

GEM COLOMBIA

Estudio de la actividad
empresarial en 2017





GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

COLOMBIA

GEM COLOMBIA

Estudio de la actividad
empresarial en 2017



Área metropolitana
de Barranquilla (Colombia)
2019



GEM Colombia: estudio de la actividad empresarial en 2017 / L. Gómez Núñez [y otros]. — Barranquilla, Colombia, Editorial Universidad del Norte, 2019.

62 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 53-54)

ISBN 978-958-789-055-6 (Impreso)

ISBN 978-958-789-056-3 (PDF)

1. Nuevas empresas--Colombia. 2. Emprendedores--Colombia.
3. Empresas--Investigaciones--Colombia. I. Gómez Núñez, L.
II. Tít.

(658.11 G322 ed. 23 BrUNB)

© 2019, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad ICESI,
Corporación Universitaria del Caribe - CERCAR, Universidad Cooperativa de Colombia,
Universidad EAN (Vigiladas Mineducación).

Participaron en la elaboración de este reporte:

Liyis Gómez Núñez, Sara López Gómez, Natalia Hernández Vargas, Moisés Galvis Maldonado, León Darío Parra Bernal, Francisco Javier Matiz Bulla, Rodrigo Varela Villegas, Jhon Alexander Moreno Barragán, Fernando Pereira Laverde, Alberto Arias, Gustavo García Cediell y Piedad Cristina Martínez Carazo.

GEM es un proyecto de investigación ejecutado por un consorcio internacional de investigadores con el fin de monitorear la actividad emprendedora en diversos países. Para el 2017 el proyecto contó con representantes de más de 73 países de los cinco continentes.

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

Una realización de Editorial Universidad del Norte

Coordinación editorial

Zoila Sotomayor O.

Asistente editorial

María Margarita Mendoza

Diseño y diagramación

Luis Gabriel Vásquez M.

Munir Kharfan de los Reyes

Diseño de portada

Keivys Ávila

Corrección de textos

Hernando Sierra

Impreso y hecho en Colombia por
Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.S. (Bogotá)
Printed and made in Colombia

© Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio reprográfico, fónico o informático, así como su transmisión por cualquier medio mecánico o electrónico, fotocopias, microfilm, *offset*, mimeográfico u otros sin autorización previa y escrita de los titulares del *copyright*. La violación de dichos derechos constituye un delito contra la propiedad intelectual.

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
Antecedentes.....	3
Marco conceptual.....	4
Metodología.....	7
Términos usados en el reporte.....	9
ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO.....	11
Valores sociales.....	11
Percepciones y capacidades.....	15
Conclusiones.....	20
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA.....	22
Etapas de la actividad emprendedora.....	22
Discontinuidad empresarial.....	27
Sector económico.....	29
Conclusiones.....	31
PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES.....	33
Características del emprendedor en Colombia.....	33
Aspiraciones e impacto de los emprendedores.....	40
Contexto empresarial colombiano.....	47
Conclusiones.....	49
CONCLUSIONES.....	51
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS.....	55

LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1.1.	Marco conceptual GEM.....	4
Figura 1.2.	Países GEM por etapa de desarrollo en el 2017.....	6
Figura 1.3.	Proceso emprendedor y definiciones operacionales GEM.....	8
Figura 2.1.	Valores sociales sobre el emprendimiento de la población adulta de Colombia 2013-2017	12
Figura 2.2.	Emprendimiento como opción de carrera deseable (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en 2017	13
Figura 2.3.	Estatus de los empresarios (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en 2017	14
Figura 2.4.	Cobertura de los medios de comunicación (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en 2017.....	15
Figura 2.5.	Percepciones y capacidades acerca del emprendimiento de la población adulta de Colombia en el periodo 2013-2017	16
Figura 2.6.	Percepción de oportunidades (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en el 2017. Percepción de capacidades.....	18
Figura 2.7.	Percepción de capacidades (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en el 2017. Miedo al fracaso	19
Figura 2.8.	Miedo al fracaso (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en el 2017.....	20
Figura 3.1.	Actividad emprendedora y de empresas establecidas de Colombia en el periodo 2013-2017.....	23
Figura 3.2.	Etapas del emprendimiento de Colombia comparadas con las de GEM Global, GEM Latinoamérica y el Caribe, y tipos de economía en el 2017.....	24
Figura 3.3.	Tasas de actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad de Colombia según motivación del emprendimiento en el periodo 2013-2017	26
Figura 3.4.	Tasas de actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017.....	27

Figura 3.5.	Discontinuidad empresarial de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017	28
Figura 3.6.	Razones de discontinuidad empresarial de los emprendedores de Colombia en 2017	29
Figura 3.7.	Evolución y distribución de las nuevas empresas por sectores en Colombia en el periodo 2013-2017	30
Figura 3.8.	Distribución de la TEA y las empresas establecidas por sectores en Colombia en el 2017	31
Figura 4.1.	Actividad emprendedora y empresarial categorizada por género en Colombia en el 2017	34
Figura 4.2.	Tasa de la actividad emprendedora (TEA) por género en Colombia 2013-2017.....	35
Figura 4.3.	Tasa de la actividad emprendedora (TEA) por género de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017.....	35
Figura 4.4.	Tasa de actividad emprendedora (TEA) por edad de Colombia en el periodo 2013-2017.....	36
Figura 4.5.	Tasa de la actividad emprendedora (TEA) por edad de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017.....	37
Figura 4.6.	Tasa de actividad emprendedora (TEA) según nivel de educación de Colombia 2013-2017	38
Figura 4.7.	Tasa de actividad emprendedora (TEA) y empresarios establecidos en Colombia según nivel de educación en el 2017	39
Figura 4.8.	Tasa de actividad emprendedora (TEA) y empresarios establecidos en Colombia según nivel de ingreso en el 2017	40
Figura 4.9.	Tasa de actividad emprendedora (TEA) según generación de empleo en Colombia en el periodo 2013-2017	41
Figura 4.10.	Tasas de actividad emprendedora (TEA) y de empresarios establecidos de Colombia según generación de empleo en el 2017.....	42
Figura 4.11.	Expectativas de crecimiento según generación de empleos de las nuevas empresas de Colombia en el periodo 2013-2017.....	43
Figura 4.12.	Expectativas de crecimiento según generación de empleo de las empresas nuevas y establecidas de Colombia en el 2017.....	44

Figura 4.13.	Percepción de los emprendedores acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares de Colombia en el periodo 2013-2017.....	45
Figura 4.14.	Novedad de los productos o servicios ofrecidos por las empresas nuevas y establecidas en Colombia en el 2017, según porcentaje de consumidores potenciales que consideran el producto o servicio desconocido o poco familiar	45
Figura 4.15.	Orientación exportadora de las nuevas empresas de Colombia en el periodo 2013-2017.....	46
Figura 4.16.	Orientación exportadora de las empresas nuevas y establecidas de Colombia en el 2017	47
Tabla 1.1	Ecosistema emprendedor según expertos	48



GEM

RESUMEN EJECUTIVO

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha realizado mediciones acerca del emprendimiento en Colombia desde el 2006 bajo la coordinación nacional del grupo GEM Colombia, conformado por las universidades de los Andes, ICESI, Javeriana de Cali y del Norte.

El Reporte GEM Colombia es producto del trabajo conjunto de la Universidad del Norte, la ICESI, la Javeriana de Cali, la EAN, la CECAR y la UCC, con el fin de orientar las políticas y las acciones públicas y privadas que promuevan el emprendimiento en el país.

El estudio GEM Colombia 2017-2018 presenta los resultados obtenidos al analizar la valoración de la actividad emprendedora del país desde la percepción del ciudadano común —bien sea emprendedor o no— y desde la perspectiva de los expertos en la temática, con base en los resultados de los últimos cinco años y en comparación con los resultados de economías similares a nivel mundial.

Uno de los indicadores fundamentales del GEM es la tasa de actividad emprendedora (TEA, *total entrepreneurial activity*, por sus siglas en inglés), la cual describe la tendencia de la nueva actividad empresarial, lo que incluye a emprendedores nacientes¹ y a los nuevos empresarios.²

1 Personas adultas (18 a 64 años) que han iniciado algún negocio y no han pagado salarios a sus empleados o a ellos mismos por un periodo mayor a tres meses.

2 Se mide como el número de personas que han creado una empresa de cero a 42 meses, entre el total de la muestra.



Los factores que describen la actividad emprendedora se comparan con los evidenciados en los empresarios establecidos, quienes se caracterizan por haber creado una empresa hace más de 42 meses.

En el 2018, Colombia presentó una TEA del 18,9%, compuesta en mayor proporción por emprendedores nacientes (60%) en relación con nuevos empresarios (40%).

Se ha evidenciado que la TEA ha permanecido relativamente estable a través de los últimos cinco años en Colombia. Esto es acorde con la alta predisposición a emprender nuevos negocios que han mantenido los colombianos en el tiempo, y a la baja aversión al riesgo que presentan, así como con la favorable percepción hacia el emprendimiento como opción de carrera. La dinámica de la TEA también significa una consolidación del tejido empresarial colombiano y el fortalecimiento de las empresas establecidas.

Este reporte propone conclusiones y recomendaciones para que las consideren las entidades públicas y privadas del país, con el fin de incentivar la actividad emprendedora.



GEM

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

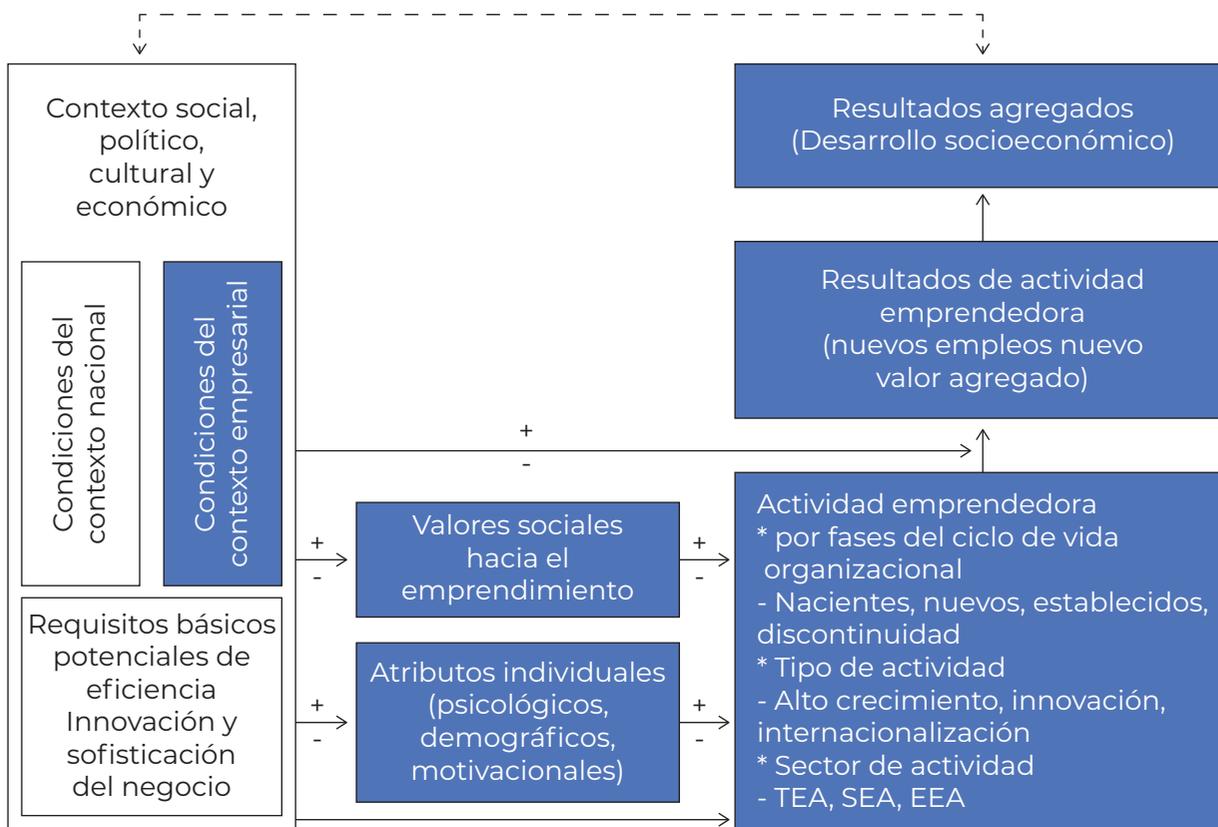
El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es la red de investigación en emprendimiento más grande del mundo. Por medio de ella se monitorea la actividad emprendedora de los países que anualmente participan en el estudio. Surgió como una iniciativa de investigación del London Business School y del Babson College (Reynolds, Hayand y Camp, 1999). En su primera versión, en 1999, participaron 10 países, mientras que, en su versión más reciente (2017), 51 países hicieron parte del estudio. En su totalidad, a lo largo de estos casi 20 años ininterrumpidos del estudio, han participado más de 100 países, en los cuales se han impactado las agendas de universidades, así como de organismos públicos y privados encargados de promover la actividad emprendedora en cada país.

Colombia ha participado cada año en el GEM desde el 2006, a través de un consorcio de universidades. En este grupo se incluyen como fundadoras la Universidad ICESI, la Universidad Javeriana-Cali, la Universidad del Norte y la Universidad de los Andes (esta última entidad luego se retiró). Con el transcurso del tiempo se han incluido estudios más puntuales que contaron con la participación de instituciones locales. Por ejemplo, se adelantaron 13 estudios por ciudades y localidades como Bogotá, Barranquilla, Antioquia y Bucaramanga, entre otras. Además, se han presentado tres reportes especiales en temas específicos como, por ejemplo, empresas de alto impacto y emprendimiento social.

A partir del 2014 se reconfiguró el equipo GEM Colombia, y en la actualidad se compone de tres universidades fundadoras (Uninorte, ICESI y Javeriana-Cali), y tres universidades adherentes (EAN, CECAR y UCC).

MARCO CONCEPTUAL

El estudio del fenómeno emprendedor se ha fortalecido con el tiempo como resultado de las investigaciones de académicos que han utilizado los datos GEM (Bosma, 2013; Reynolds et al., 2005). De igual manera, esto ha propiciado la evolución del marco conceptual GEM, lo cual ha permitido una mejor comprensión de los factores que impulsan el emprendimiento.



Fuente: GEM Global Report 2016/2017

Figura 1.1. Marco conceptual GEM.

El marco conceptual GEM permite analizar las relaciones que existen entre la actividad emprendedora, los valores sociales hacia el emprendimiento y los atributos individuales en un contexto social, político, cultural y económico, tal como se esquematiza en la figu-

ra 1.1. Con este análisis, GEM busca proveer información a académicos, a actores públicos y demás actores interesados en entender la actividad emprendedora, a fin de formular políticas y programas que fomenten la creación de empresas, e impactar así el desarrollo económico en las diferentes regiones. En específico, GEM se concentra en tres objetivos (Reynolds et al., 1999):

- Identificar los factores que estimulan o inhiben la actividad emprendedora, en especial las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, los valores sociales, los atributos personales y el ecosistema emprendedor.
- Proveer una base para evaluar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en los diferentes países.
- Identificar implicaciones políticas con el propósito de fomentar la capacidad emprendedora en una economía.

Tipos de economías analizadas

Los datos GEM se analizan de acuerdo con dos clasificaciones. La primera sigue los criterios de macrorregiones de la ONU: África, Asia y Oceanía, América Latina y el Caribe, Europa —distingue economías que son parte de la Unión Europea y las que no lo son— y Norteamérica. La segunda usa la clasificación de economías del Foro Económico Mundial (Schwab, 2013): economías impulsadas por factores, economías impulsadas por la eficiencia y economías impulsadas por la innovación.

■ Economías impulsadas por factores

Son economías en las que predominan las actividades extractivas y la agricultura de subsistencia. En razón a las características de estas actividades el emprendimiento no tiene un papel preponderante, y son las empresas establecidas —a través del crecimiento de ellas mismas o mediante el establecimiento de nuevas sucursales— las que generan crecimiento económico. Los países en esta etapa se caracterizan por un gran uso de mano de obra no cualificada y de recursos naturales.

cia de una infraestructura comercial y legal para el emprendimiento. En los países que se encuentran en esta etapa, las nuevas empresas impactan el crecimiento económico nacional en mayor medida que en los países de las etapas previas, ya que el marco de condiciones de este tipo de economías propicia el aprovechamiento de las oportunidades que otorga el mercado; además, la actividad empresarial es más propensa a ser intensiva en conocimiento. Siempre que el impacto de las nuevas empresas y las ya establecidas sobre la economía nacional supere el efecto generado por el cierre de empresas, la dinámica empresarial tendrá efectos positivos sobre la producción, el empleo y la innovación tecnológica.

METODOLOGÍA

Fuentes de información

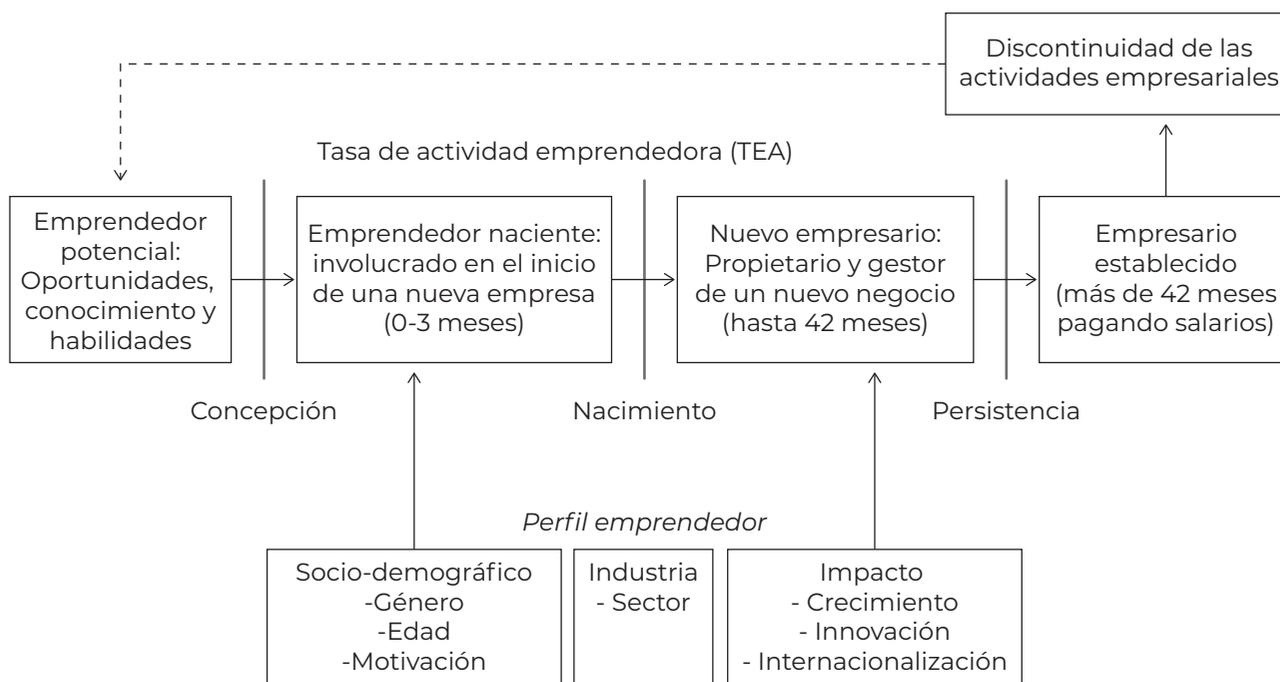
Para la recolección de información, GEM diseñó dos instrumentos: 1. Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS por sus siglas en inglés); y 2. Encuesta a Expertos Nacionales (National Expert Survey, NES por sus siglas en inglés):

- *Encuesta a la Población Adulta (APS)*. Incluye preguntas que recogen información de la población adulta (personas entre los 18 y 64 años de edad), con el fin de identificar si están en proceso de crear una empresa o son propietarios de alguna establecida, sus aptitudes hacia el emprendimiento y el perfil de los emprendedores colombianos, entre otros (Anexo 1).
- *Encuesta a Expertos Nacionales o Locales (NES)*. Recoge la opinión de expertos sobre nueve factores relacionados con el ecosistema emprendedor: financiamiento, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y entrenamiento, transferencia en I+D, infraestructura comercial, apertura del mercado interno, infraestructura física y cultura y normas sociales. Las respuestas se recogen, en su mayoría, en una escala Likert de 7 puntos (Anexo 1).

Adicionalmente, se recurre a fuentes de información secundarias nacionales y mundiales tales como el DANE, el Banco de la República, el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional (FMI), el World Economic Forum (WEF), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), las cuales proveen datos sobre macrovariables.

Principales indicadores GEM

Los indicadores de GEM se basan en el proceso emprendedor, el cual se presenta en la figura 1.3. Este consiste en dividir el proceso en tres momentos fundamentales: la concepción, el nacimiento y la persistencia. GEM considera las actitudes y las acciones del emprendedor como individuo en cada uno de estos momentos, tales como tener ideas de negocios al ver oportunidades en su entorno en la fase de concepción; comprometer recursos iniciales en la fase de nacimiento (lo que comprende 42 meses totales), y el pago de salarios después de los 42 meses de existencia en la fase de persistencia.



Fuente: GEM 2014.

Figura 1.3. Proceso emprendedor y definiciones operacionales GEM

El interés primordial de GEM es medir la actividad emprendedora, en la cual se encuentran los emprendedores en la fase de los 42 meses iniciales o fase de nacimiento. Toda esta información se recoge por medio de la tasa de actividad emprendedora (TEA). El punto de referencia de 42 meses se estableció con base en fundamentos teóricos y operativos.

TÉRMINOS USADOS EN EL REPORTE

■ **Emprendimiento**

GEM define “emprendimiento” como cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial o la expansión de un negocio existente, bien sea de un individuo, de un equipo de personas o bien un negocio establecido (Reynolds et al., 1999, p. 3).

■ **Emprendedor potencial**

Es aquel que se encuentra en la primera fase del proceso emprendedor. Se identifica por medio de la Encuesta a la Población Adulta (APS) cuando afirma que se encuentra en planes de desarrollar una futura actividad emprendedora, la cual no se ha iniciado todavía. Las características que GEM analiza en estos individuos son las relacionadas con su percepción de oportunidades, sus actitudes y su comprensión sobre la actividad emprendedora.

■ **Emprendedor naciente**

Es aquel que se encuentra en la segunda fase del proceso emprendedor. Se caracteriza por afirmar que ha iniciado algún negocio y no ha pagado salarios a sus empleados o a sí mismo por un periodo mayor a tres meses. A esta etapa se le denomina “nacimiento de la empresa”.

■ **Nuevo empresario**

Es aquel que se encuentra en la tercera fase del proceso emprendedor. Se identifica por afirmar que ya ha iniciado algún negocio y ha pagado salarios durante más de tres meses, pero menos de 42. A esta etapa se le conoce como “etapa de despegue”.

■ **Empresario establecido**

Es aquel que se encuentra en la cuarta fase del proceso emprendedor. Se caracterizan por ser aquellos que afirman que tiene una empresa y han estado pagando salarios por más



de 42 meses. A esta etapa se le conoce como “de sostenibilidad y de crecimiento de la empresa”.

■ Tasa de actividad emprendedora (TEA)

El GEM define la tasa de actividad emprendedora (*total entrepreneurial activity*, TEA por sus siglas en inglés) como el porcentaje de individuos entre 18 y 64 años que se identifican como empresarios nacientes o empresarios nuevos.

■ Emprendimiento por oportunidad

GEM define a los emprendedores motivados por la oportunidad como aquellos individuos que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una empresa tenían pleno conocimiento del entorno para el emprendimiento, vislumbraron una oportunidad empresarial y seleccionaron esta opción con respecto a otras posibilidades de generación de ingresos que tenían como alternativas.

■ Emprendimiento por necesidad

GEM define a los emprendedores motivados por la necesidad como aquellos individuos que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una empresa no disponían de otras oportunidades de trabajo, y esta nueva actividad empresarial era su única opción de generar ingresos.

ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO

Todas las economías poseen condiciones sociales, económicas y culturales únicas que se configuran en un contexto específico e influyen en las percepciones de la población y de los emprendedores como agentes de cambio frente al emprendimiento, lo cual se convierte en un elemento de decisión para poner en marcha proyectos empresariales (Baumol, 1993). En términos generales, a medida que una economía se beneficia de las actividades empresariales de los emprendedores, la percepción de la población, en general, se torna positiva.

GEM evalúa las oportunidades que percibe del entorno, así como la percepción de sus capacidades y las habilidades para aprovechar estas oportunidades en la población adulta. Otros factores que analiza son los valores sociales, como, por ejemplo, la percepción del estatus social, el reconocimiento en medios de comunicación y la percepción del emprendimiento como opción de carrera deseable. Estos elementos constituyen las actitudes hacia el emprendimiento.

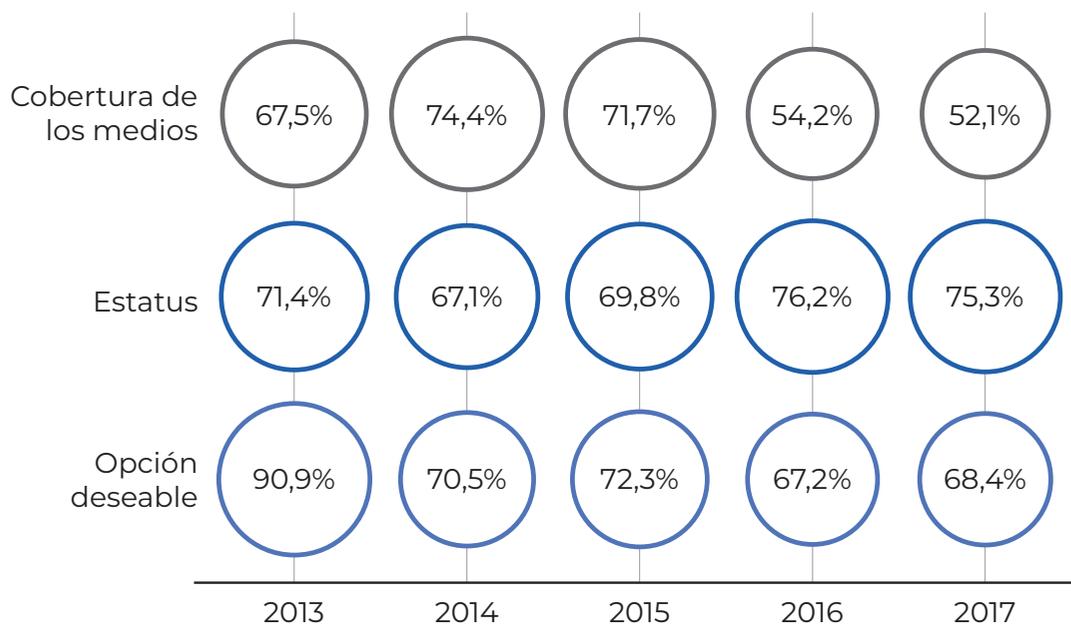
Este capítulo analiza las actitudes de la población adulta colombiana hacia la actividad emprendedora en el 2017, analiza sus resultados en los últimos cinco años y los contrasta con otros grupos de economías, con el fin de explorar los atributos que caracterizan como posibles emprendedores potenciales a los individuos de esta población.

VALORES SOCIALES

El emprendimiento como opción de carrera deseable, al igual que el estatus de los empresarios y la cobertura de los medios de comunicación, están relacionados con la capacidad

empresadora de los individuos de una región o país (Kwon y Arenius, 2010), por lo cual GEM los considera parte de su estudio.

En el caso colombiano, ser empresario se ha convertido en una alternativa de carrera profesional valiosa, dado que, del 2014 al 2017, la proporción de personas que lo perciben así ha mantenido valores similares y positivos entre el 67% y el 72%, como se evidencia en la figura 2.1. El reconocimiento del estatus de los emprendedores presenta la misma tendencia, pues pasa del 67% al 75%. En ambos casos, aunque se presentan variaciones, estas no son significativas. En contraste, la cobertura de los medios de comunicación presenta una tendencia decreciente que muestra cómo sus efectos no son a largo plazo. Estos resultados son positivos para el país porque demuestra la existencia de una cultura emprendedora cada vez más sólida, lo cual podría propiciar un mayor número de emprendimientos que impactarían el desarrollo económico y social (Davidsoon, 1995; Hayton George y Zahra, 2002).



Fuente: GEM Colombia 2013-2017.

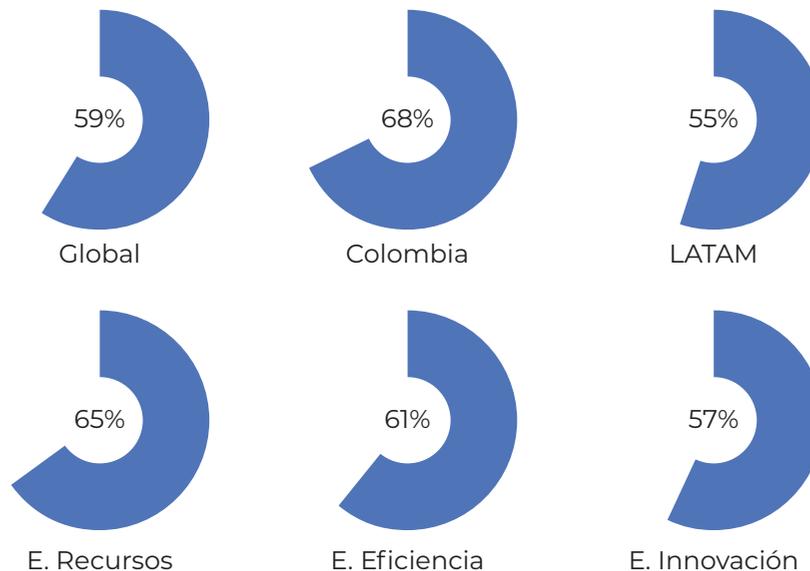
Figura 2.1. Valores sociales sobre el emprendimiento de la población adulta de Colombia 2013-2017

COLOMBIA EN COMPARACIÓN CON ECONOMÍAS SIMILARES 2017

■ Emprendimiento como opción de carrera

El deseo de ser empresario se ve influenciado por la valoración que le dé la sociedad a la creación de empresas y la valoración que se le dé a la actividad emprendedora (Shapiro y Sokol, 1982). Lo anterior implica que, a una mejor valoración del emprendimiento como una opción de carrera deseable dentro de una sociedad, habrá más empresarios dentro de esta.

Al comparar el porcentaje de personas en Colombia que consideran el emprendimiento una opción de carrera deseable con el porcentaje promedio de este mismo grupo en las economías de Latinoamérica y el Caribe, se encuentra que Colombia las supera en 13 puntos porcentuales, y sobrepasa en 7 puntos porcentuales a las economías basadas en eficiencia, como se evidencia en la figura 2.2. Esto evidencia un ecosistema con gran aceptación del emprendimiento y con gran potencial para el crecimiento del tejido empresarial.

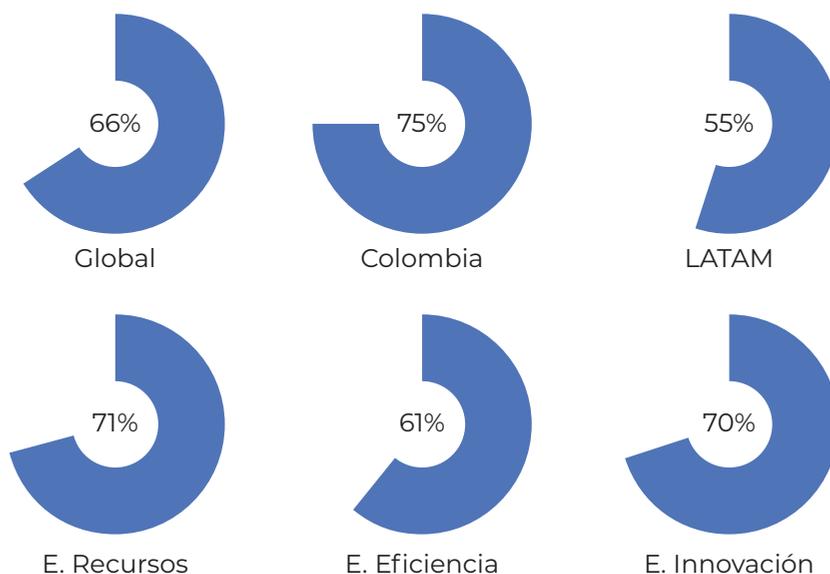


Fuente: GEM 2017.

Figura 2.2. Emprendimiento como opción de carrera deseable (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en 2017

■ Estatus de los empresarios

Este factor hace referencia al estatus y el respeto del cual gozan los emprendedores exitosos. Para el caso de Colombia, el 75% de su población considera que quienes tienen éxito al poner en marcha un negocio poseen un mayor estatus, mientras que el promedio de personas que comparten esta visión en las economías basadas en eficiencia y a nivel Latinoamérica (LATAM) es 61% y 55%, respectivamente, como se evidencia en la figura 2.3. Esto reafirma la consolidación de una cultura emprendedora que se destaca con respecto a economías similares, y muestra la importancia del estatus de los empresarios como modelo de referencia.



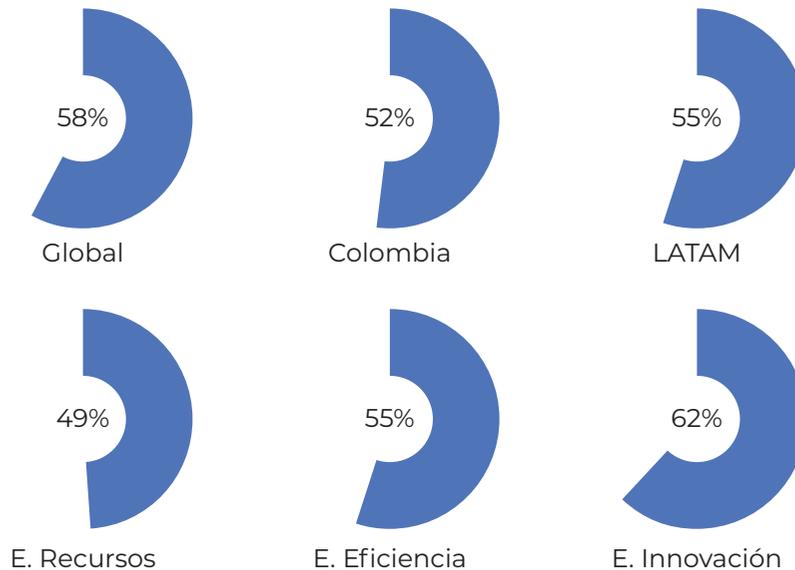
Fuente: GEM 2017.

Figura 2.3. Estatus de los empresarios (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en 2017

■ Cobertura de los medios de comunicación

Aunque la percepción de los colombianos sobre la difusión de noticias acerca de emprendedores exitosos ha disminuido en los últimos cuatro años (en el 2017 fue del 52%), esta tendencia no muestra una incidencia significativa en la percepción del emprendimiento

como una opción de carrera deseable y del estatus de los empresarios. Esto parece evidenciar la existencia de convicciones y creencias positivas hacia el emprendimiento ya arraigadas. En comparación con otras economías, los colombianos perciben una cobertura similar de los medios de comunicación, tal como se muestra en la figura 2.4.



Fuente: GEM 2017.

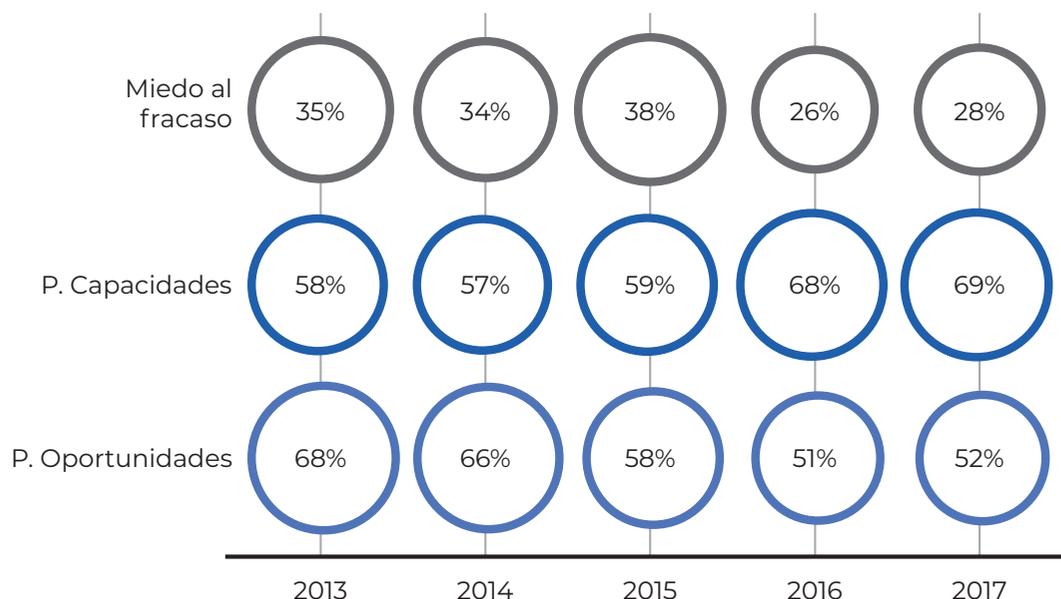
Figura 2.4. Cobertura de los medios de comunicación (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en 2017

PERCEPCIONES Y CAPACIDADES

Otro factor relevante para el análisis de las actitudes hacia al emprendimiento es la *percepción de factibilidad*, definida como el grado en el cual las personas perciben ser capaces de iniciar de forma exitosa un negocio (Shapero y Sokol, 1982). Esta la analiza el estudio GEM a partir de la identificación de las percepciones de oportunidades y capacidades, y del miedo al fracaso.

Para tal fin, los colombianos fueron indagados sobre su percepción de la existencia de oportunidades para comenzar un negocio, y si consideran contar con las capacidades

necesarias para aprovechar dichas oportunidades. Asimismo, se preguntó si el miedo al fracaso sería un obstáculo que los detendría en el propósito de iniciar una empresa. En la figura 2.5 se muestra el comportamiento histórico de dichas percepciones entre el 2013 y el 2017.



Fuente: GEM Colombia 2013-2017.

Figura 2.5. Percepciones y capacidades acerca del emprendimiento de la población adulta de Colombia en el periodo 2013-2017

Para Colombia, en el 2017 se encuentra que las percepciones de capacidades han presentado tendencias disímiles en el periodo 2013-2017. En el 2017, el 52% de la población adulta colombiana percibió “oportunidades para empezar un negocio” en los próximos seis meses, lo cual contrasta con el 2013, cuando el 68% percibía estas oportunidades. Una tendencia opuesta se observa en la “percepción de capacidades” (conocimientos, habilidades y experiencia necesarios) para emprender de los colombianos, la cual pasó del 58% en el 2013 al 69% en el 2017. Aparentemente este resultado es negativo, sin embargo, la existencia de una mayor cantidad de colombianos con capacidades para emprender puede estar asociada a mayores capacidades para identificar mejores oportunidades de negocio. Se requieren estudios que profundicen en las implicaciones que tiene

el aumento de las capacidades percibidas en otras percepciones y de las actitudes tanto emprendedoras como no emprendedoras.

Por otra parte, el porcentaje de colombianos que considera el “miedo al fracaso” un obstáculo para poner en marcha un negocio ha mantenido niveles por debajo del 30% desde el 2016, a diferencia de años anteriores en los que los niveles están por encima del 34%. Esta tendencia parece evidenciar que los colombianos poseen una mayor confianza en su entorno, resultado de mejores condiciones sociales, económicas, políticas y culturales para emprender un negocio. Son necesarios más estudios que relacionen la aversión al riesgo en el emprendimiento con mejores condiciones sociales y políticas, ya que los estudios a la fecha muestran resultados opuestos (Rose, 2000; Dutta y Sobel, 2016).

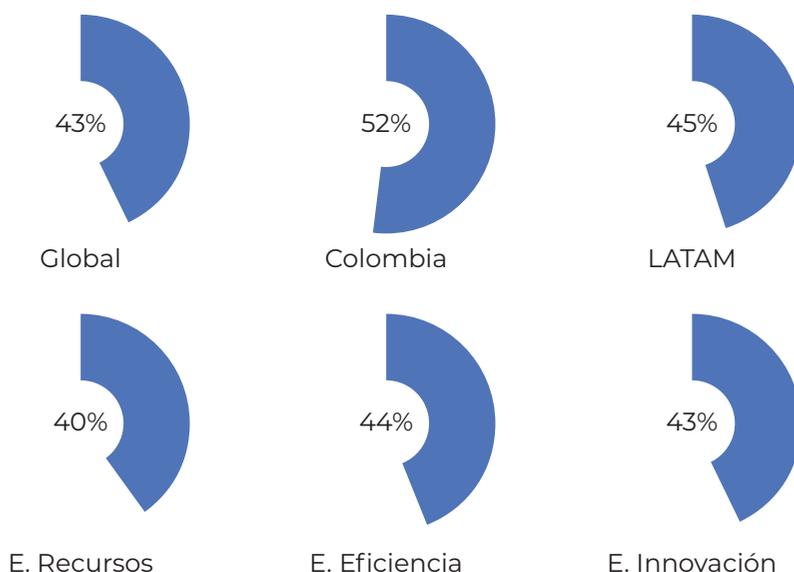
Adicionalmente, parece que puede existir una relación inversa entre la percepción de capacidades y la aversión al riesgo. En Colombia, al analizar la tendencia decreciente de la aversión al riesgo, la disminución de la percepción de oportunidades en el entorno no parece ser resultado de cambios desfavorables en el ecosistema emprendedor. Esta disminución puede explicarse por el aumento de la percepción de capacidades, la coyuntura económica del país, la evolución de los clústeres en los sectores económicos o los cambios en la apertura de los mercados. Este estudio abre la puerta a investigaciones que indaguen sobre las relaciones entre los cambios de las oportunidades percibidas, la evolución de las empresas en los sectores económicos y los cambios en el mercado tanto laboral como de bienes y servicios.

COLOMBIA EN COMPARACIÓN CON ECONOMÍAS SIMILARES EN 2017

■ Percepción de oportunidades

Este indicador hace referencia al porcentaje de colombianos en la población adulta que considera existirán oportunidades para emprender cerca del área en la que viven en los próximos seis meses.

Los colombianos presentan la mayor percepción de oportunidades en su entorno. Superan al promedio de Latinoamérica y el Caribe, y a las economías basadas en eficiencia (7 y 8 puntos porcentuales, respectivamente), tal como se observa en la figura 2.6. Esto reafirma la posible consolidación de un entorno favorable que propicia la existencia de oportunidades para el emprendimiento.



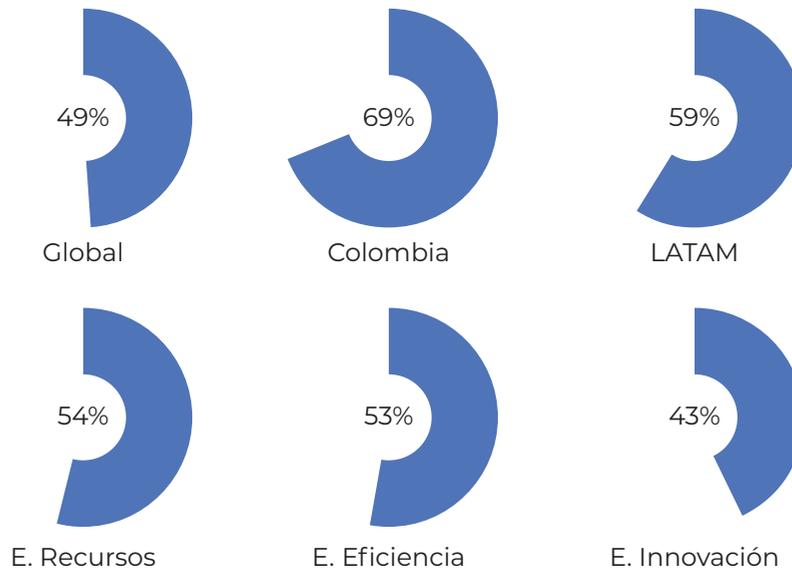
Fuente: GEM 2017.

Figura 2.6. Percepción de oportunidades (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en el 2017. Percepción de capacidades

Este indicador mide el porcentaje de la población adulta que considera tener las habilidades, el conocimiento y la experiencia necesaria para comenzar un negocio.

Colombia presenta la percepción de capacidades más alta entre los grupos de análisis. Supera a los países de Latinoamérica y el Caribe, así como a las economías basadas en eficiencia (10 y 16 puntos porcentuales, respectivamente), como se muestra en la figura 2.7.

Este resultado positivo puede estar relacionado con la obtención de competencias emprendedoras por parte de los individuos en los distintos niveles educativos, desde la implementación de la Ley 1014 de 2006. De igual forma, con la ejecución de programas públicos y privados de fomento y apoyo a la formación de emprendedores.



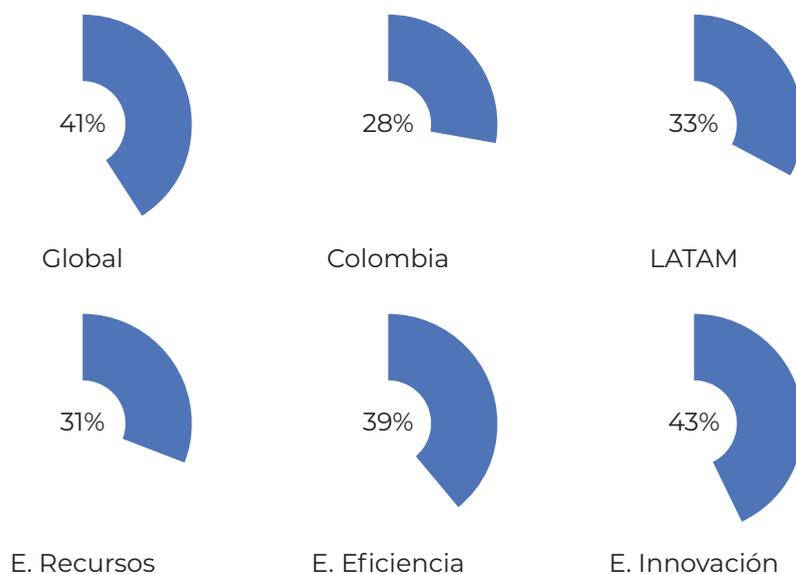
Fuente: GEM 2017.

Figura 2.7. Percepción de capacidades (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en el 2017. Miedo al fracaso

■ Miedo al fracaso

Este índice identifica el porcentaje de colombianos que consideran el miedo al fracaso un obstáculo que les impediría iniciar una empresa.

El resultado de este índice en Colombia es menor al promedio de países de Latinoamérica y el Caribe, y al de las economías basadas en eficiencia (5 y 11 puntos porcentuales, respectivamente), como se ilustra en la figura 2.8. Cabe señalar que la asociación del miedo al fracaso con las capacidades para emprender y la identificación de oportunidades es inversa, respectivamente; es decir, las personas que manifiestan no tener miedo al fracaso pueden percibir tener las capacidades necesarias para emprender.



Fuente: GEM 2017.

Figura 2.8. Miedo al fracaso (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en el 2017

CONCLUSIONES

- Las percepciones de estatus y respeto de los emprendedores colombianos se ha consolidado de forma paulatina y positiva, así como la del emprendimiento como opción de carrera deseable, mientras que la de cobertura de los medios de comunicación sobre noticias de nuevos emprendedores exitosos ha disminuido de forma progresiva. Esto puede evidenciar la existencia de una cultura emprendedora cada vez más consolidada que necesita menos difusión de emprendedores exitosos por parte de los medios de comunicación.
- La percepción de que el miedo al fracaso sea un obstáculo para iniciar un negocio en Colombia ha disminuido de forma favorable. De igual forma, la percepción de poseer los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarios para emprender ha aumentado, en contraste con la disminución de la percepción de identificación de oportunidades en el entorno. Aparentemente, este **último** resultado

es negativo, sin embargo, la existencia de una mayor proporción de colombianos con capacidades para emprender puede estar asociada a mayores capacidades para identificar mejores oportunidades de negocio.

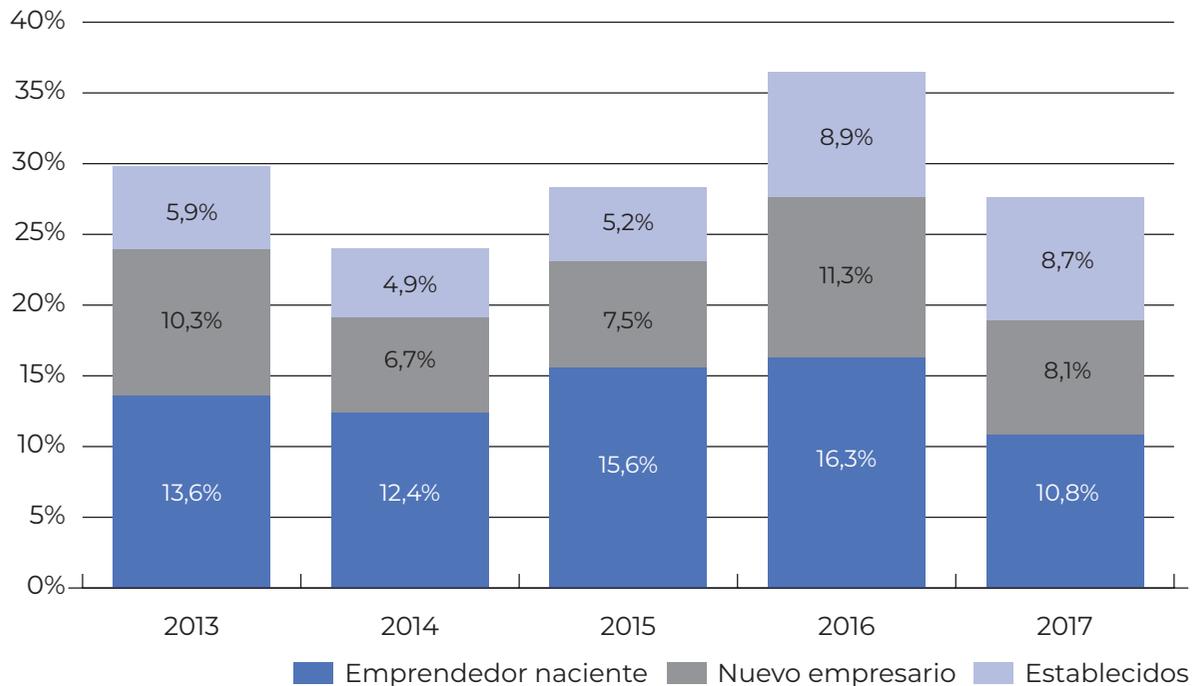
- En general, los resultados GEM 2017 muestran que se ha generado una cultura emprendedora en la que el estatus del empresario y la percepción del emprendimiento como opción deseable de carrera profesional se han consolidado. Por su parte, el miedo al fracaso ha disminuido, a pesar de que la percepción sobre la cobertura de los medios de comunicación ha ido decreciendo. Al parecer, la formulación e implementación de políticas que incentivan el emprendimiento han afianzado la confianza de los colombianos en sus capacidades para iniciar un negocio, lo que puede llevar a que la identificación de oportunidades sea más selectiva, con lo cual se genera un entorno favorable para la creación de empresas y el surgimiento de emprendedores potenciales.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En este capítulo se analiza la actividad emprendedora en Colombia en el 2017, al igual que su comportamiento en los últimos cinco años y su posición con respecto a economías similares. GEM entiende por *actividad emprendedora* el proceso comprendido entre la concepción y la persistencia de un negocio, cuya duración es de 42 meses. El resultado de este proceso se analiza mediante la TEA, en la cual recoge la proporción de personas entre los 18 y 64 años involucradas en el proceso emprendedor. La TEA está compuesta por los emprendedores nacientes y los nuevos empresarios, y se compara con la tasa de empresarios establecidos. Adicionalmente, se analiza la discontinuidad empresarial, las motivaciones para emprender —por oportunidad y por necesidad— además de la actividad empresarial por sectores económicos.

ETAPAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La TEA de Colombia en el 2017 disminuyó de forma significativa en comparación con la del 2016, al pasar del 27,6% al 18,9%. Este comportamiento estuvo relacionado, en mayor medida, con la disminución de la tasa de emprendedores nacientes, al descender del 16,3% en el 2016, al 10,8% en el 2017, como se observa en la figura 3.1. En contraste, la tasa de emprendedores establecidos no presentó una disminución significativa, al pasar del 8,9% al 8,7%, lo que puede manifestar un equilibrio en el tejido empresarial en términos de la sostenibilidad de las empresas al llegar a su etapa de persistencia. Esto se refuerza con el comportamiento evidenciado de la TEA y de sus componentes al disminuir de manera proporcional, lo cual puede ser consecuencia de la sostenibilidad de la tasa de empresarios establecidos que manifiestan su transición a una economía desarrollada.



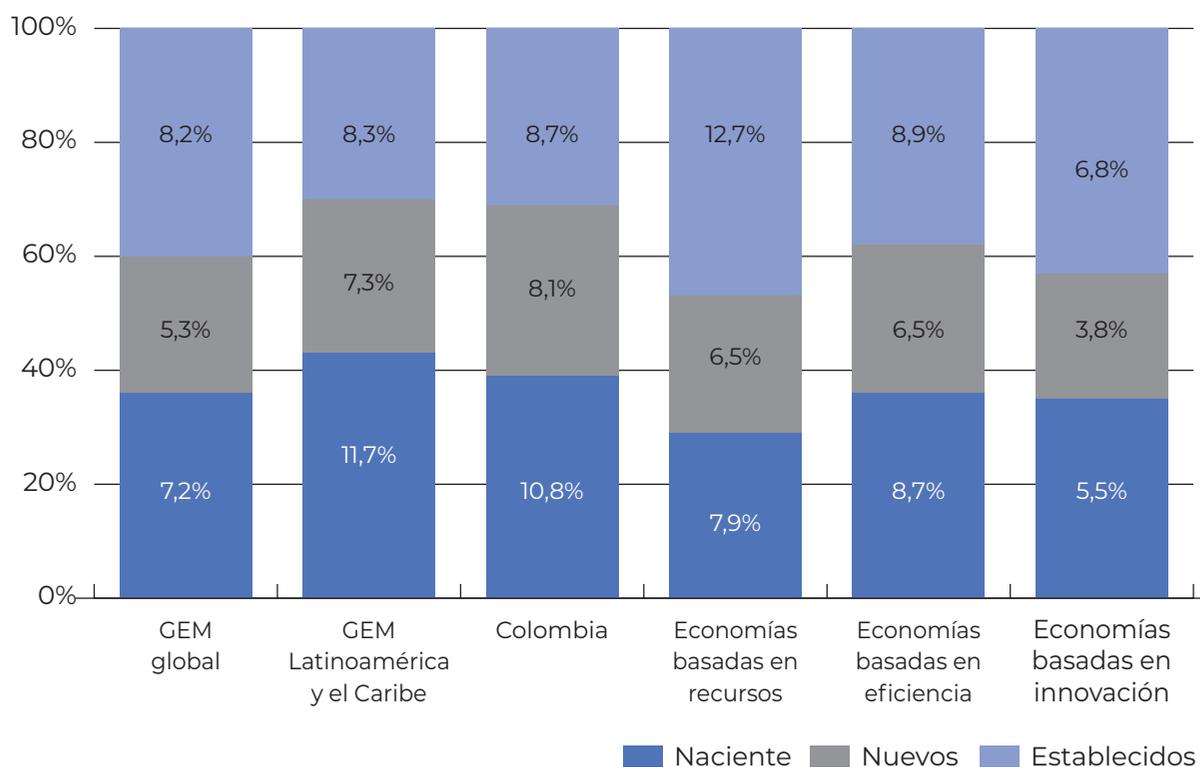
Fuente: GEM 2013-2017

Figura 3.1. Actividad emprendedora y de empresas establecidas de Colombia en el periodo 2013-2017

COLOMBIA EN COMPARACIÓN CON ECONOMÍAS SIMILARES EN 2017

Estudios empíricos muestran una relación entre emprendimiento y etapas de desarrollo en forma de U invertida (Tang, Tang, Marino, Zhang y Li, 2008). En una economía basada en innovación, los incentivos para ser empleado son mayores que los de ser empresario —sin que esta opción pierda importancia— debido a un contexto favorable que propicia el crecimiento y el establecimiento de empresas, de manera que el emprendimiento que surge se da al aprovechar las oportunidades del mercado (Wennekers, van Stel, Thurik y Reynolds, 2005). Esto genera un tejido empresarial con características distintivas, como, por ejemplo, una mayor proporción de emprendedores establecidos (6,8%) en comparación con la proporción de emprendedores nacientes y nuevos (5,5% y 3,8%, respectivamente), como se muestra en la figura 3.2. Esta composición es el resultado de una

economía en la cual la actividad emprendedora se basa en innovación y oportunidad, y no en la necesidad por la carencia de oferta de empleo.



Fuente: GEM 2017

Figura 3.2. Etapas del emprendimiento de Colombia comparadas con las de GEM Global, GEM Latinoamérica y el Caribe, y tipos de economía en el 2017

Por otra parte, en una economía basada en recursos las empresas establecidas no suelen ser resultado de la actividad emprendedora propia, sino de empresas consolidadas en otros contextos. Esto hace que el peso de las empresas establecidas (12,7%) sea mayor que el correspondiente a las empresas nacientes y las empresas nuevas (7,9% y 6,5%, respectivamente), tal como se observa en la figura 3.2.

Finalmente, una economía basada en eficiencia refleja la transición de recursos a innovación. Su composición característica es una proporción de emprendedores nacientes y

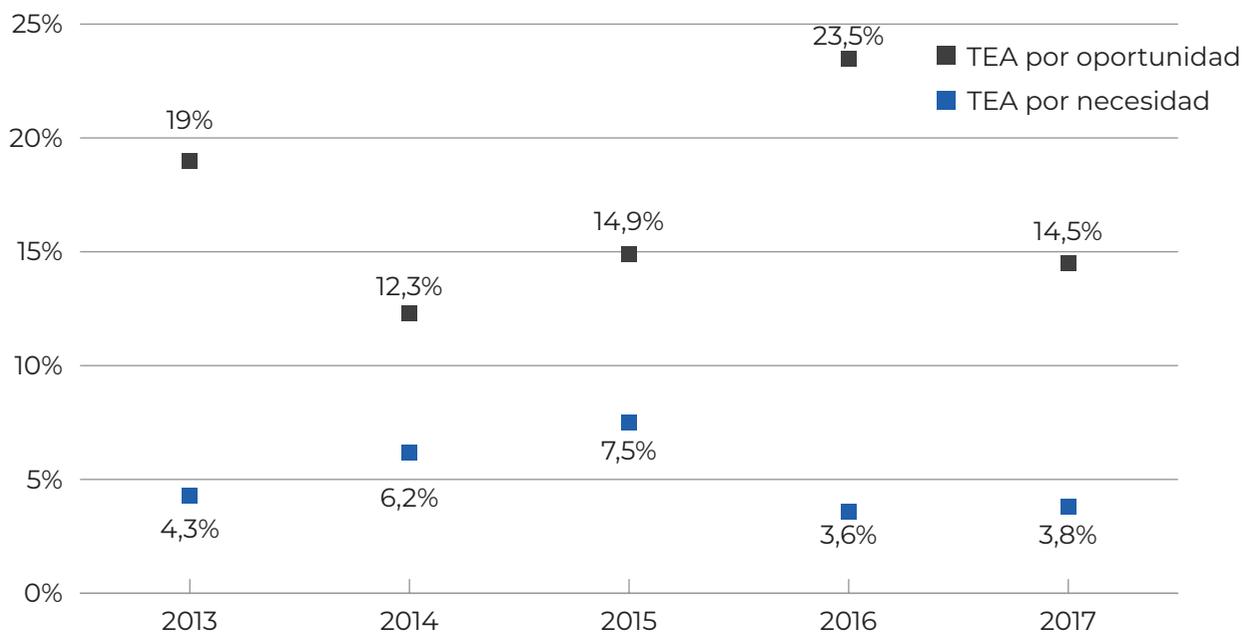
de nuevos empresarios (8,7% y 6,5%, respectivamente), con mayor peso con respecto a los empresarios establecidos (8,9%). Esto refleja una economía en desarrollo en la cual la destrucción de empleos surge debido a que las empresas establecidas no alcanzan a captar la oferta laboral, lo que lleva a la concepción y el nacimiento de empresas. Colombia, en la actualidad, se encuentra clasificada como una economía basada en eficiencia. Sin embargo, la evolución del tejido empresarial colombiano muestra que el país pasa por etapa de destrucción de empleos y consolida cada vez más a las empresas establecidas. Esto muestra un posible cambio estructural en el tejido empresarial colombiano, tal como se analizó en el apartado anterior.

Motivaciones para emprender

GEM distingue entre dos motivaciones principales para emprender, de modo que diferencia entre los emprendimientos generados por razones asociadas a la necesidad y aquellos generados por la identificación de una oportunidad.

En cualquier tipo de economía se espera que las empresas se creen por una oportunidad del mercado y no por una necesidad personal de generación de ingresos, ya que las empresas que nacen por una oportunidad de mercado tienen una probabilidad mayor de permanencia que aquellas que nacen por necesidad (Sepúlveda y Gutiérrez, 2016).

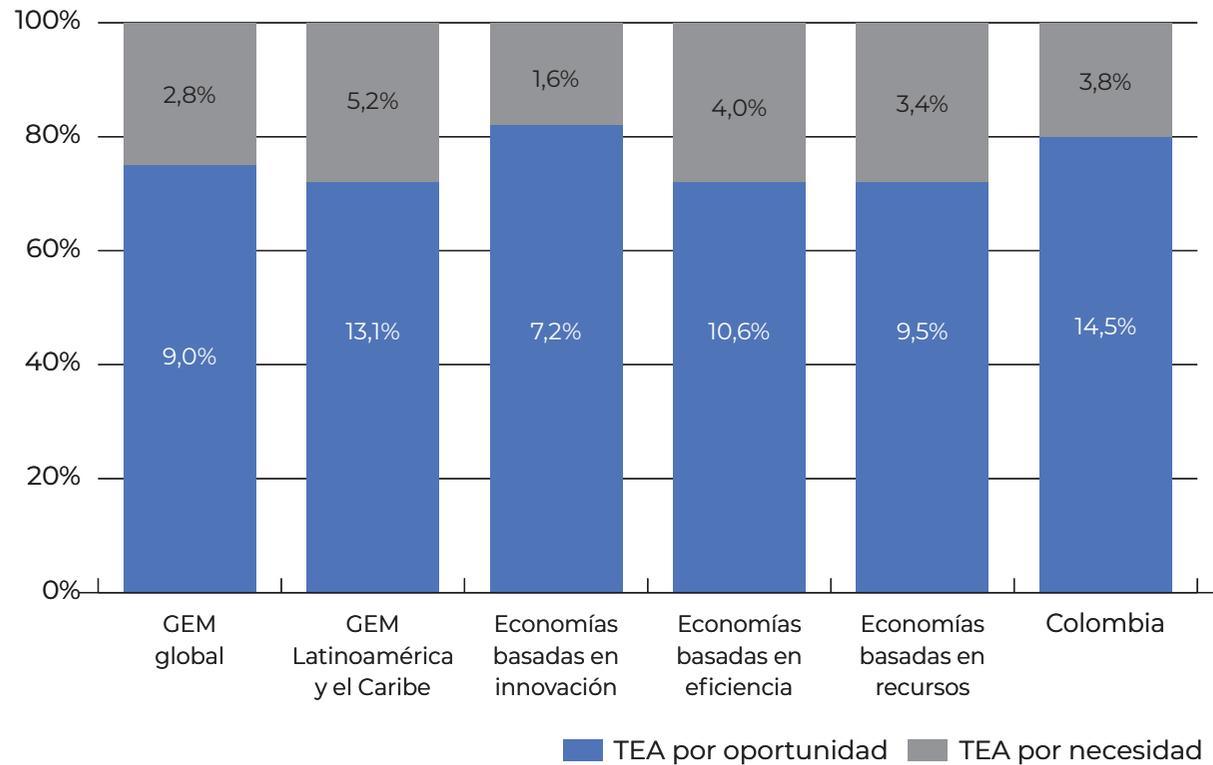
Para Colombia se observa que durante el 2013 la TEA por oportunidad fue casi cinco veces mayor que la TEA por necesidad. La tendencia histórica es que las variaciones de esta TEA han fluctuado con comportamientos opuestos, es decir, cuando la TEA por oportunidad asciende, la TEA por necesidad disminuye y viceversa. De esta manera, en el 2014 la TEA por oportunidad descendió en 6,7 puntos porcentuales y la TEA por necesidad aumentó 1,9 puntos porcentuales, mientras que en el 2015 la TEA por oportunidad aumentó en 2,6 puntos porcentuales y la TEA por necesidad aumentó 1,3 puntos porcentuales, de manera que es este el único año el que no se observa una tendencia normal. En el 2016 la TEA por oportunidad aumenta en 8,6 puntos porcentuales y la TEA por necesidad disminuye en 3,9 puntos porcentuales, y en el 2017 la TEA por oportunidad cae en 9 puntos porcentuales y la TEA por necesidad aumenta en 0,2 puntos porcentuales (esto se evidencia en la figura 3.3).



Fuente: GEM 2013-2017

Figura 3.3. Tasas de actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad de Colombia según motivación del emprendimiento en el periodo 2013-2017

Al comparar la TEA por oportunidad y por necesidad de Colombia con el promedio de los distintos grupos de países, se observa que la TEA por oportunidad de Colombia es la más alta sin importar el grupo a comparar. Colombia aventaja el promedio de las economías basadas en eficiencia en 3,9 puntos porcentuales, mientras que poseen una TEA por necesidad muy similar. En comparación con el promedio de países en Latinoamérica y el Caribe, Colombia supera a este grupo en 1,4 puntos porcentuales en cuanto a la TEA por oportunidad se refiere, mientras que el promedio de países en Latinoamérica tiene una TEA por necesidad mayor en 1,4 puntos porcentuales.



Fuente: GEM 2017

Figura 3.4. Tasas de actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017

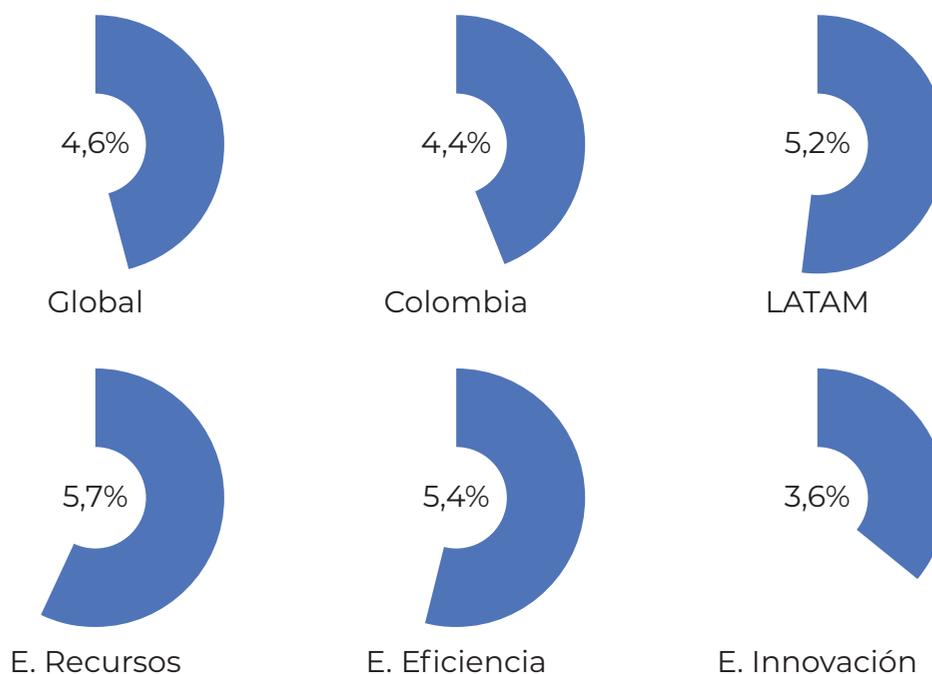
DISCONTINUIDAD EMPRESARIAL

El modelo GEM permite analizar el porcentaje de emprendedores que abandonaron su actividad empresarial en los últimos doce meses al momento de la aplicación de la encuesta, así como los motivos que tuvieron para ello. Por tanto, esta sección es de gran utilidad para los hacedores de política y para aquellas entidades de fomento a la actividad emprendedora que quieran identificar los factores que inciden en la discontinuidad empresarial.

En el caso de Colombia, la discontinuidad empresarial fue constante en el periodo 2013-2014, para luego aumentar durante el 2015, el 2016 y el 2017. La tasa de discontinuos

en Colombia ha mantenido valores estables en los periodos 2013-2014 y 2015-2017 al no presentar variaciones estadísticamente significativas (véase el Anexo 5). En el 2013 y el 2014 la tasa de discontinuos fue de 3,0%, en el 2015 de 4,7%, en el 2016 de 5,3%, y en el 2017 de 4,4%.

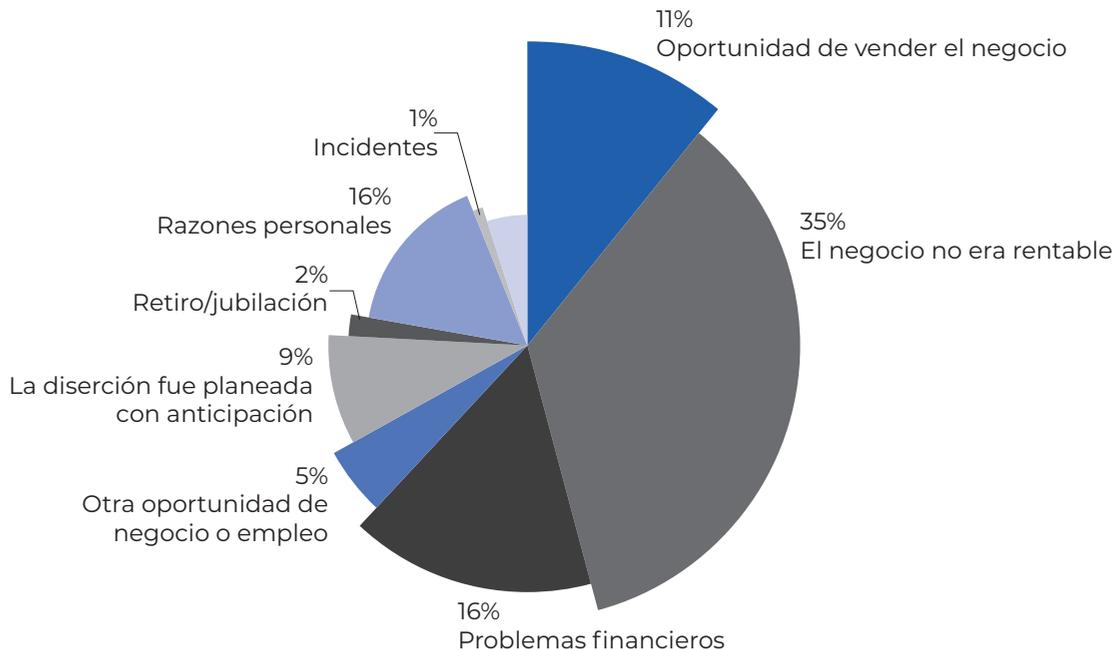
Colombia presenta una tasa de discontinuidad empresarial menor que la tasa del promedio de países de Latinoamérica y el Caribe en 1,2 puntos porcentuales; con respecto al promedio de los países basados en eficiencia, Colombia posee una tasa de discontinuidad menor de 1,4%, como se muestra en la figura 3.5. Las diferencias de Colombia son estadísticamente significativas con respecto al promedio de los grupos de economías. Sin embargo, no existe significancia estadística en las diferencias entre Colombia y Latinoamérica o el promedio global (véase el Anexo 4).



Fuente: GEM 2017

Figura 3.5. Discontinuidad empresarial de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017

En relación con las razones de discontinuidad empresarial en Colombia, se tiene que la principal es la no rentabilidad del negocio (35,6%), seguida por razones personales (18,1%), problemas financieros (16,1%) y la oportunidad de vender el negocio (11,61%), tal como se observa en la figura 3.6.



Fuente: GEM 2017

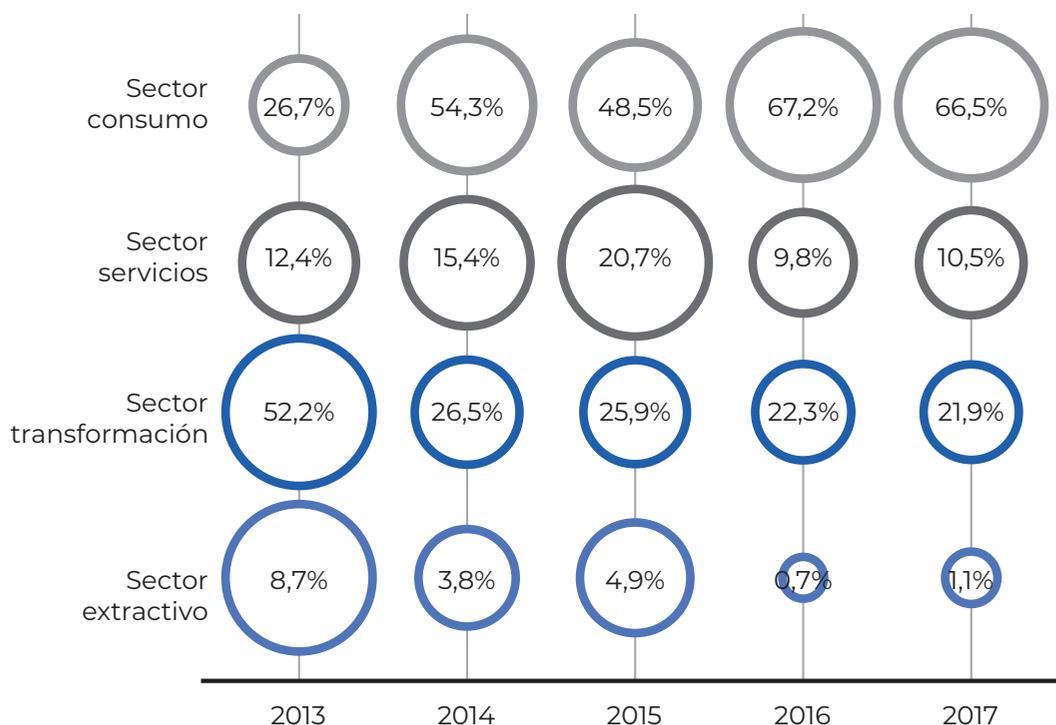
Figura 3.6. Razones de discontinuidad empresarial de los emprendedores de Colombia en 2017

SECTOR ECONÓMICO

La evolución de la distribución sectorial de las nuevas empresas de Colombia ha estado caracterizada por el crecimiento del sector consumo, el cual pasó de representar el 26,7% del total de las empresas en el 2013 al 66,5% en el 2017. Por otra parte, el comportamiento del sector servicios es el que ha presentado más estabilidad con respecto a su valor inicial, al pasar del 12,4% en el 2013 al 10,5% en el 2017. El sector de transformación presentó una disminución drástica en el periodo 2013-2014 al pasar del 52,2% al 25,9% con respecto al 2013, mientras que el sector extractivo ha presentado una disminución

considerable desde el 2013, cuando representó el 8,7%, hasta el 2017 (esto se evidencia en la figura 3.7). Entre las implicaciones de estas tendencias tenemos que los ingresos de los emprendedores colombianos estarán por debajo del promedio de los emprendedores en economías basadas en innovación, debido a que el sector consumo está caracterizado por bajos niveles de innovación, muchos productos similares y poca transmisión de conocimiento. Adicionalmente, la generación de empleo de los emprendimientos en este sector es menor que en los sectores de transformación y servicios, por lo que se espera una disminución en los empleos creados y en las expectativas de generación de empleos en las nuevas empresas. Estas implicaciones se analizan a profundidad en el siguiente capítulo.

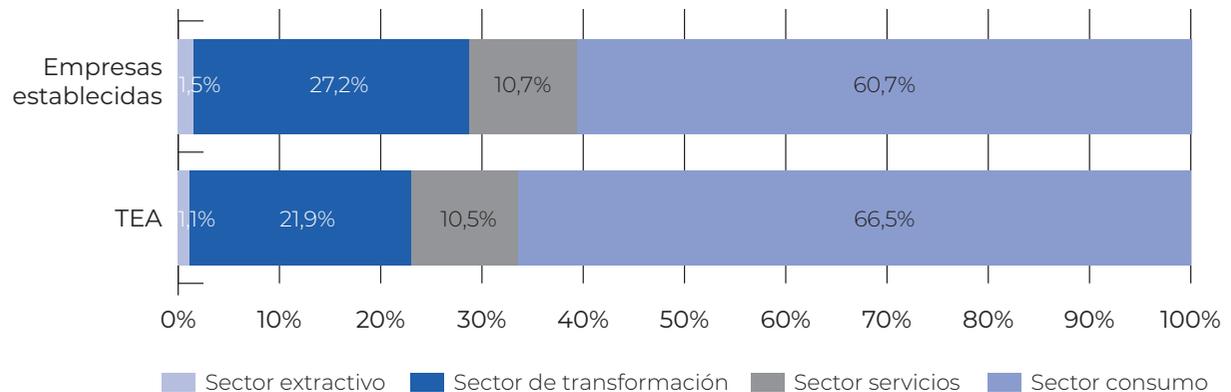
En relación con la dinámica de las empresas en los sectores de la economía, se puede afirmar que Colombia sigue una tendencia similar a la presentada por los países impulsados por la eficiencia, en los cuales el sector consumo posee la mayor participación (51%) según lo expuesto en el GEM Global Report 2017/2018.



Fuente: GEM 2017

Figura 3.7. Evolución y distribución de las nuevas empresas por sectores en Colombia en el periodo 2013-2017

La orientación sectorial de las empresas establecidas es muy similar al de las empresas nuevas y nacientes. Como se observa en la figura 3.14, más del 50% de las empresas nuevas y establecidas están orientadas al sector consumo, seguidas del sector servicios con más del 20%, el sector de transformación con el 10% y el sector extractivo con el 1%.



Fuente: GEM 2017

Figura 3.8. Distribución de la TEA y las empresas establecidas por sectores en Colombia en el 2017

En Colombia, la creación de empresas se concentra demasiado en el sector consumo, en detrimento de otros sectores fundamentales como el sector servicios —el cual es el de mayor participación en las economías basadas en innovación— y el sector de transformación —el cual genera altos niveles de empleo e ingreso—. La mayor participación del sector consumo puede estar relacionada a bajos niveles de innovación, debido a que se ubican en mercados en los que existen productos similares, además de que no se utiliza tecnología de vanguardia en sus procesos.

CONCLUSIONES

En relación con la actividad emprendedora de Colombia en el periodo 2013-2017, se encontró lo siguiente:

- En este estudio se observa que la distribución por etapas de la actividad emprendedora de Colombia han mostrado estar en evolución. El tejido empresarial del país supera en este momento la etapa de destrucción de empleos, lo cual se evidencia en el fortalecimiento gradual de las empresas establecidas, las cuales son capaces

de absorber una mayor cantidad de mano de obra. Además, los colombianos han afinado su capacidad para identificar oportunidades de negocio al ser más selectivos en cuanto a lo que denominan “una oportunidad”, lo cual deriva en una reducción de la TEA por oportunidad.

- Por otra parte, las nuevas empresas se concentran en el sector consumo, y dejan de lado otros sectores con altas tasas de innovación, ingreso y generación de empleo. Esto puede estar relacionado con que la mayoría de los empresarios que decidieron no continuar con su negocio tengan por motivo la no rentabilidad del negocio o problemas financieros. En el caso de los discontinuos, sería interesante considerar que la experiencia empresarial previa ha servido como aprendizaje para incursionar en una nueva idea de negocio.

PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

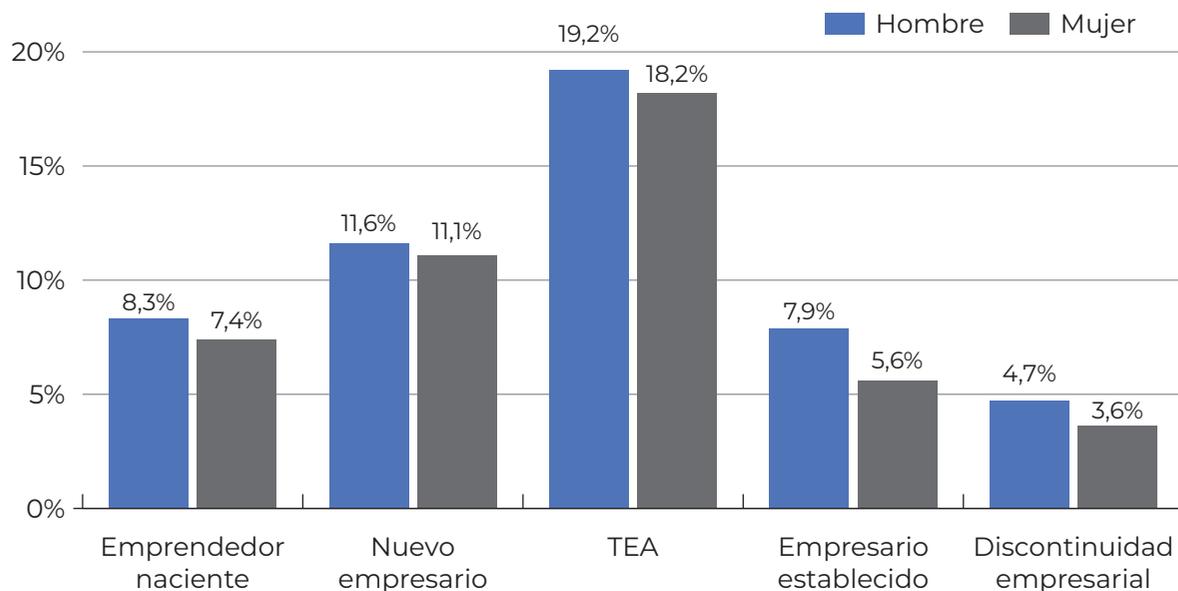
Este capítulo examina el perfil de los emprendedores en Colombia. Los atributos que se estudian son género, edad, nivel educativo e ingresos, así como las aspiraciones en términos de generación de empleo, expectativas de crecimiento, innovación de productos y servicios, competencia y orientación exportadora. Cada uno de estos atributos se analiza para el periodo en estudio, su comportamiento en el periodo 2013-2017 y su posición con respecto a los tipos de economías, especialmente la basada en la eficiencia, la cual es en la que se clasifica el país.

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR EN COLOMBIA

GEM caracteriza a los emprendedores a partir de sus atributos sociodemográficos, tales como género, edad, nivel educativo e ingresos. En tal caso, el propósito de esta sección es analizar el perfil de los emprendedores en Colombia para el periodo 2013-2017.

Género

En Colombia, la proporción de mujeres emprendedoras es casi la misma que la de hombres emprendedores, si se tiene en cuenta un desempeño similar en cuanto a la proporción de emprendedores, como se ilustra en la figura 4.1. Al analizar los componentes de la TEA, se observa una diferencia menor a 1 punto porcentual tanto en los emprendedores nacientes como en los nuevos emprendedores. Esta diferencia se amplía en el caso de los empresarios establecidos, al ser el porcentaje de empresarios establecidos hombres mayor en 2,3 puntos porcentuales, mientras que la proporción de discontinuos hombres es mayor en 1,1 puntos porcentuales.

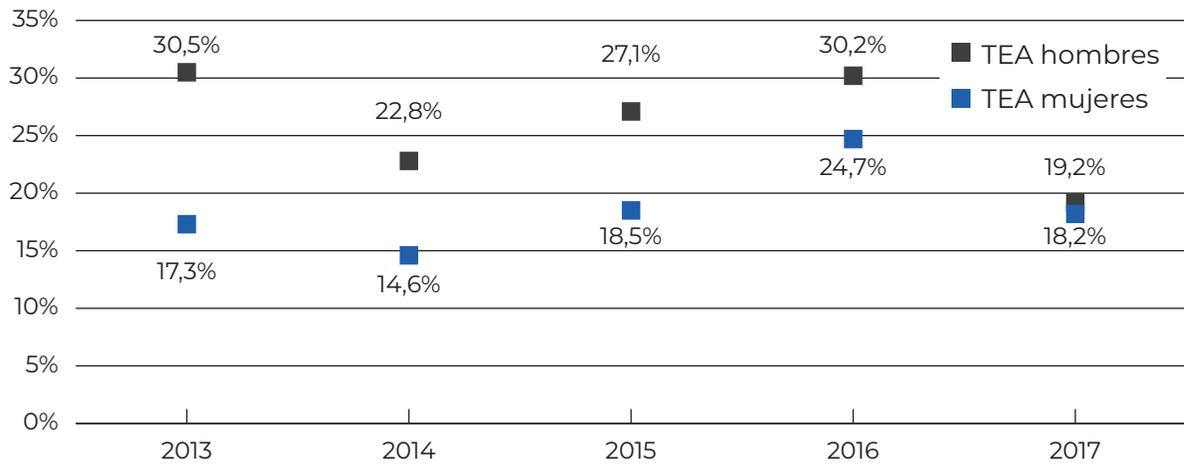


Fuente: GEM 2017

Figura 4.1. Actividad emprendedora y empresarial categorizada por género en Colombia en el 2017

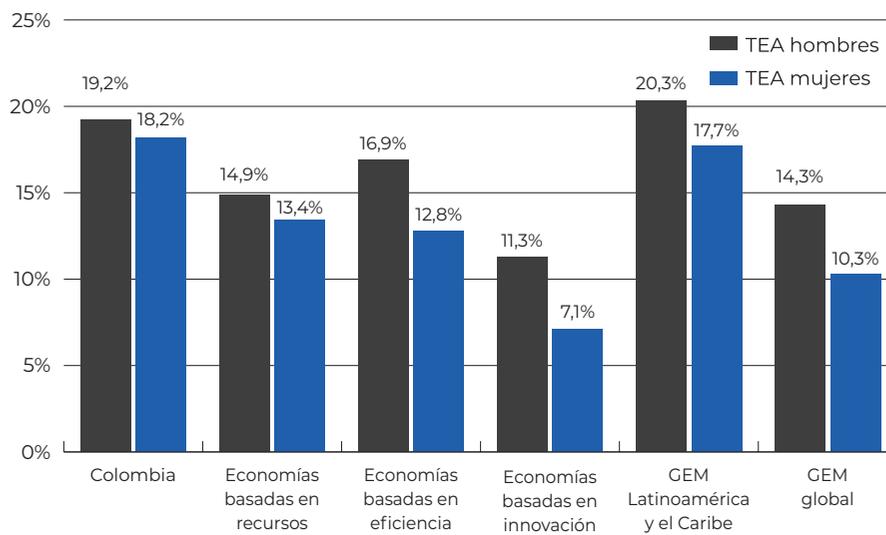
Al analizar los datos históricos para Colombia se observa una disminución en las brechas de la actividad emprendedora por género, tal como se ilustra en la figura 4.2. En el 2013, los hombres superaron a las mujeres en 13,2 puntos porcentuales, de manera que fue la proporción de hombres casi el doble con relación a la de las mujeres. La diferencia disminuyó a 8,2% en el 2014 para luego aumentar levemente a 8,6 puntos porcentuales en el 2015. En el 2016, la diferencia fue de 5,0 puntos porcentuales, y en el 2017 se presenta la diferencia más baja registrada por GEM, la cual es de 1 punto porcentual.

En la figura 4.3 se evidencia que la disparidad de género en materia de emprendimiento es 3 puntos porcentuales mayor que el promedio de economías basadas en eficiencia que en Colombia. Asimismo, esta diferencia es mayor en 2,9 puntos porcentuales en el promedio de los países en Latinoamérica y el Caribe.



Fuente: GEM 2017

Figura 4.2. Tasa de la actividad emprendedora (TEA) por género en Colombia 2013-2017



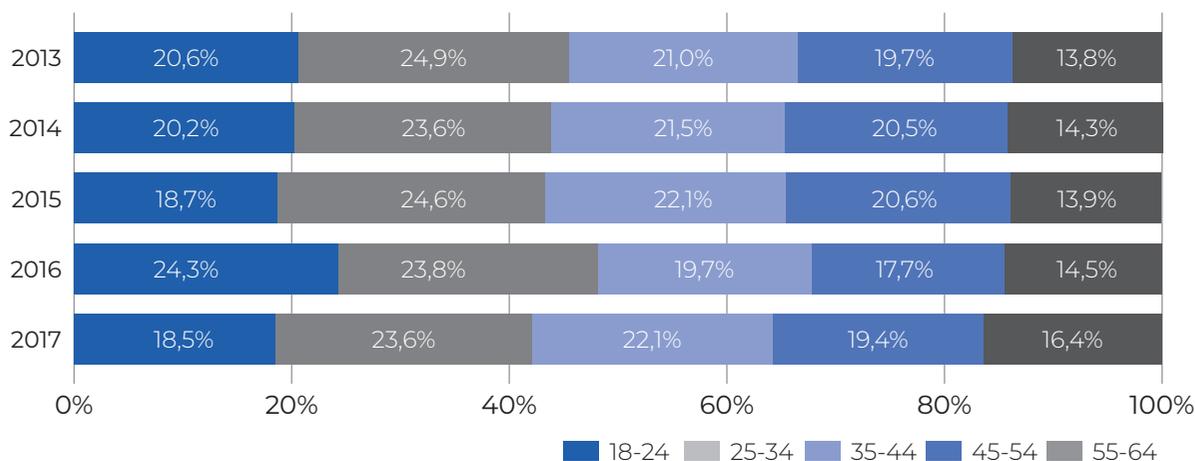
Fuente: GEM 2017

Figura 4.3. Tasa de la actividad emprendedora (TEA) por género de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017

Se puede concluir que las mujeres colombianas tienen hoy en día más protagonismo en la dinamización de la economía, pues son generadoras de ingreso y empleo como emprendedoras. A fin de analizar las causas de este fenómeno se requieren estudios que profundicen en las razones del cierre de estas brechas, a fin de determinar si esto se debe en mayor medida a un cambio institucional, a uno coyuntural o a otras razones.

Edad

En el 2017, Colombia tuvo una gran participación de los jóvenes en la actividad emprendedora, dado que el 42,1% de los emprendedores se encuentran entre los 18 y los 34 años, tal como se muestra en la figura 4.4. La mayoría de colombianos que emprendieron en el 2017 se encontraban entre los 35 y los 44 años de edad, con un 23,6%, como se aprecia en la figura 4.4. Sin embargo, este porcentaje no difiere de forma significativa con aquellos que emprendieron entre los 25 y los 34 años de edad (22,1%), y entre los 18 y los 24 años de edad (18,5%).



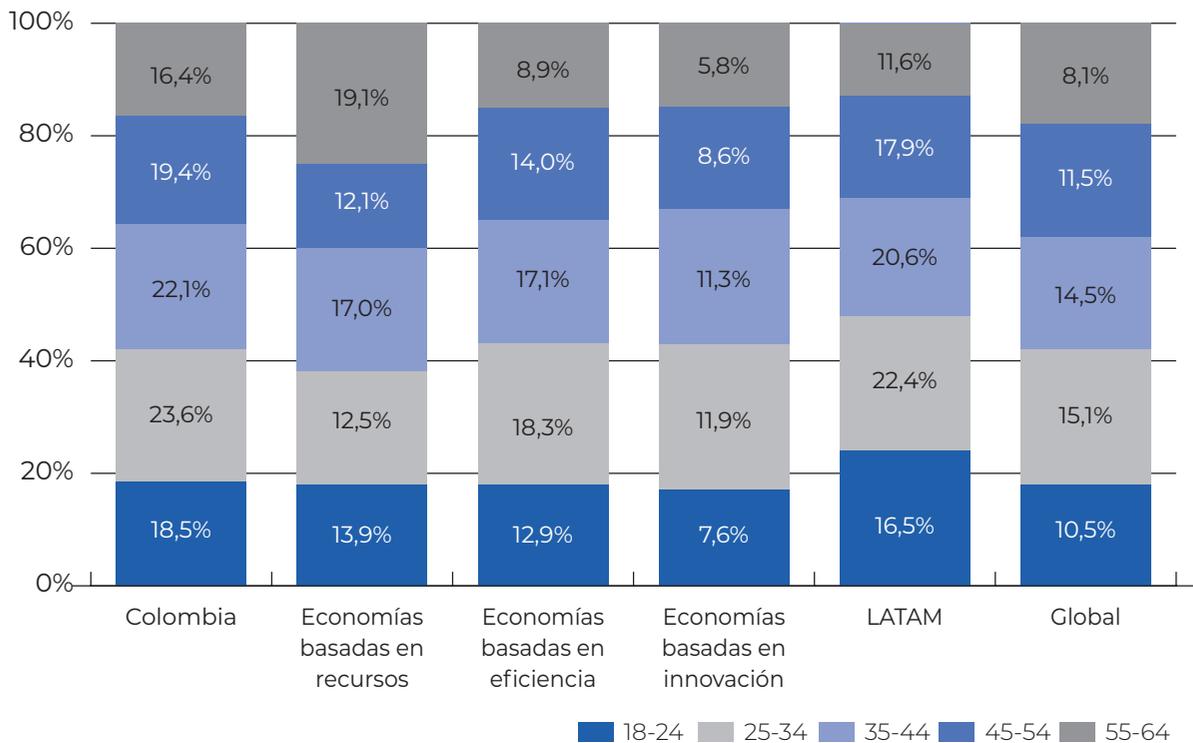
Fuente: GEM 2013-2017

Figura 4.4. Tasa de actividad emprendedora (TEA) por edad de Colombia en el periodo 2013-2017

Con respecto a los años anteriores (2013-2016), la distribución de la TEA por rangos de edad no ha presentado cambios notables. En el 2013 la mayor parte de la actividad emprendedora se concentraba en los individuos de 25 a 34 años, y en el 2014 y el 2015 esta

concentración se presentó en los individuos entre los 25 y 34 años. Esto cambió en el 2016, cuando los emprendedores estaban en su mayoría entre los 18 y los 24 años de edad.

Al comparar a Colombia con el promedio de las economías basadas en eficiencia se observa que la mayor parte de los emprendedores se encuentran entre los 18 y los 44 años, aunque la proporción en Colombia es mucho mayor que en el promedio de economías basadas en eficiencia. Por otra parte, la mayor parte de la actividad emprendedora en el promedio de países de Latinoamérica y el Caribe se encuentra en el rango de edad de los 25 a los 54 años, tal como se muestra en la figura 4.5.



Fuente: GEM 2017

Figura 4.5. Tasa de la actividad emprendedora (TEA) por edad de Colombia, GEM Latinoamérica y el Caribe, GEM Global y tipos de economía en el 2017

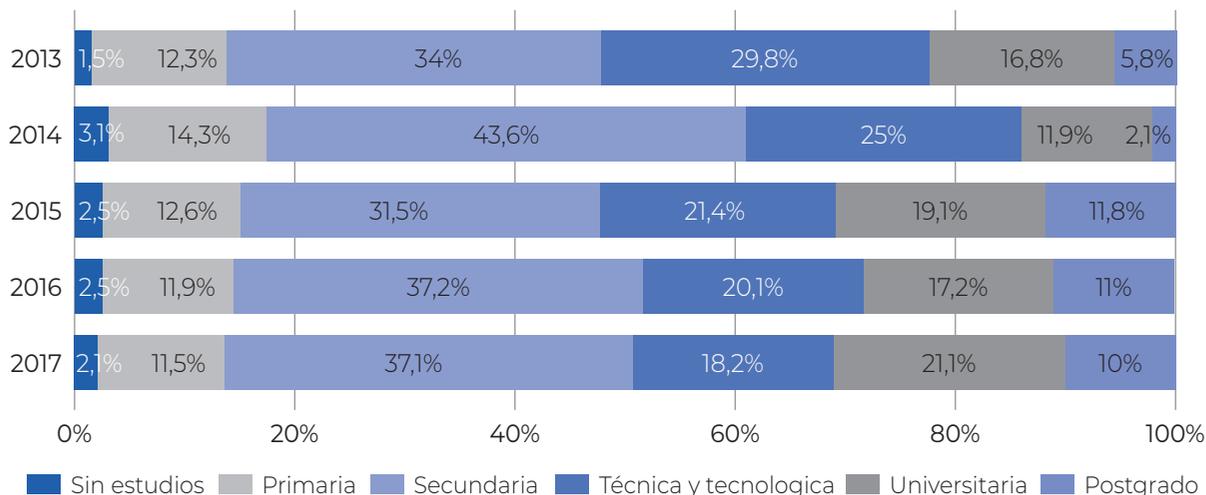
De lo anterior podemos afirmar que Colombia sigue el patrón postulado en diversos estudios (European Commission, 2013; OECD, 2001), los cuales resaltan el protagonismo de

los individuos entre los 18 y los 34 años, quienes desde una edad temprana tienen exposición a tecnologías de la información y la comunicación, lo que les posibilita desarrollar habilidades y aptitudes requeridas para crear empresas e innovar.

Educación

En el 2017 se destacó la participación de los individuos con formación secundaria, técnica y tecnológica como emprendedores nacientes o nuevos empresarios. Es positivo que el 52,4% de los emprendedores cuenten con educación superior, ya que esto significa un posible mayor uso del conocimiento en el emprendimiento. Este comportamiento se ha mantenido estable desde el 2013, con la excepción del 2016, cuando el porcentaje de emprendedores con educación superior fue de solo 38,9%, lo cual se evidencia en la figura 4.6.

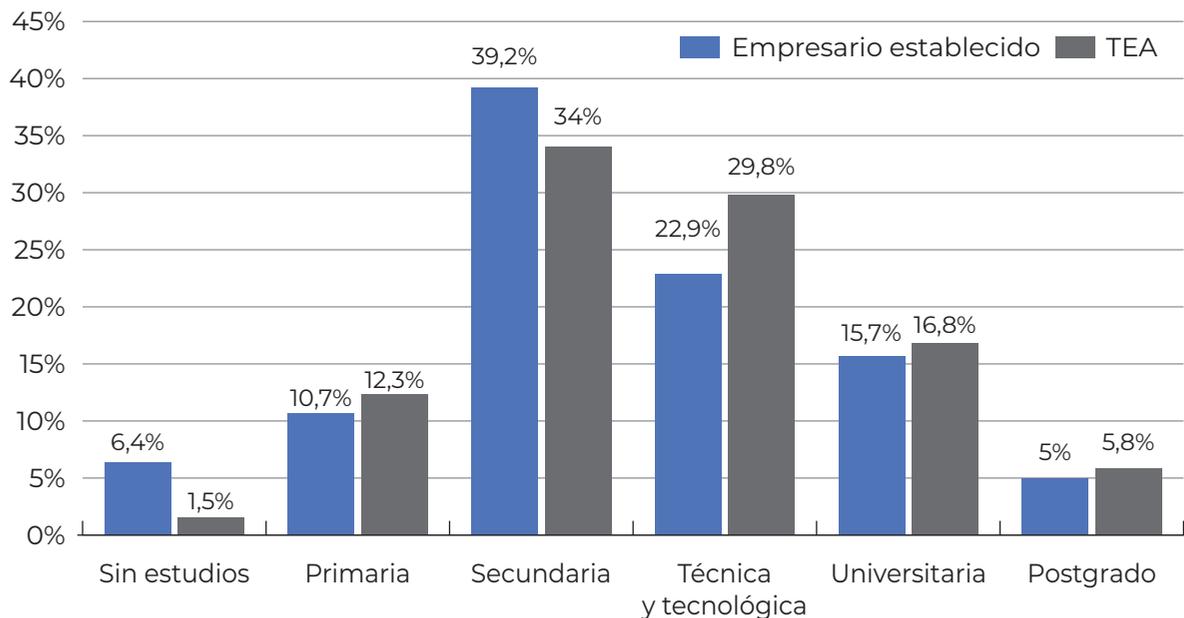
El hecho de que los emprendedores cuenten con niveles altos de educación puede aumentar la posibilidad de éxito empresarial (Blanchflower y Oswald, 1998; 2008; Krueger, Reilly y Carsrud, 1993; Martin, McNally y Kay 2013). Además, los llamados “emprendimientos dinámicos” o “con alto potencial de crecimiento” los crean con frecuencia emprendedores con altos niveles de educación (Galloway y Brown, 2002).



Fuente: GEM 2013-2017

Figura 4.6. Tasa de actividad emprendedora (TEA) según nivel de educación de Colombia 2013-2017

Al analizar los componentes de la TEA para Colombia, se encuentra que por cada cuatro empresarios establecidos sin educación se encuentra un emprendedor sin educación. Por otra parte, se destaca que el porcentaje de emprendedores técnicos y tecnólogos es mayor en 6,9 puntos porcentuales que los empresarios establecidos con el mismo nivel de educación, mientras que los empresarios establecidos con educación secundaria superan en 5,2 puntos porcentuales a los emprendedores con igual nivel de formación.



Fuente: GEM 2017

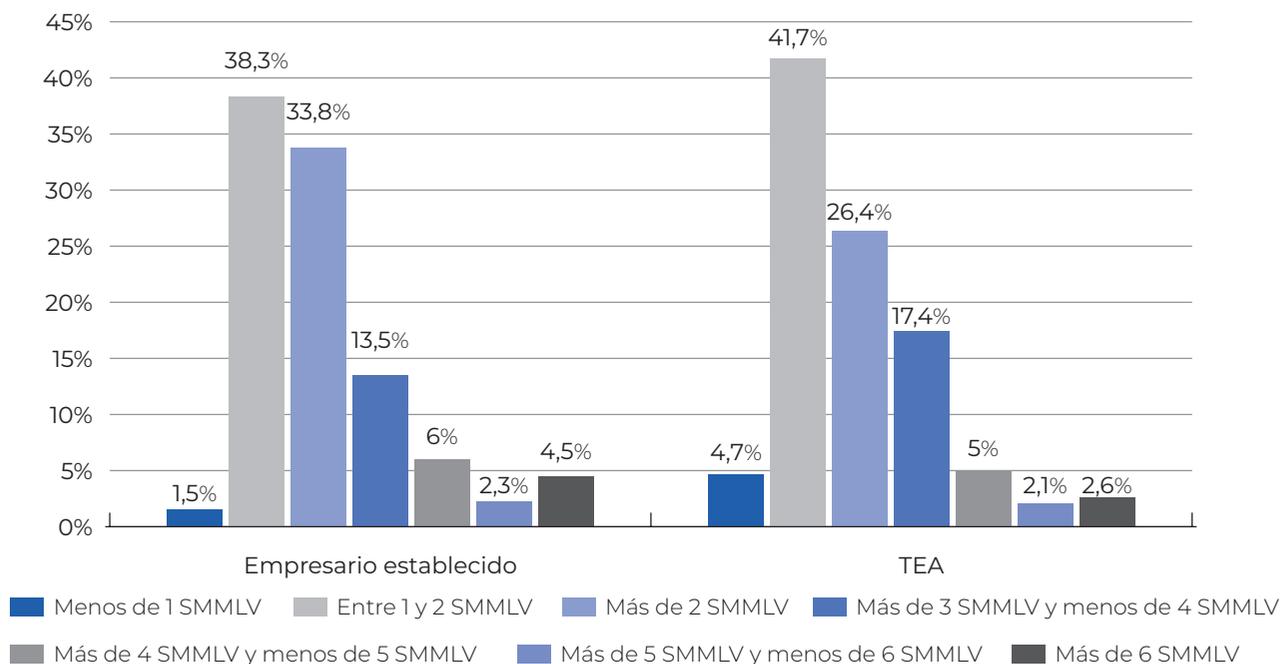
Figura 4.7. Tasa de actividad emprendedora (TEA) y empresarios establecidos en Colombia según nivel de educación en el 2017

Ingresos¹

GEM mide el ingreso de los individuos involucrados en la actividad emprendedora mediante el ingreso familiar. En Colombia, este se mide en intervalos de ingresos de salarios mínimos legales vigentes.

¹ Esta sección no presenta la comparación histórica de los ingresos debido a cambios en la metodología que impiden comparar categorías.

En el 2017 la mayor tasa de participación de la TEA en Colombia correspondió a los rangos entre 1-2 y 2-3 salarios mínimos legales vigentes (SMMLV). Este mismo patrón se registró en los empresarios establecidos. Cabe resaltar que los emprendedores poseen un ingreso mayor, dado que el 60,1% de estos ganan más de dos SMMLV, mientras que el 53,5% de los empresarios establecidos ganan más de dos SMMLV, como se ilustra en la figura 4.8.



Fuente: GEM 2017

Figura 4.8. Tasa de actividad emprendedora (TEA) y empresarios establecidos en Colombia según nivel de ingreso en el 2017

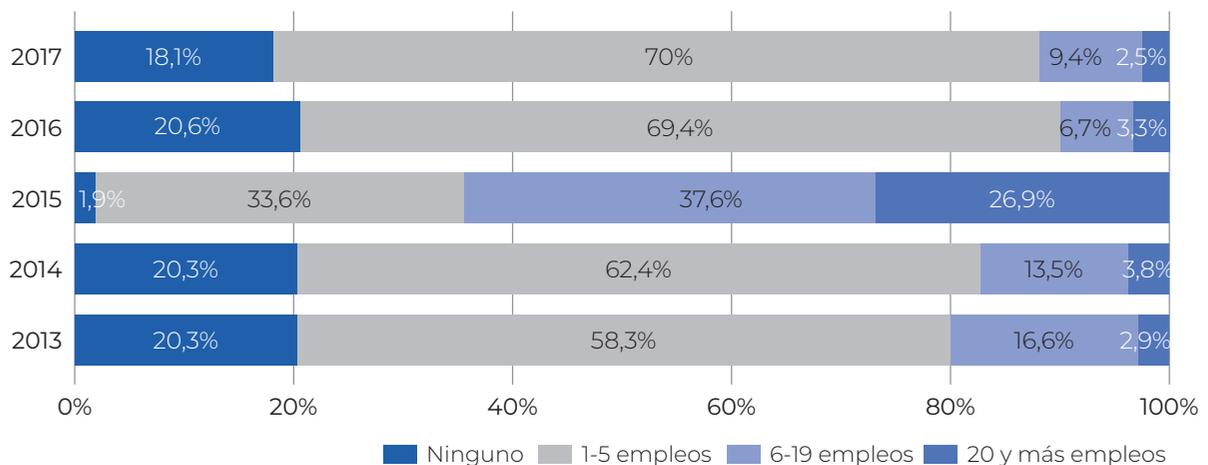
En Colombia, los emprendedores y los empresarios establecidos reciben ingresos por debajo de lo que reciben estos en economías basadas en innovación (Amorós, Bosna y GERA, 2014). La explicación a esto puede encontrarse en la gran concentración de empresas en el sector consumo que, como se expuso, es un sector caracterizado por bajos niveles de innovación y muchos competidores con productos similares, lo cual deriva en bajos ingresos.

ASPIRACIONES E IMPACTO DE LOS EMPRENDEDORES

Generación de empleo

Analizar el impacto del emprendimiento en la generación de empleo es uno de los principales propósitos de GEM, ya que así se puede medir el crecimiento económico de un país o región. GEM mide este aspecto con base en la cantidad de empleos actuales y la expectativa de generación de los empresarios en un periodo de cinco años.

En el 2017, el 70% de las nuevas empresas generó entre 1 y 5 empleos. Históricamente, este ha sido el comportamiento distintivo de las nuevas empresas, con excepción del 2015. Cabe resaltar que la cantidad de empresas que generan entre 1 y 5 empleos ha ido en aumento, con una gran variación en el 2015, pero vuelve a su tendencia en el 2016, como se presenta en la figura 4.9.

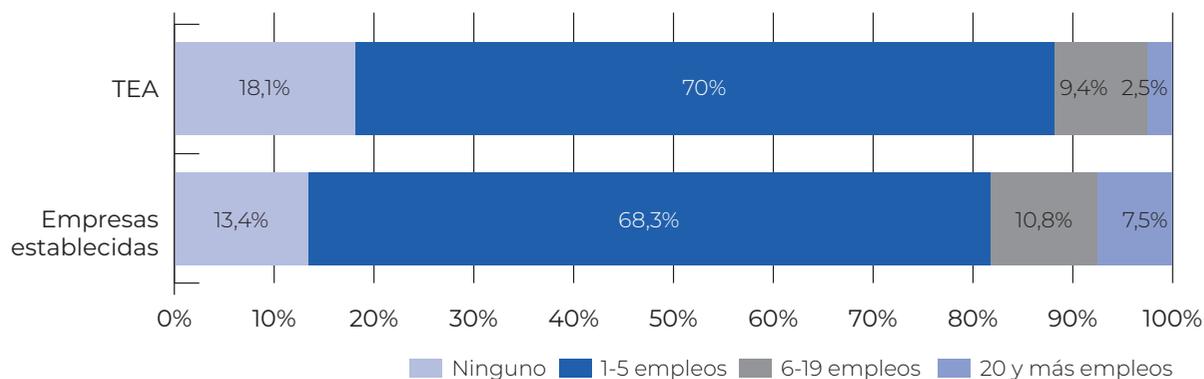


Fuente: GEM 2013-2017

Figura 4.9. Tasa de actividad emprendedora (TEA) según generación de empleo en Colombia en el periodo 2013-2017

Al analizar la generación de empleo entre las empresas nuevas y las establecidas en Colombia para el 2017 se encuentra que la mayoría de empresas establecidas y las nuevas empresas generan entre uno y cinco empleos (70% y 69,3%, respectivamente)-. En la categoría de seis a 19 empleos no se observan diferencias sobresalientes, mientras que

en la categoría de más de 20 empleos las empresas establecidas triplican el porcentaje de nuevas empresas (7,5% frente a 2,5%, como se aprecia en la figura 4.10).



Fuente: GEM 2017

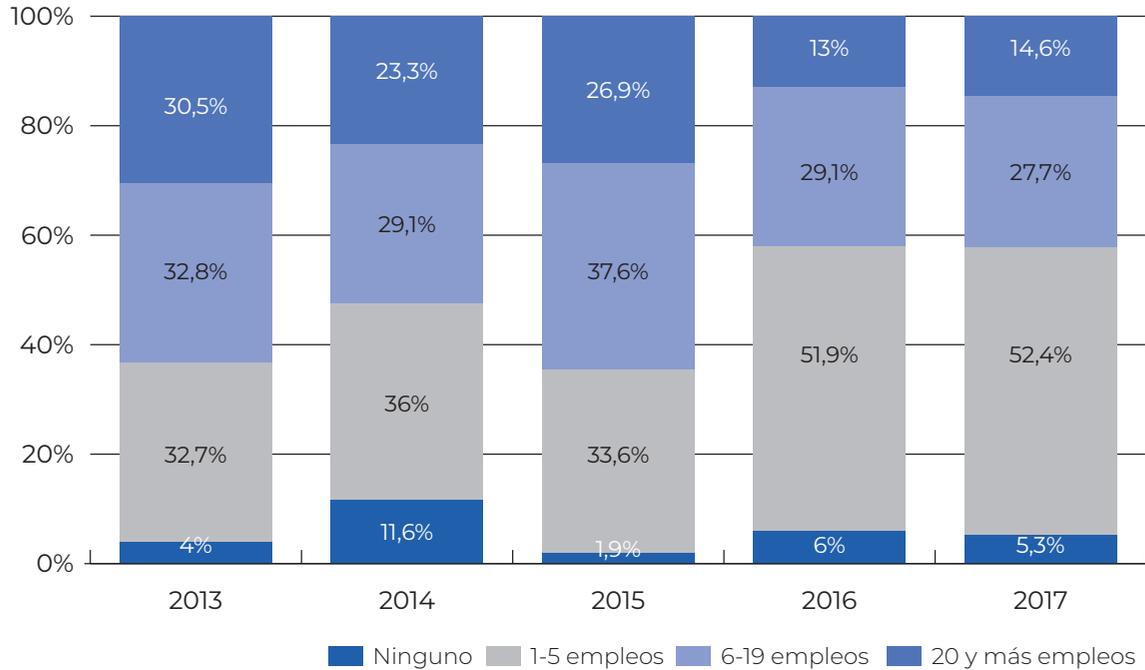
Figura 4.10. Tasas de actividad emprendedora (TEA) y de empresarios establecidos de Colombia según generación de empleo en el 2017

La mayoría de las nuevas empresas generan puestos desde su nacimiento, con lo cual se afianza la actividad emprendedora como un motor que impulsa la economía mediante la generación de empleo (Acs et. al., 2013; Autio, 2016).

Expectativas de crecimiento

La metodología GEM estima el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas tempranas que manifiesta tener expectativas de crear al menos un empleo durante los próximos cinco años. Para el GEM, un alto crecimiento implica el deseo de los emprendedores en etapas iniciales de crear 20 o más empleos durante los siguientes cinco años.

En el 2017, el porcentaje de nuevas empresas que esperaban generar más de seis empleos en los próximos cinco años es superior al 40%. También se destaca que más del 50% de las nuevas empresas esperan generar de uno a cinco empleos. En este orden de ideas, el 94,7% de las nuevas empresas esperan generar al menos un empleo en los próximos cinco años, tal como se observa en la figura 4.11.

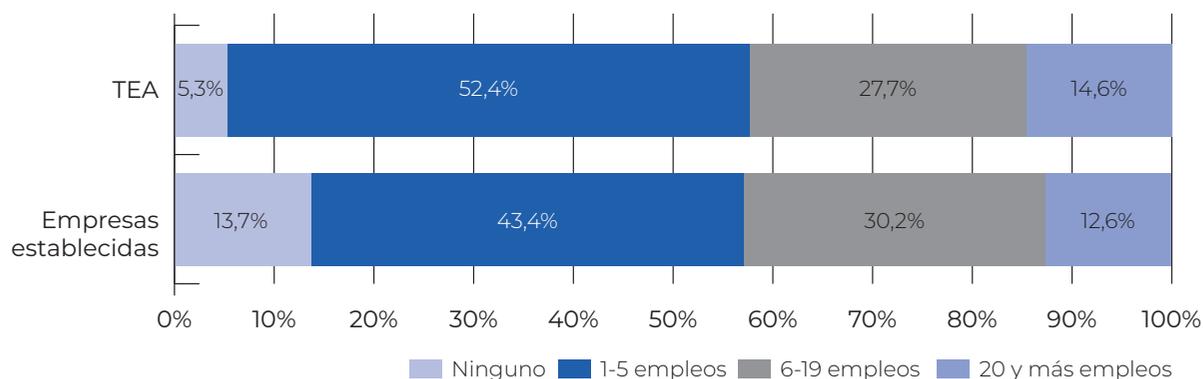


Fuente: GEM 2013-2017

Figura 4.11. Expectativas de crecimiento según generación de empleos de las nuevas empresas de Colombia en el periodo 2013-2017

Al comparar las expectativas de generación de empleos para nuevas empresas, así como para empresas establecidas, se encuentra que no hay diferencias notables en las empresas que buscan generar más de seis empleos (27,7% y 30,2%, respectivamente), mientras que la proporción de empresas establecidas que no esperan generar empleo es el doble que la proporción de nuevas empresas que no esperan generar empleo (13,7% y 5,3%, respectivamente), tal como se muestra en la figura 4.12.

Si bien las expectativas de crecimiento tienen un componente subjetivo, las investigaciones demuestran que, en la mayoría, el crecimiento de las empresas se obtiene cuando el empresario tiene expectativas de crecer (Stam et al., 2012), razón por la cual es un indicador válido para medir el impacto del crecimiento en la economía.



Fuente: GEM 2017

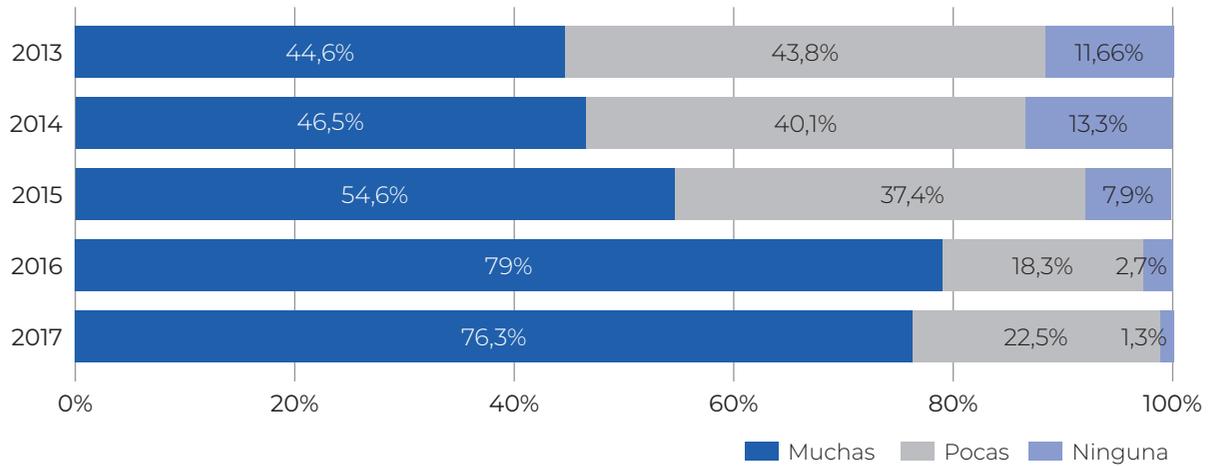
Figura 4.12. Expectativas de crecimiento según generación de empleo de las empresas nuevas y establecidas de Colombia en el 2017

Novedad de los productos o servicios ofrecidos

GEM analiza la capacidad de generación de nuevos productos o servicios de las empresas nuevas y establecidas, con base en la percepción de los emprendedores del conocimiento que sus consumidores potenciales puedan poseer sobre el producto o servicio ofrecido y de la cantidad que puedan ofrecer del mismo producto o servicio.

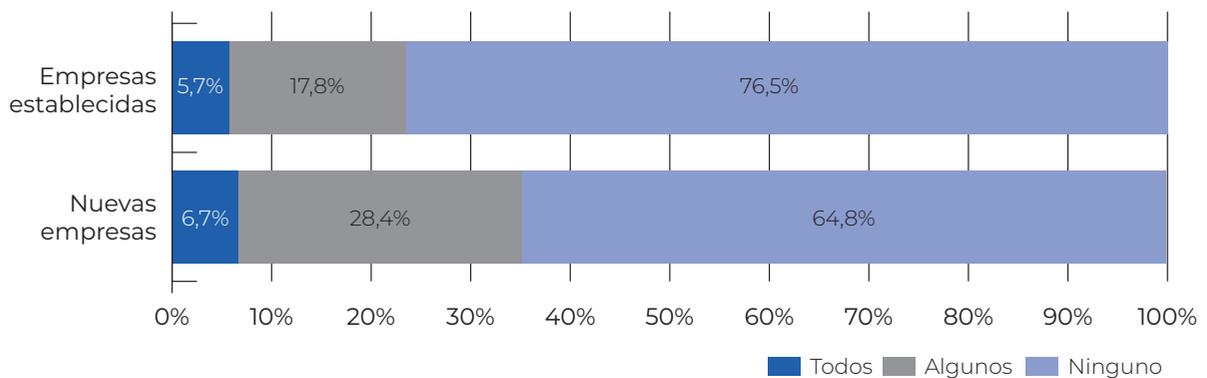
En Colombia, el 76,3% de los emprendedores consideraron que sus productos los ofrecen muchas empresas; asimismo, el 22,5% considera que pocas empresas ofrecen un producto similar, mientras que solo el 1,3% considera que ninguna otra empresa ofrece sus productos. Este comportamiento se presenta desde el 2016, ya que, en los años anteriores, la mitad o menos consideraban que muchas empresas ofrecían los mismos productos, como lo muestra la figura 4.13.

Al analizar el grado de novedad de los productos de las nuevas empresas y de las establecidas se observa que más de dos tercios de los empresarios perciben que sus clientes no consideraban su producto como nuevo. En contraste, solo el 5,7% de los emprendedores considera que sus clientes perciben su producto como nuevo, tal como se aprecia en la figura 4.14.



Fuente: GEM 2013-2017

Figura 4.13. Percepción de los emprendedores acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares de Colombia en el periodo 2013-2017



Fuente: GEM 2017

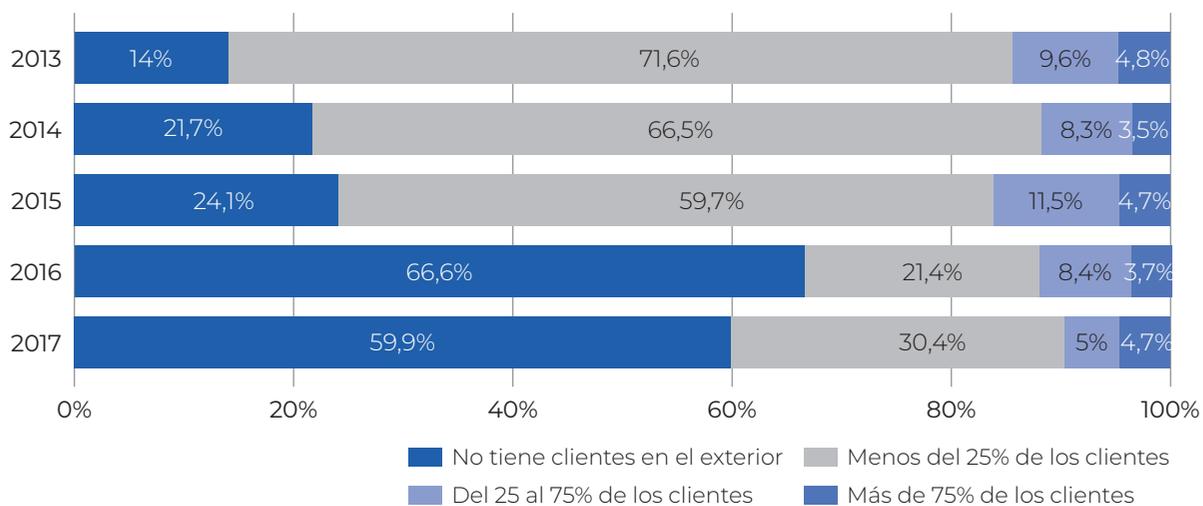
Figura 4.14. Novedad de los productos o servicios ofrecidos por las empresas nuevas y establecidas en Colombia en el 2017, según porcentaje de consumidores potenciales que consideran el producto o servicio desconocido o poco familiar

Como se ha mencionado, esto puede estar en gran medida relacionado con la alta concentración de empresas nuevas y establecidas en el sector consumo. Los datos exponen la

necesidad de retomar la imagen del emprendedor como un individuo que innova y genera cambios en la estructura de la industria y quien, mediante el proceso de destrucción creativa, contribuye a crecimiento económico (Schumpeter, 1934).

Orientación exportadora

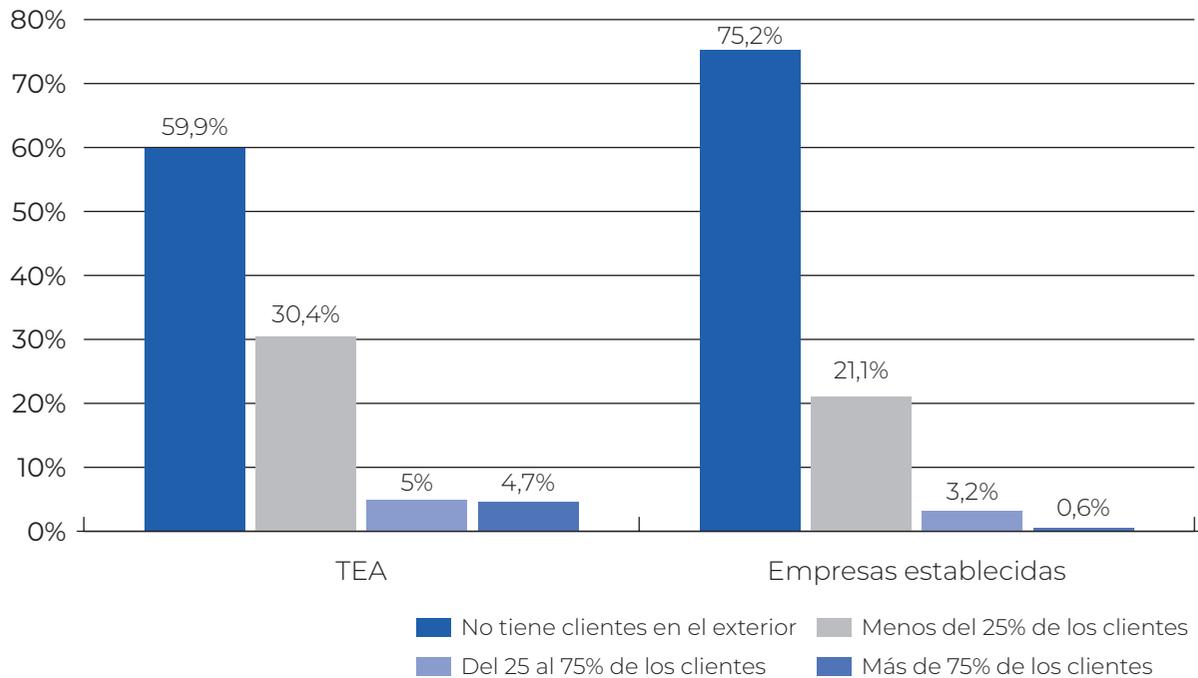
GEM mide la orientación exportadora con base en el porcentaje de clientes que las empresas poseen en el exterior. En tal sentido, en el 2017, el 40,1% de las nuevas empresas en Colombia reportaban tener clientes en el exterior, mientras que el 59,9% no los posee, tal como se aprecia en la figura 4.15. Este es un comportamiento similar al observado en el 2016. Sin embargo, en el 2013, el 2014 y el 2015, el porcentaje de empresas sin clientes en el exterior fue menor al 25%, lo cual significa un claro retroceso en cuanto a orientación exportadora.



Fuente: GEM 2013-2017

Figura 4.15. Orientación exportadora de las nuevas empresas de Colombia en el periodo 2013-2017

Al comparar las nuevas empresas con las empresas establecidas se observa que estas últimas poseen una menor orientación exportadora, ya que el 24,9% de estas reportan tener clientes en el exterior, contra el 40,1% de nuevas empresas con clientes en el extranjero. Cabe resaltar que el 4,7% de las nuevas empresas posee más del 75% de sus clientes, mientras que el 0,6% de las empresas establecidas posee el mismo porcentaje de clientes en el extranjero.



Fuente: GEM 2017

Figura 4.16. Orientación exportadora de las empresas nuevas y establecidas de Colombia en el 2017

CONTEXTO EMPRESARIAL COLOMBIANO

El primer componente del contexto estructural del entorno para la actividad emprendedora es la financiación, el cual mide la disponibilidad de los recursos financieros para las nuevas empresas. Al comparar los resultados de Colombia con el promedio de los grupos por tipo de economía o el global, esta se encuentra por debajo del promedio de todos. Sin embargo, cuando se contrasta con el promedio de América Latina no se observan diferencias destacables. El segundo componente es el de políticas gubernamentales. Este mide el apoyo de las políticas del gobierno a la creación y consta de dos elementos: 1. Emprendimiento como tema relevante; y 2. Impuesto y regulación. Cuando se compara la puntuación de Colombia con el resto de grupos de interés, tenemos que Colombia es superada por todos los grupos, aunque la diferencia que presenta con Latinoamérica no es destacable. El tercer componente analiza los programas de gobierno, es decir, la exis-

tencia y la calidad de programas gubernamentales que orienten la creación de empresas. Al analizar los resultados, se observa que el puntaje de Colombia solo es superado por las economías basadas en innovación, mientras que las diferencias con respecto a promedio global y el latinoamericano no son significativas, tal como se muestra en la tabla 1.1.

Tabla 1.1 Ecosistema emprendedor según expertos

Financiamiento		Políticas gubernamentales		Programas gubernamentales	
E. Innovación	4,53	E. Innovación	4,4	E. Innovación	4,7
Global	4,31	E. Recursos	4,4	Colombia	4,4
E. Recursos	4,16	Global	4,1	Global	4,3
E. Eficiencia	4,14	E. Eficiencia	3,8	LATAM	4,3
Colombia	3,55	LATAM	3,7	E. Eficiencia	4
LATAM	3,51	Colombia	3,5	E. Recursos	3,9
Educación y formación		Transferencias en I+D		Infraestructura comercial y legal	
Colombia	4,6	E. Innovación	4,4	E. Innovación	5,1
E. Innovación	4,12	Global	3,9	Global	4,9
Global	3,97	Colombia	3,7	E. Recursos	4,8
LATAM	3,93	E. Recursos	3,6	Colombia	4,7
E. Eficiencia	3,88	LATAM	3,6	LATAM	4,7
E. Recursos	3,67	E. Eficiencia	3,6	E. Eficiencia	4,7
Mercado interno		Infraestructura física		Normas sociales y culturales	
E. Recursos	4,84	E. Innovación	6,6	Colombia	5,7
E. Innovación	4,7	Global	6,5	E. Innovación	5,1
Global	4,64	E. Eficiencia	6,3	Global	4,8
E. Eficiencia	4,55	LATAM	6,2	E. Recursos	4,8
Colombia	4,34	Colombia	6,2	LATAM	4,7
LATAM	4,16	E. Recursos	6,1	E. Eficiencia	4,6

El componente de educación y formación en emprendimiento mide el grado de importancia dado al entrenamiento y la creación de empresas dentro del currículo académico. Al analizar las puntuaciones parecerá que Colombia aventaja al promedio de cada grupo por tipo de economía, así como a Latinoamérica y al promedio global con unas diferencias significativas. Por otra parte, en el componente de transferencias en I+D se evalúa el nivel en el cual el I+D fomenta el emprendimiento. En este se observa que Colombia se encuentra en un nivel similar al global y al latinoamericano, y solo es superada por el promedio del grupo de economías basadas en innovación. Asimismo, en el componente de infraestructura comercial y legal —el cual mide la garantía de los derechos de propiedad y los comerciales, entre otros— Colombia presenta puntuaciones similares al promedio de grupos de las economías basadas en eficiencia, al promedio latinoamericano y al global, solo superada por el grupo de economías impulsadas por la innovación.

Otro componente del ecosistema emprendedor es la apertura del mercado interno (la dinámica del mercado y su apertura a nuevas empresas). En este, Colombia presenta una puntuación similar al de los países latinoamericanos y a la del grupo de economías basadas en eficiencia, y la aventaja el grupo de economías basadas en innovación y el promedio global. Por otra parte, en materia de infraestructura física Colombia presenta puntajes muy similares al promedio de los grupos por tipos de economía, al promedio latinoamericano y al promedio global. Por último, en cuanto a si las normas sociales y la cultura fomentan la actividad emprendedora, Colombia recibió un puntaje superior al promedio de las economías basadas en eficiencia, al promedio latinoamericano y al global, y también superó el promedio de los países basados en innovación.

CONCLUSIONES

En relación con el perfil de los emprendedores en Colombia se encontró lo siguiente:

- En Colombia, las brechas históricas en emprendimiento por género han mostrado una tendencia decreciente. En el 2017, la proporción de hombres emprendedores con respecto a mujeres emprendedoras ha llegado a ser 1, de modo que fue este el año con la razón más baja en cuanto a emprendimiento por género se refiere. Es necesario indagar más a fondo las razones de este fenómeno. Por otra parte, gran parte de la población emprendedora se encuentra entre los 25 y los 34 y los 35 y los 44 años de edad, mientras que el nivel de educación de los emprendedores se concentra en estudios secundarios y técnicos o tecnólogos. Estos resultados reflejan

el gran margen de mejora de Colombia en los campos de emprendimiento basado en el uso intensivo del conocimiento, así como en emprendimiento juvenil. Adicionalmente, al analizar el impacto de los emprendedores en el mercado laboral, se aprecia que tanto la generación de nuevos empleos como las expectativas de generación de empleos han mostrado una tendencia decreciente en los últimos dos años, lo cual puede relacionarse con la poca innovación manifestada por los emprendedores y la disminución de la orientación exportadora.

- Con base en la opinión de los expertos, Colombia posee una excelente cultura y normas sociales que promueven el emprendimiento, de manera que supera al promedio de todos los grupos de países. Colombia también es primera en educación y entrenamiento en emprendimiento según los expertos. En cuanto a programas gubernamentales y transferencias en I+D, Colombia ocupa las primeras posiciones, y la superan solo las economías basadas en innovación. Este es un resultado interesante si se tiene en cuenta la dinámica de las transferencias en I+D con respecto al PIB en los últimos años. En lo demás campos (financiamiento, políticas gubernamentales, infraestructura comercial y legal, apertura del mercado interno e infraestructura física) la valoración de Colombia se encuentra por debajo de la media. De lo anterior, se debe resaltar que los puntajes se basan en la opinión de expertos nacionales, y que estos se comparan con los puntajes de otros expertos en otros países.

CONCLUSIONES

GEM estudia la actividad emprendedora de un país, una región o una localidad, y en particular la que proviene de la población adulta (18-64 años). Aborda para esto tanto el análisis de las actitudes hacia el emprendimiento como la dinámica de la actividad empresarial. En el primer caso, analiza las percepciones de los individuos sobre valores sociales, relacionados con el emprendimiento como opción de vida, así como las capacidades que estos poseen para emprender. En el segundo, determina el nivel de la actividad emprendedora (TEA) y las motivaciones para emprender, al igual que el perfil de los emprendedores y de las empresas.

GEM Colombia 2017-2018 encontró un contexto institucional aún en proceso de consolidación para el emprendimiento y el desarrollo de la actividad emprendedora, tanto en relación con las actitudes como con la dinámica empresarial. En este sentido, se destaca lo siguiente:

- El porcentaje de colombianos que perciben el emprendimiento como una carrera deseable ha ido en aumento, así como el porcentaje de colombianos que perciben aceptación del emprendimiento en su entorno, mientras que la cobertura de los medios de comunicación sobre noticias de nuevos emprendedores exitosos disminuye de manera progresiva. Esto puede reflejar la existencia de una cultura emprendedora cada vez más consolidada que necesita menos de la difusión de noticias sobre emprendedores exitosos por parte de los medios de comunicación.
- El número de colombianos que percibe poseer los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarios para emprender ha ido en aumento, en contraste con la disminución de la percepción de identificación de oportunidades en el entorno. Una rápida mirada a este **último** resultado podría parecer negativo, sin embargo,

el aumento de la percepción de capacidades para emprender puede estar asociado a mayores habilidades para identificar oportunidades de negocio y, por tanto, mejor selectividad.

- Se aprecia que la composición de la actividad empresarial está en proceso de evolución, ya que el tejido empresarial del país está superando la etapa de destrucción de empleos, lo cual se evidencia en la disminución de la TEA y la estabilización de los empresarios establecidos.
- Las nuevas empresas se concentran aún en el sector consumo, y dejan de lado sectores con altas tasas de innovación, ingreso y generación de empleo; esto puede estar relacionado con el poco impacto de los emprendedores en el mercado laboral. Más aún, la situación no tiende a mejorar, por cuanto las expectativas de generación de empleo han disminuido de manera progresiva en los últimos dos años, unido a la poca innovación manifestada por los emprendedores y la disminución de la orientación exportadora de las nuevas empresas.
- La razón de hombres emprendedores con respecto a mujeres emprendedoras en el 2017 es casi 1, de manera que este es el año que presenta la razón más baja en el histórico del país.
- Gran parte los emprendedores se concentran entre los 25 y los 44 años de edad, mientras que el nivel de educación de los emprendedores está concentrado en estudios secundarios, técnicos y tecnólogos. Esto demuestra que aún existen muchos emprendedores con poca capacidad para crear empresas innovadoras que generen empleo, es decir, el emprendimiento se concentra en la actualidad como generador de ingreso y no como generador de empleos.

Con base en las anteriores conclusiones, es posible recomendar diferentes líneas de acción que podrían tener en cuenta actores públicos y privados encargados de fortalecer la actividad emprendedora y consolidar el tejido empresarial, tales como creación de nuevos clústeres en los que se incluyan actividades relacionadas con los sectores de transformación y de servicios; generación de programas que permitan a las empresas conocer en mayor profundidad temas relacionados con gestión de la innovación; así como la iniciativa de conformar comunidades de negocios para aumentar las redes y el efecto de los modelos de referencia, de manera que estos puedan aprender de las experiencias de otros emprendedores, creen alianzas estratégicas y un círculo cercano que los motive.

REFERENCIAS

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Lehmann, E. E. (2013). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 41(4), 757-774.
- Amorós, E., Bosma, N. y GERA (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*. Chile: GERA.
- Autio, E. (2016). *Entrepreneurship Support in Europe: Trends and Challenges for EU Policy*. Report Pre-pared for EU DG Growth. doi:10.13140/RG.2.1.1857.1762.
- Baumol, W. J. (1993). Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and bounds. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 197-210.
- Blanchflower, D. y Oswald, A. (1998). *Entrepreneurship and the Youth Labour Market. A Report for the OECD*. París: OECD.
- Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurship Research. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.
- DANE. (2015). *Reporte Gran Encuesta Integrada de Hogares-GEIH-2015*. Dirección de Metodología y Producción Estadística.
- Davidsson, P. (1995). Culture, Structure and Regional Levels of Entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(1), 41-62.
- Dutta, N. y Sobel, R. (2016). Does corruption ever help entrepreneurship? *Small Business Economics*, 47(1), 179-199.
- European Commission. (2013). Youth Employment Package. *Ec.europa.eu*. Disponible en: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=1731&furtherNews=yes>
- Galloway, L. y Brown, W. (2002). Entrepreneurship Education at University: A Driver in the Creation of High Growth Firms? *Education + Training*, 44(8-9), 398-405.
- Hayton, J. C., George, G. y Zahra, S. A. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-52.

- Kelly, D., Herrington, M., Brush, C., Ali, A., Green, P. y Kew, P. (2015). *Special Report. Women's Entrepreneurship*, GERA.
- Kwon, S. -W. y Arenius, P. (2010). Nations of Entrepreneurs: A Social Capital Perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Krueger, N., Jr. Reilly, M. y Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 315-330.
- Lewis, W. A. (1954). Economic Development with Unlimited Supplies of Labour. *The Manchester School*, 22(2), 139-191.
- Martin, B., McNally, J. y Kay, M. (2013). Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224.
- OECD. (2001). Putting the Young in Business, Policy Challenges for Youth Entrepreneurship. *LEED Note-book* (n.º 29). París: OCDE.
- Reynolds, P., Hayand, M. y Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*. Paul D. Reynolds, Michael Hay, and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Reynolds, P. Bosma, N., Autio, E., Hunt, H., De Bono, N., Servais, I.,... y Chi, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- Rose, R. (1998). *Getting Things Done in an Anti-modern Society: Social Capital Networks in Russia* (Vol. 6). Washington, DC: World Bank.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90.
- Stam, E., Bosma, N., van Witteloostuijn, A., de Jong, J. P. J., Bogaert, T., Edwards, N. y Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship: A Review of the Academic Literature and New Directions for Public Policy*. Advisory Council for Science and Technology Policy.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Transaction Publishers.
- Schwab, K. (2013). *The Global Competitiveness Report 2013-2014*. World Economic Forum.
- Sepúlveda, C. I. y Gutiérrez, R. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73).
- Tang, J., Tang, Z., Marino, L. D., Zhang, Y. y Li, Q. (2008). Exploring an Inverted U-shape Relationship between Entrepreneurial Orientation and Performance in Chinese Ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(1), 219-239.
- Wennekers, S., van Stel, A., Thurik, A. R. y Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-30.

ANEXO 1 FICHA METODOLÓGICA

Encuesta a la población adulta (APS)

Nombre del estudio	Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017-APS Methodology
Metodología	Cuantitativa
Tipo de estudio	Encuestas administradas telefónicamente (población urbana) y presencialmente (población rural)
Fecha de trabajo de campo	Junio-agosto 2017
Universo	Población colombiana adulta entre los 18 y los 64 años de edad
Muestra	Muestra aleatoria
Total muestral	2000 encuestas
Encuestador	INFO Investigaciones S. A. S.

Encuesta a expertos nacionales

Nombre del estudio	Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017-Encuesta a Expertos Nacionales
Tipo de estudio	Encuesta autoadministrada
Muestra	36 expertos de Colombia
Fecha de trabajo de campo	Mayo-julio 2017
Encuestador	Miembros del equipo GEM Colombia

ANEXO 2 PAÍSES PERTENECIENTES A GEM POR REGIÓN GEOGRÁFICA Y NIVEL DE DESARROLLO ECONÓMICO 2018

	Economías impulsadas por factores	Economías impulsadas por la eficiencia	Economías impulsadas por la innovación
África		Sudáfrica, Egipto, Marruecos	
Asia y Oceanía	India, Madagascar, Kazajistán	China, Indonesia, Vietnam, Malasia, Tailandia, Irán, Líbano, Arabia Saudita	Australia, Japón, Taiwán, Qatar, Korea, Israel
América Latina y el Caribe		Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay	Puerto Rico
Unión Europea		Croacia, Lituania, Polonia, Rumania, Bulgaria, Letonia, Eslovaquia	Alemania, Eslovenia, España, Estonia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Suecia, Reino Unido, Chipre
No pertenecientes a la Unión Europea			Suiza
Norte América			Canadá, Estados Unidos

Nota. Tomado de Reporte GEM Colombia 2017.

ANEXO 3 GLOSARIO DE LOS PRINCIPALES TÉRMINOS E INDICADORES

Indicador	Descripción
Percepciones y actitudes emprendedoras	
Percepción de oportunidades	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que identifica buenas oportunidades para poner en marcha una empresa en los próximos seis meses cerca del área donde vive.
Percepción de capacidades	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que cree tener los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesaria para iniciar una empresa.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que percibe que el miedo al fracaso podría disuadirlo a la hora de poner en marcha una empresa.
Intención emprendedora	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que no están involucrados en proceso empresariales y que intentarían comenzar una empresa en los próximos tres años.
Creación de empresas como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que piensa que la creación de empresas es una elección de carrera deseable.
Estatus de los nuevos empresarios	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que piensa que al convertirse en empresario se adquiere respeto y estatus social.
Cobertura de los medios de comunicación	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que piensa que es común la cobertura y la atención que les dan los medios de comunicación a los nuevos empresarios, a los empresarios establecidos y a los empresarios exitosos.
Actividad emprendedora	
Tasa de emprendedores nacientes	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que se encuentra involucrado en la puesta en marcha de una empresa, bien sea como propietario o bien como copropietario, pero que no haya pagado salarios, en dinero o en especies, por más de tres meses.
Tasa de nuevos empresarios	Porcentaje de la población entre los 18 y los 64 años de edad que posee o gestiona una empresa que se encuentra en marcha y ha pagado salarios, en dinero o en especies, por un periodo de entre tres y 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora (TEA)	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son empresarios nacientes o empresarios nuevos.

Indicador	Descripción
Tasa de empresarios establecidos	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son propietarios y directivos de una empresa establecida, que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de remuneración a sus propietarios, en dinero o en especie, por más de 42 meses.
Discontinuidad empresarial	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que en los últimos 12 meses ha descontinuado una empresa, bien sea por venderla, cerrarla, reubicarla o cualquier otro mecanismo que lleve a la separación de él o de ella de la empresa.
TEA por necesidad	Porcentaje de individuos que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una empresa no disponían de otras oportunidades de trabajo, y que esta nueva actividad empresarial era su única opción de generar ingresos.
TEA por oportunidad	Porcentaje de individuos que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una empresa tenían pleno conocimiento del entorno para el emprendimiento y vislumbraron una oportunidad empresarial, seleccionando esta opción frente a otras posibilidades de generación de ingresos que tenían como alternativas.

Nota. Reporte GEM Colombia 2017.

ANEXO 4. DIFERENCIA DE MEDIAS EN DISCONTINUOS PARA COLOMBIA VS. GRUPOS DE ECONOMÍAS, LATAM Y GLOBAL

Recursos vs. Colombia					
One-sample t test					
Variable	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]
Discon~s	3	5,706667	1,24513	2,156625	0,3493121 11,06402
mean = mean(Discontinuos)			t = 1.0494		
Ho: mean = 4.4			degrees of freedom		= 2
Ha: mean < 4,4		Ha: mean != 4,4		Ha: mean > 4,4	
Pr(T < t) = 0,7980		Pr(T > t) = 0,4041		Pr(T > t) = 0,2020	
Eficiencia vs. Colombia					
One-sample t test					
Variable	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]
Discon~s	26	5,36731	0,4747996	2,421012	4,38944 6,345176
mean = mean(Discontinuos)			t = 2,0373		
Ho: mean = 4,4			degrees of freedom		= 25
Ha: mean < 4,4		Ha: mean !=4,4		Ha: mean > 4,4	
Pr(T < t) = 0,9738		Pr(T > t) = 0,0523		Pr(T > t) = 0,0262	
Economías basadas en innovación vs. Colombia					
One-sample t test					
Variable	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]
Discon~s	24	3,579167	0,3723145	1,823961	2,808975 4,349358
mean = mean(Discontinuos)			t = -2,2047		
Ho: mean = 4,4			degrees of freedom		= 23
Ha: mean < 4,4		Ha: mean != 4,4		Ha: mean > 4,4	
Pr(T < t) = 0,0189		Pr(T > t) = 0,0377		Pr(T > t) = 0,9811	



Global vs. Colombia					
One-sample t test					
Variable	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]
Discon~s	53	4,5768	0,316638	2,30516	3,941412 5,212173
mean = mean(Discontinuos)				t = 0,5583	
Ho: mean = 4,4			degrees of freedom		= 52
Ha: mean < 4,4		Ha: mean != 4,4		Ha: mean > 4,4	
Pr(T < t) = 0,7105		Pr(T > t) = 0,5790		Pr(T > t) = 0,2895	
LATAM vs. Colombia					
One-sample t test					
Variable	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Interval]
Discon~s	11	5,1609090	0,6004475	1,991459	3,823029 6,498789
mean = mean(VAR00001)				t = 1,2672	
Ho: mean = 4,4			degrees of freedom		= 10
Ha: mean < 4,4		Ha: mean != 4,4		Ha: mean > 4,4	
Pr(T < t) = 0,8831		Pr(T > t) = 0,2338		Pr(T > t) = 0,1169	

ANEXO 5 DIFERENCIA DE PROPORCIONES EN COLOMBIA EN EL PERIODO 2013-2017

Año= 2013			
Discontinuos			
One-sample test of proportion			
Variable	Mean	Std. Err.	[95% Conf. Interval]
DISCEN17	0,0338235	0,0031003	0,0277471 0,0398999
p = proportion(DISCEN17)		z = -2.8932	
Ho: p = 0.044		Number of obs	= 3400
Ha: p < 0.044		Ha: p != 0.044	Ha: p > 0.044
Pr(Z < z) = 0.0019		Pr(Z > z) = 0.0038	Pr(Z > z) = 0.9981
Año = 2014			
Discontinuos			
One-sample test of proportion			
Variable	Mean	Std. Err.	[95% Conf. Interval]
DISCEN17	0,0287185	0,002749	0,0233305 0,0341065
p = proportion(DISCEN17)		z = -4.5267	
Ho: p = 0.044		Number of obs	= 3691
Ha: p < 0.044		Ha: p != 0.044	Ha: p > 0.044
Pr(Z < z) = 0.0000		Pr(Z > z) = 0.0000	Pr(Z > z) = 1.0000
Año = 2015			
Discontinuos			
One-sample test of proportion			
Variable	Mean	Std. Err.	[95% Conf. Interval]
DISCEN17	0,0491047	0,0035592	0,0421289 0,0560806
p = proportion(DISCEN17)		z = 1.5111	
Ho: p = 0.044		Number of obs	= 3686
Ha: p < 0.044		Ha: p != 0.044	Ha: p > 0.044
Pr(Z < z) = 0.9346		Pr(Z > z) = 0.1308	Pr(Z > z) = 0.0654



Año = 2016			
Discontinuos			
One-sample test of proportion			
Variable	Mean	Std. Err.	[95% Conf. Interval]
DISCEN17	0,0502658	0,0048035	0,0408512 0,0596805
p = proportion(DISCEN17)		z = 1.3896	
Ho: p = 0.044		Number of obs	= 2069
Ha: p < 0.044		Ha: p != 0.044	Ha: p > 0.044
Pr(Z < z) = 0.9177		Pr(Z > z) = 0.1646	Pr(Z > z) = 0.0823
Año = 2017			
Discontinuos			
One-sample test of proportion			
Variable	Mean	Std. Err.	[95% Conf. Interval]
DISCEN17	0,0409914	0,0043287	0,0325074 0,0494755
p = proportion(DISCEN17)		z = -0.6719	
Ho: p = 0.044		Number of obs	= 2098
Ha: p < 0.044		Ha: p != 0.044	Ha: p > 0.044
Pr(Z < z) = 0.2508		Pr(Z > z) = 0.5016	Pr(Z > z) = 0.7492



Esta obra, editada en Barranquilla por
Editorial Universidad del Norte, se terminó de imprimir
en los talleres de Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.S. en enero de 2019.
Se compuso en ITC Mendoza Roman Std y Montserrat.



COLOMBIA

2017