XX CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE ESPÍRITU EMPRESARIAL UNIVERSIDAD ICESI 2009

EL IMPACTO DE LA EDUCACIÓN Y DE LA FORMACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN COLOMBIA

LUIS MIGUEL ALVAREZ[1]

Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial,

Universidad Icesi

RODRIGO VARELA VILLEGAS Ph.D[2]

Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial,

Universidad Icesi

---

[1] Luis Miguel Álvarez Venegas. Profesional en Economía y Negocios Internacionales Equipo GEM Colombia Calle 18 #122-135. Cali/Colombia. Tel: 57-2-3212002. E- mail: lalvarez@icesi.edu.co

[2] Rodrigo Varela Villegas, Ph.D. en Ingeniería Química. Director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. Calle 18 #122-135. Cali/Colombia. Tel: 57-2-3212002. E- mail: rvarela@icesi.edu.co

RESUMEN

El proyecto GEM cumple en 2009 su primer ciclo de cuatro años de actividad investigativa sobre los empresarios y sus actividades empresariales en Colombia. Durante este tiempo, se han evidenciado y analizado sus fortalezas y sus debilidades. Como rasgo característico, el país se ha mantenido en los primeros lugares, a nivel mundial, de la Tasa de Actividad Empresarial (TEA) que mide el desarrollo de actividades empresariales. En 2008, el país presenta el tercer mayor índice de TEA en el mundo, después de Perú y Bolivia. Sin embargo, la necesidad de generar ingresos de subsistencia es la principal motivación de la actividad empresarial del país.

Este artículo se concentrará en el grado de relación que existe entre la educación, la formación empresarial y la realización de las personas como empresarias. Aunque en primera instancia, se hará una revisión general del perfil de los empresarios colombianos. Luego, el análisis se centrará en las variables que estudian la educación en el contexto empresarial, demostrando el impacto de estas variables en el desarrollo de los empresarios y en las características de las actividades que realizan.

PALABRAS CLAVE: Actividad empresarial, empresarios, características de los empresarios, empresarios por oportunidad, empresarios por necesidad, creación de empresas, formación de empresarios, educación empresarial.

1. ABSTRACT

The GEM project in Colombia has ended its first research activities cycle. During these three and a half years has shown the weakness and strengths of Colombia's entrepreneurial activities. In 2008, the country had the third highest TEA index in the world, after Peru and Bolivia. Much of the entrepreneurial activity in this region is motivated by necessity and provides only subsistence incomes for the entrepreneurs.

This article will show the relationship between education, entrepreneurial education and entrepreneurial activities. First, it analyzes the Colombian entrepreneur profile using the more important variables of GEM research. Then, it analyzes the effect of education in entrepreneurial activities.

KEY WORDS: Entrepreneurial activities, entrepreneurs, characteristics of entrepreneurs, opportunity entrepreneur, necessity entrepreneur, entrepreneurial education.

2. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Algunos datos del estudio realizado por el Banco Mundial, Reducción de la pobreza y crecimiento: Círculos virtuosos y círculos viciosos[3], expone que, en países latinoamericanos, el mayor problema que obstaculiza el crecimiento económico es la falta de equidad en el sistema educativo y de formación. El documento presenta que hay un gran déficit entre el nivel esperado de estudios alcanzados respecto al PIB per cápita y la realidad de los niveles alcanzados. Este porcentaje alcanza 15% de déficit para estudios de secundaria y 6% para estudios superiores. En el caso de Colombia, se estudia 7 años menos en promedio que en Corea del Sur y tres años menos que en Argentina.

Partiendo de esta premisa de que "(…) existe un amplio consenso acerca de la importancia de la educación para el desarrollo de un país: [que] de ella dependen la capacidad para operar las nuevas tecnologías y, desde luego, la de innovar en dicha materia (…)" [4] se vuelve a plantear la problemática en el campo empresarial pues, de acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor – Colombia (GEM- Colombia), la actividad de las empresas depende en gran medida de la formación de los actores principales de esa actividad: los empresarios.

---

[3] Perry, G., Arias, O., López, J.H. Maloney, W., Servén, L.: Poverty reduction and growth: Virtuous y vicious circles- World Bank / 2006

[4] Llorente, L.: Qué pasa con la clase media en Colombia. Diario Portafolio- Febrero 4 / 2005

Junto con el impulso a las estructuras de formación y educación, se ha establecido claramente por muchas organizaciones, instituciones e investigadores, la necesidad de fortalecer la estabilidad de la actividad empresarial como fórmula hacia el crecimiento económico y hacia una mejor distribución de la riqueza. Teniendo en cuenta las cifras críticas que presentan la CEPAL, en la que el desempleo en los últimos períodos ha aumentado, la generación de nuevos opciones de empleo a través de la creación de empresas surge como una de las soluciones más efectivas y rápidas.

Para 2008, se presagiaba el final de la bonanza económica y el crecimiento económico dio paso a la desaceleración y al aumento de la población desocupada. Precisamente para 2008, el desempleo subió a 7,5% en promedio para toda Latinoamérica. Esto significa que más de 3 millones de personas adicionales empezaron a engrosar las cifras de desocupados. Aunque en los últimos meses algunos países presentan ciertos signos de mejoría, la situación se mantiene crítica. En 2009, en Colombia por ejemplo, el desempleo sigue creciendo.

3. PROBLEMÁTICA

Las relaciones entre el nivel de la educación formal, el nivel de formación en temas empresariales como elementos de base para generar empresas competitivas y la obligación de crear nuevas empresas como fuente de solución para las crisis económicas son el centro de este trabajo que utiliza la información suministrada por GEM Colombia 2008. Para hacer una aproximación al tema, surge como hipótesis que la fortaleza de las nuevas empresas depende de los mejores niveles de formación de los empresarios. Explicado de otra manera, la perdurabilidad de las empresas y, por supuesto, el impacto que generan en la sociedad y en la economía están directamente ligados a la formación académica y empresarial recibida por los empresarios.

4. ANTECEDENTES

Desde 1999 se viene realizando, a nivel mundial, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), con el propósito de poder analizar, mediante una misma metodología, los desarrollos empresariales en los diversos países del mundo. En el caso colombiano este proyecto ha

estado operando desde 2006 mediante un consorcio de las Universidades: Icesi de Cali, los Andes de Bogotá, del Norte de Barranquilla y Javeriana de Cali.

En el estudio del 2008 participaron 43 países, se hicieron un total de 175.000 encuestas a nivel mundial y se consultaron expertos en todos esos países. De América Latina participaron: Argentina, Chile, Brasil, Uruguay, Perú, Ecuador, Colombia, Bolivia, República Dominicana, Guatemala, Puerto Rico, Venezuela.

El proyecto GEM es liderado por un consorcio de investigación, en el cual participan 43 países que buscan monitorear y mejorar el entendimiento sobre la percepción empresarial, la actividad de creación de empresas y su relación con el crecimiento económico nacional. GEM estudia el comportamiento de los individuos con respecto al inicio y gestión de actividades empresariales de acuerdo con las etapas del proceso empresarial. Se mide la proporción de ciudadanos que entre 18 y 64 años han estado directamente involucrados en los procesos de nacimiento de empresas (0-42 meses de actividad empresarial) y la proporción de ciudadanos, entre las mismas edades, que está gestionando una empresa, de su propiedad, la cual ha estado en operación más de 42 meses. Además se miden características de estas personas y de sus empresas, para poder hacer tipologías empresariales de cada país y así poderlas comparar. La actividad empresarial se mide a través de la Tasa de Nueva Actividad Empresarial o TEA (por sus siglas en inglés).

GEM también reconoce dos tipos de personas que crean nuevas empresas: aquellos que deciden hacerlo porque perciben una oportunidad (nuevos empresarios por oportunidad), y quienes se ven forzados por las circunstancias (nuevos empresarios por necesidad).

Sin embargo, la competitividad de las actividades empresariales en Colombia y en general, depende de las características y motivaciones de los empresarios que las realizan. Por este motivo, es de gran importancia determinar cuál es el perfil del empresario y cómo se puede potencializar su acceso a la carrera empresarial.

5. SÍNTESIS METODOLÓGICA

En el 2008, 43 países participaron en el proyecto GEM. Los países se agruparon en tres etapas de desarrollo económico:

- Economías impulsadas por los factores

Caracterizadas por el uso intensivo en mano de obra en actividades agrícolas y extractivas: Angola, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Ecuador, Egipto, India e Irán.

- Economías impulsadas por la eficiencia

Países con economías en proceso de industrialización:
Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Croacia, Hungría, Jamaica, Letonia, Macedonia, México, Perú, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía, Uruguay.

- Economías impulsadas por la innovación
Economías caracterizadas por grandes industrias y desarrollo de actividades de prestación de servicios:
Alemania, Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Noruega, República de Corea, Reino Unido.

El modelo GEM estudia la dinámica empresarial desde la tasa de actividad emprendedora (TEA) y la tasa de existencia de empresarios establecidos. GEM utiliza tres instrumentos para obtener la información requerida en la descripción y medición de las variables:

1. **Encuesta a la población adulta de 18 a 64 años de edad (Adult Population Survey - APS-).**

La encuesta APS incluye preguntas que recogen información acerca de los adultos que están en proceso de crear una empresa o son propietarios parciales o totales de alguna. Se consideran tres situaciones (Ver gráfico 1):

- Empresas nacientes (que han estado en operación hasta tres meses), ya sea como autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- Empresas nuevas (que tienen entre tres y cuarenta y dos meses de funcionamiento), ya sea como autoempleo o en combinación con otro trabajo.

- Empresas establecidas (que tienen más de cuarenta y dos meses de funcionamiento), ya sea como autoempleo o en combinación con otro trabajo.

Gráfico 1. El proceso de creación de nuevas empresas y las definiciones operacionales del proyecto GEM.

A los propietarios y operadores de las "nuevas empresas" se les llama "nuevos empresarios", y a los de las ya instituidas "propietarios de empresas establecidas".

Esta encuesta también detalla el perfil de los nuevos empresarios y de los propietarios de empresas establecidas, la creación de empresas por oportunidad y por necesidad, el número de empleados, el sector en el que operan, las formas de financiación de las nuevas empresas, el potencial de internacionalización y de crecimiento, su capacidad tecnológica y de innovación; la actividad empresarial por género, edades y niveles socioeconómicos; la intencionalidad de creación de empresas en los próximos tres años, las personas que han actuado como inversionistas formales e informales, la motivación y la capacidad para crear empresa, y la percepción de las oportunidades, entre otros aspectos.

2. Encuesta a expertos *(National Expert Survey -NES -).*

El modelo GEM además incluye la opinión de expertos nacionales en la creación de empresas. Cada país recoge las opiniones de expertos cubriendo los siguientes temas: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, transferencia de I+D y apertura del mercado interno.

La encuesta a expertos se compone de dos partes. La primera es una entrevista en la cual deben expresar su opinión sobre los aspectos que en el país limitan o favorecen la

creación de empresa, así como mencionar recomendaciones para su fomento. La segunda parte es un cuestionario de diligenciamiento individual, en el cual se califica al país en varios escenarios que se relacionan con la actividad empresarial. En el caso de Colombia se realizaron un total de 36 entrevistas con expertos de diferentes ciudades que representaban los sectores de: empresarios, gremios empresariales, propietarios de empresas establecidas y nuevos empresarios, académicos, alto Gobierno y desarrolladores de política pública; y líderes de organizaciones de apoyo y promoción a la creación de empresa.

3. **Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (*Secondary Variables - SV*-)**

Así mismo, el modelo GEM recurre a datos compilados nacionalmente, como tamaño de la población, nivel de ingresos, tasa de empleo/desempleo, rango educativo, gastos e inversión en investigación y desarrollo, infraestructura vial y nivel de competitividad. Las fuentes más consultadas son: Banco Mundial, FMI, World Economic Forum, OCDE, ONU, USA Census, UE y Unesco. En el caso colombiano se usaron datos de: DNP, DANE, Fedesarrollo, Banco de la República y CEPAL).

Todo el trabajo es supervisado y administrado por un equipo de coordinación central en Londres, pero los equipos nacionales hacen la coordinación de las encuestas y las entrevistas realizadas en su país y se encargan de la redacción del reporte nacional, dando énfasis a aquellos aspectos propios del país y a las implicaciones que, en términos de política, pueden tener esos factores o variables.

6. ¿CÓMO SON NUESTROS EMPRESARIOS?

Durante los últimos 3 años, Colombia ha mantenido resultados estables en cuanto al nivel de actividad empresarial ya que en 2006, el TEA se ubicó en 22,48%; en 2007, la TEA fue de 22,72% y, en el año 2008, el TEA para Colombia alcanzó 24.52%, siendo nuevamente el tercer valor más alto a nivel mundial. Esto sitúa al país a nivel latinoamericano, detrás de Bolivia y Perú, y por delante de Venezuela, Argentina Chile y Brasil. La composición del indicador en 2008, se establece con “las nuevas empresas de cero a tres meses” (10,7%) y las empresas “entre 3 y 42 meses” (13.82%). Es importante anotar que la tasa de empresarios con empresas establecidas pasó de un 10,41% en 2006 al 14,07% en 2008.

Por edad:

El grupo humano con edades comprendidas entre 25 y 34 años presenta la mayor propensión hacia la creación de empresas con 31.9%. A nivel mundial, este es el grupo con la mayor propensión hacia la creación de nuevas empresas. La distribución de las edades para los propietarios de empresas establecidas, tanto a nivel global como en Colombia, presenta una mayor concentración en las edades de los 45 a los 54 años, con una propensión del 21,3%.

Por género:

En el 2008, la propensión hacia la creación de empresas de los hombres fue 30,25% mientras que la de las mujeres fue de 19,10%. Este dato es preocupante y plantea la necesidad de desarrollar programas que promuevan la creación de empresas entre las mujeres. Esta diferencia en Colombia es una de las más amplias de América Latina, aunque cabe resaltar que la participación en actividades empresariales de las mujeres ha aumentado casi dos puntos porcentuales desde el año 2006 cuando se inició el estudio GEM.

Por motivaciones e intereses:

Para el 23,22% de los colombianos, la razón fundamental para iniciar un proceso de creación de una empresa sigue siendo la búsqueda de un mejor nivel de ingresos. La búsqueda de la independencia se sitúa en un segundo rango con 19,53%. Estos valores se mantienen con respecto al año 2007. Sin embargo, se presenta un cambio frente a los datos de 2006 ya que en esa ocasión, el deseo de independencia llegó a 40.01% y el interés de mejorar los ingresos fue de 37.09%.

7. IMPACTO DE LA EDUCACIÓN EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL

7.1 Empresa por Oportunidad y por Necesidad

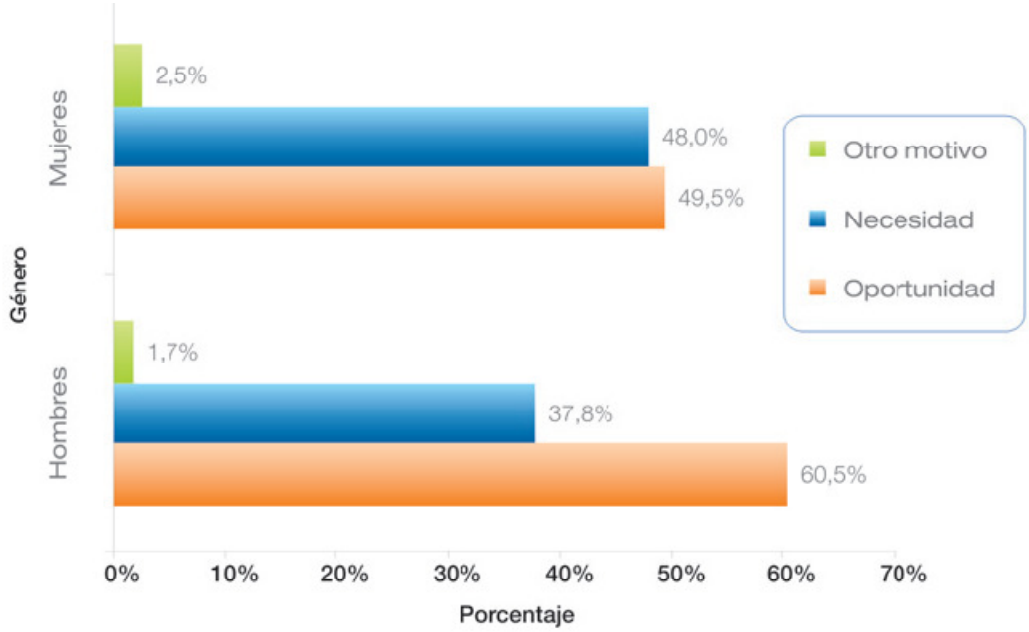
En el contexto GEM, se manejan dos tipos de motivaciones que impulsan a los individuos a recorrer una carrera empresarial:

a) La creación de empresas por oportunidad, que supone el análisis en profundo de una oportunidad de empresa, lo cual le daría a la empresa resultante de unas mejores condiciones de competitividad gracias al estudio efectuado.

b) La creación de empresas por necesidad. Es decir, como medio de subsistencia económica y de generación de ingresos "*in extremis*". Esta característica origina que no se efectúen análisis anteriores lo que provocaría una débil estructura competitiva.

En el caso del TEA en Colombia, se encuentra que 40% de las actividades empresariales son una creación resultado de una necesidad. Esto indicaría una falta de preparación de las iniciativas empresariales, una falta de análisis y de estrategia para desarrollar una oportunidad debido a la urgencia económica inmediata. Lo anterior implica que esas empresas se caracterizan por una baja competitividad y por esta razón, no tendrían una buena participación ni duración en el mercado. El 60% de las actividades empresariales son resultado de una oportunidad.

Gráfico 2: Hombres y mujeres empresarios por oportunidad o necesidad



Estas dos orientaciones (por oportunidad – por necesidad), caracterizan el comportamiento de los empresarios en cada una de las variables medidas por el estudio. Por ejemplo, de acuerdo con la edad, los resultados confirman que a medida que la edad avanza la propensión a encontrar un empresario por oportunidad es mayor y que cuanto más joven es el empresario, mayor la propensión a que sea resultado de una necesidad. De 18 a 24 años, 70%

de las mujeres que crea empresa lo hace por necesidad. En el caso de los hombres, el indicador alcanza un 76,5%.

En cuanto al género, se presentan diferencias entre hombres y mujeres en Colombia. En el gráfico 2, se observa que 38% de los hombres y el 48% de las mujeres que decidieron iniciar una actividad empresarial lo hicieron por necesidad. Entre tanto, el 60,5% de los hombres y el 49% de las mujeres manifiestan haber iniciado una empresa siguiendo una oportunidad.

7.2 La educación como factor motor de las actividades empresariales

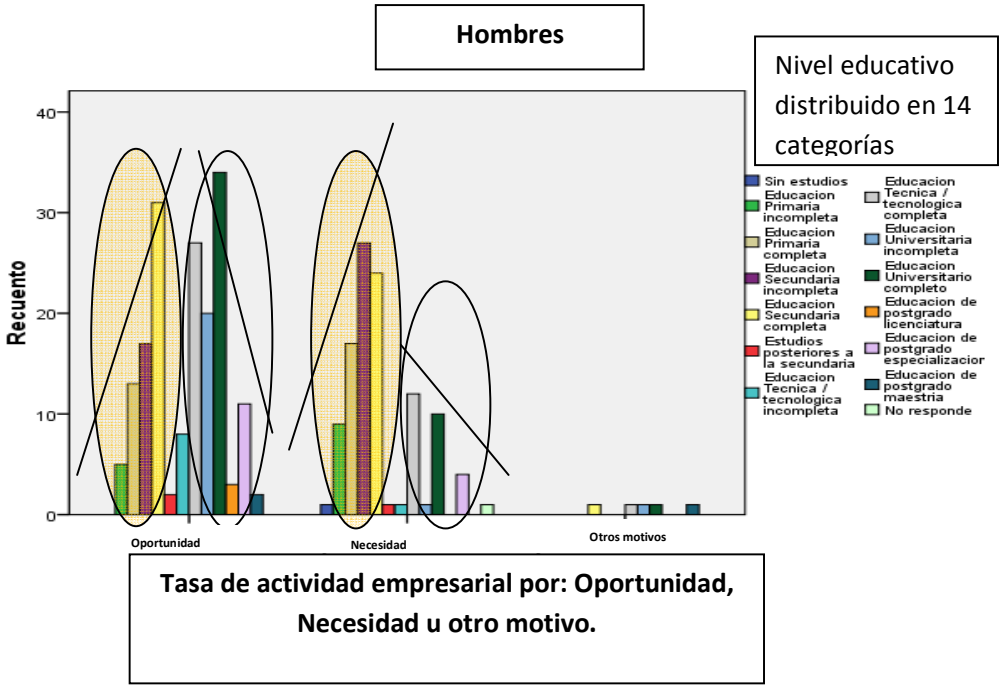
En cuanto a la relación de la tasa de actividad empresarial con los niveles de educación y género, se evidencia que en el caso de los hombres, a mayor nivel de educación existe una mayor propensión a crear empresas. Sin embargo, en las mujeres esta propensión a crear nuevas empresas no presenta una variación tan significativa con los diferentes niveles educativos. Pero, es posible asegurar que la proporción de nuevos empresarios por oportunidad para ambos géneros es más alta a medida que su nivel de educación aumenta, revelando así una relación directa entre el nivel de estudios y la TEA por oportunidad. (Ver Gráfico 3 y 4). Teniendo en cuenta este comportamiento, se podría decir que una estrategia para lograr hacer más empresas por oportunidad, o sea derivadas de un análisis profundo de la oportunidad empresarial y por ende más preparadas, sería fortalecer el trabajo en creación de empresas y en la motivación para emprender una carrera empresarial con las personas que han recibido una formación académica formal y empresarial. Además, se deben impartir capacitaciones en creación de empresa con el fin de mejorar las posibilidades de creación de empresas por oportunidad frente a las creadas por necesidad, mejorando las competencias de los empresarios.

Los gráficos, que presentan los resultados del comportamiento de los empresarios por género de acuerdo con sus características académicas, exponen realidades similares. En primera instancia, al analizar el grupo de empresarios hombres por oportunidad, los datos exponen una mayor actividad empresarial a medida que se avanza en las categorías de nivel de estudio. En la categoría *Primaria completa,* las actividades empresariales tienen un nivel de un

poco menos de 15%, luego aumenta a 17% en la categoría *Secundaria incompleta* y pasa a la categoría siguiente *Secundaria completa* con más de 30%. En ese punto, se presenta una brecha generada en la categoría *Estudios posteriores a secundaria* y *Educación técnica/tecnológica incompleta,* que se puede interpretar de dos maneras: el mercado laboral tiene también una alta demanda de individuos de las categorías intermedias o, es una etapa de transición ya que la categoría *Técnica y tecnológica completa* tiene una participación muy superior en los niveles de realización de actividades empresariales. Se presenta además un descenso en la actividad empresarial hacia el final de las categorías de nivel de estudio analizadas, a decir *Estudios de Post-grado*. Esto se puede interpretar como una baja participación de las personas con este perfil en la muestra o que el mercado laboral absorbe personas con calificaciones altas en términos de estudios.

En el caso de los hombres empresarios por necesidad, se evidencia un comportamiento similar al de los casos ya vistos en las actividades por oportunidad, pero con superiores tasas de actividad en etapas de educación *primaria completa y secundaria incompleta y completa*. Es igualmente claro que, contrariamente a las empresas por oportunidad, a medida que se avanza en el nivel académico formal, se reducen las actividades empresariales por necesidad. Se sigue observando el comportamiento identificado en la categoría *Educación técnica y tecnológica incompleta*, pues se reduce la participación de hombres en el proceso empresarial. Comparando los dos grupos estudiados, es más alta la proporción de hombres de niveles de educación básicos (primaria, secundaria y técnica-tecnológica) que crean empresa por oportunidad que aquellos que lo hacen por necesidad (Ver gráfico 3). Sin embargo, es importante decir que la participación de universitarios en la creación de empresa por necesidad alcanza casi un 10%. De acuerdo con la estructura socio-económica del país, es posible que exista un grupo de desempleados calificados que recurra a esta opción para solventar su situación.

Gráfico 3. Distribución de los nuevos empresarios, según motivación y nivel de estudios en Colombia - <u>Caso Hombres.</u>

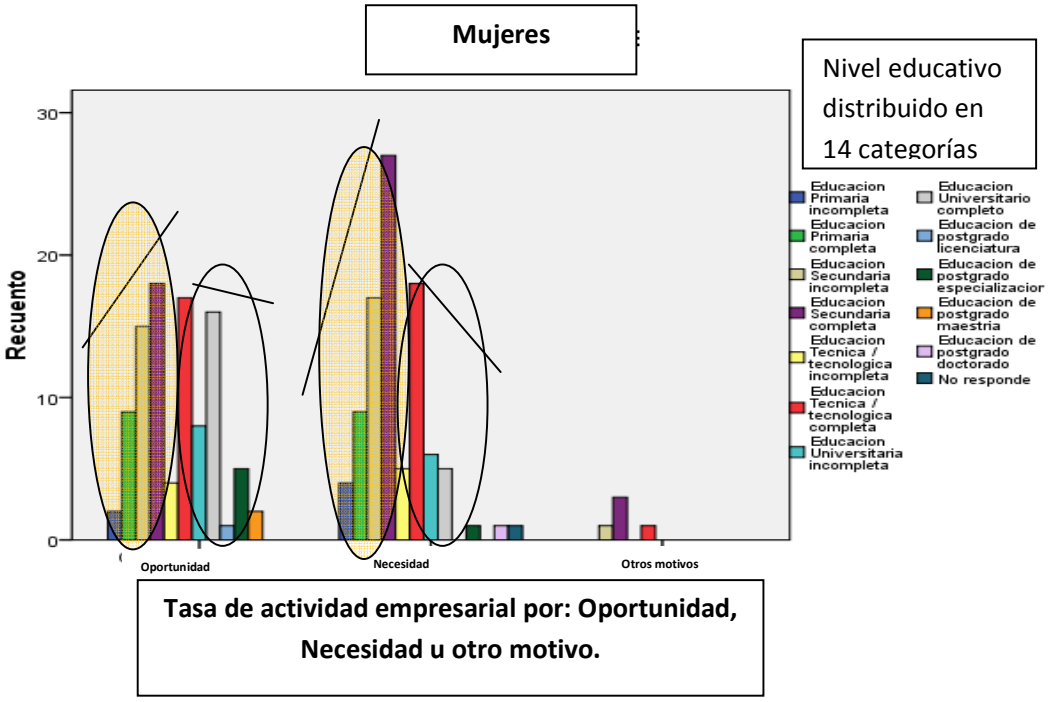


En segunda instancia, para el caso de las mujeres, la situación es más compleja porque como ya se ha mencionado, no existe una tendencia clara en el comportamiento de las actividades empresariales de acuerdo con el nivel de estudio. Se destaca antes que nada la existencia de un mayor porcentaje de actividades por necesidad que en el caso de los hombres. Se pueden determinar, dos grupos aunque con características diferentes. En las mujeres que crean empresa por oportunidad, se ve un aumento progresivo de la propensión a la creación de empresas a medida que aumenta el nivel de escolaridad. Condiciones socioeconómicas indicarían que se trataría por la absorción del mundo laboral similar al caso de los hombres. Además, teniendo en cuenta factores como la disminución del riesgo en actividades laborales "tradicionales" aspecto muy importante para las mujeres de acuerdo con el estudio GEM.

Al pasar a las categorías de estudio superiores, tanto para oportunidad como para necesidad, se nota una reducción de actividades empresariales en las mujeres. Vale la pena considerar, también, que es posible la condición natural de conformación de una familia como

factor explicativo de la reducción de actividades empresariales en niveles superiores de nivel académico. Esta idea permitiría suponer la elección por parte de las mujeres de considerar el sostenimiento de su familia como una directriz para realizar actividades de riesgo bajo. (Ver gráfico 4)

Gráfico 4. Distribución de los nuevos empresarios, según motivación y nivel de estudios en Colombia - <u>Caso Mujeres.</u>



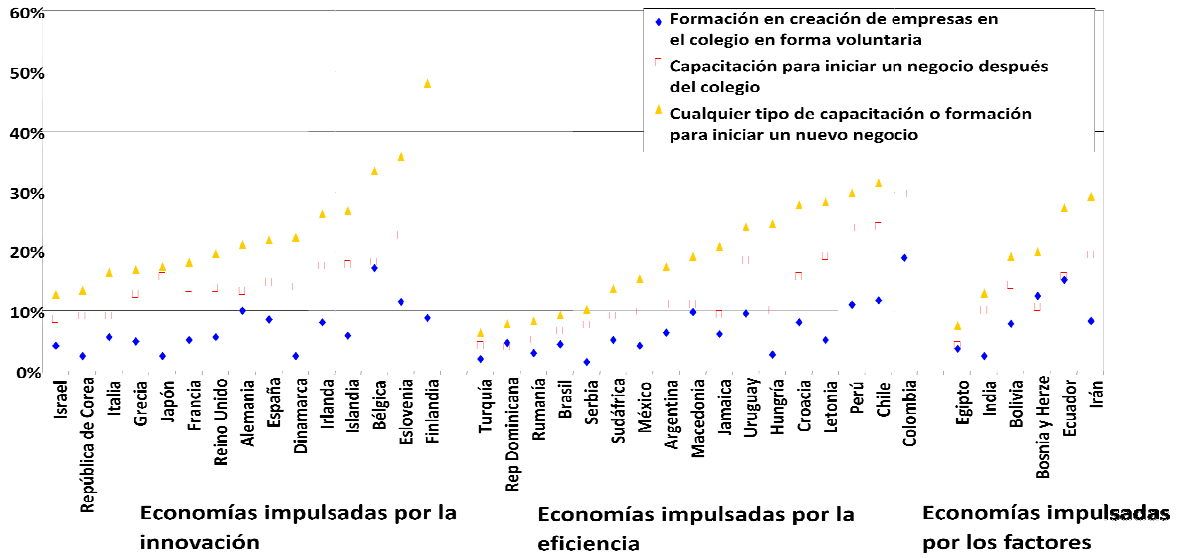
Es importante el cambio que existe de una categoría a otra. La tasa de creación de empresas por necesidad en las mujeres es superior frente a la tasa por oportunidad de las mujeres con las mismas características. La categoría *Educación secundaria completa* se destaca pues rompe con la tendencia y alcanza más de 25% de actividades empresariales por necesidad, cuando las demás categorías no superan el 20%. En los hombres también se observa el mismo comportamiento pero en menor variación frente al resto de las categorías.

7.3 Participación de la educación empresarial en la carrera empresarial

Analizando el acceso a la educación en formación empresarial en Colombia, 18,8% de los encuestados reportan que obtuvieron una formación empresarial en el colegio. Países de la región como Chile y Perú se sitúan por detrás de Colombia con 11%. Este buen indicador es el resultado de los esfuerzos realizados por instituciones educativas en el país. Adicionalmente, se han ido incorporando metodologías de aprendizaje para la formación empresarial en comunión con la ley 1014 de apoyo a la cultura empresarial de 2006 promovida por el Ministerio de Educación Nacional.

En cuanto a la formación secundaria, el país presenta un 29% de personas que dicen haber recibido formación empresarial en esta etapa, siendo el segundo país a nivel mundial detrás de Finlandia y primero en toda la región. En general, 40% de las personas reporta haber recibido cualquier tipo de formación o capacitación para iniciar una nueva actividad empresarial. Esta alta tasa de educación empresarial percibida se debería traducir en nuevas y mejores empresas (ver gráfico 5)

Gráfico 5. Porcentaje de personas entre los 18 y 64 años de edad según distintos tipos de formación y capacitación empresarial en los distintos países GEM 2008

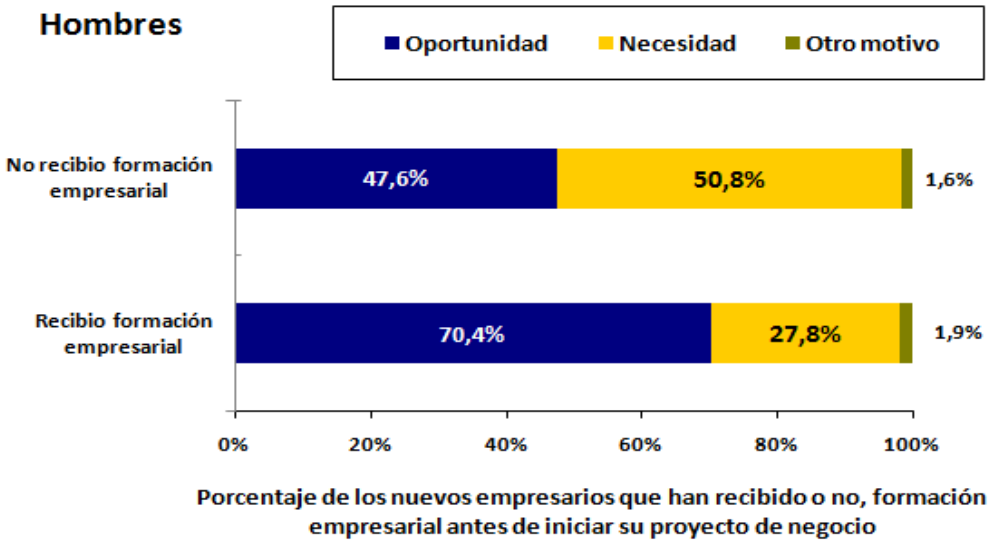


Fuente: Encuesta a la población adulta, GEM 2008.

La idea de establecer programas de formación empresarial debe ser la de fortalecer la creación de empresas por oportunidad, innovadoras y competitivas. Esta idea se vuelve evidente, al analizar los resultados que la confirman: Los hombres que han recibido algún tipo de formación o entrenamiento para la creación de nuevas empresas, generan más actividades empresariales por oportunidad que aquellos que no recibieron formación alguna de este tipo. Tal como lo muestra el gráfico 6, 70% de los hombres con formación empresarial crearon empresa motivados por una oportunidad, contrastando con el 48% de los que no recibieron ningún tipo de formación.

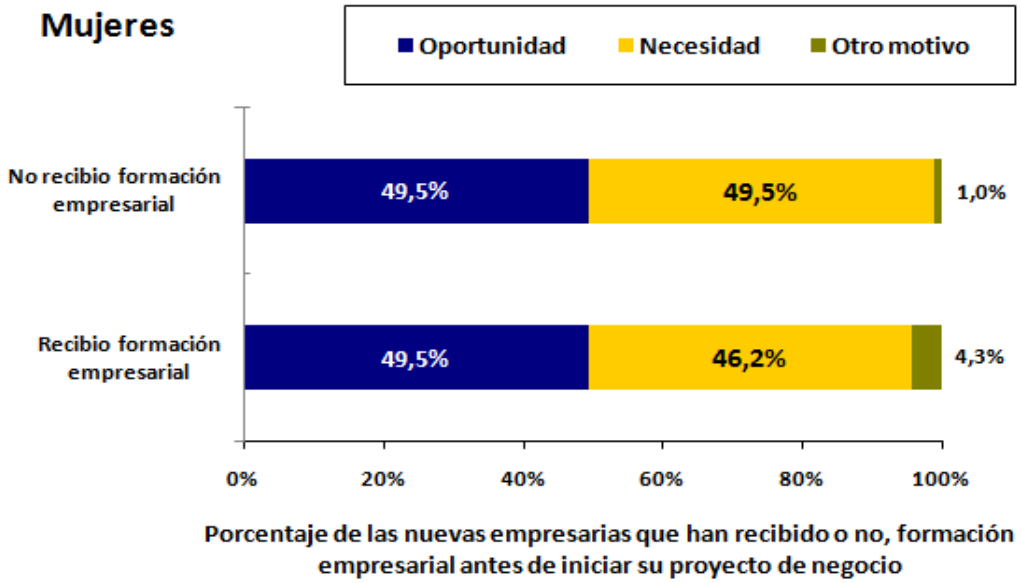
En el caso de las mujeres, nuevamente, la formación empresarial no es determinante para la creación de empresas por oportunidad. El gráfico 7 muestra el mismo porcentaje de empresas creadas por oportunidad, tanto para las mujeres con formación empresarial como para las que no la han recibido. Lo que implica que en el caso de las mujeres deben existir otros factores que inciden en el tipo de actividad empresarial. Aunque esto no quiere decir que la formación no sea importante.

Gráfico 6: Porcentaje de los nuevos empresarios con o sin formación empresarial según motivación para crear empresa



Fuente: Encuesta a la población adulta, GEM 2008.

Gráfico 7: Porcentaje de las nuevas empresarias con o sin formación empresarial según motivación para crear empresa



Fuente: Encuesta a la población adulta, GEM 2008.

8. CONCLUSIONES

El estudio GEM 2008 para Colombia establece los siguientes aspectos para tener en cuenta sobre el comportamiento empresarial del país:

- El tercer año del estudio GEM deja ver una tendencia clara de estabilidad en cuanto al nivel empresarial en Colombia comparando los resultados obtenidos en 2008 con los años anteriores (2006, 2007).

- Sin embargo, altos niveles de TEA no son una señal de buen comportamiento económico. Esto se traduce en inestabilidad empresarial entendida con una frecuencia alta de creación y cierre de empresas. Es decir, en un año, se realizan varios ejercicios empresariales infructuosos. Lo anterior se relacionaría con la falta de preparación formal y empresarial de los individuos.

- Al comparar los creadores de empresas por oportunidad y necesidad, se evidencia la mayor propensión a crear empresas por oportunidad a medida que el nivel educativo es mayor. Este

es un resultado altamente positivo, porque comprueba el impacto de la educación empresarial en la generación de nuevos procesos empresariales.

- Es necesario investigar profundamente que está pasando con los procesos de desarrollo empresarial en las mujeres pues presentan índices menores de actividad empresarial.

Es necesario que esfuerzos como GEM Colombia cuyos resultados brindan un importante conocimiento sobre el campo de la creación de nuevas empresas y su crecimiento, reciban un mayor apoyo ya que, a partir de los resultados obtenidos, los formuladores de políticas públicas y las entidades que trabajan por el desarrollo empresarial pueden contar con información confiable para cumplir con su labor.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Global Entrepreneurship Monitor: 2007, 2008 Executive Report - GEM consortium: www.gemconsortium.org
- Global Entrepreneurship Monitor Colombia: Informe Nacional 2006, 2007 y 2008 – Universidad Javeriana de Cali, Universidad de los Andes, Universidad del Norte y Universidad Icesi de Cali.
- Informes desempleo en Latinoamérica: http://www.eclac.org/
- Perry, G., Arias, O., López, J.H. Maloney, W., Servén, L.: Poverty reduction and growth: Virtuous y vicious circles- World Bank / 2006
- Llorente, L.: Qué pasa con la clase media en Colombia. Diario Portafolio- Febrero 4 / 2005