DINÁMICA EMPRESARIAL COLOMBIANA

GEM Colombia | Universidad ICESI | Universidad del Norte | Pontificia Universidad Javeriana Cali | Universidad de los Andes

DINÁMICA EMPRESARIAL COLOMBIANA

Rodrigo Varela
Liyis Gómez
Rafael Vesga
Fernando Pereira

Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Dinámica Empresarial Colombiana 2013

© 2014, Rodrigo Varela V., Ph. D. (Universidad Icesi), Jhon Alexander Moreno (Universidad Icesi), Monica Bedoya (Universidad Icesi), Liyis Gómez (Universidad del Norte), Juan Guillermo Restrepo (Universidad del Norte), Ignacio Negrette (Universidad del Norte), Tatiana Hernandez (Universidad del Norte), Eduardo Gómez (Universidad del Norte), Mariangela López (Universidad del Norte), Rafael Vesga (Universidad de los Andes), Fernando Pereira (Pontificia Universidad Javeriana Cali), Fabián Osorio (Pontificia Universidad Javeriana Cali), Ana Maria Fierro (Pontificia Universidad Javeriana Cali).

© Copyright Universidad Icesi, Universidad del Norte, Universidad de los Andes, Pontificia Universidad Javeriana Cali, 2014. Todos los derechos reservados.

104 p.; 21.5 cm x 28 cms

Instituciones Patrocinadoras:

- Universidad Icesi – Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial e International Development Research Centre (IDRC)–Canadá
- Universidad del Norte – Centro de Emprendimiento
- Universidad de los Andes – Centro de Emprendimiento e Innovación
- Pontificia Universidad Javeriana Cali–Grupo de Investigación EIDOS

ISBN 978-958-8357-85-0

Diseño editorial: Atelier 33
Coordinación Editorial: Monica Bedoya y Jhon Moreno
Impresión: Atelier 33

Hecho en Colombia
2014

El proyecto de investigación GEM, se realiza a través de un consorcio internacional de investigadores y de instituciones, que estuvo compuesto, en el 2013, por representantes de 70 países en los cinco continentes. En Colombia, este proyecto lo realiza un consorcio integrado por: Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali y Universidad de los Andes.

La interpretación de los resultados del presente texto es responsabilidad de los autores y no compromete el nombre de las instituciones patrocinadoras.

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

CONTENIDO

Resumen Ejecutivo 12

1 Introducción 14

2 Modelo GEM. 16

3 Metodología 20

4 Resultados 22
- 4.1 Aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales 22
- 4.2 Empresarios potenciales. 24
- 4.3 Empresarios Intencionales 28
- 4.4 Empresarios Nacientes 29
- 4.5 Empresarios Nuevos 32
- 4.6 Tasa total de la nueva actividad empresarial (TEA) 33
- 4.7 Empresarios establecidos 36
- 4.8 Integración de la tubería empresarial. 37
- 4.9 Discontinuidad de la actividad empresarial 41
- 4.10 TEA y el desarrollo socioeconómico 42
- 4.11 TEA por regiones y ciudades en Colombia 44

5 Perfil de los empresarios colombianos. 46
- 5.1 Edad 46
- 5.2 Género 48
- 5.3 Motivación. 49
- 5.4 Educación 51
- 5.5 Nivel de ingresos de los hogares 52
- 5.6 Situación laboral 53

6 Características de las empresas 54
- 6.1 Sector 54
- 6.2 Generación de empleo. 55
- 6.3 Tecnología. 58
- 6.4 Innovación. 59

7 Condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial 64

8 Temas especiales 76
8.1 "Well-being" y "Entrepreneurship" 76
8.2 Indicadores de satisfacción en el trabajo y de balance entre trabajo y vida personal. 79
8.3 Condiciones de infraestructura para la creación de empresas y el bienestar 79
8.4 Salud 80

9 Recomendaciones. 86

10 Conclusiones. 90

11 Referencias 93

Anexo 1. La investigación de campo. 95

Anexo 2. Equipo GEM Colombia 96

Anexo 3. Equipos nacionales que participan en GEM 2013. 96

Anexo 4. Glosario de los principales términos e indicadores. 97

Anexo 5. Actitudes y percepciones empresariales en los países GEM 2013 98

Anexo 6. Actividades empresariales en los países GEM 2013 100

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. El proceso empresarial 17
Figura 2. Tubería Empresarial 17
Figura 3. Modelo GEM 19
Figura 4. Tubería Empresarial. Colombia 2013 38
Figura 5. Tubería Empresarial. América Latina y el Caribe. 2013 38
Figura 6. Tubería empresarial de los empresarios colombianos. 2013. 40
Figura 7. Tubería empresarial de las empresarias colombianas. 2013 40

TABLA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Factores que determinan la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales. Colombia (2010-2013) 23
Gráfica 2. Indicador de empresarios potenciales en algunos países (2013). 26
Gráfica 3. Factores que definen a los empresarios potenciales contra los niveles de educación (2013). 27
Gráfica 4. Empresarios intencionales (2010 – 2013) 29
Gráfica 5. Empresarios intencionales por países (2013) 30
Gráfica 6. Empresarios nacientes (2010–2013) 31
Gráfica 7. Empresarios nuevos (2010–2013) 33
Gráfica 8. TEA en los países participantes en GEM 2013. 34
Gráfica 9. TEA (2010–2013) 35
Gráfica 10. Empresarios establecidos (2010-2013). 37
Gráfica 11. Discontinuidad de la actividad empresarial (2010-2013) 41
Gráfica 12. Razones para discontinuar una actividad empresarial. Colombia 2013 42
Gráfica 13. TEA vs. PIB PC. 43
Gráfica 14. TEA vs. PIB per cápita en América Latina y el Caribe 44
Gráfica 15.TEA por ciudades. Colombia 2013 45
Gráfica 16. Propensión de los empresarios nacientes/nuevos vs. Edad. Colombia (2012 – 2013) 47
Gráfica 17. Propensión de los empresarios establecidos por edad. Colombia (2012 – 2013) 47
Gráfica 18. TEA hombres/TEA mujeres. Colombia (2010-2013) 48
Gráfica 19. TEA hombre/ TEA Mujer por edad. Colombia 2013 48
Gráfica 20. Motivación en empresarios nacientes/nuevos. Colombia 2013 49
Gráfica 21. Motivación en empresarios nacientes/nuevos Colombia y grupos de países 2013 50
Gráfica 22. Empresarios nacientes/nuevos impulsados por la necesidad vs. edad. Colombia 2013 51
Gráfica 23. Empresarios nacientes/nuevos vs. nivel de educación. Colombia 2013. 51
Gráfica 24. TEA vs. nivel de ingresos. Colombia 2013 52
Gráfica 25. Sector económico en las empresas nacientes/nuevas y establecidas. Colombia 2013. 55
Gráfica 26. Distribución de las empresas nacientes/nuevas por subsectores. Colombia 2013 56

Gráfica 27. Distribución de las empresas establecidas por subsectores. Colombia 2013 56
Gráfica 28. Empleo actual generado por empresas nacientes/ nuevas empresas establecidas. Colombia 2013 57
Gráfica 29. Empleo que esperan generar en 5 años las empresas nacientes/nuevas y empresas establecidas. Colombia 2013 57
Gráfica 30. Nivel de tecnología de las empresas nacientes/ nuevas y las empresas establecidas. Colombia 2013 59
Gráfica 31. Nivel de innovación de las empresas nacientes/ nuevas y las empresas establecidas. Colombia 2013. 60
Gráfica 32. Nivel de innovación en las empresas nacientes/ nuevas. Colombia 2013 60
Gráfica 33. Nivel de innovación en las empresas establecidas. Colombia 2013 61
Gráfica 34. Nivel de innovación (nuevos productos y servicios) de las empresas nacientes/ nuevas y de las empresas establecidas. Colombia 2013 62
Gráfica 35. Nivel de innovación (internacionalización) de las empresas/nuevas y de las empresas establecidas. Colombia 2013 62
Gráfica 36. Condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial. NES Colombia 2013. 65
Gráfica 37. Indicadores sobre bienestar para empresarios nuevos y establecidos en Colombia y los tres grupos económicos. 2013 77
Gráfica 38. Satisfacción con el balance de la vida personal y profesional. 2013 80
Gráfica 39. Escala VAS para algunos países del Caribe. 2013 83
Gráfica 40. Escala VAS por edades y grupos. Colombia 2013. 83
Gráfica 41. Afiliación a sistemas de salud. Colombia 2013 84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Factores que determinan la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales. Colombia (2010-2013) 22
Tabla 2. Factores que determinan la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales en Colombia y en los tres grupos económicos (2013) 23
Tabla 3. Indicador de la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales. Colombia (2010-2013) 24
Tabla 4. Elementos socio-culturales que fomentan las iniciativas empresariales. NES Colombia 2013 24
Tabla 5. Apoyo a las mujeres. NES Colombia 2013 25
Tabla 6. Factores que definen a los empresarios potenciales. Colombia (2013) 25
Tabla 7. Factores que definen a los empresarios potenciales. Colombia (2010-2013). 26
Tabla 8. Indicador de empresarios potenciales. Colombia (2010-2013). . . . 27
Tabla 9. Factores que definen a los empresarios potenciales por género. Colombia (2013) 28
Tabla 10. Habilidades para crear empresa. NES Colombia (2010-2013) . . . 28
Tabla 11. Empresarios intencionales por género. Colombia (2013).. 29
Tabla 12. Empresarios nacientes por género (2013). 32
Tabla 13. Empresarios nuevos por género (2013). 32
Tabla 14. Razón entre empresarios nacientes y nuevos en algunos países y grupos económicos (2013) 35
Tabla 15. TEA por género (2013). 36
Tabla 16. Empresarios establecidos por género (2013) 37
Tabla 17. TEA por regiones. Colombia (2013). 44
Tabla 18. Porcentaje de empresarios nacientes/nuevos impulsados por la necesidad. Colombia (2010-2013) 50
Tabla 19. Empresarios nacientes/nuevos impulsados por necesidad vs. nivel educativo. Colombia 2013 51
Tabla 20. Empresarios nacientes/nuevos impulsados por la necesidad vs. nivel de ingresos. Colombia 2013 53
Tabla 21. Situación laboral. Colombia 2012 -2013 53
Tabla 22. Clasificación de los sectores económicos 54
Tabla 23. Sector económico de las empresas nacientes/ nuevas. Colombia (2010-2013) 55
Tabla 24. Sector económico de las empresas establecidas. Colombia (2010-2013) 55

Tabla 25. Apoyo al crecimiento. NES Colombia 2013 58
Tabla 26. Innovación. NES Colombia 2013 63
Tabla 27. Condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial. Datos mundiales 2013 66
Tabla 28. Financiación. NES Colombia (2012-2013) 67
Tabla 29. Transferencia de I&D. NES Colombia (2012-2013) 67
Tabla 30. Políticas de gobierno. NES Colombia (2012-2013) 68
Tabla 31. Educación y formación. NES Colombia (2012-2013). 69
Tabla 32. Programas de gobierno. NES Colombia (2012-2013) 71
Tabla 33. Infraestructura comercial y profesional. NES Colombia (2012-2013) 71
Tabla 34. Apertura de mercado interno. NES Colombia (2012-2013) 72
Tabla 35. Normas sociales y culturales. NES Colombia (2012-2013) 72
Tabla 36. Infraestructura física. NES Colombia (2012-2013) 73
Tabla 37. Medición subjetiva del bienestar en todos los países del mundo. 2013. 78
Tabla 38. Bienestar. NES Colombia 2013 80
Tabla 39. Indicadores de salud. Colombia 2013 81
Tabla 40. Estado de salud para diferentes grupos. Colombia 2013 82
Tabla 41. Tamaño final de la muestra 95

TABLA DE CUADROS

Cuadro 1. Países participantes en GEM 2013 clasificadores por región geográfica y nivel de desarrollo económico. 15
Cuadro 2. Dimensiones y niveles aplicados en el estudio de Salud. 81

RESUMEN EJECUTIVO

Al concluir el octavo ciclo de participación de Colombia en GEM, que es la investigación más comprensiva a nivel mundial en el área de creación de empresa por su cobertura y su metodología, el equipo GEM Colombia, compuesto por la Universidad Icesi (Coordinador en 2013), Universidad del Norte, Universidad de los Andes y Pontifica Universidad Javeriana de Cali, presentan a la comunidad empresarial y académica los resultados de este esfuerzo investigativo.

En el reporte encontrarán una gran cantidad de datos, conclusiones y recomendaciones que permiten analizar la dinámica empresarial de Colombia en el 2013 y hacer comparaciones con otras regiones geográficas y con grupos de países en varios periodos de tiempo.

La percepción sociocultural sobre las actividades empresariales mantiene un nivel alto (76.6%) superior a los niveles de economías impulsadas por factores (71.5%), por eficiencia (65.4%) y por innovación (58.8%).

La proporción de adultos que clasifica como empresarios potenciales mantuvo su alto nivel (64.6%), y la proporción de colombianos que considera que el temor al fracaso les impediría llevar a cabo su iniciativa empresarial es alto (31.8%).

En la etapa de empresarios intencionales, Colombia con el 54.5% ocupa el 4to lugar a nivel mundial y el 1er lugar entre las economías impulsadas por factores y por innovación.

El 13.6% de los adultos colombianos están en la etapa de "Empresarios nacientes", superior a los indicadores de los tres grupos económicos (factores, eficiencia e innovación).

En la etapa "Empresarios nuevos", Colombia con el 10.3% presenta una propensión superior a las economías impulsadas por eficiencia y por innovación.

En términos de la TEA (Tasa total de actividad empresarial temprana, que incluye "empresarios nacientes" y "empresarios nuevos"), Colombia ocupa con el 23.7% el 3er lugar en Latinoamérica y el 4to lugar en las economías impulsadas por la eficiencia.

Los "Empresarios establecidos" representan en Colombia el 5.9% de la población adulta,

indicador bastante bajo con respecto a las economías impulsadas por factores, por eficiencia y por innovación.

Al utilizar el concepto de "tubería empresarial" se identifican "fugas" muy importantes: 12 puntos porcentuales al pasar de aceptación socio cultural (77%) a empresario potencial (65%), 10 puntos porcentuales al pasar de empresario potencial a empresario intencional (55%), 41 puntos porcentuales al pasar de empresario intencional a empresario naciente (14%), 4 puntos porcentuales que representan una variación del 33% al pasar de empresarios nacientes a nuevos empresarios (10%) y una variación de 4 puntos porcentuales, que representan una variación del 40%, al pasar de empresarios nuevos a empresarios establecidos (6%). Las diferencias entre géneros, son manifiestas en todas las etapas de la "Tubería empresarial".

A lo largo del reporte se analizan en detalle una serie de variables, y se hacen asociaciones entre ellas y los datos de las empresas nacientes/nuevas (TEA) y de las empresas establecidas: edad, género, educación, motivación (por necesidad o por oportunidad), ingreso familiar, situación laboral previa, sector económico, generación de empleo, tecnología usada, innovación; lo cual permite deducir una serie importante de conclusiones y de recomendaciones.

Las condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial, que fueron evaluadas por 36 expertos nacionales, muestran indicadores inferiores a 3.0 (utilizando una escala Likert de 1 a 5) en: Financiación, Transferencia de investigación y desarrollo, Políticas de gobierno, Educación y formación, Infraestructura comercial, Apertura de mercado interno, Habilidades para crear empresa, Derechos de autor.

Como tema especial en 2013, GEM estudió el bienestar en los empresarios. Los resultados muestran que Colombia presenta niveles superiores a los de los tres grupos económicos respecto a la medición subjetiva de bienestar. Asimismo, los empresarios establecidos tienen un nivel de bienestar subjetivo mayor al de los empresarios nacientes/nuevos, y estos empresarios presentan mayores niveles de bienestar que el resto de la población adulta.

Los empresarios presentan un menor nivel de bienestar que las empresarias; y los empresarios por oportunidad presentan mayor bienestar que los empresarios por necesidad.

Igualmente se estudió el balance entre la actividad empresarial y la vida personal y se encontró que los empresarios nacientes/nuevos se sienten mejor que los empresarios establecidos y que en este concepto no hay diferencias muy significativas entre hombres y mujeres. Los empresarios por oportunidad no se diferencian de los empresarios por necesidad.

Otro tema que se investigó en el 2013 fue la condición de salud de los empresarios y se encontró que en las categorías: movilidad, autocuidado, ejecución de actividades comunes, dolor/malestar. Los empresarios nacientes/nuevos presentan menores limitaciones o problemas de salud que las personas que están buscando empleo. En el caso de la categoría: ansiedad/depresión, los desempleados presentan mayores niveles de limitación o problemas.

Se presentan una serie de recomendaciones que permitan un mejor desarrollo del sistema de cultura empresarial y faciliten la aparición de más y mejores empresas.

Para el equipo de investigación GEM Colombia será un placer atender inquietudes que se deriven de estos resultados y espera de los lectores recomendaciones que permitan mejorar este estudio a lo largo de los años por venir.

1 INTRODUCCIÓN

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el proyecto de investigación de mayor cobertura y alcance en el mundo, cuyos objetivos son: analizar la propensión de la población adulta de un país hacia la actividad empresarial e identificar las condiciones que facilitan o impiden estas iniciativas empresariales. GEM fue concebido en 1997 por la London Business School, y por Babson College. El primer ciclo del estudio GEM lo conformaron 10 equipos nacionales en 1999 (Dinamarca, Finlandia, Israel, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y Estados Unidos). En 2004, London Business School y Babson College transfirieron el capital intelectual de GEM a la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), una organización sin ánimo de lucro orientada por los representantes de los equipos nacionales, de las dos instituciones fundadoras y de las instituciones patrocinadoras. Durante su existencia, GEM ha realizado sus investigaciones en 90 países.

En 2013, más de 197.000 adultos y aproximadamente 3.800 expertos nacionales fueron encuestados para la realización de este proyecto de investigación que se llevó a cabo en 70 países del mundo, los cuales representan cerca del 75% de la población mundial y 90% del PIB mundial total.

Con un creciente número de economías participantes en el proyecto, GEM realiza dos tipos de agrupaciones: la primera por regiones geográficas (África Subsahariana, Medio Oriente y Norte de África, América Latina y el Caribe, Asia Pacífico/Sur de Asia, Europa -distinguiendo economías que son parte de la Unión Europea y las que no lo son-, y Norte América); y la segunda, según las características de las economías, igual que lo hace el Foro Económico Mundial en su reporte sobre competitividad (Schwab K., et al., 2013) que integra los diversos países en tres grandes grupos: Economías impulsadas por factores, Economías impulsadas por la eficiencia, Economías impulsadas por la innovación.

Usando estas dos agrupaciones, GEM puede comparar los resultados de un país bien sea con las economías en similar nivel de desarrollo y con las economías de su entorno geográfico.

El cuadro 1 muestra las economías involucradas en GEM 2013 agrupadas en las dos dimensiones ya mencionadas.

En su proceso investigativo GEM se centra en los siguientes objetivos:

- Identificar y comparar las características de la actividad empresarial entre diferentes países, regiones y economías.
- Determinar el grado en el cual la actividad empresarial se relaciona con el crecimiento económico de los países.
- Identificar los factores que favorecen y/o dificultan la actividad empresarial.
- Orientar la formulación de políticas eficaces y focalizadas destinadas a fomentar el espíritu empresarial.

Colombia se vinculó a GEM en el 2006 mediante un consorcio de cuatro universidades: la Universidad Icesi de Cali, la Universidad del Norte de Barranquilla, la Universidad de los Andes de Bogotá y la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Entre todas se estableció un sistema de rotación de coordinación del proyecto.

En el ciclo correspondiente a 2013 la coordinación del proyecto GEM, en Colombia estuvo a cargo del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi.

Cuadro 1. Países participantes en GEM 2013 clasificadores por región geográfica y nivel de desarrollo económico.

Región	Economías impulsadas por factores	Economías impulsadas por la eficiencia	Economías impulsadas por la innovación
América Latina y el Caribe		Colombia, Argentina, Brasil, Barbados, Chile, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Panamá, Perú, Surinam, Uruguay	Trinidad y Tobago
Medio Oriente y el Norte de África	Algeria, Irán, Libia		Israel
África Sub-Sahariana	Angola, Botsuana, Ghana, Malawi, Nigeria, Uganda, Zambia	Namibia, Sur África	
Asia Pacífico y Sur Asia	India, Filipinas, Vietnam	China, Indonesia, Malasia, Tailandia	Japón, República de Corea, Singapur, Taiwán
Europea (pertenecientes a la Unión Europea)		Croacia, Estonia, Hungría, Lituania, Letonia, Polonia, Rumania, Eslovaquia	Bélgica, República Checa, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, España, Eslovenia, España, Suecia, Reino Unido
Europea (no pertenecientes a la Unión Europea)		Bosnia, Macedonia, Rusia, Turquía	Noruega, Suiza
América del Norte			Canadá, Puerto Rico, Estados Unidos

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor: 2013 Global Report (2014)

MODELO GEM 2

El proceso empresarial es un continuo que involucra diversas etapas bien caracterizadas. GEM lo ha integrado en un entorno socio cultural y económico y en un ecosistema de apoyo bajo el cual las personas actúan cuando pretenden acometer iniciativas orientadas hacia la creación de valor a través de la creación de empresas. La figura 1, ajustada del modelo básico GEM, muestra las diversas etapas del proceso, pero incluye también elementos importantes del mismo: los periodos de concepción, nacimiento y persistencia; los perfiles empresariales y sus componentes, las discontinuidades de las actividades empresariales.

Varela y Soler (2013), desarrollaron el concepto de "Tubería empresarial", a partir de la conceptualización GEM para facilitar el análisis integrado de todas las etapas y la identificación de las "fugas" que se presentan a lo largo del proceso.

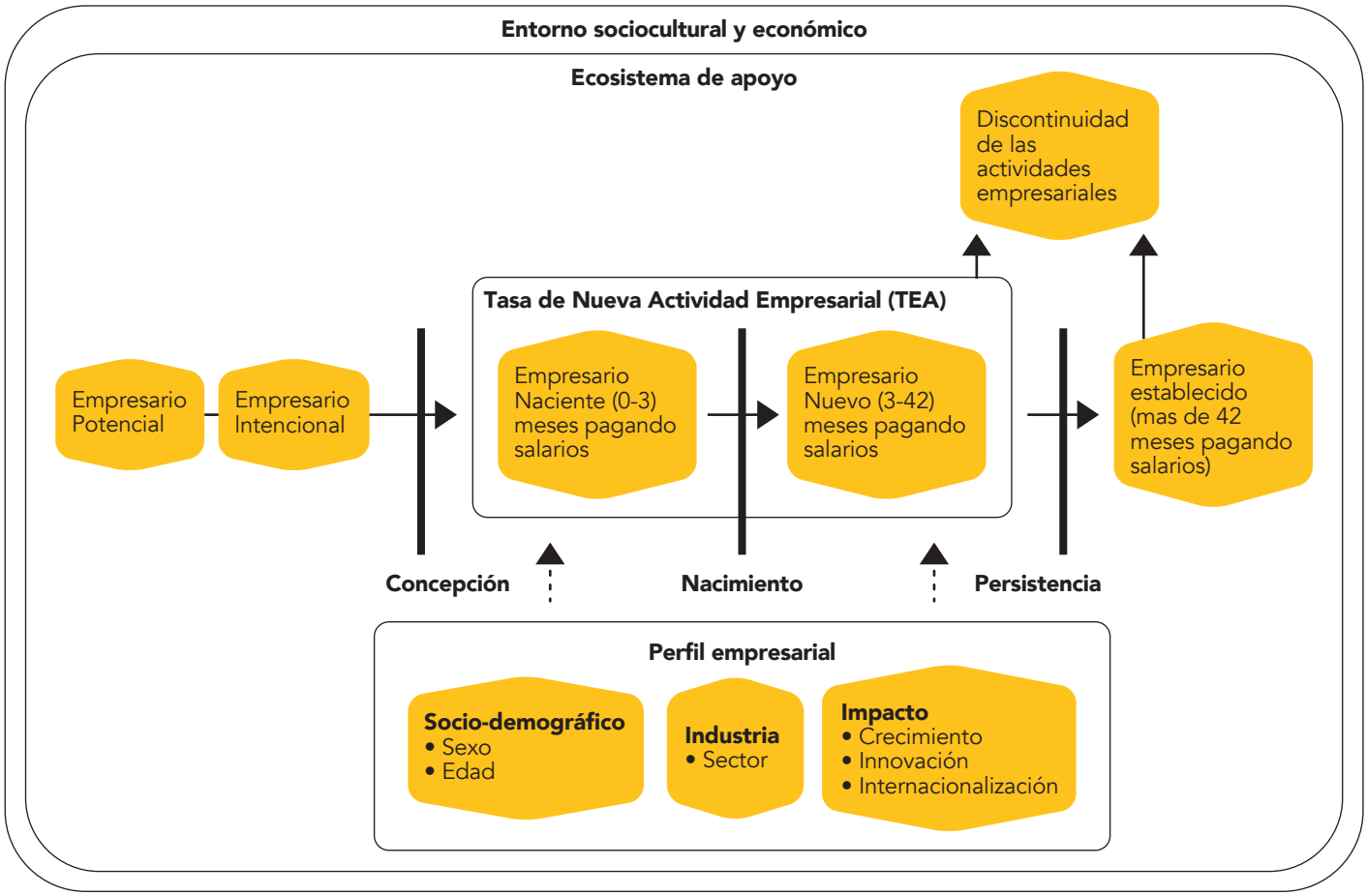
La figura 2 presenta la tubería con sus diversas etapas, las cuales se describen a continuación.

I. Aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales: El proceso empresarial es un proceso social entre personas que viven con una condición cultural y social específica, por esta razón la primera etapa de la tubería empresarial, mide el porcentaje de personas que tiene una percepción positiva sobre la actividad empresarial. Para medir esta etapa en el estudio GEM, se pregunta a los encuestados: 1) Si ellos consideran que iniciar una nueva empresa es una buena elección de carrera, 2) Si ellos asocian a los empresarios con un alto estatus, y 3) Si hay mucha atención positiva de los medios hacia las actividades empresariales del país.

Una percepción positiva de los tres conceptos mencionados fomentará la motivación, la orientación profesional, y el compromiso de las personas con la carrera empresarial, lo que aumenta la proporción de adultos dispuestos a intentar iniciar una nueva empresa, y el número de empresarios activos dispuestos a mantener sus empresas en constante crecimiento.

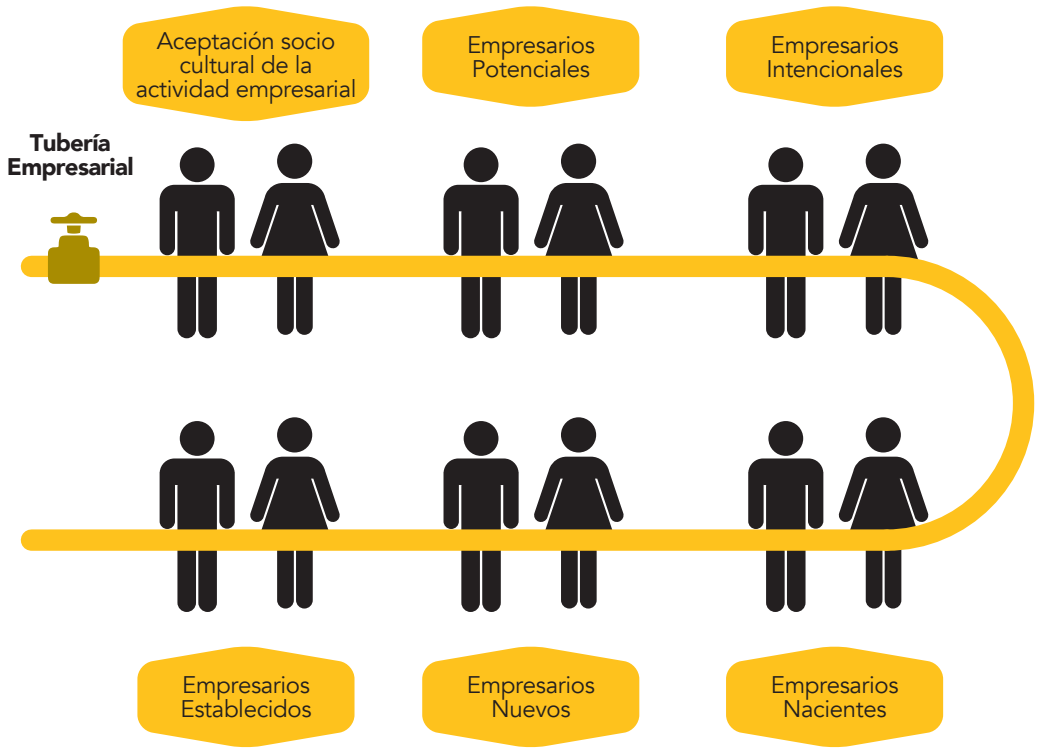
II. Empresarios Potenciales: La segunda etapa en la tubería empresarial determina el porcentaje de personas que tiene el potencial de convertirse en empresarios. Los empresarios potenciales se miden a través

Figura 1. El proceso empresarial



Fuente: Adaptado de Global Entrepreneurship Monitor: 2013 Global Report (2014)

Figura 2. Tubería Empresarial



de preguntas sobre: la capacidad de percibir oportunidades en el área donde viven, el tener las habilidades necesarias para crear y manejar una empresa, y el tener la capacidad de superar el miedo al fracaso.

III. Empresarios Intencionales: La tercera etapa de la tubería empresarial determina el porcentaje de personas que tiene la firme intención de iniciar una nueva actividad empresarial, solo o con otras personas, en los próximos tres años.

IV. Empresarios Nacientes: La cuarta etapa en la tubería empresarial determina el porcentaje de las personas que ya han realizado alguna actividad específica en la creación de la nueva actividad empresarial pero sólo han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios por menos de tres meses.

V. Empresarios Nuevos: La quinta etapa en la tubería empresarial determina el porcentaje de las personas que han estado al frente de su iniciativa empresarial y han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) por más de 3 meses, pero por menos de 42 meses (3,5 años).

VI. Empresarios Establecidos: La sexta y última etapa en la tubería empresarial determina el porcentaje de las personas adultas que han estado al frente de su iniciativa empresarial, que ha sobrevivido por más de 42 meses (3.5 años) pagando salarios o cualquier otro tipo de remuneración a empleados o propietarios.

Es importante para GEM no sólo conocer el porcentaje de población adulta en cualquiera de las etapas de la tubería empresarial en un determinado año, sino también entender el perfil empresarial que caracteriza a las personas que están en cada una de esas etapas; y por ello, en adición a los componentes demográficos, analiza una serie de variables de impacto, de sector económico, y de motivación, entre otros.

Desde su comienzo, GEM ha perseguido y explorado la relación que existe entre el desarrollo empresarial y el desarrollo económico (Wennekers and Thurik, 1999; Caree and Thurik, 2003; Acs, 2006; Audretsch, 2007). La figura 3 presenta el modelo conceptual GEM, que establece unos elementos claves de la relación entre desarrollo empresarial y crecimiento económico y la manera en la cual estos elementos interactúan (Bosma et al. 2009).

Es importante visualizar que el nivel de desarrollo socio-económico expresado por los diversos indicadores (generación de empleo, crecimiento del PIB, innovación, valor social y económico generado, distribución de riqueza, etc), se ven afectados directamente por la dinámica empresarial, expresada esta por el valor neto generado tanto por las empresas tradicionales y antiguas, como por las empresas nuevas, según la ecuación:

Valor neto generado	=	**Valor producido** (Nuevas empresas, innovaciones, expansiones, crecimiento)	–	**Valor perdido** (Cierre de empresas, obsolescencia, contracciones, decrecimiento)

En el caso de las empresas establecidas, la capacidad interna de la empresa y de sus empleados para mantener una dinámica empresarial positiva (valor neto generado positivo) depende de la orientación empresarial de la misma y de las capacidades que estimule en sus ejecutivos, empleados y operarios para crear nuevas fuentes de valor (Intraempresario/Intraemprendimiento, empresario corporativo, etc.).

En el caso de las nuevas empresas, los factores críticos para una dinámica empresarial positiva, están asociados al perfil de esos empresarios expresados en sus actitudes, en su actividad y en sus aspiraciones.

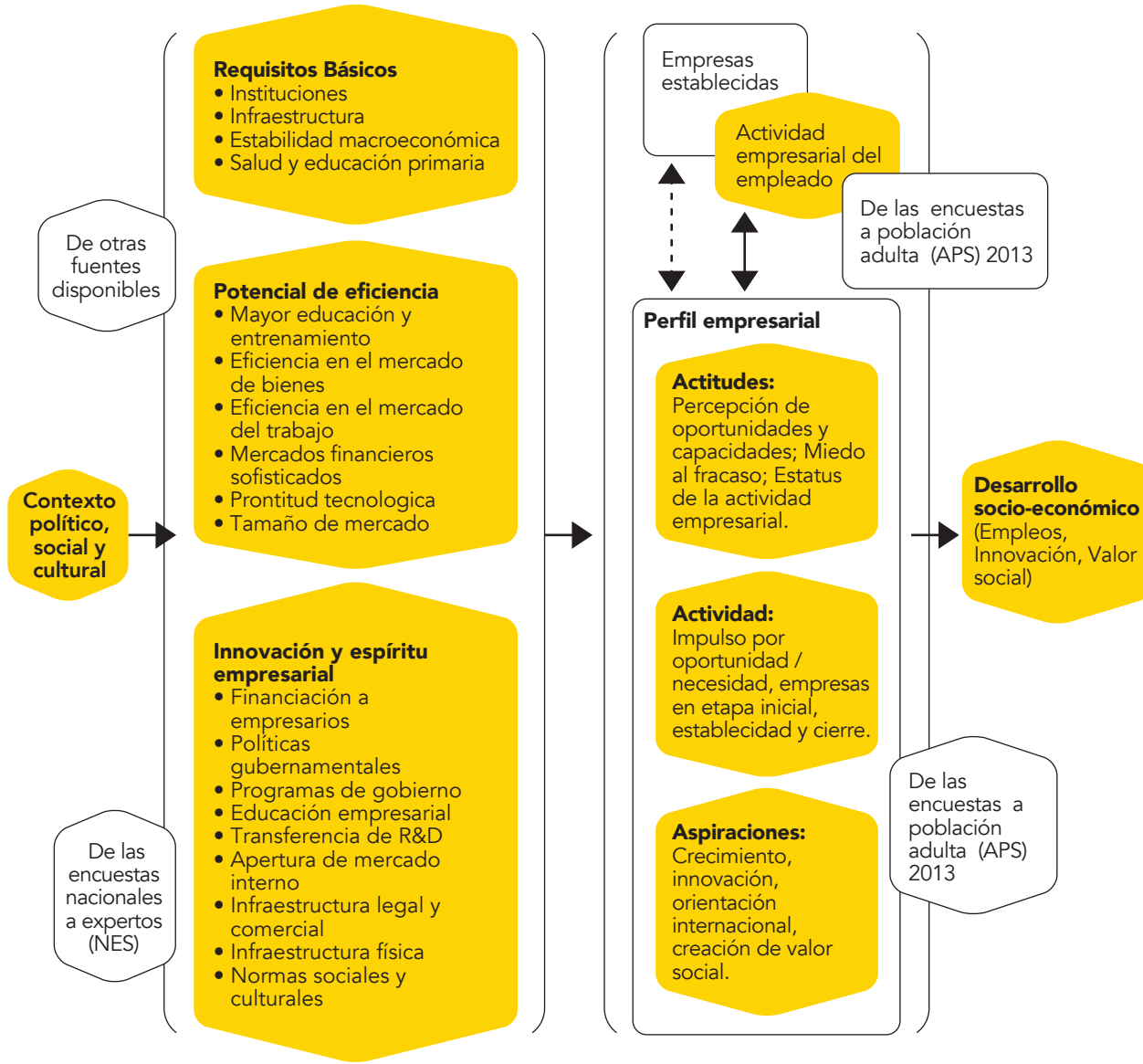
Pero tanto las empresas establecidas como las nuevas empresas requieren de factores de entorno para su proceso de creación de valor y GEM los agrupó en tres categorías: Requi-

sitos básicos, Factores que potencializan la eficiencia y Factores de innovación y espíritu empresarial; y todo este modelo enmarcado en el contexto político, social y cultural.

Con el fin de aumentar el desarrollo socioeconómico de un país, políticas efectivas y adecuadas deben ser formuladas para fomentar las tres grandes categorías del entorno empresarial y así mejorar la capacidad de tener más y mejores empresas, más y mejores empresarios, pues solo a través de ellas y ellos es posible agregar valor a la economía y a la sociedad.

GEM utiliza diversos mecanismos para medir cada una de las variables de este modelo, y aunque se expresan en la figura 3, se explicaran mejor en la sección de metodología.

Figura 3. Modelo GEM



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor: 2013 Global Report (2014)

METODOLOGÍA 3

Con el fin de comparar los resultados entre todos los países participantes, la metodología utilizada por el estudio GEM ha sido estandarizada en todo el mundo, y se compone de tres fuentes de información.

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

Es aplicada a una muestra de la población general de 18 a 64 años de edad. En Colombia se aplicaron, en 2013, 3400 encuestas en 35 municipios, que representan a la población segmentada en términos de urbano/rural, edades, género, estratos económicos. Estas encuestas miden la proporción de personas de 18 a 64 años que pertenecen a cada una de las etapas de la tubería empresarial, pero también miden las actitudes, aspiraciones e intenciones con respecto a la actividad empresarial, los perfiles empresariales, los procesos de discontinuidad de las actividades empresariales, y muchas otras variables relativas a los empresarios y a sus empresas.

Encuesta a expertos nacionales (National Expert Survey, NES).

Según la metodología GEM, para evaluar las condiciones del entorno económico e institucional que rodea a la actividad empresarial se recoge la opinión de expertos que conocen de cerca la evolución de las condiciones para la creación de empresas. En 2013, en Colombia se seleccionaron 36 expertos, que opinaron sobre las 9 condiciones básicas de infraestructura empresarial: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, transferencia de investigación y desarrollo, y apertura del mercado interno; y adicionalmente opinaron sobre los principales factores que obstaculizan, impulsan y promueven la actividad empresarial. En 2013 también se consultaron percepciones sobre los siguientes temas: oportunidades, habilidades y motivación para crear empresa, legislación de la propiedad intelectual, apoyo a la mujer, apoyo al crecimiento, innovación, bienestar, creación de empresas.

Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (Secondary Variables, SV).

Existe una serie de datos sobre cada país participante que se utilizan para evaluar tanto los requerimientos básicos como los estimuladores de eficiencia: población, nivel de ingresos, tasas de empleo y desempleo, inversión en investigación y desarrollo, infraestructura vial, inversión en investigación, nivel de competitividad, producto interno bruto,

y facilidad para hacer negocios. Estos datos son recolectados por el equipo central de coordinación del proyecto GEM en Londres y se usan los datos producidos por: Banco Mundial, Fondo Internacional Monetario, OCDE, UNESCO, USA Census, Doing Business Report, Heritage Foundation, y muchas otras fuentes secundarias de información.

La encuesta a población adulta (APS), fue realizada en el 2013 por el Centro Nacional de Consultoria, bajo riguroso control, tanto por el equipo nacional como por el equipo central de GERA, para cumplir todos los requisitos que hicieran de ella una encuesta valida que considerara adecuadamente todos los segmentos definidos. El anexo 1 presenta los datos básicos de esta encuesta.

La encuesta nacional a expertos (NES), fue aplicada por los investigadores del equipo nacional usando internet, teléfono y metodología cara a cara.

Los datos de las encuestas fueron auditados, armonizados, homogenizados, ponderados y procesados por GERA y su unidad de apoyo estadístico.

4 RESULTADOS

Para el análisis e interpretación de los resultados se harán varios tipos de comparaciones: en algunos casos se harán análisis longitudinales en el tiempo para identificar variaciones y tendencias; en otros casos se harán comparaciones entre grupos geográficos (especialmente América Latina y el Caribe) y en otros casos se harán comparaciones con los tres tipos de economías: factores, eficiencia e innovación. Es importante recordar que Colombia pertenece a los países cuya economía se considera impulsada por la eficiencia.

4.1 ACEPTACIÓN SOCIO-CULTURAL SOBRE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES

La percepción socio-cultural sobre la actividad y la iniciativa empresarial es medida por el porcentaje de personas que expresan una percepción positiva sobre tres aspectos: a) ¿Es el inicio de una empresa una opción deseable de carrera?; b) ¿Tienen los empresarios un alto estatus social?; c) ¿Hay mucha atención positiva de los medios hacia la actividad empresarial?

La tabla 1 presenta los resultados obtenidos en Colombia en el periodo 2010-2013.

Tabla 1. Factores que determinan la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales. Colombia (2010-2013)

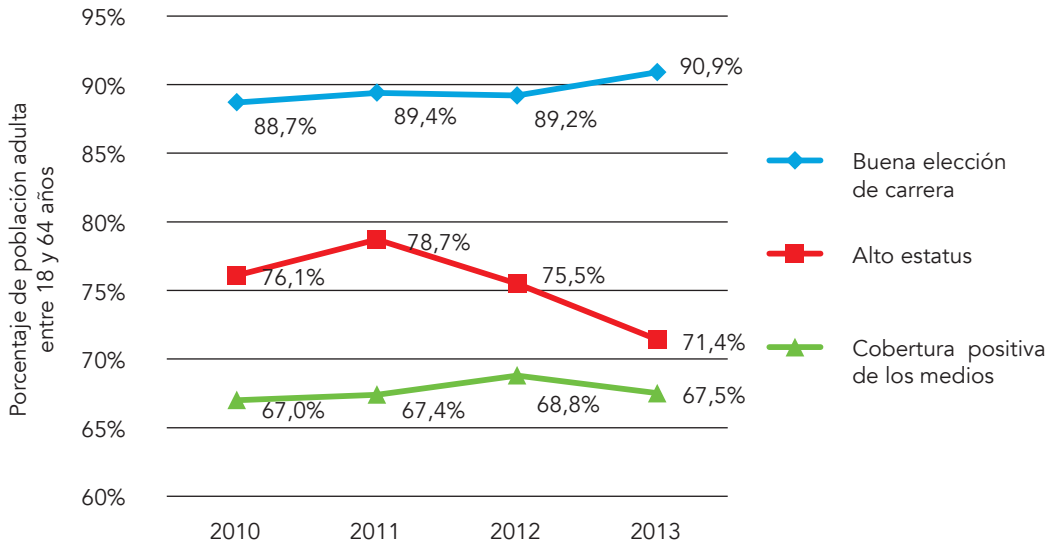
	2010	2011	2012	2013
Buena elección de carrera	88,7%	89,4%	89,2%	90,9%
Alto estatus	76,1%	78,7%	75,5%	71,4%
Cobertura de los medios	67,0%	67,4%	68,8%	67,5%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Al analizar estas tres variables en el ciclo 2010-2013 (ver tabla 1 y gráfica 1), se observa que las variaciones significativas se han presentado sólo en el porcentaje de adultos que considera que los empresarios tiene un alto estatus social. Las otras dos variables han permanecido bastante estáticas.

Al comparar los datos del 2013 con los tres grupos de economías (Tabla 2), se observa que Colombia tiene una percepción positiva

Gráfica 1. Factores que determinan la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales. Colombia (2010-2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

superior, en el tema de considerar que ser empresario es una buena elección de carrera, respecto a todos los grupos económicos. En el tema de alto estatus y de cobertura positiva de los medios, Colombia luce mejor que las economías impulsadas por la innovación y por la eficiencia; pero inferior a las economías impulsadas por factores.

Tabla 2. Factores que determinan la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales en Colombia y en los tres grupos económicos (2013)

	Buena elección de carrera	Alto estatus	Cobertura positiva de medios
Economías impulsadas por los factores	75,3%	80,1%	69,8%
Economías impulsadas por la eficiencia	67,8%	67,0%	61,4%
Economías impulsadas por la innovación	53,5%	67,3%	55,7%
Colombia	90,9%	71,4%	67,5%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

En principio se esperaría que a mayor desarrollo económico (mayor número de empresarios y empresas exitosas y reconocidas), mayor fueran estas tres variables en la percepción de sus sociedades; pero por otro lado, el factor de limitaciones del desarrollo y de oportunidades laborales impulsa más al fortalecimiento de las empresas en los países de menor desarrollo. Esta dualidad se manifiesta más adelante al investigar las motivaciones en cada economía hacia la creación de empresas y el tipo de empresas que se crean en cada una de ellas.

Para condensar la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales en el modelo de la tubería empresarial, se calcula un promedio aritmético de las tres variables analizadas. La tabla 3 presenta el indicador para Colombia en el periodo 2010-2013

Durante varios años, los resultados agregados de Colombia en términos de aceptación sociocultural sobre actividades empresaria-

les han sido mejores que los presentados por los tres grupos económicos. En el 2013, los resultados fueron: Factores: 75.1%, Eficiencia: 65.4%, Innovación: 58.8%.

Tabla 3. Indicador de la aceptación socio-cultural sobre las actividades empresariales. Colombia (2010-2013)

	2010	2011	2012	2013
Percepción sociocultural sobre las actividades empresariales	77,3%	78,5%	77,8%	76,6%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Este indicador, claramente manifiesta que en la mente de un porcentaje bastante alto de colombianos, hay una percepción positiva y de aceptación a la idea de convertirse en empresario. Ese 76.6%, que representa aproximadamente 23.5 millones de Colombianos adultos, generará en los próximos años demandas de apoyo a esta iniciativa y por ello la reformulación de la ley 1014, para ampliar su cobertura, sus programas, sus recursos y todo el entorno de apoyo, es algo de gran trascendencia para poder atender esta demanda social que claramente está identificada.

La tabla 4 presenta los resultados de la encuesta nacional a expertos (NES) en algunas variables asociadas con percepciones sociales. Se usó una escala Likert de 1 a 5, donde 5 significa completamente de acuerdo con el enunciado, y 1 significa completamente en desacuerdo. El valor más alto fue asignado a la idea "Los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social" (4.17), seguido por "La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos" (3.94).

Otro elemento importante sobre la percepción y aceptación sobre iniciativas empresariales, son las características especiales que pueden aplicarse a las mujeres.

Como se muestra en todo el reporte, por lo general, la brecha entre hombres y mujeres sigue latente, donde las mujeres tienen desventajas en términos de su participación en procesos y actividades empresariales. En la NES, se pidió a los expertos sus percepciones sobre el apoyo que se le ofrece a la mujer y la tabla 5 muestra que en términos de percepciones culturales hay limitaciones muy claras que posiblemente son las causantes de las diferencias que se muestran entre hombres y mujeres a lo largo de este estudio. Tabla 4. Elementos socio-culturales que fomentan las iniciativas empresariales. NES Colombia 2013

Tabla 4. Elementos socio-culturales que fomentan las iniciativas empresariales. NES Colombia 2013

	2013
La creación de nuevas empresas es considerada como una manera adecuada para hacerse rico.	3,28
La mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable.	3,58
Los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social.	4,17
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito.	3,50
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos.	3,94

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

4.2 EMPRESARIOS POTENCIALES

GEM mide los empresarios potenciales como el porcentaje de personas que expresan una percepción positiva sobre tres factores: a) Habilidad para percibir oportunidades de empresa; b) Confianza en sus capacidades y habilidades para crear y manejar una nueva empresa; c) Capacidad para superar el temor al fracaso, a pesar de haber percibido oportunidades (Este factor se evalúa como el complemento de los

Tabla 5. Apoyo a las mujeres. NES Colombia 2013

	2013
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2,79
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3,54
Se fomenta entre las mujeres el auto-empleo y la creación de empresas	3,28
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,14
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,11

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

que afirman que no iniciarían una empresa por el temor a fracasar).

La tabla 6 compara los resultados de Colombia y los tres grupos de economías en el 2013. Los indicadores colombianos son superiores a los de las economías impulsadas por eficiencia y por innovación; pero en las áreas de temor al fracaso y capacidades para orientar una nueva empresa, las economías impulsadas por factores muestran mejores resultados.

La gráfica 2 presenta los resultados obtenidos en diferentes países en las tres variables usadas para medir a los empresarios potenciales. Ghana con 69.3% y Chile con 68.4%, presentan los porcentajes más altos en términos de la capacidad para percibir oportunidades; en términos de la capacidad para establecer y manejar una nueva empresa, Ghana (85.8%) y Jamaica (79.1%) son los lideres, y en términos de la percepción sobre el miedo al fracaso como una barrera para iniciar una nueva empresa, Trinidad y Tobago (19.8%) y Surinam (24.4%), presentan los porcentajes más bajos.

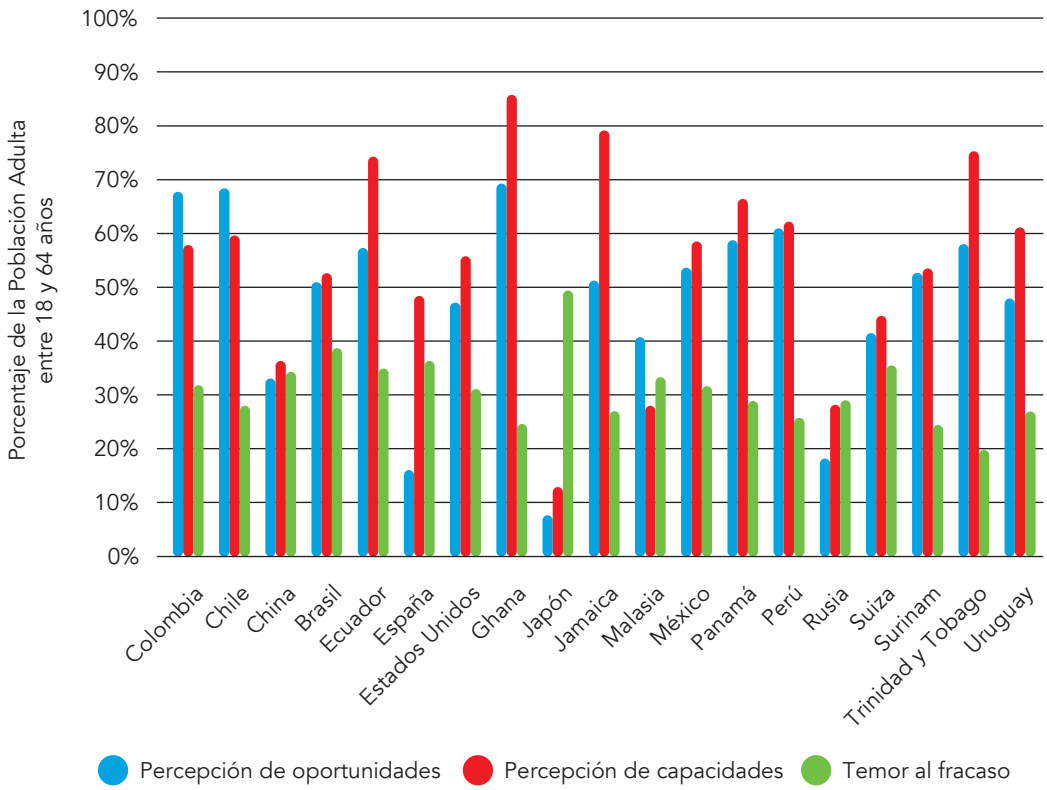
Al analizar los datos de Colombia en el periodo 2010-2013 (Tabla 7), se observa una tendencia decreciente tanto en percepción de oportunidades como en la percepción de capacidades, y un crecimiento en el temor al fracaso. En este último factor, Colombia, comparado con los países latinoamericanos, muestra el 4to valor más alto, lo cual plantea la necesidad de desarrollar procedimientos formativos que reduzcan la aversión al riesgo.

Tabla 6. Factores que definen a los empresarios potenciales. Colombia y los tres grupos económicos (2013)

	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Temor al fracaso
Economías impulsadas por los factores	60,8%	68,7%	31,0%
Economías impulsadas por la eficiencia	41,7%	51,8%	33,8%
Economías impulsadas por la innovación	33,4%	40,6%	38,2%
Colombia	67,7%	57,8%	31,8%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 2. Indicador de empresarios potenciales en algunos países (2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Tabla 7. Factores que definen a los empresarios potenciales. Colombia (2010-2013).

	2010	2011	2012	2013
Percepción de oportunidades	68,5%	73,1%	71,8%	67,7%
Percepción de capacidades	65,1%	61,3%	56,6%	57,8%
Temor al fracaso	31,5%	32,6%	34,7%	31,8%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Para integrar estas tres variables se toman los promedios de las personas que dieron respuesta positiva a la percepción de oportunidades, a la capacidad de crear y manejar una empresa, y a quienes no indican que el temor al fracaso los limitan (complemento del temor al fracaso).

Estos resultados, presentados en la tabla 8 para el periodo 2010–2013, indican gran estabilidad en esta medición. El indicador para Colombia es superior al de las economías impulsadas por la eficiencia y por la innovación y muy similar al de las economías impulsadas por factores.

Al comparar los datos de las tablas 3 y 8, se observa una diferencia entre 10 y 12 puntos porcentuales, es decir que hay un porcentaje significativo de colombianos que no logran pasar de la zona de percepción positiva socio cultural a la zona de empresario potencial. Esta es una falencia que el sistema educativo debe solucionar, para que más colombianos puedan pasar a esta etapa, y para ello, el desarrollo de competencias empresariales es un paso fundamental.

Tabla 8. Indicador de empresarios potenciales. Colombia (2010-2013).

	2010	2011	2012	2013
Empresarios potenciales	67,3%	67,3%	64,6%	65,6%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

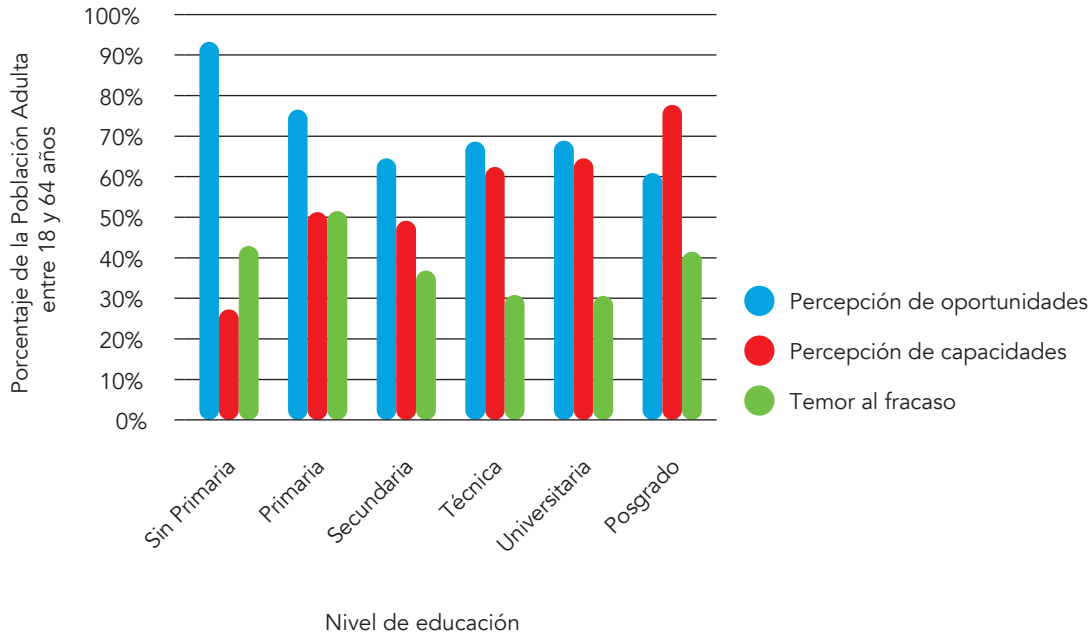
Al analizar a los empresarios potenciales, por su nivel educativo (ver gráfica 3), surgen varias preguntas que son puntos de origen para investigaciones más profundas:

- ¿Por qué las personas con menor nivel educativo muestran una mayor capacidad de percibir oportunidades de negocio?
- El temor al fracaso se reduce a medida que aumenta el nivel educativo, hasta que llega al nivel de educación universitaria. Después en la educación de posgrado empieza a crecer el temor al fracaso ¿Cuál es la razón?
- La confianza sobre las capacidades y habilidades para crear y gestionar una nueva empresa crece a medida que aumenta el nivel educativo.

Al analizar a los empresarios potenciales por género, la tabla 9, indica que los hombres presentan mejores indicadores en los tres factores. Las razones hombre/mujer indican faltantes significativos en el desarrollo de estas tres competencias en las mujeres. El indicador integrado de "empresario potencial", que para hombres es del 68.9% y para mujeres es del 60.2%, plantea una diferencia sustancial al inicio del proceso en la tubería empresarial.

Este dato coincide con el enunciado de la NES, en el cual los expertos califican con (4.1/5.0) la validez del enunciado "las mujeres tiene el mismo nivel de conocimiento y habilidades para crear empresa que los hombres", y califican con (3.1/5.0) la validez del enunciado "las mujeres tienen igual oportunidad para iniciar empresas que los hombres".

Gráfica 3. Factores que definen a los empresarios potenciales contra los niveles de educación (2013).



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Tabla 9. Factores que definen a los empresarios potenciales por género. Colombia (2013)

	Hombre	Mujer	Razón Hombre/ Mujer
Percepción de oportunidades	70,6%	64,9%	1,1
Percepción de capacidades	65,9%	50,2%	1,3
Sin temor al fracaso	70,3%	65,4%	1,1

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Algunas actividades específicas deben llevarse a cabo con las mujeres colombianas para mejorar sus competencias básicas empresariales y así se pueda incrementar la potencialidad de las mujeres para convertirse en empresarias. Entre dichas actividades podrían estar: programas de educación empresarial, desarrollo del plan de carrera empresarial, identificación de oportunidades, conductas frente al riesgo, desarrollos específicos de políticas de género para mujeres empresarias.

La tabla 10 presenta la evaluación de los expertos (NES) sobre las habilidades que tienen los colombianos para crear una nueva empresa. El puntaje es muy bajo en todos los 5 temas que se evalúan, lo cual no coincide con las percepciones de la población adulta.

4.3 EMPRESARIOS INTENCIONALES

En esta etapa, GEM identifica el porcentaje de personas que están planeando iniciar una nueva empresa solos o con otros en los próximos tres años. La grafica 4 presenta la evolución del porcentaje de empresarios intencionales en Colombia y en los tres grupos económicos.

Durante los últimos cuatro años, el porcentaje de empresarios intencionales en Colombia es más alto que el de los tres grupos económicos. En Colombia, los empresarios intencionales son 4.5 veces más que en las economías impulsadas por la innovación, y el doble que en las economías impulsadas por la eficiencia.

A pesar de que la proporción de empresarios intencionales en Colombia decreció de 2012 (56.9%) a 2013 (54.5%), Colombia sigue teniendo el porcentaje más alto de empresarios intencionales en todas las economías impulsadas por la eficiencia, seguido de Chile (46.5%) y Ecuador (39.9%). Asimismo, Colombia ocupa el 4to lugar en todo el mundo respecto a la proporción de empresarios intencionales, después de Botsuana (59.2%), Malawi (66.7%) y Uganda (60.7%) (Gráfica 5).

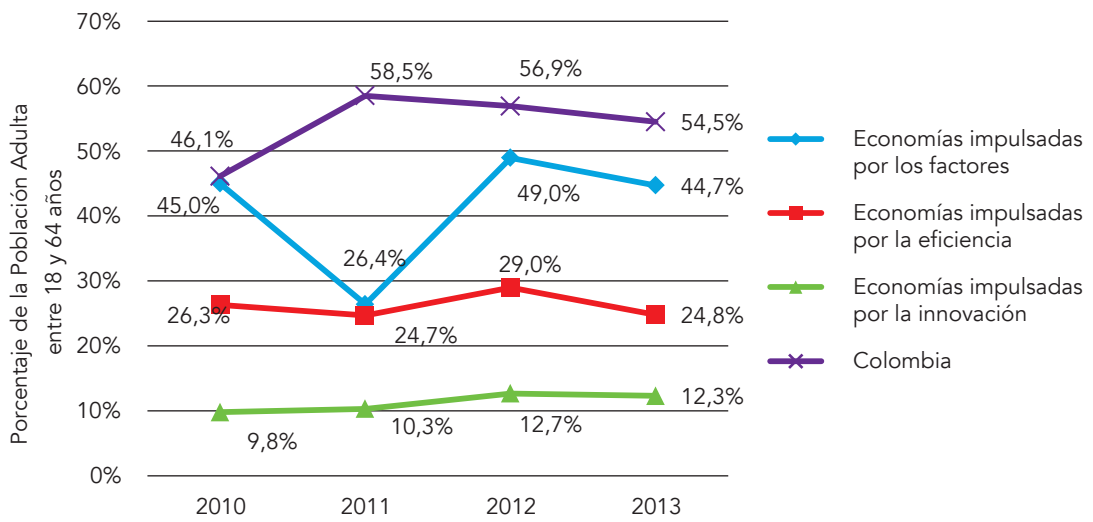
En la tabla 11, los empresarios intencionales son analizados por género. De nuevo los hombres muestran, en este nivel, una mayor

Tabla 10. Habilidades para crear empresa. NES Colombia (2010-2013)

	2010	2011	2012	2013
Mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento.	2,4	2,1	2,2	2,1
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa.	2,9	2,5	2,7	2,6
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas.	2,6	2,2	2,4	2,0
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio.	2,9	2,5	2,5	2,4
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa.	2,7	2,3	2,4	2,4

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

Gráfica 4. Empresarios intencionales (2010 – 2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

propensión hacia la creación de empresas; y ello reconfirma la necesidad de políticas especializadas para el desarrollo empresarial de las mujeres.

Tabla 11. Empresarios intencionales por género. Colombia (2013).

Hombre	61,1%
Mujer	48,9%
Razón Hombre/Mujer	1.25

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Al comparar los datos de las tablas 3, 8 y de la gráfica 4, se observa cómo se van dando las "fugas en la tubería empresarial", y como al nivel de intencionalidad sólo se cuenta con el 54.5% de la población adulta colombiana. Estas "fugas" son más fuertes en las otras economías y en el caso de las economías basadas en innovación, los empresarios intencionales sólo son 12.3%.

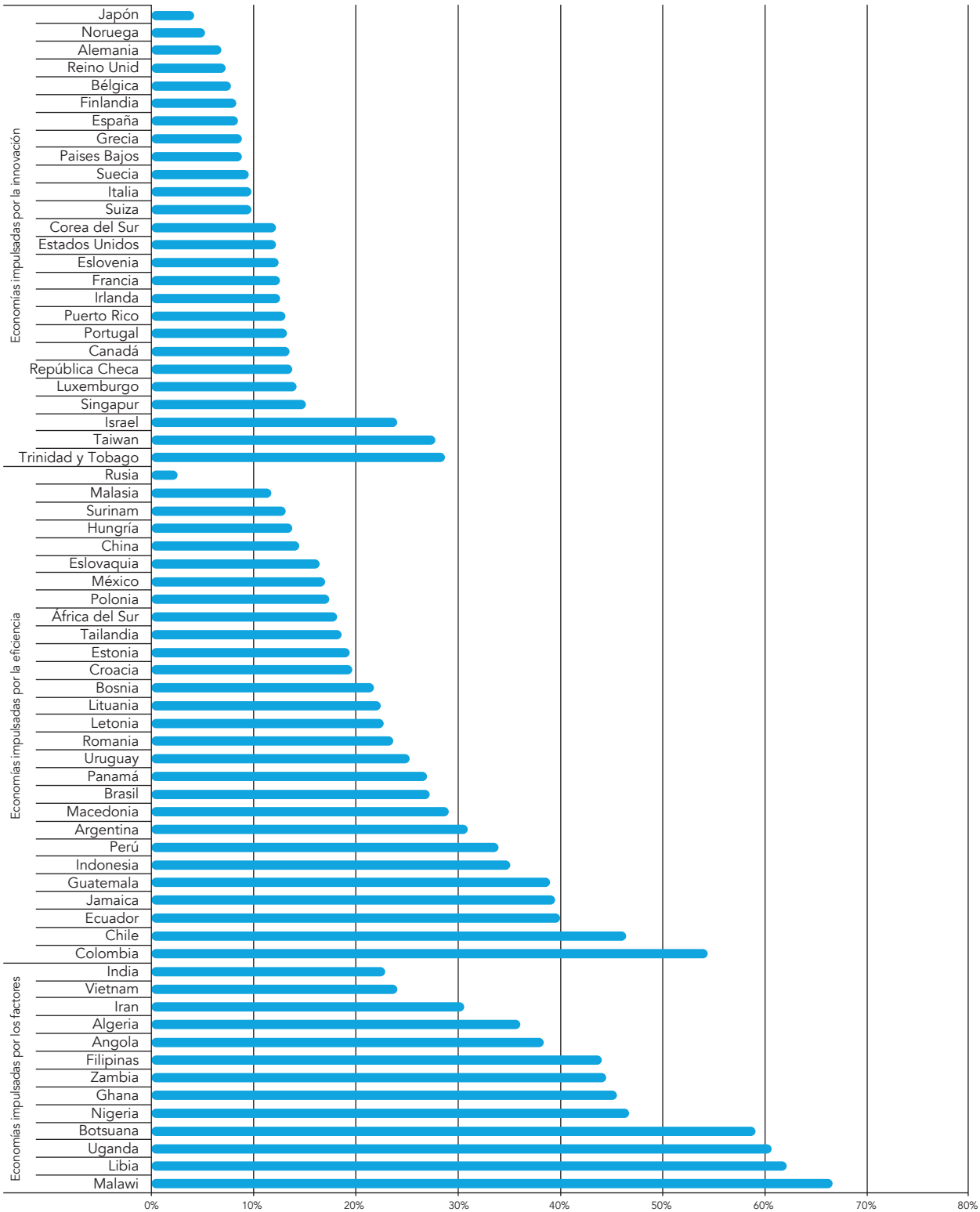
Para mantener un alto nivel de intención empresarial y facilitar la conversión de la intención en creación de nuevas empresas, es necesario diseñar y ejecutar programas de educación y promoción que le permitan a la población: adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para participar en la actividad empresarial, conocer las competencias empresariales necesarias para iniciar una empresa, y desarrollar un plan de carrera empresarial que les permita el transcurso normal en las siguientes etapas del proceso empresarial.

4.4 EMPRESARIOS NACIENTES

En GEM, un empresario naciente es una persona entre 18 y 64 años quien ha estado en los últimos 12 meses activamente involucrado en actividades orientadas a la creación de una nueva empresa, pero aún no ha pagado a sus empleados o propietarios salarios o retribuciones (en dinero o en especie) por más de tres meses. La gráfica 6 muestra los resultados obtenidos en Colombia y en los tres grupos económicos en los últimos cuatro años.

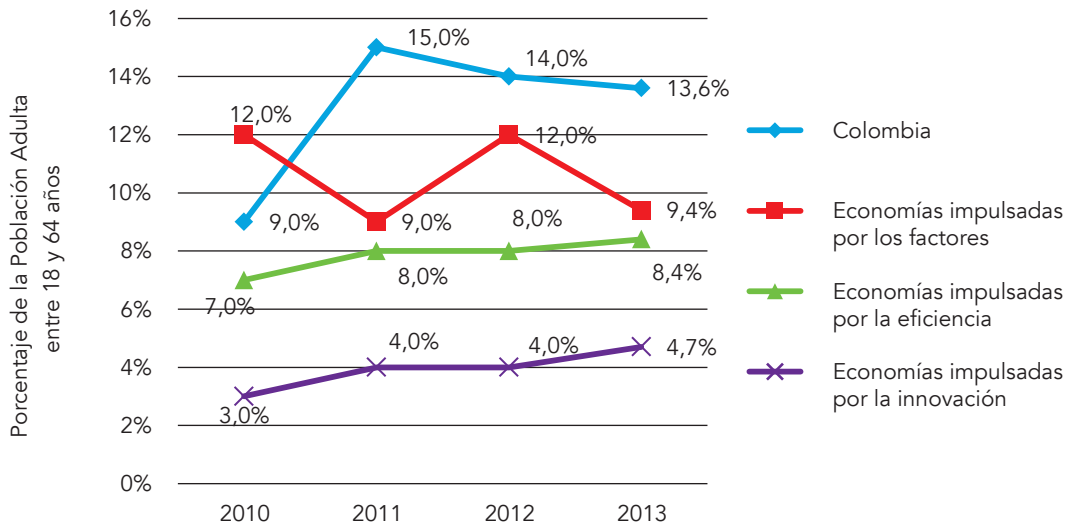
Los resultados para Colombia son los más altos en esta etapa de la tubería empresarial, en todos los años, excepto en 2010, donde las economías impulsadas por factores obtu-

Gráfica 5. Empresarios intencionales por países (2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 6. Empresarios nacientes (2010–2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

vieron la proporción más alta de empresarios nacientes. Comparando los resultados obtenidos por Colombia respecto a los de las economías impulsadas por la innovación, en 2013 la proporción de empresarios nacientes en Colombia es tres veces mayor que en las economías innovadoras. Es importante observar que las economías impulsadas por la eficiencia y la innovación están mejorando su proporción de empresarios nacientes, mientras que Colombia está desmejorando.

En Colombia el 13.6% de la población adulta corresponde a empresarios nacientes, es decir, aproximadamente 4.191.486 de adultos colombianos están en el proceso de iniciar sus empresas.

En los empresarios colombianos nacientes, se identificaron los siguientes hechos:

- El 85.9% de los empresarios nacientes ya han realizado su primera venta.
- De los empresarios nacientes que ya hicieron su primera venta, el 35.6% de ellos realizaron su primera venta hace menos de 3 meses, 28.2% hace menos de 8 meses, 7.4% hace menos de 12 meses y 18.8% hace más de 12 meses, el 9.9% restante no sabe o no recuerda cuando hizo su primera venta.
- El 20.1% de ellos necesitaron 1 millón o menos para iniciar su empresa, 16.1% necesitaron 2 millones o menos, 22.5% necesitaron 5 millones o menos, 13.2% necesitaron 10 millones o menos, 16.7% necesitaron más de 10 millones, 11,4% consideran que no necesitaron aporte alguno para iniciar su empresa o no saben realmente cual fue el monto total invertido.
- La mayor parte del capital para iniciar la empresa provino de los ahorros personales del empresario (55.2%), banco o alguna institución financiadora (18.5%), y familia (11.1%).
- El 20.4% de los empresarios nacientes habían creado una empresa con anterioridad a la que están reportando.

Por otro lado, cuando se analizan los empresarios nacientes con respecto al género, los hombres con una propensión de 17.5%, tie-

nen mayor participación en la categoría que las mujeres con una propensión del 10%. O sea que la conducta identificada en los empresarios potenciales e intencionales se sigue presentando en los empresarios nacientes.

Tabla 12. Empresarios nacientes por género (2013).

Hombre	17,5%
Mujer	10,0%
Razón Hombre/Mujer	1.75

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

4.5 EMPRESARIOS NUEVOS

En GEM, un empresario nuevo es un adulto de 18 a 64 años quien ha estado manejando o siendo propietario de una empresa que ha pagado salarios o algún tipo de remuneración (en dinero o en especie) por más de 3 meses pero menos de 42 meses. La gráfica 7 muestra los resultados obtenidos en Colombia y los tres grupos económicos en los últimos cuatro años.

El comportamiento de la proporción de nuevos empresarios muestra una variación significativa en Colombia (13% en 2010, 7% en 2011 y 2012, y 10% en 2013) y en las economías impulsadas por factores (12% en 2010 y 2013, 6% en 2011, y 13% en 2012), pero se evidencian también, valores más constantes en las economías impulsadas por la eficiencia (5% en 2010, 6% en 2011 y 2012; y 6.4% en 2013) y en las economías impulsadas por la innovación (3% en 2010, 2011 y 2012; y 3.3% en 2013).

La propensión en Colombia para convertirse en empresario nuevo es más alta que en las economías impulsadas por la eficiencia y por la innovación, en todo el periodo 2010-2013. En algunos años, la propensión resulta mayor que en las economías impulsadas por factores.

Hay varios elementos que los nuevos empresarios colombianos evidencian:

- El 95% de los empresarios nuevos ya han realizado su primera venta.
- De los empresarios nuevos que ya han realizado la primera venta, el 23.5% de ellos realizaron su primera venta hace menos de 3 meses, 28.3% hace menos de 8 meses, 8.8% hace menos de 12 meses y 32.7% hace más de 12 meses, el 6.6% restante no sabe o no recuerda cuando hizo su primera venta.
- El 14.2% de ellos necesitaron 1 millón o menos para iniciar su empresa, 16.9% necesitaron 2 millones o menos, 23.1% necesitaron 5 millones o menos, 12.1% necesitaron 10 millones o menos, 29.2% necesitaron más de 10 millones, 3.8% consideran que no necesitaron aporte alguno para iniciar su empresa o no saben realmente cual fue el monto total invertido.
- La mayor parte del capital para iniciar la empresa provino de los ahorros personales del empresario (57.9%), banco o alguna institución financiadora (11.8%), y familia (9.4%).
- El 11.1% de los empresarios nacientes habían creado una empresa con anterioridad a la que están reportando.

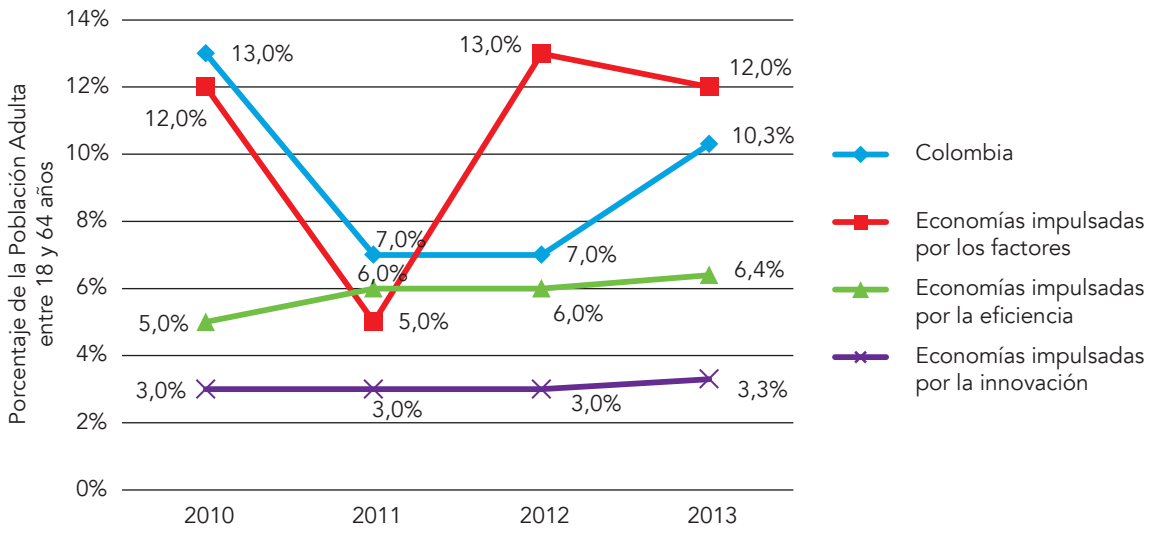
En esta etapa, las diferencias de género siguen siendo notables. Los empresarios nuevos presentan una disparidad de género de 1.82, pues la propensión de los hombres hacia la creación de empresas es del 13.5% y en las mujeres es sólo del 7.4%.

Tabla 13. Empresarios nuevos por género (2013).

Hombre	13,5%
Mujer	7,4%
Razón Hombre/Mujer	1.82

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 7. Empresarios nuevos (2010–2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

4.6 TASA TOTAL DE LA NUEVA ACTIVIDAD EMPRESARIAL (TEA)

El principal indicador que GEM produce es la tasa total de la nueva actividad empresarial (TEA), la cual está compuesta por la proporción de personas entre 18 y 64 años quienes son: empresarios nacientes (0-3 meses) o empresarios nuevos (3-42 meses).

La grafica 8 muestra la TEA para todos los países que participaron en el ciclo 2013 de GEM; y se observan diferencias significativas. La TEA oscila entre Italia (3.4%) y Nigeria y Zambia (39.9%). Entre los grupos económicos se encuentran muchas diferencias significativas:

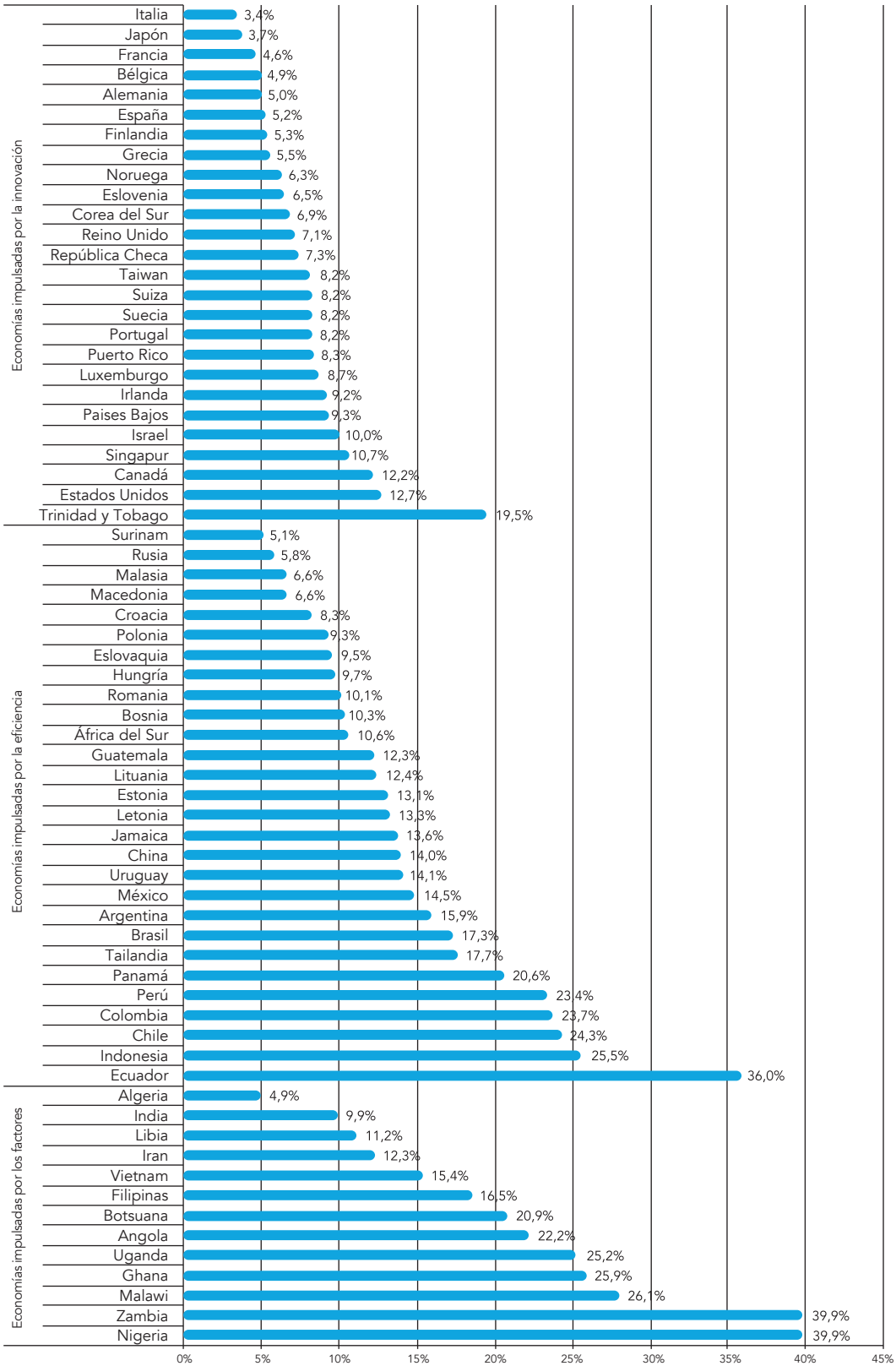
- En las economías impulsadas por los factores, la TEA oscila entre 4.9% en Algeria y 39.9% en Nigeria y Zambia.
- En las economías impulsadas por la eficiencia, la TEA oscila entre 5.1% en Surinam y 36% en Ecuador.
- En las economías impulsadas por la innovación, la TEA oscila entre 3.4% en Italia y 19.5% en Trinidad & Tobago.
- En el grupo de las economías impulsadas por la eficiencia, Colombia con una TEA de 23.7% ocupa el 4to lugar después de Ecuador (36%), Indonesia (25.5%), y Chile (24.3%).
- A nivel Latinoamérica y el Caribe, Colombia ocupa el tercer lugar después de Ecuador y Chile. Países como Perú (23.4%), Panamá (20.6%) y Trinidad & Tobago (19.5%) también presentan índices altos de creación de empresas nacientes y nuevas (TEA).

La gráfica 9 presenta la TEA para Colombia y los tres grupos económicos para el periodo 2010-2014.

Colombia igual que las economías impulsadas por eficiencia y por innovación muestra una tendencia creciente al pasar del 21% en 2010 y 2011 a 23.7% en 2013. Los valores de la TEA en Colombia son superiores, casi un 80%, a la de las economías impulsadas por eficiencia y casi 200% superiores a la de las economías impulsadas por la innovación.

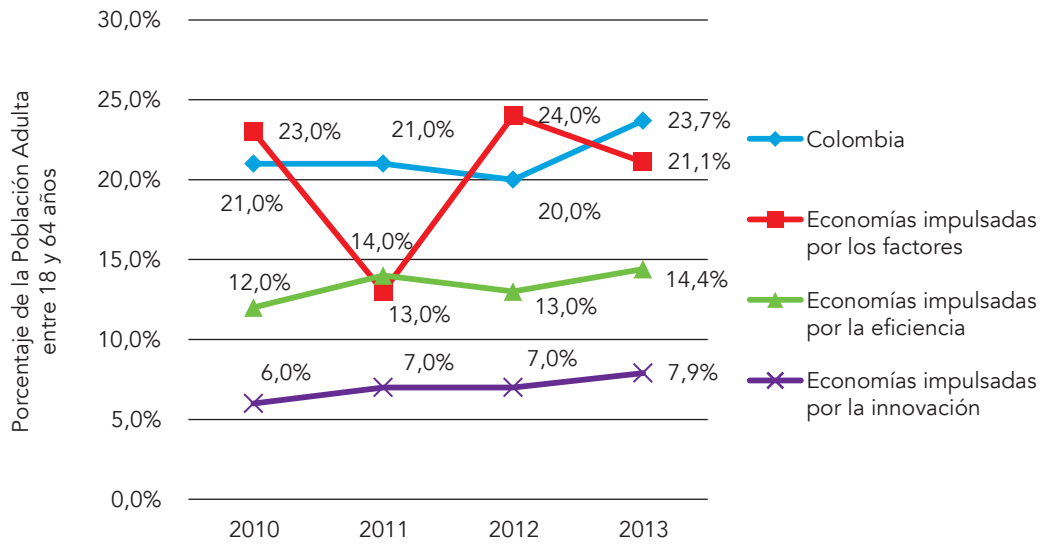
La tabla 14 analiza para varios países la composición de la TEA. La relación entre

Gráfica 8. TEA en los países participantes en GEM 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 9. TEA (2010–2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Tabla 14. Razón entre empresarios nacientes y nuevos en algunos países y grupos económicos (2013)

	Empresarios nacientes (%)	Empresarios nuevos (%)	Razón nacientes/ nuevos
Colombia	13,6	10,3	1,3
Factores	9,4	12,0	0,8
Eficiencia	8,4	6,4	1,3
Innovación	4,7	3,3	1,4
Japón	2,2	1,5	1,5
Brasil	5,1	12,6	0,4
Chile	15,4	9,6	1,6
China	5,2	8,9	0,6
México	11,9	3,3	3,6
Taiwán	3,3	5,0	0,7
República de Corea	2,7	4,2	0,6
Trinidad y Tobago	11,4	8,5	1,3
Suiza	4,5	3,7	1,2
Estados Unidos	9,2	3,7	2,5
España	3,1	2,2	1,4
Puerto Rico	6,6	1,8	3,6
Surinam	3,9	1,3	3,0

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

los empresarios nacientes y los empresarios nuevos es una medida del nivel de eficacia que los nacientes están teniendo en el proceso para poder pasar a ser nuevos empresarios. En el caso colombiano por cuatro nacientes se tienen tres nuevos, indicador muy parecido a las economías basadas en eficiencia e innovación. Hay países (Puerto Rico, México, Surinam, Estados Unidos) que presentan unos resultados que indican que muchos de los empresarios nacientes no logran pasar a la etapa de nuevos; o sea que los mecanismos de apoyo en estas etapas no son suficientemente eficientes.

Hay países (Brasil, China, Taiwán, Corea y las economías basados en factores) que presentan una conducta bastante anómala y es que el número de empresarios nacientes es menor que el número de empresarios nuevos, lo cual indicaría una falla significativa en el número de empresarios futuros, pues la tubería se está quedando vacía en la etapa de nacientes.

Un hecho importante en el caso colombiano es que el crecimiento de la TEA entre 2012 y 2013 se generó por un crecimiento en la proporción de empresarios nuevos, lo cual indicaría que los abandonos empresariales al pasar de naciente a nuevo han disminuido y esto se puede deber a mejores mecanismos de apoyo en este tránsito, o que los mecanismos de estímulo para pasar de empresario intencional a naciente no están funcionando bien.

Al analizar estos datos por género se observa que la TEA de los hombres es 76% superior a la TEA de las mujeres, o sea que la tendencia que se ha detectado desde los empresarios potenciales se mantiene en estas dos etapas.

De acuerdo con la proporción de empresarios nacientes y nuevos (TEA), un total de aproximadamente 7.304.281 de adultos colombianos están involucrados en el proceso

Tabla 15. TEA por género (2013).

Hombre	30,5%
Mujer	17,3%
Razón Hombre/Mujer	1.76

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

empresarial y han pagado salarios y remuneraciones a sus empleados y propietarios por menos de 42 meses.

Al analizar en la tabla 14 y la gráfica 4 los datos colombianos, se observa que mientras en la etapa de empresarios intencionales se tenía una propensión del 54,5%, la cual cae dramáticamente a 13,6% en la etapa de empresarios nacientes y a 10,3% en la etapa de empresarios nuevos.

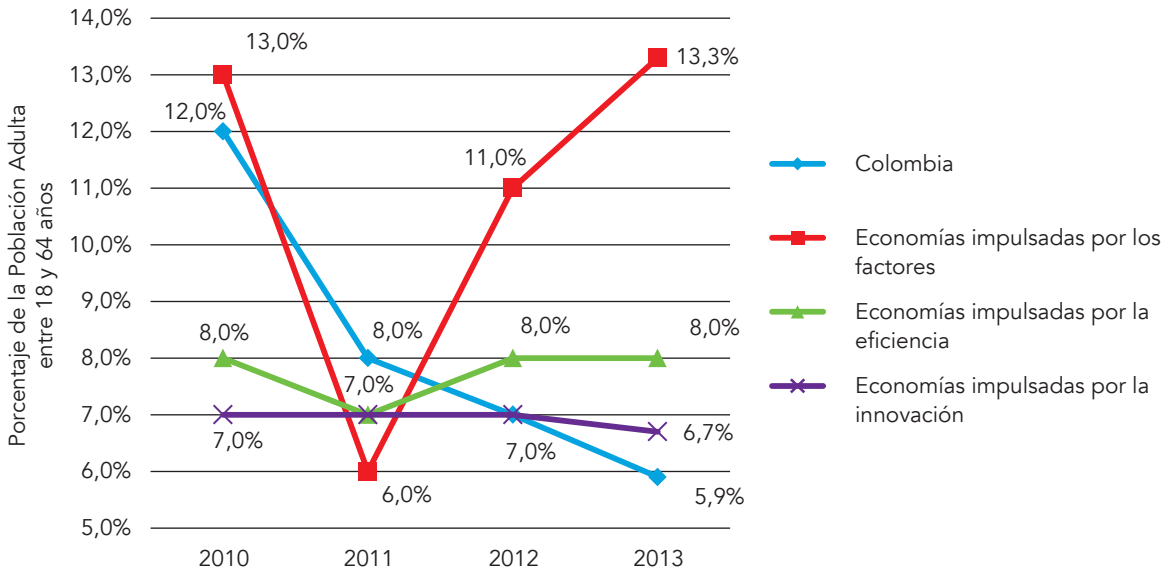
Esta "fuga empresarial" debe ser solucionada pues es muy grande e indica que un porcentaje grande de colombianos tiene intenciones empresariales pero no logra materializarlas, es decir, algo está fallando en el proceso. Los mecanismos de apoyo en términos de asesoría, mentoría, desarrollo de competencias empresariales, validación de prototipo, esquemas financieros adecuados, ayuda en comercialización, integración a redes, pasantías, etc., son elementos que deben analizarse para estas fases criticas del proceso empresarial.

4.7 EMPRESARIOS ESTABLECIDOS

En GEM, un empresario establecido es un adulto entre 18 y 64 años quien ha sido propietario y maneja una empresa que ha pagado salarios o retribuciones (en dinero o en especie) por más de 42 meses. La gráfica 10 presenta el porcentaje de empresarios establecidos en Colombia y en los tres grupos económicos en el periodo 2010-2013.

Este indicador muestra para Colombia un proceso declinante, lo cual debe llamar la atención

Gráfica 10. Empresarios establecidos (2010-2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

de los entes encargados del desarrollo empresarial, pues tener cada día menos empresarios con empresas establecidas es un mal signo para el futuro desarrollo del país. Respecto a los grupos económicos, el nivel de empresarios establecidos en Colombia es menor (casi la mitad) al indicador presentado en las economías impulsadas por factores, y en los últimos años menor que los indicadores de las economías impulsadas por la innovación.

La tabla 16 presenta la propensión de hombres y mujeres clasificados en la etapa de empresarios establecidos y otra vez los hombres muestran un indicador más alto que las mujeres. La disparidad de género es de 2, es decir, por cada mujer empresaria establecida, hay 2 hombres empresarios con empresas establecidas.

Tabla 16. Empresarios establecidos por género (2013)

Hombre	7,9%
Mujer	3,9%
Razón Hombre/Mujer	2.0

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

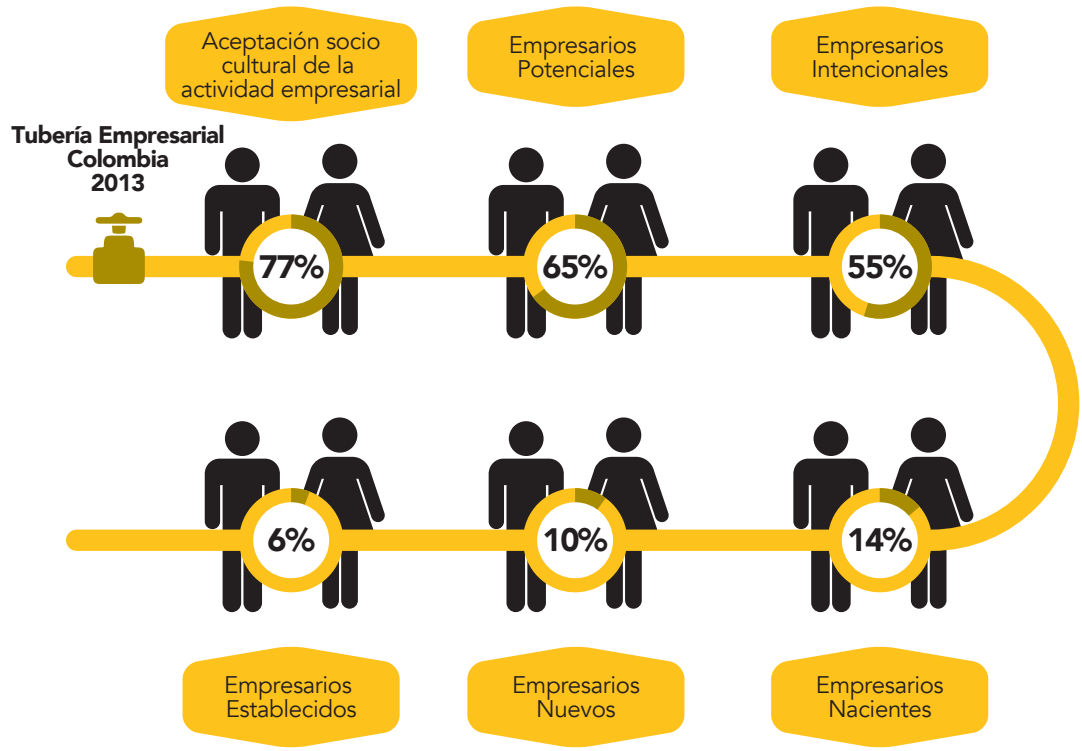
El 5.9% de los empresarios establecidos indica, que cerca de 1.818.436 adultos colombianos son propietarios o están manejando una empresa propia que ha pagado salarios a sus empleados y/o propietarios por más de 42 meses.

De este indicador debe surgir una investigación más detallada que permita definir qué está pasando en Colombia, pues al haber tenido varios años de buen desempeño económico y de disminución de factores negativos para el desarrollo empresarial, no se entiende esta reducción en la propensión de los adultos hacia su participación como empresarios en las categorías de empresarios establecidos.

4.8 INTEGRACIÓN DE LA TUBERÍA EMPRESARIAL

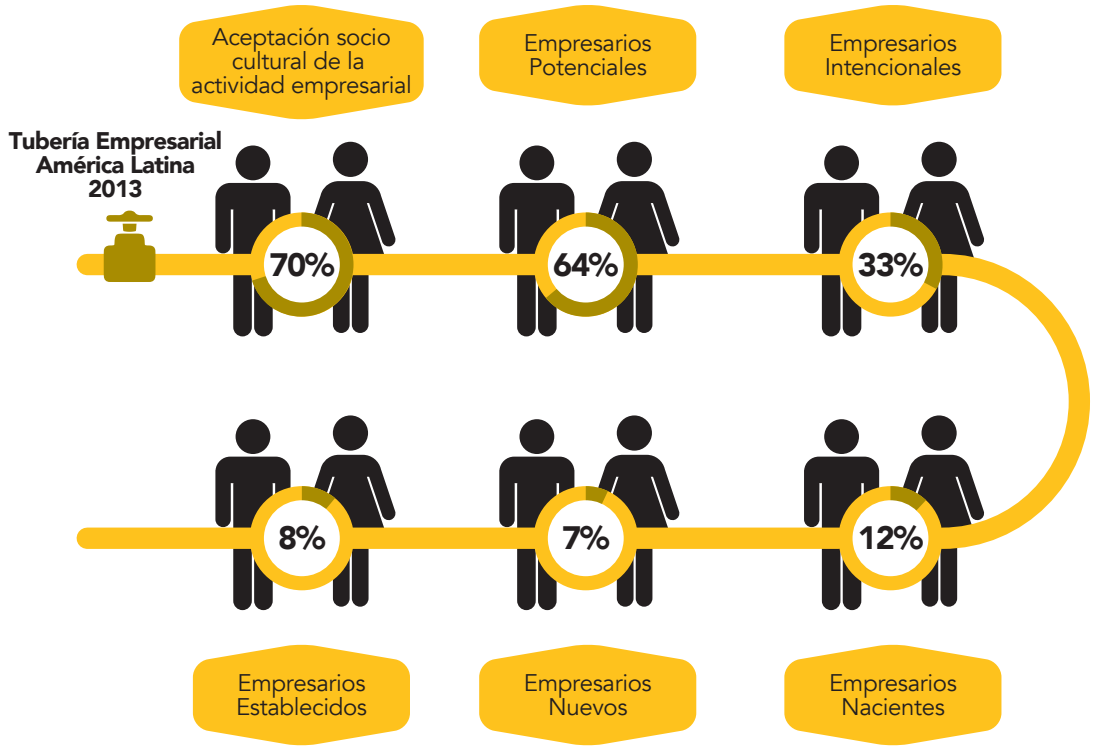
Cuando los datos anteriores son integrados, es posible construir infografías (figuras 4 y 5),

Figura 4. Tubería Empresarial. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Figura 5. Tubería Empresarial. América Latina y el Caribe. 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

que representan la tubería empresarial para Colombia y América latina y el Caribe (respectivamente). En ambas infografías se identifican varios hechos:

- En cuanto a la aceptación socio-cultural de las actividades empresariales, Colombia con 77%, tiene un porcentaje más alto que América latina y el Caribe, y en general, respecto a los tres grupos económicos.

- Al pasar a la etapa de los empresarios potenciales, se presenta una "fuga" de 12 puntos respecto a la aceptación socio-cultural, pero aun así, Colombia (65%) y América latina y el Caribe (64%) tienen porcentajes más altos que los de los tres grupos económicos.

- Al pasar a la tercera etapa de la tubería empresarial (Empresarios intencionales), en Colombia, se presenta una "fuga" de 10 puntos en relación a la segunda etapa (empresarios potenciales). Por otro lado, América Latina muestra una fuga alarmante de 31 puntos (de 64% de empresarios potenciales a 33% de empresarios intencionales).

- Desde la etapa de los empresarios intencionales a la etapa de los empresarios nacientes, Colombia tiene una "fuga" significativa de 41 puntos. América latina y el Caribe presenta una fuga de 21 puntos. Estos datos deberían ser analizados en detalle para descubrir que está pasando con el sistema de apoyo a los empresarios colombianos y de América latina y el Caribe.

- De la etapa de los empresarios nacientes a la etapa de los nuevos empresarios, "fugas" de 4 puntos y de 5 puntos, se presenta en Colombia y América Latina y el Caribe respectivamente. En el caso de las economías impulsadas por factores, la "fuga" es de 3 puntos, en las economías impulsadas por la eficiencia y la innovación, la "fuga" es de 2 puntos.

- Finalmente, en la transición de la etapa de empresarios nuevos a empresarios establecidos, América Latina y el Caribe presenta un comportamiento positivo porque solo tienen una "fuga" de 1 punto, a diferencia de Colombia donde la "fuga" es de 4 puntos. En el caso de las economías impulsadas por factores, la "fuga" es de 1 punto, en las economías impulsadas por la eficiencia y la innovación, la "fuga" es de 2 puntos.

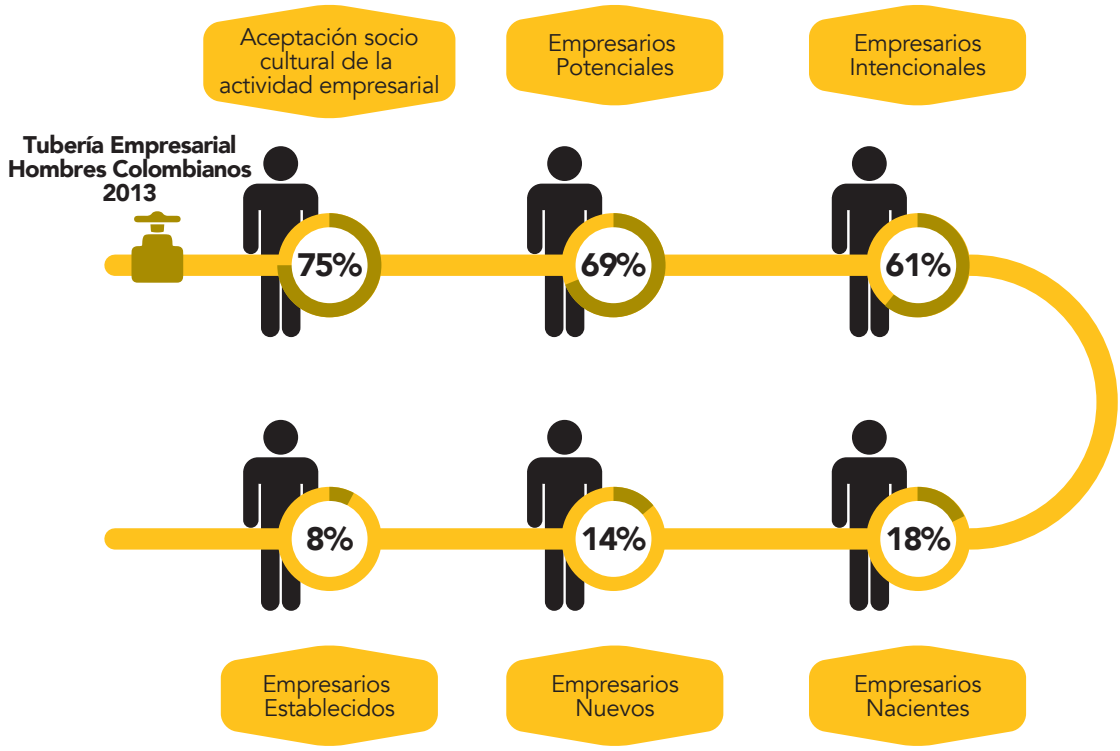
La tubería empresarial indica que Colombia y América Latina y el Caribe inicia con un alto porcentaje de personas que tienen una percepción positiva hacia la actividad empresarial, más alta que el porcentaje en los tres grupos económicos, sin embargo, al final de la tubería, Colombia y América Latina y el Caribe, muestran indicadores similares a los de las economías impulsadas por la eficiencia y por la innovación. La relación entre empresarios establecidos y aceptación socio–cultural las actividades empresariales indica que en Colombia 1 de cada 13 personas que ve favorable y positivo el camino empresarial se convierte en empresario establecido.

Las figuras 6 y 7 presentan la tubería empresarial de Colombia por género. Se observan los siguientes hechos:

- La etapa de la aceptación socio-cultural de la actividad empresarial, es la única que presenta mayor porcentaje de mujeres que de hombres. En el resto de las etapas, los hombres presentan mayores porcentajes que las mujeres, y esta disparidad alcanza el 100% en el caso de los empresarios establecidos.

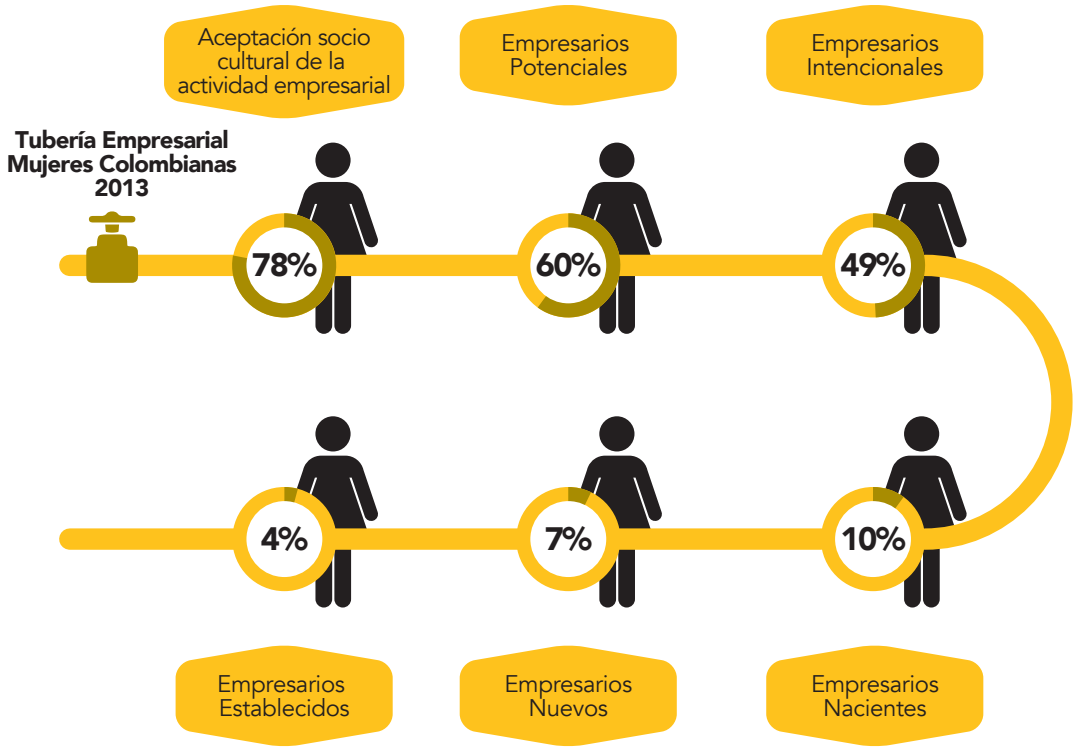
- Un profundo estudio es necesario para identificar las causas que originan las disparidades de género a lo largo de toda la tubería empresarial. Este estudio debería proveer información fundamental para diseñar una política pública que permita

Figura 6. Tubería empresarial de los empresarios colombianos. 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Figura 7. Tubería empresarial de las empresarias colombianas. 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

formar y apoyar a las mujeres empresarias con el fin de resolver en el mediano plazo las disparidades existentes.

- La política debería tener un sistema de apoyo específico y exclusivo para las mujeres empresarias, incluyendo, programas de educación y entrenamiento, acompañamiento constante en todas las etapas de la actividad empresarial, desarrollo del plan carrera, soporte para la identificación de oportunidades, desarrollo de un comportamiento orientado a la toma de riesgo, desarrollo de competencias empresariales, entre otros.

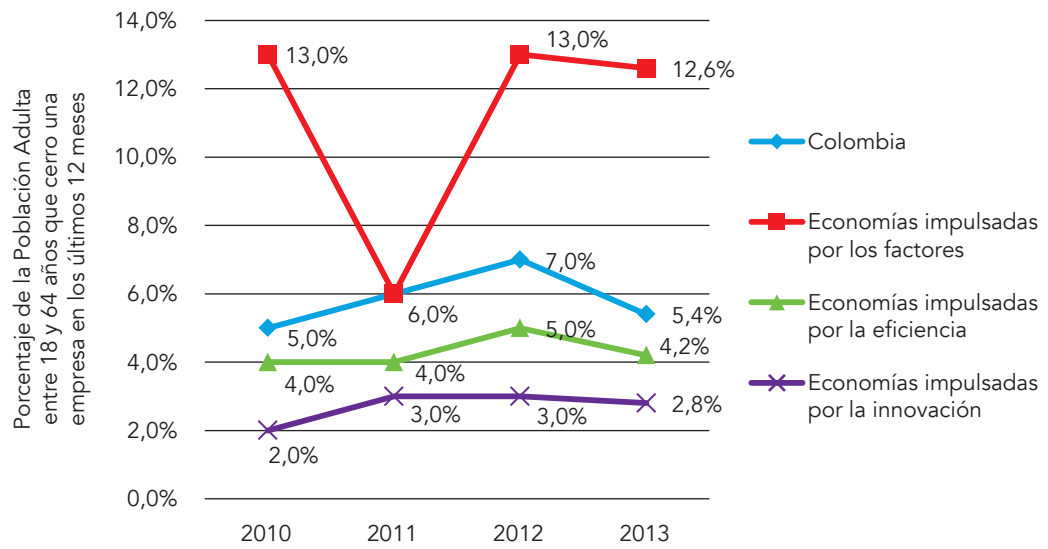
4.9 DISCONTINUIDAD DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

GEM indaga a la población adulta, para identificar el porcentaje de personas que en los últimos 12 meses ha cerrado, vendido, descontinuado o abandonado una actividad empresarial que tenía en funcionamiento. Es importante aclarar que esta medición incluye diversas causas, que no necesariamente se deben a fracaso o falla de la iniciativa empresarial.

Se entiende que la discontinuidad de la acción del empresario en una iniciativa empresarial específica se debe a múltiples factores: problemas con el desarrollo de la actividad empresarial, problemas con actividades requeridas para mantener a la empresa en operación, aparición de nuevas y mejores oportunidades para el empresario (venta, intercambio, integración de su empresa), o asuntos relacionado con su desarrollo personal (nuevas oportunidades de empleo, viajes, otras decisiones), o con problemas de salud, o con problemas familiares, y con circunstancias como: retiro, jubilación y muerte.

La gráfica 11 presenta los indicadores de discontinuidad empresarial para Colombia y para los tres grupos de economías en el periodo 2010-2013. Colombia presenta tasas superiores a las de los países basados en eficiencia y basados en innovación, pero inferiores a los países basados en factores. La tendencia general de los últimos 4 años

Gráfica 11. Discontinuidad de la actividad empresarial (2010-2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013°

para Colombia ha sido creciente y en general superior al doble de los países impulsados por innovación.

La gráfica 12 muestra las razones que los empresarios tuvieron para discontinuar alguna actividad empresarial en los últimos 12 meses. En Colombia, el 31.6% de los empresarios lo hicieron porque sus empresas no eran rentables, el 23.8% por razones personales, el 21.3% por otra razones no especificadas, el 17.6% por problemas financieros, el 5.2% porque tuvieron una oportunidad de emplearse, y el 0.5% porque se les presentó la oportunidad de vender la empresa.

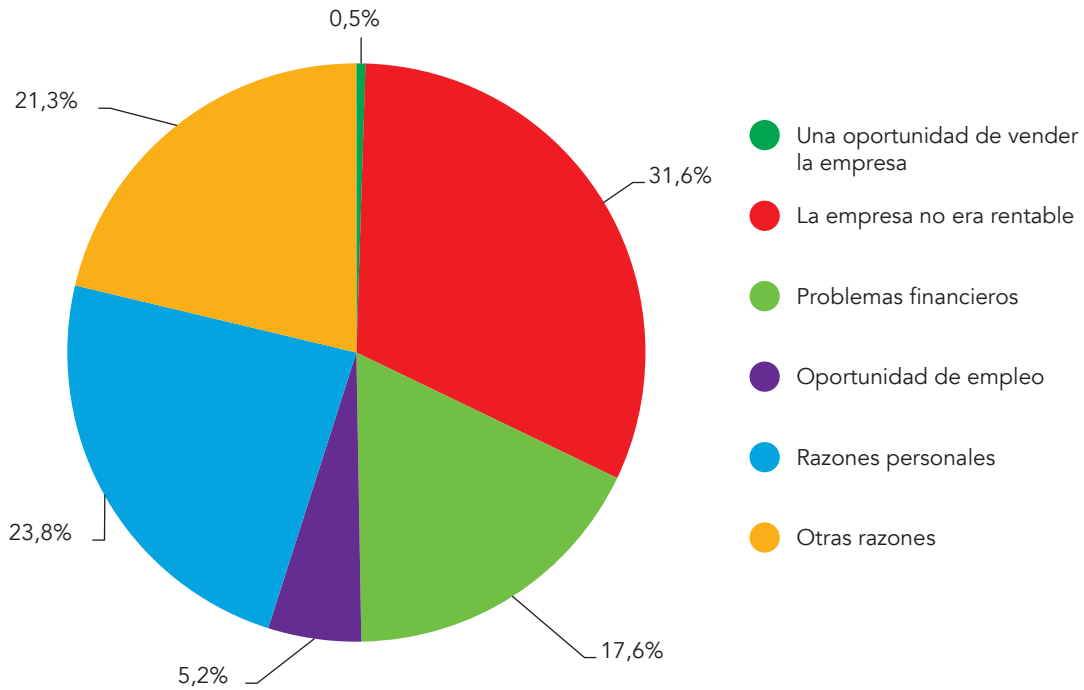
En el análisis de las tuberías empresariales se observa el fenómeno de deserción empresarial que se asoció al concepto de "fugas". Indudablemente muchas de esas "fugas" ocurren antes de que las personas efectivamente acometan una iniciativa empresarial, pero como se anotó, el paso de empresario naciente con 13.6% a empresario nuevo (10.3%) y a empresario establecido (6%), son las "fugas" que generan estas discontinuidades.

Para la eficiencia del proceso empresarial es básico reducir estas discontinuidades y para ello se deben mejorar los sistemas de apoyo para estos tres tipos de etapas asignando a cada una de ellas los recursos específicos requeridos en ellas.

4.10 TEA Y EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

Unos de los principales propósitos del proyecto GEM es el estudio de la relación existente entre la tasa de la actividad empresarial (TEA) y el desarrollo socioeconómico, y para medir este último utiliza el producto interno bruto per cápita basado en el poder de paridad de compra. La gráfica 13 muestra esta relación donde se evidencian 3 zonas muy especiales:

Gráfica 12. Razones para discontinuar una actividad empresarial. Colombia 2013



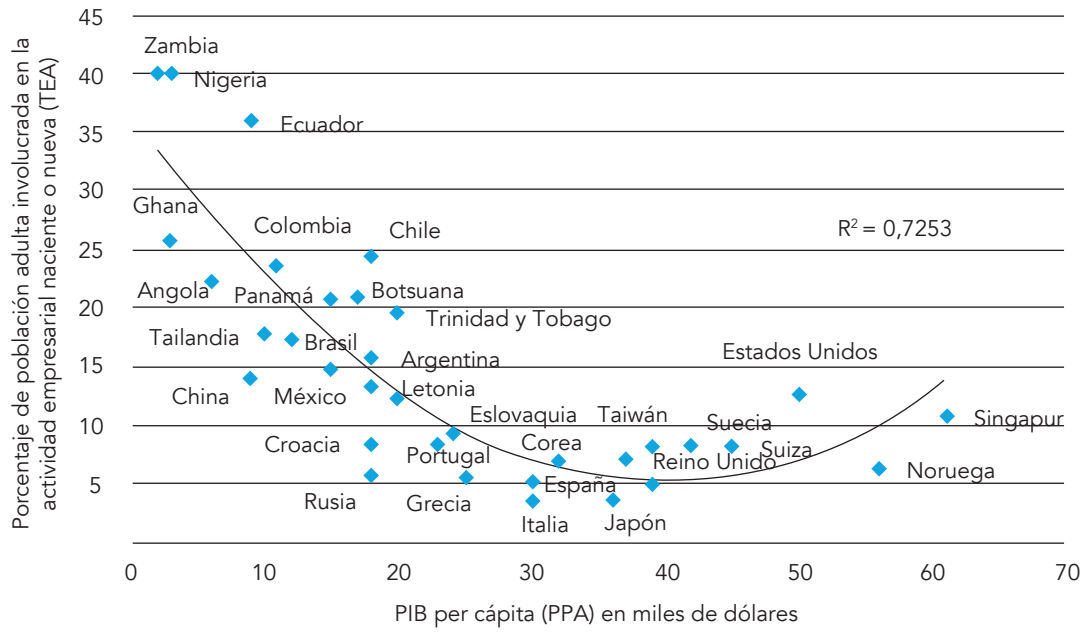
Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

- La mayoría de los países con bajos niveles de producto interno bruto per cápita (< US$10.000), se encuentran en la zona 1 de las economías impulsadas por los factores, y presentan una relación inversa entre TEA y PIB (PPA): Los países que tienen el más bajo PIB per cápita, tienen las tasas más altas de actividad empresarial (TEA). En estos países, el desempleo y el subempleo son en general elevados, la estabilidad en el empleo es baja y la gente comienza a percibir la actividad empresarial (sin importar la naturaleza) como opción para resolver su necesidad de ingresos familiares. Muchos de esos empresarios tienen como objetivo el sustento diario. Aunque la TEA es alta, su impacto y valor agregado al PIB es poco. En estos países, a medida que mejora la situación económica, las personas comienzan a encontrar nuevas oportunidades de empleo y por ello, la TEA comienza a disminuir muy rápidamente.

- La segunda zona, presenta países con un PIB per cápita medio (US$10.000 a US$30.000), y se percibe una tendencia inversa de la TEA en relación con el PIB; pero se aprecian variaciones debido a características culturales, por ejemplo, países como Chile, Argentina, México, Croacia y Rusia, teniendo un PIB PC muy parecido presentan variaciones significativas en la TEA. En estas economías impulsadas por la eficiencia, las condiciones económicas son mejores, hay mayores posibilidades de empleo y de desarrollo personal, y por ello las personas reducen su orientación empresarial.

- La tercera zona presenta una conducta diferente, corresponde a países con un PIB per cápita alto (>US$35.000), en el cual hay dos zonas, una entre 30.000 y 50.000 donde la TEA es bastante estable y otra por encima de 50.000 donde la TEA empieza a crecer por varios motivos: capacidad de ahorro y de inversión que orienta a las personas a buscar oportunidades de inversión, y búsqueda de satisfacciones personales y pro-

Gráfica 13. TEA vs. PIB PC



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

fesionales que las lleva a crear nuevas empresas.

En todos los segmentos de esta grafica se pueden apreciar diferencias significativas en la TEA entre países con PIB PC muy similar, lo cual indica que existe otra serie de variables y condiciones culturales y sociales, programas y mecanismos de apoyo que estimulan o detienen la orientación empresarial de los ciudadanos.

Igualmente existen diferencias significativas en el PIB PC entre países con una TEA similar y esto está asociado a hechos y condiciones económicas, sociales, culturales, políticas, históricas, ambientales, que ocurrieron muchos años atrás y que impulsaron en formas, significativamente diferentes, los indicadores socioeconómicos.

Es importante observar que las agrupaciones geográficas tradicionales se manifiestan en este diagrama y por ello es muy interesante hacer otras correlaciones, incluyendo variables socioculturales para entender mejor la relación TEA versus indicadores de desarrollo socio económico.

La gráfica 14 presenta el comportamiento de los países Latinoamericanos y del Caribe.

4.11 TEA POR REGIONES Y CIUDADES EN COLOMBIA

Dado que el estudio permite la segmentación geográfica, es posible analizar la situación de la TEA por regiones (Tabla 17) y por ciudades (gráfica 15). Es muy interesante observar la variación significativa en la TEA por ciudades que presenta un 7.8% para Zipaquirá y un 39.3% para el Cerrito, las cuales se pueden deber a situaciones específicas de desarrollo empresarial o a problemas con el tamaño de la muestra al medir ciudades. Pero en la TEA entre regiones, las diferencias no son tan significativas, y fluctúan de un 20.2% en la región central a un 25.8% en la región pacífica.

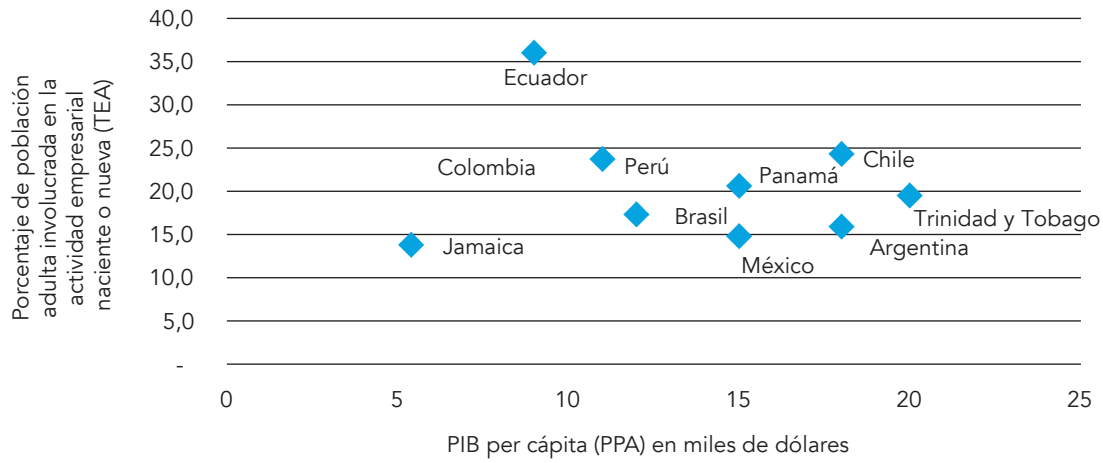
A pesar de que las políticas destinadas para fomentar el espíritu empresarial en las dife-

Tabla 17. TEA por regiones. Colombia (2013)

Atlántica	Central	Bogotá	Oriental	Pacífica
25,7%	20,2%	24,1%	22,4%	25,8%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 14. TEA vs. PIB per cápita en América Latina y el Caribe

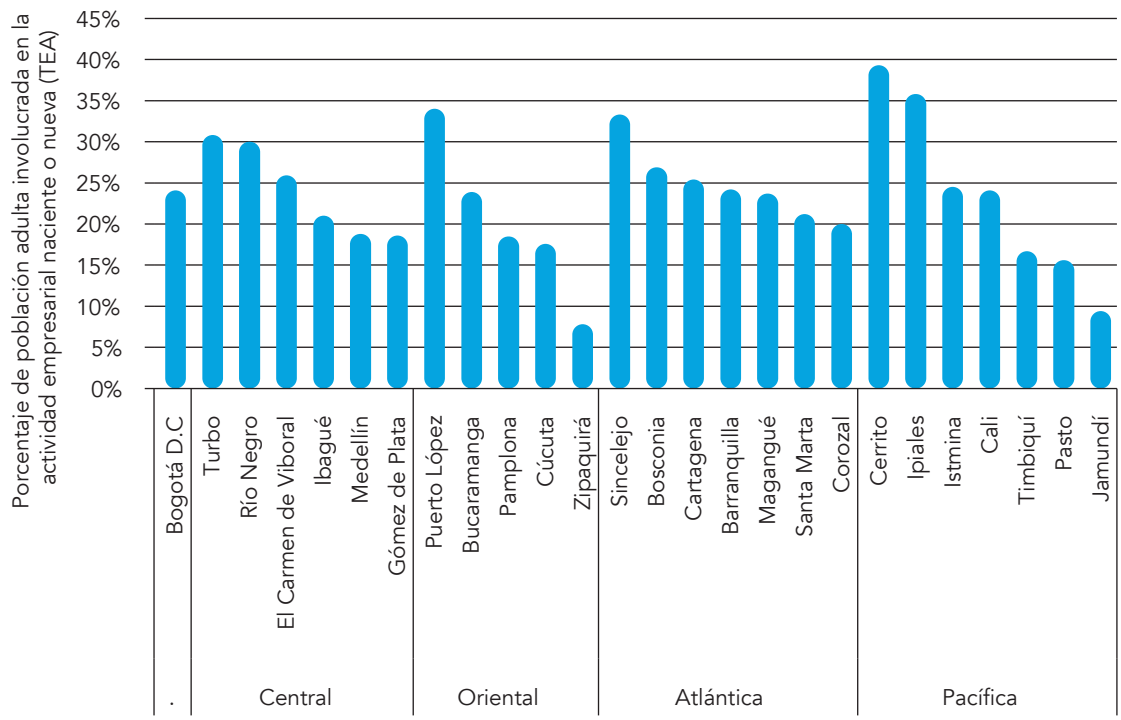


Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

rentes etapas suelen formularse a nivel central, las diferencias entre las ciudades y regiones, muestran que los programas de apoyo en particular deben ser diseñados tanto a nivel central como a nivel local para adaptar las políticas nacionales a las condiciones de la comunidad, incluyendo todas las variables que define el sistema de apoyo empresarial.

Con el fin de tener más elementos para el diseño de políticas regionales, es necesario llevar a cabo estudios más profundos (por ejemplo estudios regionales de GEM) que permitan mediciones para todas las regiones, con una muestra estadísticamente significativa para cada una de las variables del proceso empresarial.

Gráfica 15.TEA por ciudades. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

PERFIL DE LOS EMPRESARIOS COLOMBIANOS

5

Otro aspecto importante que permite el estudio GEM, es la posibilidad de identificar diferentes elementos que ayuden a caracterizar o definir perfiles tanto de empresas como de empresarios. En este reporte, el análisis se realizará tanto para las empresas y empresarios nacientes/nuevos, como para las empresas y empresarios establecidos.

5.1 EDAD

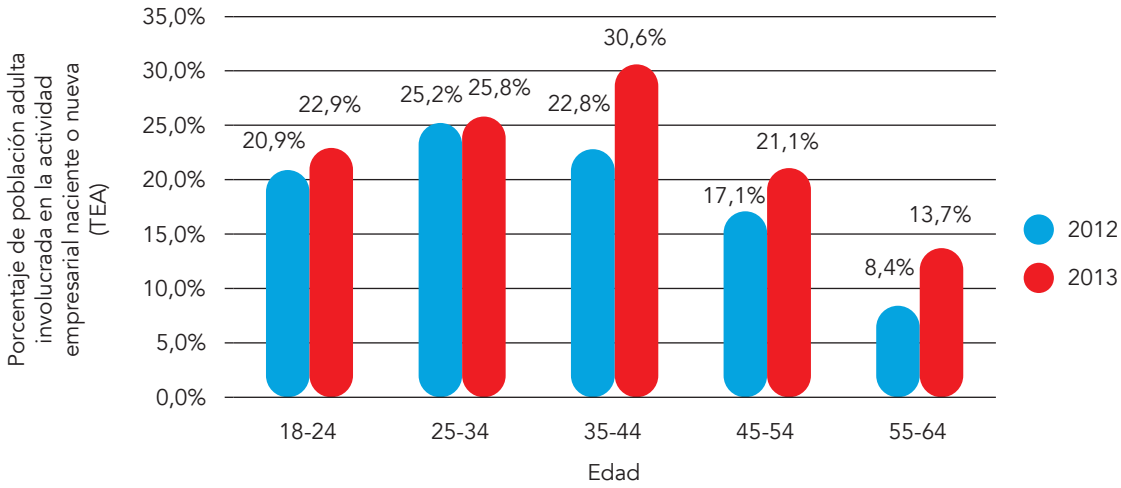
La propensión hacia la creación de empresas, en función de los grupos etarios, presenta para el 2013 un cambio importante con los resultados de los años anteriores, pues en 2013 el grupo etario con la mayor propensión hacia la creación de empresas es el de 35 a 44 años (30.6%) seguido del grupo de 25 a 34 años (25.8%). En los años anteriores la mayor propensión la había tenido el grupo de 25 a 34 años seguido por el grupo de 35 a 44 años.

Es importante resaltar que los datos de la TEA del 2013 en todos los grupos etarios son superiores a los del 2012, y se destaca el crecimiento en el grupo de 55 a 64 años, el cual ha venido creciendo a lo largo de los años, indicando que hay una población adulta que está acometiendo iniciativas empresariales.

Los altos niveles de TEA de los grupos 18-24 y 25-34, siguen demostrando que los jóvenes tienen un papel muy significativo en los procesos de creación de empresas y que el mito de que para ser empresario se requiere mucha experiencia y una edad avanzada no es cierto.

En el caso de los empresarios establecidos, también se presentó en el 2013 un cambio radical, pues anteriormente el grupo etario con la mayor propensión hacia las empresas establecidas era el de 45 a 54 años. Las reducciones en los grupos etarios de 35 a 44, 45 a 54 y 55 a 64 entre 2012 y 2013, explican la reducción en la tasa total y expresa un fenómeno preocupante y es que esos grupos se están retirando de la creación de empresas que posiblemente fundaron hace algunos años. Si a raíz de ellos, sus hijos están entrando a liderar esas empresas, la situación no tendría mayor incidencia, pues sería un proceso de relevo generacional; pero si el efecto es una decisión

Gráfica 16. Propensión de los empresarios nacientes/nuevos vs. Edad. Colombia (2012 – 2013)



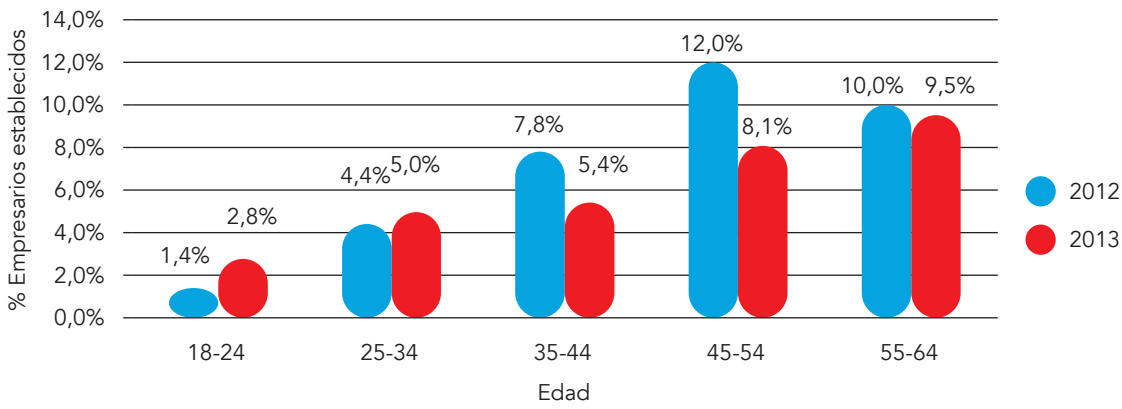
Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

que conlleva al cierre de empresas, si habría razones de preocupación.

De este análisis por edades surgen varias implicaciones políticas:

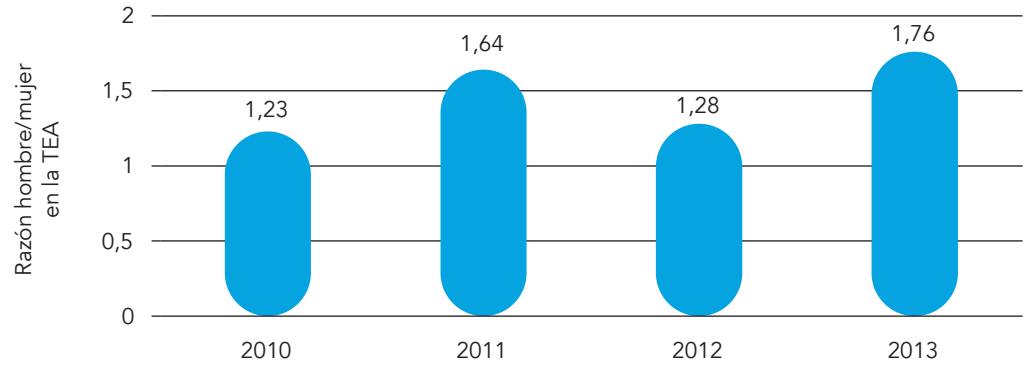
- Es necesario diferenciar los programas de apoyo para la creación de empresas por edades y entender que si bien es cierto se necesitan programas de apoyo para jóvenes (18 a 24 y 25 a 34), también es cierto que se necesitan programas de apoyo especialmente orientados a personas adultas (35 a 44 y 45 a 54) y a adultos mayores (55 a 64). Estos programas deben ser especialmente diseñados para las condiciones de cada grupo etario.
- Es necesario investigar en detalle la situación que se plantea sobre la reducción sig-

Gráfica 17. Propensión de los empresarios establecidos por edad. Colombia (2012 – 2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 18. TEA hombres/TEA mujeres. Colombia (2010-2013)



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

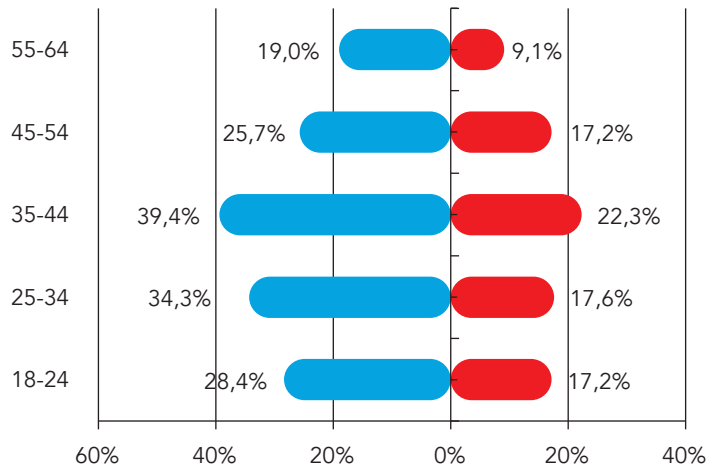
nificativa de los empresarios establecidos para saber qué acciones se deben tomar con el fin de contrarrestar esta tendencia.

5.2 GÉNERO

Cuando la TEA es analizada por género, el porcentaje de hombres clasificados como empresarios nacientes/nuevos es de 30%, mientras que el porcentaje de mujeres es del 17%. La disparidad de género en Colombia, en las empresas nacientes y nuevas (TEA), es una de las más grandes de la región (1.76). Como lo indica la gráfica 18, el comportamiento de la brecha de género ha fluctuado en los últimos 4 años, entre 1.23 (2010) y 1.76 (2013).

Cuando la edad y género son incluidos en el mismo análisis como indica la gráfica 19, el grupo de 45 y 54 años presenta la menor diferencia en la orientación de hombres y mujeres a la creación de nuevas empresas. La mayor disparidad o diferencia de género se presen-

Gráfica 19. TEA hombre/ TEA Mujer por edad. Colombia 2013



Disparidad
2.08
1.49
1.77
1.95
1.65

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

ta en los jóvenes adultos (25-34 años) con un 1.95, y en el grupo de 55 a 64 años con 2.08.

En cuanto a los empresarios establecidos, el 8% de los hombres son empresarios establecidos, mientras que solo el 4% de las mujeres son empresarias establecidas, esto refleja una alta disparidad de género (2.0)

A lo largo del estudio se ha identificado, en todas las etapas del proceso empresarial disparidades significativas entre las propensiones de los hombres y de las mujeres en cada etapa. Esta conducta que se presenta en casi todos los países del mundo, obliga a formular varias preguntas:

- ¿Cuáles son las razones que originan estas diferencias?
- ¿Qué hay que hacer para reducir la brecha?
- ¿Que deben contener las políticas públicas en el desarrollo empresarial para fortalecer el papel de la mujer como empresaria de forma que tenga un mayor papel en el desarrollo social y económico?

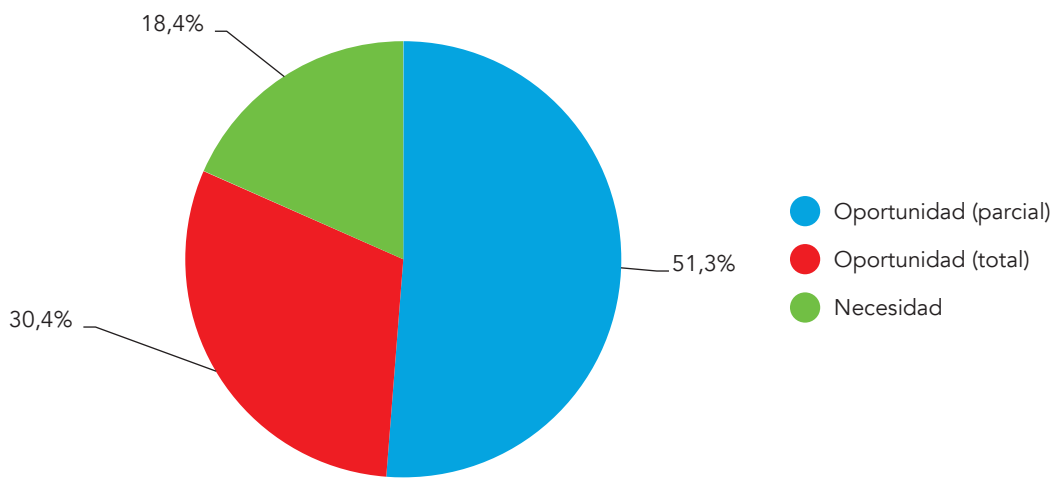
5.3 MOTIVACIÓN

Un aspecto importante del proceso empresarial, es el entendimiento de la motivación que impulsa al empresario cuando decide iniciar una actividad empresarial. GEM considera que los empresarios pueden estar en dos situaciones básicas: "motivación impulsada por la necesidad" entendida como aquella situación en la cual el empresario se ve obligado a iniciar una actividad empresarial porque no encuentra una mejor opción de trabajo y "motivación impulsada por la oportunidad", entendida como el aprovechamiento de una oportunidad de empresa. Entre estos dos extremos hay combinaciones necesidad/oportunidad.

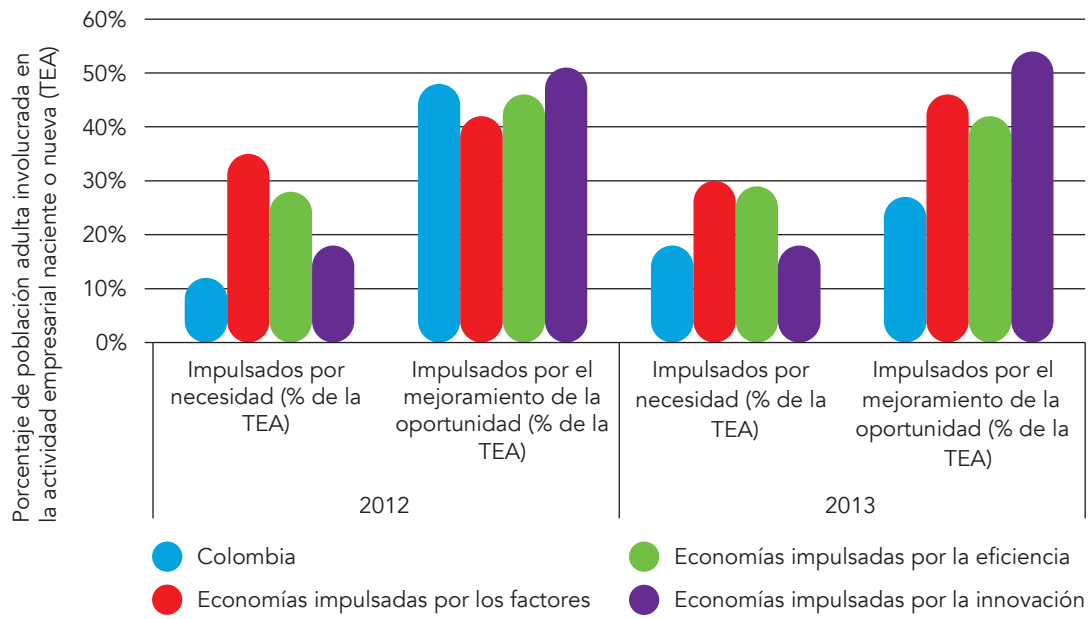
La gráfica 20, muestra que en 2013 el 81.7% de los empresarios colombianos (nacientes/nuevos) consideran que al iniciar su actividad empresarial estuvieron motivados por la oportunidad de forma parcial o total.

La gráfica 21 compara los datos para 2012 y 2013 de las motivaciones en Colombia y en los tres grupos económicos usando una clasificación más estricta sobre la motivación por oportunidad, lo que se denomina "impulsado por el mejoramiento de la oportunidad" que hace relación a aquellos empresarios nacientes y nuevos, que además de manifestar su motivación por oportunidad indican que desean mayor independencia en su trabajo y/o buscan mantener o mejorar sus ingresos.

Gráfica 20. Motivación en empresarios nacientes/nuevos. Colombia 2013



Gráfica 21. Motivación en empresarios nacientes/nuevos. Colombia y grupos de países 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Es necesario destacar la disminución que se presenta en Colombia en el porcentaje de empresarios impulsados por el mejoramiento de la oportunidad y el crecimiento de los empresarios motivados por la necesidad. El porcentaje de colombianos impulsados por el mejoramiento de la oportunidad en 2013, es menor que el porcentaje de los otros grupos económicos, y es la mitad del porcentaje de los países impulsados por la innovación.

La proporción de empresarios nacientes y nuevos que plantean, la necesidad como su motivación, ha tenido una tendencia decreciente en el periodo 2010-2013, pero en 2013 se elevó hasta el 18%. La tabla 18 presenta estos datos.

Tabla 18. Porcentaje de empresarios nacientes/nuevos impulsados por la necesidad. Colombia (2010-2013)

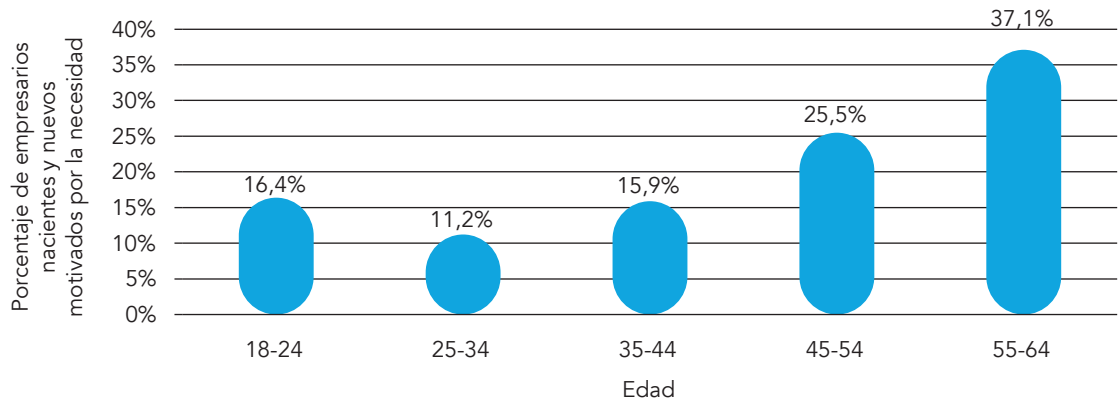
2010	2011	2012	2013
41%	25%	12%	18%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Esta tendencia puede ser causada por la mejora de condiciones socio-económicas, pero también puede ser explicada por el sesgo cultural que hace que la gente evite la necesidad como una explicación de su actividad empresarial. Se necesita un estudio más detallado para identificar y comprender mejor las motivaciones que impulsan a los empresarios en Colombia. En el caso de los empresarios motivados por la necesidad es muy importante desarrollar programas que les permita mejorar y fortalecer la gestión, para que así puedan transitar con posibilidades de éxito en todas las etapas del proceso empresarial.

La gráfica 22 muestra que la motivación impulsada por la necesidad es sustancialmente mayor en los grupos de edad más altos. La pérdida de empleo, la dificultad para obtener un nuevo trabajo, la falta de recursos por la jubilación, entre otras, son razones que generan este comportamiento en la población adulta.

Gráfica 22. Empresarios nacientes/nuevos impulsados por la necesidad vs. edad. Colombia 2013



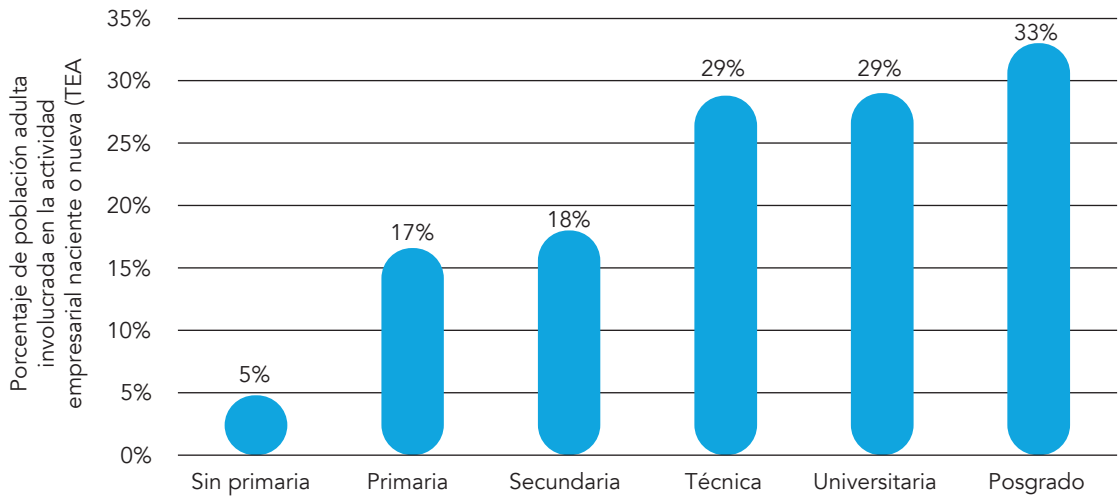
Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Muchas mejoras son necesarias para el sistema de apoyo para empresarios potenciales, intencionales, nacientes y nuevos para incrementar las iniciativas basadas en oportunidades reales, porque las iniciativas impulsadas por la necesidad son riesgosas y carecen de la facilidad para generar sostenibilidad y crecimiento en el mediano y largo plazo. Al hacer una disección de las motivaciones por género se encuentra que el 86% de los hombres indica que es oportunidad su principal motivador, mientras que el 71% de las mujeres plantea el tema de oportunidad como su principal motivador. Por otro lado, el 27% de las mujeres expresan que la necesidad las motivó al proceso empresarial y en el caso de los hombres solo el 13% asigna su motivación al tema de necesidad.

5.4 EDUCACIÓN

Las competencias empresariales son desarrolladas a través de diferentes experiencias de aprendizaje, pero una variable importan-

Gráfica 23. Empresarios nacientes/nuevos vs. nivel de educación. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

te de estudio es la relación que el nivel de educación formal tiene en la TEA y en las motivaciones para crear una empresa.

La gráfica 23, presenta la TEA en cada uno de los niveles de educación. Aquí se muestra una tendencia de incremento de la TEA a medida que el nivel educativo aumenta.

Otro resultado importante es la relación que existe entre la motivación impulsada por la necesidad y el nivel de educación. La tabla 19 muestra que el porcentaje de empresarios nacientes y nuevos motivados por la necesidad decrece conforme el nivel educativo crece.

Tabla 19. Empresarios nacientes/nuevos impulsados por necesidad vs. nivel educativo. Colombia 2013

Primaria	33%
Secundaria	22%
Técnica	15%
Universitaria	16%
Posgrado	12%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

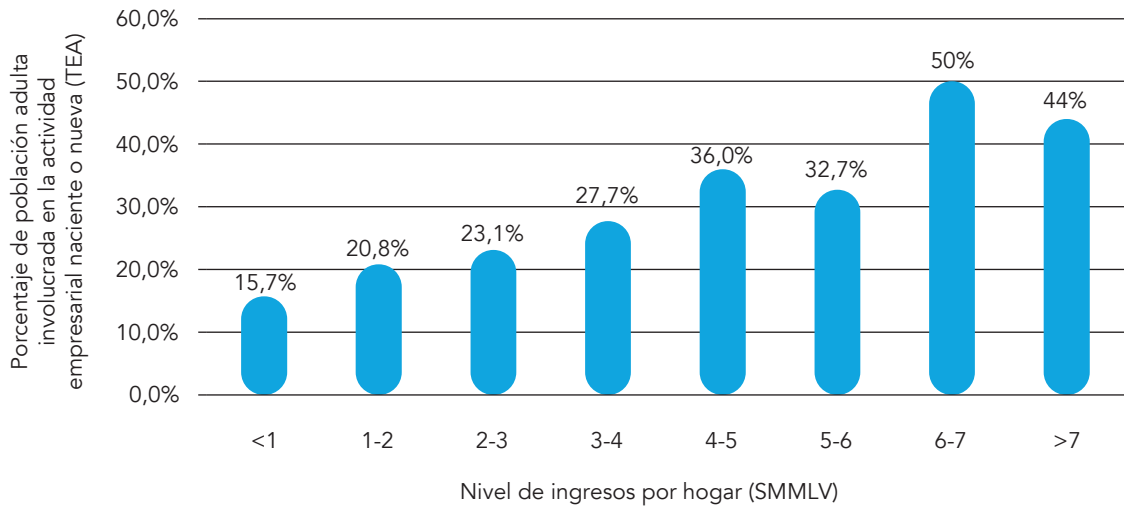
5.5 NIVEL DE INGRESOS DE LOS HOGARES

La condición económica de los empresarios nacientes y nuevos tiene un rol no solo en términos de la propensión hacia el desarrollo de iniciativas empresariales, sino también sobre la motivación que los impulsa (oportunidad o necesidad).

GEM mide las condiciones económicas de los empresarios en términos del ingreso familiar medido en salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) que el hogar está recibiendo. La propensión de cada nivel de ingresos hacia la actividad empresarial se presenta en la gráfica 24 y se observa una tendencia creciente de la TEA a medida que el ingreso familiar crece.

La tabla 20 presenta la propensión de los empresarios nacientes y nuevos impulsados por la necesidad en cada nivel de ingresos. Como es de esperar entre menor es el ingreso económico, mayor es la propensión de los empresarios motivados por la necesidad.

Gráfica 24. TEA vs. nivel de ingresos. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Tabla 20. Empresarios nacientes/nuevos impulsados por la necesidad vs. nivel de ingresos. Colombia 2013

Menos de 1 SMMLV	37,1%
Entre 1 y 2 SMMLV	20,1%
Entre 2 y 3 SMMLV	11,5%
Entre 3 y 4 SMMLV	21,0%
Entre 4 y 5 SMMLV	18,5%
Entre 5 y 6 SMMLV	14,7%
Entre 6 y 7 SMMLV	5,1%
Más de 7 SMMLV	9,7%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

5.6 SITUACIÓN LABORAL

GEM cuestiona sobre el estado laboral de las personas en el momento de la encuesta. La tabla 21 muestra que en 2013 el 33.7% de los adultos encuestados se consideraban así mismos como auto empleados, y dicho porcentaje es mayor que el del 2012 (28.2%). Cuando solo se analizan los empresarios nuevos y nacientes, esta proporción sube a 58.6% para el 2013, mejorando el porcentaje con respecto al 2012. Preocupan los altos niveles de empresarios nacientes y nuevos que continúan como empleados de tiempo completo o tiempo parcial pues esto lleva a que no puedan dedicarse al 100% a su iniciativa empresarial y hace difícil esperar que esas iniciativas puedan tener altas probabilidades de éxito. Este hecho puede explicar las "fugas" que se identifican al pasar de empresario naciente a empresario nuevo y de este último a empresario establecido. Esta situación puede originarse por múltiples causas entre ellas: falta de decisión sobre la carrera empresarial, temor al fracaso, falta de ingresos para que los nuevos y nacientes empresarios puedan mantener su nivel de vida, presiones familiares, etc.

Tabla 21. Situación laboral. Colombia 2012 -2013

	Población total 2012	Población total 2013	Empresarios nacientes/ nuevos 2012	Empresarios nacientes/ nuevos 2013
Empleado tiempo completo	34,4%	35,0%	32,7%	31,8%
Empleado tiempo parcial	7,9%	6,4%	4,8%	5,0%
Auto empleado	28,2%	33,7%	51,7%	58,6%
Buscando empleo	9,6%	13,2%	3,6%	2,6%
Jubilado o discapacitado	3,0%	3,1%	0,5%	0,4%
Estudiante	4,8%	3,3%	2,4%	0,8%
Tiempo completo en el hogar	12,1%	5,4%	4,2%	0,8%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS 6

6.1 SECTOR

Para caracterizar a las empresas por sector, GEM usa la siguiente clasificación de los sectores básicos de la economía (Tabla 22):

La gráfica 25 muestra la distribución de las empresas nacientes/nuevas y de las establecidas por sector económico.

Se observa que en ambos casos, el sector primario o agropecuario muestra una baja participación a diferencia del sector terciario o de servicios a los consumidores donde se concentran la mayoría de empresas nacientes y nuevas (52%) y de las establecidas (60%).

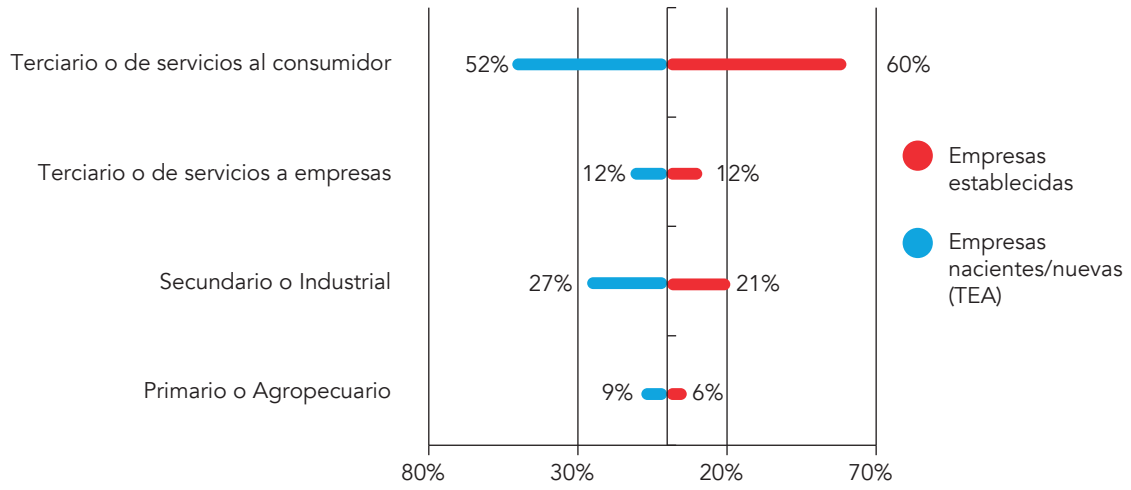
Las tablas 23 y 24 presentan la evolución de la composición en los 4 grupos de sec-

Tabla 22. Clasificación de los sectores económicos

Sector	Definición	Actividades económicas
Primario o Agropecuario	Sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación	La agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca
Secundario o Industrial	Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.	* Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo. * Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.
Terciario o de servicios a empresas	Incluye todas los servicios que se proveen a las empresas	Finanzas, seguros, bienes inmuebles, todos los servicios empresariales
Terciario o de servicios al consumidor	Incluye todas los servicios que se proveen a los consumidores	Venta al por menor, vehículos, alojamiento, restaurantes, servicios personales, salud, educación, servicios sociales, servicios de entretenimiento

Adaptado de: Banco de la república de Colombia

Gráfica 25. Sector económico en las empresas nacientes/nuevas y establecidas. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Tabla 23. Sector económico de las empresas nacientes/ nuevas. Colombia (2010-2013)

	2010	2011	2012	2013
Primario o Agropecuario	3,6%	3,3%	2,9%	8,6%
Secundario o Industrial	21,4%	24,5%	31,3%	26,8%
Terciario o de servicios a empresas	14,3%	13,7%	16,8%	12,4%
Terciario o de servicios al consumidor	60,8%	58,6%	49,1%	52,2%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Tabla 24. Sector económico de las empresas establecidas. Colombia (2010-2013)

	2010	2011	2012	2013
Primario o Agropecuario	6,0%	3,9%	1,7%	6,4%
Secundario o Industrial	33,6%	40,3%	37,2%	21,4%
Terciario o de servicios a empresas	12,8%	11,6%	11,2%	12,3%
Terciario o de servicios al consumidor	47,6%	44,3%	49,9%	59,9%

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

tores, en el periodo 2010-2013 de las empresas nacientes/nuevas y de las establecidas en Colombia.

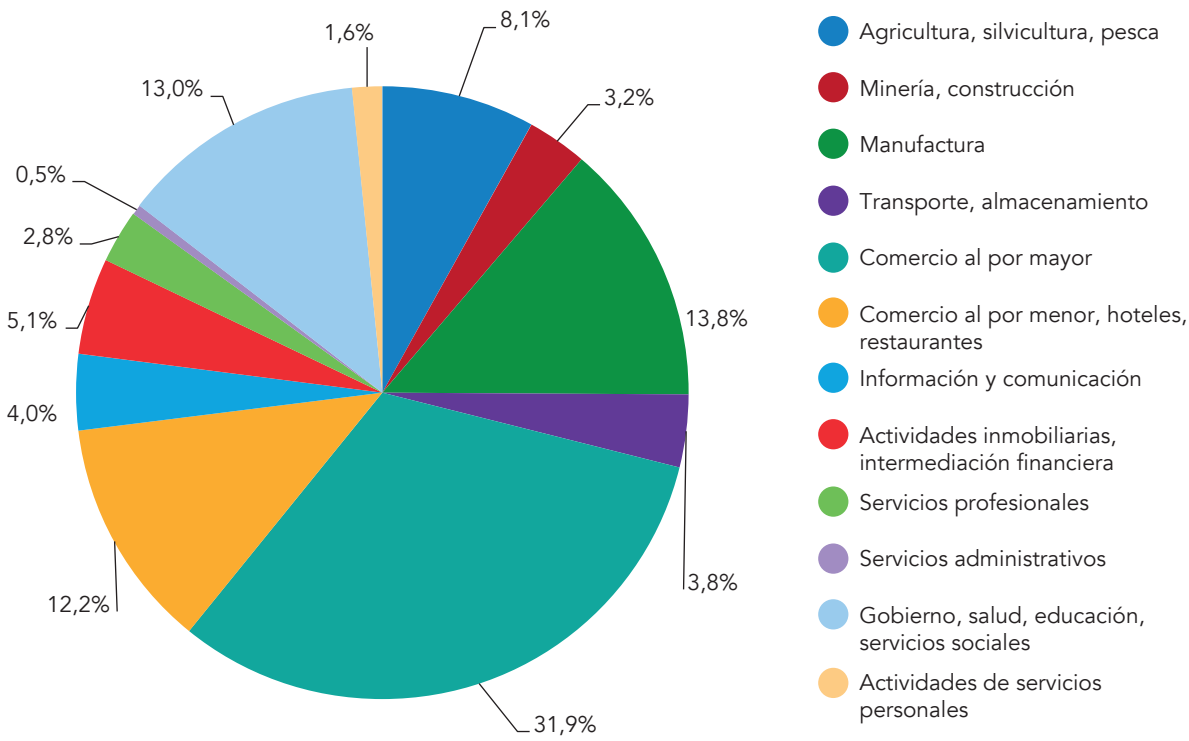
En ambos casos, a lo largo de los años se presentaron fluctuaciones en la composición tanto de las empresas nacientes/ nuevas como de las establecidas, pero el orden de los sectores se mantiene: Terciario (servicio al consumidor), Secundario (industrial), Terciario (servicio a los productores/empresas) y Primario.

Al desglosar en mayor detalle los sectores de las empresas nacientes/nuevas y de las empresas establecidas se observa en las gráficas 26 y 27 que los subsectores de: agricultura, servicios profesionales y venta al detalle son los más significativos.

6.2 GENERACIÓN DE EMPLEO

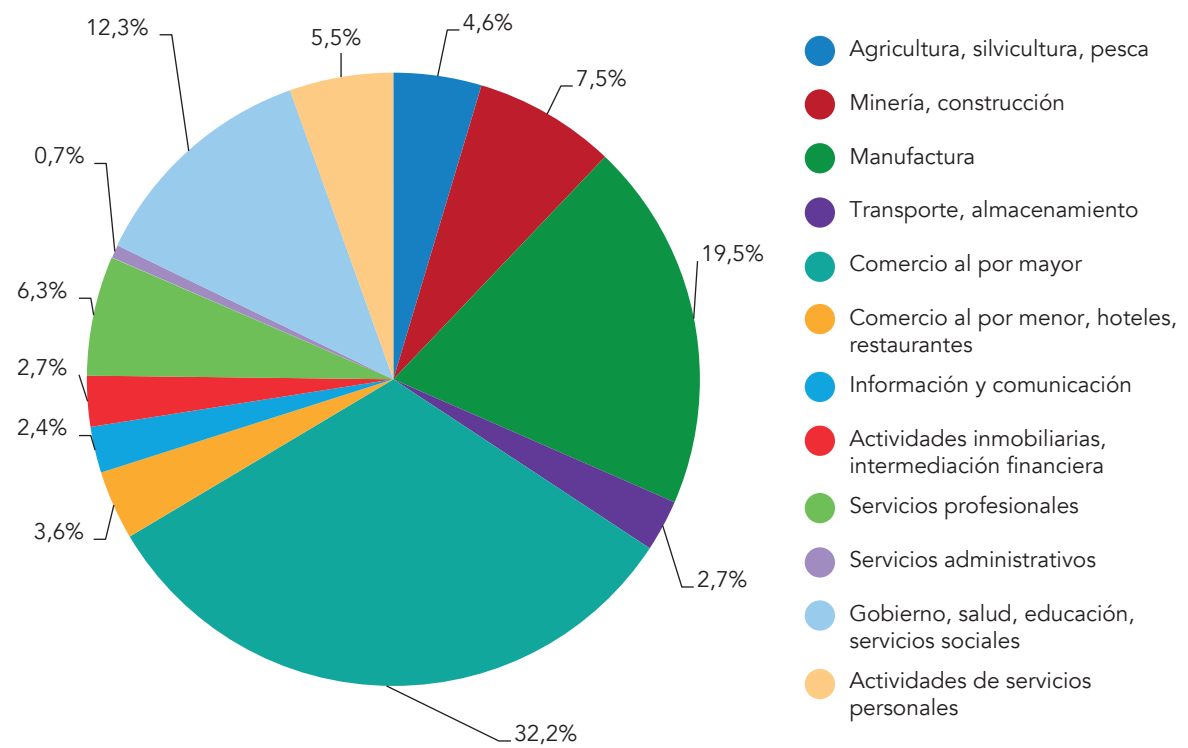
La magnitud de la contribución de las empresas en la generación de empleo es muy importante al analizar la contribución social y económica. GEM analiza dos momentos de la vida de las empresas para estudiar esta variable: el primero, el momento actual y el segundo en 5 años.

Gráfica 26. Distribución de las empresas nacientes/nuevas por subsectores. Colombia 2013



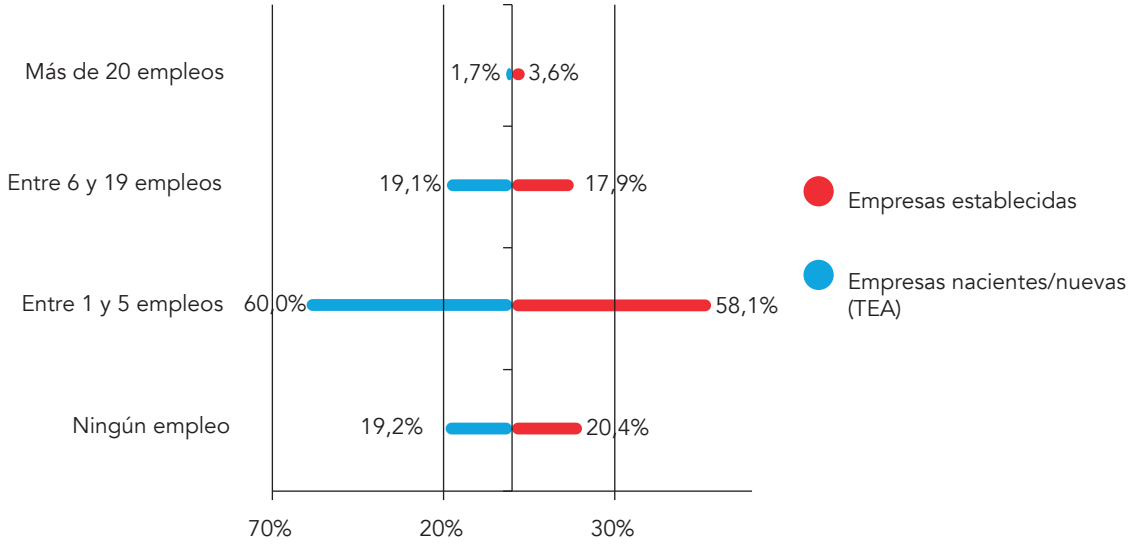
Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 27. Distribución de las empresas establecidas por subsectores. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

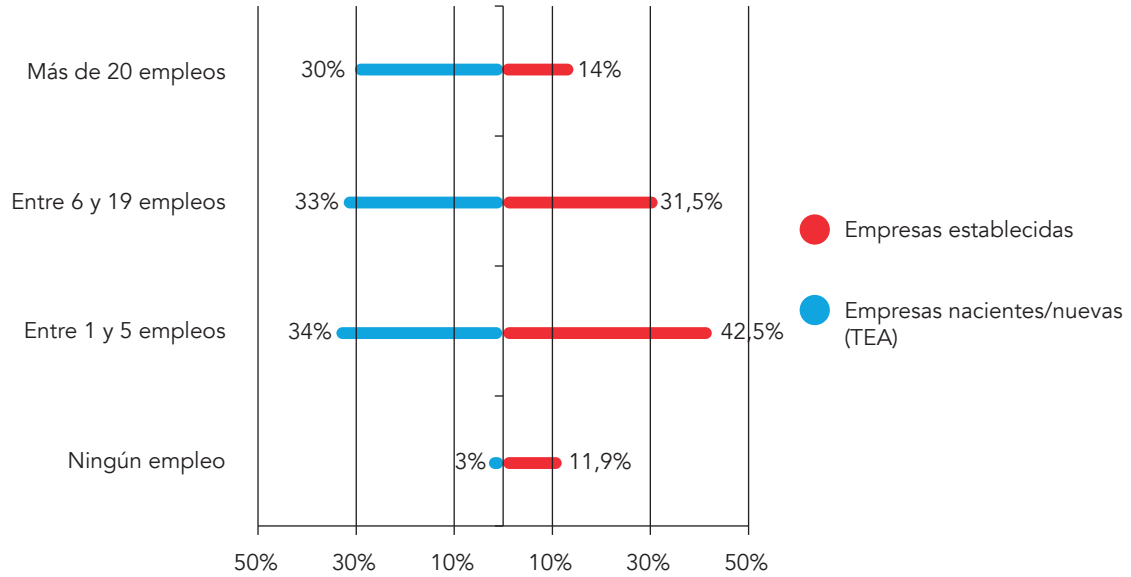
Gráfica 28. Empleo actual generado por empresas nacientes/nuevas empresas establecidas. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

La grafica 28 presenta los resultados para las empresas nacientes/nuevas y para las empresas establecidas. La moda en ambos casos es generar entre 1 y 5 empleos: las establecidas en un 58.1% de los casos y las nacientes/nuevas en un 60%. Como se aprecia en la gráfica una proporción muy significativa de empresas (19.2% y 20.4%) no genera empleos, y una proporción muy baja de empresas genera más de 20 empleos (1.7% y 3.6%).

Gráfica 29. Empleo que esperan generar en 5 años las empresas nacientes/nuevas y empresas establecidas. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

La grafica 29 presenta los resultados de empleo previsto a 5 años y las nuevas y nacientes prevén que un número significativo de ellas generará más de 20 empleos (30%), un 33% ganará entre 6 y 19 empleos, un 39% entre 1 y 5 empleos y solo el 3% prevé no generar empleos. Las empresas nacientes y nuevas muestran una proyección de generación de empleos superior a las establecidas.

Es interesante en este punto considerar las nociones que los expertos nacionales tienen sobre el sistema de apoyo al crecimiento. La tabla 25 presenta sus percepciones y la mayor calificación (3.8) la obtuvo el enunciado: *"la gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo"*.

Del análisis de los problemas que se identifican en la tubería empresarial en los tránsitos "de nacientes a nuevas" y "de nuevas a establecidas", y de estas indicaciones de proyección de empleos, se percibe la importancia que tiene el disponer de mecanismos especiales no sólo para evitar las "fugas" detectadas, sino también para lograr el crecimiento de las empresas. Por ello, la política empresarial debe orientarse a apoyar centros de desarrollo empresarial especializados en estos dos tránsitos. Las experiencias de los Centros Alaya en Cali, de los Cedezos en Medellín y de otras instituciones similares, deberían ser ampliadas para proporcionar una cobertura mayor en todas las regiones del país. La actual iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para adaptar la experiencia de los Small Business Development Centers (SBDC) de los Estados Unidos a Colombia, los procesos de apoyo que está promoviendo INNPULSA para las empresas de alto impacto, el apoyo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con el Programa Apps.co, van en esa dirección y de seguro contribuirán positivamente a reducir las "fugas" y a lograr el crecimiento y sostenimiento de las empresas en Colombia.

6.3 TECNOLOGÍA

Un elemento esencial para la competitividad de las empresas es el uso de tecnología apropiada. GEM mide el tiempo que la

Tabla 25. Apoyo al crecimiento. NES Colombia 2013

	2012	2013
Existen muchas iniciativas especialmente diseñadas para apoyar nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo	3,14	3,09
Las personas que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo	3,29	3,46
La gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo	3,48	3,8
El potencial del rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial	3,27	3,42
El apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas	3,2	3,53

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

tecnología, en uso por las empresas, ha estado disponible en el mercado local, para determinar su grado de novedad. La gráfica 29 presenta la composición de las empresas nacientes/ nuevas y establecidas de acuerdo a su nivel de tecnología.

Los resultados, especialmente para las empresas establecidas, no son buenos porque casi el 90% de estas empresas tienen tecnologías que han estado disponibles en el mercado local hace más de 5 años. La situación para las empresas nacientes/nuevas no es la mejor, sólo el 4% de estas empresas tiene una tecnología menor a 5 años.

Es importante que todos los actores en la actividad empresarial: empresarios, gobierno, sistema educativo, entiendan la importancia de actualizar las tecnologías para ser más competitivos en la economía globalizada en la que el país está cada vez más involucrado; pero también es importante estimular la investigación y el desarrollo no solo dentro de las empresas, sino también dentro de las universidades y centros de competitividad para desarrollar tecnologías en el país. El rol de Colciencias en el desarrollo de las nuevas tecnologías es crucial para el desarrollo del país.

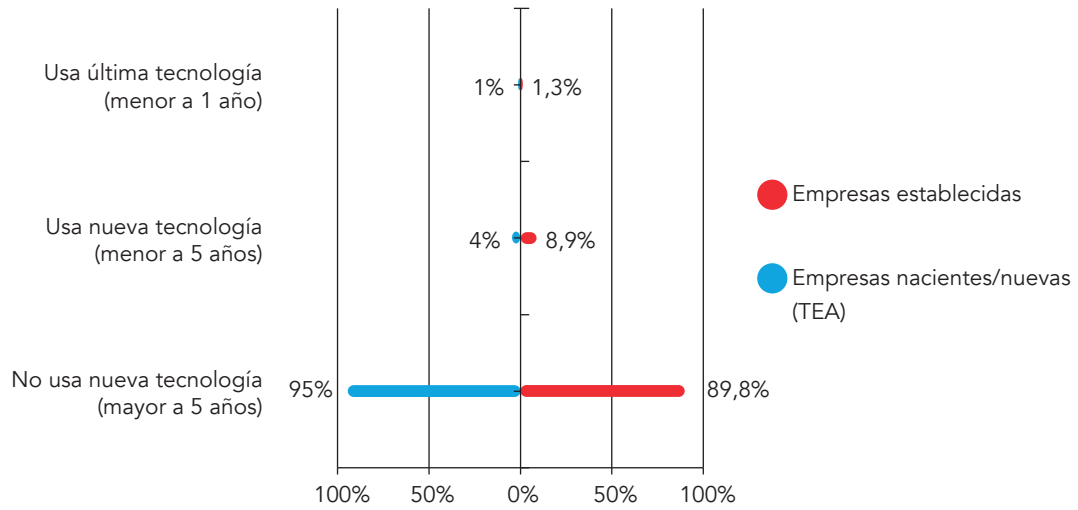
6.4 INNOVACIÓN

GEM mide el nivel de la innovación en tres fases. La primera es la novedad de los productos en el mercado, en el sentido de si los productos ofrecidos por la empresa tienen "mucha", "poca" o "ninguna" competencia.

Como indica la gráfica 31, la mayoría de las empresas (tanto las nacientes/nuevas como las establecidas) están en mercados muy competitivos porque sus productos son muy similares a los ofrecidos por sus competidores. Hay un factor positivo en las empresas nacientes/nuevas pues muestran una mayor tendencia a desarrollar productos que no tienen muchos competidores.

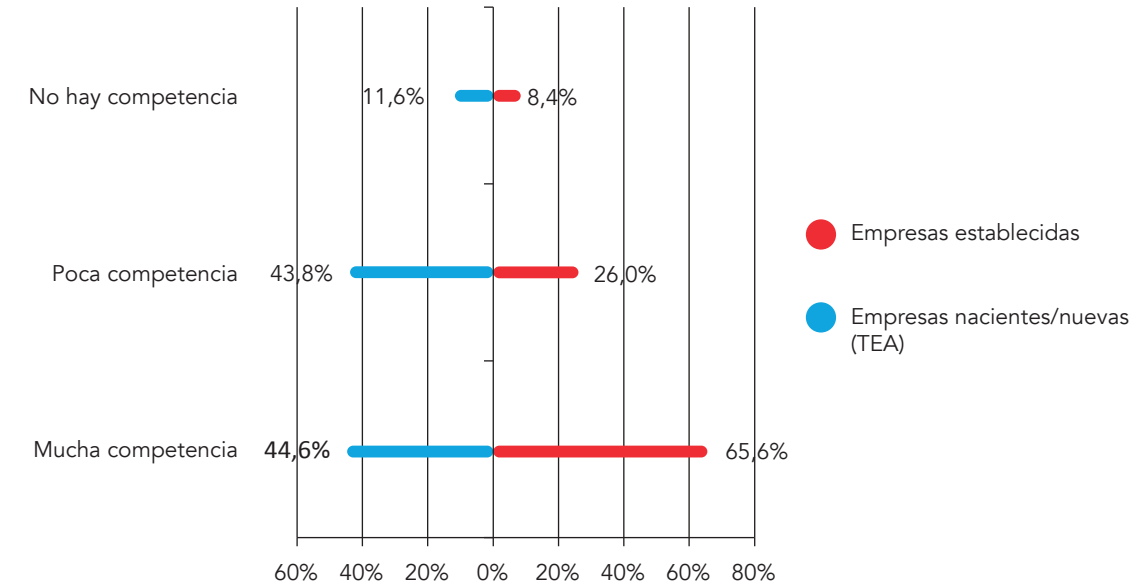
De la gráfica 32, se observa que en general en el periodo 2011-2013, el porcentaje de empresas nacientes/nuevas que está ge-

Gráfica 30. Nivel de tecnología de las empresas nacientes/nuevas y las empresas establecidas. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 31. Nivel de innovación de las empresas nacientes/nuevas y las empresas establecidas. Colombia 2013.

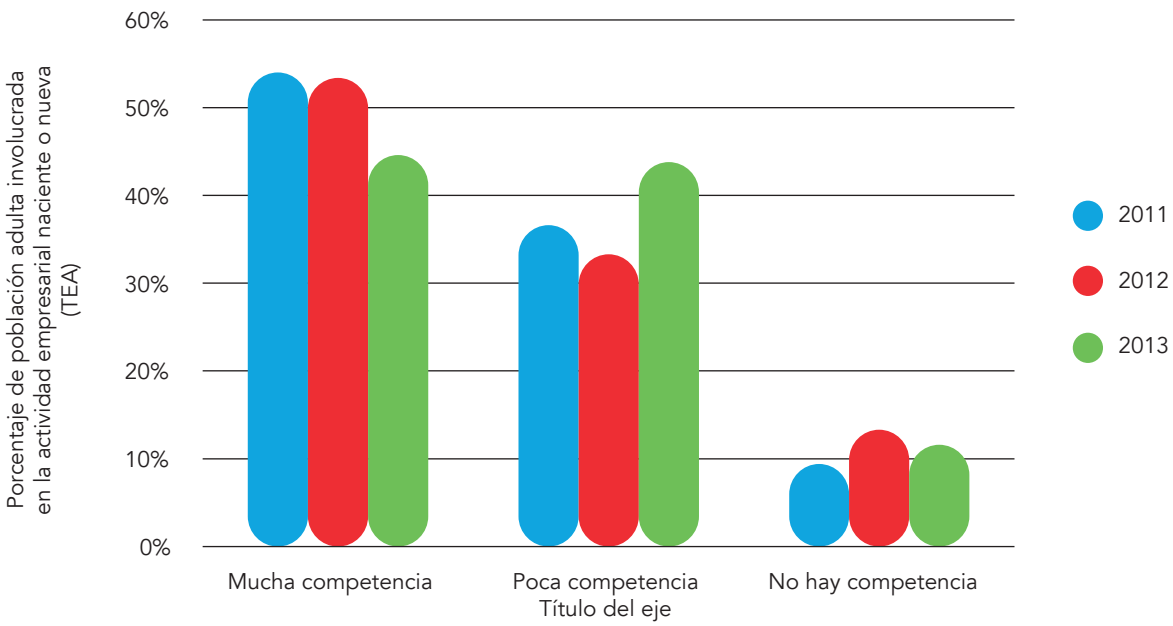


Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

nerando productos para los cuales no hay competencia o hay poca competencia (productos innovadores) ha venido creciendo, o sea que estas empresas están mejorando su capacidad innovadora.

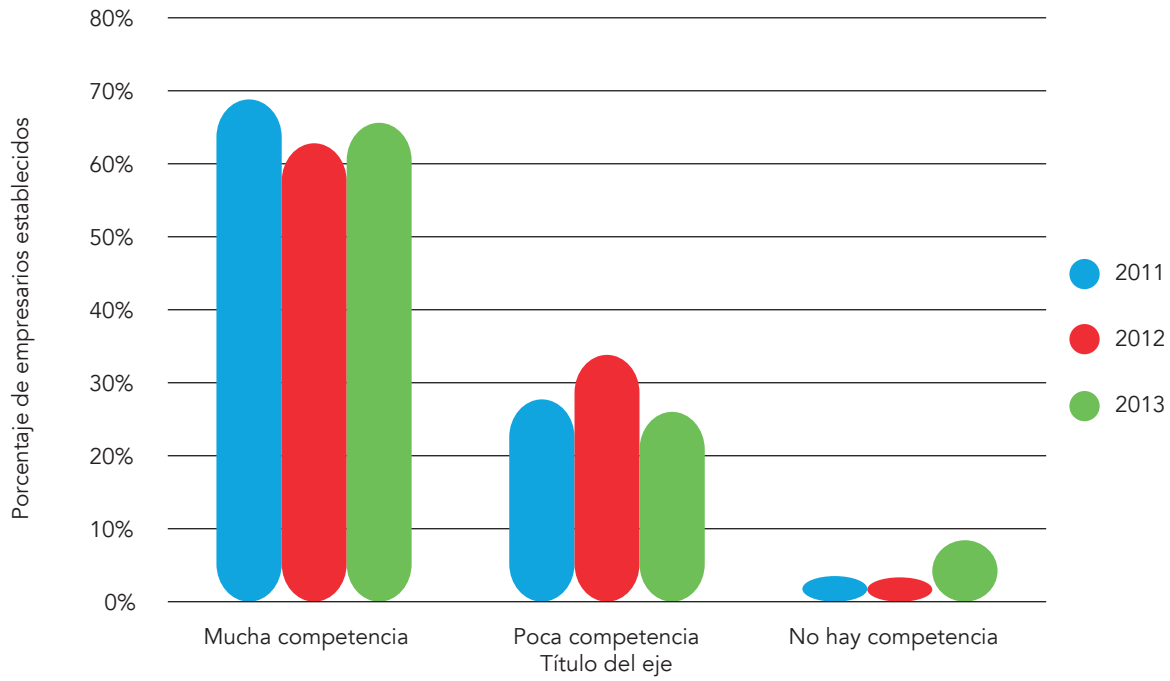
En el caso de las empresas establecidas, como lo muestra la gráfica 33, la tendencia es similar pero con menor incidencia. Esta limitación de capacidad de innovación de las empresas establecidas puede ser una de las causas por

Gráfica 32. Nivel de innovación en las empresas nacientes/ nuevas. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Gráfica 33. Nivel de innovación en las empresas establecidas. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

las cuales la proporción de empresas establecidas se ha reducido en los últimos años.

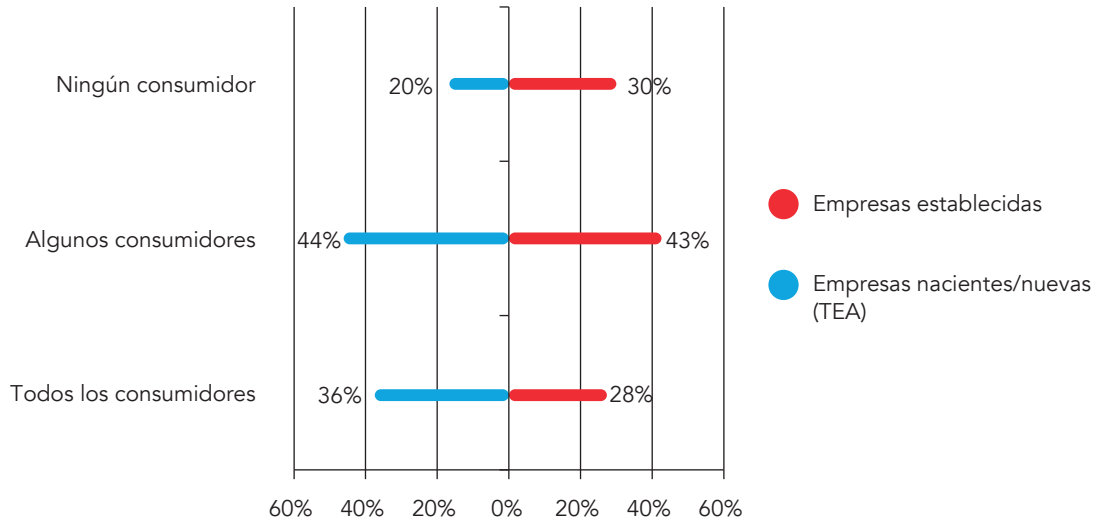
La otra medida de innovación hecha por GEM es la evaluación de la proporción de consumidores que consideran que los productos que encuentran en el mercado son nuevos o poco familiares. La gráfica 34 presenta los resultados para ambos tipos de empresas en 2013.

El 70% de las empresas establecidas y el 80% de las empresas nacientes y nuevas, consideran que todos o algunos de sus consumidores perciben que los productos o servicios ofrecidos son innovadores.

Como lo indica la gráfica 35, el porcentaje de empresas con una proporción significativa de sus clientes en el exterior (más del 25% de sus clientes) es muy baja: 15% para las establecidas y 11% para las nacientes/nuevas. Esta es un área en la cual el sector empresarial necesita mucho mejoramiento, pues dados los procesos de globalización, internacionalización y toda la actividad del gobierno nacional en términos de los TLC, se requiere orientar a las empresas hacia los nuevos mercados que se están abriendo. Programas de desarrollo de la capacidad exportadora, utilización del mercadeo digital, otros mecanismos que favorezcan la identificación y la fidelización de clientes extranjeros son elementos urgentes en la política de desarrollo empresarial.

La tabla 26 presenta la percepción de los expertos en términos de innovación y la tendencia es al mejoramiento. Los mejores niveles están asociados a los enunciados: "la innovación es altamente valorada por los consumidores" (3.97) y "los consumidores les gusta probar nuevos productos y servicios" (3.86), y el más bajo es: "las empresas tienen interés por experimentar con

Gráfica 34. Nivel de innovación (nuevos productos y servicios) de las empresas nacientes/ nuevas y de las empresas establecidas. Colombia 2013

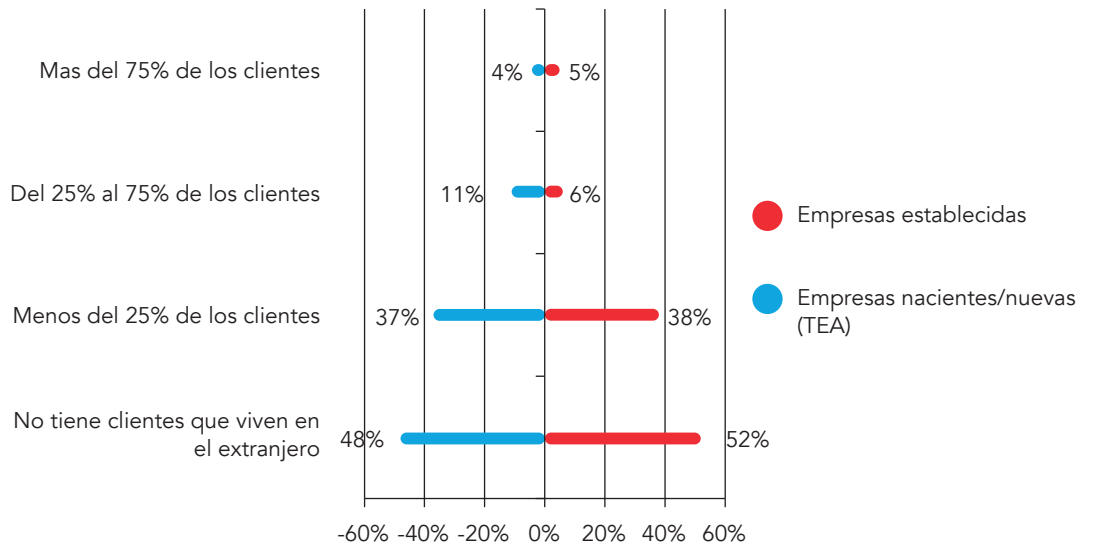


Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

nuevas tecnologías y probar nuevas formas de hacer las cosas" (3.23).

La creación de valor social se debe a la creación de nuevos productos y mercados por lo que todos los programas de desarrollo empresarial deben explicar, enseñar y reforzar los conceptos de: innovación, flexibilidad, orientación al mercado y ampliación de la perspectiva del mercado como elementos

Gráfica 35. Nivel de innovación (internacionalización) de las empresas/nuevas y de las empresas establecidas. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

esenciales para el éxito y el crecimiento de una nueva empresa. El gobierno y las universidades deben fomentar la innovación y crear una cultura impulsada por la innovación y la competitividad.

Tabla 26. Innovación. NES Colombia 2013

	2012	2013
Las empresas tienen interés por experimentar con nuevas tecnologías y probar nuevas formas de hacer las cosas	3,02	3,23
A los consumidores les gusta probar nuevos productos y servicios	3,55	3,86
La innovación es altamente valorada por las empresas	3,22	3,54
La innovación es altamente valorada por los consumidores	3,6	3,97
En general, las empresas establecidas están abiertas a la posibilidad de utilizar como proveedoras a empresas innovadoras recién creadas	2,8	3,27
Los consumidores están abiertos a la compra y uso de servicios proporcionados por empresas innovadores recién creadas	2,94	3,61

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

CONDICIONES ESTRUCTURALES DEL ENTORNO PARA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

7

El modelo GEM ha conceptuado desde sus inicios que existe una relación entre las condiciones estructurales del entorno (Entrepreneurial Framework Conditions -EFC-), el comportamiento de los empresarios, la dinámica empresarial y el crecimiento económico. El nivel favorable de estas condiciones (EFC) influencia la existencia de oportunidades empresariales, la capacidad y las preferencias empresariales, la orientación de los empresarios y las empresas y por ende la dinámica empresarial.

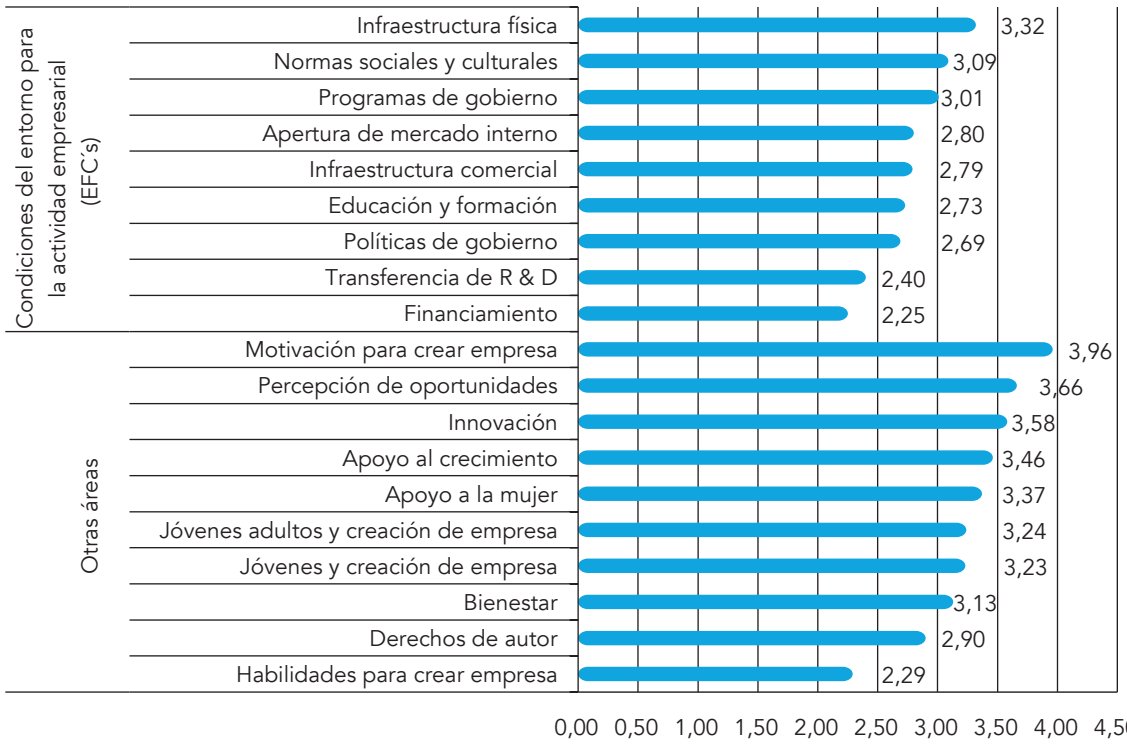
Para medir estas condiciones, GEM recurre a expertos nacionales en 9 áreas básicas y a través de la Encuesta Nacional de Expertos (NES) recoge información sobre el estado de dichas condiciones.

En 2013, en Colombia un total de 36 expertos dieron sus opiniones no solo sobre las tradicionales 9 condiciones, sino también sobre las opcionales que se describen en la gráfica 36. En cada condición se miden varios factores usando una escala Likert de 5 puntos en el cual 1 significa que el enunciado según los expertos es completamente falso y 5 significa que el enunciado según los expertos es completamente verdadero. Todas las 36 calificaciones de cada enunciado se promedian y se obtiene también un promedio por condición.

La grafica 36, presenta los promedios obtenidos en el 2013 para cada una de las condiciones estructurales de la actividad empresarial (EFC) y para algunas otras condiciones que su incluyeron en el estudio del 2013. Se observa que 6 de las 9 EFC básicas, presentan indicadores inferiores a 3.0, o sea que los expertos consideran que el nivel de dichas condiciones, en Colombia, es inferior a una condición promedio. En las condiciones opcionales incluidas en el 2013, la percepción de los expertos es mejor y 8 de 10 están por encima del valor promedio.

La tabla 27 presenta los resultados para las 9 condiciones para los países latinoamericanos y para algunos grupos geográficos. Es importante aclarar que en la tabla aparecen más de 9 condiciones porque 3 de ellas fueron desagregadas en dos componentes, por ejemplo la condición "educación" fue desagregada en "primaria y secundaria" y en

Gráfica 36. Condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial. NES Colombia 2013



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

"universitaria"; la condición de "políticas de gobierno" fue desagregada en "políticas generales" y en "regulaciones"; y finalmente, la condición de "mercado interno" fue desagregada en "apertura" y en "dinámica".

Al comparar Colombia con el promedio de los países latino americanos se observan diferencias negativas en: financiamiento, infraestructura legal y comercial e infraestructura física. Al comparar Colombia con el promedio de países de Europa (pertenecientes a la Unión Europea), se observan diferencias negativas en: financiación, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura legal y comercial, dinámica y apertura de mercado interno, infraestructura física. Al comparar Colombia con Norte América, las diferencias negativas están en: financiación, infraestructura legal y comercial, dinámica de mercados, infraestructura y normas sociales. Estas diferencias con los demás grupos de países, aunque son pequeñas, claramente indican las áreas de mejoramiento en las cuales se debe trabajar con mayor intensidad.

La tabla 28 presenta los resultados para los factores componentes de la condición "Financiación" para 2012 y 2013. Se observa que en opinión de los expertos nacionales, las condiciones de financiación para los nuevos empresarios no están mejorando y continúan en un nivel bajo. El diseño y la implementación efectiva de nuevos mecanismos de financiación (agiles, apropiados, efectivos y de cobertura nacional) son requeridos para todo tipo de nuevas empresas. El fortalecimiento real de: fondos de subsidio, fondos no reembolsables, fondos de desarrollo tecnológico, capital semilla, líneas de créditos con condiciones adecuadas, grupos de inversionistas privados (ángeles y de riesgo),

Tabla 27. Condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial. Datos mundiales 2013

	Financiamiento	Políticas de Gobierno (Políticas Generales)	Políticas de Gobierno (Regulación)	Programas de gobierno	Educación (primaria y secundaria)	Educación (Universitaria)	Transferencia de I&D	Infraestructura Comercial	Dinámica de Mercado Interno	Apertura de Mercado Interno	Infraestructura física	Normas sociales y culturales
América Latina y el Caribe	2,4	2,6	2,3	2,6	2,0	3,1	2,2	2,9	2,7	2,4	3,7	2,9
Argentina	2,2	2,0	1,5	2,8	2,2	3,3	2,7	3,0	3,2	2,6	3,5	3,2
Barbados	2,0	2,8	2,0	2,3	2,0	2,7	1,6	3,0	2,5	2,4	3,4	2,5
Brasil	2,3	2,5	1,7	2,3	1,5	2,4	2,0	2,4	3,0	2,1	3,0	2,7
Chile	2,5	3,4	3,2	3,1	1,7	2,7	2,2	2,7	2,4	2,3	4,2	2,8
Colombia	2,3	2,8	2,6	3,0	2,3	3,2	2,4	2,8	2,9	2,8	3,3	3,1
Ecuador	2,2	2,9	2,1	2,5	2,0	3,2	2,1	2,9	2,3	2,4	4,2	3,1
Guatemala	2,2	2,2	2,1	2,4	1,8	3,2	2,2	3,4	2,4	2,4	3,8	2,6
Jamaica	2,9	2,6	2,2	2,3	2,2	3,5	2,3	3,2	3,8	2,7	3,8	3,5
México	2,4	3,0	2,2	3,1	2,0	3,3	2,6	2,7	2,5	2,4	3,9	3,1
Panamá	2,4	2,7	2,8	3,1	1,6	2,8	2,3	2,8	2,8	2,4	3,8	3,0
Perú	2,3	2,0	2,1	2,2	2,1	2,8	1,9	2,7	2,6	2,6	3,4	2,9
Surinam	2,4	2,4	2,2	2,0	2,1	3,3	1,8	2,8	2,7	2,2	3,3	2,8
Trinidad y Tobago	3,1	2,2	2,2	2,4	2,1	3,0	2,0	3,1	2,8	2,0	3,8	3,0
Uruguay	2,2	2,3	2,8	3,2	1,7	3,5	3,0	3,1	2,0	2,8	3,8	2,4
Medio Oriente y Norte de África	2,6	2,3	2,1	2,1	1,8	2,7	2,2	2,8	3,3	2,4	3,6	2,9
África Sub-Sahariana	2,5	2,5	2,2	2,3	2,1	2,7	2,0	2,8	3,2	2,7	3,0	2,9
Asia Pacífico y Sur Asia	3,0	2,8	2,6	2,7	2,2	2,9	2,6	3,1	3,6	2,7	3,8	3,2
Europa, no pertenecientes a la Unión Europea	2,5	2,5	2,5	2,6	2,3	2,9	2,5	3,1	3,1	2,5	3,6	2,7
Europa, pertenecientes a la Unión Europea	2,6	2,6	2,4	2,8	2,1	2,8	2,5	3,2	3,1	2,6	4,0	2,6
América del Norte	2,4	2,7	2,0	2,6	2,0	2,9	2,3	3,1	3,1	2,6	3,8	3,2

Tabla 28. Financiación. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
Los empresarios disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,10	2,06
Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento	2,34	2,46
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,84	2,54
Hay suficiente financiación para empresarios, proporcionada por inversores informales que no son propietarios de las empresas nuevas y en crecimiento	2,51	2,23
Hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	2,18	2,12
La salida a la bolsa es un recurso que proporciona financiación para las empresas nuevas y en crecimiento	2,07	2,09

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

estímulos a la inversión en nuevas empresas, sistemas asociativos, etc., son elementos necesarios en el entorno empresarial.

La tabla 29 presenta los resultados para los distintos factores que se miden en la condición "Transferencia de investigación y desarrollo". Al comparar 2012 con 2013, el escenario es bastante negativo, pues los indicadores son bajos y han decrecido del 2012 al 2013.

Desde la falta de capacidad de las empresas nuevas y en crecimiento para comprar, desarrollar y/o adaptar las últimas tecnologías (1.94), pasando por la falta de subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías (2.24), hasta la inequidad en el acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías por parte de las empresas ya establecidas (2.28), indican la existencia de un escenario no favorable para la transferencia de

Tabla 29. Transferencia de I&D. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,50	2,42
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2,30	2,28
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear la adquisición últimas tecnologías.	2,10	1,94
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2,40	2,24
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	3,30	3,19
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,60	2,31

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

investigación y desarrollo. Estas condiciones de entorno explican en gran medida, el hecho presentado en la sección 6.3, que indicaba que un porcentaje muy bajo de empresas nuevas y establecidas están usando nuevas tecnologías disponibles en el mercado local.

Es necesario tomar acciones específicas que permitan mejorar esta situación: por un lado es necesario incrementar la inversión asignada a investigación y desarrollo como porcentaje del PIB, pues el 0.5% que Colombia (Revista DINERO, 2013) invierte al año es muy bajo, y además, se necesita fortalecer la investigación aplicada que conecte directamente a universidades y centros de investigación con las empresas y para ello los proyectos de financiación de este tipo de relación universidad empresa, sea vía Colciencias, y/o regalías, y/o acuerdos interinstitucionales, etc., deben ser promovidos e implementados.

Para la transferencia de investigación y desarrollo en Colombia, cuatro principales recomendaciones en política podrían ser formuladas:

- Integrar el desarrollo del espíritu empresarial y de los procesos de creación de empresa en el currículo de los programas de ciencias básicas e ingenierías, a todos los niveles.
- Los temas de innovación científica y tecnológica, de apropiación y adaptación de tecnología deben ser temas transversales a los procesos educativos en todas las áreas de conocimiento.
- Otorgar un valor importante al trabajo científico y académico orientado a la comercialización de los resultados de investigación a través de nuevas empresas (por ejemplo, spin-off), y generar procesos de reconocimiento económico para los académicos que lo hagan.
- Aumentar la cantidad del gasto público en investigación y desarrollo, así como en programas para fomentar la transferencia de tecnologías entre universidades y centros públicos de investigación para las empresas nuevas y en crecimiento.

Tabla 30. Políticas de gobierno. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).	2,77	2,35
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno nacional.	3,40	3,37
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política de las administraciones departamentales.	3,06	2,85
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	2,43	2,35
Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2,49	2,31
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.	2,98	3,06
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	2,63	2,51

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

- Desarrollar programas de apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento en la adquisición de nuevas tecnologías y la comercialización de sus propias actividades de investigación y desarrollo.

La tabla 30 presenta la evaluación de los factores asociados a "Políticas de Gobierno". De nuevo los factores reciben una calificación baja y con una tendencia a la baja en el periodo 2012-2013. Los factores más bajos están asociados a: impuestos, trámites y falta de apoyo a las nuevas empresas en las compras gubernamentales.

Surgen aquí varias recomendaciones:

- Es necesario que la política de apoyo a los nuevos empresarios y a las nuevas empresas, pase de ser un enunciado de buenas intenciones a convertirse en una directriz para todos los niveles del gobierno y se le asignen recursos para su implementación.

- Es urgente revisar las condiciones de tributación (tasas, procedimientos, sanciones, estímulos, etc.) de forma tal que se facilite el proceso de creación y desarrollo de empresas.

- Es necesario contribuir al mejoramiento de los procedimientos legales, que dificultan y encarecen la nueva actividad empresarial.

- El gobierno en todos los niveles debe crear un mecanismo, en sus procesos de compra, para que las nuevas empresas puedan tener una participación en ellos.

La tabla 31, presenta tanto para 2012 como para 2013 los factores y sus calificaciones para la condición "Educación y formación". De nuevo se presentan valores bajos y con tendencia a disminuir excepto en los de formación en gestión y en formación profesional.

Los peores resultados son para la educación primaria y secundaria, lo cual indica que las estrategias definidas por la ley 1014 del 2006 no han operado adecuadamente. Las IES salen un poco mejor libradas pero aun con calificaciones inferiores a 3.0.

El hecho de que la inversión colombiana en educación sea sólo del 4.8% del PIB (ONU,

Tabla 31. Educación y formación. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,60	2,59
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	2,30	2,15
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	2,30	2,03
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.	2,90	2,86
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.	3,40	3,42
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.	3,10	3,31

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

2013), es parte del problema, pero también existan problemas serios en la orientación educativa.

Se sugieren varias acciones específicas:

- Enriquecer los currículos de todos los niveles con el desarrollo no sólo de competencias laborales sino también con las competencias empresariales. Para ello se deben identificar y convocar a un grupo de expertos colombianos en educación empresarial para la conformación de un equipo asesor al Ministerio de Educación con el fin de ayudar en el diseño de esas competencias empresariales que facilitan la creación de nuevas empresas.

- Modificar la ley 1014 para que todos los programas educativos, de todos los niveles brinden a los estudiantes la posibilidad de desarrollar sus iniciativas empresariales y fortalecer sus competencias empresariales.

- Impulsar los conceptos transversales de creatividad e innovación en todos los programas educativos.

- Asignar los recursos para la investigación en educación empresarial y para la formación de maestros, profesores e investigadores nacionales en esta área.

- Implementar programas formativos en todos los segmentos educativos que permitan el desarrollo de las competencias empresariales y les permiten a los colombianos saber: ¿cómo?, ¿dónde?, ¿con quién?, ¿cuándo?, ¿con qué? crear una empresa.

La tabla 32, presenta los factores y sus calificaciones para la condición "Programas de Gobierno" para los ciclos 2012 y 2013. Los resultados que están muy cerca del 3.0 y que presentan una fluctuación entre 2012 y 2013 tanto de mejoramiento (4 factores) como de desmejoramiento (2 factores), indican dificultades en la aplicación de los programas de gobierno. Los factores mejor calificados son: "La existencia de programas y la calidad de las personas que brindan apoyo en dichos programas a los nuevos empresarios"; y el factor peor calificado es: "No contar con una unidad especializada de orientación que los remita a la entidad que pueda resolverles los problemas específicos que el empresario pueda tener".

Se plantean las siguientes recomendaciones:

- Asignar recursos para crear programas de apoyo a empresarios y empresas nacientes y en desarrollo, operados por el sector privado, y/o el sector fundacional, y/o el de las ONG, que pueda brindar la orientación necesaria y que sea el punto de partida de los procesos de asesoría. El modelo del Centro Alaya de la Universidad Icesi en Cali, adaptado del modelo de los Small Business Development Centers (SBDC) de los Estados Unidos, el de los Cedezos en Medellín, el de la Cámara de Comercio de Bogotá deben ser integrados y financiados para su expansión a todo el país de forma tal que puedan brindar este apoyo.

- Diseñar y ejecutar programas de formación, de asesores, consultores, mentores, y coaches especializados en los procesos de creación y desarrollo de nuevas empresas,

La tabla 33 presenta los resultados de los factores que definen la condición de "Infraestructura Comercial y Profesional". Tener acceso a buenas condiciones de infraestructura comercial (proveedores y subcontratistas) y profesional (asesores, consultores, socios, etc.), es esencial para que los empresarios nacientes y nuevos puedan desarrollar sus empresas de manera efectiva, y tengan la posibilidad de prosperar tanto a nivel nacional como internacional. Para ello, es importante que en el sector público y privado se estudie cuidadosamente las formas de proporcionar estos servicios, a un nivel, que

Tabla 32. Programas de gobierno. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
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).	2,59	2,53
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	2,90	3,44
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	3,23	3,29
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3,21	3,24
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.	2,82	2,71
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2,83	2,85

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

permita a las empresas colombianas competir, al menos, en un entorno equitativo con todas las empresas extranjeras.

La condición "Infraestructura Comercial y Profesional" presenta valores bajos y con tendencia decreciente en la mayoría de los enunciados. Algunas de las recomendaciones que se presentan en la condición de "Programas de Gobierno" son válidas aquí pues la carencia de entidades que den asesorías, consultorías, mentorías, etc., en condiciones apropiadas de costo y de orientación son factores críticos. Asimismo, aparece aquí el problema de los servicios bancarios y su costo, que plantea una interacción más fuerte del gobierno con las entidades financieras para facilitar los procesos de bancarización de las nuevas empresas.

La tabla 34 presenta los factores asociados a la condición de "Apertura de Mercado In-

Tabla 33. Infraestructura comercial y profesional. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	3,17	3,11
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de subcontratistas, proveedores y consultores.	2,39	2,36
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	2,76	2,66
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	2,84	3,03
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares)	2,72	2,77

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

Tabla 34. Apertura de mercado interno. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro.	2,50	2,91
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro.	2,50	2,91
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2,60	2,71
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar los costos de entrada al mercado.	2,40	2,54
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2,80	2,74
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2,60	3,00

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

terno", y aquí aunque las calificaciones son bajas, se nota una tendencia a mejorar en el periodo 2012-2013.

El Gobierno necesita desarrollar e implementar políticas, en un esfuerzo conjunto con el sector privado, para mejorar las condiciones de la apertura del mercado interno, sobre todo cuando el efecto de los acuerdos de libre comercio y la política de revalorización ha estado favoreciendo a los empresarios y a las empresas extranjeras.

Las dificultades para encontrar un nicho real en el mercado puede ser una de las causas principales del número de empresarios nacientes que no son capaces de llegar a la etapa de nuevos empresarios. Si las empresas colombianas nuevas y en desarrollo no pueden acceder al mercado local, no existe posibilidad de posicionarse en los mercados internacionales.

Es conveniente repensar los programas de formación para empresarios nacientes/nuevos que les den las competencias empresariales necesarias no solo para ampliar su participación en mercados locales, sino también para proyectarse a mercados internacionales. Modelos como Expopyme

Tabla 35. Normas sociales y culturales. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,30	3,44
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	3,22	3,19
Las normas sociales y culturales estimulan asumir el riesgo empresarial	2,64	2,72
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,82	2,78
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	3,24	3,33

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

deberían revisarse e implementarse de nuevo, pues no hace sentido que con tantos TLC las exportaciones colombianas, no provenientes de recursos naturales, estén decreciendo.

La tabla 35 indica que en los factores asociados a la condición "Normas Sociales y Culturales", la situación está por encima de 3 y con tendencia hacia el mejoramiento en la mayoría de ellos.

Estos datos coinciden con la aceptación socio cultural del empresario que se presentó en la sección 4.1. Los valores más bajos están en la capacidad de asumir riesgos y en la creatividad e innovación. Estos elementos pueden ser mejorados con las indicaciones que se hicieron al estudiar la condición educación. El tema de riesgo es especialmente delicado en el caso de las mujeres.

Varias recomendaciones surgen de estos resultados:

- Se debe continuar los procesos de reconocer el papel significativo del empresario en la construcción social de valor, bienestar, empleos, etc., y para ello se deben resaltar los empresarios modelo para fortalecer la cultura empresarial.
- Los valores propios al espíritu empresarial: autosuficiencia, autonomía, iniciativa empresarial, riesgo, creatividad, innovación, autoconfianza, etc., deben ser transmitidos y reforzados permanentemente en los sistemas educativos y en los medios.
- Se deben hacer reconocimientos a los empresarios que se destacan en los diversos niveles geográficos y en los diversos sectores.

La tabla 36 presenta la apreciación de los expertos a los factores asociados a la condición "Infraestructura Física". Esta es la condición con la mejor calificación excepto en el tema de vías y de logística, y en general muestra una tendencia al mejoramiento.

El proceso actual de desarrollo de vías de cuarta generación, seguramente ayudará a resolver esta situación, que si bien es cierto logra la mejor calificación en Colombia, muestra deficiencias al compararla con otros grupos de países.

Entre las otras condiciones de infraestructura que se incluyeron en la NES Colombia de 2013, hay dos que presentan condiciones críticas: las habilidades para crear empresa y los derechos de autor. La primera

Tabla 36. Infraestructura física. NES Colombia (2012-2013)

	2012	2013
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	2,18	2,5
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)	3,10	3,53
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,31	3,43
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	3,27	3,35
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	3,81	3,79

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

se puede resolver con las recomendaciones realizadas en el tema educación, pero la segunda requiere una acción de gobierno que mejore y facilite los procesos de registro y protección de la propiedad intelectual, especialmente la asociada con temas empresariales: marcas, patentes, registros, modelos de utilidad, derechos e franquicia, etc.

8 TEMAS ESPECIALES

Durante 2013 GEM decidió enfrentar un tema muy novedoso y fue la relación que existe entre "Well-being" y "Entrepreneurship". Paralelamente el grupo de investigación GEM Caribe decidió acometer el tema de "Salud" entre los empresarios.

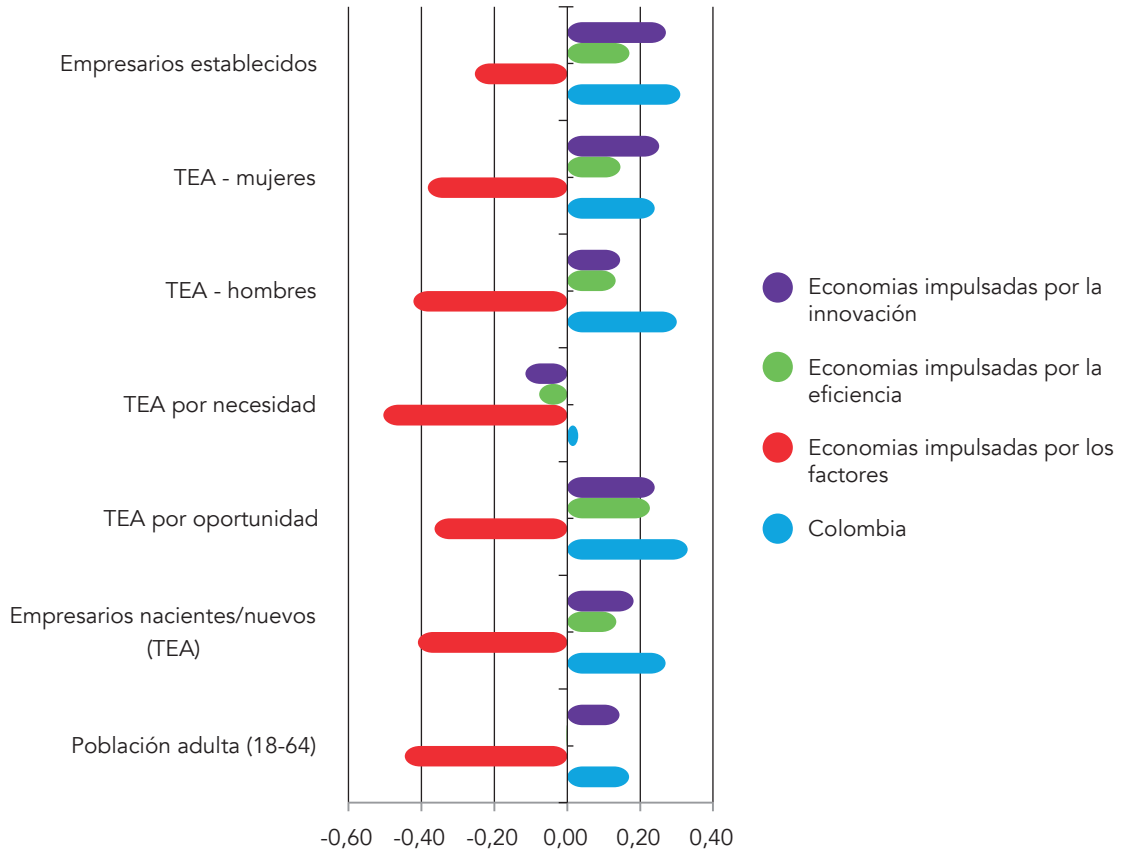
8.1 "WELL-BEING" Y "ENTREPRENEURSHIP"

Tradicionalmente los indicadores de desarrollo se han concentrado en indicadores económicos (PIB-PC, Índice Gini, porcentaje de población bajo línea de pobreza, etc.) o en indicadores sociales (esperanza de vida al nacer, nivel educativo, etc) pero han dedicado muy poco esfuerzo a medir el nivel de satisfacción de las personas con su vida y/o con su actividad. En los últimos años, diversos indicadores se han desarrollado para medir ese nivel de satisfacción y ellos se han asociado a los términos "bienestar" y/o "felicidad". Los trabajos de Stigliz et al (2009), Helliwell et al (2013) y de la OECD (2009) son ejemplos de estas aproximaciones, sin embargo no hay mucha evidencia empírica que relacione el "wellbeing" (felicidad, bienestar o satisfacción personal), con las actividades empresariales a nivel individual (Cooper & Artz, 1995; Carree & Verhuel 2012), y menos evidencias que establezcan relaciones de cómo la iniciativa empresarial y el bienestar se interrelacionan.

En estudios muy limitados en su tamaño se ha planteado que los empresarios tienen un nivel de satisfacción en el ejercicio de su labor, superior al de los empleados, tal vez por la valoración que le dan a su independencia y a la flexibilidad que tiene su estilo de vida, al trabajar en su propia empresa. (Benz y Frey, 2004; Blanchflower, 2004; Lange, 2012; Moskowitz y Vissing-Jorgensen, 2002; Ajayi-Obe y Parker, 2005; Taylor, 2004).

Block & Koellingers (2009) indican que el solo hecho de ser empresario provee un disfrute superior de los resultados materiales logrados. GEM escogió medir a través del APS dos conceptos: el bienestar subjetivo y el balance entre las condiciones de trabajo y el bienestar; y a través de la NES medir las condiciones de infraestructura para la creación de empresas y el bienestar.

Gráfica 37. Indicadores sobre bienestar para empresarios nuevos y establecidos en Colombia y los tres grupos económicos. 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

Para medir el bienestar subjetivo, la escala "Satisfaction With Life Scale (SWLS)" desarrollada por Pavot & Diener (2008), que está compuesto por cinco elementos, fue seleccionada y las preguntas fueron calificadas en una escala Likert de 1 (completamente en desacuerdo) a 5 (completamente de acuerdo).

Para medir las condiciones de trabajo se desarrollaron preguntas que incluían autodeterminación y significado que son elementos importantes de empoderamiento (Spreitzer et al, 1997), y estrés en el trabajo que mide el bienestar psicológico (Blustein, 2008). Para medir satisfacción en el equilibrio trabajo-vida se usaron los enfoques de Valcour (2007) y Abendroth & Dendulk (2011) que evalúan como se satisfacen las demandas del trabajo y de la familia.

La gráfica 37 presenta los indicadores, en escala estandarizada del SWLS (el rango hipotético va de -1.7 (muy bajo nivel de bienestar) a 1.7 (alto nivel de bienestar)) tanto para Colombia como para los tres grupos económicos (factores, eficiencia e innovación) para varios de los segmentos de población que se identifican en el estudio GEM. Es muy interesante observar que en todos los grupos estudiados los resultados para Colombia superan los de los grupos de países; o sea que los empresarios colombianos sean nacientes/nuevos, o establecidos, sean motivados por oportunidad o por necesidad, sean hombres o

mujeres, se sienten mejor que los equivalentes en los otros grupos económicos. En el caso colombiano, los niveles más altos de bienestar subjetivo lo tienen los grupos de empresarios establecidos (0.31), los hombres empresarios (nuevos/nacientes) (0.30), y los empresarios nacientes/nuevos por oportunidad (0.33).

La población colombiana en general tiene un indicador de 0.17, y los empresarios por necesidad de 0.03. Para ninguno de los grupos analizados Colombia presentan resultados negativos.

Es interesante observar los siguientes hechos al analizar los tres grupos de países:

- En Colombia, los empresarios establecidos presentan los indicadores más altos de bienestar subjetivo respecto a los empresarios nacientes/nuevos.
- Exceptuando el caso de necesidad, los países impulsados por innovación o por eficiencia presentan indicadores positivos de bienestar subjetivo. Los países impulsados por factores presentan en todos los casos indicadores negativos.

Tabla 37. Medición subjetiva del bienestar en todos los países del mundo. 2013

	Población adulta (18-64)	Empresarios nacientes y nuevos (TEA)	TEA por Oportunidad	TEA por Necesidad	TEA (Hombres)	TEA (Mujeres)	Empresarios establecidos
América Latina y el Caribe	0,31	0,40	0,45	0,24	0,44	0,34	0,42
Argentina	0,41	0,39	0,46	0,20	0,40	0,38	0,52
Brasil	0,17	0,14	0,28	-0,21	0,23	0,05	0,22
Chile	0,58	0,65	0,73	0,30	0,67	0,61	0,76
Colombia	0,17	0,27	0,33	0,03	0,30	0,24	0,31
Ecuador	0,54	0,62	0,68	0,49	0,69	0,54	0,56
Guatemala	0,37	0,44	0,49	0,32	0,46	0,41	0,40
Jamaica	-0,53	-0,42	-0,44	-0,37	-0,23	-0,63	-0,44
México	0,21	0,22	0,37	0,07	0,18	0,28	0,39
Panamá	0,72	0,66	0,67	0,61	0,73	0,55	0,73
Perú	0,46	0,71	0,77	0,51	0,75	0,66	0,42
Surinam	0,01	0,39	0,50	-0,01	0,42	0,34	0,02
Uruguay	0,29	0,34	0,34	0,33	0,33	0,35	0,43
Trinidad y Tobago	0,38	0,37	0,37	0,38	0,36	0,39	0,70
Puerto Rico	0,49	0,79	0,78	0,75	0,90	0,60	0,91
Economías impulsadas por los factores	-0,445	-0,409	-0,364	-0,504	-0,422	-0,382	-0,253
Economías impulsadas por la eficiencia	-0,002	0,135	0,227	-0,077	0,133	0,146	0,171
Economías impulsadas por la innovación	0,143	0,182	0,240	-0,115	0,145	0,252	0,271

Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

- En las economías impulsadas por la innovación, las mujeres presentan mejores resultados que los hombres en bienestar subjetivo.

- En Colombia y en todos los grupos económicos, los empresarios por oportunidad presentan mejores resultados que los empresarios por necesidad.

- Todos los grupos empresariales analizados, excepto los de necesidad, presentan mejores resultados que la población adulta general.

La tabla 37 presenta los resultados para los países latinoamericanos y para los grupos de países. En http://gemconsortium.org/docs/download/3106 están los datos para todos los países participantes.

Al analizar los datos globales se encuentran hechos interesantes:

- En el caso de empresarios nacientes y nuevos, Puerto Rico (0.79) y Suiza (0.74) presentan los mejores resultados y Zambia (-1.29), Botsuana (-0.96) los peores.

- En el caso de empresarios establecidos, los valores altos de Puerto Rico (0.91) y Suiza (0.85) contrastan con los valores bajos de Zambia (-1.23) y Botsuana (-0.73).

- El bienestar subjetivo en los empresarios por oportunidad fluctúa desde 0.78 en Puerto Rico y Suiza hasta -1.31 en Zambia. Para los empresarios por necesidad la fluctuación se da desde 0.75 en Puerto Rico hasta -1.12 en Botsuana.

- El bienestar subjetivo también se diferencia al incluir la variable de género: para hombres desde 0.9 en Puerto Rico hasta -1.28 en Zambia y para mujeres desde 0.85 en Suiza a -1.30 en Zambia.

- En el caso de la población adulta, Panamá (0.72), Puerto Rico (0.49) lideran la percepción positiva y Zambia (-1.26) y Botsuana (-1.06) presentan los indicadores más bajos.

- A nivel de la población general el rango va de 0.72 en Panamá a -1.26 en Zambia.

8.2 INDICADORES DE SATISFACCIÓN EN EL TRABAJO Y DE BALANCE ENTRE TRABAJO Y VIDA PERSONAL.

Al evaluar la satisfacción en el trabajo y el nivel de balance entre la vida profesional y la personal, los indicadores que presenta la gráfica 38 permiten concluir que para todos los grupos empresariales analizados, los resultados de los empresarios colombianos son superiores a los de los empresarios de los grupos de países, sean ellos impulsados por factores, eficiencia e innovación.

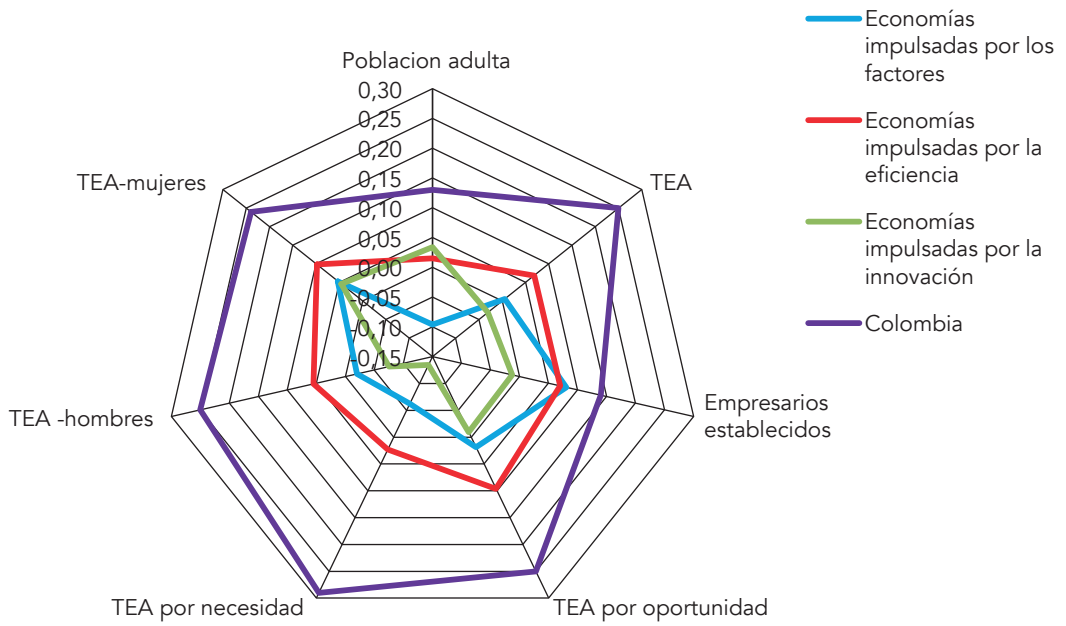
Al comparar para Colombia los promedios de hombres y mujeres se encontró que existe diferencia significativa entre estos grupos. Al comparar los empresarios impulsados por oportunidad con los empresarios impulsados por necesidad se observa que estadísticamente no existen diferencias significativas entre ambos grupos al manifestar similares niveles de satisfacción en el trabajo y concepción de balance entre la vida personal y la profesional.

Cuando se establece la comparación entre empresarios nacientes/nuevos versus empresarios establecidos se encontró que los primeros se sienten más satisfechos con su vida laboral y con su balance entre vida personal y vida profesional.

8.3 CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y EL BIENESTAR

Cuando los expertos nacionales evalúan diversos componentes (ver tabla 38) referidos a las condiciones generales que permiten a las personas armonizar su vida personal con

Gráfica 38. Satisfacción con el balance de la vida personal y profesional. 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

la profesional, se encuentran déficits importantes en el tema de condiciones generales y en la regulación-legislación laboral. Los expertos evalúan bastante bien el ejercicio de la profesión empresarial, tanto en lo referente a la vida profesional como a la vida personal, al compararlos con los que no ejercen labor como empresarios.

Tabla 38. Bienestar. NES Colombia 2013

	2013
Las condiciones generales (económicas, sociales, políticas, culturales…) permiten a las personas armonizar perfectamente su vida personal con la profesional	2,72
La regulación-legislación laboral permite a las personas armonizar perfectamente su vida personal con la profesional	2,86
Habitualmente, los empresarios parecen más satisfechos con su vida profesional o trabajo que aquellos que no están involucrados en la creación y desarrollo de iniciativas empresariales	3,43
Habitualmente, los empresarios parecen más satisfechos con su vida personal que aquellos que no están involucrados en la creación y desarrollo de iniciativas empresariales	3,52

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2013

8.4 SALUD

Colombia en asocio con los equipos de investigación de Barbados, Jamaica, Trinidad & Tobago, incluyó como tema especial de su investigación en el 2013 un mecanismo que permitió establecer diferencia en el estado de salud de empresarios y de empleados, buscando validar si los empresarios presentaban mejores o peores condiciones de salud que los empleados.

Para ello se usó el sistema descriptivo conocido como EQ-5D-5L desarrollado y probado en varios estudios a nivel mundial y que está basado en el instrumento "Self Reported Health (SRH)", el cual comprende 5 dimensiones de salud y 5 niveles en cada una de ellas. El cuadro 2 presenta el esquema básico.

Cuadro 2. Dimensiones y niveles aplicados en el estudio de Salud.

Dimensión Nivel	Movilidad	Autocuidado	Actividades cotidianas	Dolor/ Malestar	Ansiedad/ Depresión
1	No tengo problemas para caminar	No tengo problemas para bañarme o vestirme	No tengo problemas para hacer mis actividades cotidianas	No tengo dolor ni malestar	No estoy angustiado ni deprimido
2	Tengo leves problemas para caminar	Tengo leves problemas para bañarme o vestirme	Tengo leves problemas para hacer mis actividades cotidianas	Tengo leve dolor o malestar	Estoy levemente angustiado o deprimido
3	Tengo moderados problemas para caminar	Tengo moderados problemas para bañarme o vestirme	Tengo moderados problemas para hacer mis actividades cotidianas	Tengo moderado dolor o malestar	Estoy moderadamente angustiado o deprimido
4	Tengo graves problemas para caminar	Tengo graves problemas para bañarme o vestirme	Tengo graves problemas para hacer mis actividades cotidianas	Tengo fuerte dolor o malestar	Estoy muy angustiado o deprimido
5	Soy incapaz de caminar	Soy incapaz de bañarme o vestirme	Soy incapaz de hacer mis actividades cotidianas	Tengo extremo dolor o malestar	Estoy extremadamente angustiado o deprimido

Estas preguntas fueron incluidas en el APS y cada persona escogió para cada dimensión el nivel que consideraba apropiado. Adicionalmente cada persona generó una valoración global de su estado de salud, usando una escala de estado de salud, que fluctuaba de 0 (nivel más bajo) a 100 (nivel más alto), la cual se conoce como Visual Analoge Scale (VAS).

Al analizar el volumen de empresarios que se autocalifican en cada nivel en cada dimensión se observan resultados muy buenos sobre el estado de salud de los empresarios.

En las tres primeras dimensiones más del 86.9% de los empresarios expresa nivel 1, o sea estado perfecto. En las dimensiones de dolor/malestar y ansiedad/depresión, el 66.1% se autoevaluó en nivel 1 y un número cercano al 30% se ubicó en niveles 2 y 3. En todas las dimensiones las situaciones críticas de salud (niveles 4 y 5) fueron bastante bajas.

Tabla 39. Indicadores de salud. Colombia 2013

	Movilidad	Autocuidado	Actividades cotidianas	Dolor/malestar	Ansiedad/depresión
1	86,9	96,4	87,9	68,6	66,1
2	7,6	1,7	7,3	21,2	20,5
3	3,7	0,7	3,3	7,6	10,7
4	0,8	0,1	0,8	1,5	1,3
5	0,4	0,2	0,1	0,3	0,6

Tabla 40. Estado de salud para diferentes grupos. Colombia 2013

	TEA	Establecidos	Personas buscando empleo	Población total
Estado actual de salud en relación a la movilidad del empresario	1.14	1.16	1.11	1.18
Estado actual de salud en relación a la capacidad de autocuidado del empresario	1.03	1.01	1.02	1.03
Estado actual de salud en relación a la capacidad para ejecutar las actividades cotidianas del empresario	1.14	1.20	1.16	1.11
Estado actual de salud en relación a los temas dolor/malestar	1.33	1.42	1.35	1.41
Estado actual de salud en relación a los temas angustia/depresión	1.46	1.46	1.54	1.43

Con el propósito de lograr un indicador para cada una de las dimensiones, se promedia el total de la autoevaluación generada por los encuestados. Dadas las definiciones del cuadro 2, valores promedio cercanos a uno (1) en cualquiera de las dimensiones, indican condiciones de salud muy buenas (respuesta negativa a limitaciones o problemas en la dimensión) y valores promedio cercanos a cinco (5) en cualquiera de las dimensiones, indican condiciones de salud muy malas (respuesta positiva a limitaciones o problemas en la dimensión).

La tabla 40 presenta los resultados obtenidos en cada una de las dimensiones para las empresas nacientes/nuevas (TEA), establecidas, y para los no empresarios y para la población en general. De los datos se derivan varias conclusiones:

- Los empresarios nacientes/nuevos presentan mejores indicadores en cuatro de las dimensiones que los empresarios establecidos. Aquí puede existir un efecto de edad, pues en general el primer grupo es más joven que el segundo.

- Los empresarios nacientes/nuevos presentan mejores indicadores en las dimensiones (actividades cotidianas, dolor/malestar, angustia/depresión) que las personas que están buscando activamente empleo.

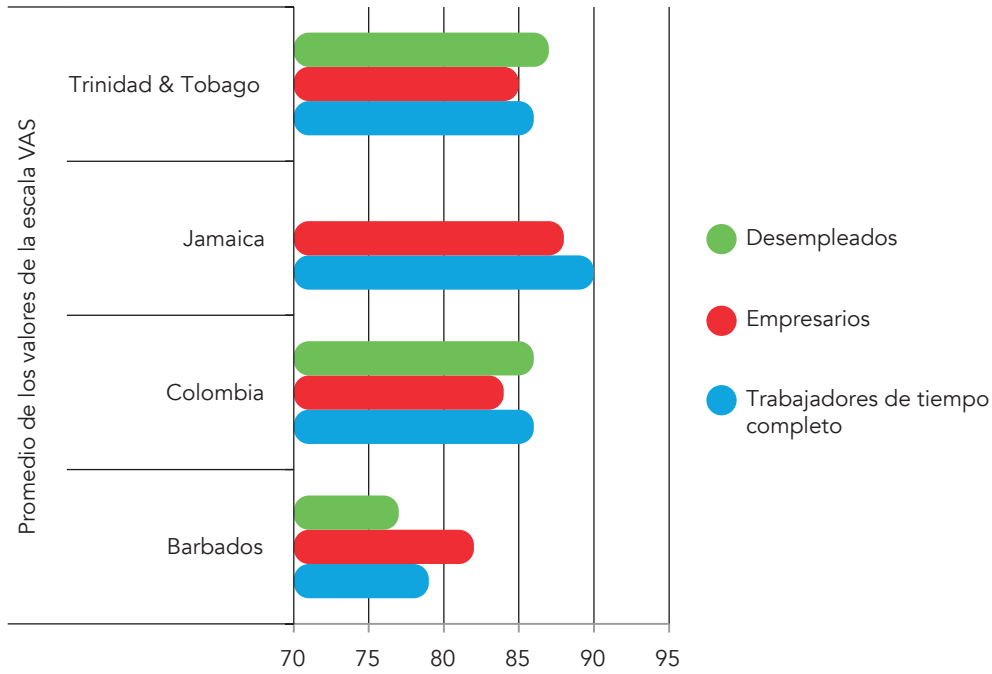
- La población colombiana en general presenta indicadores buenos en lo relacionado a su salud.

- En todos los casos el problema de salud que se reconoce como más delicado es el relacionado con el tema de angustia/depresión (1.43 – 1.54) y el menos grave es la capacidad de autocuidado (1.01-1.03).

Estos resultados traen al análisis una variable que muy pocas veces se ha manejado en los procesos empresariales: la variable salud y en especial el manejo de la angustia y la depresión.

Al utilizar la escala VAS, generada en cada país por cada grupo de segmentación: empleados de tiempo completo, empresarios y desempleados, (ver gráfica 39) se observa que en general los empresarios califican su salud un poco más baja que los empleados de tiempo competo y que los desempleados. En el caso colombiano los resultados son: empleados (86.1%), empresarios (84.4%) y desempleados (85.7%).

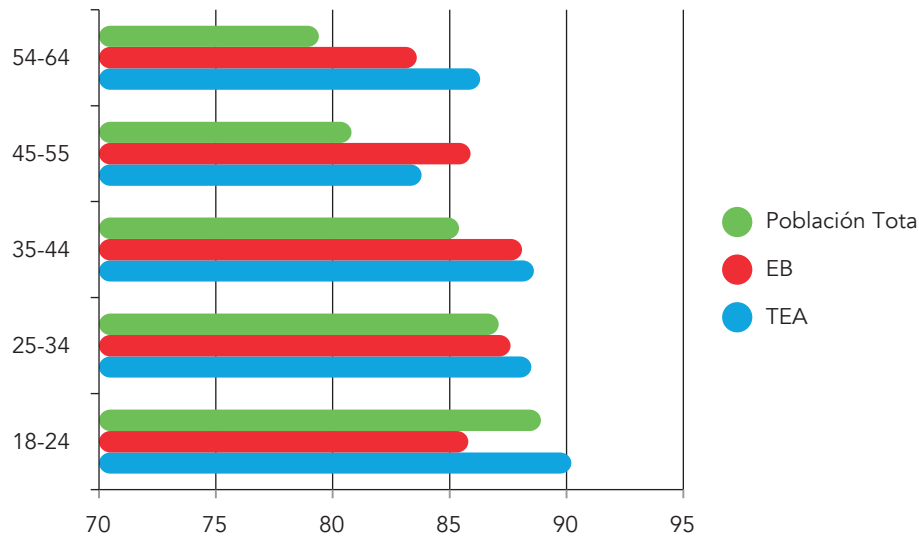
Gráfica 39. Escala VAS para algunos países del Caribe. 2013



Al analizar la escala VAS por grupos de edades, para toda la población, se encuentran diferencias significativas como lo indica la gráfica 40 en la cual se aprecia que el grupo 18-24 autocalifica su salud en el nivel 88.9 mientras que el grupo 55-64 se autocalifica en el nivel 79.4.

Se observa de la gráfica 40 que en general la autocalificación de los empresarios nacientes/nuevos y de los establecidos es superior a la de la población total colombiana y que al comparar a los empresarios nacientes/nuevos con los establecidos, los primeros en

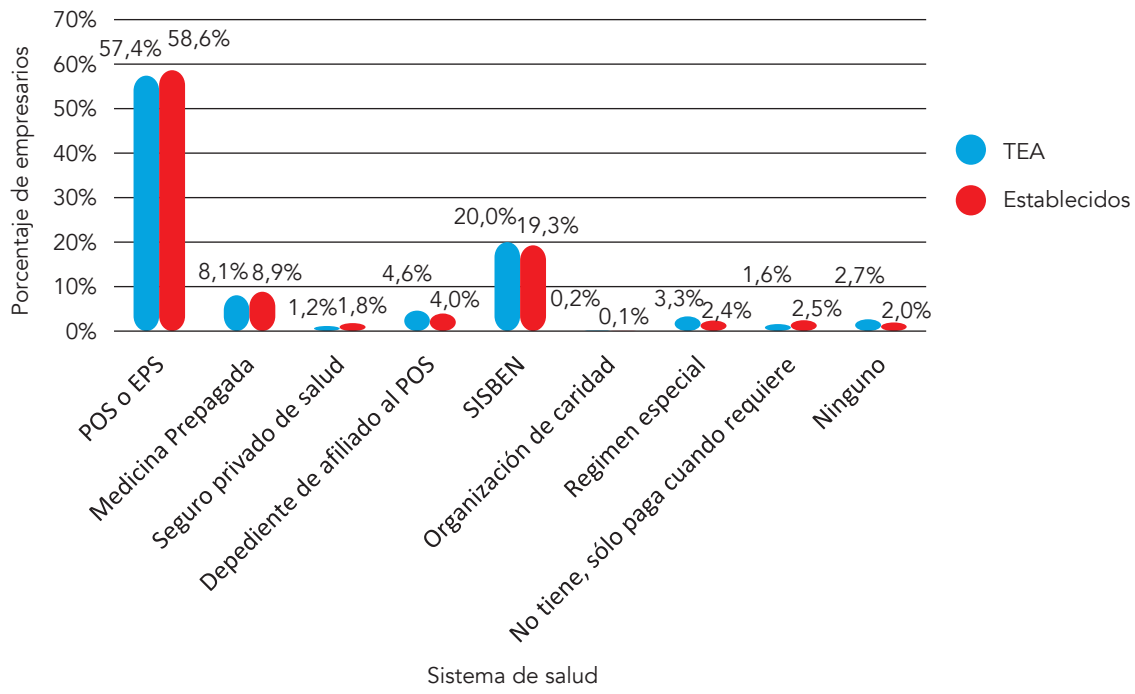
Gráfica 40. Escala VAS por edades y grupos. Colombia 2013



todos los grupos etarios, excepto el de 45-55, se asignan mejores indicadores de salud.

Otro tema de interés es la forma en la cual los empresarios atienden sus necesidades de Salud. El DANE (2012) indica que el 90.6% de la población colombiana está afiliada al sistema general de seguridad social en salud. La grafica 41 presenta los sistemas de salud que usan los empresarios naciente/nuevos y los establecidos. Se observa que una proporción inferior al 5% no cuenta con algún sistema de salud.

Gráfica 41. Afiliación a sistemas de salud. Colombia 2013



Fuente: Encuesta a la población adulta (APS) 2013

RECOMENDACIONES 9

De las diversas mediciones y análisis realizados en el estudio, se derivan varias recomendaciones:

- Con el propósito de seguir mejorando la percepción socio cultural sobre las iniciativas empresariales, es necesario que se diseñe una acción con los medios de comunicación para resaltar el valor social y económico de las empresas, los empresarios y la cultura empresarial. En este proceso se deben hacer visibles los logros y las contribuciones de empresarios exitosos y correctos. La investigación en historia empresarial colombiana y su difusión en todo el sistema educativo debe ser apoyada.

- Dadas las "fugas" que se dan entre la etapa de percepción socio cultural y la de empresarios potenciales, es necesario investigar mejor las razones por las cuales casi el 30% de los colombianos se siente frenado por el temor al fracaso y diseñar acciones que permitan reducir esta cifra. Hay que mantener los procesos formativos, en todos los niveles, que permitan mantener altas las capacidades de identificar oportunidades y de gestar el inicio y operación de nuevas empresas.

- Colombia presenta la tasa más alta a nivel mundial de empresario intencional y es necesario conocer las razones de este hecho. Se deben apoyar investigaciones muy detalladas para identificar las causas de este fenómeno.

- Entre empresario intencional y empresario naciente hay una "fuga" de casi 40 puntos porcentuales, lo cual puede deberse a que la etapa motivacional este haciéndose muy bien y por ello se produzca el alto nivel de empresarios intencionales y a que no se estén prestando los apoyos que realmente se necesitan para pasar de la intención a la acción. Programas especializados de apoyo a este proceso de conversión deben ser diseñados e implementados para reducir la brecha que se está presentado.

- Se observa que de cada 3 empresarios nacientes (0-3 meses) solo 2 llegan a empresario nuevo (3-42 meses) y que

de esos 2 nuevos solo 1 llega al nivel de empresario establecido (más de 42 meses), es claro que los mecanismos actuales de acompañamiento no están funcionando adecuadamente. Es necesario validar el potencial de programas como el Centro Alaya de Desarrollo Empresarial de la Universidad Icesi de Cali, de los Cedezos de Medellín, del programa Bogotá Emprende, para identificar las mejores prácticas y diseñar instituciones específicamente orientadas a apoyar a los empresarios en estas etapas.

- Con el propósito de mejorar el nivel tecnológico y la competitividad de las empresas colombianas son necesarias varias acciones, entre ellas: impulso fuerte a los procesos educativos en desarrollo empresarial a todos los programas de ingeniería, ciencias, tecnologías, en todos sus niveles educativos, apoyo a los proyectos de investigación aplicada que puedan derivar en spin-offs.

- Para buscar resolver el problema de la falta de innovación de las empresas se proponen varias acciones: introducir la creatividad y la innovación como competencias transversales en todos los procesos educativos, financiar la creación y la operación de centros de innovación, crear concursos sobre innovación, estimular financieramente las iniciativas empresariales caracterizadas que ofrecen al mercado productos innovadores, que les den ventajas claras de diferenciación y de posicionamiento.

- La economía colombiana necesita hacer presencia en todos los mercados mundiales, especialmente en aquellos con los cuales se han firmado tratados de libre comercio, para ello es necesario apoyar a las empresas nuevas y existentes para que se orienten a esos mercados. Reimplantar, con los ajustes requeridos programas como Expopyme y otros que en este sentido se hayan realizado, serían un camino apropiado.

- Las diferencias en propensiones empresariales en todas las etapas de la tubería empresarial, entre hombres y mujeres, indica la necesidad de realizar una investigación a fondo sobre las causas de ella y sobre los posibles mecanismos de desarrollo y apoyo que las mujeres requieren para poder aportar más al entorno empresarial.

- Dado que la relación propensión empresarial versus educación es positiva y que la relación tamaño de la empresa versus educación también es positiva; es necesario intensificar el trabajo de formación de nuevos empresarios en el nivel universitario, tanto de pregrado como de postgrado. Igualmente se debe fortalecer en esos programas el área de investigación sobre los diversos componentes de los procesos de creación empresarial.

- Si bien es cierto que la ley 1014, planteó la obligatoriedad de cursos en los niveles primario y secundario para fomentar el desarrollo de las competencias empresariales, es necesario extenderla al nivel universitario y hacer de esto uno de los elementos de la acreditación de programas y de IES. Esta implementación requiere un diseño apropiado de programas y para ello se sugiere que el Ministerio de Educación cree una comisión colombiana de expertos en educación empresarial que diseñe los programas y defina un proceso de capacitación de profesores en todos los niveles.

- Esfuerzo especial debe dedicarse a mejorar las condiciones de financiamiento, de trámites, de impuestos, de procesos y de estímulos que se deben establecer para estimular el surgimiento exitoso de muchas nuevas empresas

- Colciencias debe crear un programa nacional de creación de empresas para finan-

ciar investigaciones que son requeridas en esta área de conocimiento y facilitar los mecanismos de trasferencia de los resultados de investigación y desarrollo que permitan el surgimiento de nuevas iniciativas empresariales.

- INNpulsa y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, deben incrementar sus mecanismos de apoyo financiero y técnico a las diversas unidades que brindan apoyo a empresarios y que buscan favorecer el desarrollo de ellos y de sus empresas.,

- Es necesario desarrollar y ejecutar programas que están específicamente ajustados a las necesidades de las regiones y no se puede seguir pensando que existe un solo programa nacional de apoyo al desarrollo empresarial.

- Hay necesidades de desarrollar y ejecutar programas que se orienten a distintos nichos de edades: jóvenes, jóvenes adultos y adultos.

10 CONCLUSIONES

Aunque a lo largo de cada tema en este informe, se han formulado conclusiones. En esta sección se destacan algunas de ellas:

- Para Colombia, el disponer de mediciones sobre las distintas variables de la dinámica empresarial, basadas en un modelo probado y mejorado por más de 15 años y que permite hacer comparaciones válidas, es un elemento fundamental para el diseño y la evaluación de políticas públicas que estimulan el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales. Gobierno y empresarios deben apoyar financiera y logísticamente este tipo de estudios.

- La tubería empresarial colombiana (2013) presenta indicadores más altos que la tubería empresarial latinoamericana (2013) en todas las etapas, excepto en la etapa de empresarios establecidos.

- En el periodo 2010-2013 las propensiones de los colombianos en las distintas etapas de la tubería empresarial son bastante estables, excepto en la etapa de empresario establecidos que muestra una preocupante tendencia decreciente.

- La tubería empresarial colombiana para mujeres presenta indicadores más bajos que la tubería empresarial colombiana para hombres, excepto en la aceptación socio cultural de la actividad empresarial.

- La TEA colombiana en el periodo 2010-2013 presenta pequeñas fluctuaciones, pero siempre ha sido superior a la de las economías impulsadas por eficiencia y por innovación.

- Las discontinuidades de los empresarios en Colombia en 2013 se redujeron y cambiaron la trayectoria creciente que venían teniendo, pero en el periodo 2010-2013 son superiores a las de las economías impulsadas por eficiencia y por innovación.

- En el 2013 se volvió a comprobar que existen variaciones significativas de TEA entre ciudades y regiones, pero en el caso de las regiones las variaciones son menores.

- Por primera vez en 8 años, el grupo etario con la mayor propensión hacia la creación de nuevas empresas es el grupo de 35 a 44 años, seguido por el grupo que

tradicionalmente ha liderado, el de 25 a 34 años. Es destacable que la propensión del grupo 55 a 64 años ha venido creciendo a lo largo de los años y por lo tanto hay que considerar acciones especiales para este grupo.

- La relación entre nivel educativo y propensión hacia la creación de empresas es directa y por ello mucho esfuerzo debe orientarse hacia el desarrollo educativo en general y al desarrollo de competencias empresariales en particular.

- El indicador de motivación empresarial por necesidad ha venido reduciéndose desde el 2010.

- Se presenta una tendencia creciente de la motivación por necesidad al aumentar la edad.

- La TEA crece a medida que crece el nivel de ingreso del hogar y la motivación por necesidad decrece al incrementar el nivel de ingreso familiar.

- La mayor proporción de iniciativas empresariales, tanto con las nacientes/nuevas como en las establecidas está en el sector terciario o de servicio al consumidor.

- Muy pocas de las iniciativas empresariales nacientes/nuevas y establecidas, tienen en la actualidad más de 5 empleos, pero sobre una proyección a 5 años el 63% de las nacientes/nuevas y el 46% de las establecidas tendrán más de 5 empleos.

- El nivel de utilización de tecnología de última generación es bastante bajo tanto en las nacientes/nuevas como en las establecidas.

- La mayoría de las empresas están orientadas a mercados altamente competitivos y ofrecen productos muy similares a los competidores.

- Muy pocas empresas nacientes/nuevas o establecidas tienen una orientación significativa hacia los mercados internacionales.

- Las condiciones estructurales del entorno para la actividad empresarial, según los expertos continúan en un nivel inferior al promedio. Las áreas de financiamiento, transferencia de investigación y desarrollo, políticas de gobierno, educación y formación, infraestructura comercial, apertura de mercado interno, son las que reciben las peores evaluaciones.

- Los empresarios colombianos, en todos los subgrupos que se analizan presentan mejores indicadores de bienestar subjetivo que los empresarios de los países impulsados por factores, por eficiencia y por innovación. Los empresarios colombianos nacientes/nuevos y establecidos presentan mejores resultados que el resto de la población adulta. Los empresarios tienen niveles más altos de bienestar subjetivo que las empresarias y los empresarios motivados por la oportunidad se sienten mejor que los empresarios motivados por la necesidad.

- En términos del balance entre la vida personal y profesional, Colombia presenta mejores indicadores que los empresarios de los tres grupos económicos, y no existe diferencia en el nivel de bienestar que manifiestan los empresarios motivados por necesidad y por oportunidad.

- La consideración del tema "salud de los empresarios" (medida a través de 5 indicadores: movilidad, capacidad de auto cuidarse, capacidad de desarrollar actividades cotidianas, dolor/incomodidad y ansiedad/depresión) indica que en general los empresarios colombianos adolecen menos de estos problemas, y que los desempleados adolecen más de problemas como la ansiedad y la depresión.

11 REFERENCIAS

Abendroth, A. & Dulk, L. (2011). Support for the work-life balance in Europe: The impact of state, workplace and family support on work-life balance satisfaction. Work, Employment and Society, 25(2), 234-256.

Ajayi-Obe, O. & Parker, S.C. (2005). The changing nature of work among self-employed in the 1990s: Evidence in Britain. Journal of Labor Research, 26(3), 501-517.

Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? Innovations, 1 (1), 97-107.

Audretsch (2007). Entrepreneurship capital and economic growth. Oxford Review of Economic Policy, 23 (1), 63-78.

Amorós, J. & Bosma, N. (2014). Global Entrepreneurship Monitor: 2013 Global Report. Recovered from the web site of GEM Consortium: http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106

Benz, M. & Frey, B. S. (2004). Being independent raises happiness at work. Swedish Economic Policy Review, 11(2), 95–134.

Blanchflower, D. G. (2004). Self-employment: More may not be better. National Bureau of Economic Research.

Block, J. & Koellingers (2009). I can´t get no satisfaction – Neccesity entrepreneurship and procedural utility. Kyklos, 62 (2), 191-201.

Blustein, D.L. (2008). The role of work in psychological health and wellbeing. American Psychologist, 63, 228-240.Boettke, P. and Coyne, C. (2003). Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence? Advances in Austrian Economics, 6, 67-88.

Bosma et al. (2009). Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Executive Report. Wellesley, Mas., London, UK: Babson College and London Business School.

Carree, M. & Verheul, I. (2012). What makes entrepreneurs happy? Determinants of satisfaction among founders. Journal of Happiness Studies, 13 (2), 371-387.

Carree, M. & Thurik, A. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth, in:

Z.J. Acs and D.B. Audrestsch (eds.), Handbook of entrepreneurship research. Boston: Kluwer Academic Publishers. Pp., 437-471.

Cooper, A. & Artz, K. (1995). Determinants of satisfaction of entrepreneurs. Journal of Business Venturing, 10(6), 439-455.

DANE (2012). Encuesta de calidad de vida 2012. En: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/Presentacion_ECV_2012.pdf

Dinero.com (2013). Falta inversión ciencia y tecnología. En: http://www.dinero.com/actualidad/nacion/articulo/falta-inversion-ciencia-tecnologia/184412

Helliwell, J. F., Layard, R. and Sachs, J. (Eds.). (2013). World Happiness Report. New York: UN Sustainable Development Solutions Network.

Lange, T. (2012). Job satisfaction and self-employment: Autonomy or personality. Small Business Economics, 38(2), 165–177.

OECD (2009). The impact of the global crisis on SME and entrepreneurship financing and policy responses. OECD: Paris.

ONU (2013). UN Data. En: https://data.undp.org/dataset/Public-expenditure-on-education-of-GDP-/bkr7-unqh

Moskowitz, T. J. and Vissing-Jorgensen, A. (2002). The Returns to Entrepreneurial Investment: A Private Equity Premium Puzzle? American Economic Review, 92, 745-79.

Pavot, W., and Diener, E. (2008). The Satisfaction with Life Scale and the emerging construct of life satisfaction. Journal of Positive Psychology, 3, 137–152.

Schwab K., & Sala-i-Martín X., (2013). The Global Competitiveness Report. Recovered from web page of the World Economic Forum: www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf

Spreitzer, G. M., Kizilos, M. A., and Nason, S. W. (1997). A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness satisfaction, and strain. Journal of Management, 23(5), 679-704.

Stiglitz, J.E., Sen, A., and Fitoussi, J.P. (2009). Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress. Available at http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/index.htm

Taylor, M. (2004). Self-employment in Britain: When, who and why? Swedish Economic Policy Review, 11(2), 139–173

Valcour, M. (2007). Work-based resources as moderators of the relationship between work hours and satisfaction with work-family balance. Journal of Applied Psychology, 92(6), 1512-1523.

Varela, R., & Soler, J (2013). GEM Caribbean: Colombian Regional Report 2011. Recuperado de: http://www.gemcaribbean.org/causes/gem-caribbean-2011-colombian-report/

Wennekers, S. & Thurik, A. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. Small business economics, 13 (1): 27-55.

ANEXO 1. LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Universo

El universo del estudio estuvo constituido por hombres y mujeres entre los 18 años y los 64 años, pertenecientes a todos los niveles socio-económicos, que viven en las 5 ciudades principales (Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla), en 6 ciudades capitales de departamento y en 27 cabeceras municipales de Colombia, con el propósito de cubrir sectores urbanos y rurales, las diversas regiones del país, los diversos estratos socioeconómicos y los grupos demográficos por edades. La investigación de campo fue realizada por el Centro Nacional de Consultoria (CNC) con el apoyo permanente y la supervisión del grupo estadístico de GERA.

Muestra

Se aplicaron 3.400 encuestas distribuidas como lo indica la tabla A1, lo cual permite obtener estimaciones con un margen de error del total del país del 1.7 %, con un nivel de confianza del 95%, asumiendo una proporción 50/50 (P = 0.50; Q = 0.50) para variables dicotómicas.

Tipo de Muestreo

Para la sección de la persona específica a encuestar en cada hogar se utilizó la técnica de muestreo aleatorio estratificado bietápico. En cada estrato se seleccionó aleatoriamente el hogar a ser encuestado y luego a partir de una regla de selección aleatoria (tabla de números aleatorios), se definió la persona a encuestar telefónicamente, obedeciendo al diseño muestral definido. Dado que se realizó un estudio específico para Bogotá, allí se hizo una muestra de 2000 personas especialmente.

Tabla 41. Tamaño final de la muestra

Departamento	Municipio	Región	Muestra
Atlántico	Barranquilla	ATLANTICA	137
Bolívar	Cartagena	ATLANTICA	104
Magdalena	Santa Marta	ATLANTICA	47
Sucre	Sincelejo	ATLANTICA	28
Bogotá, D.C.	Bogotá, D.C.	BOGOTA	2000
Antioquia	Medellín	CENTRAL	293
Tolima	Ibagué	CENTRAL	56
Santander	Bucaramanga	ORIENTAL	61
Norte de Santander	Cúcuta	ORIENTAL	67
Valle del Cauca	Cali	PACIFICA	265
Nariño	Pasto	PACIFICA	42
Bolívar	Magangué	ATLÁNTICA	13
Sucre	Corozal	ATLÁNTICA	13
Cesar	Bosconia	ATLANTICA	13
La Guajira	Barrancas	ATLANTICA	12
La Guajira	Hatonuevo	ATLANTICA	12
Bolívar	San Martín de Loba	ATLANTICA	12
Antioquia	Rionegro	CENTRAL	13
Antioquia	Turbo	CENTRAL	13
Antioquia	El Carmen de Viboral	CENTRAL	13
Quindío	Circasia	CENTRAL	12
Huila	San Agustín	CENTRAL	12
Antioquia	Gómez Plata	CENTRAL	12
Cundinamarca	Zipaquirá	ORIENTAL	13
Norte de Santander	Villa del Rosario	ORIENTAL	13
Norte de Santander	Pamplona	ORIENTAL	13
Meta	Puerto López	ORIENTAL	12
Santander	Puente Nacional	ORIENTAL	12
Cundinamarca	Yacopí	ORIENTAL	12
Nariño	Ipiales	PACIFICA	13
Valle del Cauca	Jamundí	PACIFICA	13
Valle del Cauca	El Cerrito	PACIFICA	13
Chocó	Istmina	PACIFICA	12
Valle del Cauca	Restrepo	PACIFICA	12
Cauca	Timbiquí	PACIFICA	12
			3.400

ANEXO 2. EQUIPO GEM COLOMBIA

Institución	Miembros	Correo	Patrocinador
Universidad ICESI	Rodrigo Varela Villegas	rvarela@icesi.edu.co	Universidad ICESI International Development Research Centre-IDRC
	Jhon Alexander Moreno	jamoreno@icesi.edu.co	
	Monica Bedoya	mabedoya@icesi.edu.co	
Universidad del Norte	Liyis Gómez	mgomez@uninorte.edu.co	Universidad del Norte
	Tatiana Hernandez	thernand@uninorte.edu.co	
	Eduardo Gómez	araujoe@uninorte.edu.co	
	Juan Guillermo Restrepo	jgrestre@uninorte.edu.co	
	Ignacio Negrette	gem@uninorte.edu.co	
	Mariangela López	mlambrano@uninorte.edu.co	
Universidad de los Andes	Rafael Augusto Vesga	rav@adm.uniandes.edu.co	Universidad de los Andes
			Cámara de Comercio de Bogotá
Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fernando Pereira	fpereira@javerianacali.edu.co	Pontificia Universidad Javeriana Cali
	Ana Maria Fierro	amfierro@javerianacali.edu.co	
	Fabian Osorio	fosorio@javerianacali.edu.co	

Entidad encuestadora:
Centro Nacional de Consultoria (CNC):

Página web:
http://www.centronacionaldeconsultoria.com/

Consorcio nacional de investigación GEM Colombia

Página web:
http://www.gemcolombia.org/

ANEXO 3. EQUIPOS NACIONALES QUE PARTICIPAN EN GEM 2013

Los datos de los equipos de los 70 países que participaron en el ciclo investigativo GEM 2013 , sus patrocinadores, la entidad encuestadora, la metodología usada en las encuestas, el número de encuestas y sus datos de contacto están incluidos en el informe global, que se puede consultar y descargar en la página web:

http://www.gemconsortium.org/

ANEXO 4. GLOSARIO DE LOS PRINCIPALES TÉRMINOS E INDICADORES

Indicador	Descripción
ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRESARIALES	
Percepción de oportunidades	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que identifica buenas oportunidades para empezar una empresa en el área donde ellos viven.
Percepción de capacidades	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que creen tener las habilidades y los conocimientos requeridos para comenzar una empresa.
Temor al fracaso	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que, con una oportunidad percibida, dejarían de realizarla por temor a fracasar.
Empresarios intencionales	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que no están involucrados en proceso empresariales y que intentarían comenzar una empresa en los próximos tres años.
Carrera deseable	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años quienes están de acuerdo con el enunciado de que la mayoría de personas en su país considera la creación de empresa como una carrera deseable.
Alto status	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que están de acuerdo con el enunciado de que en su país los empresarios exitosos son reconocidos y tienen reconocimiento.
Cobertura de los medios	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que está de acuerdo con el enunciado de que en su país, con frecuencia, se presentan en los medios, noticias sobre nuevas empresas y empresarios exitosos.
ACTIVIDAD EMPRESARIAL	
Empresarios nacientes	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que es actualmente un empresario naciente, o sea que, está activamente comprometido en establecimiento de una empresa de la cual es propietario o copropietario, y que no ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de pago a los dueños, en dinero o en especie, por más de tres meses.
Empresarios nuevos	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son actualmente los propietarios y los directores de una empresa que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro pago a los propietarios en dinero, o en especie, por un período que va de los 3 a los 42 meses.
Tasa de actividad empresarial temprana (TEA)	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son empresarios nacientes o empresarios nuevos.
Empresarios establecidos	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son propietarios y directivos de una empresa establecida, que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de remuneración a sus propietarios, en dinero o en especie, por más de 42 meses.
Discontinuidades empresariales	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que en los últimos 12 meses ha descontinuado una empresa, bien sea por venderla, cerrarla, reubicarla o cualquier otro mecanismo que lleve a la separación de él o de ella de la empresa.
TEA por necesidad	Porcentaje de aquellos que están en nueva actividad empresarial y que acogieron este camino por que no tenían otras opciones de trabajo.
TEA por oportunidad	Porcentaje de aquellos involucrados en nuevas actividades empresariales y que acogieron este camino, porque identificaron una oportunidad, o porque creyeron que con la oportunidad serían independientes o incrementarían su ingreso.
ASPIRACIONES EMPRESARIALES	
Actividad empresarial temprana, con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que esperan generar al menos 20 puestos de trabajo en los próximos años
Actividad empresarial temprana con medianas expectativas de crecimiento.	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que esperan generar al menos 5 puestos de trabajo en los próximos años.
Actividad empresarial temprana orientada a nuevos productos y mercados	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que indican que sus productos o servicios son nuevos para algunos clientes e indican que no tienen muchos competidores que ofrezcan el mismo servicio o producto.
Actividad empresarial orientada internacionalmente	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que tienen más del 25% de sus clientes en otros países.

ANEXO 5. ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRESARIALES EN LOS PAÍSES GEM 2013.

		Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Miedo al fracaso	Intenciones empresariales	Actividad empresarial como una Buena opción de Carrera	Alto reconocimiento a los empresarios	Atención de los medios
Economías impulsadas por los factores	Algeria	61,9	55,5	32,9	36,0	79,6	84,2	47,4
	Angola	56,7	56,3	63,7	38,3	66,8	72,6	62,1
	Botsuana	65,9	67,4	18,6	59,2	80,7	83,7	85,6
	Ghana	69,3	85,8	24,6	45,6	81,6	94,1	82,4
	India	41,4	55,8	38,9	22,8	61,5	70,4	61,4
	Irán	37,0	56,5	36,4	30,6	64,1	82,4	59,9
	Libia	52,3	58,6	33,0	62,1	85,2	84,3	38,2
	Malawi	78,9	89,5	15,1	66,7			
	Nigeria	84,7	87,0	16,3	46,8	81,2	61,9	76,5
	Filipinas	47,9	68,4	36,2	44,1	84,9	79,3	86,8
	Uganda	81,1	83,8	15,0	60,7	88,3	95,3	87,5
	Vietnam	36,8	48,7	56,7	24,1	63,4	81,5	80,5
	Zambia	76,8	79,6	15,4	44,5	66,5	71,2	69,0
	Total	60,8	68,7	31,0	44,7	75,3	80,1	69,8
Economías impulsadas por la eficiencia	Argentina	40,9	61,7	24,9	31,0			
	Bosnia	23,3	50,5	26,1	21,8	82,3	71,9	39,2
	Brasil	50,9	52,6	38,7	27,2	84,6	82,2	84,1
	Chile	68,4	59,6	28,0	46,5	69,1	67,2	66,3
	China	33,1	36,3	34,3	14,4	69,6	73,5	71,3
	Colombia	67,7	57,8	31,8	54,5	90,9	71,4	67,5
	Croacia	17,6	47,2	35,2	19,6	61,5	43,1	42,9
	Ecuador	57,3	74,3	34,9	39,9	66,5	67,7	79,1
	Estonia	46,1	40,0	38,8	19,4	53,2	58,6	40,7
	Guatemala	58,8	66,4	33,3	39,0	86,8	71,5	55,1
	Hungría	18,9	37,5	44,8	13,7	45,7	74,1	28,4
	Indonesia	46,7	62,0	35,2	35,1	70,8	79,8	75,3
	Jamaica	51,2	79,1	27,0	39,5	79,4	80,9	81,7
	Letonia	34,8	47,8	41,6	22,7	61,4	59,5	58,6
	Lituania	28,7	35,4	41,7	22,4	68,6	57,2	47,6
	Macedonia	37,2	49,7	35,6	29,1	69,5	67,9	66,8
	Malasia	40,7	28,0	33,3	11,8	41,8	45,0	62,2
	México	53,6	58,5	31,6	16,9	57,8	62,3	50,8
	Panamá	58,7	66,4	28,9	27,0	64,4	59,2	70,4
	Perú	61,0	62,2	25,7	33,9	70,4	71,2	71,5
	Polonia	26,1	51,8	46,7	17,3	66,8	59,9	58,5

		Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Miedo al fracaso	Intenciones empresariales	Actividad empresarial como una Buena opción de Carrera	Alto reconocimiento a los empresarios	Atención de los medios
	Romania	28,9	45,9	37,3	23,7	73,6	72,6	61,3
	Rusia	18,2	28,2	29,0	2,6	65,7	68,0	49,0
	Eslovaquia	16,1	51,0	33,2	16,4	49,2	58,5	51,7
	Sur áfrica	37,9	42,7	27,3	12,8	74,0	74,7	78,4
	Surinam	52,7	53,5	24,4	13,1	75,6	79,3	65,9
	Tailandia	45,3	44,4	49,3	18,5	74,5	74,8	77,2
	Uruguay	47,9	61,1	26,9	25,3	58,1	56,0	57,5
	Total	41,7	51,8	33,8	24,8	67,8	67,0	61,4
Economías impulsadas por la innovación	Bélgica	31,5	33,8	46,6	7,8	54,8	52,2	43,9
	Canadá	57,4	48,5	35,2	13,5	60,6	70,1	69,6
	República checa	23,1	42,6	35,8	13,7		47,8	
	Finlandia	43,8	33,3	36,7	8,3	44,3	85,5	68,5
	Francia	22,9	33,2	41,1	12,6	55,3	70,0	41,4
	Alemania	31,3	37,7	38,6	6,8	49,4	75,2	49,9
	Grecia	13,5	46,0	49,3	8,8	60,1	65,1	32,4
	Irlanda	28,3	43,1	40,4	12,6	49,6	81,2	59,9
	Israel	46,5	36,2	51,8	24,0	60,6	80,3	49,1
	Italia	17,3	29,1	48,6	9,8	65,6	72,4	48,1
	Japón	7,7	12,9	49,4	4,1	31,3	52,8	57,6
	Corea	12,7	28,1	42,3	12,1	51,3	67,8	67,6
	Luxemburgo	45,6	43,3	42,9	14,1	39,4	70,6	36,3
	Países bajos	32,7	42,4	36,8	9,1	79,5	66,2	55,2
	Noruega	63,7	34,2	35,3	5,2	49,3	75,5	56,9
	Portugal	20,2	48,7	40,1	13,2			
	Puerto Rico	28,3	53,0	24,6	13,1	17,9	50,1	68,8
	Singapur	22,2	24,8	39,8	15,1	50,9	59,4	75,3
	Eslovenia	16,1	51,5	29,6	12,4	57,4	68,1	50,5
	España	16,0	48,4	36,3	8,4	54,3	52,3	45,6
	Suecia	64,4	38,8	36,6	9,5	52,0	71,5	58,5
	Suiza	41,5	44,7	28,2	9,8	40,5	65,0	47,8
	Taiwán	42,0	27,2	40,7	27,8	73,0	64,5	87,1
	Trinidad y Tobago	58,0	75,3	19,8	28,7	79,5	72,0	61,0
	Reino unido	35,5	43,8	36,4	7,2	54,1	79,3	49,6
	Estados unidos	47,2	55,7	31,1	12,2			
	Total	33,4	40,6	38,2	12,3	53,5	67,3	55,7

ANEXO 6. ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LOS PAÍSES GEM 2013

		Tasa de empresarios nacientes	Tasa de nuevos empresarios	Nueva actividad empresarial (TEA)	Tasa de empresarios establecidos	Discontinuidades empresariales	TEA por necesidad	TEA por oportunidad
Economías impulsadas por los factores	Algeria	2,2	2,6	4,9	5,4	3,3	21,3	62,3
	Angola	8,0	14,7	22,2	8,5	24,1	26,1	40,3
	Botsuana	11,0	10,2	20,9	3,4	17,7	26,3	52,0
	Ghana	8,5	17,7	25,8	25,9	8,3	33,3	44,1
	India	5,1	4,9	9,9	10,7	1,5	38,8	35,9
	Irán	6,4	6,1	12,3	10,6	5,7	38,0	35,8
	Libia	6,6	4,7	11,2	3,4	8,1	8,1	60,3
	Malawi	10,1	18,8	28,1	12,0	30,2	43,7	29,4
	Nigeria	20,0	20,7	39,9	17,5	7,9	25,4	52,3
	Filipinas	12,0	6,7	18,5	6,6	12,3	43,6	38,0
	Uganda	5,6	20,0	25,2	36,1	20,1	25,1	47,5
	Vietnam	4,0	11,5	15,4	16,4	4,2	25,1	62,2
	Zambia	22,6	18,0	39,9	16,6	19,8	38,8	37,2
	Total	9,4	12,0	21,1	13,3	12,6	30,3	46,0
Economías impulsadas por la eficiencia	Argentina	10,5	5,6	15,9	9,6	5,5	29,8	47,4
	Bosnia	5,8	4,6	10,3	4,5	6,2	58,9	22,0
	Brasil	5,1	12,6	17,3	15,4	4,7	28,6	57,4
	Chile	15,4	9,6	24,3	8,5	7,6	20,1	57,7
	China	5,2	8,9	14,0	11,0	2,7	33,9	35,9
	Colombia	13,6	10,3	23,7	5,9	5,4	18,1	26,7
	Croacia	6,3	2,0	8,3	3,3	4,5	37,4	29,8
	Ecuador	25,3	13,6	36,0	18,0	8,3	33,6	32,1
	Estonia	8,8	4,5	13,1	5,0	2,1	14,8	50,1
	Guatemala	7,6	4,9	12,3	5,1	3,0	31,4	44,2
	Hungría	6,0	3,7	9,7	7,2	2,9	28,0	38,7
	Indonesia	5,7	20,4	25,5	21,2	2,4	25,4	43,7
	Jamaica	8,0	6,0	13,8	6,3	7,4	40,6	34,2
	Letonia	8,1	5,3	13,3	8,8	3,5	21,2	52,7
	Lituania	6,1	6,4	12,4	8,3	3,5	23,3	55,2
	Macedonia	3,4	3,5	6,6	7,3	3,3	61,0	22,9
	Malasia	1,5	5,2	6,6	6,0	1,5	18,4	64,9
	México	11,9	3,3	14,8	4,2	6,6	6,7	26,3
	Panamá	15,4	5,2	20,6	3,5	3,4	18,6	39,8
	Perú	17,8	5,9	23,4	5,4	4,2	22,5	54,2
	Polonia	5,1	4,3	9,3	6,5	4,0	47,4	32,7

		Tasa de empresarios nacientes	Tasa de nuevos empresarios	Nueva actividad empresarial (TEA)	Tasa de empresarios establecidos	Discontinuidades empresariales	TEA por necesidad	TEA por oportunidad
	Romania	6,2	4,2	10,1	5,3	4,3	31,6	31,6
	Rusia	3,0	2,8	5,8	3,4	1,6	35,4	42,0
	Eslovaquia	6,1	3,6	9,5	5,4	5,5	40,2	40,2
	Sur África	6,6	4,0	10,6	2,9	4,9	30,3	31,5
	Surinam	3,9	1,3	5,1	1,7	0,8	17,8	57,6
	Tailandia	7,9	10,4	17,7	28,0	3,5	18,7	67,8
	Uruguay	8,5	5,7	14,1	4,9	3,4	12,0	36,8
	Total	8,4	6,4	14,4	8,0	4,2	28,8	42,0
Economías impulsadas por la innovación	Bélgica	3,1	1,9	4,9	5,9	1,9	29,0	43,9
	Canadá	7,8	4,7	12,2	8,4	4,4	15,1	66,9
	República checa	4,9	2,7	7,3	5,3	3,4	22,7	60,3
	Finlandia	2,7	2,7	5,3	6,6	2,0	17,9	66,0
	Francia	2,7	1,8	4,6	4,1	1,9	15,7	60,9
	Alemania	3,1	2,0	5,0	5,1	1,5	18,7	55,7
	Grecia	3,3	2,3	5,5	12,6	5,0	23,5	35,8
	Irlanda	5,5	3,8	9,2	7,5	2,5	18,0	43,8
	Israel	5,3	4,8	10,0	5,9	4,8	17,4	49,2
	Italia	2,4	1,1	3,4	3,7	1,9	18,7	18,4
	Japón	2,2	1,5	3,7	5,7	1,5	25,0	59,6
	Corea	2,7	4,2	6,9	9,0	2,5	36,5	51,1
	Luxemburgo	6,0	2,8	8,7	2,4	2,8	5,6	56,6
	Países bajos	4,7	4,8	9,3	8,7	2,1	8,0	67,1
	Noruega	2,9	3,4	6,3	6,2	1,6	4,0	60,8
	Portugal	4,2	4,2	8,2	7,7	2,8	21,4	50,7
	Puerto Rico	6,6	1,8	8,3	2,0	1,8	21,5	42,9
	Singapur	6,4	4,4	10,7	4,2	3,3	8,4	68,8
	Eslovenia	3,6	2,9	6,5	5,7	2,6	24,1	53,4
	España	3,1	2,2	5,2	8,4	1,9	29,2	33,2
	Suecia	5,9	2,5	8,2	6,0	2,4	9,7	58,4
	Suiza	4,5	3,7	8,2	10,0	2,3	7,5	67,2
	Taiwán	3,3	5,0	8,2	8,3	5,0	28,7	45,8
	Trinidad y Tobago	11,4	8,5	19,5	11,4	4,1	11,2	76,0
	Reino unido	3,6	3,6	7,1	6,6	1,9	16,1	45,2
	Estados unidos	9,2	3,7	12,7	7,5	3,8	21,2	57,4
	Total	4,7	3,3	7,9	6,7	2,8	18,3	53,7

NOTAS

NOTAS

info@gemcolombia.org **E-mail**
www.gemcolombia.org

ISBN: 978-958-8357-85-0