una relación entre la etapa de desarrollo de una empresa y su crecimiento. En particular, el comportamiento del grupo de empresas analizado da señales de que las unidades

más jóvenes crecen más que las unidades que llevan un mayor tiempo de operación en el mercado. En el gráfico 6, se presenta la proporción de unidades nuevas que incrementaron su tamaño con respecto a la categoría que correspondía al valor de sus activos en el 2013, el cual representa el periodo en cual estas unidades fueron constituidas.

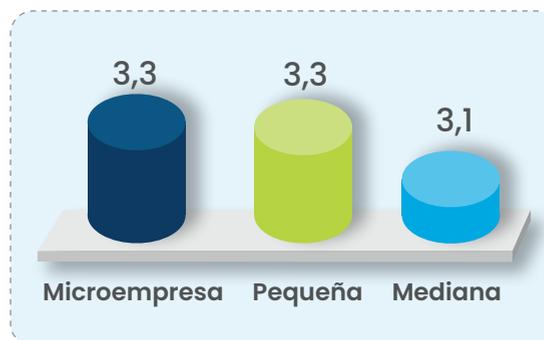
Gráfico 6 – Proporción de empresas nuevas que incrementaron de tamaño (2014-2021, %)



Fuente: RUES – cálculos propios

En el caso de las empresas nuevas, se observa que la mayor proporción de unidades que crecen se concentran en los dos primeros años de vida de las empresas. Esta proporción disminuye progresivamente en cada año. Sin embargo, se mantiene en niveles superiores a los observados para el total de empresas analizadas que fue presentada en el gráfico 3. De otro lado, como se muestra en el gráfico 3, las unidades nuevas que logran sobrevivir en el mercado y logran crecer tardan, en promedio, 3 años en lograrlo.

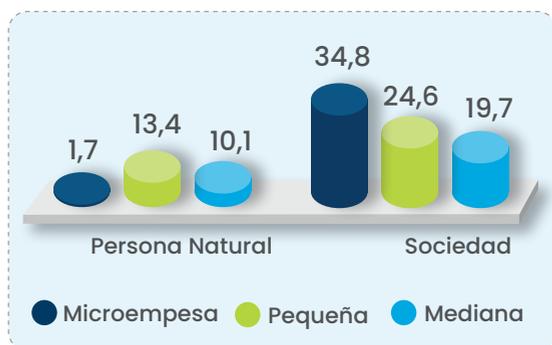
Gráfico 7 – Tiempo promedio que tardaron las unidades nuevas que incrementaron su tamaño en lograrlo (Años)



Fuente: RUES – cálculos propios

Retomando el análisis sobre el grupo total de empresas que operaron de manera continua entre el 2013 y el 2021 y haciendo una comparación de la proporción de unidades que crecen según el tipo de organización jurídica, se encuentra que la proporción de sociedades que logran incrementar sus activos lo suficiente para incrementar su categoría de tamaño es superior a la de personas naturales. Como se observa en el gráfico 8, la diferencia más significativa se observa en el caso de las microempresas, pues solo el 1,7% de personas naturales alcanzaron un crecimiento suficiente para ser catalogadas como empresas pequeñas, medianas o grandes durante los años siguientes, mientras que el 34,8% de microempresas constituidas como sociedades logró incrementar su categoría de tamaño.

Gráfico 8 – Proporción de unidades que incrementaron su tamaño según el tipo de organización jurídica (%)



Fuente: RUES – cálculos propios

Por otra parte, se analiza la proporción de empresas que crecen según su pertenencia a una de las Iniciativas Clúster del país. Estas iniciativas, son instrumentos de intervención con el liderazgo del Gobierno Nacional, las Cámaras de Comercio y otros agentes públicos y privados que buscan fortalecer el crecimiento y la competitividad de las empresas de los clústeres del país. Estos esfuerzos se basan en la búsqueda de una institucionalidad que, mediante la articulación de diferentes actores, permita identificar y desarrollar proyectos para la provisión de bienes públicos y privados, la promoción de capital humano capacitado, el desarrollo y la transformación tecnológica y, en general, de todos los elementos que pueden fortalecer la productividad y competitividad de los clústeres colombianos. (iNNpulsas¹³, 2018; Confecámaras¹⁴, 2021)

Como se muestra en el gráfico 9, la proporción de empresas pertenecientes a una Iniciativa Clúster crecen en una proporción superior a la de las unidades productivas que no pertenecen a ninguna Iniciativa. En el caso de las microempresas, el 16,4% de unidades ubicadas en una región donde existe una Iniciativa Clúster para la actividad económica a la que se dedican lograron incrementar su tamaño en los años siguientes al inicio del periodo de análisis, lo que representa una diferencia de 3,2 pp

¹³ iNNpulsas (2018) Iniciativas Clúster en Colombia: instrumentos de desarrollo económico y competitividad. iNNpulsas Colombia.

¹⁴ Confecámaras (2021) Iniciativas clúster: una apuesta para la reactivación económica de Colombia. Disponible en: <https://redclustercolombia.gov.co/storage/resources/documents/iniciativas-cluster-vf.pdf>

frente a la proporción de microempresas que no pertenecen a una Iniciativa Clúster que lograron cambiar de categoría de tamaño hacia una superior. Las diferencias son de 2,7 pp en el caso de las empresas pequeñas y 2,2 pp para empresas medianas.

Gráfico 9 – Proporción de unidades que incrementaron su tamaño según su pertenencia a una iniciativa Clúster (%)

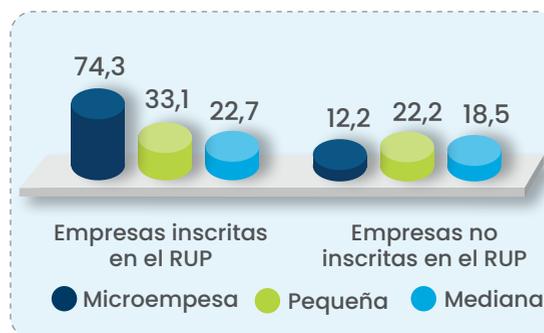


Fuente: RUES – cálculos propios

Adicionalmente, como una primera aproximación a la participación de las empresas en los procesos de compras públicas, se presenta una comparación en la proporción de empresas que crecen teniendo en cuenta si están inscritas en el Registro Único de Proponentes (RUP). Como se observa en el gráfico 10, el 74,3% de microempresas inscritas en el RUP incrementó su tamaño entre el 2014 y el 2021, mientras que solo el 12,2% de unidades no inscritas logro incrementar sus activos en la proporción suficiente para ser consideradas como parte de la población de empresas de una categoría de tamaño superior. En el caso de empresas pequeñas, el 33,1% de unidades inscritas en el RUP logró crecer, mientras que el 22,2%

de unidades no inscritas incrementó su tamaño. La diferencia se reduce en el caso de las empresas medianas, pues el 22,7% de unidades inscritas crece frente al 18,5% de empresas no inscritas en el RUP.

Gráfico 10 – Proporción de unidades inscritas y no inscritas en el RUP que incrementaron su tamaño (%)



Fuente: RUES – cálculos propios

Otra dimensión analizada tiene que ver con la participación de unidades en el comercio exterior, en particular si son exportadoras de bienes. Haciendo uso de los microdatos de exportaciones publicados por el DANE, se identificaron las empresas exportadoras dentro del grupo de análisis. Esta población corresponde a un total de 10.510 unidades, de las cuales el 33,9% son microempresas, el 30,9% son pequeñas, el 21,0% son medianas y el 14,24% son grandes. Como se observa en el gráfico 11, el 60,0% de microempresas exportadoras incrementó su tamaño, frente al 13,4% de unidades micro no exportadoras.

Por su parte, el 34,6% de empresas pequeñas que comercian sus productos en el exterior logró crecer frente al 22,9% de unida-

des que solo comercian sus bienes a nivel interno, mientras que el 23,9% de unidades medianas exportadoras pasó a formar parte de la población de empresas grandes a lo largo del periodo de análisis, una proporción 5,5 pp superior a la de empresas medianas no exportadoras.

Gráfico 11 – Proporción de unidades exportadoras y no exportadoras que incrementaron su tamaño (%)



Fuente: RUES, DANE – cálculos propios

Al analizar por sector de actividad económica se encuentran diferencias significativas en las proporciones de empresas que cambian de categoría de tamaño, especialmente en el caso de las microempresas. Como se observa en el gráfico 12, el sector en el que creció una mayor proporción de microempresas es la extracción, con un 34,0% de unidades que logró pasar a formar parte de la población de empresas pequeñas, medianas o grandes entre el 2014 y el 2021, este sector es seguido por la construcción con un 33,0% y la agricultura con 27,0%. En contraste, solo el 8,5% de unidades dedicadas a una actividad en el sector de comercio y un 13,4% de empresas industriales lograron incrementar su tamaño en los periodos posteriores al año de inicio del análisis. De esta manera, se observa una diferencia de 25,5pp en la proporción de microempresas que crecen entre los sectores con mayor y menor cantidad relativa de empresas que crecen.

Gráfico 12 – Proporción de empresas que incrementaron su tamaño por sector (%)



Fuente: RUES – cálculos propios

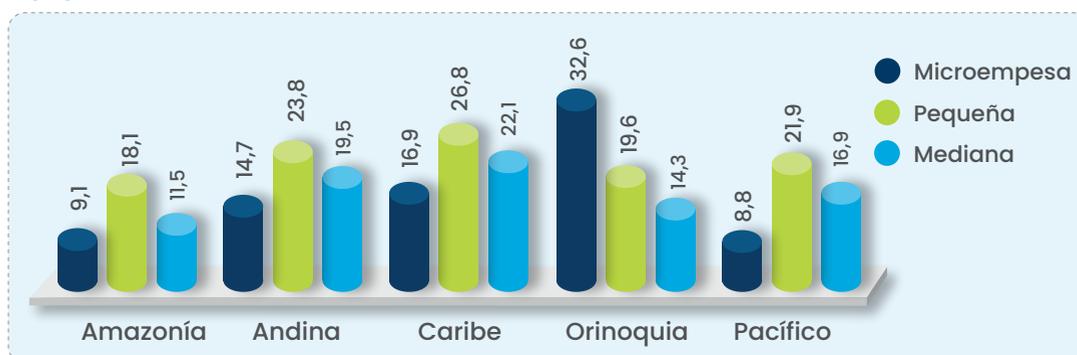
En el caso de las empresas pequeñas y medianas, se observa que el sector donde se registra la mayor proporción de unidades que crecen es la construcción seguido de las actividades de extracción. En contraste, la Industria y el Comercio son los sectores de actividad donde menos empresas incrementan su tamaño. Sin embargo, la brecha entre los sectores con mayor y menor proporción de empresas que cambian de categoría de tamaño es de 12,9pp para las empresas pequeñas y 11,6pp para empresas medianas.

Finalmente, al comparar el crecimiento de empresas en las cinco regiones geográficas del país, se encuentra que la región con mayor crecimiento de microempresas es la Orinoquía, donde el 32,6% de unidades con un valor de activos que las ubicaba dentro de la población de este tamaño en el 2013, logró ubicarse en una categoría superior durante los 8 años siguientes. Esta región es seguida por el Caribe y la región Andina que registran un 16,9% y un 14,7% de microempresas que pasaron a ser empresas

pequeñas, medianas o grandes, respectivamente. (gráfico 13)

En el caso de empresas pequeñas, la región con mayor crecimiento es el Caribe, donde el 26,8% de unidades de este tamaño se convirtieron en unidades medianas o grandes a lo largo del periodo comprendido entre 2014 y 2021, seguida de la región Andina y la Pacífica con proporciones del 23,8% y 21,9% respectivamente. Para el caso de empresas medianas, las tres regiones antes mencionadas también son las que registran una mayor cantidad relativa de empresas que incrementan su tamaño, con proporciones del 22,1% en el Caribe, 19,5% en la región Andina y 16,9% en el Pacífico. Para estos tamaños de empresa, la Amazonía se ubica como la región de menor desempeño, con solo un 18,1% de empresas pequeñas que se convierten en unidades medianas o grandes y un 11,5% de empresas medianas que logran un crecimiento suficiente que les permita pasar a formar parte de la población de empresas grandes del país.

Gráfico 13 – Proporción de empresas que incrementaron su tamaño por región geográfica del país (%)



Fuente: RUES – cálculos propios



5

Conclusiones

El crecimiento de las empresas es un fenómeno ampliamente estudiado y debatido en la literatura económica y organizacional. Como resultado, se han identificado una amplia variedad de determinantes y factores que inciden en la capacidad de las unidades productivas de incrementar su tamaño según las características de los emprendedores, las características propias de las empresas y las cualidades del entorno en el que operan. Estas relaciones son soportadas a través de planteamientos teóricos y análisis empíricos realizados sobre empresas en diferentes países del mundo.

Para contribuir al entendimiento de algunas de las dinámicas del tejido empresarial colombiano, se llevó a cabo un análisis sobre un grupo de empresas del país que muestra que el 14,1% de las microempresas, el 23,8% de las empresas pequeñas y el 19,4% de empresas medianas lograron incrementar su tamaño en los últimos años.

Además, se encuentra que la mayoría de estas empresas logra incrementar su tamaño de forma permanente, es decir, la mayoría de las unidades que crecen en la proporción suficiente para formar parte de una categoría de tamaño superior se mantiene en esa nueva categoría. De igual forma, se observan diferencias al comparar entre grupos de empresas según su edad, tipo de organización jurídica, sector de actividad económica, ubicación, participación en las exportaciones, en las compras públicas y en las Iniciativas Clúster.

Específicamente, se encuentra que la proporción de unidades productivas que logran incrementar su tamaño de manera exitosa son las empresas más jóvenes, las sociedades, las empresas dedicadas a actividades de extracción y construcción, que se ubican en el Caribe o en la región Andina, pertenecen a una Iniciativa Clúster, exportan y están inscritas en el Registro Único de Proponentes (RUP) crecen más que empresas con otras características.

Si bien el análisis no está diseñado de una manera que permita establecer causalidad entre las diferentes características de las empresas y su crecimiento, sí permite identificar la posible existencia de relaciones que son consistentes con algunos de los planteamientos teóricos y empíricos descritos en la primera sección del documento.

Finalmente, la metodología empleada y el grupo de análisis elegido permiten identificar

algunos comportamientos propios de empresas que logran operar de manera continua por periodos extensos de tiempo. Sin embargo, conocer la realidad de todo el tejido empresarial y sus dinámicas requiere análisis complementarios dirigidos a identificar los determinantes de la salida de empresas del mercado que llevan a que la mayoría de las empresas que conforman el tejido empresarial de un periodo determinado no sigan haciéndolo a lo largo de los años siguientes.

Referencias

- Blázquez, F., Dorta, J. A. & Verona, M. C. (2006) Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, No. 16 (28), pp. 43-56.
- Canals, J. (2004) Crecimiento Empresarial: Personas y Tecnología en la Nueva Economía. *Revista Empresa y Humanismo*, Vol. II, No. 2/00, pp. 337-370.
- Carmona, M., Carvajal, Y., Aguirre, S., Ocampo, F. & Flórez, A. (2020) Determinantes del crecimiento empresarial en el sector manufacturero colombiano. *Panorama Económico*, Vol. 28, No. 1.
- Coad, A. (2009) *The Growth of Firms: A Survey of Theories and Empirical Evidence*. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, Reino Unido.
- Confecámaras (2021) *Iniciativas clúster: una apuesta para la reactivación económica de Colombia*. Disponible en: <https://redclustercolombia.gov.co/storage/resources/documents/iniciativas-cluster-vfpdf>
- Decreto 19 de 2012 (2012) "Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública". Enero 10 de 2012, disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45322>
- Decreto 957 de 2019 (2019) "Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1, de la Parte 2 del Libro 2, del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011". Junio 05 de 2019, disponible en: <https://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-median>

- Gancarczyk, M. & Zabala, J. M. (2015) The Process of the Growth of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). En The Process of Firm Growth. Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation, Vol. 11, No. 4.
- Geroski, P. (1999) The Growth of Firms in Theory and in Practice. Centre for Economic policy Research. Discussion Paper No. 2092.
- INNpulsa (2018) Iniciativas Clúster en Colombia: instrumentos de desarrollo económico y competitividad. iNNpulsa Colombia.
- Langebaek, A. (2008) Determinantes del crecimiento de las empresas no financieras en Colombia: Ley de Gibrat y otras teorías. Borradores de Economía, No. 493, Banco de la República.
- Leiva, J. C. & Alegre, J. (2012) Empresas gacelas: definición y caracterización. Academia. Revista Latinoamericana de Administración, No. 50, pp. 31-43
- Ley 905 de 2004 (2019) "Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa y se dictan otras disposiciones". Agosto 02 de 2004, disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/base-doc/ley_0905_2004.html
- Lotti, F., Santarelli, E. & Vivarelli, M. (2003) Does Gibrat's Law hold among young, small firms? Journal of Evolutionary Economics, No. 13, pp. 213-235.
- Manzano, G., Ayala, J., Castresana, J. & Parras, M. (2012) Factors Affecting the Growth of New Firms: A Multidisciplinary Perspective. En Business and Economics Research. IACSIT PRESS.
- Piergiovanni, R., Santarelli, E., Klomp, L. & Thurik, A. (2003) Gibrat's Law and the firm size/firm growth relationship in Italian small scale services. Revue d'économie industrielle, No. 102, pp. 69-82.
- Porter, M. (1998) Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, Vol. 76 (6), pp. 77-90.
- Rahmeyer, F. (2006) From a Routine-Based to a Knowledge-Based View: Towards an Evolutionary Theory of the Firm. Volkswirtschaftliche Diskussionsreihe, No. 283, Universität Augsburg, Institute für Volkswirtschaftslehre, Augsburg.
- Tavares, S., Castro, A. & Silva, M. (2004) Economics of the Firm and Economic Growth. An hybrid theoretical framework of analysis. Centro de Estudos Macroeconómicos e Previsão. Working Paper No. 158.
- Zhou, H. & de Wit, G. (2009) Determinants and dimensions of firm growth. Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs (SCALES-initiative).

Dinámicas de Movilidad y Crecimiento de las Empresas Colombianas