

Reporte GEM Colombia

2015/2016



**Global
Entrepreneurship
Monitor**





**Global
Entrepreneurship
Monitor**

**Reporte GEM
Colombia**

2015/2016





GEM Colombia
2016

Escandón-Barbosa, D., Arias, A., Medina, L., Gómez, L., Varela, R., Martínez, P.,... Parra, L. (2015). Reporte GEM Colombia 2015/2016. Cali, Colombia: Ediciones Sello Javeriano. 86 pp.

ISBN: 978-958-8856-76-6 (impreso)

ISBN: 978-958-8856-77-3 (digital)

Participaron además en la elaboración de este reporte: Fernando Pereira (Pontificia Universidad Javeriana Cali). Jhon Alexander Moreno Barragán (Universidad Icesi). Sara López Gómez (Universidad del Norte). Francisco Javier Matiz Bulla (Universidad EAN). Myriam Carrillo Bustamante (Universidad Cooperativa de Colombia). Piedad Buelvas (Corporación Universitaria del Caribe).

Otras entidades participantes: Universidad del Norte, Universidad ICESI, Corporación Universitaria del Caribe (CECAR), Universidad EAN y Universidad Cooperativa de Colombia (UCC).

© 2015, Diana Escandón-Barbosa (Pontificia Universidad Javeriana Cali).

© 2015, Pontificia Universidad Javeriana Cali.

El proyecto de investigación GEM se realiza a través de un consorcio internacional de investigadores e instituciones, que estuvo compuesto, en 2015, por representantes de sesenta países en los cinco continentes. En Colombia, este proyecto es realizado por un consorcio integrado por las universidades fundadoras: Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad del Norte y Universidad ICESI. Durante la edición del 2015 para GEM, Colombia se han vinculado al consorcio como universidades adherentes: La Corporación Universitaria del Caribe, la Universidad EAN y la Universidad Cooperativa de Colombia

Se agradece el apoyo de la
Cámara de Comercio de Cali en la
publicación y lanzamiento del reporte



Cámara de Comercio de Cali

La interpretación de los resultados del GEM Colombia 2015/2016 es responsabilidad de los autores y no compromete el nombre de las instituciones patrocinadoras. Los resultados se pueden consultar también en www.gemcolombia.org

Coordinación editorial: Diana Escandón

Corrección de estilo: Nesly Melissa Bello

Diseño de interior: Andrés Ramírez Calambás y Camilo Cruz

Fotografía: "Colombia - el Cocuy" - Steve Behaeghel - Bélgica

Impresión: Imágenes Gráficas

Impreso en Colombia

Printed in Colombia

Agosto, 2016

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de este documento, el registro o la transmisión por cualquier medio, ya sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electrónico, digital, por fotocopia o cualquier otro medio, sin el previo y expreso consentimiento por escrito del equipo GEM Colombia.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN

2. RECUENTO HISTÓRICO

2.1 El modelo GEM

2.2 Metodología

3. PERFIL DEL EMPRENDEDOR COLOMBIANO: CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

3.1 Motivaciones que originan la creación de empresa

3.2 Características de género

3.2.1 Características de género para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

3.2.2 Características de género de los emprendedores establecidos

3.3 Características de edad

3.3.1 Características de edad para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

3.3.2 Características de edad de los emprendedores establecidos

3.4 Características educativas

3.4.1 Características educativas para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

3.4.2 Características educativas de los emprendedores establecidos

3.5 Características del nivel de ingresos familiares

3.5.1 Características del nivel de ingresos familiares para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

3.5.2 Características del nivel de ingresos familiares de los emprendedores establecidos

4. RESULTADOS CLAVES DEL GEM COLOMBIA 2015/2016

4.1 Nivel individual

4.2 Características de las empresas nuevas y establecidas

4.3 Nivel de desarrollo de las instituciones y factores macro de apoyo al emprendimiento colombiano

5. RESULTADOS CLAVES SOBRE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

5.1 Nivel individual

5.1.1 Género

5.1.2 Edad

5.1.3 Nivel educativo

5.1.4 Nivel de ingresos

5.2 Características empresariales

5.2.1 Visibilidad del emprendimiento social

5.2.2 Generación de valor

5.3 Nivel de instituciones y factores macro



6. RESULTADOS CLAVES SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN

- 6.1** Nivel individual
 - 6.1.1** Género
 - 6.1.2** Edad
 - 6.1.3** Nivel educativo
 - 6.1.4** Nivel de ingresos
- 6.2** Características empresariales
 - 6.2.1** Impacto en exportaciones para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)
 - 6.2.2** Impacto en exportaciones en empresas establecidas
- 6.3** Nivel de tecnología
 - 6.3.1** Nivel de tecnología para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)
 - 6.3.2** Nivel de tecnología en empresas establecidas
- 6.4** Sectores productivos según intensidad de exportación
 - 6.4.1** Situación para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)
 - 6.4.2** Situación en empresas establecidas
- 6.5** Nivel de formalidad según intensidad de exportación
- 6.6** Nivel de instituciones y factores macro

7. REFERENCIAS

8. ANEXOS

- 8.1 Anexo 1.** Ficha técnica de la encuesta para Colombia, 2015/2016
- 8.2 Anexo 2.** Glosario de los principales términos e indicadores del Global Entrepreneurship Monitor – GEM
- 8.3 Anexo 3.** Actividades emprendedoras en las 60 economías GEM, 2015/2016

1. INTRODUCCIÓN

El *Global Entrepreneurship Monitor* (en adelante, GEM por su sigla en inglés) es el proceso de investigación académica más amplio que se realiza a nivel mundial para comprender la relación que existe entre la actividad emprendedora¹ (*entrepreneurship*) y el desarrollo económico nacional (Amorós, 2011; Kelley, Singer y Herrington, 2016). Este proyecto, que se viene realizando desde el año 1999, surgió de la iniciativa de *Babson College* y *London Business School*.

Hoy y durante diecisiete años de resultados, el estudio GEM es la única fuente de datos comparables que existe a nivel mundial sobre una gama amplia de variables asociadas con la actividad emprendedora y las diversas etapas que componen su desarrollo. GEM es una base de datos analizable que está basada en tres objetivos:

- Medir las diferencias que existen en los niveles de la actividad emprendedora de los distintos países participantes.
- Explicar las causas y las variables que mejor caracterizan el nivel de la actividad emprendedora de cada país participante.
- Identificar políticas que puedan favorecer el incremento en la calidad y la cantidad de la actividad emprendedora de cada país participante.

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

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

1 Para saber qué se entiende por emprendedor en este documento, se recomienda consultar Osorio Tinoco y Pereira Laverde, 2011

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



RECUESTO HISTÓRICO

El valor de los aportes del estudio GEM se refleja en el aumento del número de países participantes que, en sus inicios en 1999, solo eran 9, todos ellos altamente desarrollados. Cada año se ha incrementado la participación, de modo que para el periodo 2015-2016, GEM logró que 60 economías invirtieran en la realización de sus estudios nacionales y completaran la Encuesta de Población de Adultos (APS) y que 62 economías completaran la Encuesta Nacional de Expertos (NES). La participación latinoamericana comenzó en 2000 con Argentina y Brasil y, en 2006, Colombia se integró al estudio. En esta versión 2015-2016, Latinoamérica se constituye como la cuarta región con mayor participación de países, con 11 economías incluyendo a Colombia³, después de Europa, Asia y Oceanía (**Ver Tabla 1**).

Tabla 1. Economías participantes en la Encuesta GEM 2015, agrupadas por región geográfica y nivel de desarrollo económico

Región	Economías impulsadas por factores	Economías impulsadas por eficiencia	Economías impulsadas por innovación
África	Botsuana Burkina Faso Camerún Egipto Senegal Túnez	Marruecos Sudáfrica	
Asia y Oceanía	India Irán Filipinas Vietnam	Indonesia Kazajistán El Líbano Malasia Tailandia Turquía	Israel Japón República de Corea Taiwán

³ Colombia ingresó al proceso GEM en el año 2006 mediante un convenio de colaboración entre tres universidades: Pontificia Universidad Javeriana y Universidad ICESI de Cali y Universidad del Norte de Barranquilla. Para la edición del informe de este año, ingresaron tres universidades al equipo GEM Colombia: Corporación Universitaria del Caribe de Sincelejo y Universidad EAN y Universidad Cooperativa de Colombia de Bogotá, esta última con 17 sedes más en el territorio nacional. La coordinación del proyecto GEM Colombia 2015-2016 estuvo a cargo del grupo FSOP (Formas Sociales y Organizaciones de Producción) de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, que también ha coordinado los estudios regionales para Cali y Medellín en 2011-2012.



Latinoamérica y el Caribe	Argentina Barbados Brasil Chile Colombia Ecuador Guatemala México Panamá Perú Puerto Rico Uruguay
Europa	<div> Bulgaria Croacia Estonia Hungría Letonia Polonia Rumanía Macedonia </div> <div> Finlandia Alemania Grecia Irlanda Italia Luxemburgo Países Bajos Noruega Portugal Eslovenia Eslovaquia España Suecia Suiza Reino Unido </div>
Norteamérica	<div>Canadá</div> <div>EEUU</div>

Fuente: Adaptado de Kelley, Singer y Herrington (2016, p. 1)

Entre los beneficios que cada país participante puede recibir, se identifica la oportunidad que obtienen los responsables de las políticas gubernamentales y todo actor estratégico en el impulso al desarrollo económico vía emprendimiento, de contar con la información primordial del informe GEM para la creación y los ajustes de estas políticas. Además, se permite consolidar un equipo nacional de investigación en cada país participante para profundizar el estudio del fenómeno a nivel nacional. Es así como en Colombia, el equipo GEM está conformado por un grupo de importantes universidades en la investigación y el desarrollo del emprendimiento, reconocidas a nivel nacional por sus aportes a la comprensión del problema emprendedor.

2.1 El modelo GEM

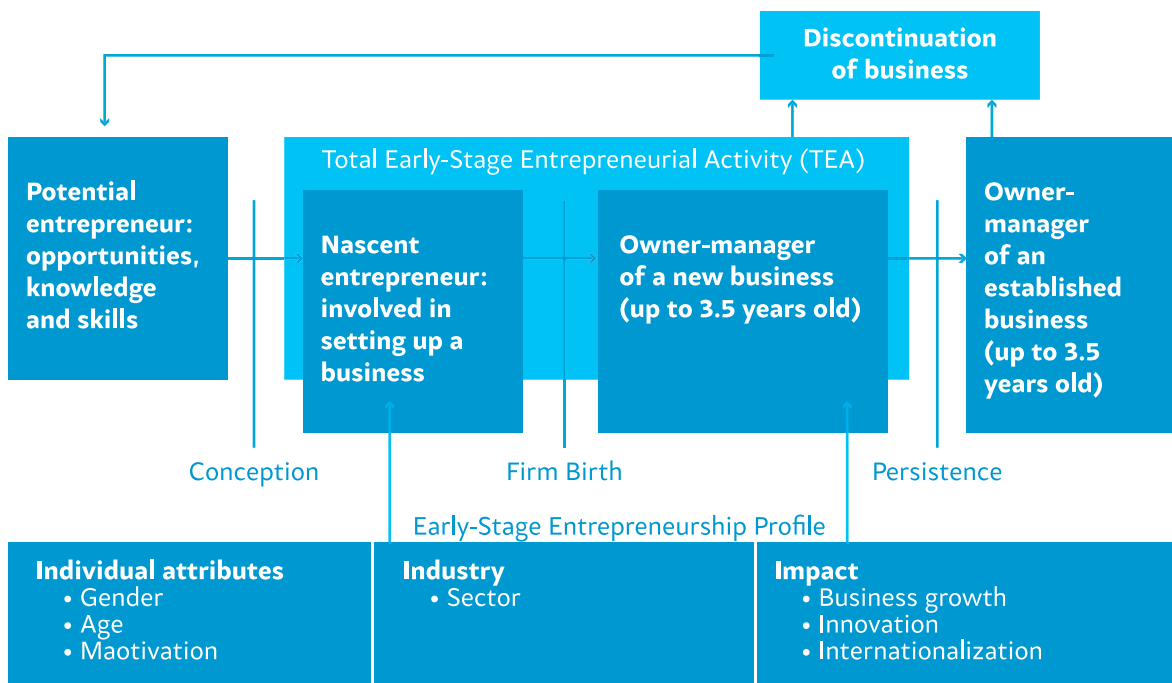
Existe hoy en día un acuerdo amplio sobre la gran importancia que tienen la actividad emprendedora y los emprendedores en la dinámica del desarrollo económico (Amorós, 2011; Kelley *et al.*, 2016). Los emprendedores están orientados a actividades económicas y sociales, bien sea dentro de sus propias organizaciones u otras donde participen como empleados. Impulsan la innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía y la sociedad, introducen nuevos mecanismos de competencia, estimulan la productividad y elevan los niveles de desarrollo social y económico.

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


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

Por lo tanto, se comprende a la actividad emprendedora como un proceso por el que una persona pasa por cuatro posibles fases, que se explican en la Gráfica 1.

Gráfica 1. Definición conceptual del estudio GEM



Fuente: Adaptado de Kelley, Singer y Herrington (2016, p. 13)



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

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

La segunda etapa se denomina **emprendedor naciente**: aquí se contabilizan las personas que han iniciado su actividad emprendedora (combinando de manera novedosa los recursos que consigue) y también quienes afirman haber pagado salarios a sus empleados y/o a él mismo, por un periodo no mayor a 3 meses. Esta etapa cubre desde el inicio con la concepción de la empresa hasta el momento de su nacimiento.

La tercera etapa se denomina **nuevo emprendedor o emprendedor en desarrollo**: permite identificar a aquellas personas que han estado en actividad emprendedora pagando salarios durante un lapso de tiempo que va de los 3 a los 42 meses. Esto es lo que pudiéramos llamar etapa de despegue de la empresa.

La cuarta etapa se denomina **emprendedor establecido**: corresponde a aquellas personas que han estado al frente de la operación de su empresa pagando salarios durante más de 42 meses. Esta se conoce como etapa de persistencia y busca la sostenibilidad y crecimiento de la empresa.

El estudio GEM es altamente reconocido a nivel mundial por el índice *Tasa de Actividad Emprendedora* (en adelante, TEA por su sigla en inglés que equivale a *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*) que muestra el porcentaje de la población (entre 18 y 64 años) de un país que desarrolla una actividad emprendedora. Para esto, suma el porcentaje de personas que se pueden clasificar en la etapa *emprendedor naciente* y el porcentaje de personas que se pueden clasificar en la etapa *nuevo emprendedor*.

A lo largo de los años, GEM ha desarrollado un modelo que explica la relación entre la actividad emprendedora y sus componentes con el desarrollo económico. GEM entiende que esta relación es bastante compleja y que los diferentes tipos y fases de la actividad emprendedora pueden impactar el crecimiento económico en formas diferentes en los distintos países del mundo (Sternberg y Wennekers, 2005).

Indudablemente, el crecimiento económico a nivel nacional, reflejado en el aumento del número de empleos, innovación tecnológica, generación de riqueza y bienestar, se ve afectado




por la dinámica de la actividad emprendedora, que presenta sus tres actores fundamentales: *el individuo emprendedor, su actividad emprendedora y el entorno emprendedor* (Osorio Tinoco y Pereira Laverde, 2011). Esta dinámica emprendedora será positiva cuando la suma de los efectos económicos y sociales de las nuevas ramas de la actividad emprendedora, el nacimiento de nuevas actividades emprendedoras y la expansión y el crecimiento de las actividades emprendedoras existentes sea superior a la suma de los efectos económicos y sociales de los cierres de las empresas existentes, y las reducciones y contracciones de las actividades emprendedoras. La innovación grande que el modelo GEM provee es recuperar la importancia trascendental que las nuevas actividades emprendedoras tienen en el desarrollo económico y social de un país (ver Gráfica 2).

Así, la dinámica emprendedora de una región estará dada por la interrelación de los tres actores fundamentales del emprendimiento:

Individuos emprendedores: quienes reciben la influencia del entorno, desarrollan las percepciones y creencias sobre la actividad emprendedora y adoptan los valores que las personas y la sociedad en la que actúan tienen sobre la actividad emprendedora. Por ejemplo, el grado en el cual se cree que pueden existir oportunidades buenas para empezar una empresa, el reconocimiento social que se le dé al emprendedor, la percepción y la actitud frente al riesgo que las personas tengan, la noción que se tiene de las competencias emprendedoras (habilidades, conocimientos y experiencias) para desarrollar una empresa, conocer personas que han desarrollado empresa, creer que existe la posibilidad de acceder a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad emprendedora o pensar que existe un ambiente general favorable hacia la actividad emprendedora. Todas estas actitudes que pueden variar de país a país afectan de forma directa la orientación de las personas hacia el proceso de desarrollo de actividades emprendedoras (Osorio Tinoco y Pereira Laverde, 2011).

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

Actividades emprendedoras: que hacen relación al volumen de personas que está, efectivamente, generando nueva actividad emprendedora. GEM analiza la actividad emprendedora más como un proceso que como un evento. Por ello, hace mediciones sobre varias etapas de ese proceso. En ese sentido, es necesario distinguir las diversas fases en las que la actividad emprendedora se encuentra, bien sea en las iniciales o de nacimiento, en las de consolidación y crecimiento o en el momento de cierre. Igualmente, se deben analizar esas etapas emprendedoras por sector económico, tamaño del equipo emprendedor, nivel de inversión, datos demográficos de los fundadores (género, edad, educación, experiencias) y



motivación específica que el nuevo emprendedor tuvo al crear la empresa (por una necesidad de autoempleo y de ingreso básico para subsistir –no tenía otra opción de desarrollo en el momento del arranque– o porque identificó una oportunidad en el mercado que, además de resolverle sus problemas de empleo e ingreso básico, le dio una posibilidad de desarrollarse como persona y contribuir significativamente al desarrollo económico de su país).

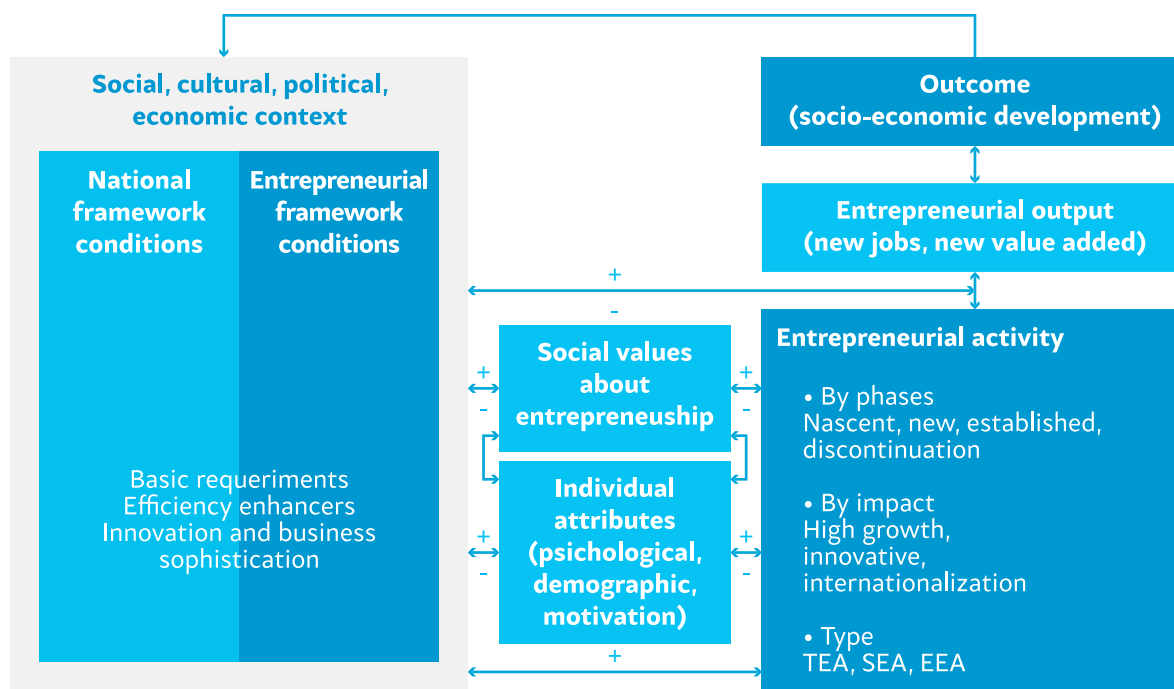
Entorno emprendedor: tanto las empresas establecidas como las nuevas actividades emprendedoras se ven afectadas por ciertas condiciones del contexto institucional de la actividad emprendedora, las cuales se denominan *entorno emprendedor*. Este se impulsa a través de las políticas para la promoción y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

Requerimientos básicos: aspectos fundamentales para el desarrollo como la configuración institucional y de infraestructura del país, la estabilidad macroeconómica, los niveles de educación básica y unas condiciones de salud adecuadas. Estos requerimientos básicos son necesarios y podrían ser suficientes en el caso de una economía fundamentada en emprendedores basados en necesidad, pero no para alimentar una economía más sofisticada con emprendedores basados en oportunidad. Es importante entender que las dos tipologías de emprendedores (basados en necesidad y basados en oportunidad) son importantes en toda sociedad, pero según su nivel de desarrollo, existirán diferentes tipos de mezclas emprendedoras, como se verá más adelante.

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

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

Gráfica 2. Modelo GEM




Fuente: Kelley, Singer y Herrington (2016, pág. 12)

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

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

Para las *economías impulsadas por factores*, las políticas estarán muy orientadas hacia el logro de los requisitos básicos del ecosistema emprendedor para poder generar una actividad emprendedora sostenible que pueda contribuir no solo a la actividad emprendedora local, sino y sobre todo al desarrollo de las próximas generaciones emprendedoras. Para las *economías impulsadas por eficiencia*, el énfasis estará en los mecanismos de apoyo específico para así atraer más emprendedores con orientación al crecimiento y con base tecnológica y, de esta manera, producir una dinámica



económica importante. Para las *economías impulsadas por innovación*, el foco de la política se orienta al fortalecimiento de las condiciones de innovación y actividad emprendedora, pues será de esta forma como se estimularán los nuevos productos y nuevos mercados y todo el proceso innovador propiamente dicho.

2.2 Metodología

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

Encuesta a la población adulta entre 18 y 64 años de edad (Adult Population Survey – APS): consistió en la realización de 3.686 encuestas (en el caso de Colombia) que recogen información de las personas que están entre 18 y 64 años de edad. En la versión 2015-2016, esta encuesta fue realizada por el Centro Nacional de Consultoría, usando la versión en español del mismo cuestionario usado a nivel mundial, junto con algunas preguntas adicionales por el equipo GEM Colombia para explorar factores críticos de nuestra realidad nacional. Esta encuesta incluyó entrevistas telefónicas en las principales ciudades del país y en las capitales de departamento, así como entrevistas cara a cara en municipios con población inferior a diez mil habitantes.

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

En el caso de Colombia 2015/2016, se realizaron un total de 36 entrevistas con expertos radicados en Cali, Bogotá, Barranquilla y Medellín, que representaban los sectores de emprendedores, gremios, académicos, Gobierno, formuladores de política pública y líderes de organizaciones de apoyo para la creación de nuevas empresas. Este tipo de entrevistas a expertos se han hecho todos los años, excepto en 2007.

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



GEM Colombia
2015

Estos datos fueron obtenidos por el equipo de Coordinación Mundial del proyecto GEM en Boston y Londres. Asimismo, se usó información producida por Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Foro Económico Mundial, OCDE, ONU, USA Census, UE, Unesco, Doing Business Report, Heritage Foundation y muchas otras fuentes secundarias. Cada grupo nacional aportó datos de coyuntura sobre el desenvolvimiento de la economía de su país en el año de estudio.

3.

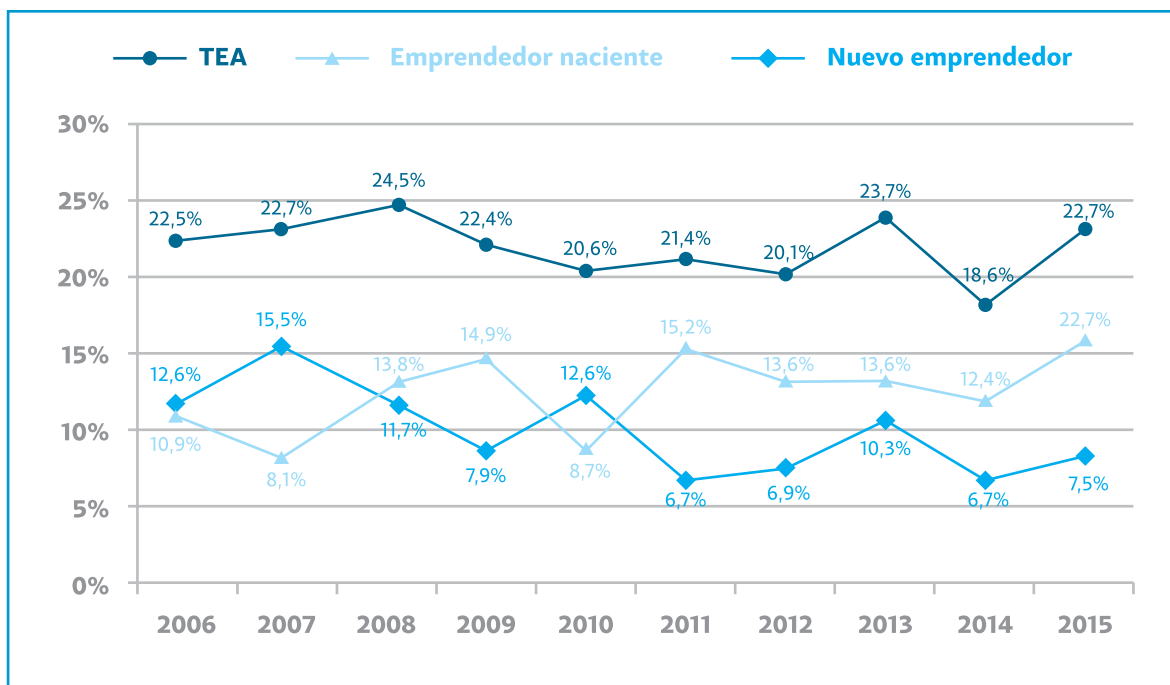
PERFIL DEL EMPRENDEDOR COLOMBIANO: CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Uno de los elementos especiales del estudio GEM es la generación de información muy específica sobre las características de los emprendedores colombianos en términos de motivación para crear su empresa, género, edad, nivel de educación, nivel de ingresos, entre otros. Esta es la única fuente a nivel nacional, comparable con otras 60 economías del planeta, que permite conocer las diferencias en el nivel de actividad emprendedora entre las diferentes edades, niveles de educación, sexo, ubicación geográfica, pero sobre todo para cada una de las fases del proceso emprendedor.

Dado que afirmar simplemente que son más emprendedores los hombres que las mujeres no ayuda a comprender la situación, se profundizará en el análisis en dimensiones que ayuden a comprender las diferencias que puedan explicarlo. Para ello, en adelante, se presentarán los resultados agrupados en dos categorías: los *emprendedores nacientes y nuevos emprendedores* con empresas de menos de 42 meses, que conforman la TEA, y posteriormente los *emprendedores establecidos*, es decir, quienes afirman tener empresas de más de 42 meses. Todo ello brinda muy valiosos insumos para ajustar toda política y estrategia destinada a promover el desarrollo emprendedor colombiano.

La TEA de Colombia ha venido presentando niveles entre 20% y 25% durante los 10 años en que se ha realizado este estudio (2006-2015), excepto en 2014 en que fue de 18,6%, lo cual indica que en el país la actividad temprana emprendedora se ha mantenido dentro de un rango estrecho, ubicada entre los primeros ocho lugares a nivel mundial y tan solo en posiciones por debajo de algunos vecinos de la región como son Chile y Ecuador. Desde 2011, la proporción de los emprendedores nacientes es mayor que la de los emprendedores nuevos y, a partir del año 2014, ambas poblaciones vienen creciendo anualmente (**ver Gráfica 3**).

Gráfica 3. TEA para Colombia según tipo de emprendimiento, 2006-2015



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

3.1 Motivaciones que originan la creación de empresa

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

GEM reconoce dos grandes categorías de estudio relacionadas con la motivación original para la creación de empresa. Por un lado, se entiende como *emprendedor por necesidad* aquella persona que al tomar la decisión de realizar la actividad emprendedora no dispone de otras alternativas para generar ingresos. Por otro lado, se entiende como *emprendedor por oportunidad* aquella persona que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora aprovecha una oportunidad.

Como se indica en la Tabla 2, la TEA de Colombia por oportunidad es superior a la TEA de todos los niveles de desarrollo económico propuestos por el WEF y tan solo 0,2 puntos por encima del promedio de las economías impulsadas por factores⁴. De igual manera, el emprendimiento por necesidad en el país es alto comparado con los tres tipos de economías. Este tiene un menor potencial de crecimiento de impacto que el que surge de la oportunidad y, para el caso colombiano, se presenta una tasa bastante alta en comparación con la de la región.

4 Foro Económico Mundial, por su sigla en inglés (World Economic Forum).

Tabla 2. Motivaciones que originan la creación de empresa según grupo de países, 2015/2016

	TEA por oportunidad	TEA por necesidad
Colombia	14,9	7,5
Economías impulsados por factores	14,7	6,3
Economías impulsados por eficiencia	10,3	4,2
Economías impulsadas por innovación	6,7	1,5
América Latina y el Caribe	13,6	5,8
TOTAL GEM	10,5	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

3.2 Características de género

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

3.2.1 Características de género para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

En el caso de Colombia, para 2015, existen 1,47 hombres con actividad emprendedora por cada mujer con igual actividad. La TEA para hombres fue de 27,1% mientras que para mujeres fue de 18,5%. La Tabla 3 muestra una mayor disparidad de género en Colombia, en comparación con el promedio reportado por los países de América Latina y el Caribe. Sorprende encontrar igualmente una gran diferencia en la relación TEA hombres sobre TEA mujeres en las economías impulsadas por innovación, que corresponde a los países más desarrollados.

Tabla 3. TEA según género por grupo de países, 2015/2016

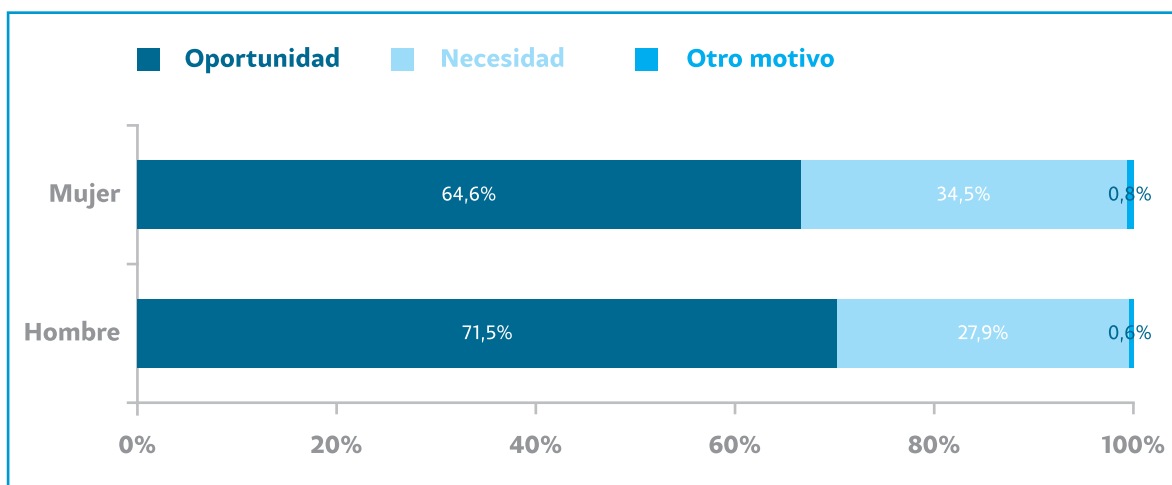
	TEA Hombres	TEA Mujeres	TEA Hombres /TEA Mujeres
Colombia	27,1	18,5	1,47
Economías impulsados por factores	23,1	19,9	1,16
Economías impulsados por eficiencia	17,1	12,3	1,37
Economías impulsadas por innovación	10,7	6,3	1,69
América Latina y el Caribe	22,1	17,8	1,25
TOTAL GEM	16,9	12,9	1,32

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Analizando los resultados de la TEA por género y por motivación en el momento de crear empresa en Colombia, el 28% de los hombres inicia su actividad emprendedora por necesidad y casi el triple lo hace por oportunidad. Esta situación contrasta con la situación desventajosa de las mujeres, de las cuales el 34,5% emprende por necesidad y tan solo el doble lo hace por oportunidad (**ver Gráfica 4**). Este escenario indica que es necesario iniciar programas que apoyen el emprendimiento femenino, lo cual nos acerque al promedio latinoamericano de balance emprendedor entre géneros.

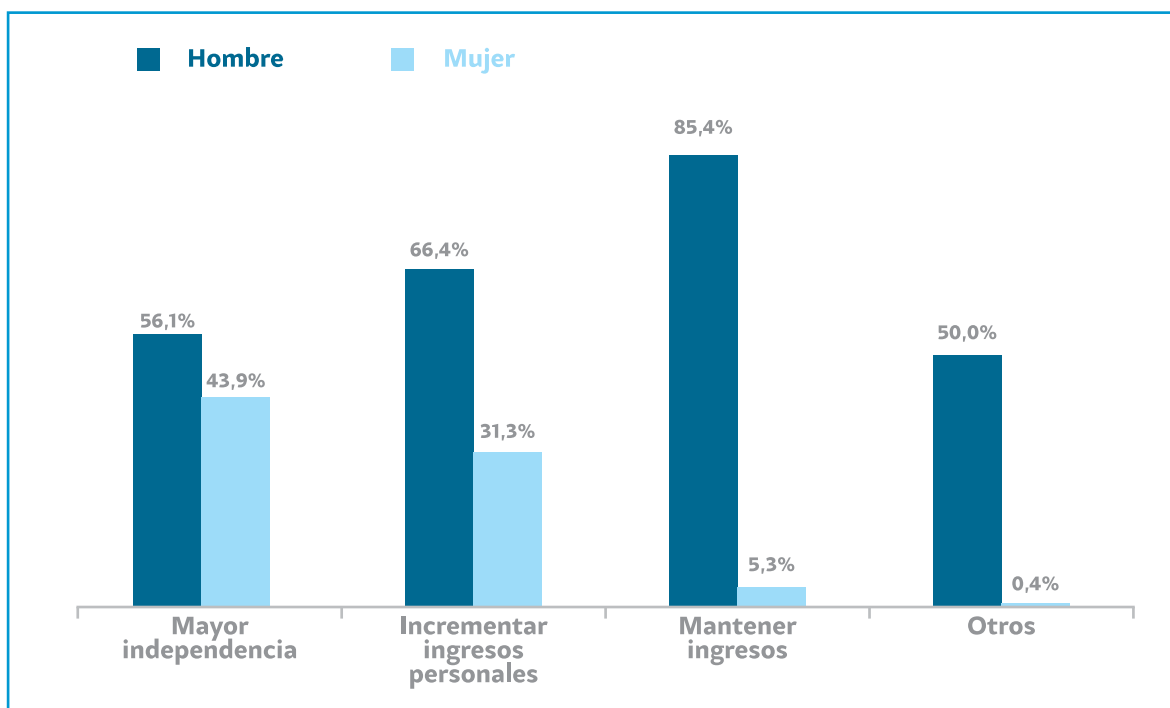
Ahora bien, analizando las razones de los colombianos, la mayoría de las mujeres afirma que crea empresa por oportunidad para lograr mayor independencia mientras que la mayoría de los hombres lo hace para mantener su nivel de ingresos (**ver Gráfica 5**).

Gráfica 4. TEA para Colombia según género y motivación, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Gráfica 5. Razones de los colombianos para aprovechar la oportunidad según género, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

3.2.2 Características de género de los emprendedores establecidos

Entendidas las características de emprendedores nacientes y nuevos, se analiza el caso de los emprendedores establecidos. Se dan condiciones muy similares, pues como lo indica la **Tabla 4**, la proporción de personas entre 18 y 64 años que están vinculadas a una actividad empresarial con más de 42 meses de establecida es superior en hombres que en mujeres para los grupos de países definidos en el análisis.

A la pregunta “¿cuántos hombres propietarios hay por cada mujer propietaria de una empresa de más de 42 meses?”, se muestra que la tasa de hombres es cerca del doble de la tasa de mujeres para todos los grupos de países, incluyendo Colombia.

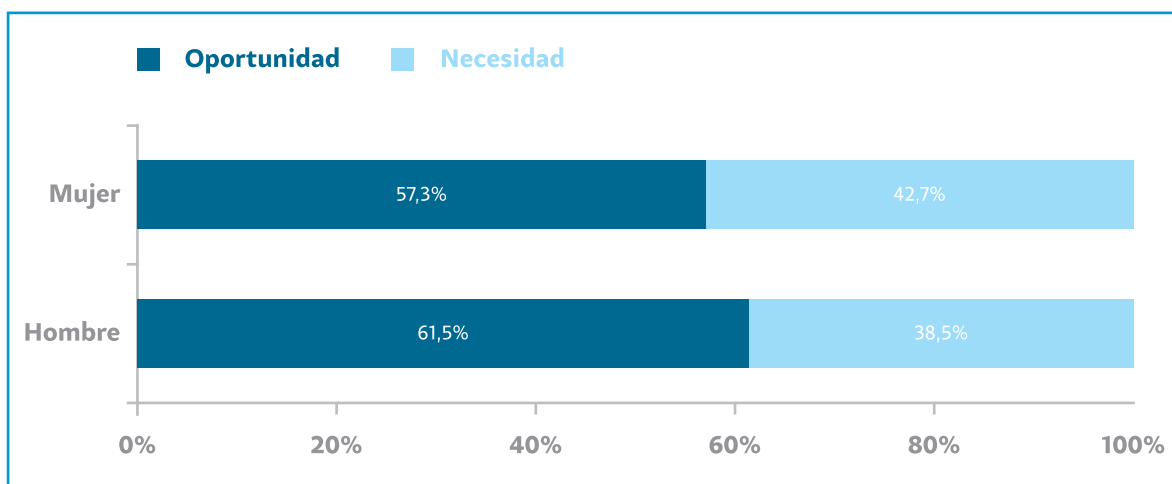
Tabla 4. Actividades emprendedoras establecidas según género por grupo de países, 2015/2016

Actividades emprendedoras establecidas	Tasa Hombres	Tasa Mujeres	Razón Tasa Hombre /Tasa Mujer
Colombia	6,6	3,9	1,7
Economías impulsados por factores	14,9	10,2	1,5
Economías impulsados por eficiencia	10,5	6,5	1,6
Economías impulsadas por innovación	8,9	4,7	1,9
América Latina y el Caribe	10,8	6,4	1,7
TOTAL GEM	11,5	7,1	1,6

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

La **Gráfica 6** muestra los emprendedores establecidos por género y tipo de motivación para crear su empresa, siendo la oportunidad el principal motivo para ambos sexos.

Gráfica 6. Motivaciones para emprendedores establecidos según género, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

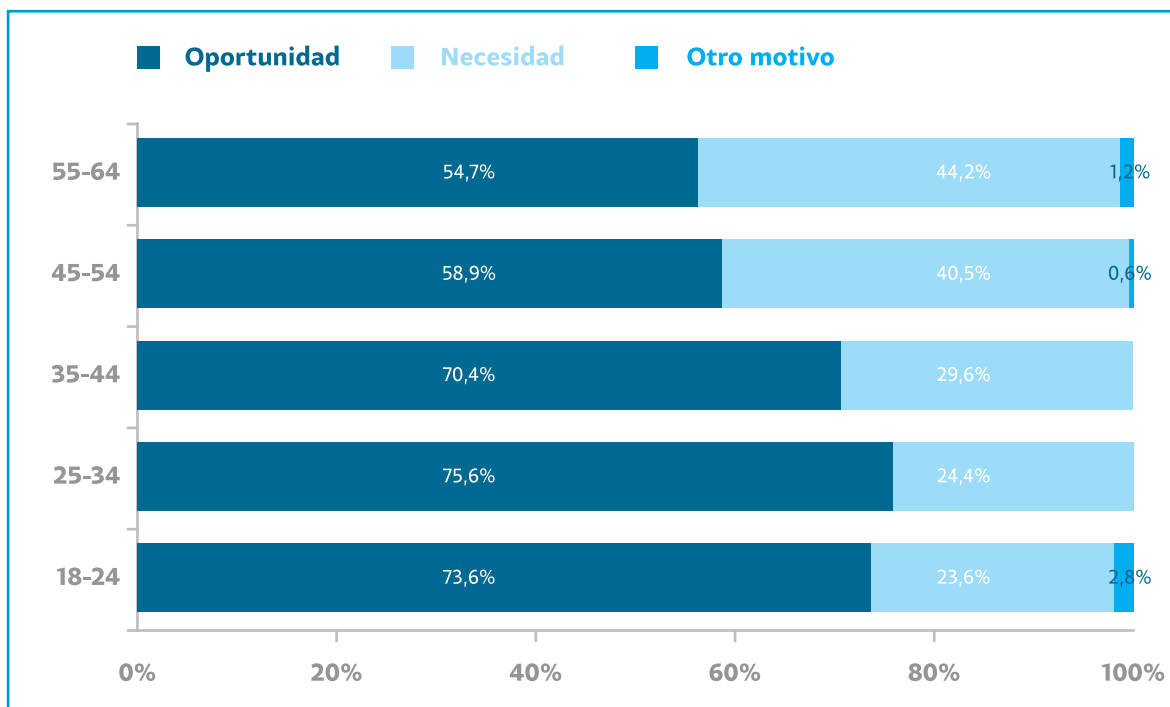
3.3 Características de edad

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

3.3.1 Características de edad para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Revisando la proporción de las nuevas actividades emprendedoras por oportunidad y por necesidad para cada uno de los grupos etarios (grupos de edad) en Colombia, se encuentra que entre las edades de 18-24 y 25-34 se presenta la mayor proporción de emprendedores que afirmaron estar motivados por la oportunidad, aunque la diferencia entre estas no es significativa. Mientras tanto, entre las edades de 45-54 y 55-64 se presentan cifras más altas de emprendedores que dicen estar motivados por necesidad (40,5% y 44,4%, respectivamente) en comparación con las otras edades (*ver Gráfica 7*).

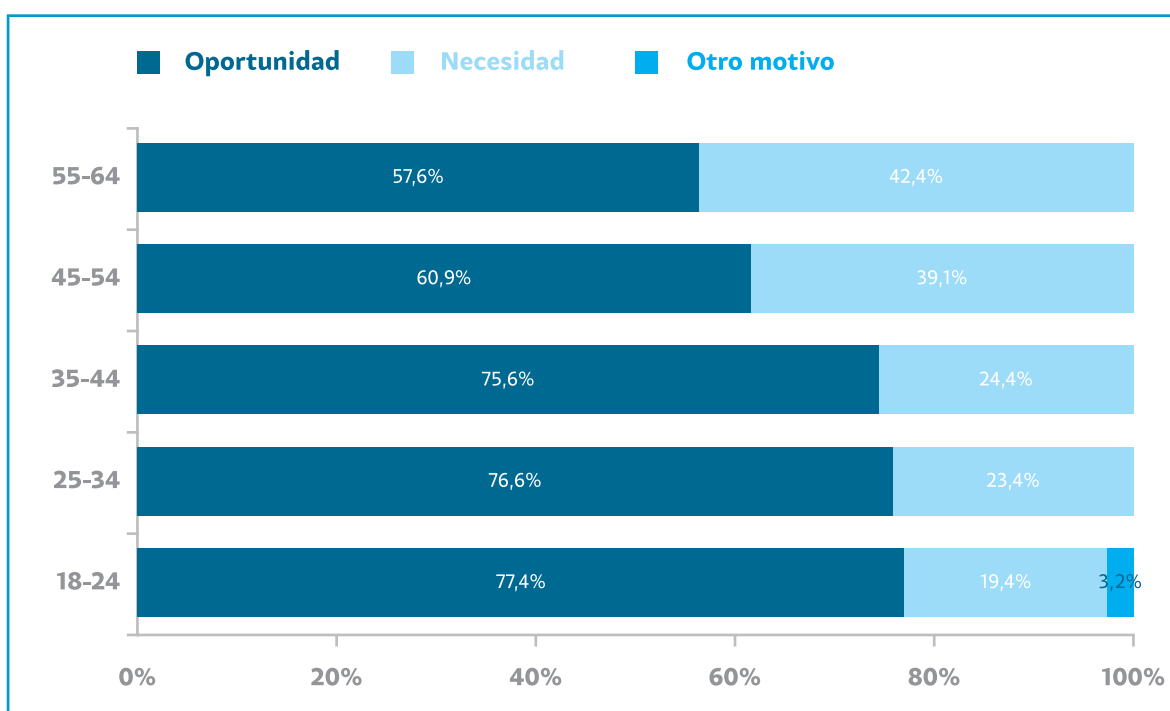
Gráfica 7. Proporción de la TEA según motivación y edad, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

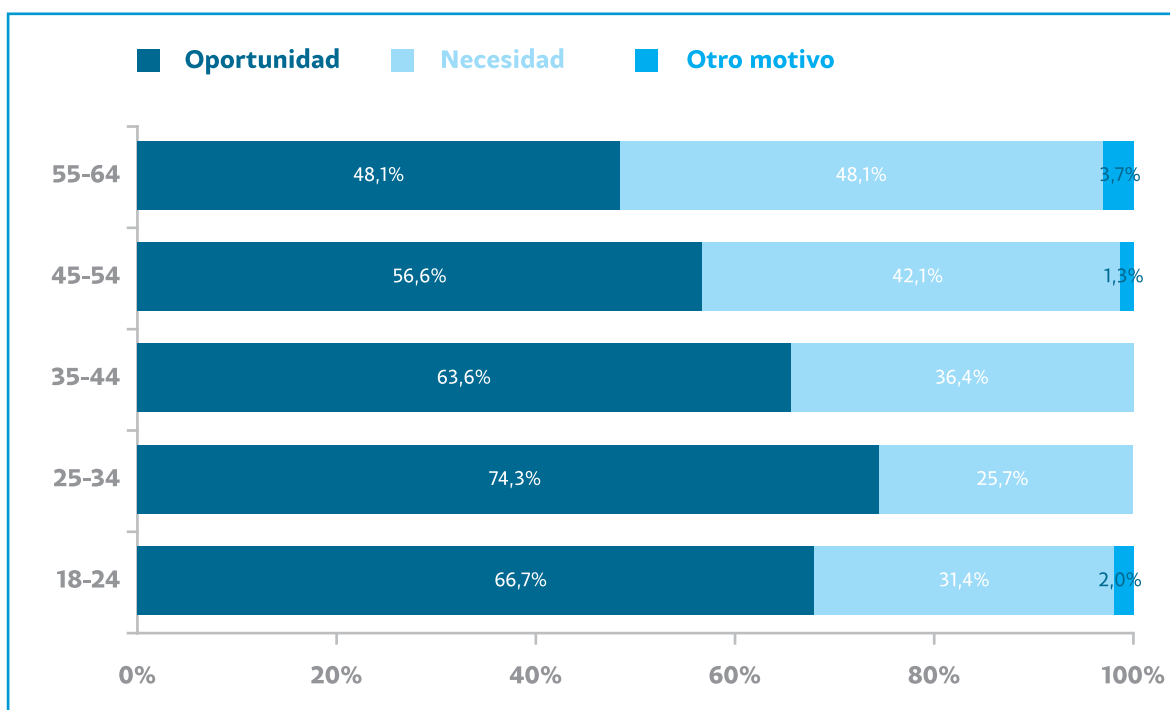
Al tratar de establecer una diferenciación por género, según los grupos etarios, se observa que hay una disminución significativa de la proporción de hombres que crean empresa por oportunidad a medida que aumenta la edad. El último grupo de 55-64 presenta la mayor proporción de emprendedores por necesidad (*ver Gráfica 8*). En el caso de las mujeres, en las edades entre 25-34 aumenta la proporción de motivación por oportunidad y a partir de ahí va disminuyendo para las demás edades. Por el contrario, la motivación de crear un emprendimiento por necesidad va aumentando de una forma directamente proporcional con la edad de las mujeres (*ver Gráfica 9*).

Gráfica 8. Proporción de la TEA en hombres según motivación y edad, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Gráfica 9. Proporción de la TEA en mujeres según motivación y edad, 2015/2016

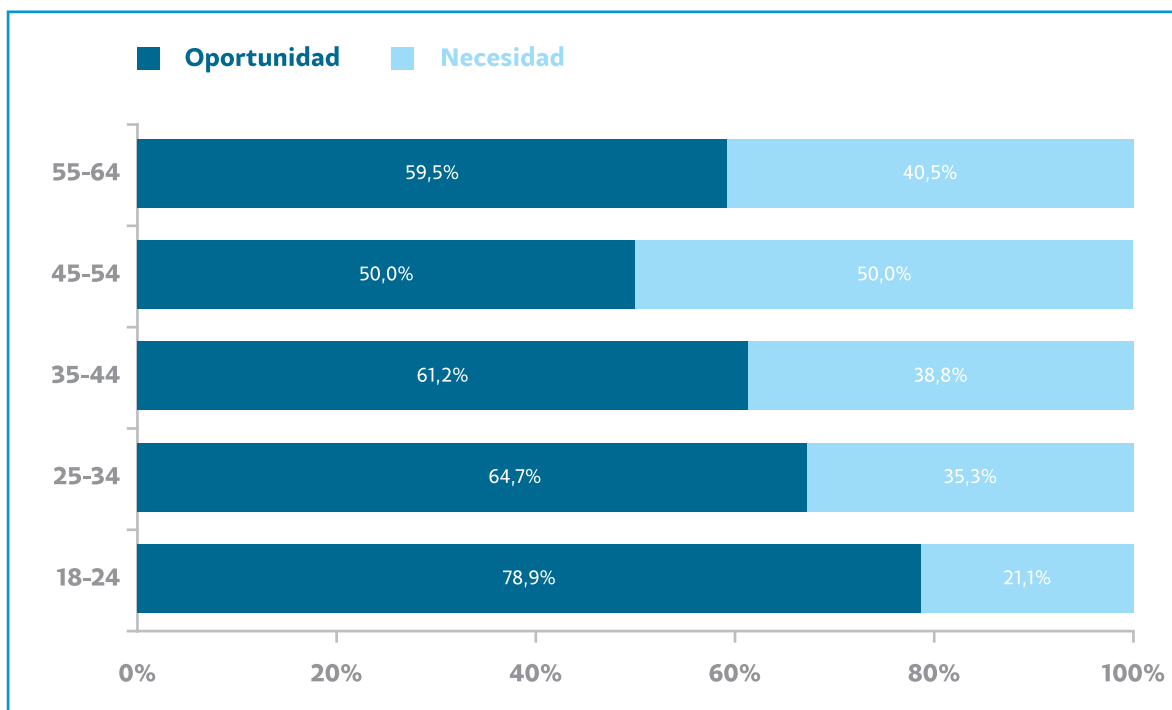


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

3.3.2 Características de edad de los emprendedores establecidos

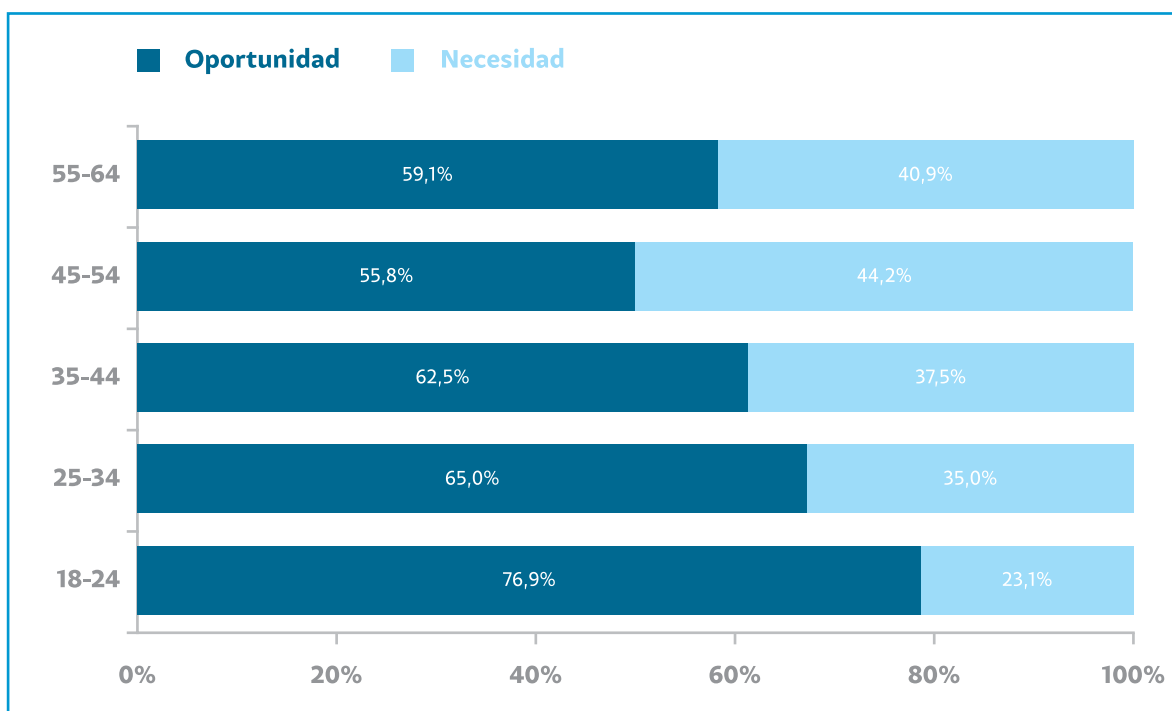
En el ámbito de los emprendedores establecidos, la **Gráfica 10** muestra que, en cuatro de los cinco grupos etarios, los emprendedores están motivados en mayor proporción por oportunidad que por necesidad. Sin embargo, no existe diferencia en la motivación del emprendedor establecido entre los 45-54 años. Al tratar de establecer diferenciación por género, se observa que la proporción de hombres emprendedores establecidos que crean empresa por oportunidad es mayor en los grupos etarios menores y que a medida que aumenta la edad, incrementa la proporción de emprendedores por necesidad (**ver Gráfica 11**). Las mujeres emprendedoras establecidas presentan la misma dinámica que los hombres, pero en este caso es muy marcada la proporción que presenta motivación por necesidad para las edades de 45-54 con 66,7% (**ver Gráfica 12**).

Gráfica 10. Proporción de emprendedores establecidos según motivación y edad, 2015/2016



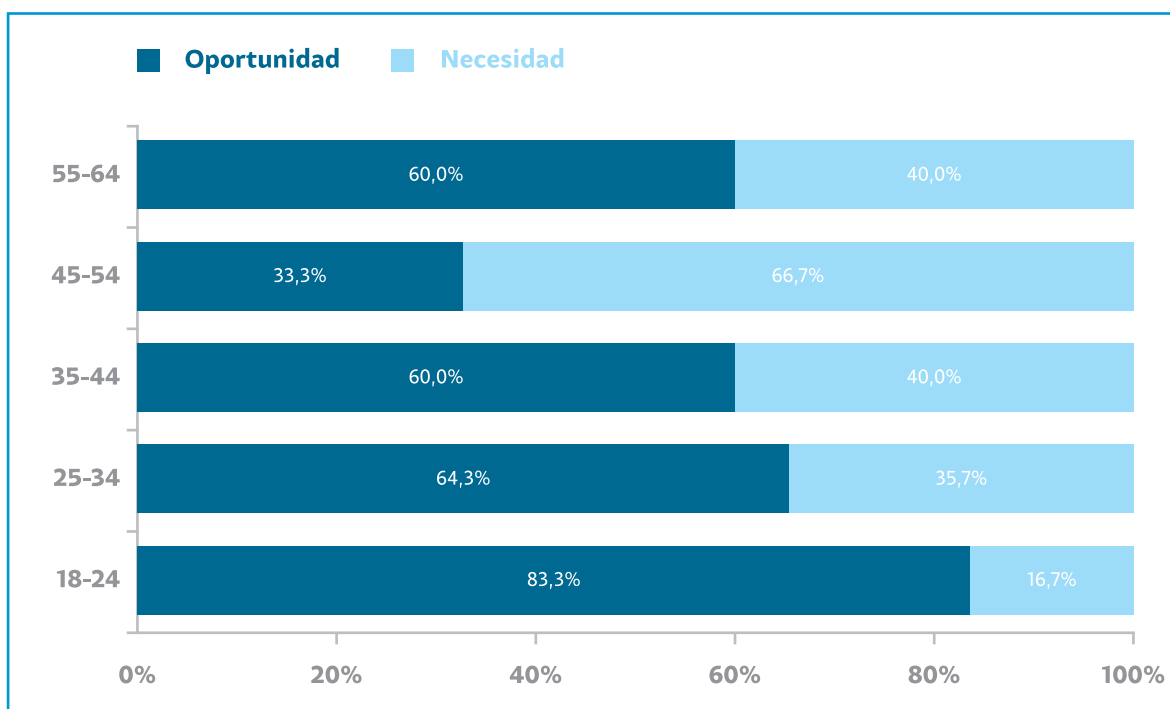
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Gráfica 11. Proporción de hombres emprendedores establecidos según motivación y edad, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Gráfica 12. Proporción de mujeres emprendedoras establecidas según motivación y edad, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

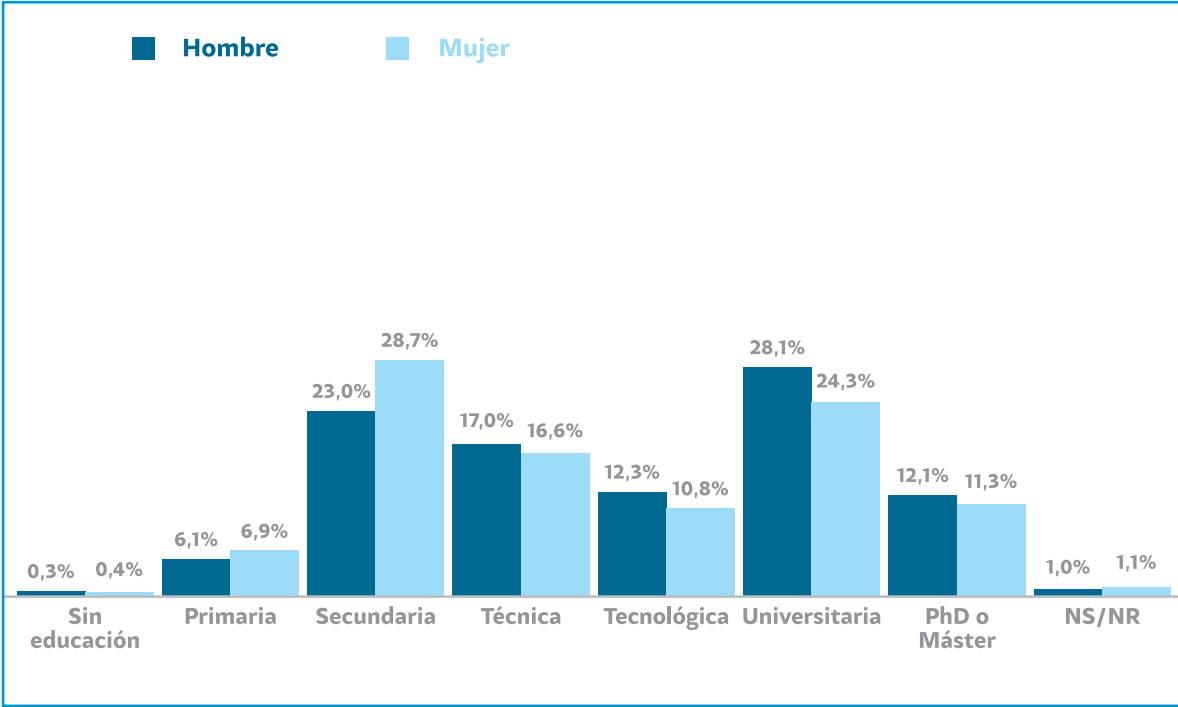
3.4 Características educativas

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

3.4.1 Características educativas para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

La Gráfica 13 evidencia que la mayor tasa de actividades emprendedoras nacientes y nuevas se da en el grupo de personas con educación universitaria, seguida de las personas con estudios secundarios. Si se hace la distinción de género, la brecha en educación entre mujeres y hombres no es tan amplia, aunque se puede observar que hay una mayor proporción de hombres educados, sobre todo, en niveles superiores a la secundaria.

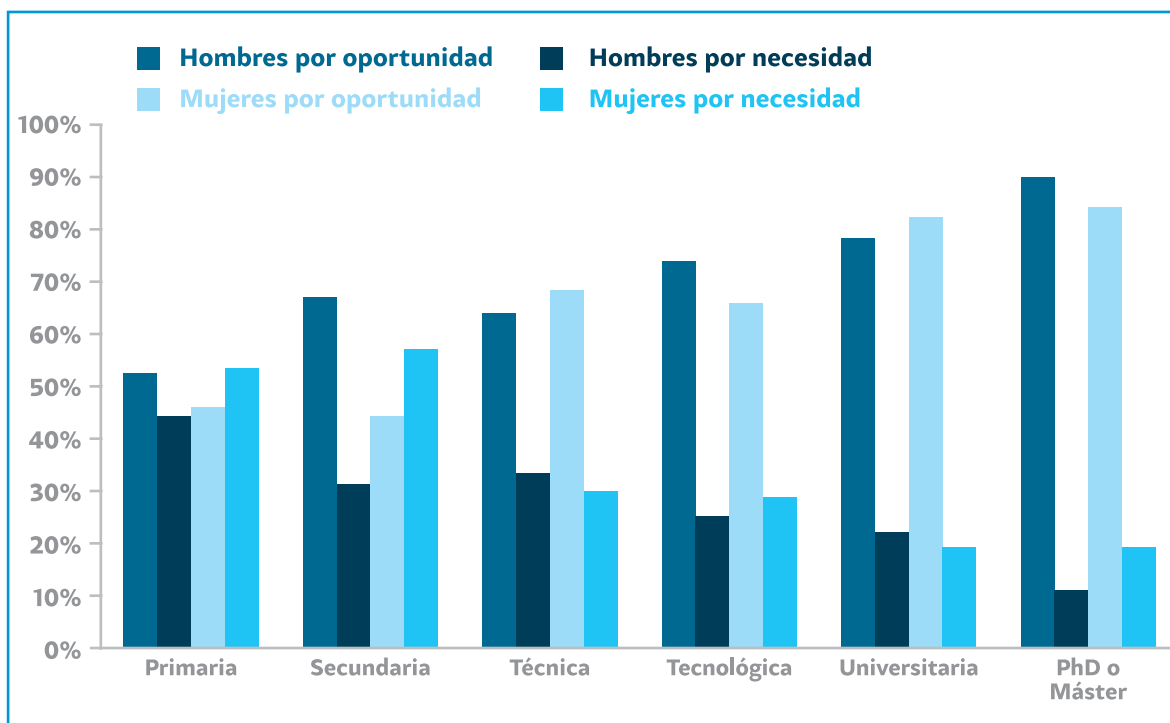
Gráfica 13. Proporción de la TEA según nivel educativo y género, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Al cruzar los datos básicos de las personas que hacen parte de la TEA y segmentarlos por su nivel de educación formal, motivación y género, se observa que para hombres y mujeres la categoría con mayor frecuencia en el emprendimiento por oportunidad es la de estudios universitarios mientras que en el emprendimiento por necesidad corresponde a estudios secundarios. Es también evidente en todos los grupos que, a mayor nivel de formación, se reduce el emprendimiento por necesidad y aumenta por oportunidad (**ver Gráfica 14**).

Por una parte, la proporción de emprendedores colombianos que cumple con la condición de motivación por oportunidad y tiene un posgrado es de 87,4%, lo que daría una señal de que, al mejorar la preparación académica, mejora la identificación de mejores oportunidades en emprendimiento. Tan solo el 12,6% cumple con la condición de motivación por necesidad y tiene posgrado. Por otra parte, la proporción de mujeres que emprende por necesidad y cuenta con formación de posgrado es mayor (17,1%) frente a los hombres (9,7%). En este nivel educativo, se logra identificar que ellos emprenden por oportunidad en mayor proporción.

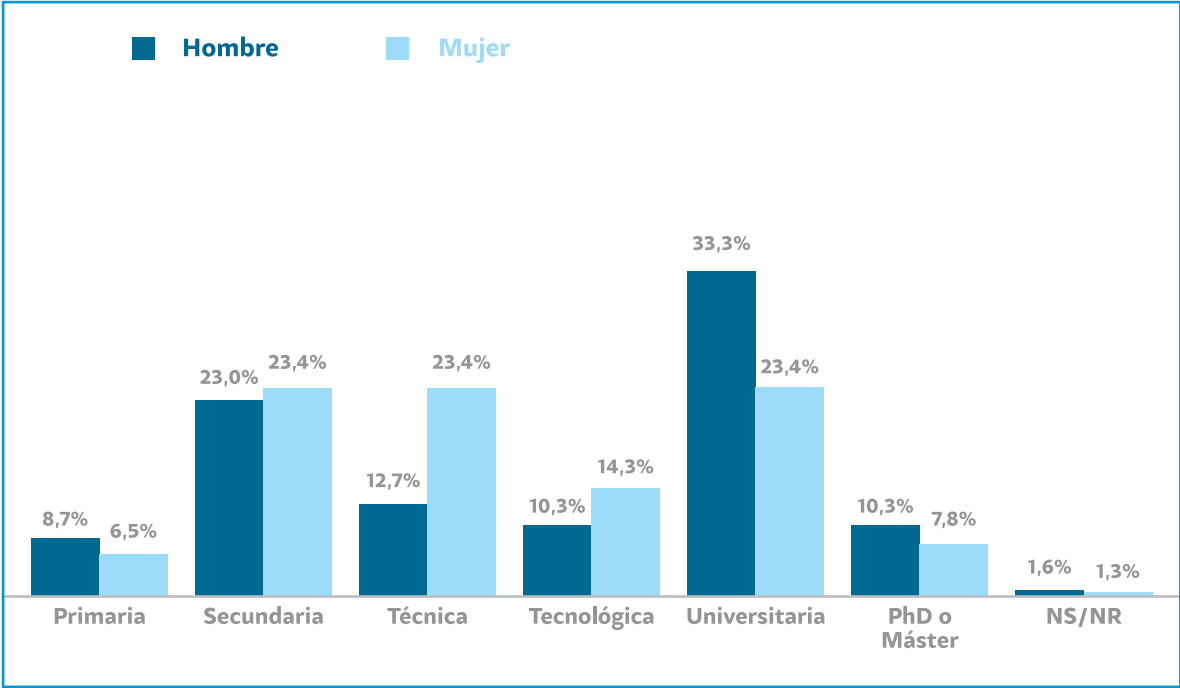
Gráfica 14. Proporción de la TEA según motivación por nivel educativo y género, 2015/2016

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

3.4.2 Características educativas de los emprendedores establecidos

Dentro de los emprendedores establecidos, la proporción de mujeres que presenta un nivel de educación técnica y tecnológica es mayor que la de los hombres. Sugiere este resultado un nicho para el desarrollo de programas de apoyo a mujeres con estos niveles de formación a fin de mejorar el emprendimiento de género. Sin embargo, con educación de posgrado y universitaria, son más los hombres emprendedores establecidos, aunque la diferencia de tasa no es muy alta para el último nivel (**ver Gráfica 15**). Es de resaltar la menor proporción de emprendedores establecidos con máster o PhD (hombres: 10,3% y mujeres: 7,8%) en comparación con los emprendedores de la TEA (hombres: 12,2% y mujeres: 11,3%).

Gráfica 15. Proporción de emprendedores establecidos según nivel educativo y género, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

3.5 Características del nivel de ingresos familiares

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

Otra de las variables que es importante conocer de los emprendedores colombianos es su nivel de ingreso familiar para poder tener una mejor idea de su estado económico. Por ser reportado por el emprendedor, este ingreso puede o no estar totalmente relacionado con los ingresos derivados de la empresa, más si es posible identificar que el nivel de actividad emprendedora no es exclusivo de emprendedores provenientes de hogares con altos niveles de ingresos.

3.5.1 Características del nivel de ingresos familiares para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

La **Tabla 5** muestra los datos del nivel de ingresos para la TEA según género, donde se evidencia que el 46,4% de las mujeres cuenta con ingresos por debajo de los 2 SMMLV, mientras que el 66,8% de los hombres percibe ingresos mayores a los 2 SMMLV. Es destacable que el 13,1% de los hombres cuenta con ingresos mayores a 7 SMMLV en tanto el 5,2% de las mujeres percibe esta cantidad.

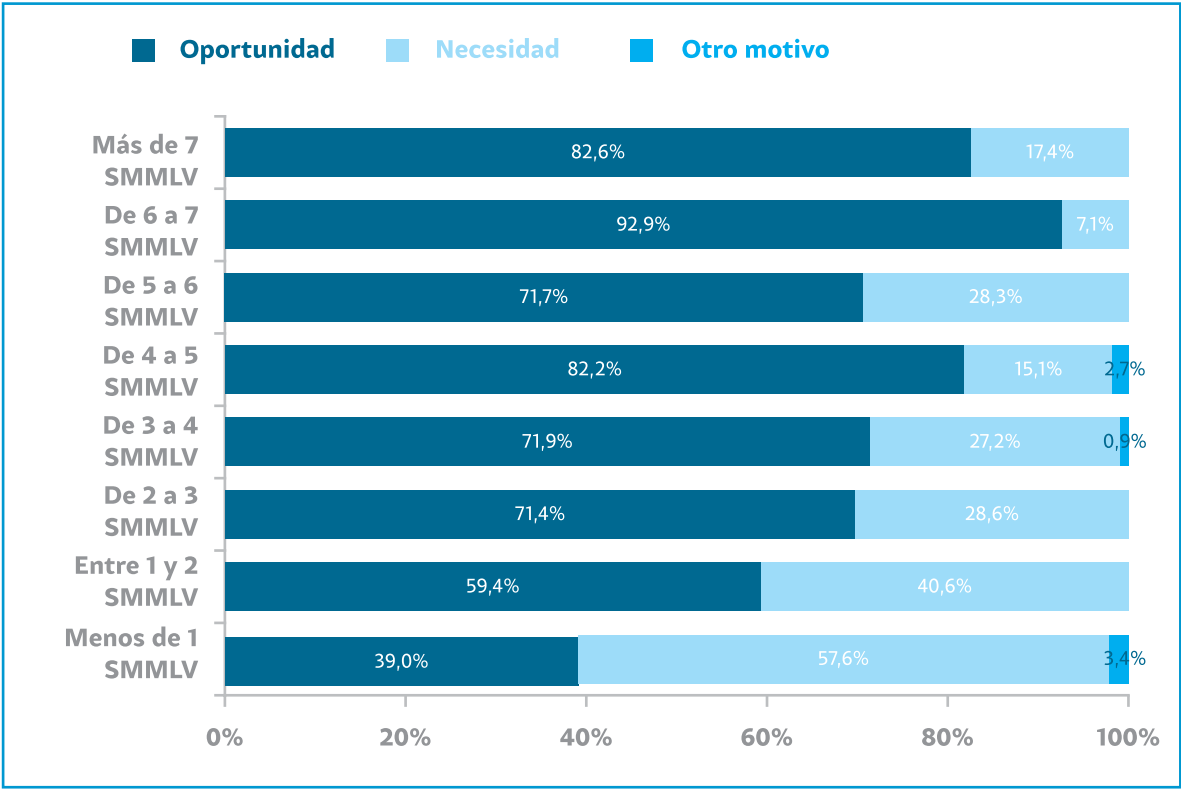
Tabla 5. Proporción de la TEA según ingreso familiar por género, 2015/2016

Nivel de ingresos	Hombres	Mujeres
Menos de 1 SMMLV	4,5%	9,9%
Entre 1 y 2 SMMLV	25,2%	36,5%
De 2 a 3 SMMLV	20,3%	19,6%
De 3 a 4 SMMLV	14,8%	10,5%
De 4 a 5 SMMLV	9,4%	6,9%
De 5 a 6 SMMLV	5,7%	4,7%
De 6 a 7 SMMLV	3,5%	2,8%
Más de 7 SMMLV	13,1%	5,2%

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

En la **Gráfica 16** claramente se evidencia que la proporción de emprendimientos creados por oportunidad va creciendo a medida que los ingresos familiares son más significativos. Además, a medida que el emprendedor se mueve en niveles más altos de educación formal, asimismo va declarando un nivel más alto de ingresos familiares.

Gráfica 16. Proporción de la TEA según motivación y nivel de ingresos, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

3.5.2 Características del nivel de ingresos familiares de los emprendedores establecidos

En el caso de los emprendedores establecidos, la Tabla 6 sugiere que la mayor proporción de ellos cuenta con niveles de ingresos familiares de hasta 4 SMMLV. Con relación al género, no hay una marcada diferencia de ingresos familiares entre hombres y mujeres. Se hace necesario revisar la política de fortalecimiento de las empresas establecidas a fin de garantizar mayores niveles de ingresos para estos empresarios. Podría estar ocurriendo que su esfuerzo no sea compensado frente a quienes, en condiciones socioeconómicas parecidas, han optado por la empleabilidad.



Tabla 6. Proporción de emprendedores establecidos según ingreso familiar por género, 2015/2016

Nivel de ingresos	Hombres	Mujeres
Menos de 1 SMMLV	4,8%	7,8%
Entre 1 y 2 SMMLV	25,4%	23,4%
De 2 a 3 SMMLV	18,3%	23,4%
De 3 a 4 SMMLV	12,7%	11,7%
De 4 a 5 SMMLV	6,3%	9,1%
De 5 a 6 SMMLV	11,1%	9,1%
De 6 a 7 SMMLV	2,4%	3,9%
Más de 7 SMMLV	14,3%	7,8%

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

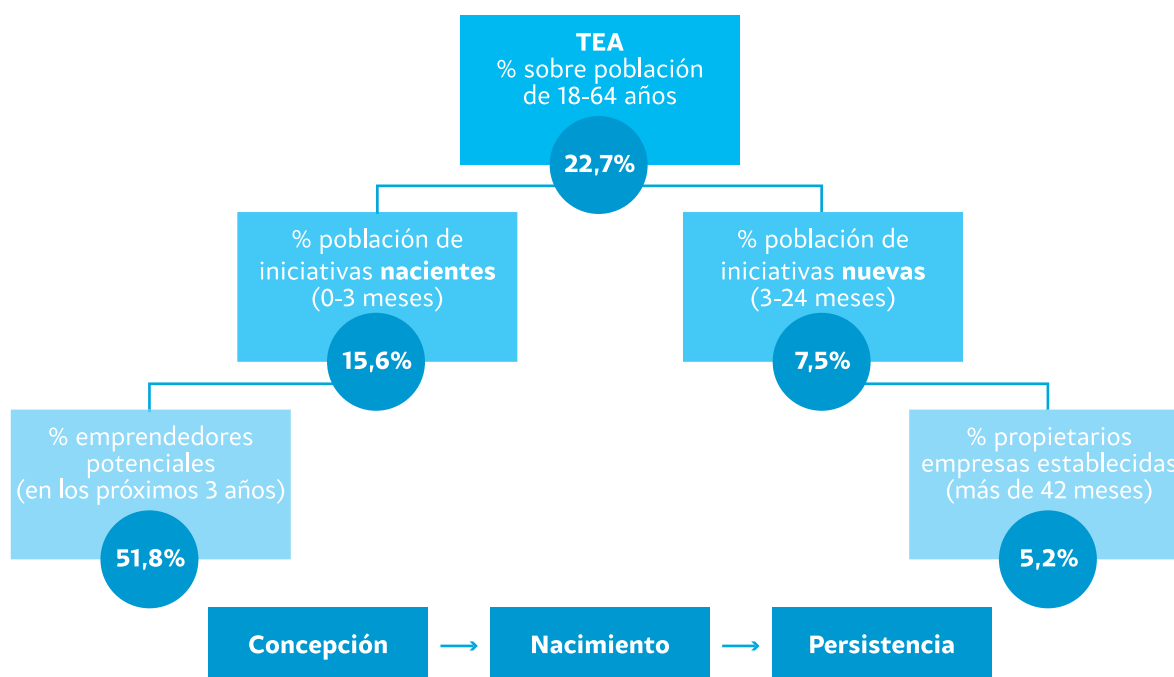
4. RESULTADOS CLAVES DEL GEM COLOMBIA 2015/2016

A continuación se presentan los resultados claves que ayudan a comprender lo presentado hasta este punto, para luego ahondar en el análisis de factores críticos para el desarrollo del emprendedor colombiano como son la internacionalización y el emprendimiento social.

La distribución de los emprendedores de nuestro país a lo largo de las distintas fases de la actividad emprendedora, de acuerdo con la metodología GEM, aparece en la **Gráfica 17**. Los resultados muestran que, en el año 2015, el 22,7% de la población activa colombiana está involucrada en iniciativas emprendedoras de hasta 42 meses de vida. El desglose de este dato nos revela que el 15,6% de esas iniciativas corresponde a emprendimientos nacientes (0-3 meses) y un 7,5% a emprendimientos nuevos (3-42 meses).

Es necesario contrastar estos resultados con la tasa de abandono empresarial reportada por los colombianos, que bajó al 2,5% comparada con la del año 2014 de 2,6%. Aunque el cambio no fue significativo, para una sociedad es muy importante el aprendizaje acumulado de este grupo de emprendedores, quienes al decidir volver a emprender, estarán más cerca de lograr su éxito que otros.

Gráfica 17. Resultados de la actividad emprendedora y la dinámica empresarial de Colombia, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

4.1 Nivel individual

Un primer nivel de análisis evidencia una situación positiva de la actividad emprendedora colombiana. Al analizar la base de datos del GEM Mundial 2015-2016, a nivel individual se presentan tanto fortalezas como debilidades para Colombia al comparar el país con algunos del estudio. El 58,3% de los colombianos percibe que hay buenas condiciones para iniciar un negocio dentro de los próximos 6 meses (**ver Tabla 7**), ocupando el país el quinto lugar entre los 60 del estudio y el primer lugar entre los 12 países de América Latina y el Caribe.

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

El 59,5% de los colombianos afirma contar con los conocimientos y habilidades necesarias para hacer empresa (**ver Tabla 8**) y, a la vez, muestra un bajo nivel de temor al fracaso, pues tan solo el 37,8% se abstendría de crear empresa por esa razón (**ver Tabla 9**).

Tabla 7. Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a las buenas condiciones empresariales, 2015/2016

País	% de la población que cree que hay buenas condiciones para iniciar un negocio en los próximos 6 meses	Posición
Suecia	70,2	1
Colombia	58,3	5
Chile	57,4	8
Barbados	54,9	11
Ecuador	52,7	14

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Tabla 8. Comparación de la tenencia de conocimientos y habilidades para iniciar un nuevo negocio, 2015/2016

País	% de la población que cree tener los conocimientos y habilidades necesarias para iniciar un nuevo negocio	Posición
Senegal	89,1	1
Barbados	75,0	3
Ecuador	72,3	6
Chile	65,7	9
Colombia	59,5	17

Fuente: Elaboración propia, datos tomados del GEM Mundial 2015

Tabla 9. Comparación del miedo al fracaso a la hora de emprender, 2015/2016

País	% de la población que piensa que el miedo al fracaso lo detendría para iniciar una actividad emprendedora	Posición
Grecia	64,2	1
Brasil	49,2	10
Colombia	37,8	35
Guatemala	34,6	41
Israel	54,0	4

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Para complementar estas favorables condiciones a la acción emprendedora en el país, es importante resaltar que el 72,3% de los colombianos afirma que elegir ser emprendedor como carrera de desarrollo personal es una buena opción de carrera (**ver Tabla 10**). Este resultado sitúa al país, junto con Perú, en la posición número 13 a nivel mundial entre los países del estudio GEM y en el tercer puesto entre los países de América Latina y el Caribe.

De forma consistente, el 69,8% de la población piensa que ser un emprendedor exitoso brinda un alto estatus social (**ver Tabla 11**). Esta situación es reforzada en la sociedad misma, pues los encuestados afirman que en Colombia se le presta un alto y positivo cubrimiento a los emprendedores por parte de los medios de comunicación (**ver Tabla 12**). Además, el 51,8% de emprendedores potenciales quieren tomar acción en los próximos 3 años, quinto porcentaje más alto comparado con el de los países a nivel mundial y el segundo de América Latina y el Caribe, después de Chile (**ver Tabla 13**).

Tabla 10. Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a su validez como elección de carrera, 2015/2016

País	% de la población que piensa que el emprendedor exitoso tiene un alto estatus social	Posición
Israel	95,2	1
Brasil	77,7	3
Guatemala	72,3	13
Colombia	72,3	14
Barbados	69,7	19

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Tabla 11. Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a su estatus social, 2015/2016

País	% de la población que piensa que el emprendedor exitoso tiene un alto estatus social	Posición
Israel	86,2	1
Brasil	80,1	9
Guatemala	79,8	10
Colombia	69,8	23
Barbados	69,8	25

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Tabla 12. Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto al cubrimiento de los medios de comunicación, 2015/2016

País	% de la población que piensa que al emprendedor se le presta suficiente cubrimiento por parte de los medios de comunicación	Posición
Taiwán	85,6	1
Ecuador	77,3	5
Colombia	71,7	12
Brasil	69,6	15
Perú	68,1	17

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Tabla 13. Comparación de la valoración social de ser emprendedor respecto a la intención de crear empresa, 2015/2016

País	% de la población que aspira a iniciar un nuevo negocio en los próximos 3 años	Posición
Senegal	72,9	1
Chile	52,2	4
Colombia	51,8	5
Ecuador	48,9	6
Perú	44,4	9

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

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

No obstante, a nivel individual, el informe GEM Colombia 2015/2016 presenta una desventaja muy fuerte para el país cuando se compara con otras regiones de América Latina y a nivel global. Esta desventaja está relacionada con desear ser emprendedor pero no conocer alguno: tan solo el 29% de la población dijo conocer personalmente a un emprendedor (*ver Tabla 14*).

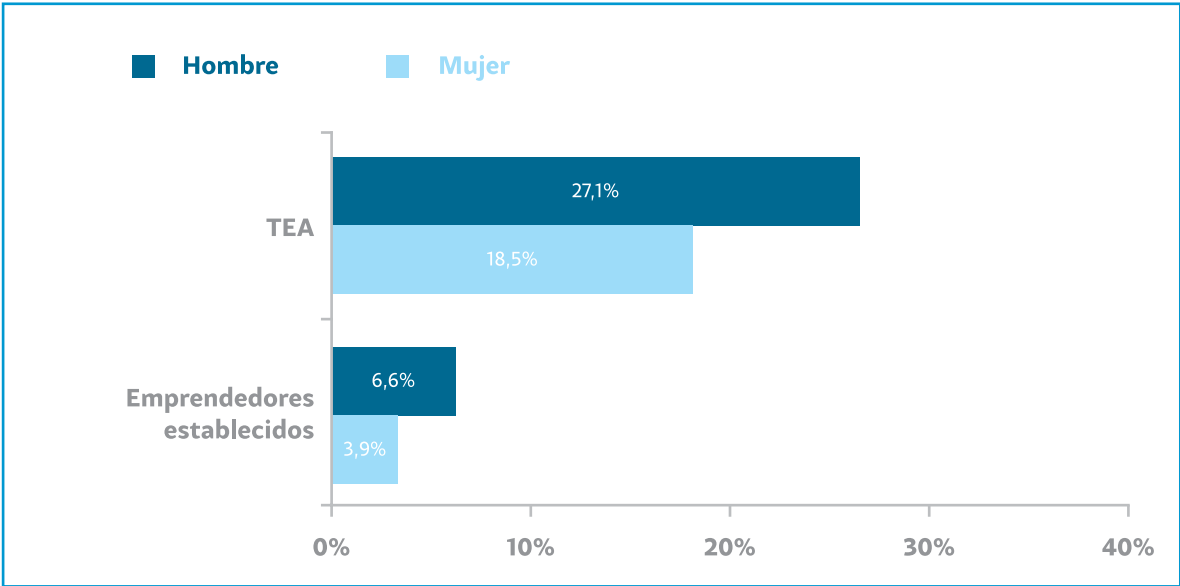
Tabla 14. Comparación del conocimiento que la población tiene sobre un emprendedor, 2015/2016

País	% de la población que conoce personalmente a algún emprendedor que ha iniciado un negocio en los últimos 2 años	Posición
Burkina Faso	68,9	1
Panamá	53,7	9
Brasil	51,7	10
Perú	48,2	14
Colombia	29,11	51

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Otro factor negativo es la baja participación de las mujeres en los nuevos proyectos emprendedores: se presenta una tasa del 18,5% de participación de ellas en nuevas actividades emprendedoras y del 3,9% en emprendimientos establecidos. Así, continúa la brecha a nivel de emprendimiento entre ambos géneros, manteniéndose la participación de los hombres por encima de la de las mujeres tanto en emprendimientos establecidos como en la TEA (*ver Gráfica 18*).

Gráfica 18. Proporción de nuevos emprendedores y emprendedores establecidos involucrados en la actividad emprendedora de Colombia por género, 2015/2016

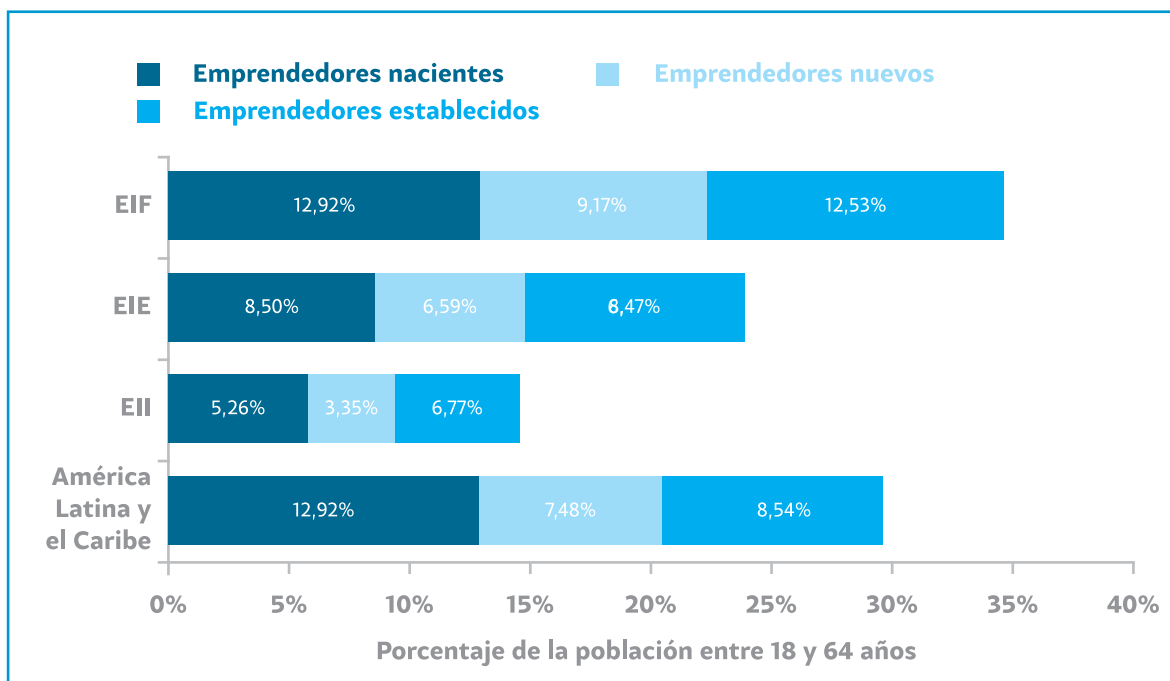


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

4.2 Características de las empresas nuevas y establecidas

A nivel empresarial, en el estudio para Colombia, se identifican más fortalezas que debilidades en los negocios que forman parte de la TEA y en los establecidos. Ya se ha mostrado que el país presenta una tasa alta de emprendedores nacientes (15,6% de las personas afirma tener una empresa de menos de 3 meses), por encima del promedio de las otras economías y un número de emprendedores nuevos (7,5% de las personas afirma tener empresas que han sobrepasado los 3 meses y no han alcanzado los 3 años y medio), por encima del promedio de las Economías Impulsadas por Eficiencia (EIE) e Innovación (EII). Mientras tanto, la tasa de emprendedores establecidos del país (5,2% de las personas afirma tener empresas que han cumplido más de 3 años y medio desde la puesta en marcha de su negocio) está por debajo del promedio de todas las economías y se aproxima al nivel de las Economías Impulsadas por Innovación (EII) (*ver Gráfica 19*).

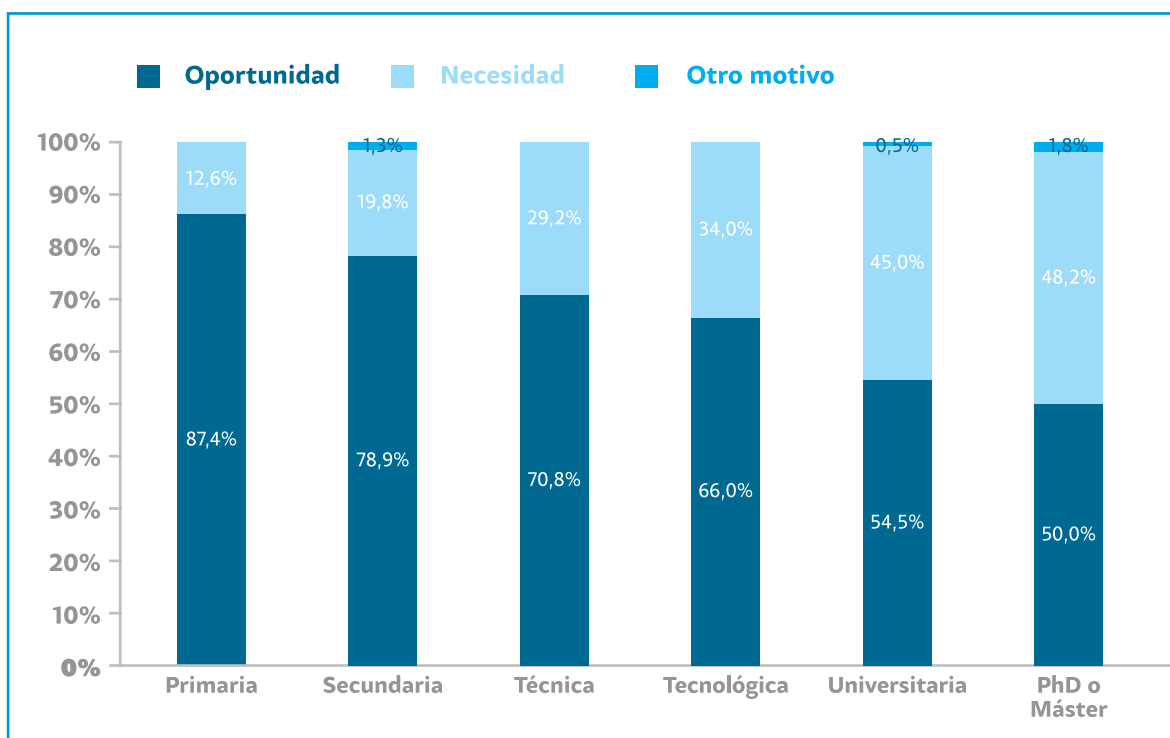
Gráfica 19. TEA por categoría de desarrollo emprendedor entre los diferentes tipos de economías, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Otra variable que impacta a las empresas que presentan buen desempeño en Colombia es la relación directa que existe entre el nivel educativo de los emprendedores y la proporción de ellos que es motivada por oportunidad para la creación de una empresa, lo que permite obtener una mejor calidad de los emprendimientos. Es decir, el 50% de los colombianos que tiene formación primaria presenta motivación por oportunidad, en tanto esta misma motivación aumenta en los colombianos que presentan formación en posgrado, con un 87,4% (**ver Gráfica 20**). Lo anterior se ve reflejado más en los hombres por ser quienes participan en un porcentaje más alto en la creación de las nacientes y nuevas actividades emprendedoras.

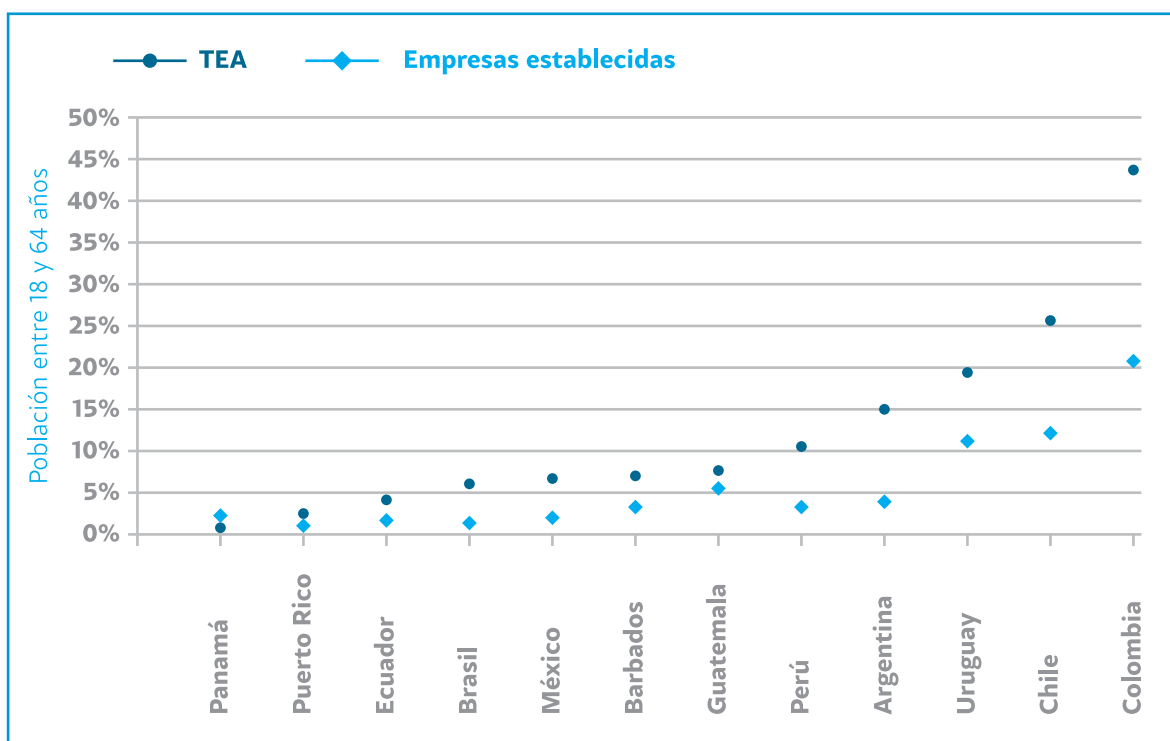
Gráfica 20. Proporción de la TEA según nivel educativo, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Por otra parte, existen las más altas expectativas de crecimiento en términos de generación de empleo por parte de los nuevos emprendedores colombianos en comparación con los demás países de América Latina y el Caribe, donde el 43% afirmó que generará 10 o más puestos de trabajo y un crecimiento de, al menos, 50% en el número de empleos en los próximos 5 años. Mientras tanto, las expectativas de crecimiento son menores en las empresas establecidas, pues tan solo el 20,5% de los emprendedores espera contribuir en la generación de empleo. Sin embargo, el porcentaje sigue siendo mayor que en los otros países comparados (*ver Gráfica 21*).

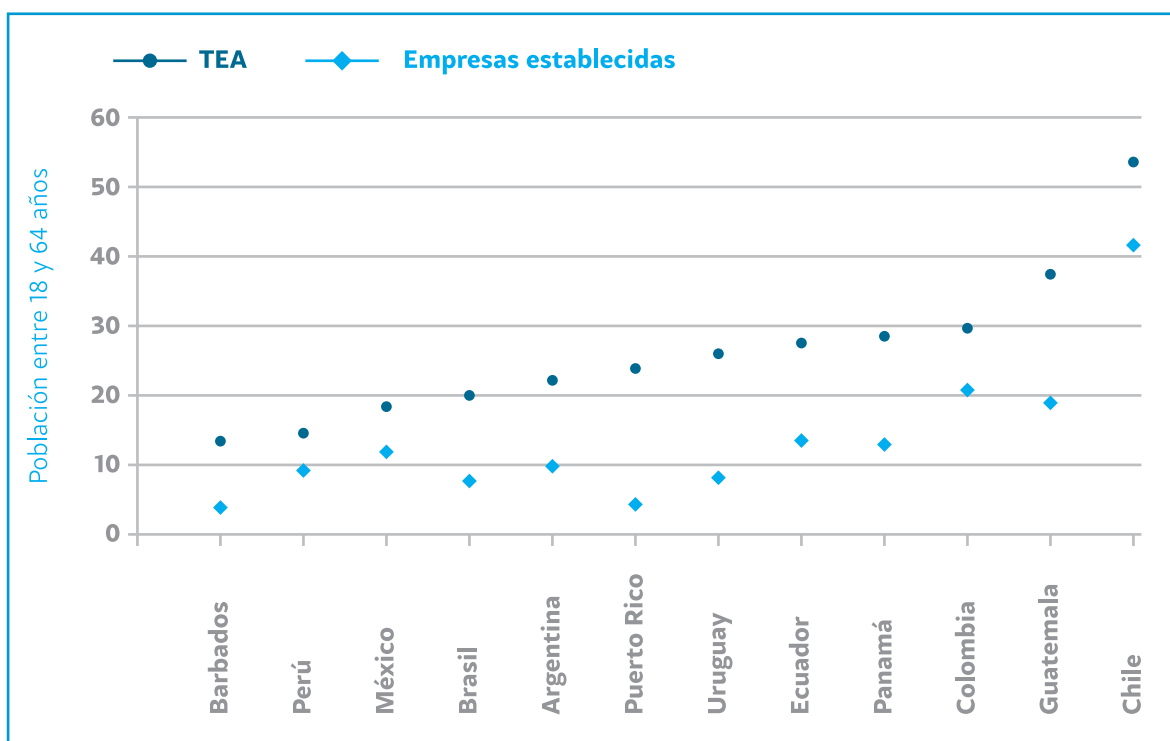
Gráfica 21. Percepciones de la TEA y emprendedores establecidos acerca de sus expectativas de alta generación de empleo (10 o más puestos de trabajo) en los próximos 5 años con un crecimiento mínimo del 50% ente los países de América Latina y el Caribe, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Analizando el nivel de innovación medido a través de un índice de la combinación mercado-producto nuevo, el promedio de la tasa de innovación para la TEA y los emprendedores establecidos a nivel mundial es de 24,9% y 15,1%, respectivamente. El promedio de los países de América Latina y el Caribe es de 26,5% y 13,6%, respectivamente. El nivel de percepción de innovación para la TEA de Colombia es de 29,7% y para las empresas establecidas es de 20,4%, ubicándose por encima del promedio mundial y en tercer lugar entre los países de América Latina y el Caribe, con los más altos niveles de innovación después de Guatemala y Chile (*ver Gráfica 22*).

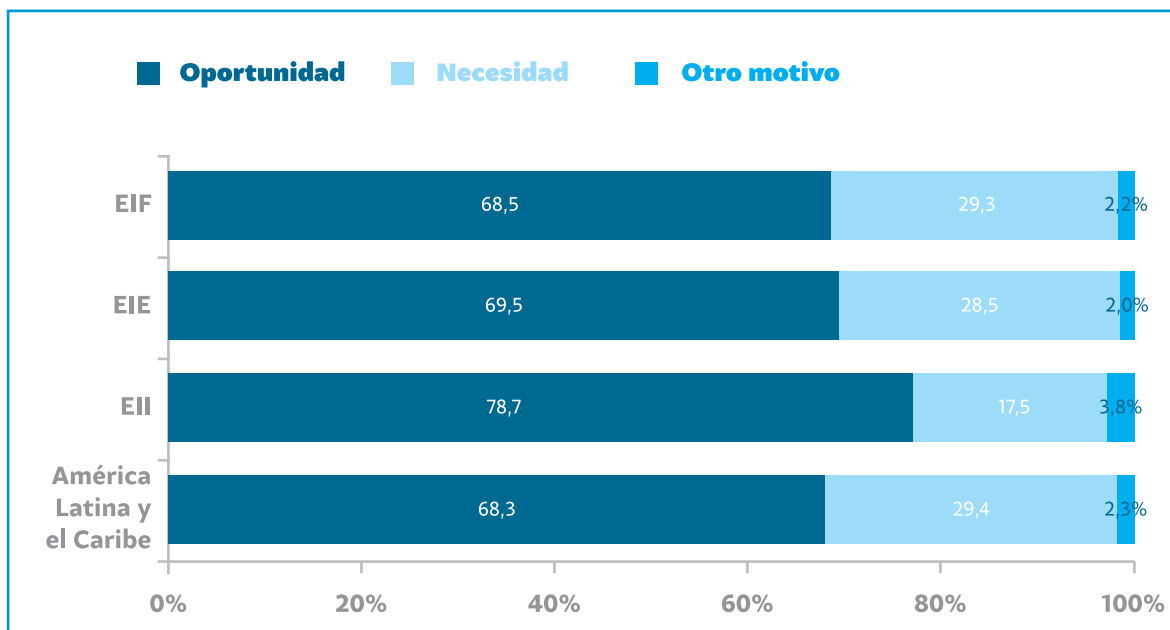
Gráfica 22. Percepciones de la TEA y emprendedores establecidos acerca del nivel de introducción de ofertas innovadoras (combinación mercado-producto nuevo) entre los países de América Latina y el Caribe, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Por último, en cuanto a la motivación de los emprendimientos, se presenta un factor favorable y otro desfavorable. Se destaca a nivel empresarial en Colombia que los emprendimientos motivados por oportunidad (14,9%) y por necesidad (7,5%) están por encima del promedio de todas las economías del estudio (EIF: 14,7% y 6,2%; EIE: 10,2% y 4,2%; EII: 6,7% y 1,5%, respectivamente), así como del promedio de América Latina y el Caribe (13,6% y 5,8%, respectivamente) (**ver Gráfica 23**).

Gráfica 23. TEA por motivación entre los diferentes tipos de economías, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

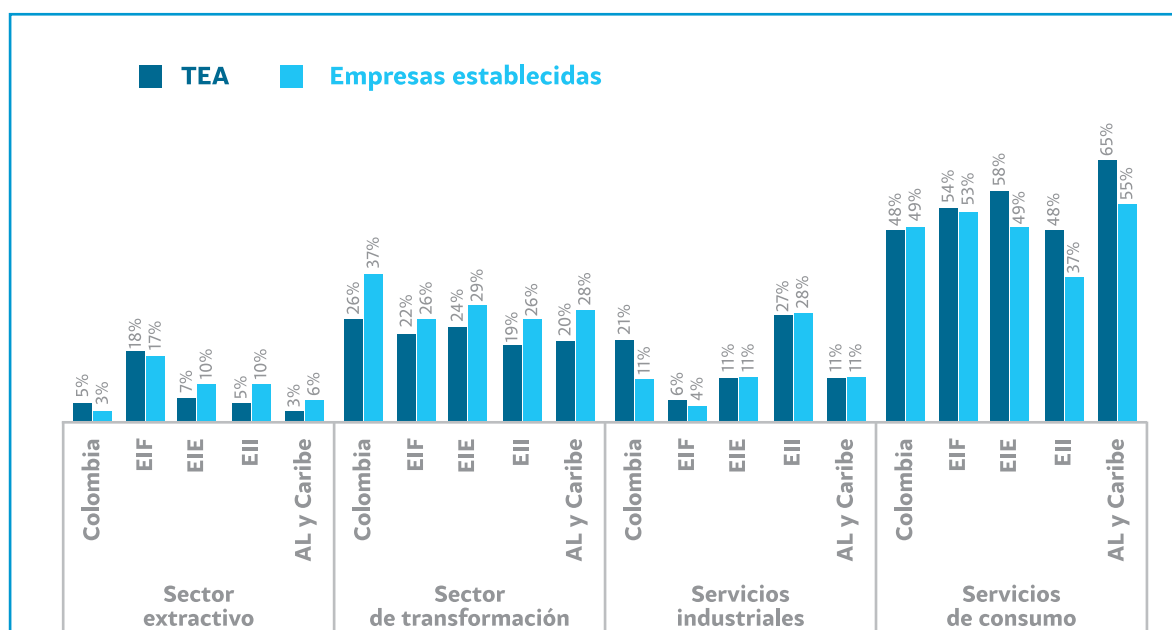
Respecto a los factores desfavorables, el estudio GEM muestra que el 48% de las nuevas y nacientes iniciativas empresariales se está llevando a cabo en los servicios de consumo⁵ (ver Gráfica 24), lo que va en contravía con la importancia que se le viene dando desde hace ya algunos años al tema de sectores de clase mundial y apuestas productivas, impulsadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en cooperación con expertos nacionales y consultores internacionales a través del Programa de Transformación Productiva. La gran mayoría de los sectores de clase mundial forma parte del sector de manufacturas, clasificado por el GEM en transformación, y donde la TEA de Colombia presenta tan solo un 26% de participación y las empresas establecidas, un 37%.

Los sectores de clase mundial con alto potencial fueron identificados a nivel nacional en los siguientes niveles:

⁵ Para el GEM, al sector de comercio o servicios de consumo pertenecen todas aquellas empresas cuyo cliente primario es una persona, por ejemplo: restaurantes, bares, hoteles, comercio al por menor, salud, educación, servicios sociales, recreación, etc. El sector de transformación está asociado a las empresas dedicadas a construcción, manufactura, transporte, distribuciones y ventas al por mayor, y transformación de materias primas en productos. El sector servicios industriales presenta empresas cuyo cliente principal es otra empresa, por ejemplo: bienes raíces y demás servicios empresariales. Por último, el sector extractivo corresponde a todas aquellas empresas cuya operación básica es la extracción de productos naturales, por ejemplo: agricultura, forestal, pesca y minería.

- Sectores de servicios: BPO&O; Software y TI; Energía Eléctrica, Bienes y Servicios Conexos; Turismo de Salud; Turismo de Bienestar; Turismo de Naturaleza.
- Sectores de manufacturas: Cosméticos y Aseo; Industria Editorial y de la Comunicación Gráfica; Industria Autopartes y Vehículos; Textil y Confecciones; Cuero, Calzado y Marroquinería; Metalmecánico; Siderúrgico; Astillero.
- Sectores de agroindustria: Acuícola; Carne Bovina; Lácteo; Palma, Aceites, Grasas Vegetales y Biocombustibles; Chocolatería, Confitería y Materias Primas; Hortofrutícola.

Gráfica 24. Distribución de sectores productivos por TEA y empresas establecidas entre los diferentes tipos de economías, 2015/2016



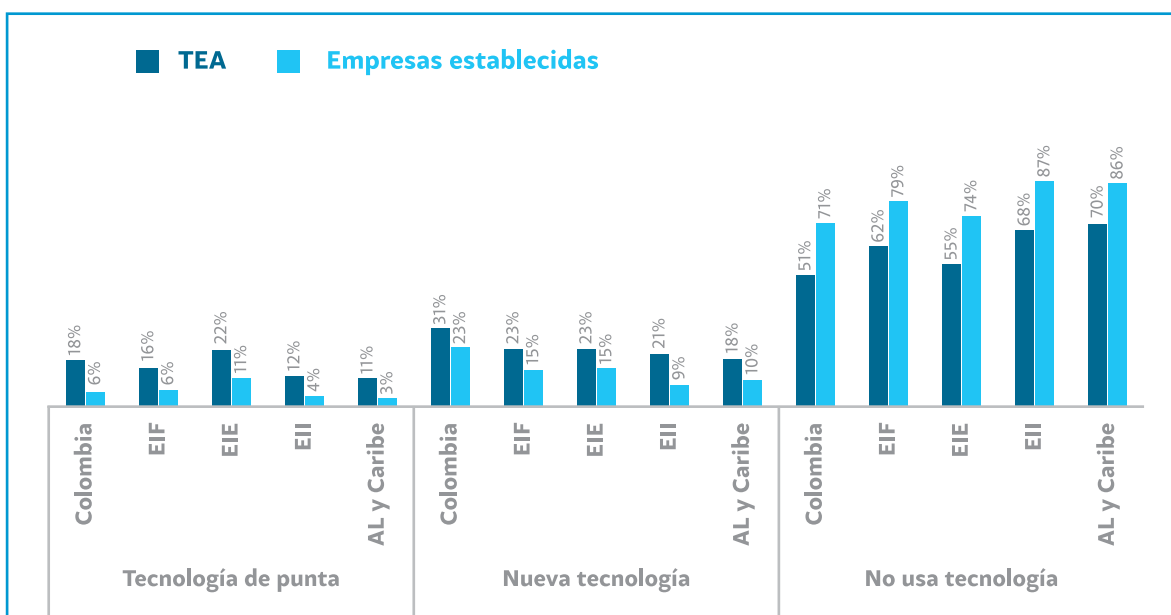
Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Otro factor desfavorable está relacionado con el uso de tecnologías: Colombia y los demás tipos de economía presentan porcentajes mayores al 50% en el uso de tecnología no actualizada o de más de 5 años en el mercado, tanto para la TEA como para las empresas establecidas (*ver Gráfica 25*). Esto sugiere que este grupo de emprendedores puede presentar dificultades en adelantar procesos de innovación, aunque en el uso de tecnología de más de 5 años (clasificado como no uso de tecnología), Colombia muestra porcentajes menores al promedio de las economías de América Latina y el Caribe y el resto de economías, siendo la participación de la TEA del 51% y de las empresas establecidas, del 71%.

Sin embargo, en el uso de tecnología nueva o entre 1 y 5 años en el mercado, los emprendimientos en Colombia presentan los porcentajes más altos tanto para la TEA (31%) como para las empresas establecidas (23%), en comparación con los diferentes tipos de economías. Con respecto al uso de tecnología de punta o menor a 1 año en el mercado, tan solo el 18% de la TEA y el 6% de las empresas establecidas la usan (*ver Gráfica 25*).

El uso de tecnología de más de 5 años podría explicarse por la baja inversión requerida para iniciar un nuevo negocio. El promedio de capital necesario utilizado para montar una empresa en Colombia es de \$54,3 millones de pesos; para el emprendimiento motivado por oportunidad, en promedio, se utilizan \$60,8 millones y para el emprendimiento motivado por necesidad, \$32,5 millones de pesos.

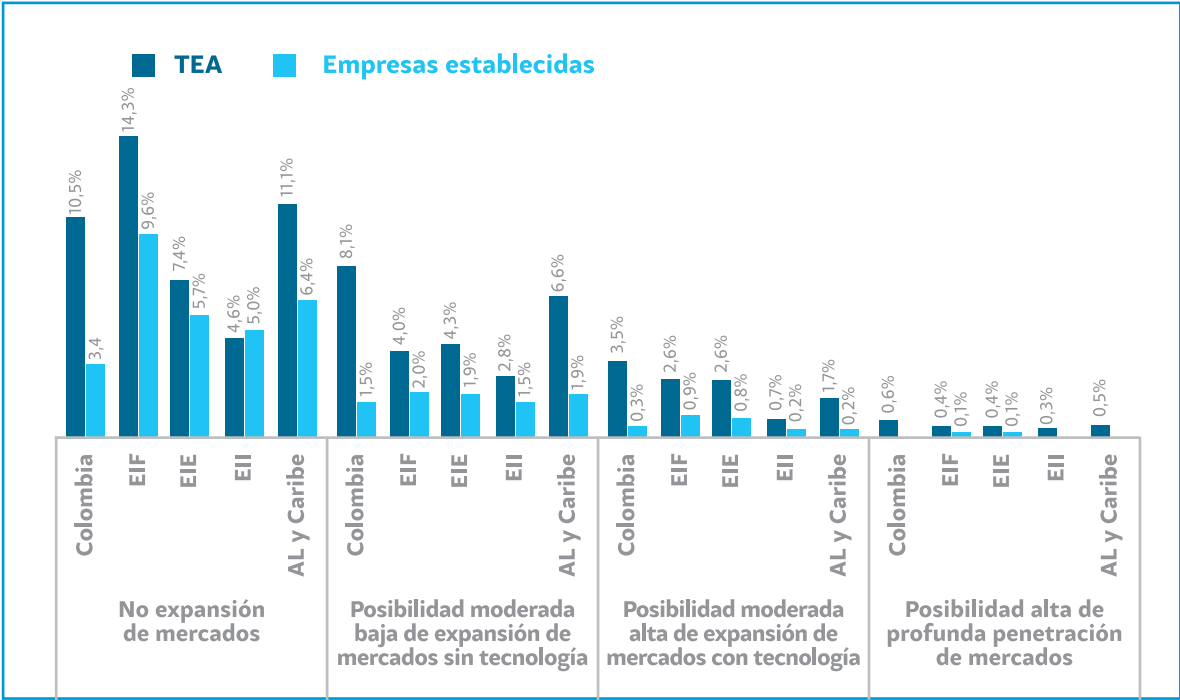
Gráfica 25. Niveles tecnológicos de la TEA y empresas establecidas entre los diferentes tipos de economías, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Un factor que puede estar afectado por el nivel tecnológico y de innovación es el nivel de expansión de mercados, donde el 10,5% de las empresas de Colombia que forma parte de la TEA y el 3,4% de las establecidas prefiere no crecer y tan solo el 8,1% y el 3,5% de la TEA y el 1,5% y el 0,3% de las empresas establecidas se concentra en las posibilidades moderada baja (sin tecnología) y moderada alta (con tecnología) de expansión de mercados, respectivamente. Esta tendencia también aplica a nivel mundial para los diferentes tipos de economía del estudio (*ver Gráfica 26*).

Gráfica 26. Impacto de expansión de mercado de la TEA y empresas establecidas entre los diferentes tipos de economías, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

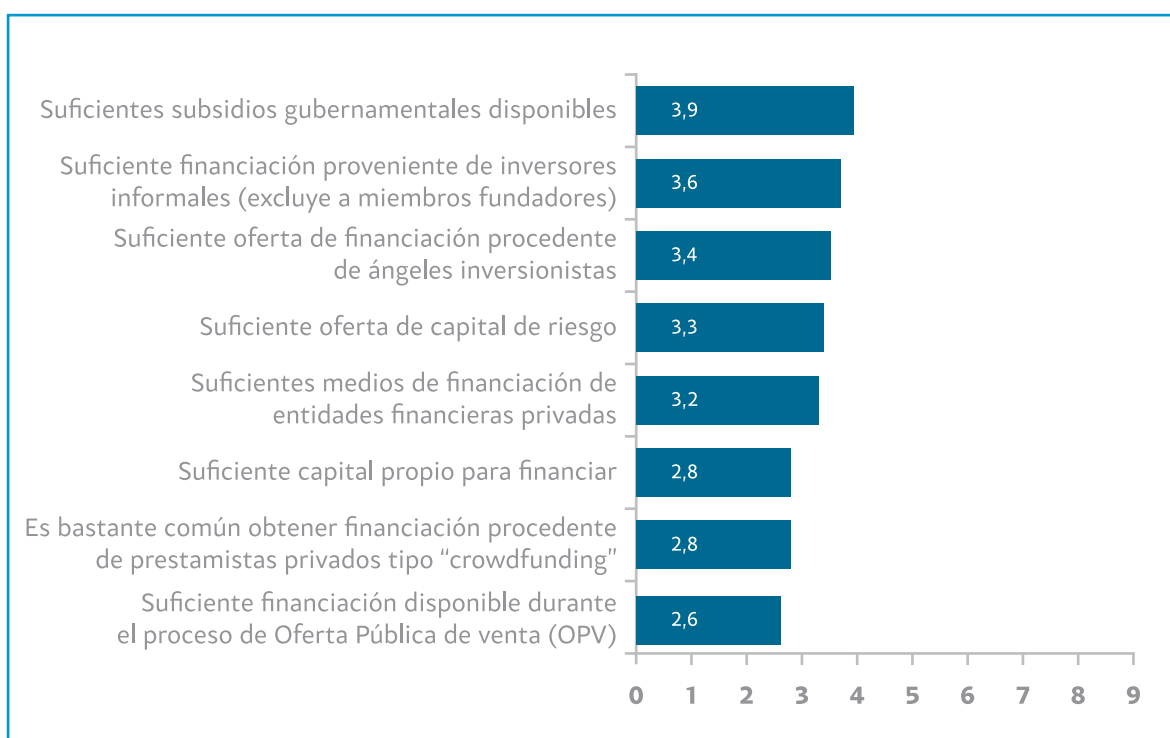
4.3 Nivel de desarrollo de las instituciones y factores macro de apoyo al emprendimiento colombiano

Para el análisis del *nivel de factores macro y de las instituciones*, se presentan los resultados del análisis en Colombia realizado con las encuestas a los 36 expertos que forman parte del estudio nacional. Estos resultados permiten identificar varios factores que impactan positiva y negativamente. Los expertos fueron abordados a través de una entrevista compuesta por preguntas cerradas, agrupadas en 10 dimensiones, donde se analiza el estado de cada una de ellas en una escala tipo Likert de 9 puntos, siendo 9 un indicativo de que ese factor es “completamente cierto” (CC) para el entorno de creación de empresas, pasando por 5 que indica que es “ni cierto ni falso” (NC=NF) y por 1 que indica que el factor es “completamente falso” (CF).

La calificación de los expertos registra grandes debilidades a nivel nacional con respecto al apoyo financiero. Ellos calificaron ocho variables y las puntuaciones fueron menores a 4. Concluyeron que las empresas nuevas y en crecimiento no cuentan con acceso a fuentes de financiación, desde subsidios públicos e inversores informales y privados hasta capital propio (*ver Gráfica 27*). Además, no

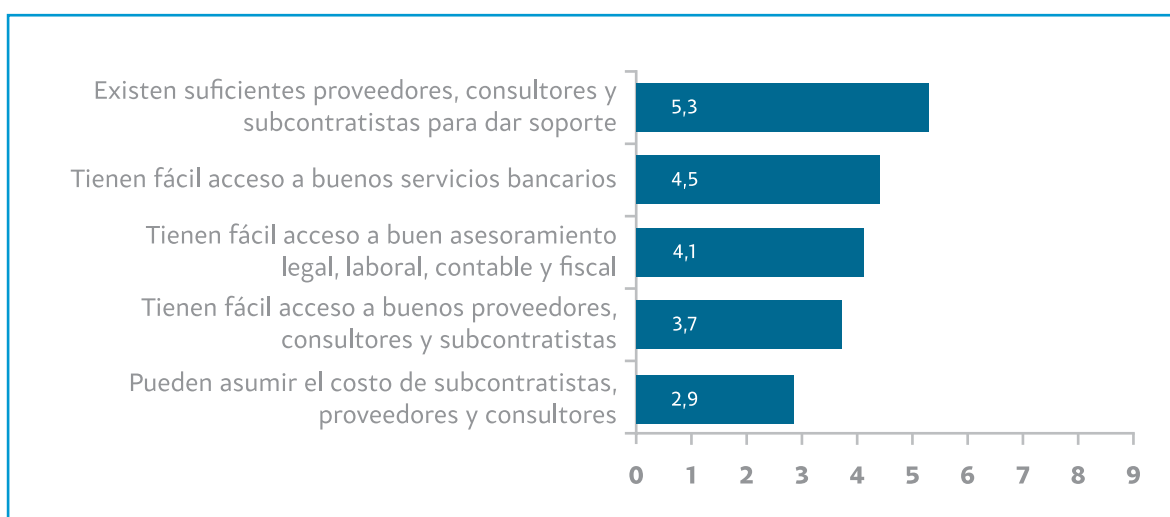
tienen fácil acceso o es difícil asumir el costo de un asesor experto en temas legales, laborales, contables y fiscales. En este campo, calificaron cinco variables diferentes y las puntuaciones estuvieron entre 2 y 5 (ver Gráfica 28).

Gráfica 27. Evaluación de las fuentes de financiación para empresas nuevas y en crecimiento en Colombia, 2015/2016



Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Gráfica 28. Evaluación de la infraestructura comercial y profesional de las empresas nuevas y en crecimiento en Colombia, 2015/2016



Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Otra gran debilidad es el bajo impacto o la poca efectividad que tienen las políticas y los programas gubernamentales para favorecer a las nuevas empresas y a las que están en crecimiento en el país. Para los expertos, el apoyo que existe para el emprendimiento no es prioridad de la política nacional ni departamental. Además, estas políticas no favorecen frecuentemente a los nuevos emprendimientos ni tampoco las barreras para la creación de empresas (como los impuestos y las tasas de interés) son aplicadas de manera coherente, al igual que los numerosos trámites burocráticos no se pueden realizar de manera eficiente (*ver Tabla 15*).

Tabla 15. Evaluación de las políticas gubernamentales para el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento en Colombia, 2015/2016

Dimensión	Valoración
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del Gobierno nacional.	4,4
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del Gobierno departamental.	4,0
Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	3,9
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en, aproximadamente, una semana.	3,5
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que dictamina la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad.	3,4
Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2,9
Las políticas del Gobierno (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamiento públicos) favorecen habitualmente a las nuevas empresas.	4,4

Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Dentro de los programas gubernamentales, algunas de las iniciativas de Gobierno están encaminadas tanto a brindar información sobre los instrumentos financieros y posibles inversionistas como a fortalecer los servicios de apoyo no financiero a los procesos de creación de empresa. Esto es de gran importancia para los emprendedores potenciales, que son los primeros que deben manejar una completa información y sentir que tienen apoyo en su emprendimiento. Aunque esta categoría presenta valoración desfavorable por parte de los expertos, el puntaje más alto es asignado a la competencia y eficacia de los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo al emprendimiento (ver *Tabla 16*).

Tabla 16. Evaluación de los programas gubernamentales para el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento en Colombia, 2015/2016

Dimensión	Valoración
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	5,5
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	5,0
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	4,5
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	4,4
Casi todo el que necesita ayuda de un programa de Gobierno para crear o hacer crecer una empresa encuentra lo que requiere.	3,6
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).	2,9

Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Adicionalmente, existen fallas en la educación primaria y secundaria en términos de estimular la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal, de aportar conocimientos adecuados sobre los principios del mercado y de prestarle atención al emprendimiento, pues estas variables son las peor valoradas por los expertos, lo cual indica que lo planteado por la Ley 1040 del 2006 todavía no se está cumpliendo adecuadamente. En las variables relacionadas con la educación superior prestada por los centros de enseñanza y las universidades, los expertos califican como “ni cierto ni falso” la preparación adecuada y la buena calidad por parte de estos, aunque califican como “algo cierto” la formación en administración, dirección y gestión de empresas como preparación adecuada para la creación de nuevas empresas (**ver Tabla 17**).

Tabla 17. Evaluación de la categoría de educación y formación emprendedora en Colombia, 2015/2016

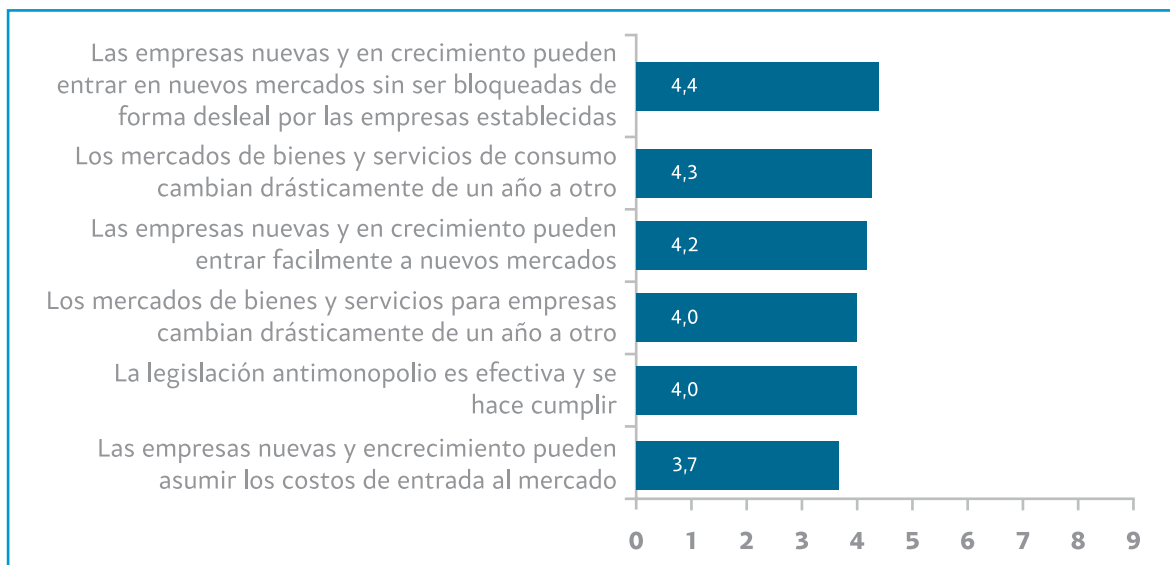
Dimensión	Valoración
La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	5,6
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	5,5
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación buena y adecuada para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	4,8
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal.	3,1
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de economía de mercado.	3,0
En la enseñanza primaria y secundaria, se dedica suficiente atención al emprendimiento y la creación de empresas.	2,8

Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Existen otras desventajas en el acceso limitado al mercado interno del país y la poca transferencia de I&D. Estos dos temas se relacionan ya que expertos afirman que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden asumir los costos de las últimas tecnologías, lo que hace que las barreras de entrada al mercado sean altas y no puedan competir en él. Aquí también influyen las ayudas gubernamentales, pues no son suficientes para que los emprendedores nuevos y los establecidos logren adquirir tecnología de punta y, de igual forma, las políticas del Gobierno no son estrictas en el cumplimiento de la competencia desleal y la legislación antimonopolio (*ver Gráfica 29*).

Con respecto al acceso de investigaciones y tecnologías, no existen ayudas del Gobierno ni se da el suficiente apoyo a los científicos e ingenieros para la creación de empresas de base tecnológica. Además, los expertos confirman que las universidades y los centros de investigación públicos no transfieren de manera eficiente las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos (*ver Gráfica 30*).

Gráfica 29. Evaluación de la categoría de apertura al mercado interno para el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento en Colombia, 2015/2016



Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Gráfica 30. Evaluación de la categoría de transferencia de I&D en las empresas nuevas y en crecimiento en Colombia, 2015/2016



Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Otros factores calificados como positivos por parte de los expertos (con puntaje de 6 = “Algo cierto” y 7 = “Moderadamente cierto”) son el acceso fácil y rápido a los sistemas de telecomunicaciones y servicios públicos básicos por parte de las nuevas empresas y en crecimiento, así como su capacidad de costearlos (**ver Tabla 18**). Adicionalmente, los expertos dicen que las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal (**ver Tabla 19**).

Tabla 18. Evaluación de las categorías de infraestructura física y servicios en Colombia, 2015/2016

Dimensión	Valoración
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones (teléfono, internet, etc.) en, aproximadamente, una semana.	7,1
No es muy caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, internet, etc.).	6,7
Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a servicios públicos básicos de calidad (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en, aproximadamente, un mes.	6,7
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios públicos básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	6,1
La infraestructura física (carreteras, servicios públicos, telecomunicaciones, tratamiento de aguas residuales, etc.) proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,7

Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Tabla 19. Evaluación de la categoría de normas sociales y culturales en Colombia, 2015/2016

Dimensión	Valoración
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	6,4
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal.	5,6
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo, más que la comunidad, el responsable de gestionar su propia vida.	5,2
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	4,8
Las normas sociales y culturales fomentan la toma de riesgo de la actividad emprendedora.	4,1

Fuente: NES – GEM Colombia 2015

Finalmente se presenta una tabla resumen con los factores positivos y negativos en todos los niveles:

Tabla 20. Síntesis de los principales resultados del estudio GEM Colombia, 2015/2016

INDIVIDUALES	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo temor al fracaso. • Media percepción de buenas condiciones para iniciar un negocio. • Media valoración de los conocimientos y habilidades para emprender. • Alta percepción del reconocimiento social que tienen los emprendedores. • Media intención de ser emprendedor en los próximos 3 años. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de conocimiento de nuevos emprendedores. • Baja participación de las mujeres en la actividad emprendedora.

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
EMPRESARIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Alta participación de los emprendedores nacientes y nuevos del total de emprendedores, comparado con todas las economías del estudio y de América Latina y el Caribe. • Relación directa entre el nivel educativo y la motivación para emprender por oportunidad. • Altas expectativas de las nuevas iniciativas emprendedoras en términos de generación de empleo. • Alto nivel de innovación para nuevas empresas y establecidas en comparación con los otros países, a nivel global. • Emprendimientos motivados por oportunidad están por encima del promedio de todas las economías del estudio y de América Latina y el Caribe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja participación de los emprendedores establecidos del total de emprendedores, comparado con todas las economías del estudio y de América Latina y el Caribe. • Emprendimientos motivados por necesidad están por encima del promedio de todas las economías del estudio y de América Latina y el Caribe. • Concentración de las nuevas iniciativas emprendedoras hacia los servicios de consumo. • Mayor uso de tecnología obsoleta (más de 5 años en el mercado). • Bajo nivel de inversión requerida para emprender en comparación con algunos países latinoamericanos. • La expansión de mercados es inexistente o muy baja; por lo tanto, existe un bajo nivel de internacionalización.

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
DE INSTITUCIONES Y FACTORES MACRO	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en administración, dirección y gestión como preparación adecuada en la creación de nuevas empresas. • Confianza brindada por parte de la población en condiciones de pobreza a las organizaciones sociales civiles. • Cumplimiento de las regulaciones por parte de las asociaciones sociales civiles y el grupo de emprendedores para no perjudicar a la población o el medioambiente. • Acceso fácil y rápido a sistemas de comunicación y servicios públicos y a sus costos. • Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad en acceder a fuentes de financiación disponible para nuevas empresas. • Dificultad en asumir el costo de un asesor experto en temas legales, laborales, contables y fiscales por parte de las nuevas empresas. • Falta de claridad y bajo impacto de políticas gubernamentales que favorecen a nuevas empresas. • Baja capacidad de impacto de los programas gubernamentales en el apoyo a emprendimientos. • Bajo estímulo a la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal en los niveles de primaria y secundaria. • Baja calificación en la preparación adecuada y de buena calidad a nivel profesional. • Bajo desarrollo y transferencia de tecnología. • Acceso limitado al mercado interno. • Falta de apoyo público y privado para liderar proyectos con fines sociales y medioambientales. • Falta de compromiso de los consumidores y las empresas en los temas sociales y medioambientales.

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS CLAVES SOBRE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

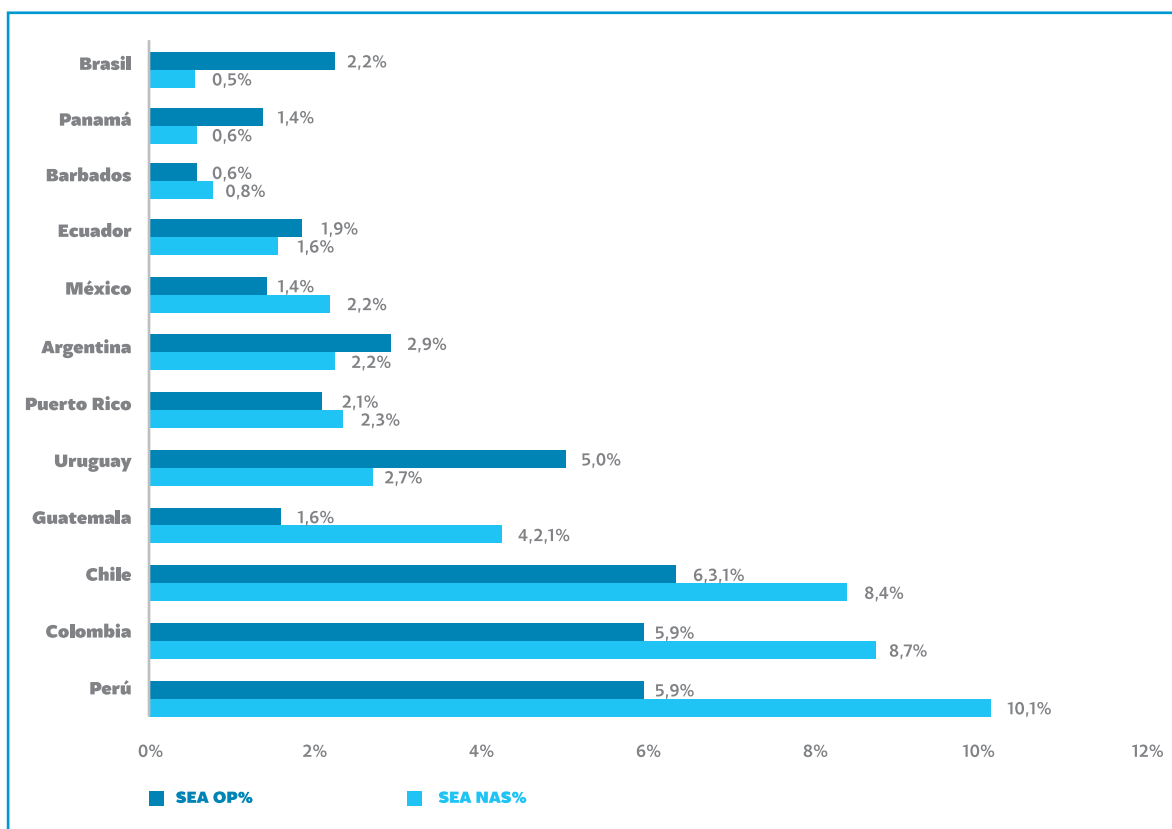
5.1 Nivel individual

Tanto el informe GEM de 2009 como el de 2015 han definido el emprendimiento social en términos generales. El informe especial sobre emprendimiento social 2015-2016 es la segunda evaluación global y armonizada de la actividad social empresarial y corresponde a la de mayor alcance en términos del número de países (58) que participan en la encuesta. Este año, el estudio GEM reporta hallazgos sobre la prevalencia del emprendimiento social en todo el mundo; por eso, entiende la Actividad Social Emprendedora (SEA, por su sigla en inglés) como cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa con un objetivo particularmente social, ambiental o comunitario. Lo anterior incluye la prestación de servicios o la formación de personas socialmente desfavorecidas o con discapacidad, actividades encaminadas a reducir la contaminación y los residuos de alimentos, la organización de grupos de autoayuda para la acción comunitaria, entre otros (Bosma, Schøtt, Terjesen y Kew, 2016).

El informe especial del GEM sobre *emprendimiento social* define al emprendedor social como una persona que está empezando o que actualmente lleva a cabo cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa con un particular objetivo social, ambiental o comunitario. Por *emprendedores sociales nacientes* se hace referencia a las personas que, solas o con otros, participan en la actividad empresarial social y han adoptado medidas concretas en los últimos 12 meses para ayudar a iniciar empresa (Bosma et al., 2016). Entre los países de América Latina y el Caribe, Perú posee la mayor proporción de emprendedores nacientes que están iniciando una actividad social con 10,1%; Colombia ocupa el segundo lugar con 8,7% (**ver Gráfica 31**).

El informe también hace seguimiento a la *proporción de la actividad empresarial social operativa*, es decir, las personas que son responsables de una actividad empresarial social en funcionamiento (Bosma et al., 2016). Entre los países de América Latina y el Caribe, el 6,3% de los emprendedores chilenos lidera alguna actividad social, seguido de los emprendedores de Perú y Colombia que comparten el mismo nivel (5,9%) (**ver Gráfica 31**).

Gráfica 31. Proporción de emprendedores nacientes que están iniciando empresa (SEA NAS%) y aquellos que lideran actualmente una actividad social (SEA OP%), entre los países de América Latina y el Caribe, 2015/2016

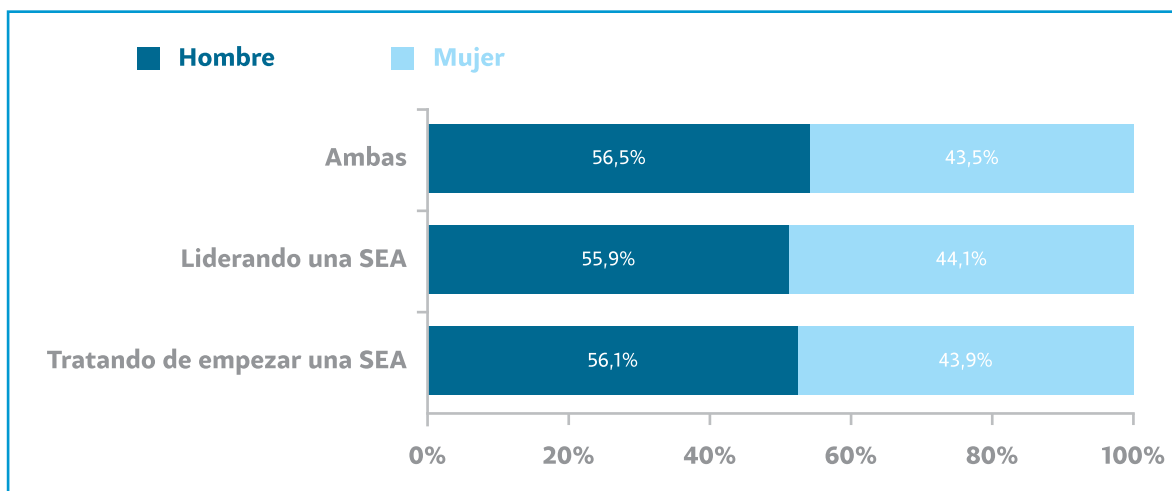


Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

5.1.1 Género

Tanto hombres como mujeres participan en actividades sociales empresariales; sin embargo, los hombres presentan mayor nivel de participación que las mujeres en la medida en que presentan mayor proporción en las categorías de la SEA. Se puede observar que, por una parte, el 56,5% de los hombres está tratando de iniciar y también lidera alguna SEA. Por su parte, el 44,1% de las mujeres lidera una SEA (*ver Gráfica 32*).

Gráfica 32. Proporción de emprendedores nacientes y emprendedores que lidera una actividad social empresarial de Colombia por género, 2015/2016

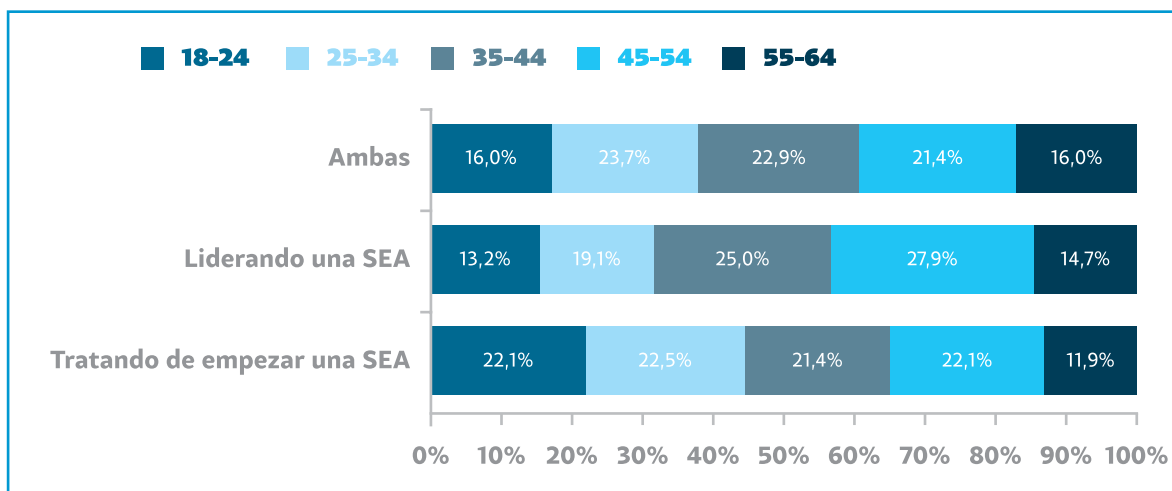


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

5.1.2 Edad

La edad más representativa para los emprendedores sociales nacientes, es decir, los que están intentando iniciar una SEA, está entre los 18-24 y 25-34 años, con una participación del 22,1% y 22,5%, respectivamente. Mientras tanto, los emprendedores que son responsables de alguna SEA en funcionamiento tienen edades entre los 35 y 54 años (*ver Gráfica 33*). Lo anterior se relaciona con la tendencia a nivel mundial en la que las generaciones jóvenes están más interesadas en realizar cambios positivos en el mundo a través del emprendimiento social.

Gráfica 33. Proporción de emprendedores nacientes y emprendedores que están liderando una actividad social emprendedora en Colombia por edad, 2015/2016

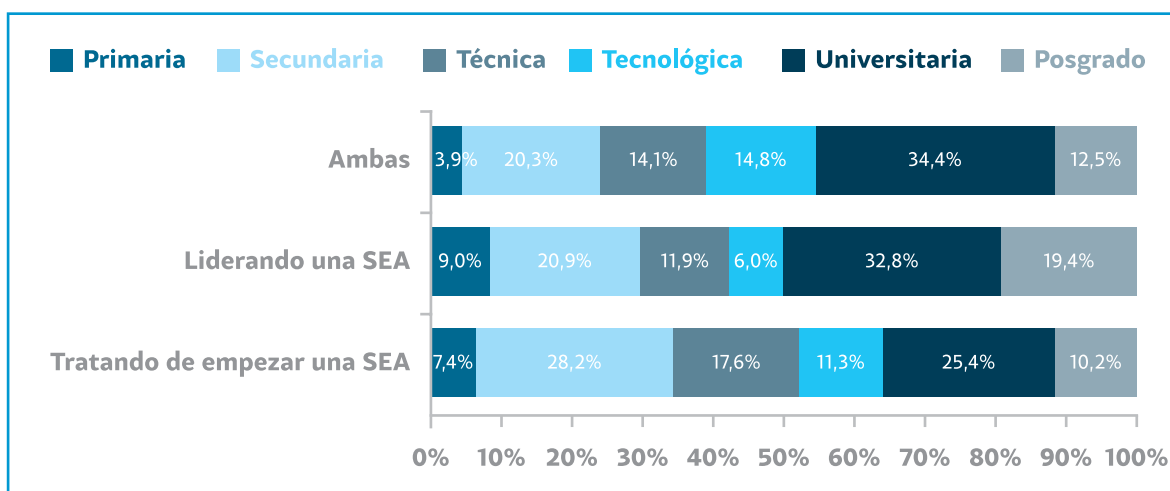


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

5.1.3 Nivel educativo

Con respecto al factor educativo, los emprendedores sociales que están liderando este tipo de actividades tienen más alto nivel de educación que las personas que están iniciando uno. El 28,2% de los emprendedores que están tratando de iniciar una SEA tienen educación secundaria mientras que el 32,8% de los líderes de alguna SEA en funcionamiento tiene nivel universitario. Los niveles educativos de primaria y posgrado aparecen con baja participación (*ver Gráfica 34*).

Gráfica 34. Proporción de emprendedores nacies y emprendedores que están liderando una actividad social emprendora en Colombia por nivel educativo, 2015/2016

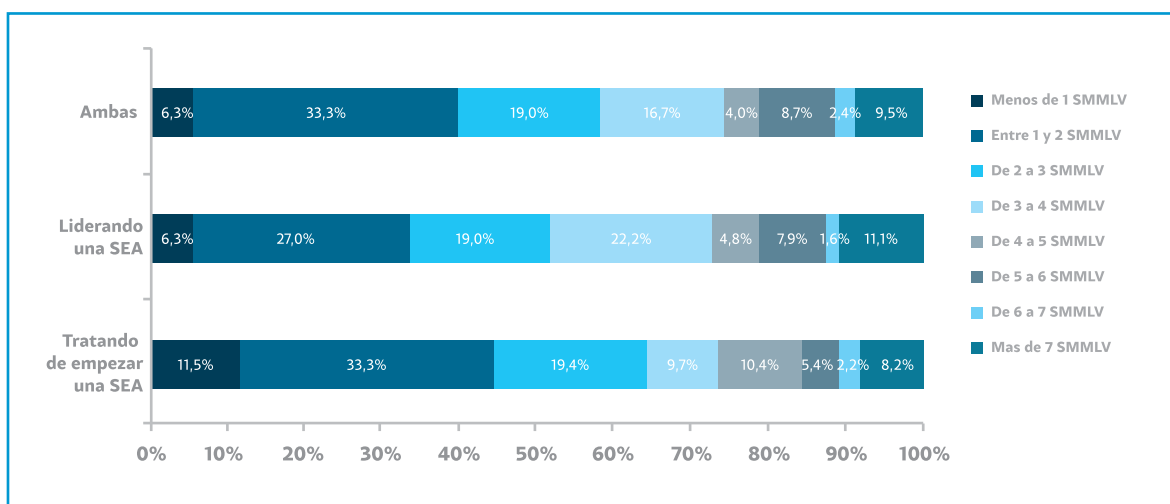


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

5.1.4 Nivel de ingresos

Para las tres categorías de la SEA, el nivel de ingreso con mayor frecuencia es entre 1 y 2 SMMLV al mes. Sin embargo, el segundo nivel de ingresos para el 19,4% de los emprendedores sociales nacies es de 2 y 3 SMMLV y para el 22,2% de emprendedores que lidera una SEA, el segundo nivel de ingresos es de 3 y 4 SMMLV (*ver Gráfica 35*).

Gráfica 35. Proporción de emprendedores nacientes y emprendedores que están liderando una actividad social emprendedora de Colombia por nivel de ingresos familiares, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

5.2 Características empresariales

5.2.1 Visibilidad del emprendimiento social

La visibilidad de los empresarios sociales puede ser impulsada por caso exitosos como los de la Fundación Schwab, el Foro Económico Mundial, Ernst & Young, entre otras organizaciones.

Al comparar el país con otras regiones del estudio, el 48,5% de los colombianos percibe que, a menudo, las empresas tienen como primer objetivo resolver problemas sociales (**ver Tabla 21**), por lo que ocupa el séptimo lugar entre los 60 países del estudio y el segundo lugar entre los 12 países de América Latina y el Caribe.

Tabla 21. Comparación de la valoración social acerca de que las empresas tengan como primer objetivo resolver problemas sociales, 2015/2016

País	% de la población que considera que a menudo las empresas tienen como primer objetivo resolver problemas sociales	Posición
Kasajistán	63,6	1
Perú	50,1	6
Colombia	48,5	7
Guatemala	42,8	10
Ecuador	42,4	11

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

5.2.2 Generación de valor

Se mide el carácter innovador del empresario social por medio de una respuesta positiva a las siguientes preguntas: “¿Mi organización ofrece un nuevo producto o servicio?” y “¿Mi organización ofrece una nueva manera de producir un producto o servicio?”. La **Tabla 22** muestra la tasa media de innovación del producto y/o proceso para los diferentes grupos de economías, siendo mayor para Colombia la tasa media de un emprendimiento social naciente (5,81%) a la de una actividad social que ya se viene liderando (3,6%).

Comparando los grupos de economías, la tasa media reportada por los emprendimientos sociales nacientes de los países de América Latina y el Caribe lleva la delantera con respecto a las demás (2,46%), mientras que, para los emprendimientos que actualmente vienen liderando una actividad social, la tasa media de innovación que reportan las economías impulsadas por innovación y los países de América Latina y el Caribe son las más altas e iguales.

Tabla 22. Tasa media de innovación para los emprendimientos nacientes (SEA NAS INO%) y los que están liderando una actividad social (SEA OP INO%), por grupo de países, 2015/2016

Actividades emprendedoras establecidas	SEA NAS INO%	SEA OP INO%
Colombia	5,81	3,55
Economías impulsados por factores	1,58	1,25
Economías impulsados por eficiencia	1,61	1,07
Economías impulsadas por innovación	1,44	1,80
América Latina y el Caribe	2,46	1,76
TOTAL GEM	1,54	1,37

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015. Nota: Los resultados están basados en 36 economías del GEM, incluyendo solo 7 países de América Latina y el Caribe.

5.3 Nivel de instituciones y factores macro

La calificación de los expertos se presenta con relación al grupo de emprendedores que se establecen como organizaciones sociales civiles (incluyendo ONG, sindicatos, organizaciones religiosas, movimientos de apoyo a inmigrantes, fundaciones y similares) con el fin de liderar proyectos que resuelvan problemas sociales y medioambientales. Este tema está mal calificado por parte de los expertos en la medida en que ellos afirman que no existe financiación pública ni privada para las empresas con fines sociales; falta gestión del Gobierno para convocar emprendedores, potenciales empresarios y organizaciones civiles alrededor de objetivos sociales; se da una baja participación de consumidores, lo que presiona a las empresas a ocuparse de los problemas sociales y medioambientales; falta compromiso por parte de las empresas privadas para cubrir las necesidades sociales que las empresas del Gobierno no pueden cubrir y se da una gestión menos efectiva para que las organizaciones sociales civiles resuelvan los problemas sociales, medioambientales y comunitarios en comparación con las empresas (*ver Gráfica 36*).

Asimismo, en este tema, expertos califican como positivo el cumplimiento de las regulaciones por parte de las asociaciones y grupo de emprendedores para no perjudicar a la población o al medioambiente, al igual que la confianza brindada por la población menos favorecida o en condiciones de pobreza a las organizaciones sociales civiles.

Gráfica 36. Evaluación de la categoría de emprendimiento social en Colombia, 2015/2016



Fuente: NES - GEM Colombia 2015

RESULTADOS CLAVES SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN

Tabla 23. Síntesis de los principales resultados sobre internacionalización en el estudio GEM Colombia, 2015/2016

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
INDIVIDUALES Demográfico, formación de los que exportan	<ul style="list-style-type: none"> • Personas con menor experiencia (edad) participan en procesos de internacionalización de las nuevas iniciativas emprendedoras. • Mayor nivel de ingresos familiares de los emprendedores establecidos para el proceso de internacionalización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja intensidad exportadora de las nuevas iniciativas emprendedoras por parte de las mujeres. • Menor proporción de personas con mayor experiencia que participan en el proceso de internacionalización. • Nivel medio de educación de las personas que participan en la internacionalización de las nuevas iniciativas emprendedoras. • Bajos niveles de ingresos familiares de las nuevas iniciativas emprendedoras para el proceso de internacionalización. • Menor intensidad de exportación tanto de los emprendedores establecidos como de las nuevas iniciativas emprendedoras.

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
EMPRESARIALES Clientes en el exterior por TEA y establecidos, sectores, tecnología, expectativas de crecimiento de número de empleados, nivel de formalidad de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Comparten participación tanto los servicios industriales como el sector de transformación en el proceso de internacionalización de las nuevas iniciativas emprendedoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja tasa de clientes en el exterior por parte de nuevas empresas y establecidas. • Tanto iniciativas emprendedoras nuevas como empresas establecidas usan tecnología mayor a 5 años. • Mayor participación en el proceso de internacionalización de los servicios de consumo para nuevas iniciativas emprendedoras como para empresas establecidas. • Bajo nivel de formalidad tanto para las nuevas iniciativas emprendedoras como para las empresas establecidas.

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
DE INSTITUCIONES Y FACTORES MACRO NIS acceso a internet, infraestructura física y comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso fácil y rápido a sistemas de comunicación y servicios públicos. • Se pueden asumir los costos de los servicios públicos básicos y del sistema de telecomunicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de facilidad para el acceso a servicios de expertos en temas legales, laborales, contables y fiscales. • Falta de infraestructura física para apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento.

Fuente: Elaboración propia

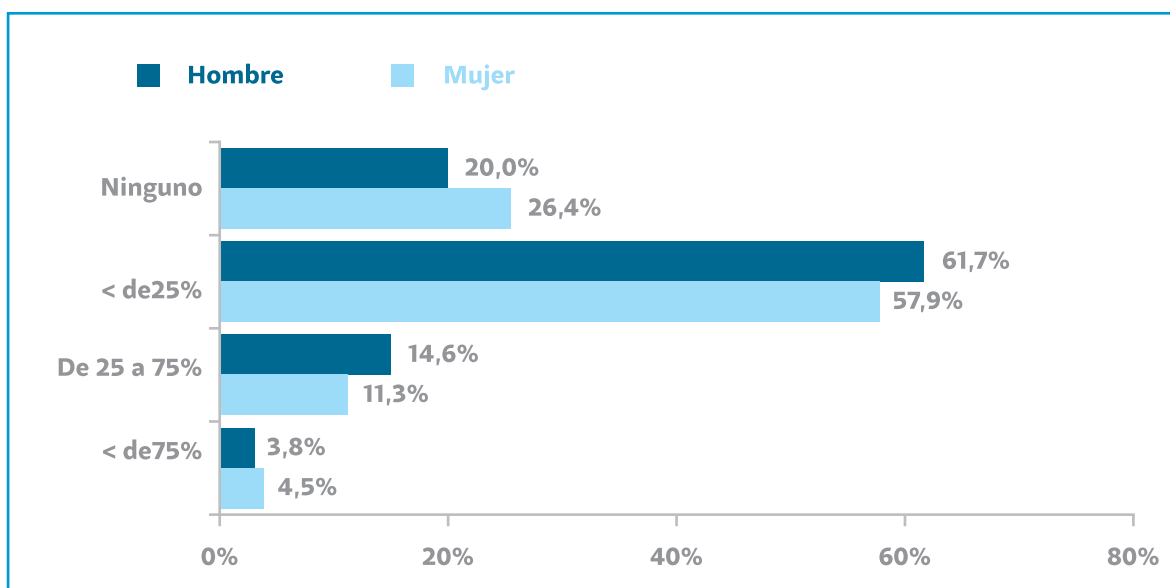
6.1 Nivel individual

A continuación, se presentan características relacionadas con la internacionalización de los emprendedores colombianos.

6.1.1 Género

Del total de emprendedores de la TEA y establecidos, los hombres presentan mayor nivel de internacionalización que las mujeres en tanto presentan mayor proporción de clientes potenciales en el exterior. Se puede observar que el 61,7% de los hombres de la TEA presenta menos del 25% de los clientes fuera del país, porcentaje un poco mayor que el de las mujeres de la TEA (*ver Gráfica 37*). La proporción de emprendedores de la TEA que tiene entre 25% y 75% de los clientes fuera del país es mayor que la de los emprendedores establecidos.

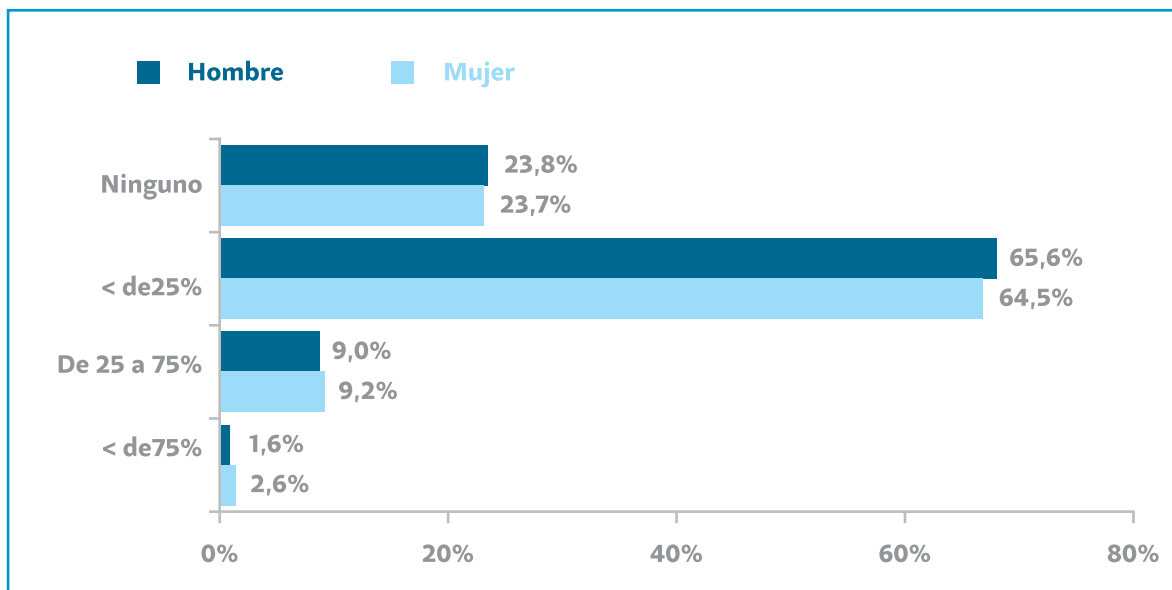
Gráfica 37. Proporción de la TEA según intensidad de exportación por género, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Con respecto a la internacionalización de los emprendedores establecidos, no hay diferencia significativa entre hombres y mujeres. El 65,6% de los hombres presenta menos del 25% de los clientes potenciales en el exterior mientras que el 64,5% de las mujeres dice tenerlos. Para los emprendedores establecidos, la brecha entre género de la intensidad de exportación es menor si se compara con la analizada para la TEA (*ver Gráfica 38*).

Gráfica 38. Proporción de emprendedores establecidos según intensidad de exportación por género, 2015/2016

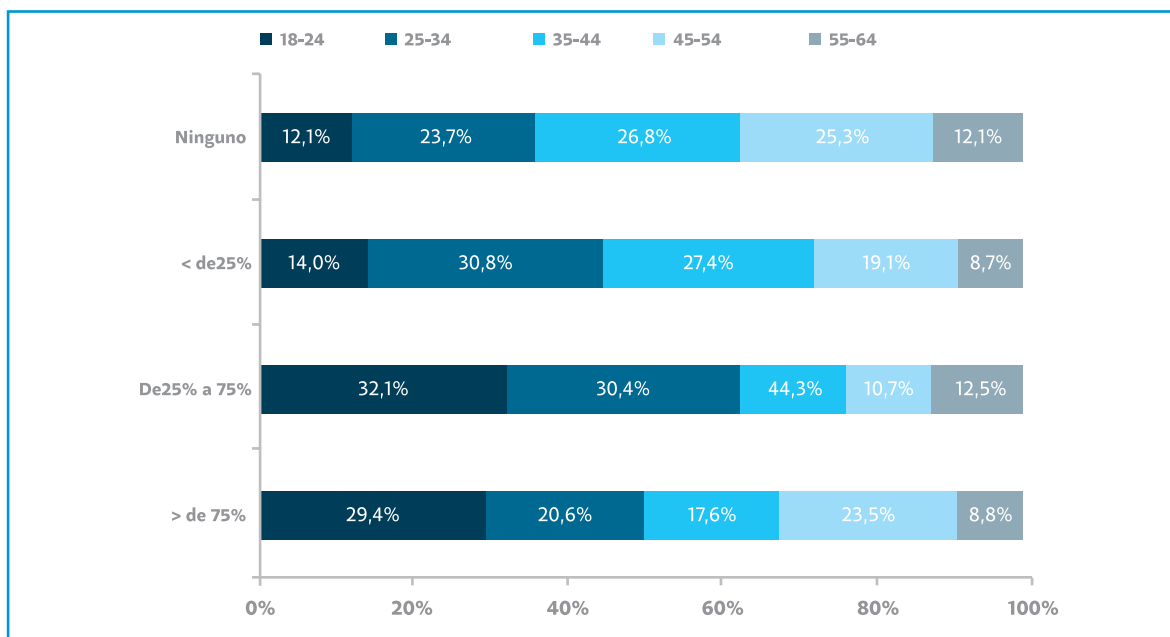


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.1.2 Edad

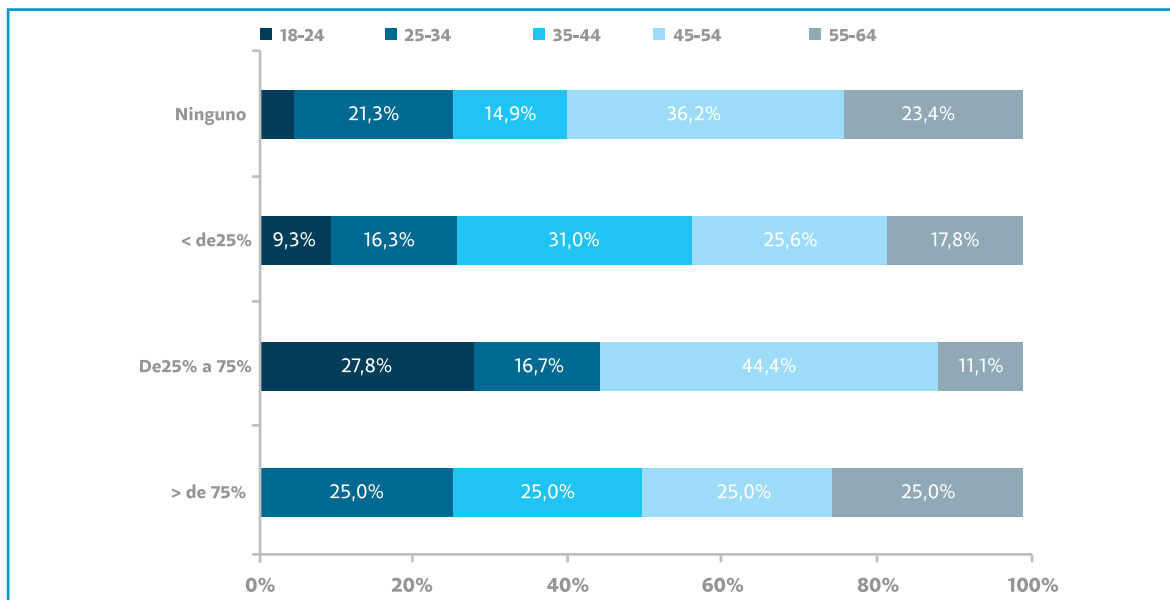
Los emprendedores nacientes y nuevos que poseen una mayor intensidad de exportación, es decir, que cuentan con más del 25% de clientes en el exterior, tienen entre 18-24 años (**ver Gráfica 39**), mientras que los emprendedores establecidos con 25% y 75% de clientes en el exterior poseen entre 45-54 años (**ver Gráfica 37**). Esto va de la mano con la edad promedio que refleja el grupo de emprendedores establecidos.

Gráfica 39. Proporción de la TEA según intensidad de exportación por edad, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Gráfica 40. Proporción de emprendedores establecidos según intensidad de exportación por edad, 2015/2016

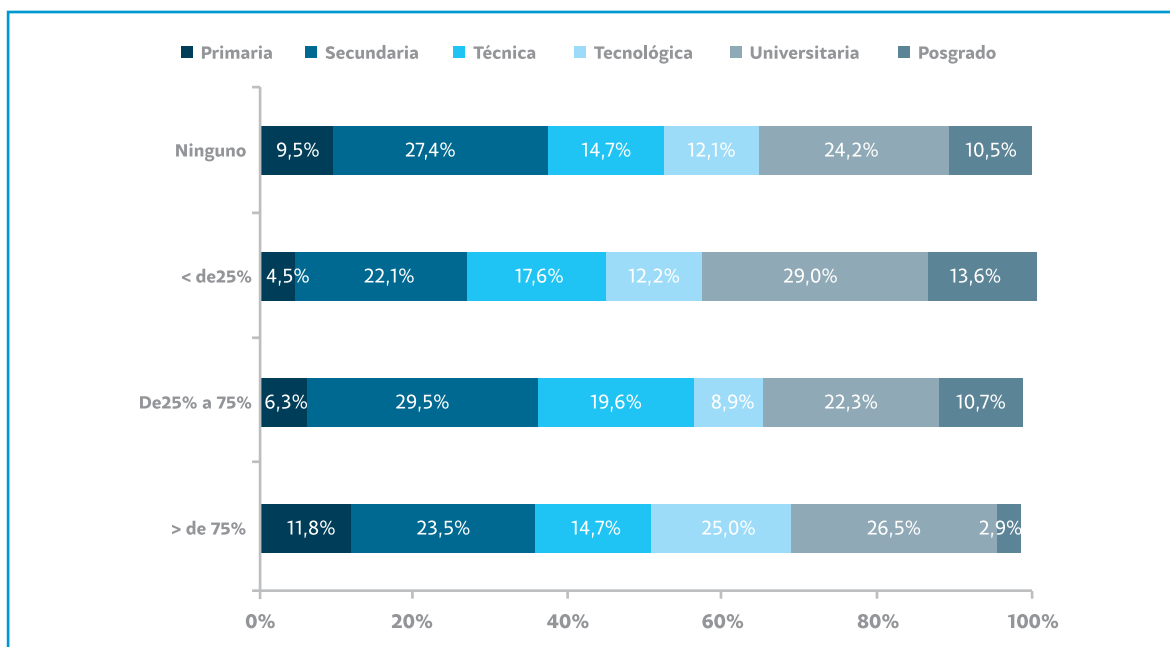


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.1.3 Nivel educativo

Con respecto al nivel educativo, los emprendedores de la TEA con estudios universitarios presentan un porcentaje mayor de 75% y menor de 25% de clientes en el exterior, seguido de los que tienen estudios en secundaria. El nivel universitario pasa a ser el segundo nivel de formación y lo supera el nivel secundario para los emprendedores que tienen entre 25% y 75% de clientes fuera del país (**ver Gráfica 41**).

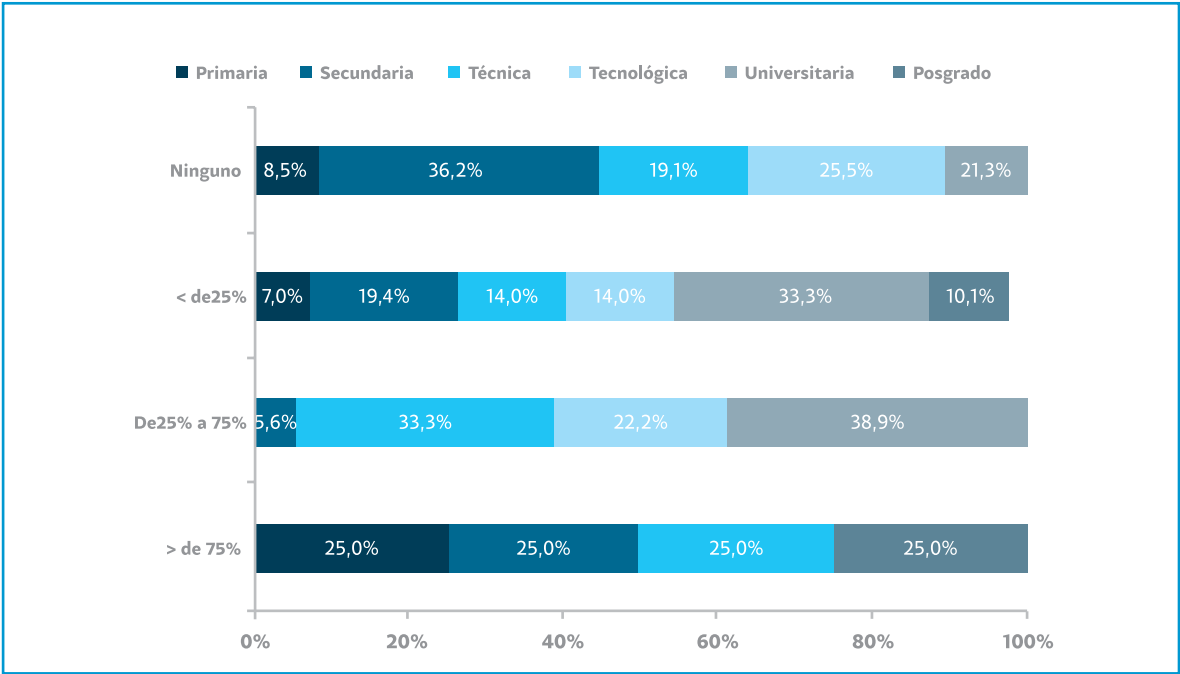
Gráfica 41. Proporción de la TEA según intensidad de exportación por nivel educativo, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

En el caso de los emprendedores establecidos, los que tiene clientes en el exterior por encima del 75% comparten igual nivel de formación, es decir, en este tipo de intensidad exportadora, ningún nivel de educación lleva la delantera. En cambio, los emprendedores establecidos que tienen entre 25% y 75% de los clientes por fuera del país presentan un mayor nivel de formación universitaria seguida de estudios técnicos (*ver Gráfica 42*).

Gráfica 42. Proporción de emprendedores establecidos según intensidad de exportación por nivel educativo, 2015/2016

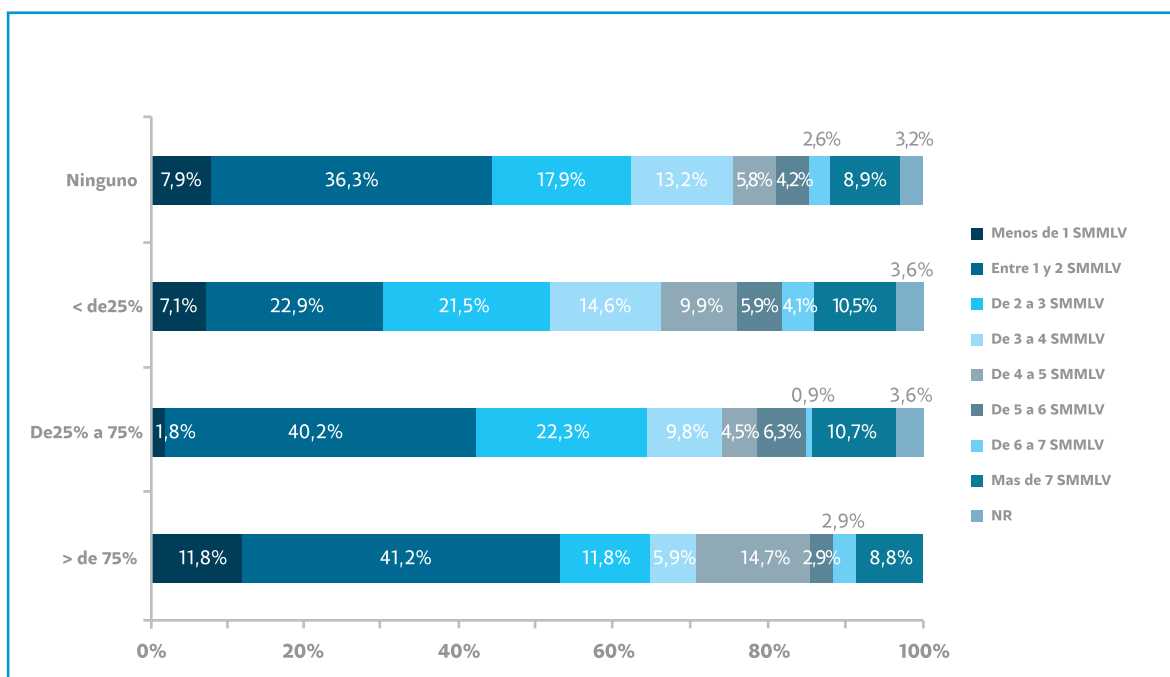


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.1.4 Nivel de ingresos

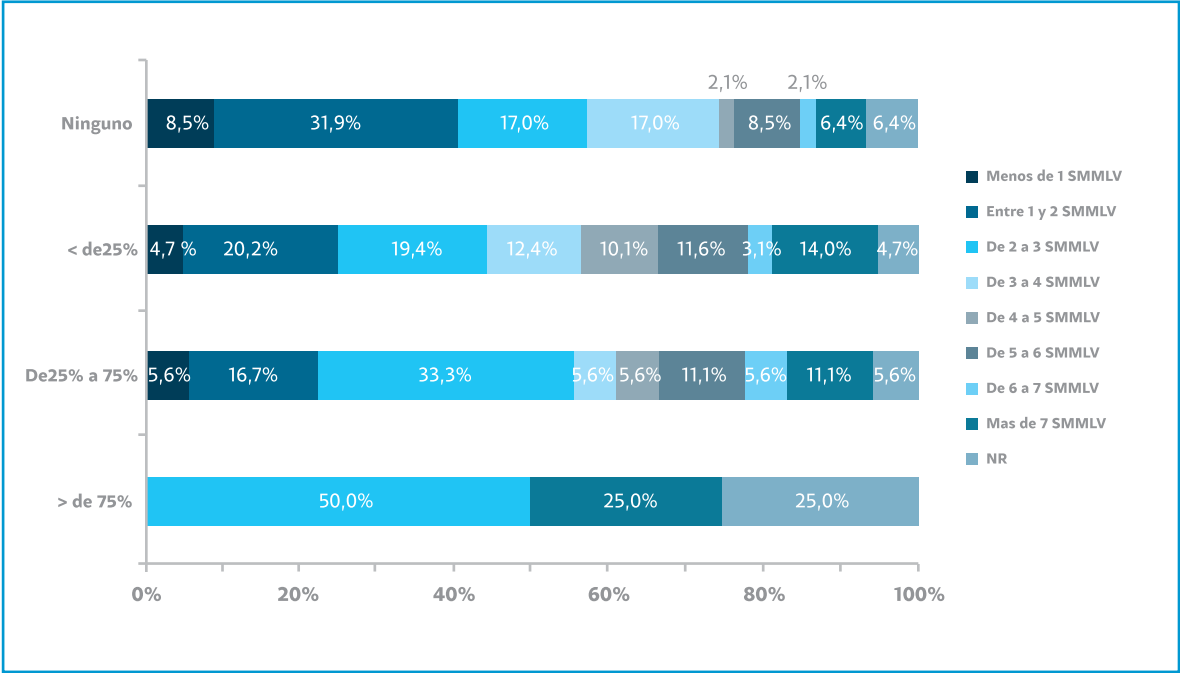
El nivel de ingresos que reportaron los emprendedores nacientes y nuevos que poseen más del 25% de clientes fuera del país está entre 1 y 2 SMMLV al mes (*ver Gráfica 43*), lo cual contrasta con los emprendedores establecidos que poseen menos del 25% y reflejan un nivel de ingresos mayor a 5 SM-MLV al mes y los que tienen más del 75% de clientes en el exterior y que reflejan un nivel de ingresos entre 2 y 3 SMMLV al mes (*ver Gráfica 44*).

Gráfica 43. Proporción de la TEA según intensidad de exportación por nivel de ingresos familiares, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

Gráfica 44. Proporción de emprendedores establecidos según intensidad de exportación por nivel de ingresos familiares, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.2 Características empresariales

GEM mide la participación de las empresas de los emprendedores en los mercados de exportaciones y establece rangos para la participación de los clientes que residen en el exterior. El estudio establece cuatro categorías para esta variable:

- **1:** aquellas empresas que no tienen clientes fuera del país.
- **2:** aquellas que tienen menos del 25% de sus clientes fuera del país.
- **3:** aquellas que tienen entre el 26% y 75% de sus clientes fuera del país.
- **4:** aquellas que tienen entre el 76% y 100% de sus clientes fuera del país.

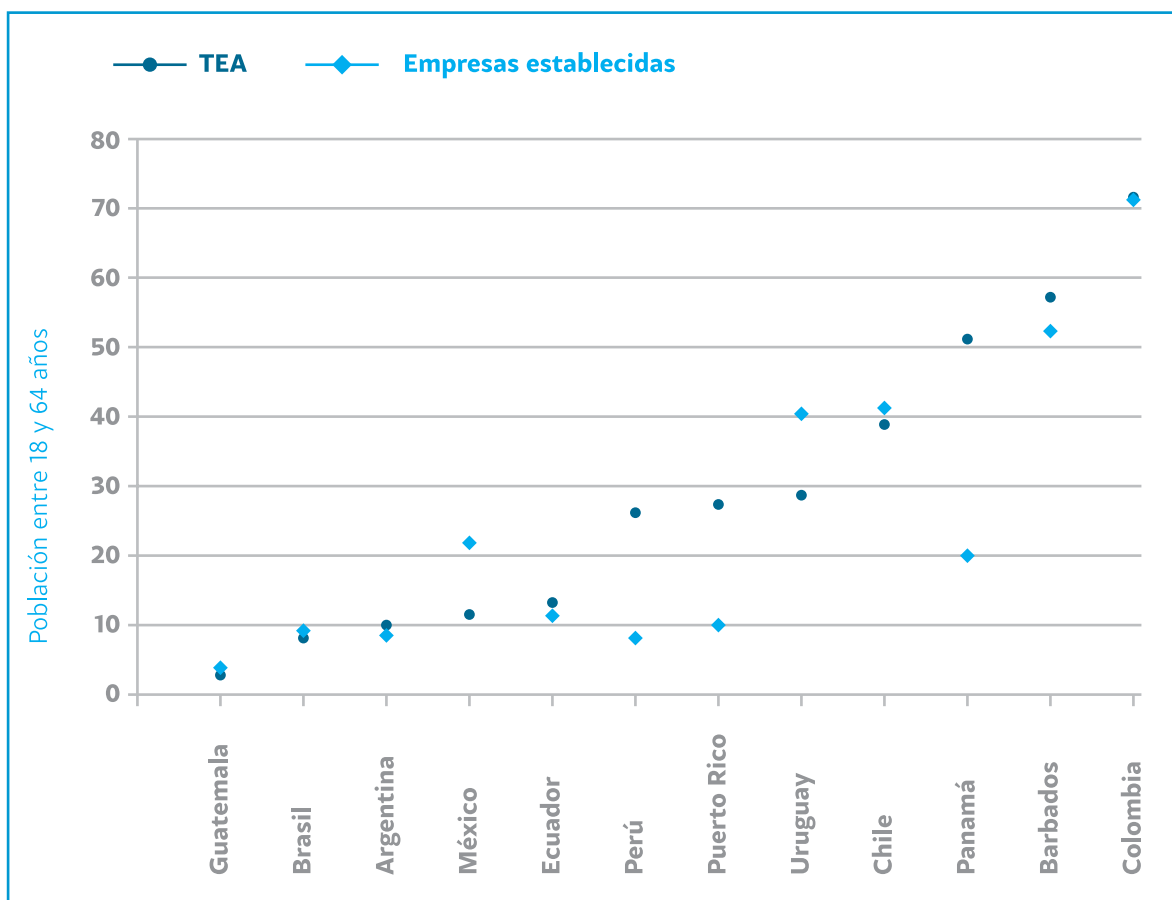
Al calcular estos porcentajes, GEM acepta tanto clientes por internet como las compras que hacen quienes visitan el país.

6.2.1 Impacto en exportaciones para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Como lo muestra la Gráfica 45, existen varios países de América Latina y el Caribe que tienen un menor grado de internacionalización en las empresas de la TEA. Entre ellos, destacan Panamá, Barbados

y Colombia con 52,1%, 52,8% y 71,2%, respectivamente, con menos del 75% de clientes en el exterior. Todas estas tasas se ubican por encima del promedio de América Latina y el Caribe, que corresponde al 28,6% para empresas de la TEA.

Gráfica 45. Percepciones de la TEA y emprendedores establecidos con clientes en el exterior (menos del 75%), entre los países de América Latina y el Caribe, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

Como lo indica la **Tabla 24**, si se compara a Colombia con los otros grupos de países en el año 2015, donde la proporción de empresas nacientes y nuevas que tienen más del 75% de clientes fuera del país es baja, el territorio nacional cuenta con el 4,7%. Este porcentaje está por encima de todos los grupos de países, menos de las economías impulsadas por innovación. En este último grupo de países, este porcentaje llega al 7,4%. Colombia muestra indicadores altos en las categorías bajas de internacionalización, especialmente, en las zonas entre 1% y 25% de los clientes fuera del país con un 59,7%.

Tabla 24. Porcentaje de la TEA con clientes en el exterior por grupos de países, 2015/2016

	1	2	3	4
Colombia	24,1	59,7	11,5	4,7
Economías impulsadas por factores	75,8	18,5	3,9	1,8
Economías impulsadas por eficiencia	62,1	25	9,4	3,5
Economías impulsadas por innovación	38,4	41,1	13,1	7,4
América Latina y el Caribe	68,9	21,2	7,4	2,5
Total GEM	58,7	28,2	8,8	4,3

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

6.2.2 Impacto en exportaciones en empresas establecidas

Cabe destacar que existen algunos países de América Latina y el Caribe en donde las empresas establecidas tienen un menor grado de internacionalización que las nuevas empresas. Según la **Gráfica 45**, destacan Uruguay, Barbados y Colombia (con 40,8%, 57,4% y 70,7%, respectivamente) por tener menos del 75% de clientes en el exterior. Todas estas tasas se ubican por encima del promedio de América Latina y el Caribe (26% para empresas establecidas).

En la Tabla 25 se observa que, en el caso de las empresas establecidas en Colombia, el 60,7% tiene menos del 25% de sus clientes fuera del país, cifra mucho mayor que la de todos los países de América Latina y el Caribe juntos. Igualmente, se observa que, entre los grupos de países, Colombia tiene la menor proporción de empresas con el 76% al 100% de sus clientes fuera del país (1,2%) mientras que las economías basadas en innovación alcanzan el 6,3% en dicha categoría.

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

Tabla 25. Porcentaje de empresas establecidas con clientes en el exterior, por grupos de países, 2015/2016

	1	2	3	4
Colombia	28,1	60,7	10,0	1,2
Economías impulsadas por factores	78,6	14,9	4,7	1,8
Economías impulsadas por eficiencia	63,5	23,1	9,8	3,5
Economías impulsadas por innovación	43,5	40,8	9,4	6,3
América Latina y el Caribe	72,2	18,8	7,2	1,8
Total GEM	61,9	26,3	8,0	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del GEM Mundial 2015

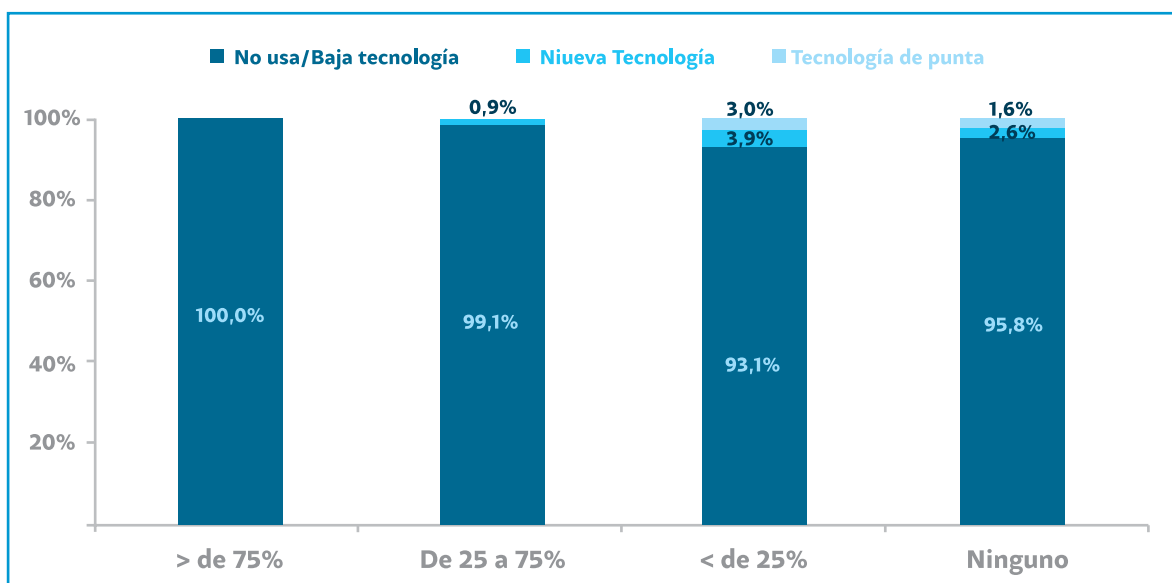
6.3 Nivel de tecnología

6.3.1 Nivel de tecnología para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

GEM permite realizar una aproximación de los niveles tecnológicos que poseen las empresas. La *tecnología de punta* se refiere a aquella que está disponible en el mercado hace menos de 1 año y la *nueva tecnología*, a la que está disponible entre hace 1 y 5 años.

Dentro del tema de internacionalización, en Colombia, casi el total de las empresas nacientes y nuevas que poseen clientes en el exterior no usan o poseen baja tecnología, es decir, el tiempo que han estado disponibles los procedimientos usados para la producción del bien o servicio es mayor a 5 años (*ver Gráfica 46*).

Gráfica 46. Proporción de la TEA según intensidad de exportación por nivel de tecnología, 2015/2016

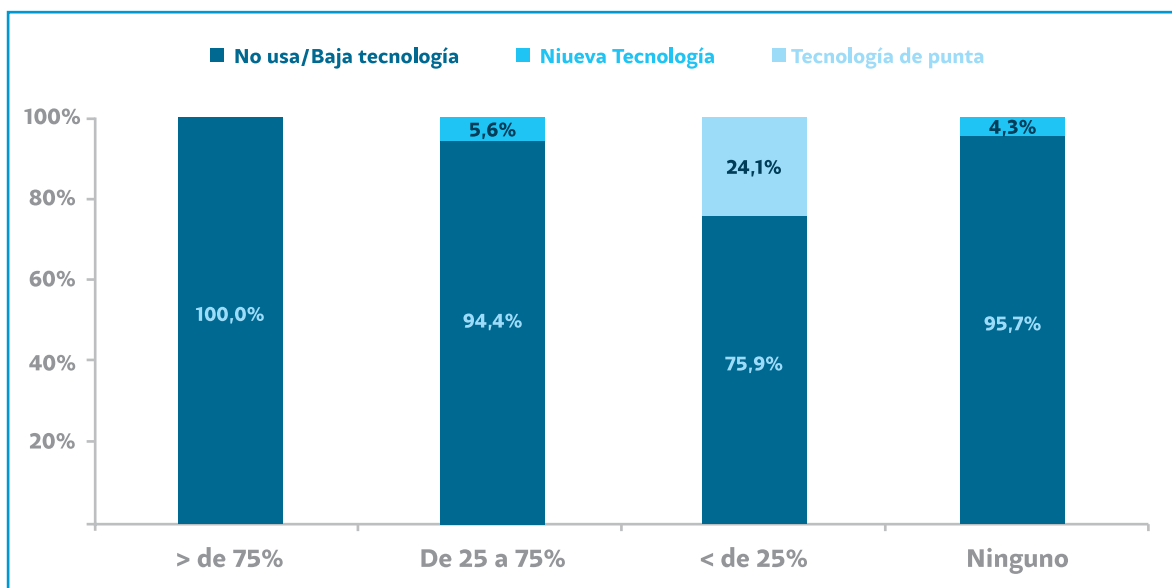


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.3.2 Nivel de tecnología en empresas establecidas

Lo que ocurre con el nivel de tecnología que las empresas de la TEA usan para exportar es lo mismo que pasa con las empresas establecidas, es decir, la mayoría de estas no usan o cuentan con tecnología mayor a 5 años (*ver Gráfica 47*).

Gráfica 47. Proporción de empresas establecidas según intensidad de exportación por nivel de tecnología, 2015/2016



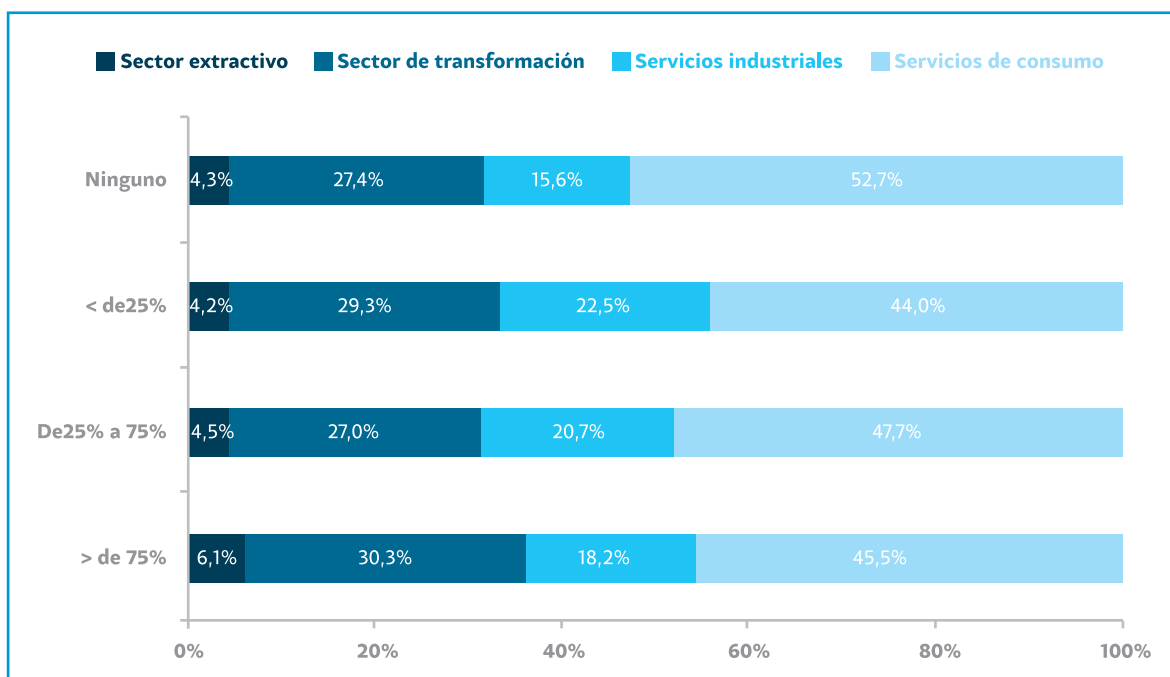
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.4 Sectores productivos según intensidad de exportación

6.4.1 Situación para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Se podría dar una aproximación a cuál sector productivo es el que más exporta bienes y servicios a nivel nacional. El sector que mayor participación tiene dentro de la economía es el de servicios de consumo; por lo tanto, es el que mayor clientes potenciales presenta fuera del país, seguido del sector de transformación tanto para empresas nacientes y nuevas (*ver Gráfica 48*) como para empresas establecidas (*ver Gráfica 49*).

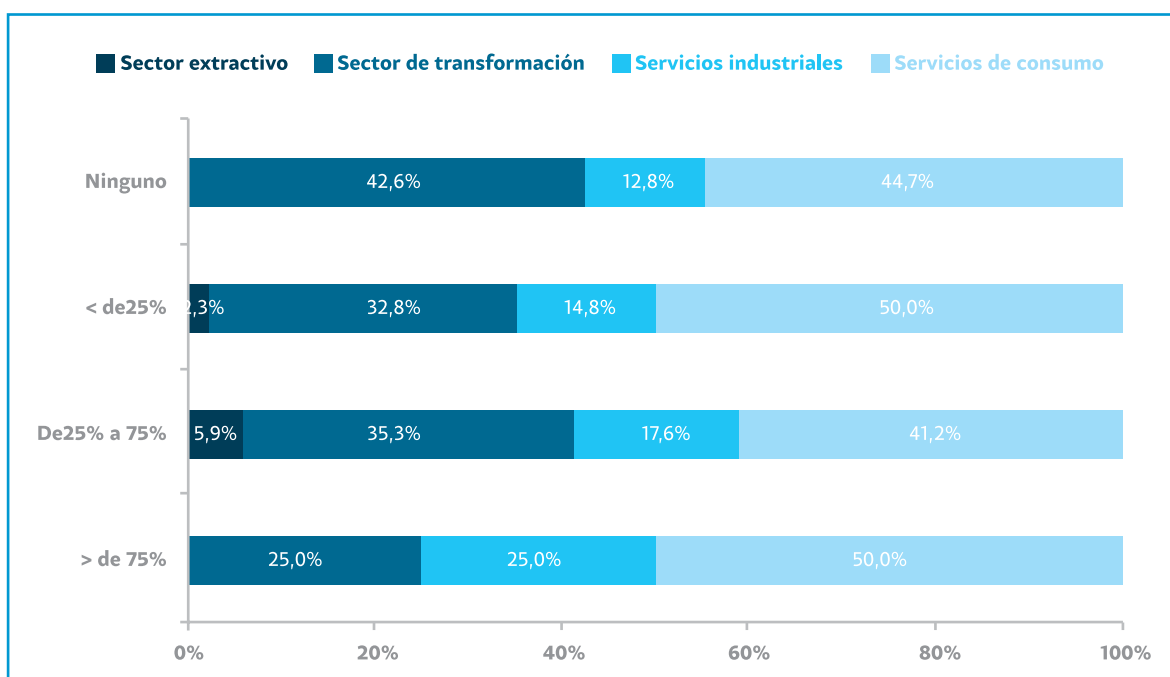
Gráfica 48. Proporción de la TEA según intensidad de exportación por sectores productivos, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.4.2 Situación en empresas establecidas

Gráfica 49. Proporción de empresas establecidas según intensidad de exportación por sectores productivos, 2015/2016



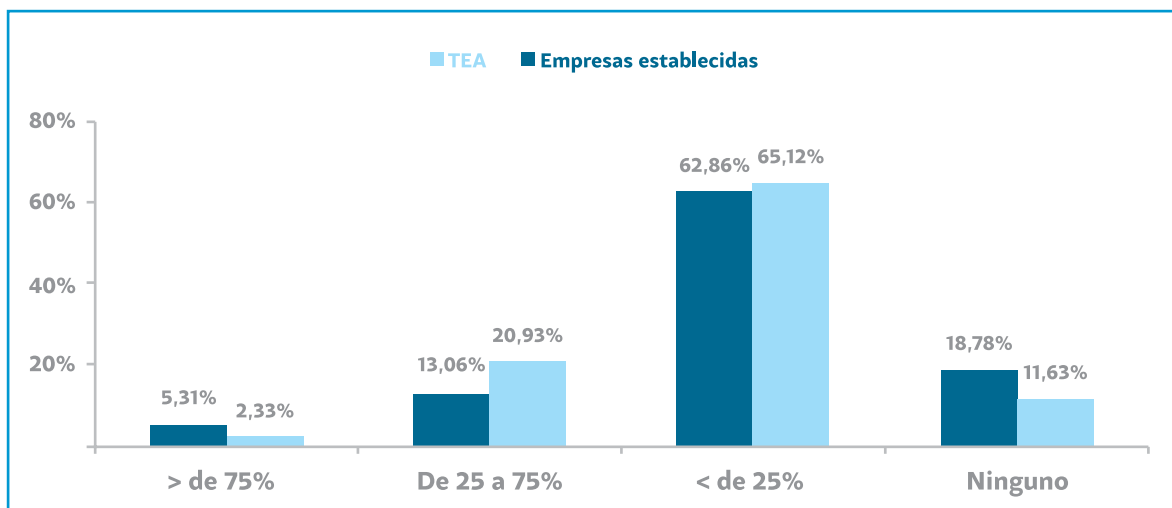
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.5 Nivel de formalidad según intensidad de exportación

El nivel de formalidad empresarial indica si se está registrado o no dentro de la Cámara de Comercio de su ciudad u otra. A nivel nacional, el 31,7% de la TEA y el 54,4% de las empresas establecidas indican que si están registradas.

Se puede observar que las empresas establecidas y nuevas que tienen clientes en el exterior presentan niveles de formalidad y, en mayor medida, aquellas con clientes por debajo del 25%. Vale decir que más del 81,6% de las empresas de la TEA y el 76,7% de las establecidas que alcanzan más del 25% de los clientes potenciales fuera del país no están registradas (*ver Gráfica 50*).

Gráfica 50. Proporción de formalidad de la TEA y empresas establecidas según intensidad de exportación, 2015/2016



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la base de datos del GEM Colombia 2015

6.6 Nivel de instituciones y factores macro

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

Como factores negativos calificados por los expertos, se encuentran la falta de infraestructura física que sirva de apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento. Como factores positivos, están el acceso fácil y rápido a los sistemas de telecomunicaciones y servicios públicos, con 7,1 y 6,7, respectivamente. Además, las empresas recién creadas sí pueden asumir el costo de los servicios básicos (*ver Tabla 18*).

7. REFERENCIAS

Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración* (46), 1-15.

Bosma, N., SchØtt, T., Terjesen, S. y Kew, P. (2016). *Special Topic Report Social Entrepreneurship*. Patrocinadores: Babson College, Tecnológico de Monterrey, London Business School, Universiti Tun Adbul Razak y Universidad del Desarrollo. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/report>

Kelley, D., Bosma, N. y Amorós, J. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*. Patrocinadores: Babson College y Universidad del Desarrollo. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/report>

Kelley, D., Singer, S. y Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global Report*. Patrocinadores: Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Adbul Razak, Tecnológico de Monterrey e International Council for Small Business (ICSB). Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/report>

Osorio Tinoco, F. y Pereira Laverde, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 13-33.

Porter, M., Sachs, J. y McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. En M. Porter, J. Sachs, P. Cornelius, J. McArthur y K. Schwab (Eds.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002* (pp. 16-25). New York, N.Y.: Oxford University Press.

Sternberg, R. y Wennekers, S. (2005). Determinants and Effects of New Business Creation Using Global Entrepreneurship Monitor Data. *Small Business Economics*, 24, 193-203.

8. ANEXOS

8.1 Anexo 1. Ficha técnica de la encuesta para Colombia, 2015/2016

Nombre del estudio	Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015 – APS Methodology
Metodología	Investigación de carácter cuantitativo con un diseño muestral probabilístico
Técnica de recolección	Mixta: presencial en municipios donde la penetración del servicio de telefonía fija es menor a 40% y telefónica en el resto de municipios
Fecha de campo	Julio – agosto 2015
Perfil del informante	Población adulta entre 18 y 64 años, residente en Colombia
Selección del informante	Listado de mujeres y/o hombres que conforman el hogar y selección aleatoria, con base en el número de miembros del hogar que son mujeres y/o hombres
Universo	Hogares con teléfono: 149.035; entrevista cara a cara: 8.758; penetración telefónica (estrato 1 al 6): 96%
Número de encuestas	Estrato 1: 306; estrato 2: 957; estrato 3: 885; estrato 4: 302; estrato 5: 113; estrato 6: 50; sin contestar: 1.072
Muestra	3.686 encuestas = Mujeres: 1.933 / Hombres: 1.753
Estadísticas de población	Población adulta: 22.295.394 = Mujeres: 11.493.197 / Hombres: 10.802.197
Tasa de respuesta	Alrededor del 75% estuvo de acuerdo en responder la encuesta
Número de contactos	Cinco (5) reintentos para contactar al encuestado seleccionado

Fuente: Centro Nacional de Consultoría



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

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	
Indicador	Descripción
Tasa de emprendedores nacientes	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están activamente comprometidas en el establecimiento de un negocio, del cual es propietario o copropietario y que no han pagado salarios, honorarios o no han hecho otro tipo de pago a los dueños por más de 3 meses
Tasa de nuevos emprendedores	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son actualmente propietarios y/o administradores de un negocio y que han pagado salarios, honorarios o han hecho cualquier otro tipo de pago por un periodo de 3 a 42 meses
Nivel de Nueva Actividad Emprendedora (TEA)	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son emprendedores nacientes o nuevos emprendedores
Tasa de emprendedores establecidos	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son propietarios y administradores de un negocio que ha pagado salarios, honorarios o ha hecho cualquier otro tipo de pago a sus propietarios por más de 42 meses
Tasa de cierre de empresas	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que en los últimos 12 meses ha discontinuado una empresa, bien sea por venderla, cerrarla, reubicarla o cualquier otro mecanismo que lleve a su separación de la empresa. Nota: Este no es un indicador de falla de empresas
Actividad emprendedora motivada por necesidad	Porcentaje de aquellos que están en nueva actividad emprendedora porque no tenían otra opción de trabajo
Actividad emprendedora motivada por oportunidad	Porcentaje de aquellos que están en nueva actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad o creyeron que con la oportunidad serían independientes o incrementarían sus ingresos

ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS

Indicador	Descripción
Percepción de oportunidades	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que identifican buenas oportunidades para empezar una empresa en el área donde viven
Percepción de capacidades	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que creen tener las habilidades y los conocimientos requeridos para dar inicio a una empresa
Tasa de temor al fracaso	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que, con una oportunidad percibida, dejarían de realizarla por temor a fracasar
Emprendedores potenciales	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que no están involucradas en actividades emprendedoras y que intentarían comenzar una empresa en los próximos 3 años
Creación de empresa como carrera	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están de acuerdo con que la mayoría de personas en su país consideran la creación de empresa como una carrera deseable
Reconocimiento de estatus a la creación de empresa	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que están de acuerdo con que en su país los emprendedores exitosos son reconocidos y tienen alto estatus

ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

Indicador	Descripción
Actividad emprendedora temprana con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que esperan generar, al menos, 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años
Actividad emprendedora temprana con medianas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que esperan generar, al menos, 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años
Actividad emprendedora temprana orientada a nuevos productos y mercados	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que indican que sus productos o servicios son nuevos para algunos clientes y que no tienen muchos competidores que ofrezcan el mismo producto o servicio. Medida débil: El producto es nuevo o no hay muchas empresas que ofrezcan el mismo producto o servicio
Actividad emprendedora orientada internacionalmente	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que son propietarios y administradores de un negocio que ha pagado salarios, honorarios o ha hecho cualquier otro tipo de pago a sus propietarios por más de 42 meses



8.3 Anexo 3. Actividades emprendedoras en las 60 economías GEM, 2015/2016

	Tasa empre- dores nacientes	Tasa nuevos empre- dores	Tasa Total Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa empre- dores establecidos	Abandono empresarial	TEA necesidad %	TEA oportunidad %
Botsuana	23,0	11,9	33,2	4,6	2,4	35,6	61,9
Burkina Faso	19,7	11,2	29,8	27,8	2,5	27,5	72,0
Camerún	16,5	10,0	25,4	12,9	2,0	29,8	64,1
Filipinas	7,6	10,1	17,2	7,3	3,8	25,6	73,7
India	7,7	3,2	10,8	5,5	0,5	18,9	78,7
Irán	7,9	5,3	12,9	14,0	2,6	28,8	67,5
Kazajistán	8,0	3,2	11,0	2,4	0,7	27,5	68,9
Senegal	24,9	15,0	38,6	18,8	5,4	27,1	71,8
Vietnam	1,0	12,7	13,7	19,6	1,4	37,4	62,6
Promedio	12,9	7,8	20,0	10,6	2,1	27,7	69,5

	Tasa emprendedores nacientes	Tasa nuevos emprendedores	Tasa Total Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa emprendedores establecidos	Abandono empresarial	TEA necesidad %	TEA oportunidad %
Argentina	11,7	6,3	17,7	9,5	2,2	29,8	67,4
Barbados	11,5	10,7	21,1	14,1	0,5	15,2	80,8
Brasil	6,7	14,9	21,0	18,9	2,0	42,9	56,5
Bulgaria	2,0	1,5	3,5	5,4	0,3	33,5	66,5
Chile	16,5	9,8	25,9	8,2	2,5	25,3	67,4
China	6,8	6,3	12,8	3,1	0,8	34,7	64,3
Colombia	15,6	7,5	22,7	5,2	2,5	33,3	65,5
Croacia	5,1	2,6	7,7	2,8	1,2	40,1	59,2
El Líbano	10,8	20,4	30,2	18,0	6,2	27,4	72,3
Ecuador	25,9	9,8	33,6	17,4	2,0	30,5	68,8
Egipto	4,0	3,4	7,4	2,9	1,4	42,5	57,4
Guatemala	10,8	7,6	17,7	8,1	1,1	45,8	53,5
Hungría	5,3	2,7	7,9	6,5	0,7	23,2	71,6
Indonesia	6,1	12,1	17,7	17,2	1,0	19,0	80,3
Letonia	8,6	6,0	14,1	9,6	1,0	17,1	80,5
Macedonia	3,0	3,1	6,1	5,9	0,2	52,0	42,1
Malasia	0,8	2,3	2,9	4,8	0,1	13,7	86,3
Marruecos	1,3	3,2	4,4	5,2	0,4	28,4	69,1
México	16,2	5,0	21,0	6,9	1,5	18,9	78,8
Panamá	5,2	7,7	12,8	4,2	0,5	45,3	52,0
Perú	17,8	4,9	22,2	6,6	2,1	25,2	73,0
Polonia	5,7	3,5	9,2	5,9	0,6	28,0	69,3
Rumania	6,1	5,1	10,8	7,5	0,7	27,5	69,3
Sudáfrica	5,5	3,8	9,2	3,4	0,8	33,2	65,7
Tailandia	4,5	9,5	13,7	24,6	1,1	17,2	81,2
Túnez	5,4	4,9	10,1	5,0	3,7	18,1	79,3
Uruguay	10,6	3,8	14,3	2,1	1,8	18,2	80,6
Promedio	8,7	6,7	15,0	8,2	1,3	30,5	67,4



	Tasa emprendedores nacientes	Tasa nuevos emprendedores	Tasa Total Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa emprendedores establecidos	Abandono empresarial	TEA necesidad %	TEA oportunidad %
Alemania	2,8	1,9	4,7	4,8	0,6	17,0	80,2
Australia	7,3	5,8	12,8	8,7	1,6	12,7	85,1
Bélgica	4,5	2,0	6,2	3,8	0,9	27,4	60,3
Canadá	9,7	5,5	14,7	8,9	2,3	13,5	81,2
Eslovaquia	6,5	3,4	9,6	5,7	1,9	31,1	68,4
Eslovenia	3,2	2,8	5,9	4,2	0,6	23,7	72,9
España	2,1	3,6	5,7	7,7	0,5	24,7	73,5
Estados Unidos	8,3	4,0	11,9	7,3	1,4	14,3	82,2
Estonia	8,7	4,7	13,1	7,7	0,7	13,7	84,8
Finlandia	4,0	2,8	6,6	10,2	1,2	15,0	80,4
Grecia	3,9	2,8	6,8	13,1	0,4	22,2	75,3
Irlanda	6,5	3,0	9,3	5,6	1,0	19,3	79,7
Israel	8,4	3,7	11,8	3,9	1,0	12,4	79,4
Italia	3,2	1,7	4,9	4,5	0,5	18,7	74,5
Luxemburgo	7,1	3,2	10,2	3,3	1,2	9,3	86,2
Noruega	2,3	3,3	5,7	6,5	0,5	10,6	81,4
Países bajos	4,3	3,0	7,2	9,9	0,4	14,7	81,8
Portugal	5,6	4,0	9,5	7,0	0,9	24,4	73,8
Puerto Rico	6,6	1,9	8,5	1,4	0,3	25,1	73,7
Reino Unido	4,0	2,9	6,9	5,3	0,8	24,0	74,3
República de Corea	5,0	4,3	9,3	7,0	0,9	24,3	74,6
Suecia	4,8	2,6	7,2	5,2	0,7	9,2	76,7
Suiza	4,6	2,8	7,3	11,3	0,7	10,1	85,4
Taiwán	2,5	4,8	7,3	9,6	2,4	14,9	85,1
Promedio	5,4	3,3	8,5	6,7	0,9	18,2	77,6

Fuente: GEM Mundial 2015. Encuesta a la población adulta



**Global
Entrepreneurship
Monitor**
