

Colombia
Global Entrepreneurship Monitor
2011
2012



Reporte GEM Colombia 2011 -2012/ Fernando Pereira L, et al. Ediciones Sello Javeriano 76 p.;
21.5 cm x 28 cms

ISBN: 978-958-8347-70-7

Otras entidades participantes: Universidad de los Andes, Universidad del Norte, Universidad ICESI

Otros autores: Fernando Pereira, Fabián Osorio, Lina María Medina H, Rafael Vesga, Raúl
Fernando Quiroga, Liyis Gomez, Juan Guillermo Restrepo, Rodrigo Varela, Juan David Soler



Global Entrepreneurship Monitor

© 2012, Fernando Pereira (Universidad Javeriana Cali).

© 2012, Universidad Javeriana Cali

El proyecto de investigación GEM, se realiza a través de un consorcio internacional de investigadores y de instituciones, que estuvo compuesto, en el 2011, por representantes de 54 países en los cinco continentes. En Colombia este proyecto lo realiza un consorcio integrado por la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, la Universidad de los Andes, la Universidad del Norte y la Universidad Icesi. Durante la edición del 2011 para GEM Colombia se contó con la colaboración financiera de la Dirección de Investigación de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, la Universidad de los Andes, Universidad del Norte y la Universidad Icesi, además de las siguientes Entidades patrocinadoras:

Comfenalco Valle, Comfandi, Camara de Comercio de Bogota, Universidad de Cartagena, Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Comfenalco Cartagena, Corporación Universitaria del Caribe – CECAR, Universidad de Magdalena, Camara de Comercio-Santa Marta, Universidad Cooperativa de Colombia-seccional Santa Marta, Universidad EAN, UNAB, Universidad Pontificia Bolivariana-seccional Bucaramanga, Camara de Comercio-Bucaramanga y Fundación Bavaria.

La interpretación de los resultados de GEM Colombia 2011 es responsabilidad de los autores y no compromete el nombre de las instituciones patrocinadoras.

Instituciones Patrocinadoras:

- Pontificia Universidad Javeriana de Cali
- Universidad de los Andes
- Universidad del Norte
- Universidad ICESI

ISBN: 978-958-8347-70-7

Diseño carátula: Adriana Bermúdez

Diseño de interior: Adriana Bermúdez

Impresión:

Hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

Septiembre 2012

Todos los derechos de esta publicación son reservados, y por ello no puede ser reproducida ni en su todo, ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma, ni por ningún medio sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electrónico, digital, por fotocopia o por cualquier otro medio sin el permiso previo por escrito del grupo GEM Colombia.

Colombia
Global Entrepreneurship Monitor
2011 - 2012





CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	7
1. Recuento Histórico	7
1.1. El Modelo GEM	8
1.2. Metodología	13
CAPÍTULO 2.....	15
2. Perfil del emprendedor colombiano: Características básicas	15
2.1. Motivaciones que originan la creación de empresa	15
2.2. Características de género	16
2.3. Características de Edad	19
2.4. Características Educativas	21
2.5. Características de Nivel de Ingresos Familiares	23
CAPÍTULO 3.....	25
3. Resultados claves de GEM Colombia 2011-2012	25
3.1. Nivel individual.....	27
3.2. Nivel empresarial.....	30
3.3. Nivel de Instituciones y factores macro.....	35
CAPÍTULO 4.....	41
4. Resultados claves sobre Internacionalización	41
4.1. Nivel Individual.....	41
4.2. Nivel Empresarial.....	46
CAPÍTULO 5.....	53
5. Resultados claves sobre Intraemprendimiento	53
5.1. Nivel individual.....	53
5.2. Nivel empresarial.....	55
5.3. Nivel de Instituciones y factores macro.....	57
CAPÍTULO 6.....	59
6. Resultados claves sobre Educación	59
6.1. Nivel individual.....	60
6.2. Nivel empresarial.....	63
CONCLUSIONES	65
BIBLIOGRAFÍA	69
ANEXOS	71
Anexo 1. Ficha técnica de la encuesta para Colombia	71
Anexo 2. Glosario de los principales términos e indicadores del Global Entrepreneurship Monitor - GEM	72
Anexo 3. Actividades emprendedoras en las 55 economías GEM, 2011	74



Capítulo 1. Introducción

1. Recuento Histórico

El *Global Entrepreneurship Monitor* (en adelante GEM por sus siglas en inglés) es el proceso de investigación académica más amplio que se realiza a nivel mundial, para comprender la relación que existe entre la actividad emprendedora¹ (*Entrepreneurship*) y el desarrollo económico nacional (Amorós, 2011) (Kelley, Bosma, & Amorós, 2011). Este proyecto, que se viene realizando desde el año 1999, surgió de la iniciativa del *Babson College* y de la *London Business School*.

Hoy, y durante sus trece años de resultados, es la única fuente de datos comparables que existe a nivel mundial, sobre una gama amplia de variables asociadas a la actividad emprendedora y a las diversas etapas que componen su desarrollo. GEM ha sido capaz de tomar y procesar datos armonizados en una base anual enfocándose básicamente en tres objetivos:

- Medir las diferencias que existen en los niveles de la actividad emprendedora entre los distintos países que participan.
- Descubrir las causas y las variables que mejor explican en cada país, el nivel de la actividad emprendedora.
- Identificar políticas que puedan favorecer el incremento en la calidad y en la cantidad de la actividad emprendedora de cada país.

La mayor innovación que GEM ha traído a los procesos tradicionales de análisis del emprendimiento, del crecimiento económico y de la competitividad de las naciones, ha sido el centrar su análisis desde la perspectiva del emprendedor, del individuo. Ningún otro estudio de talla mundial, como el *Doing Business* del Banco Mundial, el *Index of Economic Freedom* de la Fundación Heritage, el Reporte Mundial de Competitividad del Foro Económico Mundial ofrece un análisis del fenómeno emprendedor centrado en la persona. Por esta razón, los resultados del GEM se pueden complementar con los aportes de los demás estudios en el análisis del impacto del emprendimiento².

Mientras el *Doing Business* se centra en divulgar públicamente la facilidad para crear una empresa, el Índice de Competitividad compara los factores macro de competitividad, y el Índice de Libertad Económica muestra las barreras a la libre creación de empresas en cada país, el GEM caracteriza a los emprendedores y su acción emprendedora. Siendo este actor el más importante del fenómeno del emprendimiento de cualquier país, es evidente la necesidad de realizar el GEM, antes que cualquier otro estudio mencionado.

El valor de los aportes del estudio GEM se refleja en el crecimiento del número de países participantes que en sus inicios en 1999 sólo cubría nueve países, todos ellos altamente desarrollados. Cada año se ha incrementado la participación, de modo que para el periodo 2011-2012 se logró que un total

¹ Para entender qué se entiende por emprendedor en este documento se recomienda consultar (Pereira, 2007).

² Conclusiones del Foro Measuring the Business Climate and Promoting Entrepreneurship: A Comparison of Four Ranking Systems realizado por la Fundación Heritage, tal como se registró en la invitación al evento <http://www.heritage.org/Events/2008/06/Measuring-the-Business-Climate-and-Promoting-Entrepreneurship-A-Comparison-of-Four-Ranking-Systems>.

de 54 países invirtieran en la realización de sus estudios nacionales. La participación latinoamericana comenzó en 2000 con Argentina y Brasil. En esta versión 2011-2012, esta región se constituye en la de mayor participación de países después de Europa, con 13 economías incluyendo a Colombia.

Entre los beneficios que cada país participante puede recibir, se identifica el brindar la información clave a los responsables de las políticas gubernamentales y a todo actor estratégico en el impulso al desarrollo económico vía emprendimiento. Es gratificante observar como los Ministerios de Comercio Industria y Turismo de Colombia y sus homólogos chileno, inglés y muchos otros, aprovechan esta información para evaluar el impacto que sus planes de desarrollo emprendedor tiene en la actividad emprendedora no solo a nivel de su país, sino en dichos lugares a nivel regional y de ciudad.

Además permite consolidar un equipo nacional de investigación en cada país participante, que permita profundizar el estudio del fenómeno a nivel nacional. Es así como en Colombia, el equipo GEM Colombia está conformado por los cuatro centros de investigación y desarrollo del emprendimiento más reconocidos a nivel nacional por sus aportes a la comprensión del problema emprendedor en el país.

Colombia ingresó al proceso GEM en el año 2006 mediante un convenio de colaboración entre cuatro universidades: Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad de los Andes de Bogotá, Universidad del Norte de Barranquilla y Universidad ICESI de Cali.

En el ciclo correspondiente al periodo 2011-2012, la coordinación del proyecto GEM en Colombia estuvo a cargo del Grupo EIDOS - Emprendimiento y su Impacto en el Desarrollo Regional de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali como también la coordinación de los estudios para Cali y Medellín en el 2011-2012.

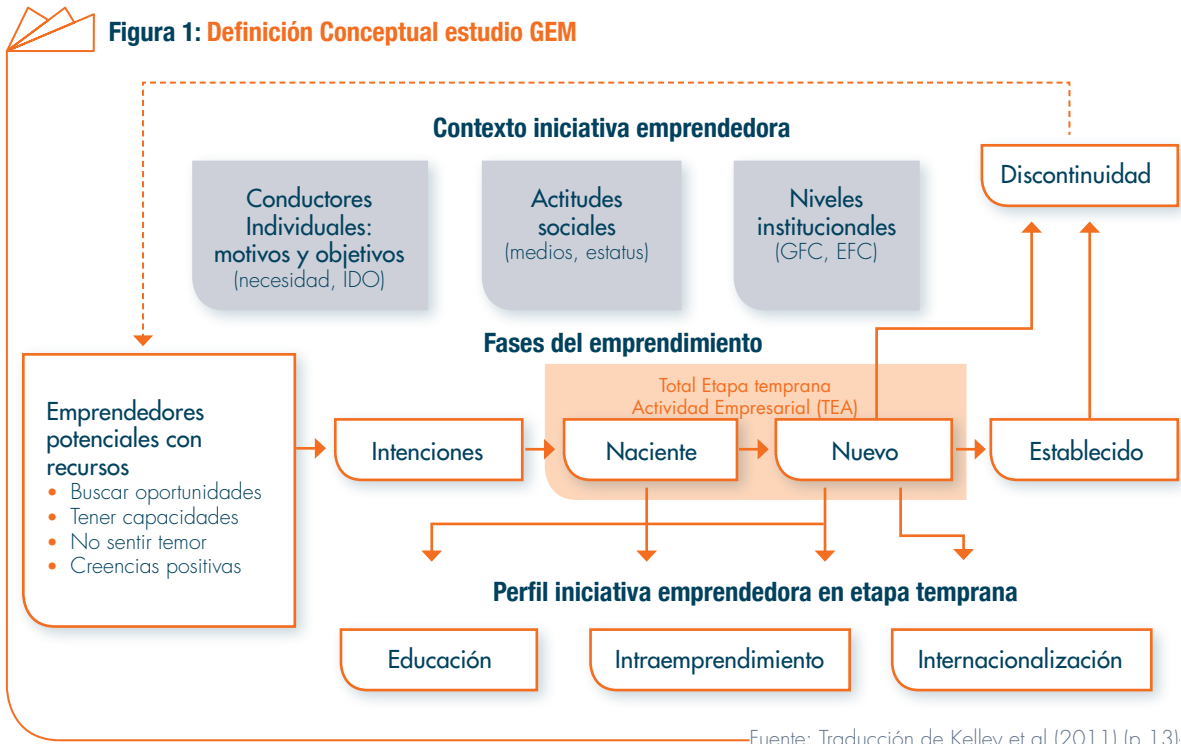
1.1. El Modelo GEM

Existe hoy en día un acuerdo amplio sobre la gran importancia que tienen la actividad emprendedora y los emprendedores en la dinámica del desarrollo económico (Amorós, 2011) (Kelley, Bosma, & Amorós, 2011). Los emprendedores, estén orientados a actividades económicas y/o sociales, bien sea dentro de sus propias organizaciones o de organizaciones para las cuales trabajan, impulsan la innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía y en la sociedad, e introducen nuevos mecanismos de competencia y estimulan de esta forma la productividad y elevan los niveles de desarrollo social y económico.

Una de las características fundamentales de GEM es definir como objeto de estudio a la persona que desarrolla actividades emprendedoras y no la empresa en sí. Esta innovación se explicita en la explicación de Amorós (2011):

“A diferencia de la mayoría de las bases de datos sobre emprendimiento que miden las empresas pequeñas y nuevas, el GEM estudia las características de las personas –individuos– con respecto al comienzo y gestación de una empresa. Esto diferencia al GEM de otras bases de datos, muchas de las cuales recopilan información sobre la inscripción o constitución formal de nuevas empresas. Las nuevas empresas son, en la mayoría de los casos, iniciadas por individuos”. (pág.3)

Por lo tanto, se comprende la actividad emprendedora como un proceso por el que una persona pasa por 4 posibles fases del emprendimiento, que se explican en la Fig. 1.



Cuando se le pregunta a una persona entre 18 y 64 años, elegida aleatoriamente como parte de la población colombiana, si realiza alguna actividad emprendedora, puede clasificarse dependiendo de su respuesta en una de las siguientes fases o etapas del proceso emprendedor.

La primera etapa, que se denomina **“Emprendedor potencial”**, es la que identifica a la persona que afirma estar desarrollando conocimientos y habilidades emprendedoras y puede estar en desarrollo y conceptualización de una futura actividad emprendedora, la cual realmente no se ha iniciado todavía. Sobre las personas que están en este estadio de desarrollo, GEM analiza únicamente sus actitudes, su percepción de oportunidades y su entendimiento sobre la actividad emprendedora.

En la segunda etapa, que se denomina el **“Emprendedor Naciente”**, se contabilizan las personas que han iniciado su actividad emprendedora, combinando de manera novedosa los recursos que consigue, y quienes afirman aún haber pagado salarios a sus empleados y/o a él mismo por un periodo no mayor a tres meses. Esta etapa es lo que pudiéramos llamar la etapa de nacimiento de la empresa o la etapa en la que el emprendedor convierte en realidad su concepto emprendedor.

La tercera etapa que se denomina **“Nuevo Emprendedor”** o **“Emprendedor en desarrollo”**, permite identificar a aquellas personas que han estado en actividad emprendedora, pagando salarios durante un lapso de tiempo que va de los 3 a los 42 meses. Esta etapa es lo que pudiéramos llamar la etapa de despegue de la empresa.

La cuarta etapa se denomina “*Emprendedor Establecido*”, y corresponde a aquellas personas que han estado al frente de la operación de su empresa pagando salarios durante más de 42 meses. Esta etapa es lo que pudiéramos llamar la etapa de sostenibilidad y de crecimiento de la empresa.

El estudio GEM es altamente reconocido a nivel mundial por el índice “*Tasa de Actividad Emprendedora*” o TEA por sus siglas en inglés (*Total Entrepreneurial Activity*) que ofrece el porcentaje de la población (entre 18 y 64 años) de un país que desarrolla una actividad emprendedora. Para esto suma el porcentaje de personas que se pueden clasificar en la etapa “*Emprendedor Naciente*” más el porcentaje de personas que se pueden clasificar en la etapa “*Nuevo Emprendedor*”.

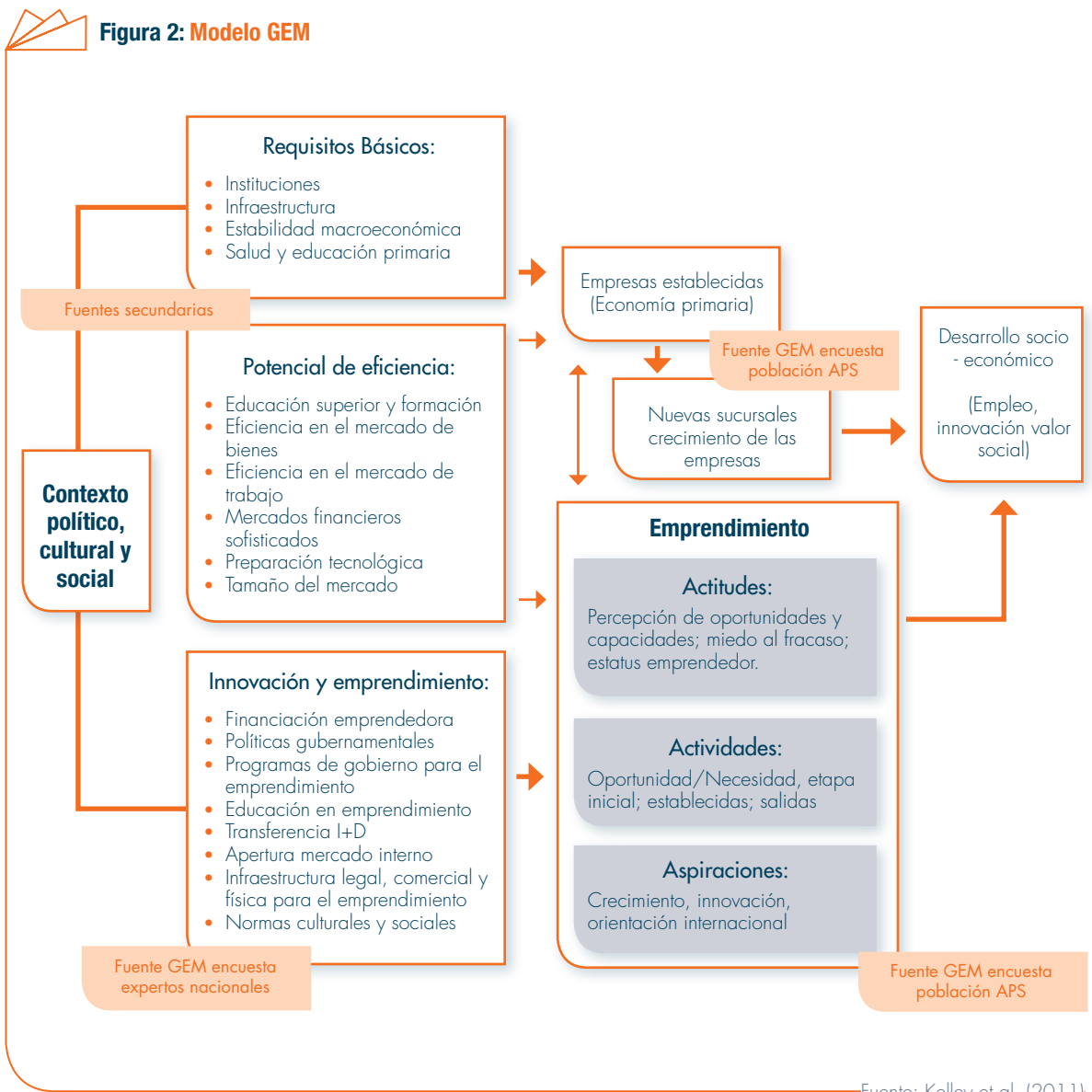
A lo largo de los años, GEM ha desarrollado un modelo que explica la relación entre la actividad emprendedora y sus componentes con el desarrollo económico. GEM entiende que esta relación es bastante compleja y que los diferentes tipos y fases de la actividad emprendedora pueden impactar el crecimiento económico en formas diferentes en los distintos países del mundo (Sternberg & Wennekers, 2005). Igualmente entiende que la relación entre esas dos grandes variables es dialéctica en el sentido de que la actividad emprendedora afecta el desarrollo económico, y este a su vez, afecta la actividad emprendedora.

Indudablemente el crecimiento económico a nivel nacional reflejado en aumento en el número de empleos, innovación tecnológica, generación de riqueza y de bienestar, se ve afectado por la dinámica de la actividad emprendedora en la cual actúan muy fuertemente por un lado las *empresas ya establecidas* y las *nuevas empresas*. Esta dinámica emprendedora será positiva cuando la suma de los efectos económicos y sociales de las nuevas ramas de actividad emprendedora, del nacimiento de nuevas actividades emprendedoras, de la expansión y del crecimiento de las actividades emprendedoras existente sea superior a la suma de los efectos económicos y sociales de los cierres de las empresas existentes y de las reducciones y contracciones de las actividades emprendedoras. La innovación grande que el modelo GEM provee es el recuperar la importancia trascendental que las nuevas actividades emprendedoras tienen en el desarrollo económico y social de un país.

Las actividades emprendedoras (*Entrepreneurship*) se consideran dependientes de tres factores importantes que se mezclan de modo que sea económica y socialmente valiosa y que genere empleos y trabajos:

Actitudes emprendedoras, que hacen relación a las percepciones y creencias, a los valores que las personas y la sociedad en la cual ellas actúan, tienen sobre la actividad emprendedora. Por ejemplo el grado en el cual se cree que pueden existir oportunidades buenas para empezar una empresa, el reconocimiento social que se le dé al ser emprendedor, la percepción y la actitud frente al riesgo que las personas tengan, la noción que se dispone de las competencias emprendedoras (habilidades, conocimientos y experiencias) para desarrollar una empresa, el conocer personas que han desarrollado empresas, el creer que existe la posibilidad de acceder a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad emprendedora, o el pensar que existe un ambiente general favorable hacia la actividad emprendedora. Todas estas actitudes que pueden variar de país a país, afectan de una forma directa la orientación de las personas hacia el proceso de desarrollo de actividades emprendedoras.

Actividades emprendedoras, que hacen relación al volumen de personas que está efectivamente generando nueva actividad emprendedora. GEM analiza la actividad emprendedora más como un proceso que como un evento.



Fuente: Kelley et al (2011)

Por ello hace mediciones sobre varios factores de ese proceso. En ese sentido es necesario distinguir las diversas etapas en las cuales la actividad emprendedora ocurre, bien sea en las etapas iniciales o de nacimiento, o en las etapas de consolidación y de crecimiento, acompañadas claro está por las actividades de cierre de las actividades emprendedoras. Igualmente se deben analizar esas actividades emprendedoras por sector económico, por el tamaño del equipo emprendedor, por el nivel de inversión, por los datos demográficos de los fundadores (genero, edad, educación, experiencias), por la motivación específica que el nuevo emprendedor tuvo al crear la empresa en términos de si lo hizo motivado por una necesidad de autoempleo y de ingreso básico para subsistir (no tenían otra opción de desarrollo en el momento del arranque), o si lo hizo motivado porque identificó una oportunidad en el mercado que además de resolverle sus problemas de empleo y de ingreso básico le da una posibilidad de desarrollarse personalmente y de contribuir significativamente al desarrollo económico de su país.

Aspiraciones emprendedoras, que hacen relación a la naturaleza cualitativa de los objetivos buscados por el emprendedor. En ese sentido GEM considera que hay diferencias en la visión de los emprendedores sobre variables como: generación de empleo, innovación en nuevos productos y en nuevos procesos, nuevas formas de hacer empresa, enfoque hacia mercados internacionales, orientación hacia el crecimiento, búsqueda de capital externo, búsqueda de nuevos socios, uso de tecnología de última generación, entre otras.

Tanto las empresas establecidas como las nuevas actividades emprendedoras se ven afectadas por ciertas condiciones del contexto institucional de la actividad emprendedora que se denominan el entorno emprendedor. Este entorno se impulsa a través de las políticas para la promoción y el estímulo de la actividad emprendedora que los distintos gobiernos establecen. El GEM ha permitido conocer la muy baja efectividad de ciertas estrategias de desarrollo exitosas en economías desarrolladas, aplicadas a economías en etapas incipientes de crecimiento. Por ello es necesario clasificar los estadios de desarrollo económico en: economías impulsadas por factores, economías impulsadas por eficiencia y economías impulsadas por innovación. Estas condiciones institucionales se agrupan en tres grandes segmentos:

Requerimientos básicos, aspectos fundamentales para el desarrollo como la configuración institucional y de infraestructura del país, la estabilidad macroeconómica, los niveles de la educación básica y unas condiciones de salud adecuadas. Estos requerimientos básicos son necesarios y pudiesen ser suficientes en el caso de una economía fundamentada en emprendedores basados en necesidad, pero pueden ser insuficientes para alimentar una economía más sofisticada con emprendedores basados en oportunidad. Es importante entender que las dos tipologías de emprendedores: basados en necesidad y basados en oportunidad, son importantes en toda sociedad, pero que según su nivel de desarrollo existirán diferentes tipos de mezclas emprendedoras, como se verá más adelante.

Estimuladores de eficiencia, agrupa aquellos aspectos y variables que permiten estimular la eficiencia de las organizaciones y que tienen que ver con: altos de niveles de educación y de capacitación, eficiencia en los mercados de bienes y servicios, eficiencia en el mercado laboral, sofisticación del mercado financiero, preparación y actualización tecnológica y tamaños generales del mercado.

Condiciones para la Innovación y la actividad emprendedora, que son todos aquellos factores que estimulan o entorpecen específicamente los procesos de creación de nuevas actividades emprendedoras. Entre ellos están: políticas del gobierno, programas gubernamentales para favorecer la iniciativa emprendedora, educación emprendedora, mecanismos de transferencia, de investigación y desarrollo, infraestructura comercial y legal para las nuevas empresas, apertura de los mercados internos, líneas de financiación para nuevas empresas, infraestructura física para las nuevas empresas, normas sociales y culturales.

Para enriquecer el análisis de los resultados del GEM, se ha categorizado los países participantes en tres grandes grupos siguiendo la concepción de Porter et al (2002).

- Economías impulsadas por factores, en las cuales, los procesos extractivos de materias primas son la principal fuente de exportaciones y de generación de riqueza.

- Economías impulsadas por la eficiencia, en las cuales, el principal factor de generación de riqueza y de exportaciones es la intensidad en la producción, basada en el logro de alta eficiencia y bajos costos por las economías de escala.
- Economías impulsadas por la innovación, en las cuales, el principal factor de generación de riqueza y de exportaciones, es la producción de bienes y servicios nuevos y únicos que se crean a través de grandes innovaciones que muchas veces son pioneras en el mercado.

Para las economías impulsadas por factores, las políticas estarán muy orientadas hacia el logro de los requisitos básicos del ecosistema emprendedor, para poder generar una actividad emprendedora sostenible que pueda contribuir no sólo a la actividad emprendedora local, sino y sobre todo al desarrollo de las próximas generaciones emprendedoras. Para las economías impulsadas por la eficiencia el énfasis estará en los mecanismos de apoyo específico para así atraer más emprendedores con orientación al crecimiento y con base tecnológica y de esta manera producir una dinámica económica importante. Para los países impulsados por la innovación el foco de la política se orienta al fortalecimiento de las condiciones de innovación y de actividad emprendedora, pues será de esta forma como se estimulan los nuevos productos y nuevos mercados y todo el proceso innovador propiamente dicho.

1.2. Metodología

Para asegurar una de las principales bondades de este proyecto, comparabilidad de los resultados entre los países y regiones participantes, la metodología que se utiliza en el estudio GEM es estandarizada a nivel mundial, con el propósito de que todos los resultados puedan ser armonizados y comparados. La metodología está compuesta de tres grandes fuentes de información que al cruzarse aseguran la validez de sus resultados:

Encuesta a la población adulta entre 18 y 64 años de edad (Adult Population Survey – APS), la cual consistió en la realización de 10.374 encuestas en el caso de Colombia que recogen información de las personas que están entre 18 y 64 años de edad. En la versión 2011-2012, esta encuesta la realizó el Centro de Nacional de Consultoría, usando la versión en español del mismo cuestionario usado a nivel mundial, junto con algunas preguntas adicionales por el Equipo GEM Colombia para explorar factores críticos de nuestra realidad nacional. Esta encuesta incluyó entrevistas telefónicas en las principales ciudades capitales y en las capitales de departamento y entrevistas cara a cara en municipios con población inferior a diez mil habitantes.

Encuesta a expertos nacionales (National Expert Survey – NES), la cual consiste en la realización de encuestas realizadas por los miembros del equipo nacional y regionales a expertos nacionales en los temas propios de la actividad emprendedora, pues ellos pueden opinar con suficiente experticia sobre los temas de: requerimientos básicos, estimuladores de eficiencia y condiciones para la innovación y la actividad emprendedora. Estos expertos se seleccionaron con base en los siguientes temas: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicio a empresas, educación y formación, transferencia de I&D, y apertura del mercado interno.

En el caso de Colombia 2011 se realizaron un total de 39 entrevistas con expertos radicados en Cali, Bogotá, Barranquilla y Medellín que representaban los sectores de emprendedores, gremios, académicos, gobierno, formuladores de política pública, líderes de organizaciones de apoyo y de organización para la creación de nuevas empresas. Este tipo de entrevistas a expertos se ha hecho todos los años excepto en el 2007.

Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (Secondary Variables – SV), Para asegurar la comparabilidad internacional, se utilizan fuentes de información internacionalmente aceptadas de información como: población, nivel de ingreso, nivel educativo, tasas de empleo y desempleo, inversión en investigación y desarrollo, infraestructura vial, nivel de competitividad, indicadores de riesgo de país, niveles de corrupción, producto nacional bruto per cápita, facilidad para hacer negocios.

Estos datos son obtenidos por el equipo de la coordinación mundial del proyecto GEM en Boston y Londres, y se usan datos producidos por: Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, *World Economic Forum*, OCDE, ONU, USA Census, UE, Unesco, *Doing Business Report*, *Heritage Foundation*, y muchas otras fuentes secundarias de información. Cada grupo nacional aporta datos de coyuntura sobre el desenvolvimiento de la economía de su país en el año en estudio.



Capítulo 2

2. Perfil del emprendedor colombiano: Características básicas

Uno de los elementos especiales del estudio GEM es la generación de información muy específica sobre las características de los emprendedores colombianos en términos de motivación para crear su empresa, género, edad, nivel de educación, nivel de ingresos, entre otros. Esta es la única fuente a nivel nacional, comparable con otras 54 economías en el globo, que permite conocer las diferencias en el nivel de actividad emprendedora entre las diferentes edades, niveles de educación, sexo, ubicación geográfica, pero sobre todo para cada una de la fase del proceso emprendedor. Dado que afirmar simplemente que son más emprendedores los hombres que las mujeres no ayuda a comprender la situación, se profundizará el análisis en dimensiones que ayuden a comprender las diferencias que puedan explicarlo. Para ello, en adelante, se presentarán los resultados tanto para emprendedores establecidos, es decir quienes afirman tener empresas de más de 42 meses, como para el grupo de nacientes y nuevos emprendedores con empresas de menos de 42 meses, que conforman el TEA. Todo ello brinda muy valiosos insumos para ajustar toda política y estrategia para promover el desarrollo emprendedor colombiano.

2.1. Motivaciones que originan la creación de empresa

¿Es posible afirmar que todos los colombianos que afirman tener actividad emprendedora son motivados por la necesidad?

GEM, como se indicó en el capítulo 1, reconoce dos grandes categorías de estudio en lo que hace relación a la motivación original para la creación de empresa. Se entiende como “emprendedor por necesidad” como aquella persona que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora, no disponía de otras alternativas de generar ingresos. Por otro lado, se entiende el “emprendedor por oportunidad” como aquella persona que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora ha analizado en algún grado de detalle las diversas opciones que posee, ha definido la existencia de una oportunidad emprendedora y ha seleccionado esa actividad emprendedora frente a otras alternativas.

Como se indica en la Tabla 1, la TEA de Colombia por oportunidad es superior al promedio calculado para cada nivel de desarrollo económico propuesto por el WEF³. El emprendimiento por necesidad en Colombia es alto comparado con las economías impulsadas por la eficiencia y aquellos impulsados por la innovación. De igual manera, el TEA por necesidad de Colombia presenta una tasa por encima del TEA promedio respectivo de los países de América Latina y el Caribe.

³ Foro Económico Mundial, por sus siglas en inglés – World Economic Forum.

Tabla 1: Motivaciones que originan la creación de empresa, 2011-2012

	TEA por oportunidad	TEA por necesidad
Colombia	15,9	5,4
Economías impulsados por factores	9,9	5,7
Economías impulsados por la eficiencia	9,5	3,8
Economías impulsadas por la Innovación	5,4	1,3
América Latina y el Caribe	12,5	4,4
TOTAL GEM	8,3	3,6

Fuente: Preparado por los autores, más datos tomados de Gómez, y otros (2010), Kelley et al (2011)

2.2. Características de género

¿Existe diferencia en el nivel de actividad emprendedora entre hombres y mujeres colombianas?

2.2.1. Características de género de las nuevas actividades emprendedoras

En el caso de Colombia para el 2011, se encontró que existen 1.65 hombres con actividad emprendedora por cada mujer con igual actividad. El TEA para hombres fue de 26,9% mientras que el TEA para mujeres fue de 16,3%. La Tabla 2 nos muestra una mayor disparidad de género en Colombia, en comparación con el promedio reportado por los países de América Latina y el Caribe. Sorprende encontrar igualmente una alta disparidad en la relación TEA hombres sobre TEA mujeres en las economías impulsadas por innovación, que corresponde a los países más desarrollados.

Tabla 2: Nuevas actividades emprendedoras según género, 2011-2012

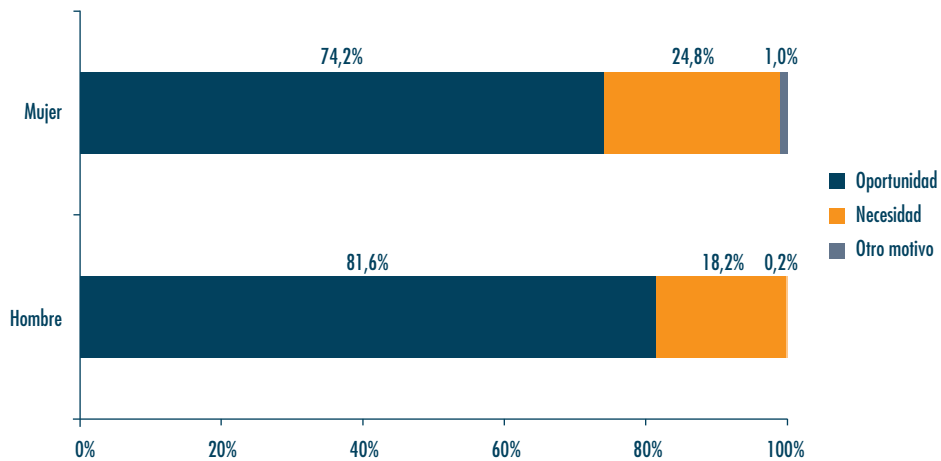
	TEA HOMBRES	TEA MUJERES	TEA HOMBRES/TEA MUJERES
Colombia	26,9	16,3	1,65
Economías impulsadas por factores	19,9	11,3	1,76
Economías impulsadas por la eficiencia	16,9	11,3	1,49
Economías impulsadas por la Innovación	8,8	4,9	1,76
América Latina y el Caribe	20,7	15,4	1,33
TOTAL GEM	15,2	9,2	1,65

Fuente: Preparado por los autores, Gómez, y otros (2010), Kelley et al (2011)

La Gráfica 1, permite analizar en Colombia los resultados del TEA por género y por motivación en el momento de crear la empresa. Por cada hombre que inicia su actividad emprendedora por necesidad, 4.45 hombres lo hacen por oportunidad. Entre mayor sea el resultado es mejor, situación que contrasta con la situación desventajosa de las mujeres, tres emprenden por oportunidad por cada mujer que lo hace por necesidad. Dicho de otra manera, es necesario iniciar programas que apoyen

el emprendimiento femenino que nos acerque al promedio latinoamericano de balance emprendedor entre géneros.

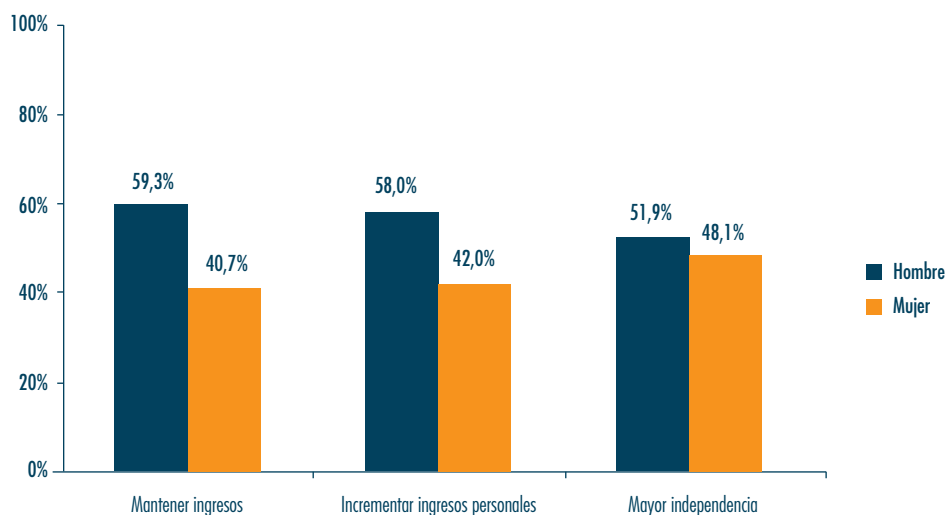
Gráfica 1: TEA para Colombia según género y motivación, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

La Gráfica 2, permite analizar las razones de los colombianos y colombianas por las cuales eligen aprovechar la oportunidad de emprender. La mayoría de las mujeres afirman que crean empresa por oportunidad para lograr mayor independencia mientras que la mayoría de los hombres dicen que es para mantener su nivel de ingresos.

Gráfica 2: Razones de los colombianos para aprovechar la oportunidad según género, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

2.2.2. Características de género de los emprendedores establecidos

Entendidas las características de emprendedores nacientes y nuevos, se analiza el caso de los emprendedores establecidos. Se dan condiciones muy similares a las de los nuevos emprendedores, pues como lo indica la Tabla 3 la proporción de personas entre 18 y 64 años que están vinculadas a una actividad empresarial que tiene más de 42 meses de establecida, es superior en hombres que en mujeres para los grupos de países definidos para el análisis.

El indicador Tasa Hombres Emprendedores Establecidos/Tasa Mujeres Emprendedoras Establecidas, es decir cuántos hombres propietarios hay por cada mujer propietaria de una empresa de más de 42 meses, muestra que la tasa de hombres es cerca del doble de la tasa de mujeres. Esto se cumple para el caso de Colombia y para economías impulsadas por la innovación. Mientras que en las economías impulsadas por los factores la proporción de hombres se aproxima al triple de mujeres en las actividades emprendedoras establecidas.

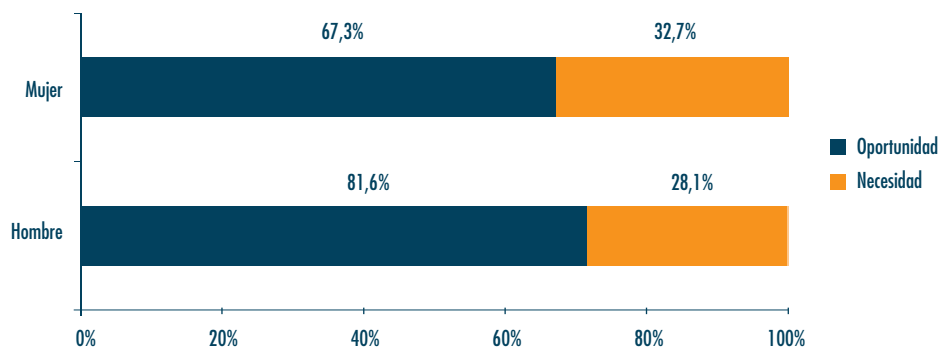
Tabla 3: Actividades emprendedoras establecidas según género, 2011-2012

Emprendedores establecidas	Tasa Hombres	Tasa Mujeres	Razón Tasa Hombre / Tasa Mujer
Colombia	9,9	5,1	1,93
Economías impulsadas por factores	8,6	2,9	2,93
Economías impulsadas por la eficiencia	9,1	5,5	1,65
Economías impulsadas por la Innovación	9,9	4,2	2,18
América Latina y el Caribe	7,7	4,7	1,64
TOTAL GEM	9,2	4,3	2,13

Fuente: Preparado por los autores, Gómez, y otros (2010), Kelley et al (2011)

La Gráfica 3 muestra los emprendedores establecidos por género y por tipo de motivación para crear su empresa. Siendo la oportunidad el principal motivo tanto para hombres como para mujeres, cambiando la idea equivocada que el emprendimiento es fruto de la necesidad en la mayoría de los casos.

Gráfica 3: Motivaciones para emprendedores establecidos colombianos según género, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

2.3. Características de Edad

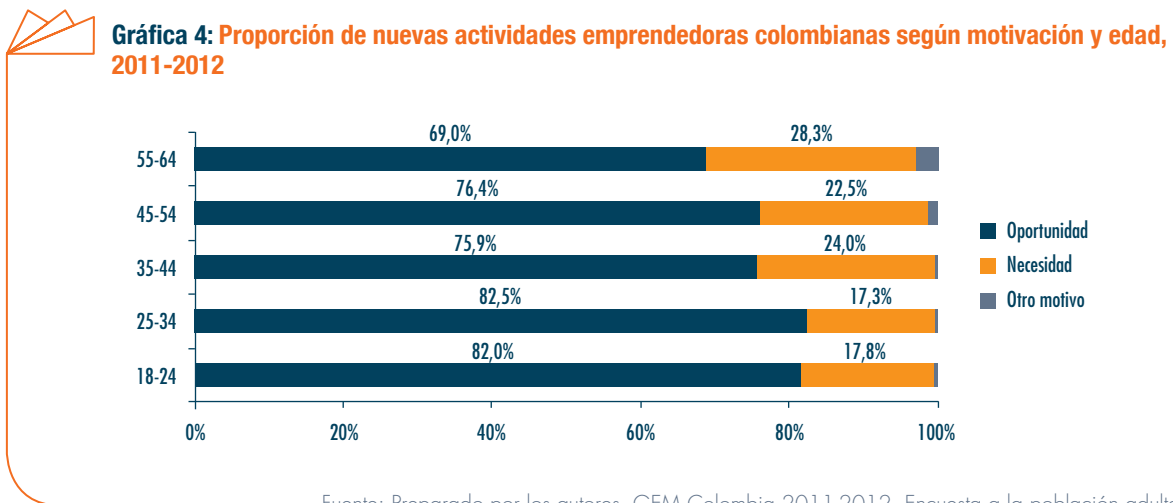
¿En qué momento de la edad de los colombianos existe mayor actividad emprendedora por oportunidad? ¿Es diferente la situación para los emprendedores nacientes y nuevos frente a los emprendedores establecidos?

2.3.1. Características de edad de las nuevas actividades emprendedoras

La Gráfica 4 presenta la proporción de las nuevas actividades emprendedoras por oportunidad y por necesidad para cada uno de los grupos etarios (grupos de edad) en Colombia. Se observa que entre las edades de 18 y 34 presentan la mayor proporción de emprendedores por oportunidad, pero realmente las variaciones no son muy significativas.

Es posible esperar que a mayor edad se diese una mayor proporción de emprendedores por oportunidad, pues la madurez y la experiencia podrían favorecer este tipo de iniciativas empresariales. Sin embargo es muy probable que esta tendencia sea influida por los efectos del mercado laboral, que de alguna forma generan un quiebre de la carrera empresarial a ciertas edades, pueda estar causando la urgencia de crear empresa por necesidad por personas con amplia experiencia.

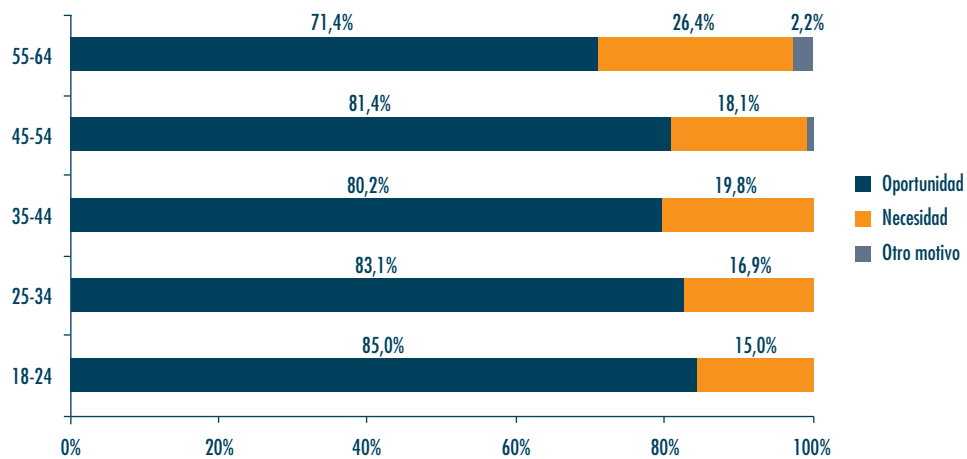
Es necesario anotar que la forma de leer las Gráfica 4, Gráfica 5 y Gráfica 6 es diferente a la de las otras gráficas, pues en estas no se mide TEA, sino que muestra las proporciones en cada grupo etario. En la Gráfica 4 se debe leer que de cada 100 nuevas iniciativas emprendedoras, cuyos empresarios están en el rango 55-64 años, el 69% afirmaron estar motivados por oportunidad y el 28,3% clasifica como emprendedor por necesidad.



Al tratar de establecer diferenciación por género, según los grupos etarios, se observa en la Gráfica 5 que en el caso de los hombres, hay una disminución de la proporción de hombres que crean empresa por oportunidad al pasar del grupo 18-24 al grupo 55-64, donde este último presenta la mayor proporción de emprendedores por necesidad.

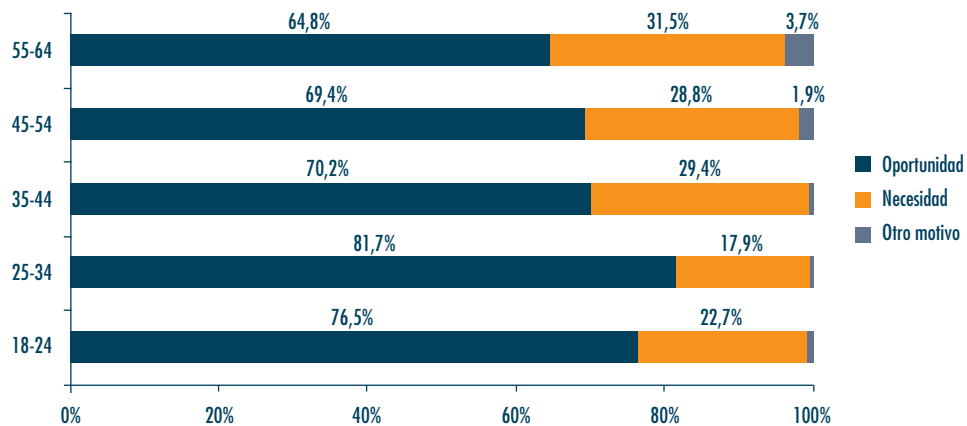
En el caso de mujeres ocurre el mismo comportamiento que sus compañeros según la Gráfica 6, se da una disminución de la proporción de mujeres motivadas por oportunidad al pasar del rango 18-24 al rango 55-64.

Gráfica 5: Proporción de hombres para emprender según motivación y edad, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Gráfica 6: Proporción de mujeres para emprender según motivación y edad, 2011-2012

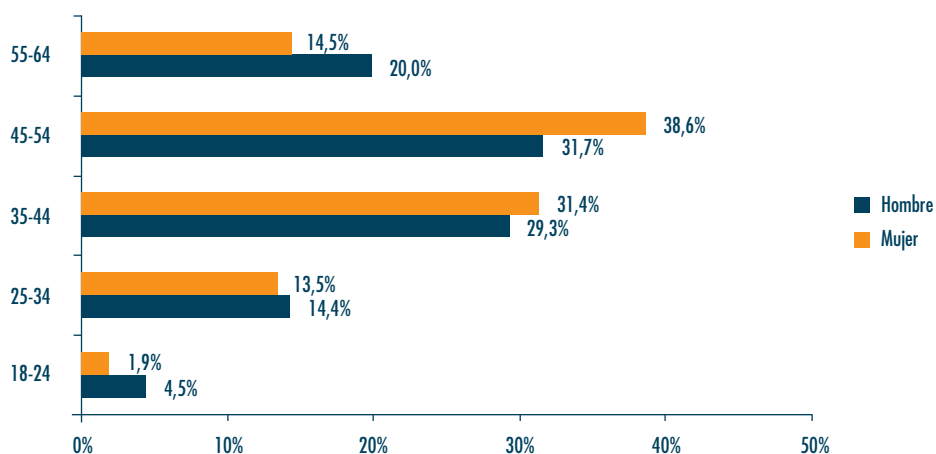


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

2.3.2. Características de edad de los emprendedores establecidos

Ahora, para los emprendedores establecidos, la Gráfica 7 muestra que en el ámbito de los emprendedores establecidos, y para dos de los cinco grupos etarios, la proporción de mujeres emprendedoras es superior a la de los hombres emprendedores. El dato donde se da la mayor diferencia es en el grupo 45-54 años.

Gráfica 7: Tasa de emprendedores colombianos establecidos según edad y género, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

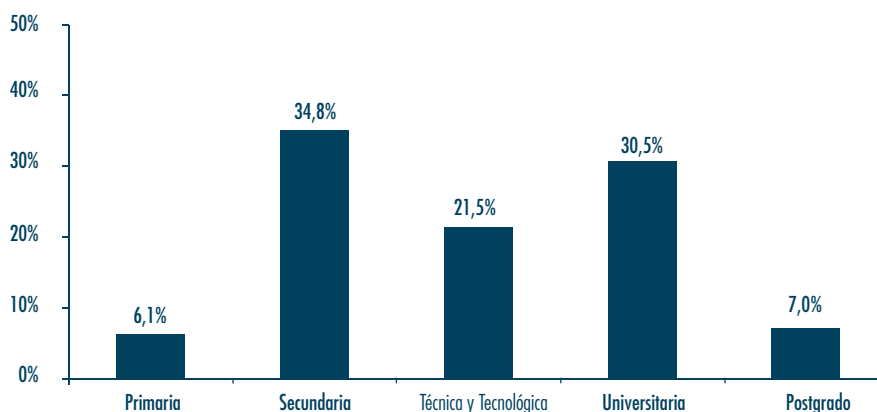
2.4. Características Educativas

¿Se identifica algún cambio en la actividad emprendedora según el nivel educativo del emprendedor o emprendedora? ¿El capital humano formal de los emprendedores establecidos es mayor, que el de los nuevos emprendedores?

2.4.1. Características educativas de las nuevas actividades emprendedoras

La siguiente Gráfica 8 evidencia el caso de las nuevas actividades emprendedoras donde la mayor tasa hacia la creación de empresas se da en el grupo de personas con estudios secundarios (34,8%), seguida por las personas con educación universitaria (30,5%).

Gráfica 8: Proporción de las nuevas actividades emprendedoras colombianas según nivel educativo, 2011-2012

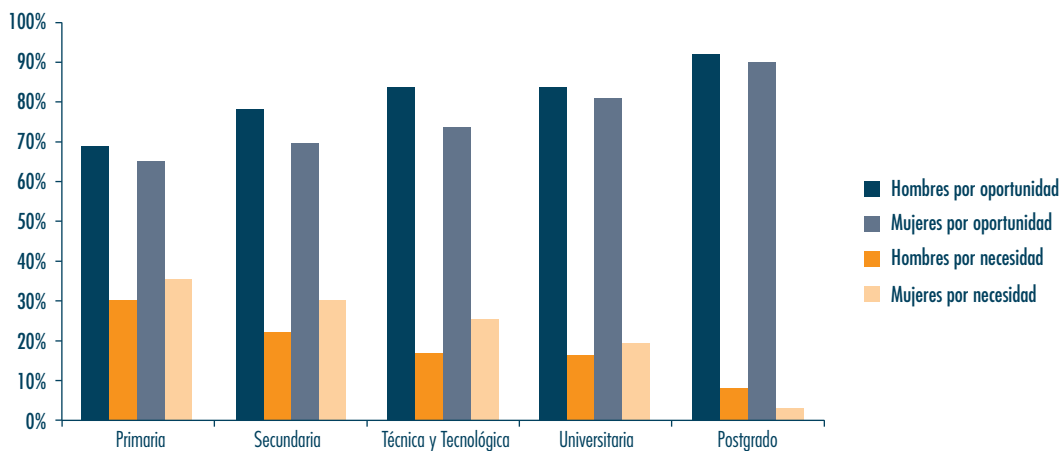


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Al cruzar los datos básicos de las personas con nuevas actividades emprendedoras, al segmentarlos por su nivel de educación formal, por su motivación y por género, se observa en la Gráfica 9 que tanto en hombres como en mujeres, y tanto en oportunidad como en necesidad, la clase modal es la de los estudios secundarios seguida por estudios universitarios. Es también evidente en todos los grupos, que a mayor nivel de formación, se reduce el emprendimiento por necesidad.

La proporción de emprendedores que cumplen la condición de motivación por necesidad y tener postgrado es 7,6%, lo cual daría una señal de que al mejorar la preparación académica se mejora la identificación de mejores oportunidades en emprendimiento. Igualmente, es mejor la situación para las mujeres con formación de posgrado que emprenden, pues es menor la proporción que inicia por necesidad frente al resultado de los hombres.

Gráfica 9: Proporción de nuevas actividades emprendedoras colombianas según nivel educativo y género, 2011-2012

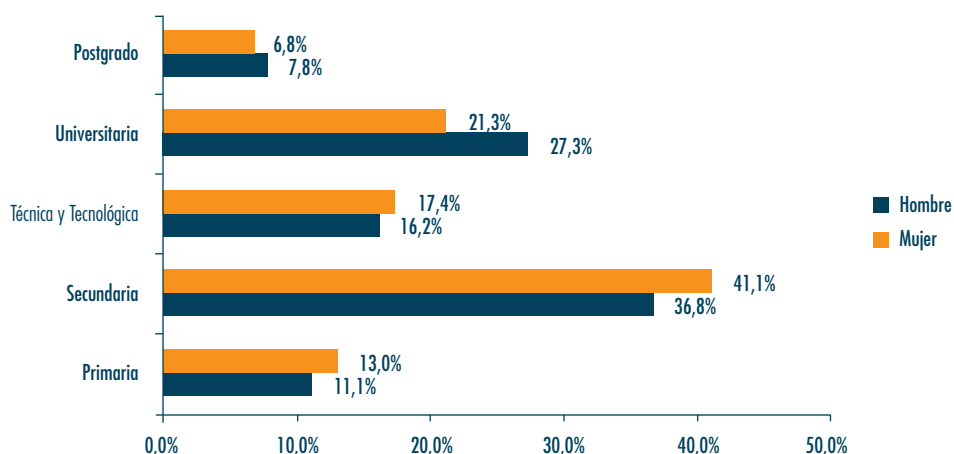


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

2.4.2. Características educativas de los emprendedores establecidos

Se observa en la Gráfica 10 que en tres de los cinco niveles educativos la proporción de las mujeres es más alta que la de los hombres. Sin embargo, en el nivel de postgrado y universitario son más los hombres emprendedores establecidos aunque la diferencia de tasa no es muy alta. Aunque lo que más sorprende es la baja proporción de posgraduados con empresas establecidas.

Gráfica 10: Tasa educación formal de emprendedores establecidos colombianos según género, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

2.5. Características de Nivel de Ingresos Familiares

¿La actividad emprendedora sólo es posible para quienes tienen altos ingresos familiares?

Otra de las variables que es importante conocer de los emprendedores colombianos es el nivel de su ingreso familiar, para poder tener una mejor idea de su estado económico. Por ser este ingreso, un ingreso familiar, puede o no estar totalmente relacionado con los ingresos que el emprendedor este derivando de la empresa. Por ello el análisis de esta variable no necesariamente indica las condiciones de contribución de la empresa al bienestar familiar.

2.5.1. Características del nivel de Ingresos Familiares de las personas con nuevas actividades emprendedoras

Los datos de la Tabla 4 indican que la mayor proporción de las personas con iniciativas emprendedoras tiene niveles de ingreso relativamente bajos. El 41% de los emprendedores reflejan niveles de ingreso hasta 2 SMMLV mientras que el 33% percibe ingresos familiares mayores a 3 SMMLV.

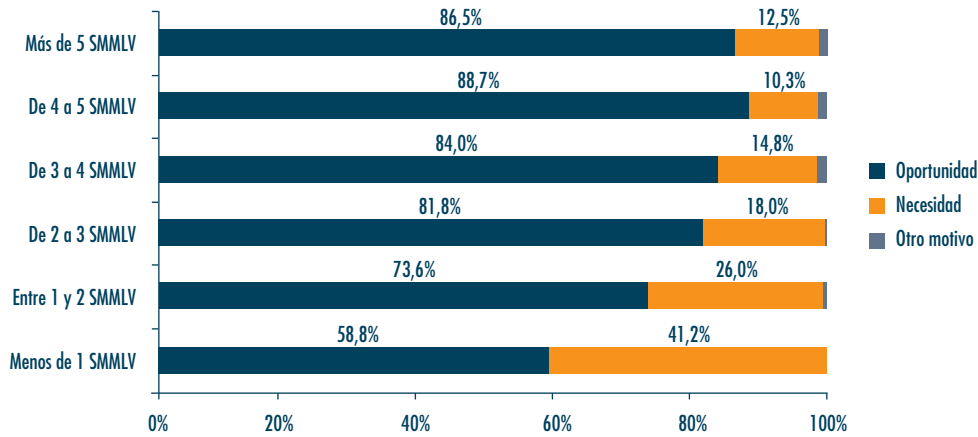
Tabla 4: Proporción emprendedores colombianos en nueva actividad emprendedora según ingreso familiar, 2011-2012

Nivel de ingresos	
Menos de 1 SMMLV	6,8%
Entre 1 y 2 SMMLV	34,2%
De 2 a 3 SMMLV	25,9%
De 3 a 4 SMMLV	12,9%
De 4 a 5 SMMLV	5,0%
Más de 5 SMMLV	15,0%

Fuente: GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

La Gráfica 11 muestra claramente que la proporción de empresas creadas por oportunidad de la población colombiana es más alta a medida que los ingresos familiares son más significativos. Además, a medida que el emprendedor se mueve en niveles más altos de educación formal asimismo va declarando un nivel más alto de ingresos familiares.

Gráfica 11: Proporción de las nuevas actividades emprendedoras colombianas según motivación y nivel ingresos, 2011-2012

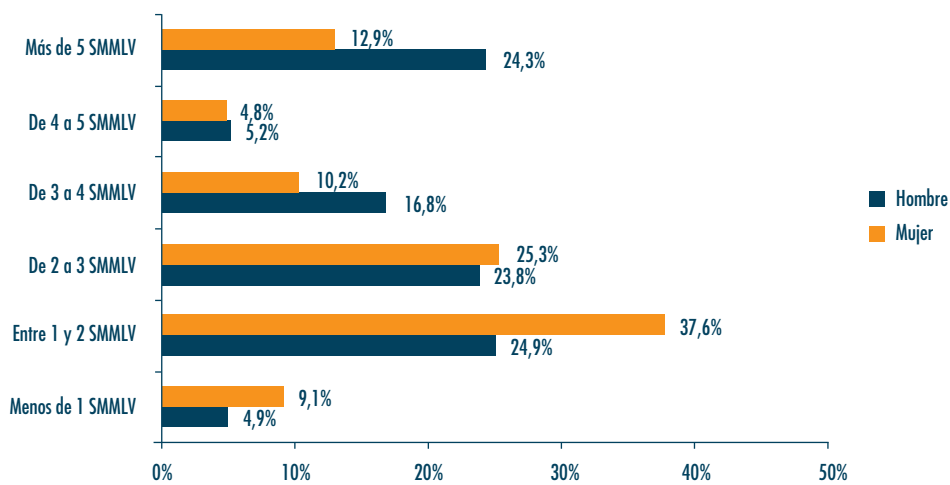


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

2.5.2. Características de los ingresos familiares de los emprendedores establecidos

En el caso de los emprendedores establecidos la Gráfica 12 muestra que en tres primeros niveles de ingresos familiares la proporción de mujeres con nueva actividad emprendedora TEA, es mayor que la de los hombres. Mientras que hombres muestran una tasa mayor que las mujeres para los ingresos mayores a 3 SMMLV, siendo la mayor la diferencia de género en el último nivel.

Gráfica 12: Tasa emprendedores establecidos colombianos por nivel ingreso familiar, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Capítulo 3

3. Resultados claves de GEM Colombia 2011-2012

Ahora que se cuenta con una caracterización de la actividad emprendedora colombiana, se procede a profundizar en su análisis para comprender mejor la situación descrita. Inicialmente se presentarán resultados claves que ayudan a comprender lo presentado hasta este punto, para luego ahondar en el análisis de factores críticos para el desarrollo emprendedor colombiano como el intraemprendimiento, la internacionalización y la educación emprendedora.

La distribución de los emprendedores de nuestro país, a lo largo de las distintas fases de actividad emprendedora de acuerdo con la metodología GEM, aparece en la Figura 3. Los resultados muestran que en el año 2011, el 21,4% de la población activa colombiana está involucrada en iniciativas emprendedoras de hasta 42 meses de vida. El desglose de este dato nos revela que el 15,2% de esas iniciativas corresponden a emprendimientos nacientes (0-3 meses) y un 6,7% a emprendimientos nuevos (3-42 meses).

Es necesario contrastar estos resultados con la tasa de abandono empresarial reportada por los colombianos que subió al 5,9%. Para una sociedad es muy importante el aprendizaje acumulado en este grupo de emprendedores, quienes al decidir volver a emprender estarán más acerca de lograr su éxito que otros.

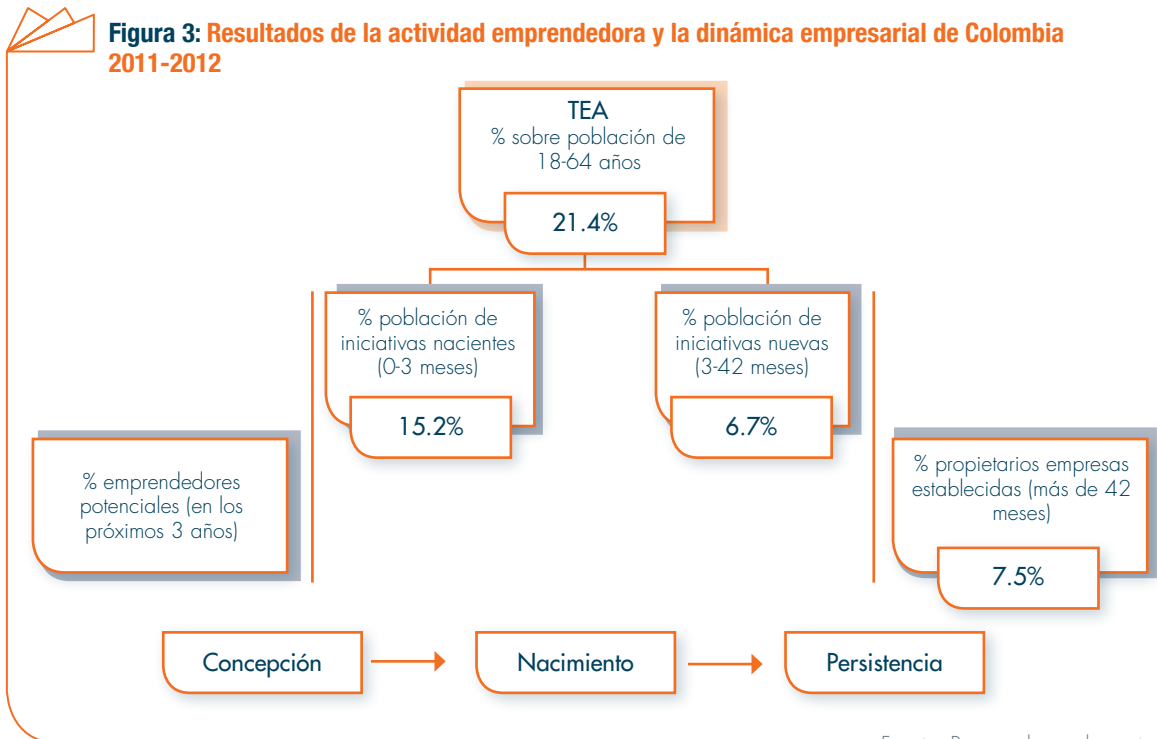


Tabla 5: Síntesis de los principales resultados del estudio GEM Colombia 2011-2012.....

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
INDIVIDUALES	<ul style="list-style-type: none"> Bajo temor al fracaso. Alta percepción de buenas condiciones para iniciar un negocio. Alta valoración de los conocimientos y habilidades para emprender. Alta percepción del reconocimiento social que tienen los emprendedores. Alta intención de ser emprendedor en los próximos 3 años. 	<ul style="list-style-type: none"> Bajo potencial de las redes sociales al conocer pocos emprendedores. Baja participación de las mujeres en la actividad emprendedora.
EMPRESARIALES	<ul style="list-style-type: none"> Alta participación del emprendimiento motivado por oportunidad. Alta participación de los emprendedores nacientes del total de emprendedores, comparado con otros países a nivel global. Alta participación de los emprendedores establecidos del total de emprendedores, comparado con países de América Latina y el Caribe. Relación directa entre el nivel educativo y la motivación para emprender por oportunidad. Alta expectativas de las nuevas iniciativas emprendedoras en términos de generación de empleo. Alto nivel de innovación para nuevas empresas y establecidas en comparación con los otros países a nivel global. 	<ul style="list-style-type: none"> Concentración de las nuevas iniciativas emprendedoras hacia los servicios de consumo. Mayor uso de tecnología obsoleta (más de 5 años en el mercado). Bajo nivel de inversión requerida para emprender en comparación con algunos países latinoamericanos. La expansión de mercados es inexistente o muy baja, por lo tanto existe un bajo nivel de internacionalización.
DE INSTITUCIONES Y FACTORES MACRO	<ul style="list-style-type: none"> Número adecuado de programas gubernamentales. Preparación adecuada para el emprendimiento a nivel profesional. Acceso fácil y rápido a sistemas de comunicación y servicios públicos. Disminución de barreras como impuestos, tasas y trámites burocráticos para el desarrollo del emprendimiento. Igualdad de conocimientos y habilidades entre mujeres y hombres para el emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Dificultad en acceder a fuentes de financiación disponible para nuevas empresas. Falta de claridad y bajo impacto de políticas gubernamentales que favorecen a nuevas empresas. Baja capacidad de impacto de los programas gubernamentales en el apoyo a emprendimientos. Baja formación en emprendimiento en los niveles de primaria y secundaria. Bajo desarrollo y transferencia de tecnología. Acceso limitado al mercado interno. Falta de apoyo por parte de los empleadores y colegas para el desarrollo de nuevas ideas emprendedoras. Baja participación por parte de los empleados para toma de decisiones en la empresa. Bajo nivel de estímulos del comportamiento proactivo de empleados y población en general.

Fuente: Preparado por los autores

3.1. Nivel individual

Un primer nivel de análisis evidencia una positiva situación de la actividad emprendedora colombiana, registrado en la Tabla 5. Se evidencia que a **nivel individual** se presentan tanto fortalezas como debilidades para Colombia. Al comparar el país con algunos del estudio, el **73,1%** de los colombianos perciben que hay buenas condiciones para iniciar un negocio dentro de los próximos seis meses (ver Tabla 6), ocupando el primer lugar entre todos los países y el primer lugar entre los países latinoamericanos.

Contando con las oportunidades, la siguiente pregunta es ¿quiénes están listos para aprovecharlas?

El 61,3% de los colombianos afirman contar un nivel alto de habilidades y conocimientos necesarios para hacer empresa (ver Tabla 7), y a la vez muestran un bajo nivel de temor al fracaso pues tan solo el 32,6% afirman que se detendrían a crear empresa por temor al fracaso (ver Tabla 8).

Tabla 6: Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a las buenas condiciones empresariales, 2011-2012.....

Pais	% de la población que cree que hay buenas condiciones para iniciar un negocio en los próximos 6 meses	Posición
Colombia	73,1	1
Suecia	71,5	2
Perú	70,3	3
Noruega	67,0	4
Bangladesh	64,4	5

Fuente: Preparado por los autores.GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Tabla 7: Comparación de la tenencia de conocimientos y habilidades para iniciar un nuevo negocio, 2011-2012

Pais	% de la población que cree tener los conocimientos y habilidades necesarias para iniciar un nuevo negocio	Posición
Trinidad y Tobago	81,2	1
Jamaica	78,6	2
Perú	72,8	3
Argentina	63,8	7
Colombia	61,3	11

Fuente: Preparado por los autores.GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Tabla 8: Comparación del miedo al fracaso de emprender, 2011-2012.....

País	% de la población que piensa que el miedo al fracaso lo detendría para iniciar una actividad emprendedora	Posición
Panamá	15,6	1
Trinidad y Tobago	18,2	2
Sudáfrica	28,1	7
Chile	30,6	9
Colombia	32,6	13

Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Para complementar estas favorables condiciones en el país, es importante resaltar que el 89,4 % de los colombianos afirman que elegir ser emprendedor como carrera de desarrollo personal es una buena opción de carrera (ver Tabla 9). Este resultado coloca al país en el primer puesto a nivel mundial entre los países del estudio GEM y de los países de América Latina y del Caribe.

De forma consistente, más del 70% de la población piensa que ser un emprendedor exitoso brinda un alto status social (ver Tabla 10). Esta situación es reforzada socialmente, pues los encuestados afirman que en Colombia se le presta un alto y positivo cubrimiento a los emprendedores por parte de los medios de comunicación (ver Tabla 11). Además, existe un porcentaje de 58,5% de emprendedores potenciales el cual es el más alto comparado con los países a nivel mundial y de América Latina que indica que muchos quieren tomar acción en los próximos tres años (ver Tabla 12).

Tabla 9: Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a su validez como elección de carrera, 2011-2012.....

País	% de la población que considera iniciar un negocio como una buena opción de carrera	Posición
Colombia	89,4	1
Brasil	86,3	2
Guatemala	85,5	3
Perú	84,8	4
Venezuela	83,0	7

Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Tabla 10: Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a su status social, 2011-2012.....

País	% de la población que piensa que el emprendedor exitoso tiene un alto status social	Posición
Bangladesh	100	1
Brasil	86,3	2
Finlandia	83,0	3
Perú	81,7	8
Colombia	78,7	12

Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Tabla 11: Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto al cubrimiento de los medios de comunicación, 2011-2012.....

País	% de la población que piensa que al emprendedor se le presta suficiente cubrimiento por parte de los medios de comunicación	Posición
Taiwán	85,8	1
Brasil	81,9	3
Perú	78,1	4
China	75,8	7
Colombia	67,4	11

Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Tabla 12: Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a la intención de crear empresa, 2011-2012.....

País	% de la población que aspira iniciar un nuevo negocio en los próximos 3 años	Posición
Colombia	58,5	1
Chile	48,6	2
Algeria	44,3	3
China	43,4	5
Argentina	35,8	9

Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

En resumen, se encuentra que las anteriores seis características, percepción de la existencia de oportunidades, contar con las habilidades y conocimientos necesarios, bajo temor al fracaso, alto reconocimiento social, la positiva valoración de la carrera profesional como emprendedor y el alto porcentaje de emprendedores potenciales, brindan un contexto que ofrece condiciones favorables para el desarrollo emprendedor del país. Es un gran avance el contar con estas condiciones, que de otra manera sería muy costoso y demorado conseguirlas.

Sin embargo, a nivel individual, el informe GEM Colombia 2011-2012 presenta una desventaja muy fuerte para el país cuando se compara con algunos países de América Latina y a nivel global. Esta desventaja está relacionada con la falta de acceso que presentan los colombianos a emprendedores que hayan iniciado algún negocio en los últimos dos años, pues tan solo 31% de la población dice conocer personalmente a un emprendedor (ver Tabla 13).

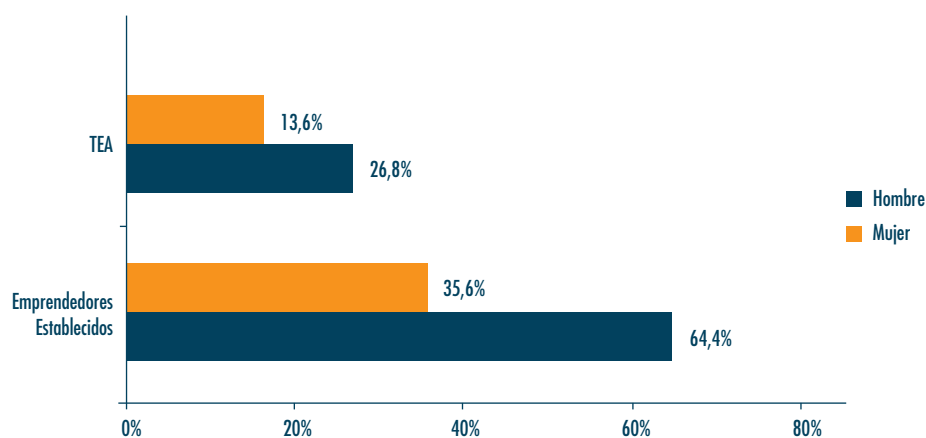
Tabla 13: Comparación del conocimiento que la población tienen sobre un emprendedor, 2011-2012

País	% de la población que conoce personalmente algún emprendedor que ha iniciado un negocio en los últimos dos años	Posición
China	67,8	1
Perú	56,7	2
Panamá	43,2	10
Brasil	39,4	15
Colombia	31,4	33

Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Otro factor negativo es la baja participación de las mujeres en los nuevos proyectos emprendedores donde se presenta una tasa del 16,3% de participación de este género en nuevas actividades emprendedoras. Aunque a nivel de emprendedores establecidos la tasa de participación de las mujeres en la actividad es más alta con un 35,6% sin embargo, se sigue manteniendo la brecha a nivel de emprendimiento entre ambos géneros manteniéndose la participación de los hombres por encima de la de las mujeres tanto en emprendedores establecidos como en emprendedores de la TEA (ver Gráfica 13).

Gráfica 13: Proporción de nuevos emprendedores y emprendedores establecidos involucrados en la Actividad Emprendedora de Colombia por género, 2011-2012.

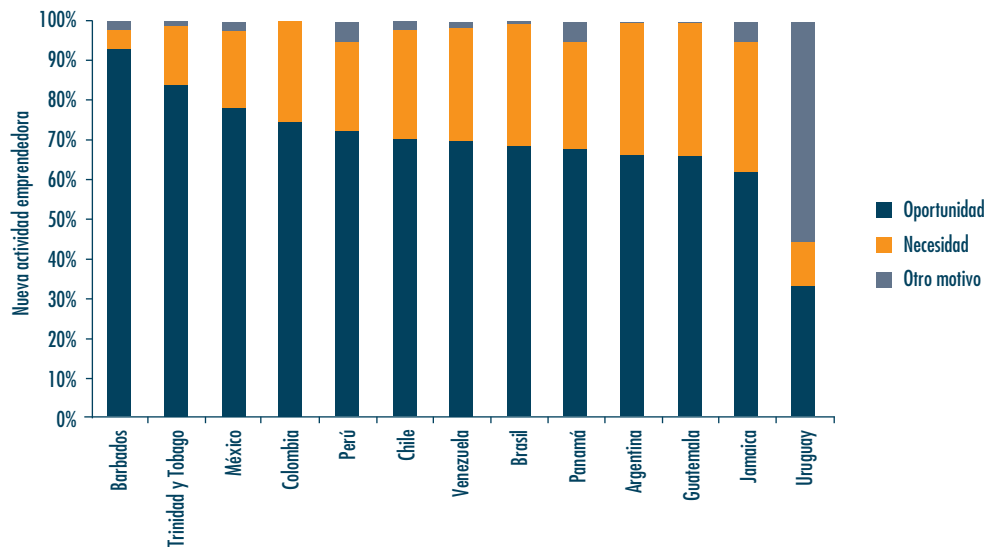


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

3.2. Nivel empresarial

A nivel empresarial en el estudio para Colombia se identifican más fortalezas que debilidades. De acuerdo con el estudio, Colombia presenta un nivel alto de emprendimientos motivados por oportunidad (15,9%) que por necesidad (5,4%), comparado con el promedio de los diferentes tipos de economías del estudio (Economías impulsadas por factores: 9,9% y 5,6%; Economías impulsadas por la eficiencia 9,5% y 3,8%; Economías impulsadas por la innovación: 5,4% y 1,3%) y del promedio de América Latina y el Caribe (12,4% y 4,4%) (Ver Gráfica 14).

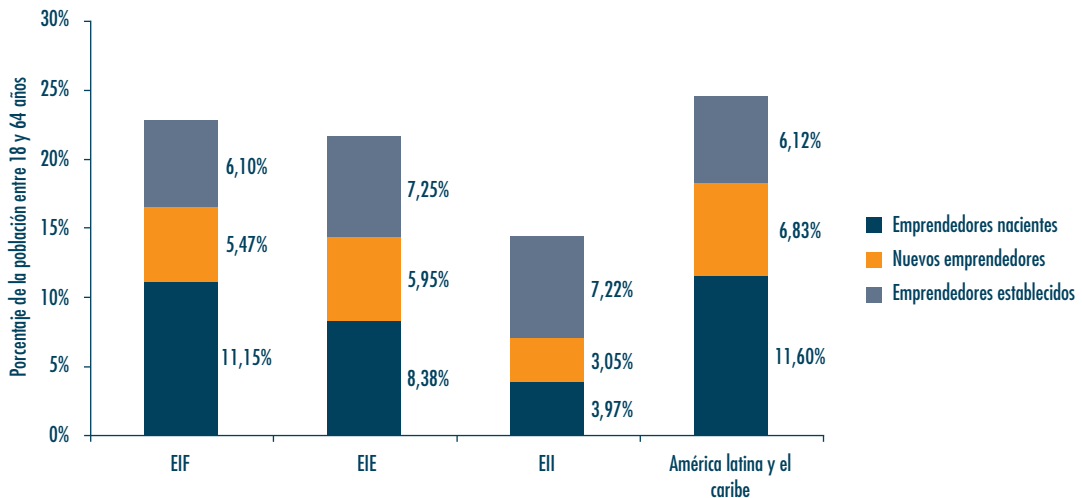
Gráfica 14: TEA por motivación entre las economías de América Latina y el Caribe, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Se destaca que Colombia presenta una tasa alta de emprendedores nacientes (15,2% de las personas afirman tener su empresa de menos de tres meses) y de emprendedores establecidos (7,5% de las personas afirman tener empresas han cumplido más de tres años y medio desde el momento de la puesta en marcha de su negocio) comparado con los diferentes tipos de economías presentadas en la Gráfica 15. Mientras que la tasa de emprendedores nuevos (personas que afirman tener empresas que han sobrepasado los tres meses y no han alcanzado los tres años y medio) alcanzó el 6,7%, aproximándose al nivel de América Latina y el Caribe (Ver Gráfica 15).

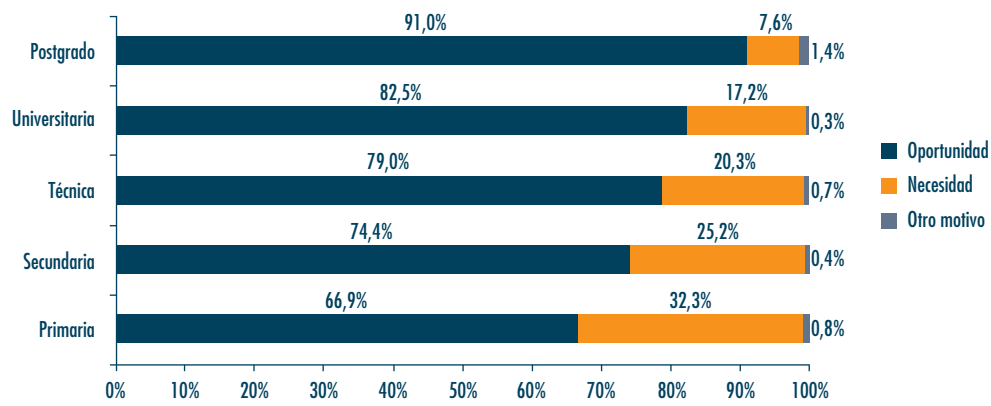
Gráfica 15: TEA por categoría de desarrollo emprendedor entre los diferentes tipos de economías, 2011-2012



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011-2012. Encuesta a la población adulta

Otra variable en el nivel empresarial que presenta buen desempeño para Colombia es la relación directa que existe entre el mayor nivel educativo de los emprendedores y la mayor proporción de emprendedores motivados por oportunidad en la creación de una empresa, lo que permite esperar una mejor calidad de los emprendimientos. Es decir, el 67% de los colombianos que tienen formación primaria presentan motivación por oportunidad, mientras que el 91% de los colombianos que presentan formación en postgrado su motivación para emprender es por oportunidad (ver Gráfica 16). Lo anterior se ve reflejado más en los hombres por ser quienes participan en un porcentaje más alto en la creación de nuevas actividades emprendedoras.

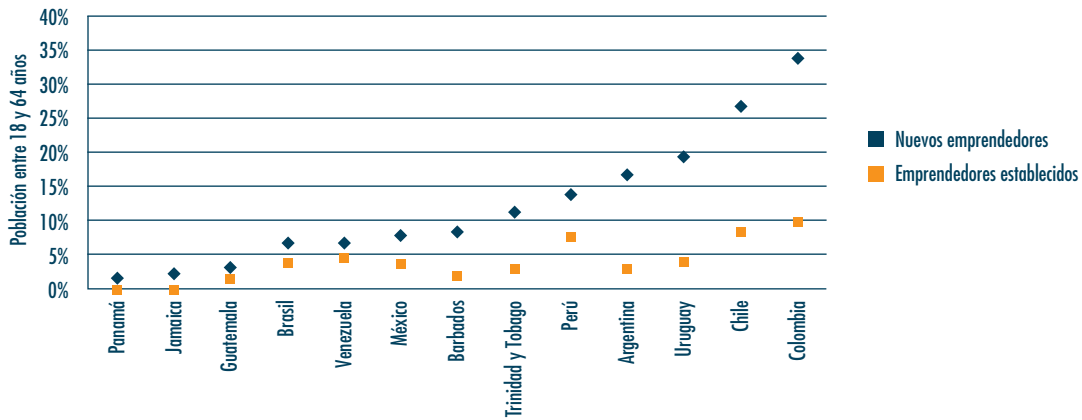
Gráfica 16: Proporción de las nuevas actividades emprendedoras colombianas según nivel educativo, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Por otra parte, existen también las más altas expectativas de crecimiento en términos de generación de empleo por parte de los nuevos emprendedores colombianos en comparación con los demás países de América Latina y el Caribe, donde el 33,8% contestaron afirmando que generarán 10 o más puestos de trabajo y un crecimiento de al menos el 50% del número de empleos en los próximos 5 años. Mientras que las expectativas de crecimiento son menores en las empresas establecidas, pues tan solo el 9,8% de los emprendedores tienen expectativas positivas de generación de empleo, sin embargo, el porcentaje sigue siendo mayor que los otros países comparados (ver Gráfica 17).

Gráfica 17: Percepciones de los nuevos emprendedores y establecidos acerca de sus expectativas de alta generación de empleo (10 o más puestos de trabajo) en los próximos cinco años con un crecimiento mínimo del 50%, América Latina y el Caribe, 2011.



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

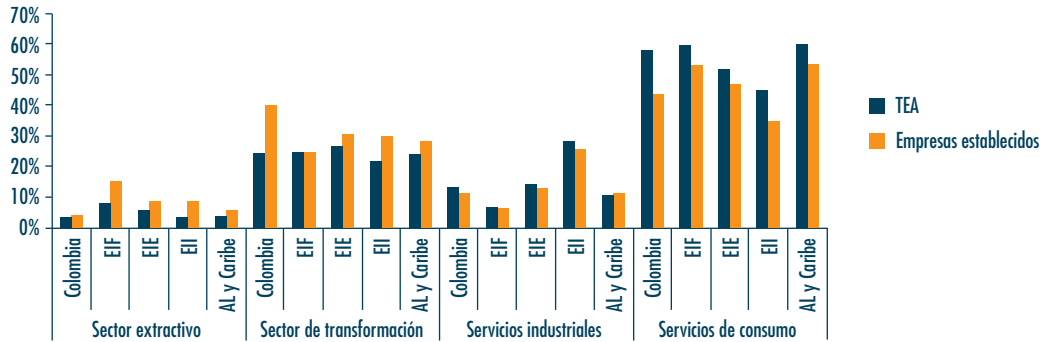
En cuanto a los factores desfavorables a nivel empresarial del emprendimiento en Colombia, el estudio GEM arroja que el 58,6% de las nuevas iniciativas empresariales se están llevando a cabo en los servicios de consumo⁴ (ver Gráfica 18), lo que constata con la importancia que se le viene dando desde hace ya algunos años al tema de sectores de clase mundial y las apuestas productivas con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en cooperación con expertos nacionales y consultores internacionales a través del programa de Transformación Productiva.

Con respecto a los sectores de clase mundial con alto potencial identificados a nivel nacional se encuentran: Cosméticos y artículos de aseo, Autopartes, Industria gráfica, Confecciones y diseño de moda, BPO⁵ & O, Software & TIC, Turismo de Salud, Energía eléctrica. La gran mayoría de estos sectores de clase mundial hacen parte del sector de transformación clasificado por el GEM, donde Colombia presenta tan solo un 24,5% de las empresas.

⁴ Para el GEM al sector de comercio o de servicios de consumo pertenecen todas aquellas empresas cuyo cliente primario es una persona, por ejemplo: restaurantes, bares, hoteles, comercio al por menor, salud, educación, servicios sociales, recreación, etc. El sector de transformación está asociado a las empresas dedicadas a la construcción, manufactura, el transporte, las distribuciones y ventas al por mayor y la transformación de materias primas en productos. El sector servicios industriales presenta empresas cuyo cliente principal es otra empresa por ejemplo: bienes raíces y demás servicios empresariales. Por último el sector extractivo es el de todas aquellas empresas cuya operación básica es la extracción de productos naturales por ejemplo: la agricultura, forestal, pesca y minería.

⁵ La gran mayoría se encuentran en outsourcing nacional.

Gráfica 18: Distribución de sectores productivos, nuevas actividades emprendedoras y empresas establecidas, 2011

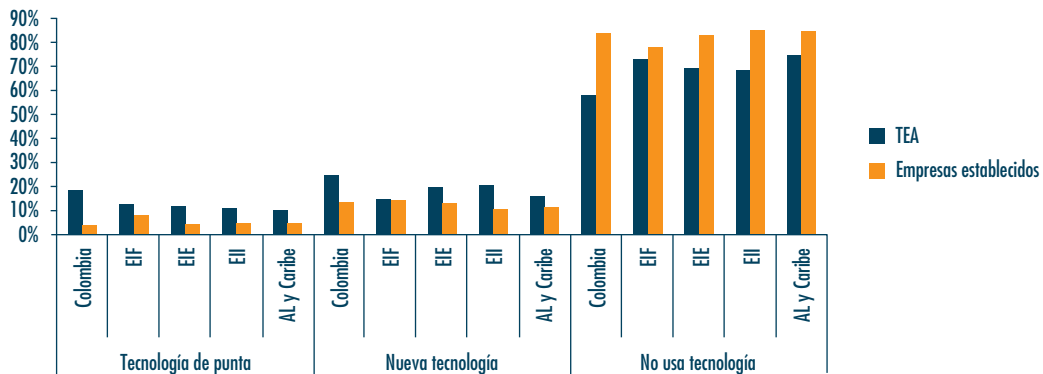


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

De otro lado, para todos los países del estudio existe un alto promedio de empresas nuevas como establecidas que hacen uso de tecnología no actualizada o tecnología de más de cinco años en el mercado (ver Gráfica 19). Aunque en este grupo de países que usan tecnología no actualizada, Colombia presenta una menor participación para las empresas nuevas, siendo este un 57,8% en comparación con los promedios presentados por los diferentes tipos de economías del estudio (EIF: 72,8%; EIE: 68,8%; EII: 68,6%) y del promedio de América Latina y el Caribe de 74,8%.

Sin embargo, las empresas en Colombia, en comparación con las empresas de los países del estudio presentan los mayores niveles de innovación especialmente para los emprendedores nuevos. Este nivel de innovación se mide a través de un índice de la combinación mercado-producto nuevo. En el caso de Colombia con un 38,4% la tasa de innovación para nuevos emprendedores y 23,8% para los emprendedores establecidos. Mientras que el promedio de la tasa de innovación para la TEA y los emprendedores establecidos a nivel mundial es de 26,4% y 15% y para los países de América Latina y el Caribe es de 26,8% y 18%, respectivamente.

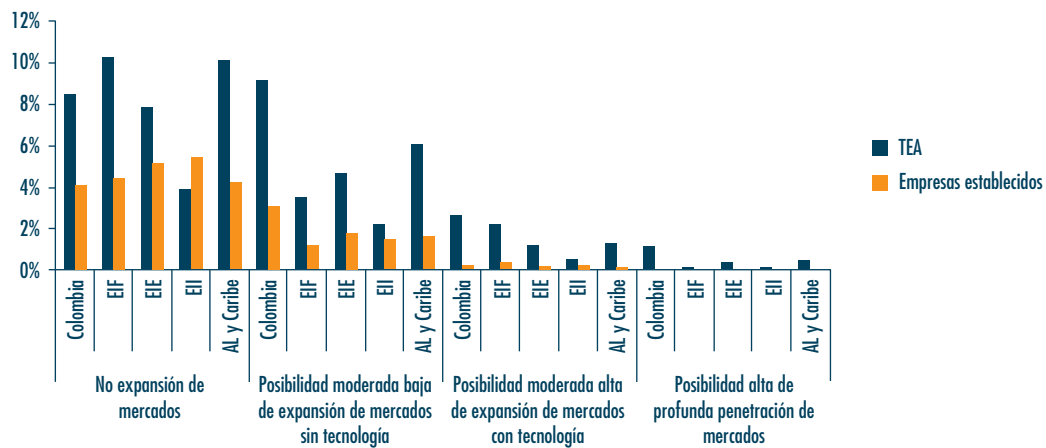
Gráfica 19: Niveles Tecnológicos, nuevas actividades emprendedoras y empresas establecidas, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Otro factor que puede estar afectado por el nivel tecnológico y de innovación es el nivel de expansión de mercados, donde más del 10% de las empresas de Colombia, tanto establecidas como nuevas, se concentran en el bajo nivel de la expansión de su mercado y prefieren no crecer. Esta tendencia también le sigue a nivel mundial (ver Gráfica 20).

Gráfica 20: Impacto de expansión de Mercado, nuevas actividades emprendedoras y empresas establecidas, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Finalmente es muy importante anotar que los emprendimientos en Colombia tienden a ser de menor envergadura, es decir presentan bajo nivel de inversión requerida para iniciar en comparación con los diferentes tipos de economías. Esto puede explicarse en parte por la baja inversión tecnológica que realizan. El promedio de capital necesario utilizado para montar una empresa en Colombia es de \$23,4 millones de pesos; para el emprendimiento motivado por oportunidad en promedio se utiliza \$25 millones y para el emprendimiento motivado por necesidad \$17,6 millones de pesos.

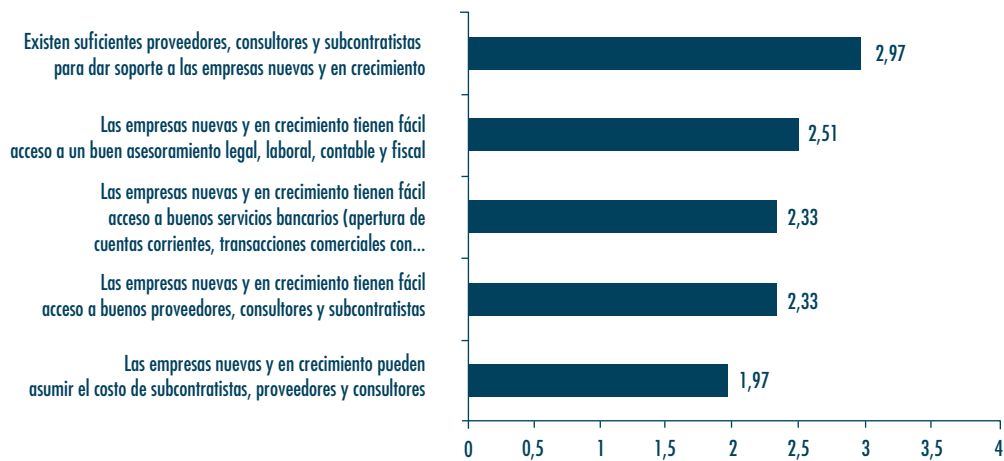
3.3. Nivel de Instituciones y factores macro

Para el análisis del **nivel de factores macro y de las instituciones**, se presentan los resultados del análisis de Colombia realizado con las encuestas a los 39 expertos que forman parte del estudio nacional. Estos resultados permiten identificar varios factores que impactan positiva y negativamente el desarrollo del emprendimiento. Los expertos son abordados a través de una entrevista compuesta por preguntas cerradas, agrupadas en 16 dimensiones, donde se analiza el estado de cada una de ellas con una escala tipo Likert de 5 puntos, siendo 5 un indicativo de que ese factor es muy favorable para el entorno de la creación de empresas, mientras que 1 indica que el factor es muy desfavorable.

La calificación de los expertos registra grandes debilidades a nivel país con respecto al acceso de las nuevas empresas a fuentes de financiación desde subvenciones públicas, inversionistas privados hasta capital propio (ver Gráfica 21). Además que no tiene fácil acceso o es difícil asumir el costo de un asesor experto en temas legales, laborales, contables y fiscales. En este campo calificaron cinco variables diferentes y las puntuaciones estuvieron entre 2 y 3 sobre 5 (ver Gráfica 22).

Gráfica 21: Evaluación de las fuentes de financiación para el emprendimiento en Colombia, 2011

Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Gráfica 22: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional con la que cuenta Colombia para el emprendimiento, 2011

Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Otra gran debilidad es el bajo impacto o poca efectividad que tienen las políticas y los programas gubernamentales para favorecer a las nuevas empresas y las que están en crecimiento en el país. Aunque existan un número adecuado de programas gubernamentales para apoyar el emprendimiento, según los expertos los emprendedores no tienen suficiente información o no conocen todas las ayudas disponibles. Por otra parte, los expertos valoran en 2,4 el esfuerzo que el gobierno nacional está haciendo para implementar políticas en la medida en que las barreras para la creación de empresas como los altos impuestos, las altas tasas de interés y los numerosos trámites burocráticos están disminuyendo (Ver Tabla 14).

En relación a las iniciativas impulsadas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, en el tema de emprendimiento, existe la Red Nacional y las Redes Regionales de Emprendimiento. De acuerdo con lo señalado en el marco institucional y lo establecido en la Ley 1014 de 2006, éstas tienen por objeto entre otros: establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento; formular un plan estratégico para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento; y desarrollar acciones conjuntas que permitan aprovechar sinergias para impulsar emprendimientos

empresariales. La evaluación de los expertos brindan un acercamiento a los resultados de estas iniciativas.

Tabla 14: Evaluación de las políticas gubernamentales para el emprendimiento en Colombia, 2011.....

Dimensión	Valoración
Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).	2,4
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno nacional.	2,9
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno regional.	2,6
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	2,1
Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2,0
Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	2,4
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad.	2,1

Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Como se puede apreciar algunas de las iniciativas del gobierno están encaminadas tanto a brindar información sobre los instrumentos financieros y posibles inversionistas como a fortalecer los servicios de apoyo no financiero a los procesos de creación de empresa. Esto es de gran importancia para que los emprendedores potenciales, que son los primeros que deben manejar una completa información y deben sentir que tienen apoyo en sus emprendimiento. Los expertos valoran en 2,3 la efectividad de las iniciativas de los programas gubernamentales, es decir no están cumpliendo con lo propuesto (Ver Tabla 15).

Tabla 15: Evaluación de los programas gubernamentales para el emprendimiento en Colombia, 2011

Dimensión	Valoración
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público. (Ventanilla única).	2,5
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	3,0
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	2,6
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	2,8
Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	2,3
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2,3

Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Existen fallas en la educación primaria y secundaria en términos de estimular la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal los cuales los expertos valores en 2,4 y en la formación en economía

y en la creación de empresas, evaluado en 2, lo cual indica que lo planteado por la Ley 1040 todavía no se está cumpliendo adecuadamente. Sin embargo, los expertos evalúan en 3,3 el logro que ha tenido la universidad en brindar a los estudiantes una buena formación en administración, dirección y gestión de empresas y esto es visto como una gran ventaja para el inicio de una carrera empresarial (Ver Tabla 16).

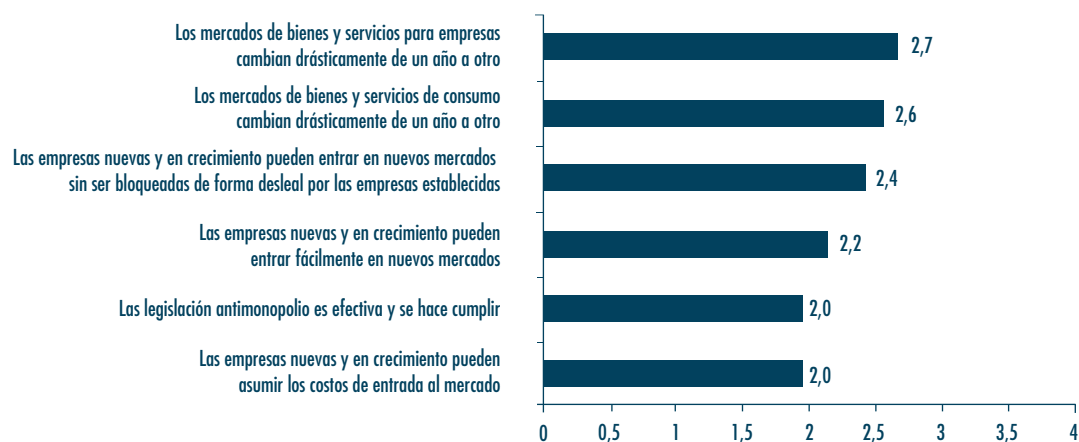
Tabla 16: Evaluación de la categoría de educación y capacitación en torno al emprendimiento en Colombia, 2011

Dimensión	Valoración
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,4
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	2,1
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	2,0
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,1
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,3
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,3

Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Existen también otras desventajas en el bajo desarrollo y transferencia de nuevas tecnologías y el acceso limitado al mercado interno del país. Lo anterior indica que la mayoría de las empresas utilizan tecnologías de más de cinco años de edad lo que impide competir por las altas barreras de entrada al mercado. Aquí también influyen las ayudas gubernamentales pues no son suficientes para que los emprendedores nuevos y los establecidos puedan lograr adquirir tecnología de punta. Además califican con 2 la efectividad de la política antimonopolio lo que limita también el acceso al mercado por parte de nuevas empresas (Ver Gráfica 23).

Gráfica 23: Evaluación de la categoría de apertura al mercado interno, Colombia, 2011



Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Como factores positivos calificados por los expertos están el acceso fácil y rápido a los sistemas de telecomunicaciones y servicios públicos, con 3 y 3,4 respectivamente. Además que las empresas recién creadas si pueden asumir el costo de los servicios básicos (ver Tabla 17). Igualmente califican con 3,8 el nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresa de las mujeres con respecto al de los hombres (ver Gráfica 24).

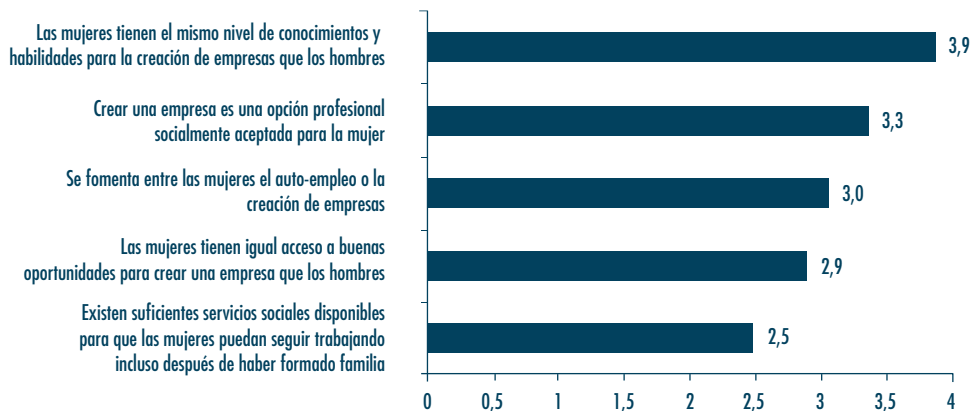
Tabla 17: Evaluación de la categoría de infraestructura física en Colombia, 2011

Dimensión	Valoración
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,44
No es excesivamente costoso para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,15
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,03
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	2,95
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	3,43

Fuente: NES - GEM Colombia 2011



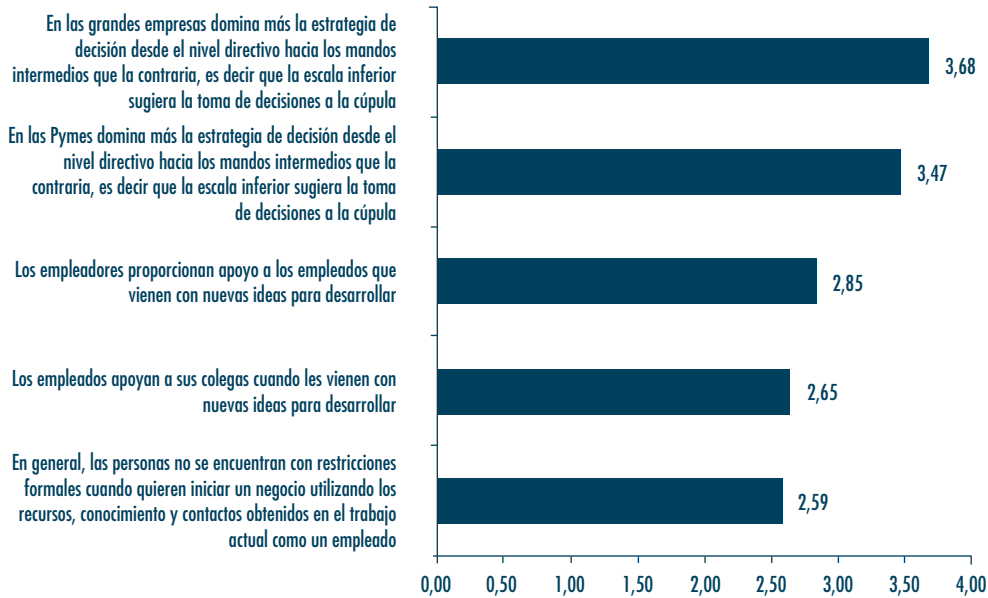
Gráfica 24: Evaluación de la categoría de apoyo a la mujer emprendedora en Colombia, 2011



Fuente: NES - GEM Colombia 2011

En relación al tema de Intraemprendimiento, la alta calificación de los expertos evidencia el nivel de poder que manejan los directivos para la toma de decisiones y dejando a un lado algunas recomendaciones por parte de los mandos inferiores. Además de la falta de apoyo que sienten los empleados por parte de los empleadores y de otros colegas para el desarrollo de nuevas ideas (ver Gráfica 25). Adicionalmente, los expertos le dan una baja calificación de 2,5 a los empleadores por la falta de estímulos al comportamiento proactivo de los empleados y 2,3 al sistema educativo por no desarrollar un comportamiento innovador y proactivo de los individuos en general (Ver Tabla 18).

Gráfica 25: Evaluación de la categoría de comportamiento emprendedor de los empleados en Colombia, 2011



Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Tabla 18: Evaluación de la categoría de condiciones para fomentar el intraemprendimiento en Colombia, 2011

Dimensión	Valoración
Los emprendedores tienen mucho menos acceso a los beneficios de la Seguridad Social que las personas que son empleadas por cuenta ajena	3,15
El sistema educacional pone mucho énfasis en desarrollar un comportamiento innovador y pro-activo de los individuos en general	2,33
Los empleadores estimulan el comportamiento pro-activo de sus empleados	2,55
El actual nivel de protección del empleo desmotiva a los empleados en cuanto al desarrollo de negocios propios, es decir en cuanto a desear convertirse en emprendedores	3,18

Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Capítulo 4

4. Resultados claves sobre Internacionalización

Tabla 19: Síntesis de los principales resultados sobre Internacionalización del estudio GEM Colombia, 2011

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
INDIVIDUALES – Demográfico, formación de los que exportan	<ul style="list-style-type: none"> Igual nivel de internacionalización de nuevas iniciativas emprendedoras por parte de hombres y mujeres. Mayor proporción de personas con mayor experiencia que participan en el proceso de internacionalización en nuevas iniciativas emprendedoras Relación directa entre el nivel educativo y la intensidad de exportación. Mayor nivel de ingresos familiares de los emprendedores establecidos para el proceso de internacionalización. 	<ul style="list-style-type: none"> Bajos niveles de ingresos familiares de las nuevas iniciativas emprendedoras para el proceso de internacionalización. Menor intensidad de exportación tanto de los emprendedores establecidos como de las nuevas iniciativas emprendedoras.
EMPRESARIALES – clientes en el exterior por TEA y Establecidos, sectores, tecnología, expectativas de crecimiento de # empleados, nivel de formalidad de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> Comparten participación tanto los servicios de consumo como el sector de transformación en el proceso de internacionalización las empresas establecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> Baja tasa de clientes en el exterior por parte de nuevas empresas y establecidas. Tanto iniciativas emprendedoras nuevas como empresas establecidas usan tecnología mayor a 5 años. Mayor participación en el proceso de internacionalización de los servicios de consumo para nuevas iniciativas emprendedoras. Bajo nivel de formalidad tanto para empresas establecidas como nuevas iniciativas emprendedoras.
DE INSTITUCIONES Y FACTORES MACRO – NES - acceso a internet, infraestructura física y comercial	<ul style="list-style-type: none"> Acceso fácil y rápido a sistemas de comunicación y servicios públicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de facilidad para el acceso a buenos servicios bancarios para empresas nuevas y en crecimiento. Falta de proveedores, consultores y contratistas que brinden ayuda a nuevas empresas.

Fuente: Preparado por los autores

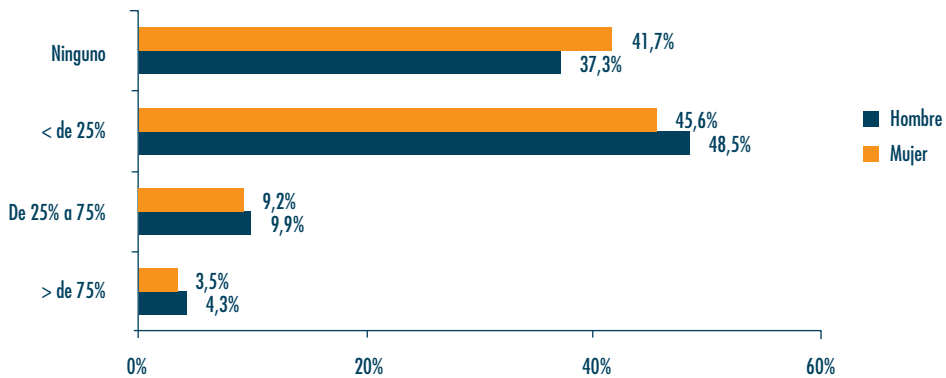
4.1. Nivel Individual

A continuación se presentaran características relacionadas con la internacionalización de los emprendedores colombianos:

4.1.1. Género

En primer lugar, del total de emprendedores nacientes y establecidos los hombres presentan mayor nivel de internacionalización que las mujeres en la medida en que presentan mayor proporción de clientes potenciales en el exterior. Se puede observar que el 48,5% de los hombres de la TEA presentan menos del 25% de los clientes fuera del país, un poco mayor que el porcentaje de las mujeres de la TEA (Ver Gráfica 26).

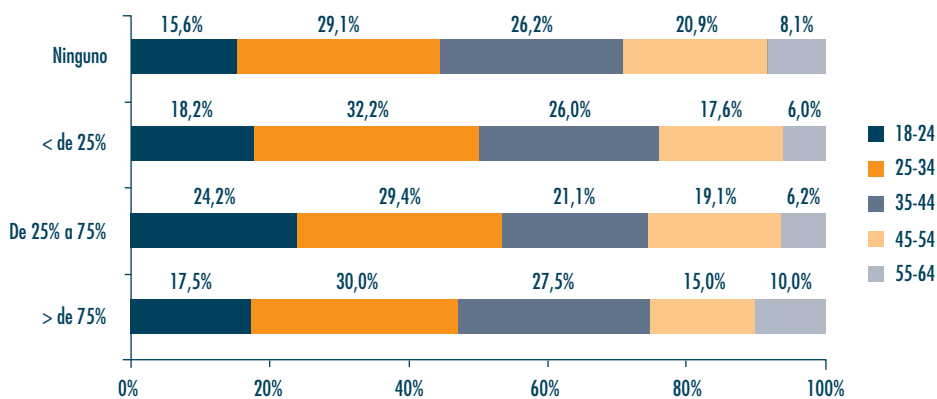
Gráfica 26: Proporción de nuevos emprendedores colombianos según intensidad de exportación por género, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Lo mismo sucede con los emprendedores establecidos. El 41% de los hombres presentan menos del 25% de los clientes potenciales en el exterior mientras que el 9,6% de las mujeres dicen tener del 25% al 75% de los clientes fuera del país. Para los emprendedores establecidos la brecha entre género de la intensidad de exportación es mayor si se compara con la analizada para la TEA (Ver Gráfica 27).

Gráfica 27: Proporción de emprendedores establecidos colombianos según intensidad de exportación por género, 2011

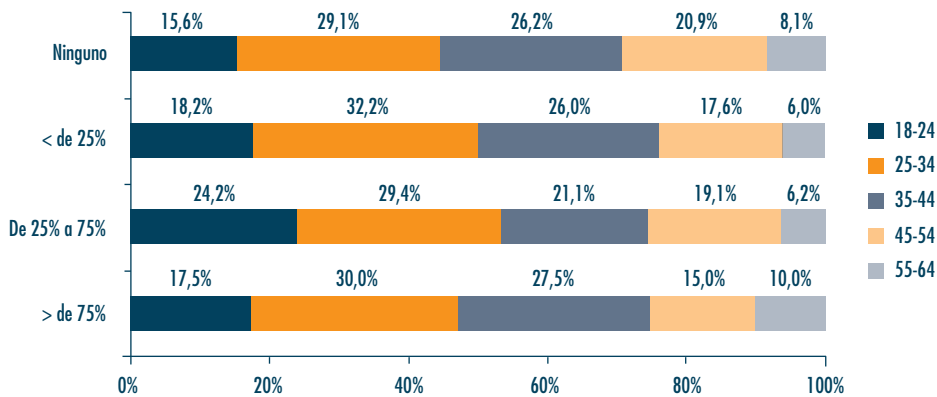


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.1.2. Edad

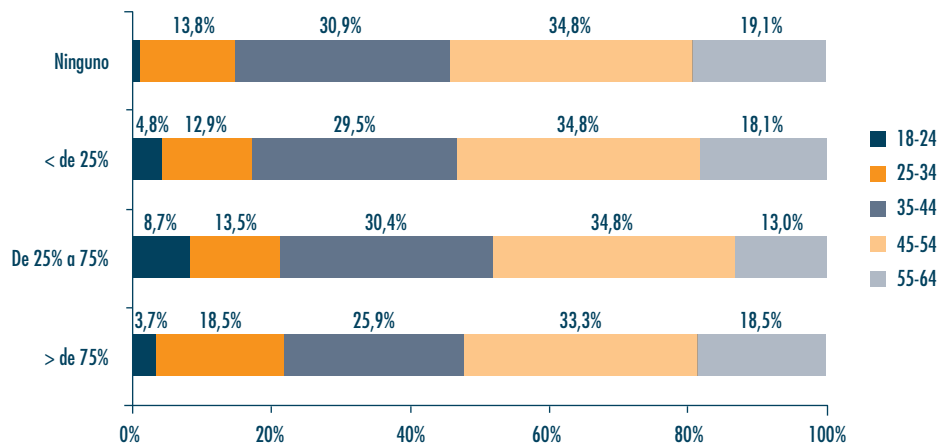
Ahora bien, los emprendedores nacientes y nuevos que poseen una mayor intensidad de exportación cuentan con edades entre los 25 y 34 años (Ver Gráfica 28), mientras que los emprendedores establecidos con clientes en el exterior poseen entre 45 y 54 años (Ver Gráfica 29). Esto va de la mano con las edades promedio que reflejan los dos grupos de emprendedores analizados.

Gráfica 28: Proporción de nuevos emprendedores colombianos según intensidad de exportación por edad, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Gráfica 29: Proporción de emprendedores establecidos colombianos según intensidad de exportación por edad, 2011

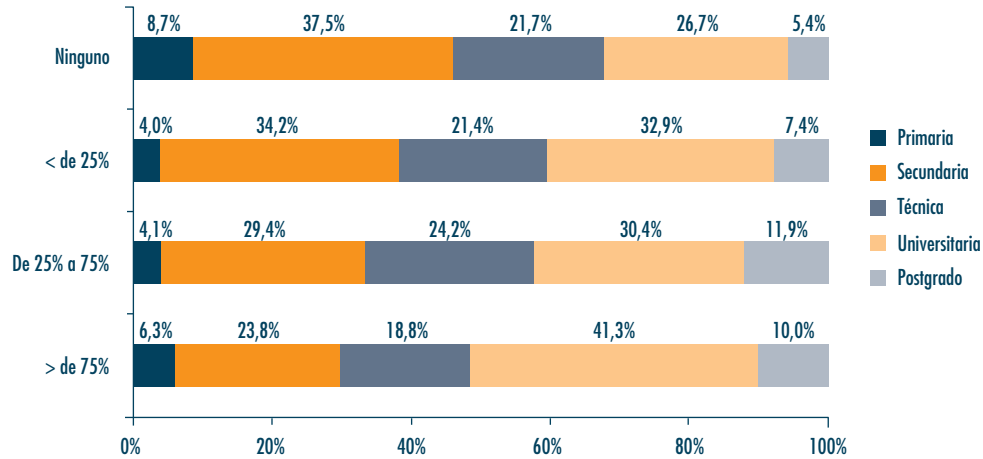


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.1.3. Nivel educativo

Con respecto al nivel de educación, cabe anotar que entre mayores clientes en el exterior tengan los emprendedores nacientes y nuevos, mayor es el nivel de formación. La secundaria para ser el segundo nivel de formación y lo supera el nivel universitario, seguido del técnico (Ver Gráfica 30).

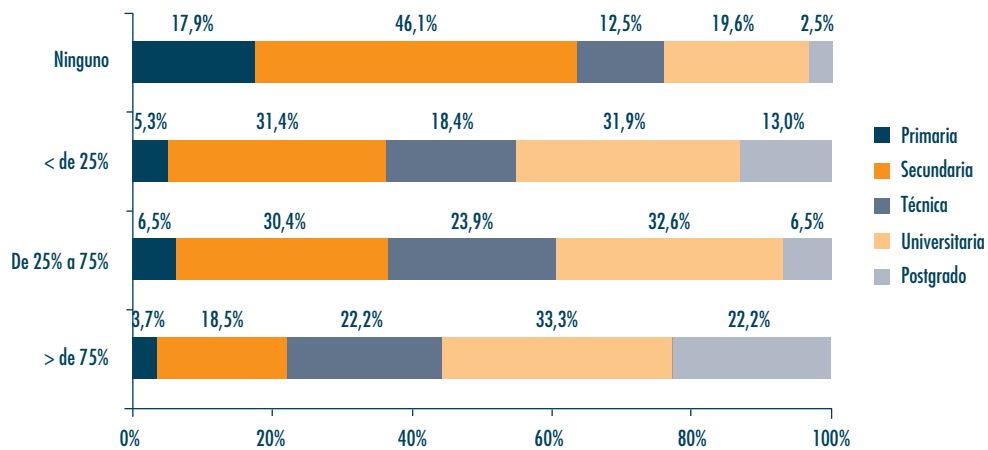
Gráfica 30: Proporción de nuevos emprendedores colombianos según intensidad de exportación por nivel educativo, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Para el caso de los emprendedores establecidos, el nivel de educación y el porcentaje de clientes en el exterior presentan el mismo comportamiento de la TEA, aunque para el máximo nivel de clientes en el exterior el orden del nivel educativo que presentan los emprendedores establecidos son universitario, secundario y técnico (Ver Gráfica 31).

Gráfica 31: Proporción de emprendedores establecidos colombianos según intensidad de exportación por nivel educativo, 2011

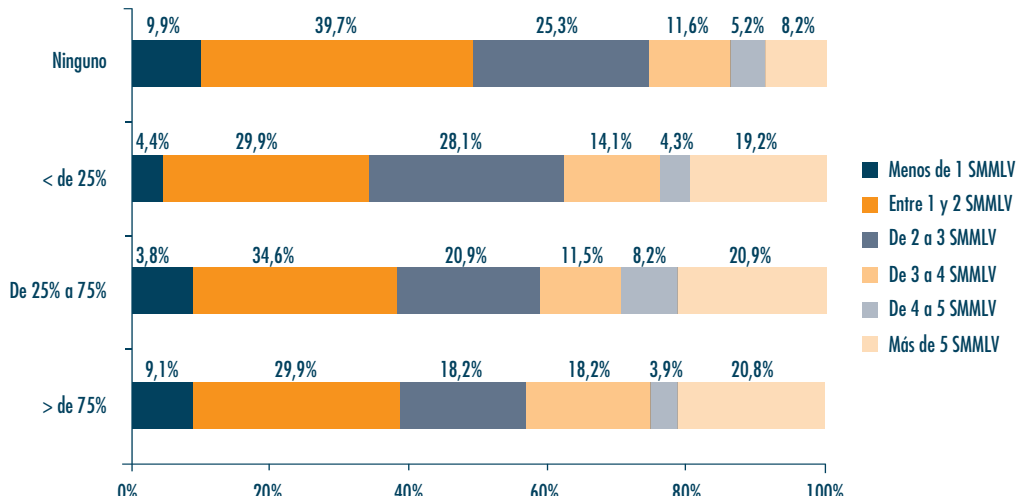


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.1.4. Nivel de ingresos

El mayor nivel de ingresos que reflejan los emprendedores nacientes y nuevos que poseen clientes potenciales fuera del país está entre 1 y 2 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) al mes (Ver Gráfica 32).

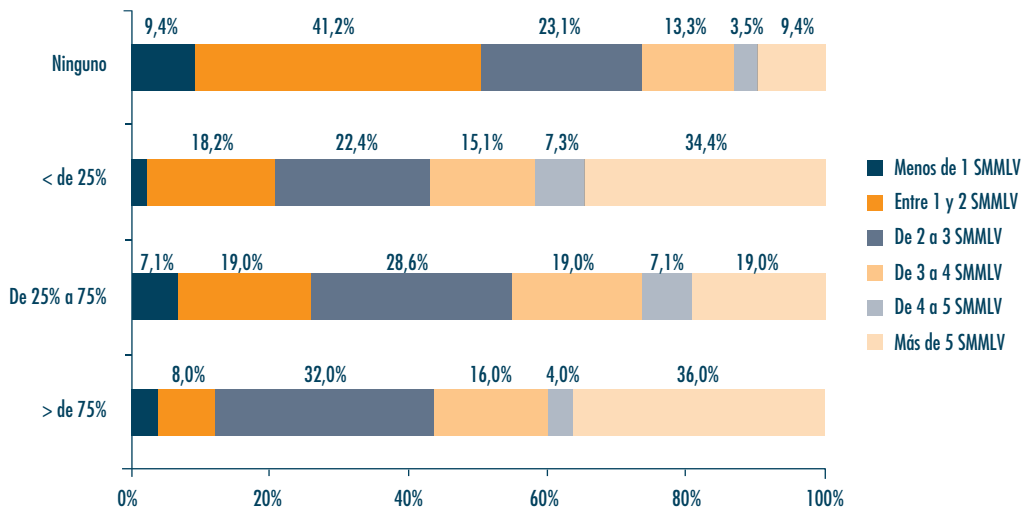
Gráfica 32: Proporción de nuevos emprendedores colombianos según intensidad de exportación por nivel de ingresos familiares, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Mientras que los emprendedores establecidos que poseen menos del 25% y más del 75% de los clientes en el exterior, reflejan un nivel de ingresos mayor a 5 SMMLV al mes (Ver Gráfica 33).

Gráfica 33: Proporción de emprendedores establecidos colombianos según intensidad de exportación por nivel de ingresos familiares, 2011

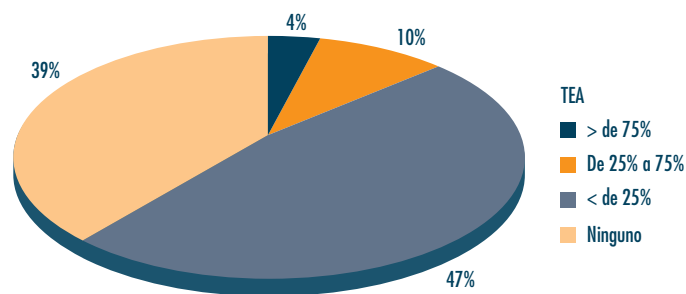


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.1.5. Intensidad Exportación

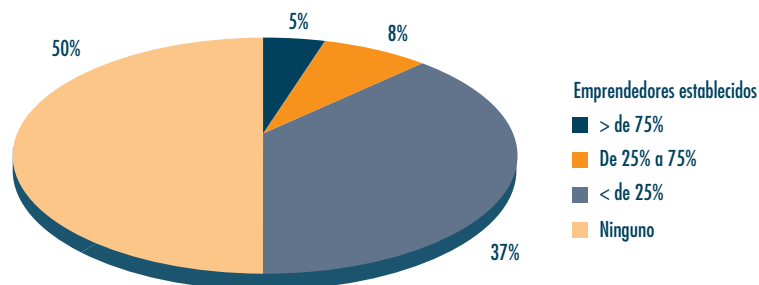
De los emprendedores nacientes y nuevos, el 47% de ellos posee menos del 25% de los clientes potenciales en el exterior y tan solo el 4% tiene más del 75% de los clientes fuera del país. Mientras que las cifras sobre la intensidad exportadora de los emprendedores establecidos son menores para los porcentajes de clientes de menos del 25% y entre el 25% y el 75%. Sin embargo existe un mayor porcentaje de emprendedores establecidos que no tienen ningún cliente en el exterior comparado con la cifra de la TEA. (Ver Gráfica 34 y Gráfica 35).

Gráfica 34: Proporción de nuevos emprendedores colombianos según intensidad de exportación, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Gráfica 35: Proporción de emprendedores establecidos colombianos según intensidad de exportación, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.2. Nivel Empresarial

GEM mide la participación de las empresas de los emprendedores en los mercados de exportaciones y establece rangos para la participación de los clientes que residen en el exterior. El estudio GEM establece cuatro categorías para esta variable: la categoría 1 corresponde a aquellas empresas que no tienen clientes fuera del país, la categoría 2 para aquellas que tienen menos del 25% de sus clientes fuera del país, la categoría 3 cuando tienen entre el 26% y 75% de sus clientes fuera del país y la categoría 4 para aquellas que tienen entre el 76% y 100% de sus clientes fuera del país.

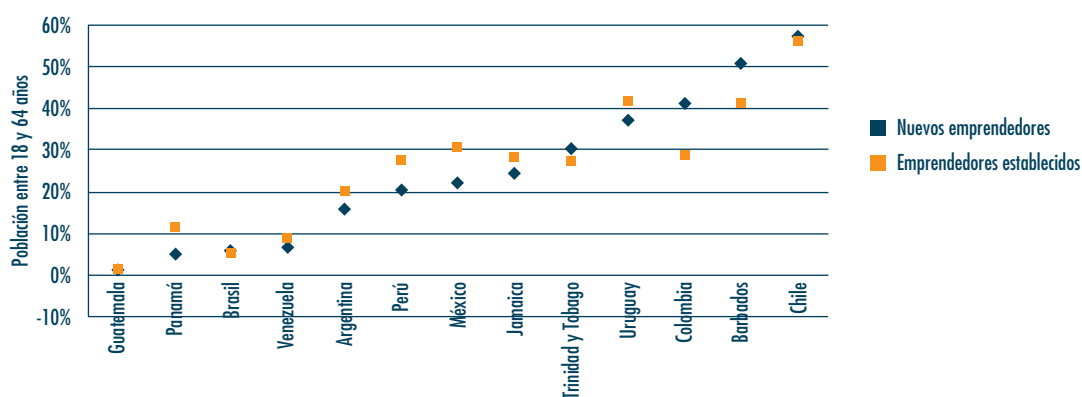
Al calcular estos porcentajes GEM acepta tanto clientes por Internet, como las compras que hacen en el país los visitantes.

4.2.1. Impacto en Exportaciones en nuevas actividades emprendedoras

Como lo muestra la Gráfica 36, existen varios países de América Latina y del Caribe que tienen un menor grado de internacionalización tanto en sus nuevas empresas como en las establecidas, entre los que se destacan Uruguay, Colombia, Barbados y Chile con 37%, 41%, 51% y 58% con nuevos emprendedores que revelan que menos del 75% de sus clientes están fuera del país.

Colombia presenta el 41% de nuevos emprendedores que revelan tener menos del 75% de los clientes fuera del país, tasa que se sitúa por encima del promedio de América Latina y el Caribe del 25%.

Gráfica 36: Porcentaje de nuevos emprendedores y establecidos con clientes en el exterior (menos del 75% de los clientes), América Latina y el Caribe, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Como lo indica la Tabla 20 se compara a Colombia con los otros grupos de países en el año 2011, donde la proporción de empresas nuevas que tienen más del 75% de clientes fuera del país es muy baja en Colombia con el 2.6% y es la más baja frente a los otros grupos de países. En las economías impulsadas por la Innovación este porcentaje llega al 8%. Colombia muestra indicadores altos en las zonas más bajas de la tabla, especialmente en las zonas entre 1% y 25% de los clientes fuera del país.

Tabla 20: Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras con clientes en el exterior, otros países, 2011

	1	2	3	4
Colombia	56,0	34,2	7,2	2,6
Economías impulsadas por factores	83,4	9,8	2,4	4,4
Economías impulsadas por la eficiencia	56,8	28,4	9,3	5,4
Economías impulsadas por la Innovación	39,8	40,6	11,8	7,8
América Latina y el Caribe	72,0	20,3	4,3	3,4
Total GEM	60,0	26,3	7,8	5,9

Fuente: GEM Global Report 2011. Encuesta a la población adulta

4.2.2. Impacto en Exportaciones de empresas establecidas

Cabe destacar que existen algunos países de América Latina y el Caribe en donde sus empresas establecidas tienen un menor grado de internacionalización que las nuevas empresas. Según la Gráfica 36 entre ellos se destacan México y Uruguay con 31% y 42%, respectivamente con emprendedores establecidos que revelan que menos del 75% de sus clientes están fuera del país.

Respecto a esta tasa, Colombia presenta el 29% de emprendedores establecidos con este porcentaje de clientes extranjeros, un promedio por encima del de América Latina y el Caribe que es del 26%.

En la Tabla 21 se observa que en el caso de empresas establecidas el 24% de las empresas colombianas, tienen menos del 25% de sus clientes fuera del país, cifra mayor que la de todos los países de América Latina y el Caribe. Igualmente se observa, que Colombia tiene la menor proporción de empresas que tienen entre el 76% y el 100% de sus clientes fuera del país, con un 1.9% mientras que las economías basadas en la Innovación alcanzan un 5% en dicha categoría.

Se destaca el hecho de que las mayores tasas tanto para empresas nuevas como establecidas en las diferentes economías se ubican en la categoría donde las empresas no tienen clientes fuera de su país.

Tabla 21: Porcentaje de empresas establecidas con clientes en el exterior, otros países, 2011

	1	2	3	4
Colombia	69,3	24,1	4,8	1,9
Economías impulsadas por factores	82,3	10,5	3,0	4,2
Economías impulsadas por la eficiencia	59,8	28,8	7,1	4,4
Economías impulsadas por la Innovación	41,8	43,3	9,0	5,3
América Latina y el Caribe	71,2	20,6	5,0	3,2
Total GEM	61,3	27,5	6,4	4,6

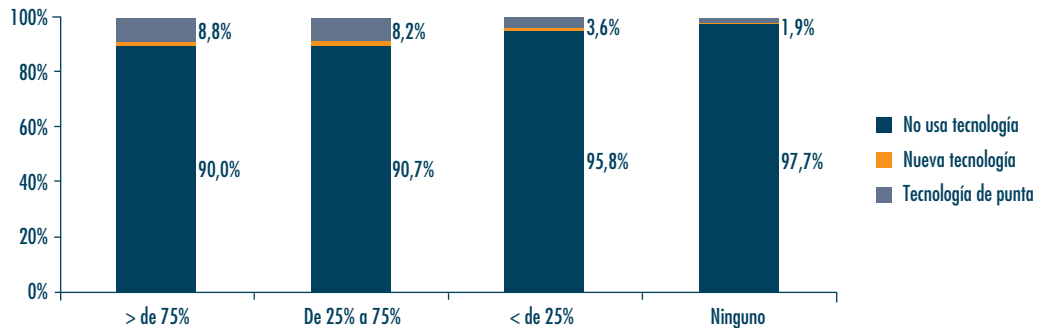
Fuente: GEM Global Report 2011. Encuesta a la población adulta

4.2.3. Nivel de tecnología en nuevas iniciativas emprendedoras

GEM permite realizar una aproximación de los niveles tecnológicos que poseen las empresas, así la tecnología de punta se refiere a aquella que está disponible en el mercado hace menos de un año y la nueva tecnología la que está disponible entre uno y cinco años.

Dentro del tema de internacionalización, en Colombia casi el total de las empresas nacientes y nuevas que poseen clientes en el exterior no usan tecnología, es decir, el tiempo que han estado disponible los procedimientos usados para la producción del bien o el servicio es mayor a cinco años (Ver Gráfica 37).

Gráfica 37: Proporción de nuevas iniciativas emprendedoras según intensidad de exportación por nivel de tecnología, 2011

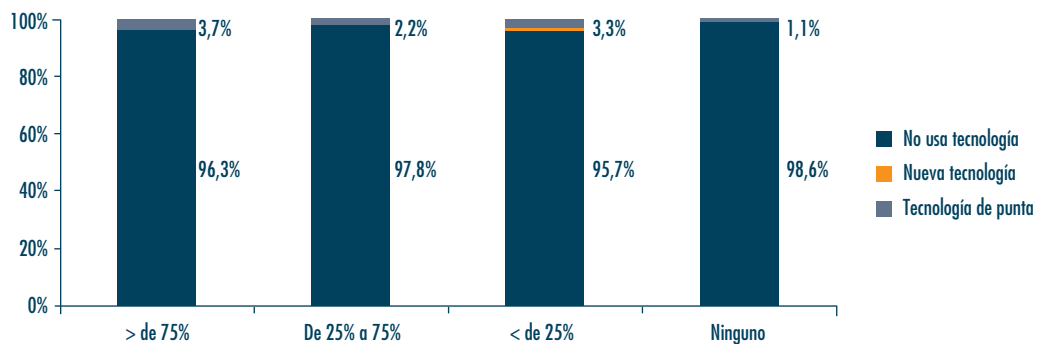


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.2.4. Nivel de tecnología en empresas establecidas

Lo mismo que ocurre con el nivel de tecnología que las empresas de la TEA usan para exportar, pasa con las empresas establecidas, es decir, la mayoría de estas usan tecnología mayor a cinco años (Ver Gráfica 38).

Gráfica 38: Proporción de empresas establecidas según intensidad de exportación por nivel de tecnología, 2011

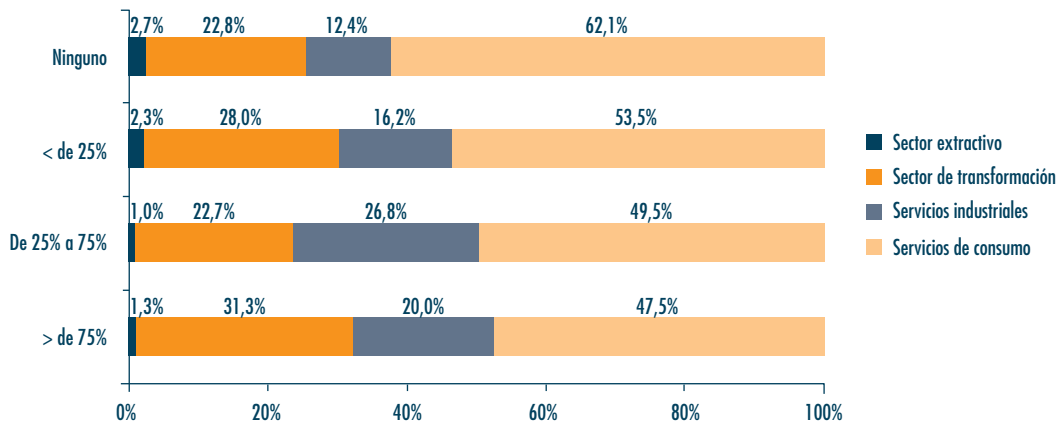


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.2.5. Sectores productivos según intensidad de exportación en nuevas iniciativas emprendedoras

Se podría dar una aproximación de cuál sector productivo es el que mayor exporta bienes y servicios a nivel nacional. El sector que mayor participación tiene dentro de la economía es el de servicios de consumo, por lo tanto es el sector que mayor clientes potenciales presenta fuera del país, seguido del sector de transformación tanto para empresas nacientes y nuevas (Ver Gráfica 39) como para empresas establecidas (Ver Gráfica 40).

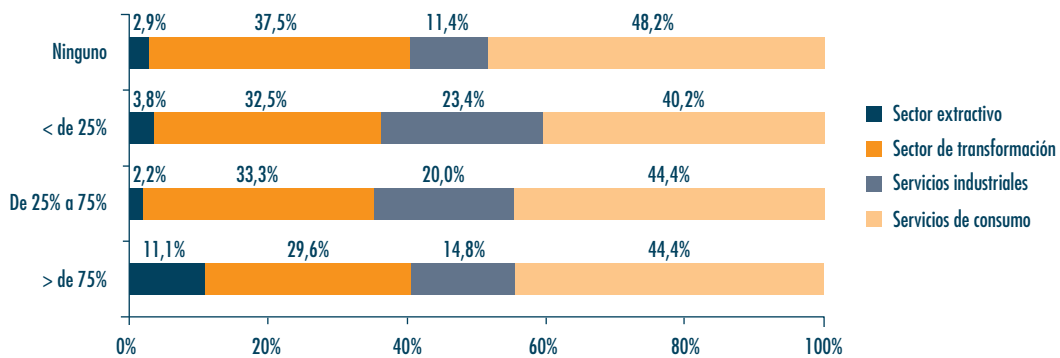
Gráfica 39: Proporción de nuevas iniciativas emprendedoras según intensidad de exportación por sectores productivos, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.2.6. Sectores productivos según intensidad de exportación en empresas establecidas

Gráfica 40: Proporción de empresas establecidas según intensidad de exportación por sectores productivos, 2011



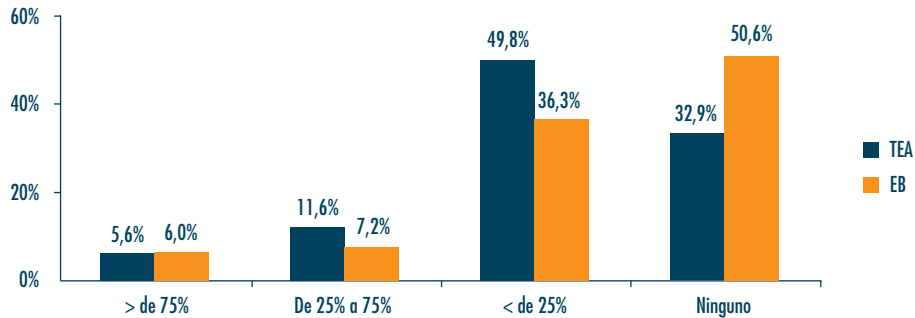
Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.2.7. Nivel de formalidad según intensidad de exportación

El nivel de formalidad empresarial indica si está registrado o no dentro de la Cámara de Comercio de su ciudad. A nivel nacional el 18% de la TEA y el 49% de las empresas establecidas indican que si están registradas.

Se puede observar que las empresas que tienen clientes en el exterior tanto establecidas como nuevas presentan niveles de formalidad y en mayor medida las que tienen clientes por debajo del 25%. Aunque más del 80% de las empresas que alcanzan más del 25% de los clientes potenciales fuera del país no están registradas (Ver Gráfica 41).

Gráfica 41: Proporción de formalidad de nuevas iniciativas emprendedoras y establecidas según intensidad de exportación, 2011

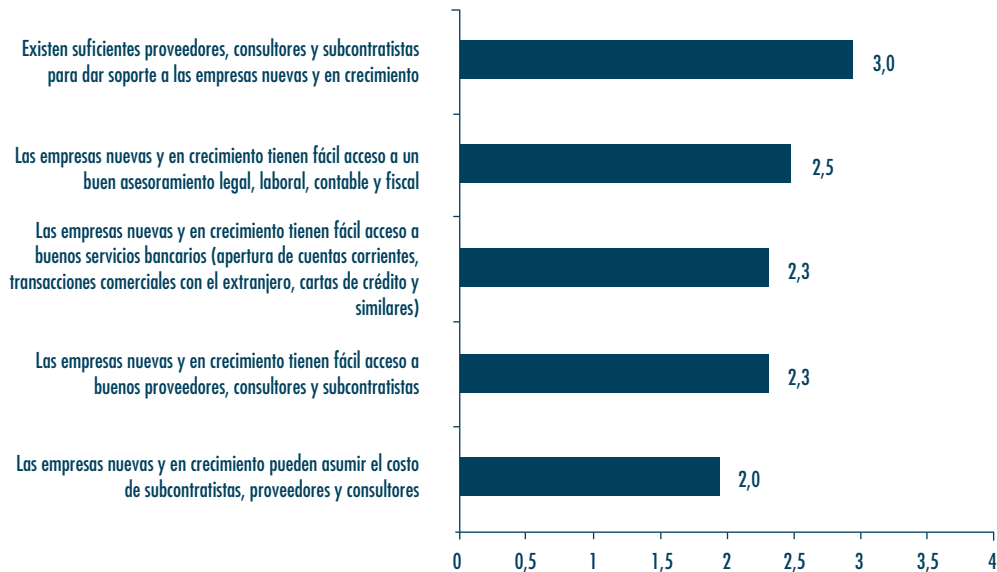


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

4.2.8. Nivel de Instituciones y factores macro

Sobre la infraestructura comercial, física y profesional con la que cuenta nuestro país, los expertos calificaron lo siguiente:

Gráfica 42: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional con la que cuenta Colombia para el emprendimiento, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Como factores positivos calificados por los expertos están el acceso fácil y rápido a los sistemas de telecomunicaciones y servicios públicos, con 3 y 3,4 respectivamente. Además que las empresas recién creadas si pueden asumir el costo de los servicios básicos (ver Tabla 22).

Tabla 22: Evaluación de la categoría de infraestructura física en Colombia, 2011

Dimensión	Valoración
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,44
No es excesivamente costoso para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,15
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,03
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	2,95
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	3,43

Fuente: NES - GEM Colombia 2011



Capítulo 5

5. Resultados claves sobre Intraemprendimiento

Tabla 23: Síntesis de los principales resultados sobre Intraemprendimiento del estudio GEM Colombia 2011

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
INDIVIDUALES	<ul style="list-style-type: none"> Muy alta proporción de nuevos emprendedores que hacen parte el intraemprendimiento lo hacen por oportunidad. Alto nivel de experiencia pasada para estar en el intraemprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Bajo porcentaje de intraemprendedores. Baja participación de las mujeres en el intraemprendimiento.
EMPRESARIALES	<ul style="list-style-type: none"> Mayor expectativa de las nuevas iniciativas emprendedoras en términos de generación de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo financiero mínimo por parte de empleadores para iniciativas emprendedoras por parte de sus trabajadores. Falta de relación de la tecnología usada en el intraemprendimiento con la tecnología del lugar de trabajo.
DE INSTITUCIONES Y FACTORES MACRO – NES		<ul style="list-style-type: none"> Falta de apoyo por parte de los empleadores y colegas para el desarrollo de iniciativas emprendedoras. Baja participación por parte de los empleados para toma de decisiones en la empresa. Bajo nivel de estímulos del comportamiento proactivo de empleados y población en general.

Fuente: Preparado por los autores

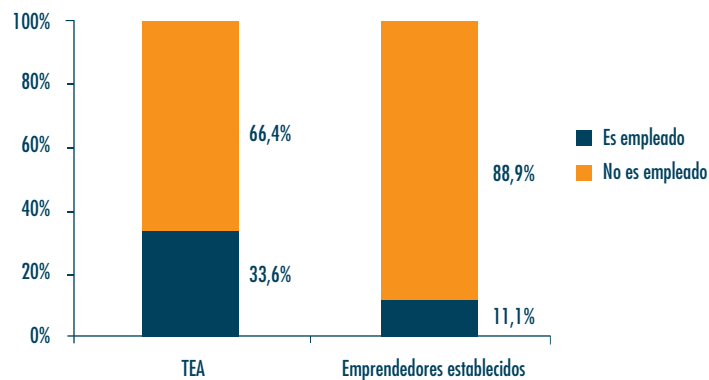
5.1. Nivel individual

El GEM entiende el término de intraemprendimiento como el fenómeno de personas que juegan un papel de liderazgo en la creación y desarrollo de actividades de nuevos negocios para las empresas con quienes trabajan. Esta comprensión amplia incluye empleados que desarrollan o lanzan nuevos bienes y servicios, o inician nuevas unidades de negocios o subsidiarias para su empleador. A pesar de la amplitud de esta comprensión, el fenómeno solo registró que el 3% de la población de los países participantes se considera intraemprendedores. Resultado que varía desde un poco más que 0% hasta el 13% del total de la población entre 18 y 64 años. Este fenómeno se evidencia principalmente en economías centradas en la innovación. Resalta que los países basados en la innovación, que presentan los mayores resultados de actividad intraemprendedora, muestran también los menores

niveles de TEA como es el caso de Dinamarca, Bélgica y Suecia. Lo cual evidencia que el desarrollo del espíritu emprendedor puede hacerse también dentro de las empresas establecidas.

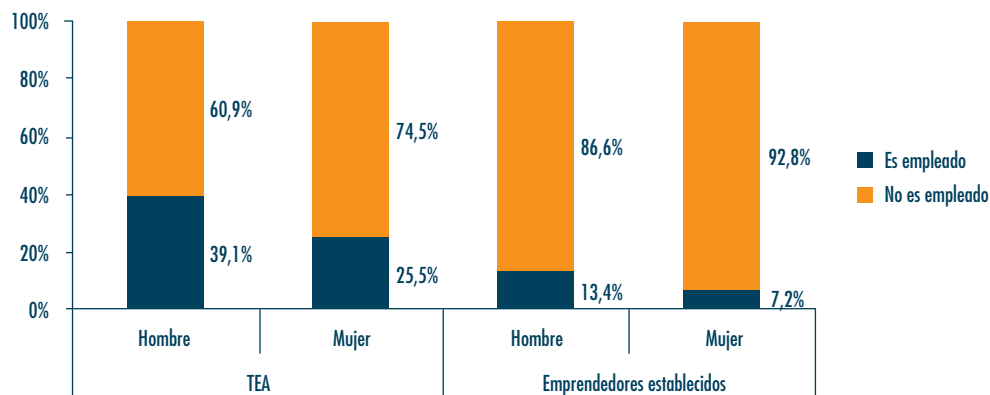
A nivel nacional el 34% del total de colombianos que afirmaron ser intraemprendedores hacen parte de la TEA (actividad emprendedora de menos de 42 meses) y el 11% hacen parte de los emprendedores establecidos (Ver Gráfica 43). Además, existe un mayor número de intraemprendedores hombres que de mujeres. Las mujeres tienen una participación menor a nivel de intraemprendimiento (Ver Gráfica 44).

Gráfica 43: Proporción de intraemprendedores que hacen parte del emprendimiento, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

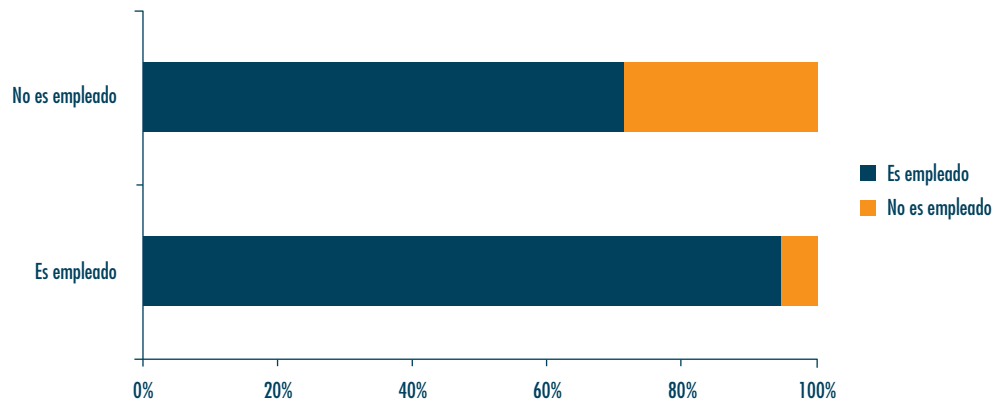
Gráfica 44: Proporción de intraemprendedores por género, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

A nivel de motivación para emprender, el 95% de los emprendedores nacientes y nuevos hacen parte del intraemprendimiento por oportunidad, lo que confirma el interés general de los emprendedores colombianos (Ver Gráfica 45).

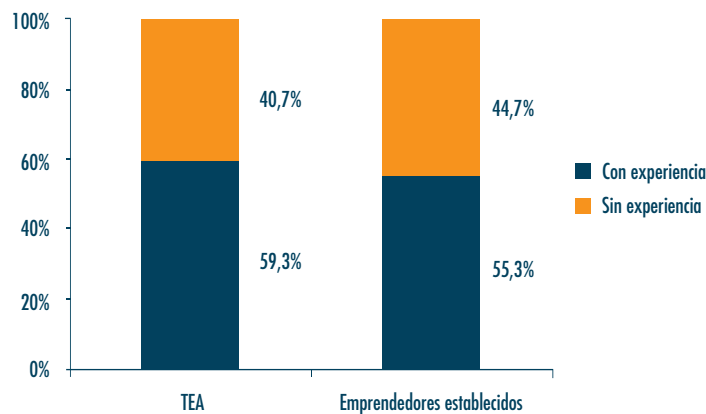
Gráfica 45: Proporción de intraemprendedores que hacen parte de la TEA según motivación, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

De los emprendedores que participan en el intraemprendimiento, más del 50% de los que participan en la TEA y de los emprendedores establecidos han adquirido experiencia anterior trabajando como empleado en otra empresa y por lo tanto han aprovechado los conocimientos para crear su propio negocio y a la vez ser empleados (Ver Gráfica 46).

Gráfica 46: Proporción de intraemprendedores según experiencia pasada, 2011

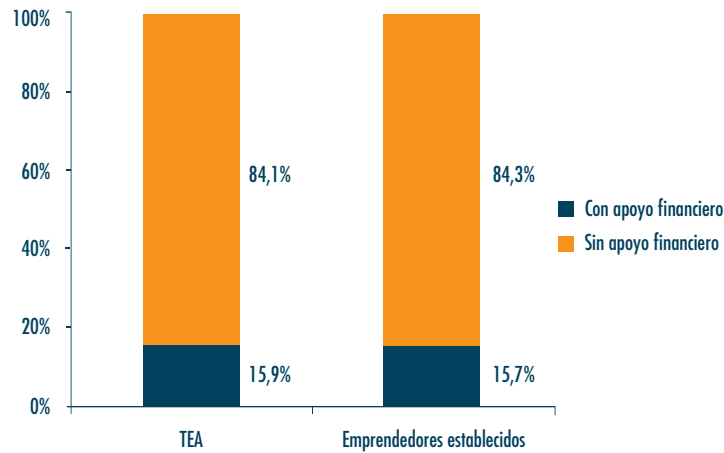


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

5.2. Nivel empresarial

Más del 80% de las empresas creadas por los intraemprendedores no reciben algún apoyo financiero o de infraestructura física por parte de sus actuales o anteriores empleadores. Tan solo el 16% de las empresas de los intraemprendedores que hacen parte de la TEA y los establecidos han recibido algún apoyo (Ver Gráfica 47).

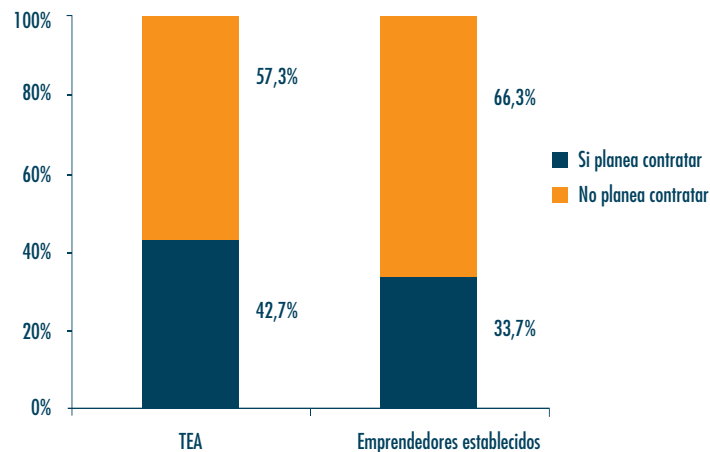
Gráfica 47: Proporción de apoyo financiero a las empresas creadas por el intraemprendimiento, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Por otra parte, más del 50% de las empresas creadas por los intraemprendedores no planean contratar en el futuro personas que han son o han sido colegas del dueño de la empresa. Aunque un porcentaje mayor de empresas creadas por los intraemprendedores que hacen parte de la TEA comparadas con las empresas de intraemprendedores establecidos, si lo planean hacer (Ver Gráfica 48).

Gráfica 48: Proporción de empleo futuro por parte de a las empresas creadas por el intraemprendimiento, 2011

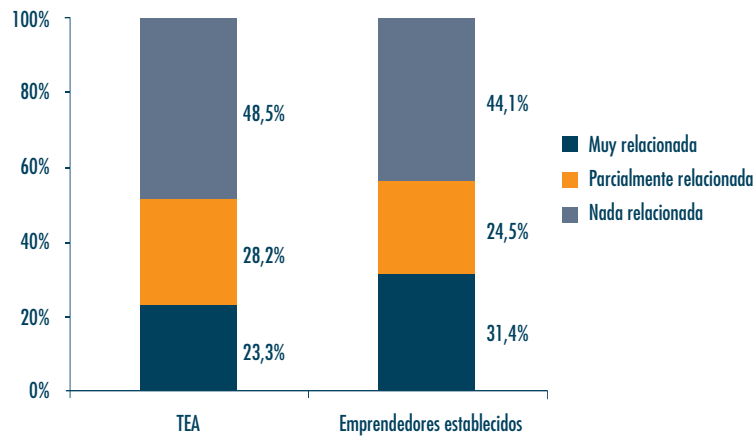


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Finalmente, como parte de las características de las empresas creadas por los intraemprendedores se destaca que la mayoría usan tecnología que no está relacionada con la tecnología usada por el actual o anteriores lugares de trabajo del dueño de la empresa. Aunque el 31,4% de las empresas creadas por intraemprendedores establecidos afirman que la tecnología usada por ellos si está muy relacionada con la tecnología usada por el actual o anteriores lugares de trabajo. Mientras que

el 28% de las empresas creadas por los intraemprendedores de la TEA afirman que la relación es parcial (Ver Gráfica 49).

Gráfica 49: Proporción de relación de la tecnología del intraemprendimiento con la tecnología del trabajo actual/antiguos, 2011

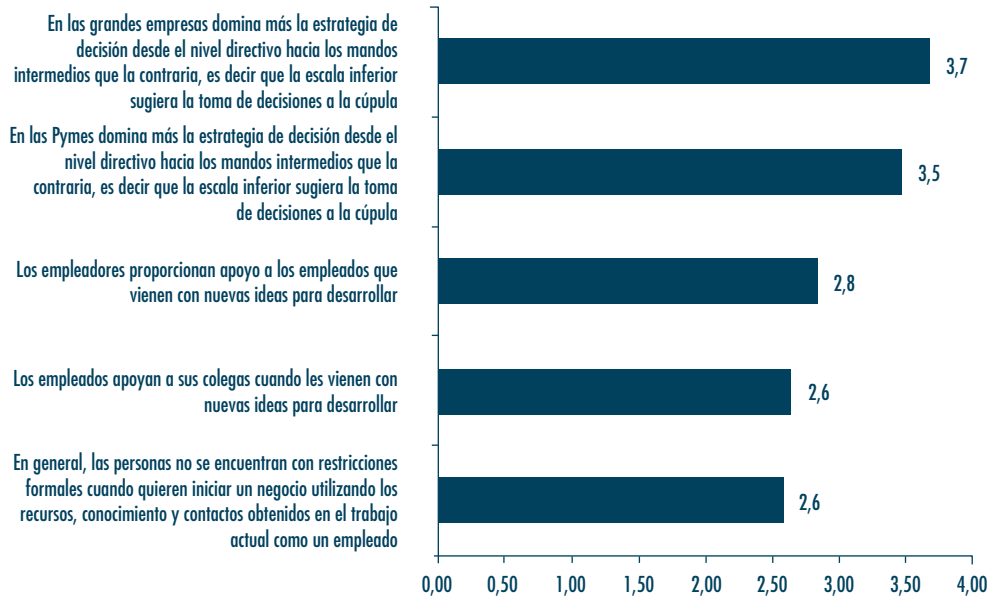


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

5.3. Nivel de Instituciones y factores macro

En relación al tema de los factores del contexto que favorecen el intraemprendimiento, los expertos nacionales afirman que la limitada autonomía de los mandos inferiores en la toma de decisiones. Se evidencia el alto nivel de poder que manejan los directivos para la toma de decisiones y dejando a un lado algunas recomendaciones por parte de los mandos inferiores. Además de la falta de apoyo que sienten los empleados por parte de los empleadores y de otros colegas para el desarrollo de nuevas ideas (ver Gráfica 50), es importante observar la baja evaluación al apoyo recibido de los empleadores. Afirman que existe una falta de estímulos al comportamiento proactivo de los empleados con una evaluación de 2,5 sobre 5.0, y al sistema educativo por no desarrollar un comportamiento innovador y proactivo de los individuos en general con un 2,3 (ver Tabla 24: Evaluación de la categoría de condiciones para fomentar el intraemprendimiento en Colombia, 2011).

Gráfica 50: Evaluación de la categoría de comportamiento emprendedor de los empleados en Colombia, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Tabla 24: Evaluación de la categoría de condiciones para fomentar el intraemprendimiento en Colombia, 2011

Dimensión	Valoración
Los emprendedores tienen mucho menos acceso a los beneficios de la Seguridad Social que las personas que son empleadas por cuenta ajena	3,2
El sistema educacional pone mucho énfasis en desarrollar un comportamiento innovador y pro-activo de los individuos en general	2,3
Los empleadores estimulan el comportamiento pro-activo de sus empleados	2,6
El actual nivel de protección del empleo desmotiva a los empleados en cuanto al desarrollo de negocios propios, es decir en cuanto a desear convertirse en emprendedores	3,2

Fuente: NES - GEM Colombia 2011

Capítulo 6

6. Resultados claves sobre Educación

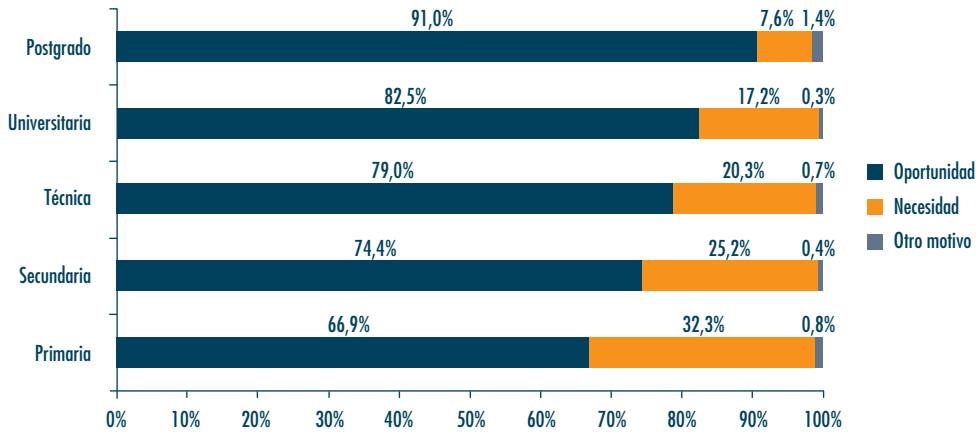
Tabla 25: Síntesis de los principales resultados sobre Educación del estudio GEM Colombia 2011.....

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
INDIVIDUALES - demográficas, oportunidad-necesidad vs nivel educación, valoración de conocimientos y habilidades, actitudes, nivel educación vs nivel ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • Relación directa entre motivación por oportunidad y mayor nivel educativo para los emprendedores de la TEA. • Relación directa entre mayor nivel educativo y mayores ingresos para los emprendedores. • Bajo temor al fracaso según mayor nivel de educación. • Alta valoración de los conocimientos y habilidades para emprender según mayor nivel de educación. (Los emprendedores de la TEA tienen un nivel mayor de formación que los emprendedores establecidos). 	
EMPRESARIALES – bajo nivel de formación de los establecidos – nivel de formación TEA y Establecidos	<ul style="list-style-type: none"> • Altos niveles de educación para las nuevas iniciativas emprendedoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor porcentaje de emprendedores establecidos con nivel de educación secundaria.
DE INSTITUCIONES Y FACTORES MACRO – NES – relacionado con educación	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación adecuada para el emprendimiento a nivel profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja formación en emprendimiento en los niveles de primaria y secundaria. • Bajo desarrollo y transferencia de tecnología.

Fuente: Preparado por los autores

6.1. Nivel individual

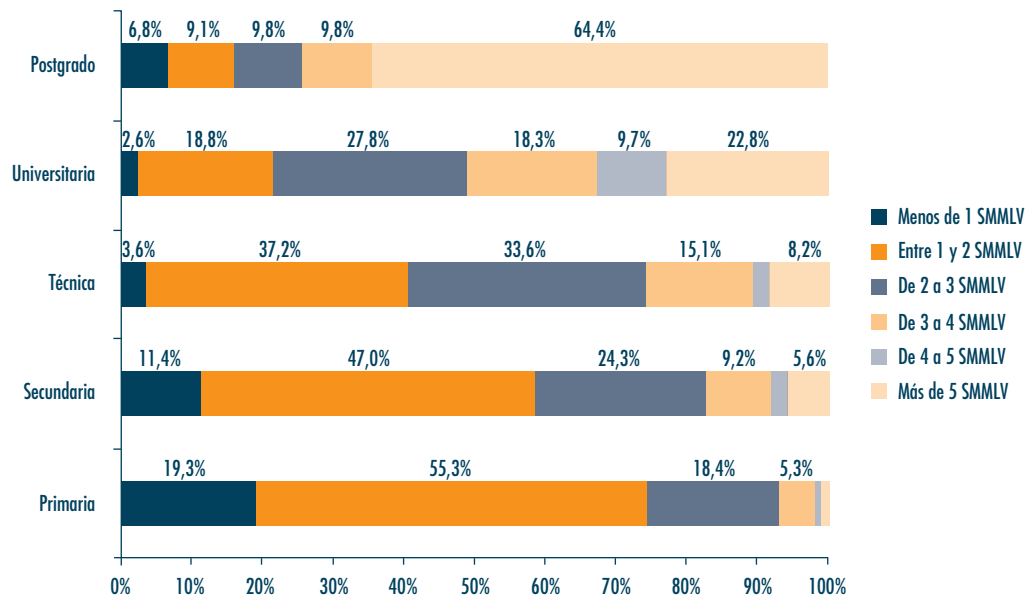
Gráfica 51: Proporción de la TEA según nivel educativo, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

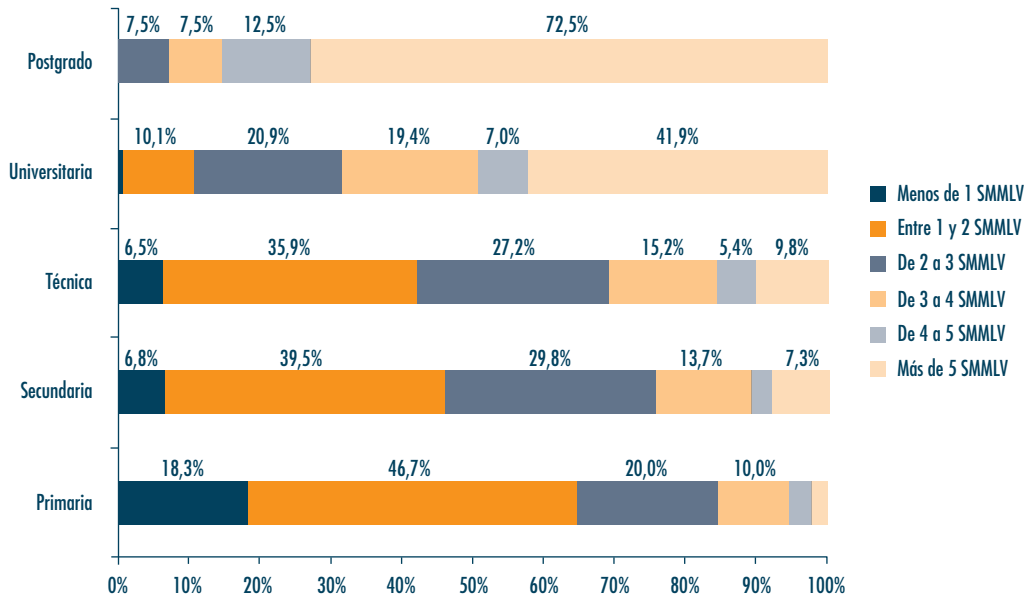
Existe una relación directa entre el nivel educativo y el nivel de ingresos. Se evidenció que a mayor nivel de educación de los emprendedores de la TEA y los establecidos asimismo la mayoría de ellos obtienen mayores niveles de ingresos (Ver Gráfica 52 y Gráfica 53). Conclusión que refuerza la idea que la educación en emprendimiento no promueve la deserción estudiantil, al contrario, plantea el reto de aumentar el nivel de conocimientos para lograr niveles de innovación más complejos y exitosos.

Gráfica 52: Proporción de la TEA según nivel educativo y nivel de ingresos, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

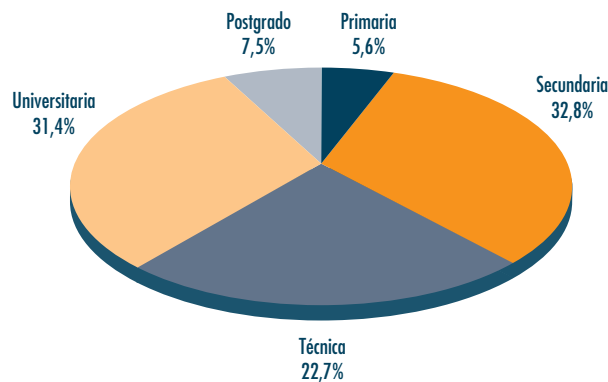
Gráfica 53: Proporción de los emprendedores establecidos según nivel educativo y nivel de ingresos, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

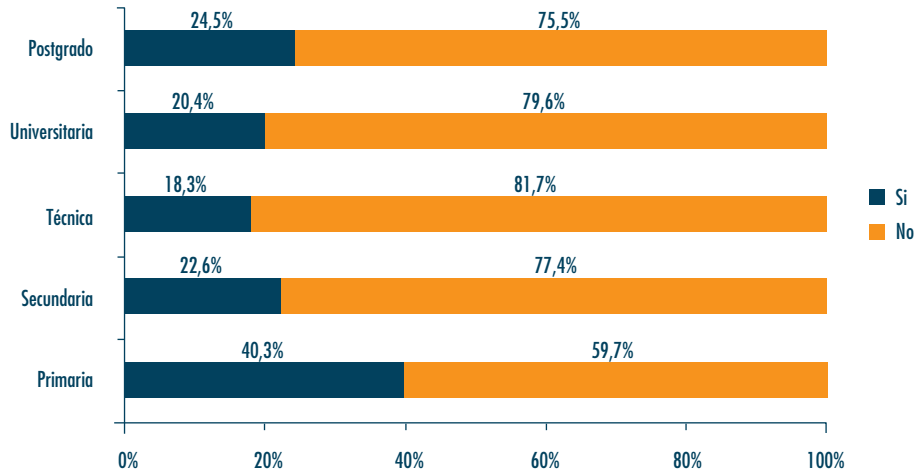
En relación con los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un negocio, los emprendedores de la TEA que poseen niveles de formación secundaria y universitaria son los que responden en mayor medida tener estas cualidades para iniciar una empresa (Ver Gráfica 54). Y refiriéndose al tema del temor al fracaso que le impide iniciar algún tipo de negocio, existe diferencia entre los emprendedores que hace parte de la TEA y el temor al fracaso según sus niveles de educación. Los emprendedores que presentan un mayor nivel de formación tienen menor temor al fracaso, por ejemplo solo el 25% de los emprendedores con formación de postgrado presentan temor al fracaso mientras que un mayor porcentaje de emprendedores, el 40% con formación primaria lo afirma (Ver Gráfica 55).

Gráfica 54: Emprendedores de la TEA que poseen conocimiento, habilidades y experiencia según el nivel educativo, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

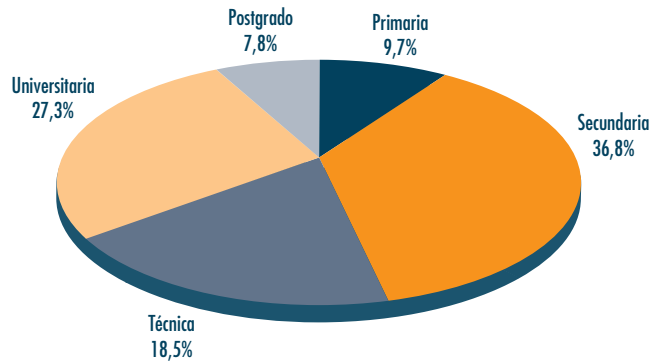
Gráfica 55: Emprendedores de la TEA según temor al fracaso y nivel educativo, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

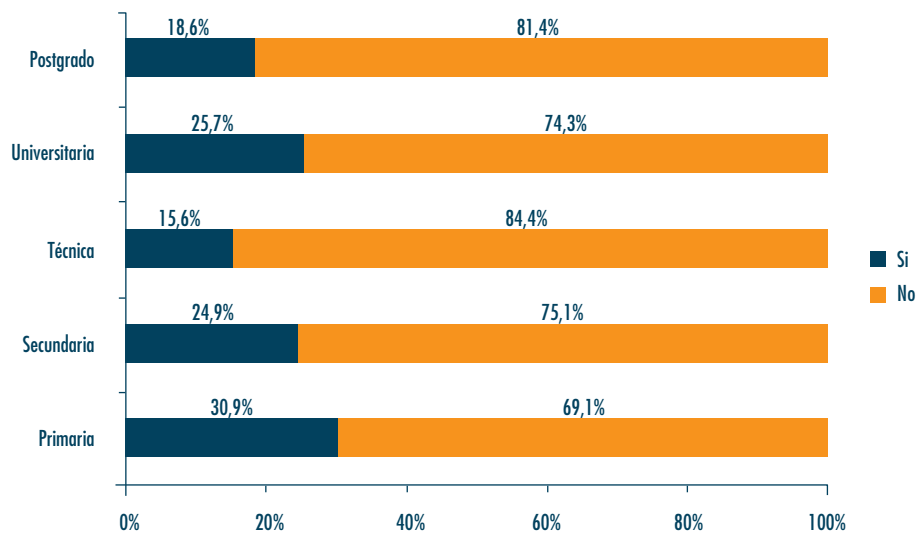
Por el lado de los emprendedores establecidos, quienes afirman poseer un mayor porcentaje de conocimientos, habilidades y experiencia son los que tienen un nivel de formación secundaria (Ver Gráfica 56). Y con respecto al temor al fracaso se presenta el mismo comportamiento que el de los emprendedores de la TEA, pues el temor al fracaso se reduce en la medida en que los emprendedores establecidos tienen un mayor nivel de formación (Ver Gráfica 57).

Gráfica 56: Emprendedores establecidos que poseen conocimiento, habilidades y experiencia según el nivel educativo, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

Gráfica 57: Emprendedores establecidos según temor al fracaso y nivel educativo, 2011

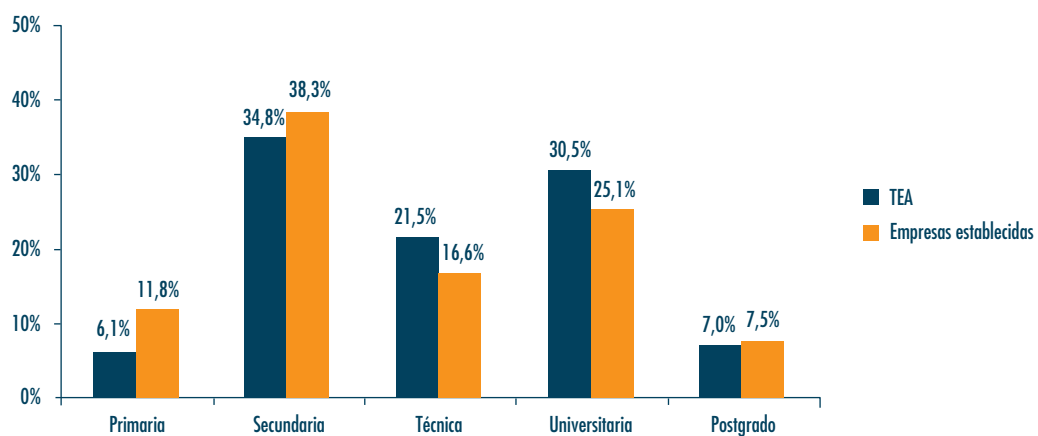


Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta

6.2. Nivel empresarial

En concordancia con la evaluación presentada por los expertos de la NES, la adecuada formación emprendedora en las universidades promueve una proporción creciente de nuevos emprendedores profesionales, y técnicos y tecnólogos. Por otro lado, se identifica la necesidad de formar la alta proporción de emprendedores establecidos con nivel de formación secundaria, para motivarlos a encontrar innovaciones basadas en conocimiento que dinamicen sus empresas.

Gráfica 58: Proporción de las nuevas iniciativas emprendedoras y establecidas según nivel educativo, 2011



Fuente: Preparado por los autores. GEM Colombia 2011. Encuesta a la población adulta



Conclusiones

Nuevas perspectivas en el contexto competitivo, con ambientes ambiguos y de gran incertidumbre, implican nuevos retos y esquemas de pensamiento y de actuación propios de una cultura emprendedora. Esta forma de proceder se requiere en una sociedad y economía donde la rapidez con la que el conocimiento se renueva y se descubre, generando obsolescencia, está marcada por el alto nivel de intercambio global y la necesidad de buscar una dinámica emprendedora innovadora. No solamente se exige la innovación permanente para la creación de nuevos productos y/o servicios, sino también contar con el capital humano emprendedor necesario para garantizar la creación de valor de los existentes.

Por tanto los futuros y actuales emprendedores, así como nuestra sociedad, asumen el reto en el cual la información y recursos como el dinero, las ideas y las tecnologías fluyen a gran velocidad. Estas circunstancias y sus implicaciones deben ser entendidas y asumidas responsablemente para que las decisiones que se tomen sean apropiadas y no se tengan que afrontar los altos costos de miradas erradas sobre el futuro del proceso empresarial. Por ello se hace necesaria la comprensión de las actitudes, las aspiraciones y de las actividades del emprendedor colombiano, a fin de apoyar de la mejor manera su formación, desarrollo y desempeño en el proceso empresarial, necesario para el logro de un crecimiento económico nacional sostenible.

En este sentido, de acuerdo a los resultados obtenidos en este estudio, existe para Colombia una ventaja comparativa en términos de las expectativas y creencias de los emprendedores. La consideración que tienen los colombianos de la existencia de oportunidades (73.1%, de los colombianos lo afirman, ocupando el primer lugar entre los países latinoamericanos), en términos de la percepción de sus habilidades y conocimientos para enfrentarse a la creación de nuevas empresas (el 61,3% de los colombianos lo entienden así), en términos de su baja percepción de temor al fracaso (solo el 32,6% de los colombianos afirman detener su acción emprendedora por este temor) y en general sobre la deseabilidad de los colombianos a llevar a cabo una actividad emprendedora (el 89,4% de los colombianos afirman que elegir ser emprendedor como carrera de desarrollo personal es una buena opción de carrera). Todas ellas condiciones muy favorables para el fortalecimiento de una cultura emprendedora en el país.

Pese a lo anterior, el GEM Colombia 2011, nos demuestra también que la pretensión de valorar al emprendedor como una condición suficiente para la búsqueda de un desarrollo regional que genere valor y que sea sostenible, no es solamente inapropiada sino también incompleta. Los resultados del estudio muestran la importancia de los factores del entorno que condicionan la actividad emprendedora, tal como las políticas públicas que deben facilitar la acción de los emprendedores a fin de dinamizar las opciones de desarrollo para el País.

Para este factor se recomiendan el establecimiento de mecanismos institucionales que propicien, en el inicio de la actividad emprendedora, facilidades en los trámites de inicio y cierre de nuevos negocios, acceso y facilidades en la formalización empresarial, el impulso de políticas de desarrollo sectorial, no solamente para las empresas establecidas, sino también para las nacientes, en los sectores que generan nuevo valor competitivo, y fluidez en la adopción de tecnologías. (Colombia presenta una alta concentración – 58,6 % - de las nuevas empresas en el sector de consumo, y bajo

nivel del uso de la tecnología. Los nuevos emprendimientos – 57,8 % - no se caracterizan por el uso intensivo de nuevas tecnologías). Se hace prioritario tanto como para las empresas nacientes como establecidas, desarrollar los mecanismos que les permitan desarrollar una fortaleza tecnológica, a fin de afrontar los procesos de internacionalización tan vigentes hoy día mediante los tratados de libre comercio. El estudio muestra un atraso en la adopción de tecnología acorde con los procesos de internacionalización que llevan a cabo tanto los nuevos como los establecidos. Es importante también tener en cuenta, dentro de las políticas gubernamentales, un impulso más concreto y/o fortalecimiento de los mecanismos que dinamizan el empleo, teniendo en cuenta que la expectativa de generación de empleo va en disminución entre los emprendedores nacientes y los emprendedores establecidos.

Por otra parte, los resultados del estudio GEM Colombia 2011, también dejan evidencia de la importancia de establecer condiciones para el desarrollo de competencias técnicas para iniciar una actividad emprendedora, a través del desarrollo de capacidades y habilidades emprendedoras, dadas en procesos de formación y/o entrenamiento, en los aspectos de la creación y gestión de nuevas entidades productivas. Este es otro aspecto relevante en el desarrollo de una cultura emprendedora, en el que deben participar no solamente las instituciones gubernamentales, sino también las no gubernamentales, de tal manera que ambos esfuerzos se coordinen de forma sinérgica e instrumentada, para lo cual se pueden aprovechar los mecanismos actualmente establecidos que dan cabida a la participación de la triada, gobierno, sector empresarial y gremial, y la universidad.

En este aspecto, todavía hay mucho desarrollo por realizar teniendo en cuenta que a nivel nacional, la educación secundaria no provee un adecuado desarrollo de la formación para el emprendimiento. Esto se puede potencializar de mejor manera, a sabiendas del alto nivel de estudiantes (34,8% de los emprendedores nacientes y 38,3% de los empresarios establecidos) que inician su actividad emprendedora en esta etapa de formación. La etapa de escolaridad de los individuos en la primaria sigue siendo un buen insumo para la formación de competencias transversales emprendedoras, de manera que estos futuros técnicos, profesionales y estudiantes de posgrado desarrollen niveles más altos de actividad emprendedora, descubriendo más oportunidades, que les permitan tanto a hombres y especialmente a las mujeres, disminuir la brecha de actividad emprendedora por necesidad hacia la motivación por oportunidad.

Actualmente de los empresarios establecidos, el 36,8% de los hombres y el 41,1% de las mujeres han recibido formación secundaria. Debe propenderse por aumentar no solamente la cobertura en educación primaria, secundaria y tecnológica, sino que deben desarrollarse programas de formación en estas instancias, en formación para el emprendimiento de manera que se pueda tener en el mediano y largo plazo, para el país, emprendedores con nuevas iniciativas empresariales mejor formados y por ende con emprendimientos motivados por la oportunidad y desarrollando una estrategia de innovación más acorde con la situación local e internacional del País.

Dentro de los otros factores que condicionan el emprendimiento colombiano, se encuentra la asistencia financiera para emprender. Es importante recordar que en las diferentes etapas de la empresa que se crea (gestación, inicio, crecimiento, consolidación), se requieren diferentes mecanismos de apoyo financiero, y que tales mecanismos son adoptados por organizaciones gubernamentales, y no gubernamentales. Sin embargo en este sentido no hay todavía mayores resultados en los desarrollos de entidades gubernamentales que apoyen al emprendedor en esta etapa de gestación-inicio. (Hay una baja calificación de los expertos, 2.3, frente a las iniciativas de gobierno en el desarrollo de

instrumentos financieros). Lo que evidencia el estudio GEM Colombia 2011, es que deben desarrollarse de mejor manera los diferentes mecanismos de financiación que existen para los diferentes momentos de la nueva empresa. Esta es también una buena explicación para entender los niveles tan bajos de inversión, que los emprendedores presentan. Los nuevos emprendedores han invertido cantidades menores al promedio de las otras economías (\$ 23,4 millones de pesos colombianos).

Otro de los factores importantes que condicionan la cultura emprendedora nacional, es la asistencia que no es financiera, es decir, el acceso a otros emprendedores y/o redes de ellos, el acceso a asesores en planes de negocio, y otros servicios de apoyo en la creación de empresas. Es importante el desarrollo de posibilidades de asesoría y consultoría, y la conformación de redes empresariales, que le permitan al emprendedor colombiano, aprender de la experiencia de otros empresarios y expertos, sin que por esta, las condiciones particularmente económicas se afecten.

El informe GEM Colombia 2011, a través de la opinión de expertos considera que aun no hay un fácil acceso a proveedores, consultores y subcontratistas y de igual manera una facilidad para asumir los costos por esta situación. Por eso es necesario establecer los procedimientos y las dinámicas propias para la estructuración de redes, dado que éstas aportan apoyos, no solo limitados a la esfera familiar y de amigos, sino en las esferas que se propicien estrategias de innovación, tal como la relación y el conocimiento de otros emprendedores.

En esta misma línea, se encuentra dentro de los aspectos críticos que deben observarse en la actividad emprendedora, la condición socioeconómica, que hace referencia a aquellas actitudes favorables de la sociedad y economía colombiana hacia el emprendimiento y a un generalizado apoyo público hacia las actividades empresariales que motivan en general a la ciudadanía a iniciar nuevos emprendimientos. En esta condición, Colombia por su ubicación geográfica cuenta con una ventaja comparativa de desarrollo económico hacia los mercados internacionales, sin embargo es evidente la necesidad de impulsar a los emprendedores hacia una cultura exportadora. Deben ampliarse los actuales mecanismos de apoyo exportador de la Pyme hacia los individuos emprendedores e incentivarse a aquellos que están en sus etapas de inicio y crecimiento, para que su actividad exportadora sea sostenible y competitiva en el mercado internacional. Así mismo los gremios empresariales y los planes de desarrollo deben articularse para que los emprendedores nacientes y establecidos miren hacia los sectores de alto desempeño y con potencial exportador. Esto sugiere necesariamente una formación e incorporación dentro de políticas nacionales de forma incluyente de individuos emprendedores, y no solamente de empresas pymes.

Por otra parte debe impulsarse el emprendimiento femenino como un factor de impulso del desarrollo nacional. Las mujeres colombianas aun presentan tasas de actividad emprendedora inferiores a la de los hombres, por lo que los diferentes estamentos deben potencializar el emprendimiento por género. De igual forma, debe darse un cambio y nuevo impulso a las políticas de apoyo a los jóvenes emprendedores para fortalecer las capacidades y habilidades de emprendimiento, dado que si bien son los que más actividad emprendedora están reportando es necesario fortalecerlos, frente a la carencia de experiencia laboral y empresarial e impulsar su desarrollo empresarial, con facilidades de acceso a financiación, capacitación, formación y acompañamiento.



Bibliografía

- Amorós, J. E. (2011). El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación desde el Contexto Latinoamericano. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 1-15.
- Bosma, N., & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Global Report*. Welley Mass.: Babson College - <http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=1055>.
- Congreso de Colombia. (26 de Enero de 2006). Ley 1014 - *De Fomento a la Cultura del Emprendimiento*. Recuperado el 13 de Enero de 2011, de Ministerio de Educación : http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-94653_archivo_pdf.pdf
- Gómez, L., Martínez, P., Figueroa, C. A., Pereira, F., Quiroga, R. F., Vesga, R. A., y otros. (2010). *Reporte GEM Colombia 2010*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.
- Kelley, D., Bosma, N., & Amorós, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*. Wellesley Mass., Santiago Chile: Babson College & Universidad del Desarrollo <http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=1093>.
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión Sistémica y Humanista. *Cuadernos Administración Bogotá*, 34, 11-37.
- Porter, M., Sachs, J., & McArthur, J. (2002). *Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development*. (M. Porter, J. Sachs, P. Cornelius, J. McArthur, & K. Schwab, Edits.) New York, N.Y.: Oxford University Press.
- Sternberg, R., & Wennekers, A. (2005). The Determinants and Effects of New Business Creation Using Global Entrepreneurship Monitor Data. *Small Business Economics*, 24 (3), 193-203.



Anexos

Anexo 1. Ficha técnica de la encuesta para Colombia

Nombre del estudio	Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2011 - APS Methodology.
Metodología	Cuantitativa.
Técnica de recolección	Encuesta telefónica usando el sistema CATI (Computer Aided Telephone Interview).
Fecha de campo	Junio -Agosto 2011.
Perfil del informante	Población adulta entre 18 y 64 años, residentes en Colombia.
Selección del informante	Listado de mujeres y/o hombres que conforman el hogar y selección aleatoria, con base en el número de miembros del hogar del género.
Universo	Hogares con teléfono: - Penetración telefónica (estrato 1 al 6): 87,9% (septiembre de 2008) Fuente: Encuesta General de Medios (EGM) 2010.
Número de encuestas	Estrato 1: 320 ; estrato 2: 510 ; estrato 3: 657 ; estrato 4: 210 ; estrato 5: 183 ; estrato 6: 51.
Muestra	10.374 encuestas.
Estadísticas de población	Población adulta: 984.777 = Mujeres: 503.994 / Hombres: 480.783.
Tasa de respuesta	Alrededor del 60% estuvo de acuerdo en responder la encuesta.
Número de contactos	Cinco (5) reintentos para contactar al encuestado seleccionado.

Fuente: Centro Nacional de Consultoría

Anexo 2. Glosario de los principales términos e indicadores del Global Entrepreneurship Monitor - GEM

Indicador	Descripción
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	
Tasa de emprendedores nacientes	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están activamente comprometidos en el establecimiento de un negocio del cual es propietario o copropietario, y que no ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de pago a los dueños por más de 3 meses.
Tasa de nuevos emprendedores	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son actualmente propietarios y/o administradores de un negocio que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de pago por un periodo de 3 a 42 meses.
Nivel de Nueva Actividad Emprendedora (TEA)	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son emprendedores nacientes o nuevos emprendedores.
Tasa de emprendedores establecidos	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son propietarios y administradores de un negocio que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de pago a sus propietarios por más de 42 meses.
Tasa de cierre de empresas	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que en los últimos 12 meses han descontinuado una empresa, bien sea por venderla, cerrarla, reubicarla o cualquier otro mecanismo que lleve a la separación de él de la empresa. Nota: Este no es un indicador de falla de empresas.
Actividad emprendedora motivada por necesidad	Porcentaje de aquellos que están en nueva actividad emprendedora porque no tenían otra opción de trabajo.
Actividad emprendedora motivada por oportunidad	Porcentaje de aquellos que están en nueva actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad o porque creyeron que con la oportunidad serían independientes o incrementarían sus ingresos.
ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS	
Percepción de Oportunidades	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que identifican buenas oportunidades para empezar una empresa en el área donde viven.
Percepción de Capacidades	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que creen tener habilidades y los conocimientos requeridos para comenzar una empresa.
Tasa de Temor al fracaso	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que con una oportunidad percibida dejarían de realizarla por temor a fracasar.
Emprendedores potenciales	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que no están involucrados en actividades emprendedoras y que intentarían comenzar una empresa en los próximos 3 años.
Creación de empresa como una carrera	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años quienes están de acuerdo con el enunciado de que la mayoría de personas en su país consideran la creación de empresa como una carrera deseable.

Indicador	Descripción
Reconocimiento de status a la creación de empresa	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están de acuerdo con el enunciado de que en su país los emprendedores exitosos con reconocidos y tienen alto estatus.
Atención de los medios a los emprendedores	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están de acuerdo con el enunciado de que en su país con frecuencia se presentan en los medios, noticias sobre nuevas empresas y emprendedores exitosos.
ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS	
Actividad emprendedora temprana, con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que esperan generar al menos 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora temprana con medianas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que esperan generar al menos 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora temprana orientada a nuevos productos y mercados	<p>Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que indican que sus productos o servicios son nuevos para algunos clientes e indican que no tiene muchos competidores que ofrezcan el mismo producto o servicio.</p> <p>Medida débil: El producto es nuevo o no hay muchas empresas que ofrezcan el mismo producto o servicio.</p>
Actividad emprendedora orientada internacionalmente	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que tiene más del 25% de sus clientes en otros países.

Anexo 3. Actividades emprendedoras en las 55 economías GEM, 2011

Pais	Tasa Empe- dores Nacientes	Tasa Nuevos Empe- dores	Tasa Total Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa Em- prendedores Establecidos	Salidas Empresa- riales	TEA Nece- sidad %	TEA Oportu- nidad %
Economías impulsadas por factores							
Algeria	5,3	4,0	9,3	3,1	9,5	36,5	46,4
Bangladesh	7,1	7,1	12,8	11,6	2,5	27,3	50,0
Guatemala	11,8	9,1	19,3	2,5	3,8	33,5	33,5
Irán	10,8	3,9	14,5	11,2	6,4	53,0	31,5
Jamaica	9,0	5,0	13,7	5,1	12,7	33,0	39,8
Pakistán	7,5	1,7	9,1	4,1	1,6	46,9	24,7
Venezuela	13,1	2,6	15,4	1,6	3,2	28,5	43,4
Promedio	9,2	4,8	13,4	5,6	5,7	37,0	38,5
Economías impulsadas por eficiencia							
Argentina	11,8	9,2	20,8	11,8	4,3	33,1	44,7
Barbados	10,8	1,8	12,6	4,2	5,5	5,0	57,9
Bosnia y Herzegovina	5,4	2,8	8,1	5,0	6,7	61,3	21,7
Brasil	4,1	11,0	14,9	12,2	3,8	30,7	45,2
Chile	14,6	9,6	23,7	7,0	6,8	27,4	54,3
China	10,1	14,2	24,0	12,7	5,3	40,6	29,0
Colombia	15,2	6,7	21,4	7,5	6,0	25,1	30,1
Croacia	5,3	2,1	7,3	4,2	3,6	35,3	30,7
Eslovaquia	9,2	5,3	14,2	9,6	7,0	27,6	33,9
Hungría	4,8	1,6	6,3	2,0	2,3	31,0	29,2
Letonia	6,8	5,3	11,9	5,7	3,0	25,9	46,2
Lituania	6,4	5,0	11,3	6,3	2,9	28,4	47,2
Malasia	2,5	2,5	4,9	5,2	2,6	10,2	71,8
México	5,7	4,0	9,6	3,0	5,0	19,4	54,5
Panamá	12,0	9,1	20,8	6,0	2,1	26,9	40,5
Perú	17,9	5,4	22,9	5,7	5,1	22,4	52,0
Polonia	6,0	3,1	9,0	5,0	4,2	47,6	31,5
Rumania	5,6	4,5	9,9	4,6	3,9	41,3	34,4
Rusia	2,4	2,3	4,6	2,8	1,5	26,9	41,9
Sudáfrica	5,2	4,0	9,1	2,3	5,6	34,8	39,3
Tailandia	8,3	12,2	19,5	30,1	4,5	18,9	66,8
Trinidad y Tobago	13,9	9,3	22,7	6,9	3,9	14,9	43,9
Turquía	6,3	6,0	11,9	8,0	3,9	31,6	44,8
Uruguay	11,0	6,0	16,7	5,9	4,3	11,1	9,8

Pais	Tasa Emprendedores Nacientes	Tasa Nuevos Emprendedores	Tasa Total Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa Emprendedores Establecidos	Salidas Empresariales	TEA Necesidad %	TEA Oportunidad %
Promedio	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3	28,2	41,7
Economías impulsadas por innovación							
Alemania	3,4	2,4	5,6	5,6	1,8	18,6	54,9
Australia	6,0	4,7	10,5	9,1	4,3	15,0	73,1
Bélgica	2,7	3,0	5,7	6,8	1,4	10,4	72,4
Corea	2,9	5,1	7,8	10,9	3,2	41,5	36,2
Dinamarca	3,1	1,6	4,6	4,9	2,3	7,1	64,0
Emiratos Árabes Unidos	3,7	2,6	6,2	2,7	4,8	14,4	67,4
Eslovenia	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5	12,1	51,2
España	3,3	2,5	5,8	8,9	2,2	25,9	39,3
Estados Unidos	8,3	4,3	12,3	9,1	4,4	21,2	58,9
Finlandia	3,0	3,3	6,3	8,8	2,0	18,3	59,4
Francia	4,1	1,7	5,7	2,4	2,2	14,8	70,7
Grecia	4,4	3,7	8,0	15,8	3,0	25,4	36,8
Holanda	4,3	4,1	8,2	8,7	2,0	9,1	62,3
Inglaterra	4,7	2,6	7,3	7,2	2,0	17,2	46,3
Irlanda	4,3	3,1	7,2	8,0	3,4	29,5	36,9
Japón	3,3	2,0	5,2	8,3	0,7	24,9	63,5
Noruega	3,7	3,3	6,9	6,6	2,5	4,3	70,5
Portugal	4,6	3,0	7,5	5,7	2,9	17,8	58,1
República Checa	5,1	2,7	7,6	5,2	2,7	27,3	56,5
Singapur	3,8	2,8	6,6	3,3	2,1	16,2	52,6
Suecia	3,5	2,3	5,8	7,0	3,2	6,1	67,6
Suiza	3,7	2,9	6,6	10,1	2,9	11,4	61,4
Taiwán	3,6	4,4	7,9	6,3	4,9	17,5	49,8
Promedio	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7	17,6	57,0

Fuente: GEM Global Report 2011. Encuesta a la población adulta

Patrocinadores de los Estudios Regionales

Regional Bogota:



Regional Caribe y Santander:

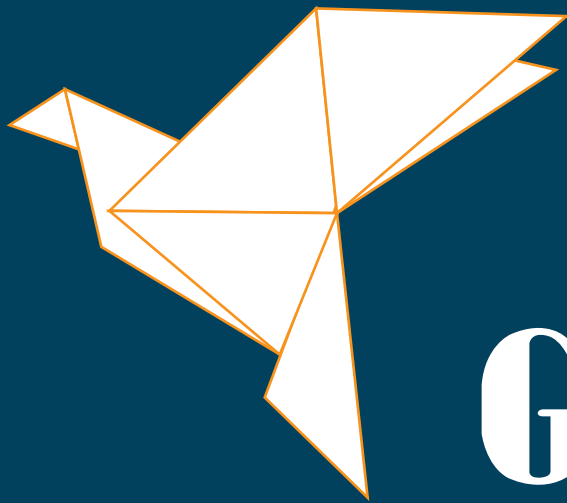


Regional Cali y Medellín:



Comfenalco Valle es de la gente.





GEM

