



Global Entrepreneurship Monitor CoLombia 2012



GEM, Global Entrepreneurship Monitor: Colombia 2012 / Fernando Pereira ...[et al.] -- Bogotá: Universidad de los Andes, Ediciones Uniandes, 2013.
96 p.; 21.5 cm x 28 cms

Entidades participantes: Universidad de los Andes, Universidad Icesi, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad del Norte.

ISBN impreso: 978-958-695-888-2

ISBN digital: 978-958-695-889-9

1. Nuevas empresas – Colombia – Informes 2. Empresas – Colombia – Informes 3. Empresarios industriales – Colombia – Informes I. Universidad de los Andes (Colombia) II. Universidad ICESI (Cali) III. Pontificia Universidad Javeriana (Cali) IV. Universidad del Norte (Barranquilla)

CDD 658.11

SBUA



Global Entrepreneurship Monitor

© 2013, Rafael Augusto Vesga Fajardo (Universidad de los Andes), Raúl Fernando Quiroga Marín (Universidad de los Andes), Fernando Pereira Laverde (Universidad Javeriana Cali), Rodrigo Varela Villegas (Universidad Icesi), Juan David Soler (Universidad Icesi), Liyis Gómez (Universidad del Norte), Juan Guillermo Restrepo (Universidad del Norte)

© 2013, Universidad de los Andes, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad Icesi, Universidad del Norte

El proyecto de investigación GEM, se realiza a través de un consorcio internacional de investigadores y de instituciones, que estuvo compuesto, en el 2012, por representantes de 69 países en los cinco continentes. En Colombia este proyecto lo realiza un consorcio integrado por la Universidad Icesi, la Universidad del Norte, la Pontificia Universidad Javeriana de Cali y la Universidad de los Andes.

La interpretación de los resultados de GEM Colombia 2012-2013 es responsabilidad de los autores y no compromete el nombre de las instituciones patrocinadoras.

Instituciones patrocinadoras:

- Universidad de los Andes - Facultad de Administración - Centro de Emprendimiento e Innovación
- Pontificia Universidad Javeriana Cali - Grupo Investigación, Emprendimiento y su Impacto en el Desarrollo Regional
- Universidad Icesi - Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial
- Universidad del Norte - Centro de Emprendimiento

ISBN impreso: 978-958-695-888-2

ISBN digital: 978-958-695-889-9

Fotografías de carátula: Licencia *creative commons*, www.flickr.com, Luz Adriana Villa

Diseño y diagramación: Adriana Bermúdez

Corrección de estilo: Fernando Carretero

Coordinadora editorial: Piedad Salgado

Impresión: Editorial kimpres

Hecho en Colombia

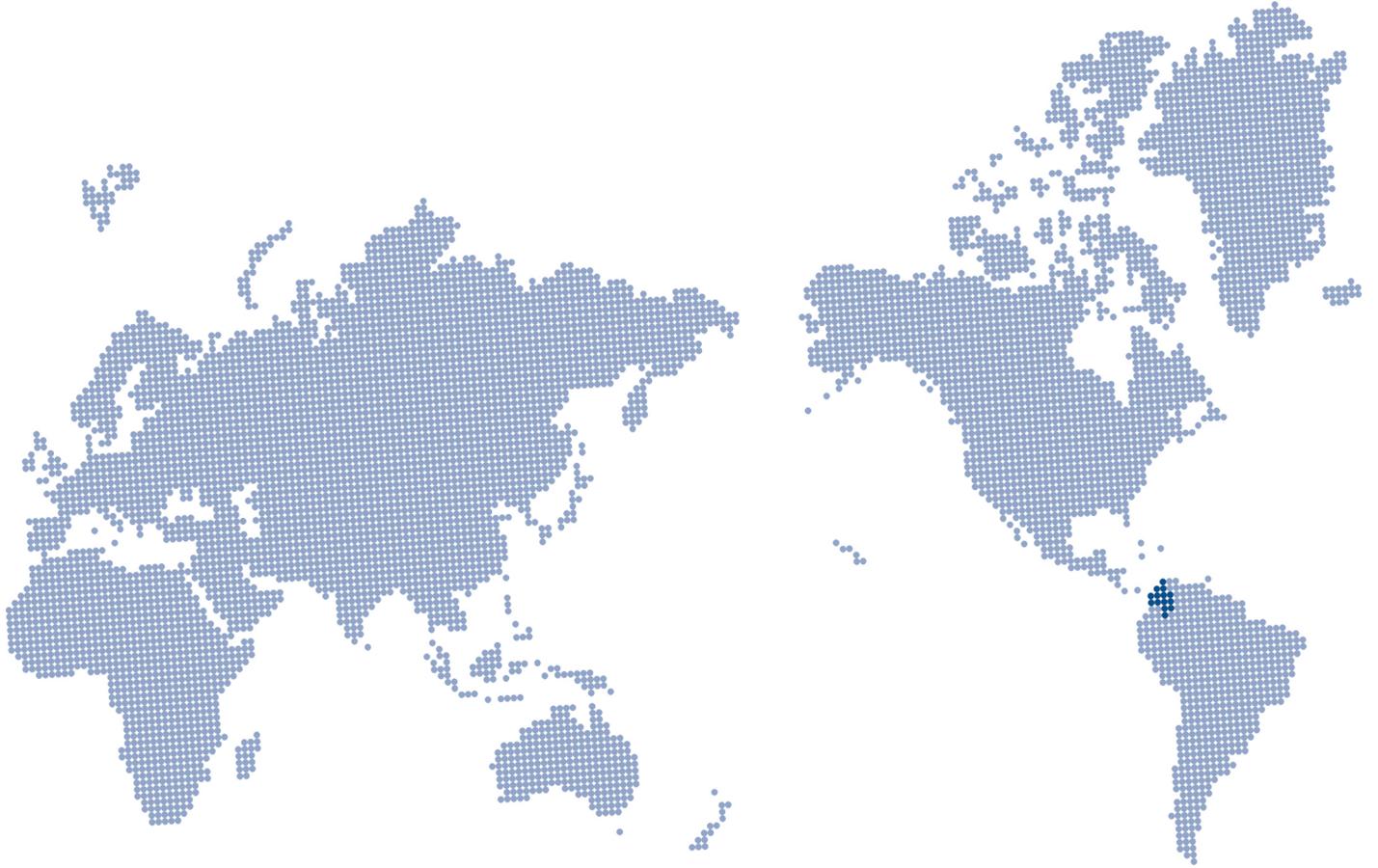
Printed and made in Colombia

Mayo de 2013

Todos los derechos son reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su todo ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de la editorial.



Global Entrepreneurship Monitor
CoLombia 2012





Contenido

Introducción	7
A. Encuesta a la población adulta de 18 a 64 años de edad (Adult Population Survey, APS)	11
B. Encuesta a expertos nacionales (National Expert Survey, NES)	11
C. Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (Secondary Variables, SV)	11
Capítulo I. Metodología	11
Capítulo II. Participación de los países en el 2012	13
Capítulo III. Actividad emprendedora en el 2012	19
Capítulo IV. Actitudes y percepciones de los colombianos para la creación de nuevas empresas.	27
Capítulo V. Perfil del emprendedor colombiano	33
A. Emprendedor por necesidad	33
B. Emprendedor por oportunidad	36
C. Emprendedores de alto potencial de crecimiento	38
Capítulo VI. Características de las nuevas empresas y las establecidas en Colombia	45
A. Nivel de tecnología	45
B. Nivel de internacionalización	48
C. Cierre de negocios	50
D. Nivel de formalidad de las nuevas empresas en Colombia	51
E. Nivel de inversión requerido para iniciar un nuevo negocio en Colombia	52
Capítulo VII. Condiciones del entorno para el emprendimiento en Colombia y el mundo	53
Capítulo VIII. Emprendimiento en la población inmigrante de Colombia	69
Capítulo IX. Inversionistas informales	75
Anexos	79
Anexo 1. Ficha técnica de la encuesta para Colombia 2012	79
Anexo 2. Glosario	80
Anexo 3. Actividades emprendedoras en las 67 economías GEM en el 2012	82
Anexo 4. Equipos GEM Nacionales	84
Bibliografía	95



GEM

Introducción

El propósito del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor*, **GEM**, es examinar el papel que tiene el emprendimiento como fuerza impulsora del crecimiento económico a lo largo del mundo. El proyecto aspira a capturar información sobre el desarrollo de todas las actividades que conduzcan a la creación de nuevos negocios en los diferentes países.

La investigación **GEM** realiza cada año una encuesta en cada uno de los países participantes en el estudio. El número de países que participan en **GEM** crece cada año y en 2012 se realizó en 69 países, comparado con los 54 países que participaron en el 2011. El estudio se centra en la aplicación de una encuesta a la población adulta en una muestra diseñada para reflejar la distribución de la población en cada país y su meta es capturar información respecto a la actividad de cada individuo en las distintas etapas del emprendimiento. De esta manera, **GEM** ofrece una perspectiva diferente a la de otros estudios internacionales sobre emprendimiento, los cuales se concentran en el nivel de la firma y capturan información respecto a los registros de creación de empresas según las fuentes oficiales en cada país. Con esta metodología basada en encuestas a personas, **GEM** busca documentar la evolución de los individuos en las distintas etapas de la actividad emprendedora en cada país, independientemente del grado de formalidad o informalidad que tienen estos emprendimientos.

GEM se propone estos objetivos principales:

- Identificar y comparar las características de la actividad emprendedora entre países.

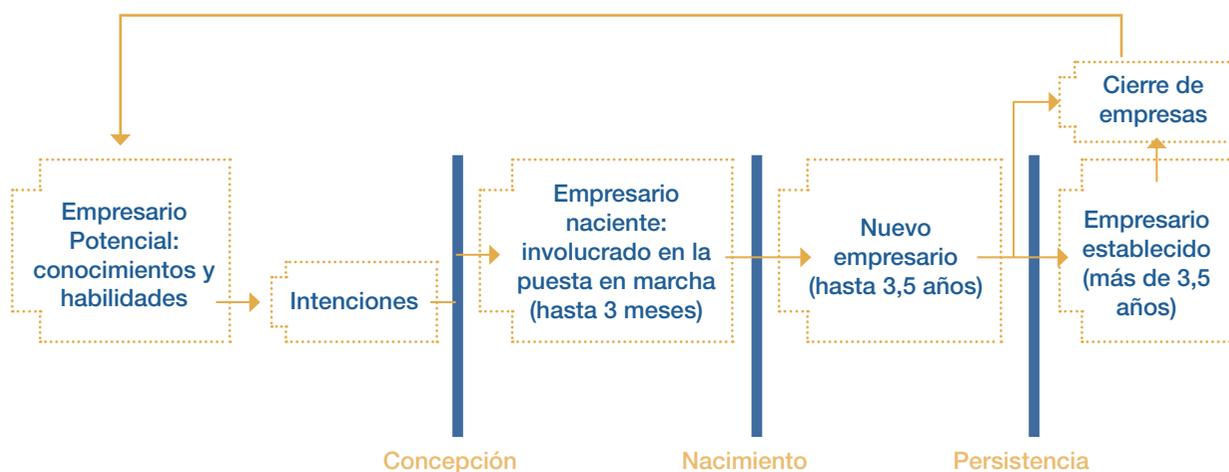
- Identificar el grado en el cual la actividad emprendedora se relaciona con el crecimiento económico en los diferentes países.
- Identificar factores que estimulan o frenan el crecimiento de la actividad emprendedora.
- Contribuir al diseño de políticas efectivas para el fomento del emprendimiento.

El instrumento de encuesta a partir del cual se realiza el estudio **GEM** lo responden al menos 2.000 personas en cada país. En forma paralela se realiza un estudio basado en entrevistas a expertos en emprendimiento en cada país (conocido como el estudio NES, *National Experts Survey*), el cual se concentra en el análisis de las condiciones contextuales y de entorno para el emprendimiento.

Se estima que en el año 2012, el estudio **GEM** cubrió el 74% de la población del mundo y el 87% del PIB global. Adicionalmente a las mediciones que se realizan regularmente cada año, en 2012 examinó también la actividad emprendedora de los inmigrantes.

Desde el punto de vista de su metodología, el estudio parte de la base de que el emprendimiento es un fenómeno asociado al comportamiento de los individuos y se desarrolla a través de una serie de fases. El estudio está diseñado para identificar cuántas personas entre las edades de 18 y 64 años están involucradas en actividades de emprendimiento en cada país y en cada fase (ver figura I).

Figura I. Las etapas del emprendimiento



Fuente: Kelly et al. (2013).

La metodología se basa en investigaciones internacionales sobre el comportamiento de los emprendedores. El modelo considera que el fenómeno del emprendimiento se inicia a partir de la existencia de individuos que son emprendedores potenciales, es decir, personas que creen que tienen las capacidades y las actitudes necesarias para desarrollar un emprendimiento y además consideran que hay oportunidades para el emprendimiento en el entorno en el cual viven y se desempeñan. A partir de este conjunto inicial, se identifica un grupo de individuos que, además, tienen la intención concreta de desarrollar un emprendimiento a corto plazo.

En la siguiente etapa participan los individuos que, aparte de tener la intención, se involucran efectivamente en actividades que conducen a la creación de una empresa. Desde este momento, cuando las personas entran en acción para constituir su empresa, comienza a medirse el involucramiento en la actividad emprendedora, la variable principal dentro del estudio **GEM**.

Los individuos que forman parte de la Tasa de Actividad Emprendedora, TEA, en una sociedad pueden encontrarse en uno de dos momentos. En el primero están los llamados *emprendedores nacientes*, y allí se cuentan todas las personas que afirman haber realizado alguna acción conducente

a la fundación de su empresa, incluida la propia fundación de la misma, hasta el momento en el cual la empresa lleva tres meses pagando salarios.

En el segundo momento (y también forman parte de la TEA) se incluyen aquellas personas que están activas con su empresa y han pagado salarios durante un periodo que va de 3 a 42 meses. Se ha identificado que en esta etapa inicial ocurre una fuerte mortalidad entre las empresas y por este motivo la metodología **GEM** reconoce este como un momento específico en el proceso de crecimiento.

Finalmente, cuando las empresas pasan los 42 meses de creadas se considera que entran en una nueva etapa, en la cual son ya negocios establecidos. Se interpreta que si la empresa ha logrado sobrevivir hasta ese momento, ha superado los mayores problemas asociados a la fundación y gestación inicial y han entrado en una etapa de sostenibilidad. Los individuos que tienen empresas en esta etapa no forman parte de la variable TEA.

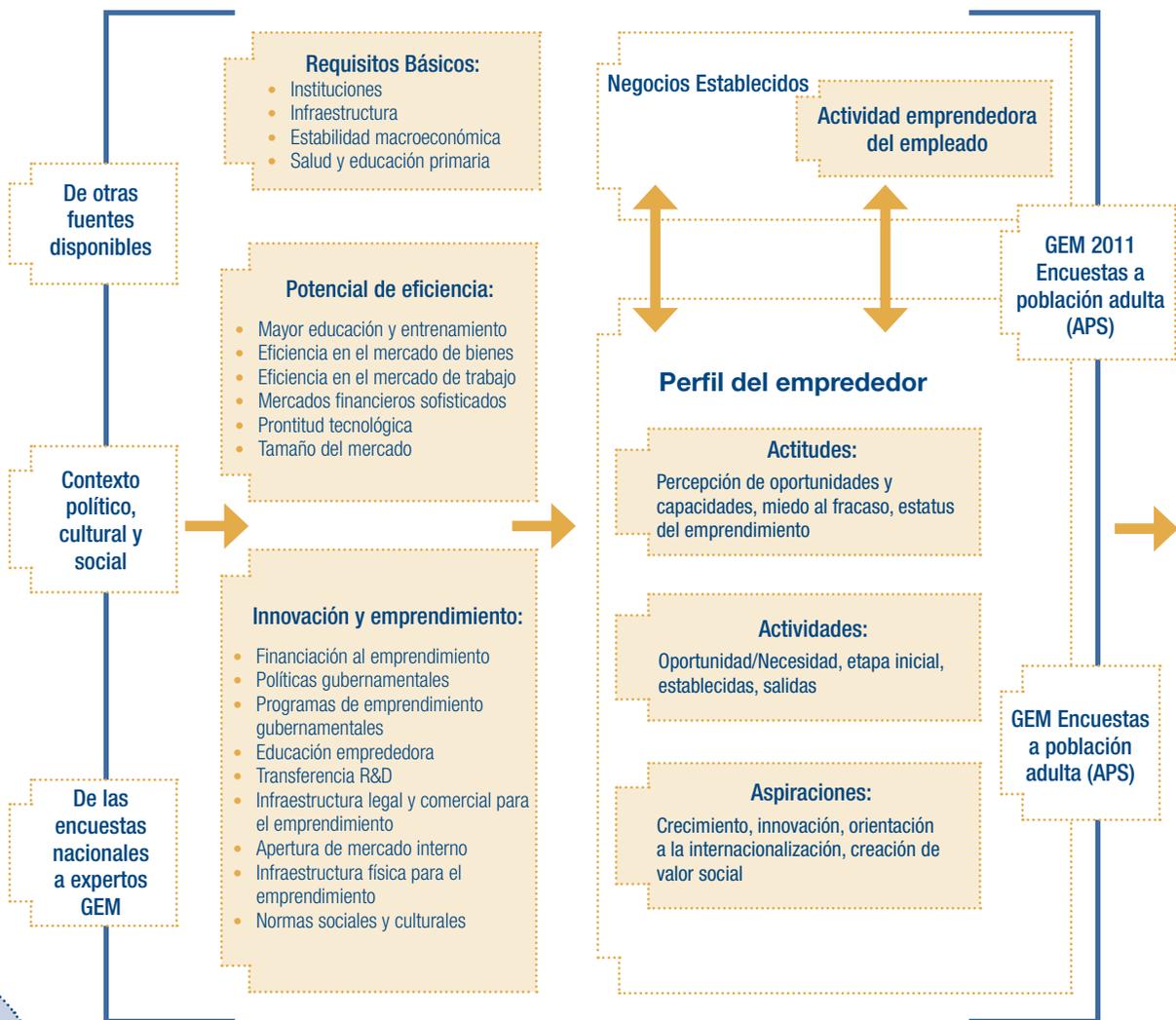
Las consideraciones anteriores se refieren a la evolución de los individuos en su camino hacia el emprendimiento. Estos individuos son el foco de la atención. Sin embargo, el modelo **GEM** considera también la forma como la acción de

estos emprendedores se afecta por el entorno institucional y el contexto de desarrollo económico del país en el cual viven. El modelo analítico identifica cuatro factores que son requerimientos básicos para el desarrollo del emprendimiento y otros seis factores que se consideran determinantes del potencial de eficiencia que pueden tener los emprendimientos (ver figura II). Adicionalmente, hay nueve condiciones que conforman un marco para avance del emprendimiento y la innovación y determinan tanto la probabilidad de que un individuo se involucre en actividades emprendedoras, como la

calidad y el potencial de generación de ingresos de sus emprendimientos.

Finalmente, **GEM** reconoce que el emprendimiento no puede tener las mismas características en todos los países. Por este motivo, utiliza una clasificación que divide a las naciones de la muestra en tres grandes grupos, bajo el criterio desarrollado por el Estudio de Competitividad Global del *World Economic Forum* (ver cuadro 1). Esos tres grandes grupos se asocian a los niveles del PIB per cápita en cada país y reflejan la fuente fundamental de dinamismo de la economía.

Figura II El modelo GEM



Fuente: Kelly et al. (2013).

Cuadro 1. Países participantes en GEM según la clasificación del Estudio de Competitividad Global

	Economías impulsadas por los factores	Economías impulsadas por la eficiencia	Economías impulsadas por la innovación
América Latina y el Caribe		Argentina, Barbados, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú, Trinidad y Tobago, Uruguay	
Medio este y norte de África	Argelia, Egipto, Irán, Palestina	Túnez	Israel
África Subsahariana	Angola, Botsuana, Etiopía, Ghana, Malawi, Nigeria, Uganda, Zambia,	Namibia, Sur África	
Asia Pacífico y Sur Asia	Pakistán	China, Malasia, Tailandia	Corea del Sur, Japón, Singapur, Taiwán
Unión Europea		Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Polonia, Rumania	Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Italia, Irlanda, Holanda, Portugal, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia, Reino Unido
No pertenecientes a la Unión Europea		Bosnia-Herzegovina, Croacia, Macedonia, Rusia, Turquía	Noruega, Suiza
Estados Unidos			Estados Unidos

Así, siguiendo esta clasificación se identifica un grupo de países donde el motor de la economía se asocia a la explotación del factor trabajo y recursos naturales; otro grupo en el cual existe una base manufacturera de desarrollo intermedio, en que el motor del crecimiento económico es la búsqueda de la eficiencia; y, finalmente, otro grupo en el cual el motor del crecimiento económico se asocia a la innovación (este último tiene los niveles más altos de ingreso per cápita).

El presente informe consta de nueve capítulos. Los capítulos I y II hacen referencia a la metodología **GEM** y a la presentación de los países que hacen parte de la medición en el periodo 2012-2013. El capítulo III presenta los principales indicadores de la actividad económica y emprendedora en Colombia, señalando algunos datos interesantes del país en términos comparativos frente a otros países de la región, así como resaltando el total de la población colombiana que se encuentran inmersas en el proceso de creación de empresas. Por su parte, el capítulo IV describe las percepciones de los colombianos en cuanto a la creación de empresas,

encontrando algunos factores claves que para el conjunto de la población potencializan o limitan el emprendimiento en Colombia.

Los capítulos V y VI muestran el perfil de los nuevos empresarios y empresarias en Colombia y las características de sus emprendimientos, incluyendo variables como la motivación, edad, educación, sector económico, nivel de tecnología utilizado y otras variables relevantes para la tipificación de las nuevas empresas del país. El capítulo VII profundiza sobre el entorno del emprendimiento para Colombia, con datos provenientes de la encuesta a expertos mencionada anteriormente en esta introducción y explicada en detalle en la metodología. El capítulo VIII presenta un reporte de los inmigrantes y el emprendimiento, es decir, diagnóstica el tipo de empresas que han sido creadas por personas nacidas en el extranjero pero radicadas en Colombia, al igual que el perfil de estas últimas. Por último, el capítulo IX sobre inversionistas informales describe el perfil de estas personas que cumplen un papel fundamental en el apoyo para la puesta en marcha de las nuevas empresas en el país.

El estudio **GEM** Colombia 2012 utiliza tres fuentes de información para la elaboración de sus análisis:

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

Esta incluye preguntas que recogen información acerca de los adultos que están en proceso de crear una empresa o son propietarios parciales o totales de alguna. Dentro de estos se consideran tres situaciones:

1. *Emprendedores nacientes* (involucrados en la puesta en marcha de una empresa hasta tres meses), ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo.
2. *Nuevos empresarios* (que tienen entre tres y cuarenta y dos meses de funcionamiento¹), ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo.
3. *Empresarios establecidos* (que tienen más de cuarenta y dos meses de funcionamiento), ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo (ver figura I).

Las dos primeras situaciones forman parte de la nueva actividad emprendedora, la última corresponde a empresarios establecidos o propietarios de empresas establecidas.

La encuesta en Colombia fue realizada por el Centro Nacional de Consultoría, CNC (el anexo 1 contiene la ficha técnica de esta encuesta).

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

Según la metodología **GEM**, para evaluar las condiciones del entorno económico e institucional que rodea a la actividad emprendedora se recoge la opinión de expertos que conocen de cerca la evolución de las condiciones para la creación de empresas. Cada país realiza por lo menos 36 encuestas a estos expertos, escogidos con base en los siguientes temas: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, transferencia de investigación y desarrollo, I&D y apertura del mercado interno.

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

La metodología del **GEM** recurre también a datos que compila cada país, como tamaño de la población, nivel de ingresos, tasa de empleo/desempleo, rango educativo, gastos e inversión en I&D, infraestructura vial y nivel de competitividad. Las fuentes más consultadas son Banco Mundial, FMI, *World Economic Forum*, WEF, OCDE, ONU, USA Census, UE y Unesco. Todo el trabajo es supervisado y administrado por un equipo de coordinación central en Londres.

¹ El Estudio GEM entiende por funcionamiento o puesta en marcha de la empresa, el momento en el que se paga salarios a una persona adicional, al propietario o al mismo propietario o propietarios.



Participación de los países en el 2012

En el año 2012, 69 países formaron parte del estudio de **GEM** mundial. Para un análisis más detallado y una mejor asociación, estos países se clasificaron según la categorización de *Global Competitiveness Report*, que realiza anualmente el Foro Económico Mundial, disponible para su consulta en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf

Esta clasificación se hace con base en el nivel de desarrollo económico determinado por distintas variables que combinan el ingreso per cápita de los países, con variables de innovación, uso de tecnologías, niveles de educación, índices de desarrollo humano, entre otros.

Estos países se clasifican en tres categorías: países impulsados por los factores, países impulsados por la eficiencia y países impulsados por la innovación.

Los países cuyas economías son impulsadas por los factores se caracterizan por ser países con mano de obra intensiva en el sector agrario y basar su consumo externo y relaciones con otros países en el comercio de recursos de bajo valor agregado. En el estudio **GEM** 2012, los países participantes cuyas economías son impulsadas por los factores son: Zambia, Ghana, Uganda, Angola, Malawi, Botsuana, Nigeria, Etiopía, Pakistán, Palestina, Argelia, Egipto e Irán.

Por otra parte, los países cuyas economías son impulsadas por la eficiencia presentan en sus industrias niveles altos de desarrollos de productos más eficientes. Los países impulsados por la eficiencia son: Ecuador, Perú, Colombia, Tailandia, Namibia, El Salvador, Costa Rica, China, Panamá, Rumania, Bosnia-Herzegovina, Sudáfrica, Macedonia, Túnez, Chile, Argentina, Barbados, Brasil, Trinidad y Tobago, Uruguay, Estonia, Letonia, Turquía, México, Polonia, Croacia, Hungría, Croacia, Malasia, Lituania y Rusia.

Finalmente, los países cuyas economías son impulsadas por la innovación, deben su crecimiento económico a la producción y creación de servicios únicos y nuevos para aumentar su producción nacional, puesto que no los pueden aumentar de otra forma, pues sus industrias y económicas ya han alcanzado su nivel máximo, con los productos existentes: Estados Unidos, Singapur, Holanda Eslovaquia, Austria, Reino Unido, Portugal, Taiwán, Noruega, Corea del Sur, Israel, Grecia, Suecia, Irlanda, Finlandia, Suiza, España, Eslovenia, Dinamarca, Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Japón.

Para entender las características propias de cada país con relación a temas económicos, socio-demográficos y empresariales se presenta a continuación la ficha técnica por cada país participante:

Economías impulsadas por factores

	Angola	Argelia	Botsuana	Egipto	Etiopía	Ghana	Irán
Población	10.472.500	28.799.540	1.147.000	52.661.120	48.697.600	14.561.220	55.996.777
PIB Per cápita (en dólares)	\$ 6.200	\$ 7.500	\$ 16.800	\$ 6.600	\$ 1.200	\$ 3.300	\$ 13.100
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	70,6% 7.393.585	22,4% 6.451.097	74,2% 851.074	43,6% 22.960.248	27,3% 13.294.445	58,6% 8.532.875	22,3% 12.487.281
Porcentaje de la población involucradas en TEA	9,1% 952.998	3,3% 950.385	6,3% 72.261	4,1% 2.159.106	10,2% 4.967.155	37,7% 5.489.580	9,5% 5.319.694
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	32,4% 3.393.090	8,8% 2.534.360	27,7% 317.719	7,8% 4.107.567	14,7% 7.158.547	36,5% 5.314.845	10,8% 6.047.652
Religión	Cristianismo y el animismo	Musulmana	Cristianismo y creencias indígenas	Musulmana	Cristiana-copta	Cristiana	Chiita
Idioma	Portugués	Árabe	Inglés	Árabe	Amarico	Inglés	Farci

	Malawi	Nigeria	Pakistán	Palestina	Uganda	Zambia
Población	8.100.330	90.165.720	110.060.836	2.349.050	17.454.290	6.992.610
PIB Per cápita (en dólares)	\$ 900	\$ 2.700	\$ 2.900	\$ 5.600	\$ 1.400	\$ 1.700
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	72% 5.832.238	47,3% 42.648.386	27,9% 30.706.973	37,5% 880.894	71,8% 12.532.180	60,5% 4.230.529
Porcentaje de la población involucradas en TEA	10,8% 874.836	15,7% 14.156.016	3,8% 4.182.312	3% 70.472	31,2% 5.445.739	3,8% 265.719
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	35,6% 2.883.717	35,0% 31.558.002	11,6% 12.767.057	9,8% 230.207	35,8% 6.248.636	41,5% 2.901.933
Religión	Cristiana, animista y musulmana	Musulmana y Cristiana	Musulmana	Musulmana	Cristiana	Protestantismo
Idioma	Inglés	Inglés	Urdú	Árabe	Inglés	Inglés

Economías impulsadas por la eficiencia

	Argentina	Barbados	Bosnia- e Herzegovina	Brasil	Chile	China	Colombia
Población	26.538.850	196.670	2.728.530	134.090.460	11.834.040	1.012.783.500	30.819.750
PIB Percápita (en dólares)	\$ 18.200	\$ 25.500	\$ 8.300	\$ 12.000	\$ 18.400	\$ 9.100	\$ 10.700
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	34,7% 9.208.981	23,8% 46.808	24,9% 679.404	38,8% 52.027.099	44,9% 5.313.484	21,7% 219.774.020	56,9% 17.536.438
Porcentaje de la población involucradas en TEA	9,6% 2.547.730	12,2% 23.994	6% 163.712	15,2% 20.381.750	7,8% 923.055	12,5% 126.597.938	6,7% 2.064.923
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	18,9% 5.015.843	17,1% 33.631	7,8% 212.825	15,4% 20.649.931	22,6% 2.674.493	12,8% 129.636.288	20,1% 6.194.770
Religión	Católica	Protestante (anglicana)	Musulmana y Cristiano ortodoxa	Católica	Católica	Confucionismo y Taoísmo	Católica
Idioma	Español	Inglés	Servo-Croata	Portugués	Español	Chino	Español

	Costa Rica	Croacia	Ecuador	El Salvador	Estonia	Hungría	Letonia
Población	3.091.890	2.906.116	9.513.600	3.821.040	924.186	6.764.164	1.413.810
PIB Percápita (en dólares)	\$ 12.600	\$ 18.100	\$ 8.800	\$ 7.700	\$ 21.200	\$ 19.800	\$ 18.100
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	30,8% 952.302	23,6% 685.843	54,3% 5.165.885	40,7% 1.555.163	20,1% 185.761	15,3% 1.034.917	26,9% 380.315
Porcentaje de la población involucradas en TEA	3,3% 102.032	3,1% 90.090	18,9% 1.798.070	9,4% 359.177	7,2% 66.541	8,1% 547.897	7,9% 111.691
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	15% 463.784	8,3% 241.208	26,6% 2.530.618	15,3% 584.619	14,3% 132.159	9,2% 622.303	13,4% 189.451
Religión	Católica	Católica	Católica	Católica	Luterana	Católica, protestante y ortodoxa	Protestantismo Luterano
Idioma	Español	Croata	Español	Español	Polaco	Hungaro	Letón

	Lituania	Macedonia	Malasia	México	Namibia	Panamá	Perú	Polonia
Población	2.161.652	1.465.511	19.702.660	75.495.550	1.418.400	2.310.400	19,287,040	27.118.450
PIB Percápita (en dólares)	\$ 20.100	\$ 10.700	\$ 16.900	\$ 15.300	\$ 7.800	\$ 15.300	\$ 10.700	\$ 21.000
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	19,4% 419.361	29,1% 426.464	15,7% 3.093.318	22,9% 17.288.481	49,4% 700.690	18,8% 434.355	51,7% 9.971.400	24,2% 6.562.665
Porcentaje de la población involucradas en TEA	8,2% 177.256	6,7% 98.189	7% 1.379.186	4,7% 3.548.291	3,2% 45.389	1,9% 43.898	5,1% 983.639	5,8% 1.572.870
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	6,7% 144.831	7% 102.586	7% 1.379.186	12,1% 9.134.962	18,2% 258.149	9,5% 219.488	20,2% 3.895.982	9,4% 2.549.134
Religión	Cristiana-católica	Ortodoxa	Islamismo, budismo e hinduismo	Católica	Luterana y Católica	Católica	Católica	Católica
Idioma	Lituano	Macedonio	Malayo	Español	Inglés	Español	Español	Polaco

	Rumania	Rusia	Sudáfrica	Tailandia	Trinidad y Tobago	Túnez	Turquía	Uruguay
Población	14.985.600	103.078.800	31.711.140	48.924.400	894.200	7.452.000	50.172.950	2.130.030
PIB Percápita (en dólares)	\$ 12.800	\$ 17.700	\$ 11.300	\$ 10.000	\$ 20.400	\$ 9.700	\$ 15.000	\$ 15.800
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	16,4% 2.457.638	3,8% 3.916.994	14,0% 4.447.960	23,7% 11.595.083	37,8% 338.008	23,8% 1.773.576	37,3% 18.714.104	24,3% 517.597
Porcentaje de la población involucradas en TEA	3,9% 584.438	2% 2.061.576	2,3% 730.736	29,7% 14.530.547	7,2% 64.382	4,4% 327.888	8,7% 4.365.047	5% 106.502
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	9,2% 1.378.675	4,3% 4.432.388	7,3% 2.319.293	18,9% 9.246.712	15% 134.130	4,8% 357.696	12,2% 6.121.100	14,6% 310.984
Religión	Cristiana Ortodoxa	Ortodoxa	Cristiana	Budismo	Anglicana y Católica	Musulmana	Musulmana	Católica
Idioma	Rumano	Ruso	Inglés	Tai	Inglés	Arabe	Turco	Español

Economías impulsadas por la innovación

	Alemania	Austria	Bélgica	Corea del Sur	Dinamarca	Eslovaquia	Eslovenia	España
Población	54.004.500	5.685.084	7.339.530	35.701.599	3.633.825	3.883.752	1.420.158	31.412.600
PIB Percápita (en dólares)	\$ 39.100	\$ 42.500	\$ 38.100	\$ 32.400	\$ 37.700	\$ 24.300	\$ 28.600	\$ 30.400
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	8,9% 4.806.401	11,6% 659.470	10,7% 785.330	14,6% 5.212.434	8,4% 305.241	15,6% 605.865	14,7% 208.763	12,0% 3.769.512
Porcentaje de la población involucradas en TEA	5% 2.700.225	7,6% 432.066	5,1% 374.316	9,6% 3.427.354	3,4% 123.551	6,4% 248.560	5,8% 82.369	8,7% 2.732.896
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	5,3% 2.862.239	9,6% 545.768	5,2% 381.656	6,6% 2.356.306	5,4% 196.227	10,2% 396.143	5,4% 76.689	5,7% 1.790.518
Religión	Cristiana-Católica	Católica	Católica	Budismo y Confucianismo	Luterana	Católica	Católica	Católica
Idioma	Alemán	Alemán	Neerlandés	Coreano	Danés	Eslovaco	Esloveno	Español

	Estados Unidos	Finlandia	Francia	Grecia	Holanda	Irlanda	Israel	Italia
Población	210.284.860	3.573.438	22.897.908	7.257.976	11.221.830	3.137.677	4.901.720	39.617.435
PIB Percápita (en dólares)	\$ 49.800	\$ 36.500	\$ 35.500	\$ 25.100	\$ 42.300	\$ 41.700	\$ 32.200	\$ 30.100
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	16,5% 34.697.002	9,4% 335.903	18,9% 4.327.705	10,4% 754.830	10,1% 1.133.405	8% 251.014	14,5% 710.749	11,8% 4.674.857
Porcentaje de la población involucradas en TEA	12,8% 26.916.462	8% 285.875	3,2% 732.733	12,3% 892.731	9,5% 1.066.074	8,3% 269.427	3,8% 186.265	3,3% 1.307.375
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	8,6% 18.084.498	6% 214.406	5,2% 1.190.691	6,5% 471.768	10,3% 1.155.849	6,1% 191.398	6,5% 318.612	4,3% 1.703.550
Religión	Cristiana	Luterana	Católica	Ortodoxa	Cristiana	Católica	Judía	Católica
Idioma	Inglés	Finés	Francés	Griego	Francés-Holandés	Irlandés (variación del inglés)	Hebreo	Italiano

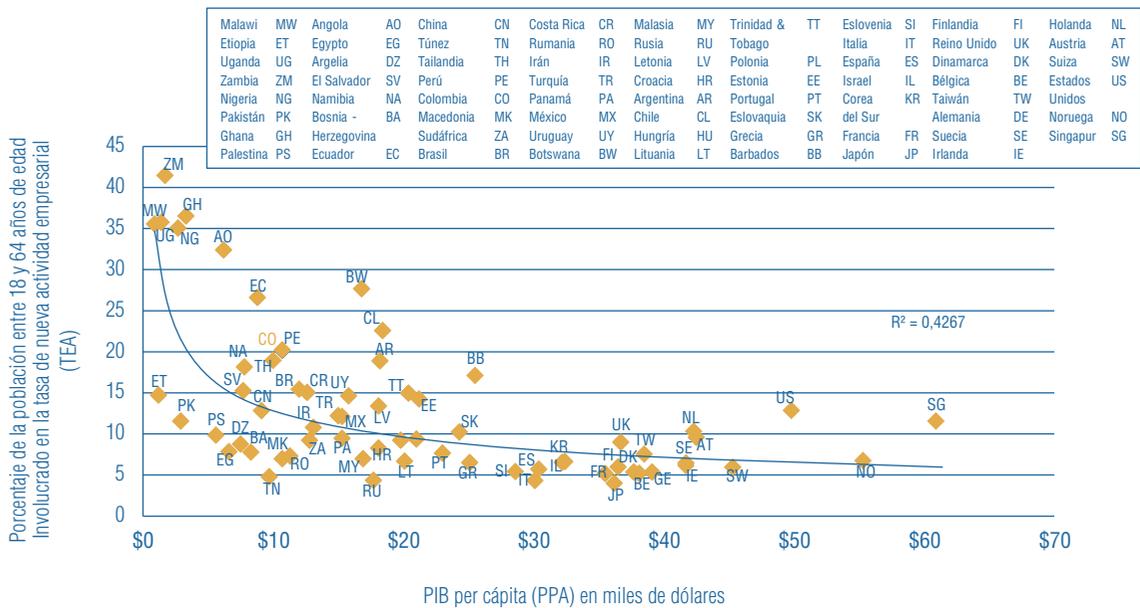
	Japón	Noruega	Portugal	Reino Unido	Singapur	Suecia	Suiza	Taiwán
Población	80.380.314	3.312.540	6.970.062	41.088.320	3.714.060	6.088.640	5.436.056	17.210.698
PIB Percápita (en dólares)	\$ 36.200	\$ 55.300	\$ 23.000	\$ 36.700	\$ 60.900	\$ 41.700	\$ 45.300	\$ 38.500
Porcentaje de la población con potencial emprendedor - declaran conocimientos y habilidades -	5,4% 4.340.537	6,7% 221.940	16,2% 1.129.150	11,5% 4.725.157	21,4% 794.809	11,7% 712.371	8,3% 451.193	26,8% 4.612.467
Porcentaje de la población involucradas en TEA	6,1% 4.903.199	5,8% 192.127	6,2% 432.144	6,2% 2.547.476	3,1% 115.136	5,2% 316.609	8,4% 456.629	10,4% 1.789.913
Porcentaje de la población que son emprendedores establecidos	4% 3.215.213	6,8% 225.253	7,7% 536.695	9% 3.697.949	11,6% 430.831	6,1% 371.407	5,9% 320.727	7,5% 1.290.802
Religión	Budismo y Sintoísmo	Luterana	Católica	Anglicana	Budismo y Taoísmo	Luterana	Católica	Budista y Taoista
Idioma	Japonés	Noruego	Portugués	Inglés	Malayo	Sueco	Alemán	Taiwanés

Actividad emprendedora en el 2012

En el 2012, varios países presentaron las tasas de actividad emprendedora más altas desde 1999, año en que el estudio **GEM** realizó su primera medición. Países africanos como Zambia, Uganda y Malawi reportan tasas de nueva actividad empresarial superiores al 35%, al tiempo que sus ingresos per cápita son de los más bajos del mundo (menos de USD 2.000 anuales). Por el contrario, países como

Singapur y Noruega -que presentan los niveles de ingreso per cápita más altos- no tienen las tasas de emprendimiento más bajas -ambos países presentan tasas de nueva actividad empresarial superiores al 6%. Esto se explica teniendo en cuenta la relación entre las distintas fases de desarrollo económico y la tasa de emprendimiento de los países (Acs & Autio, 2010).

Gráfico 3.1 PIB per cápita de los países y su relación con la tasa de actividad emprendedora (TEA) 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

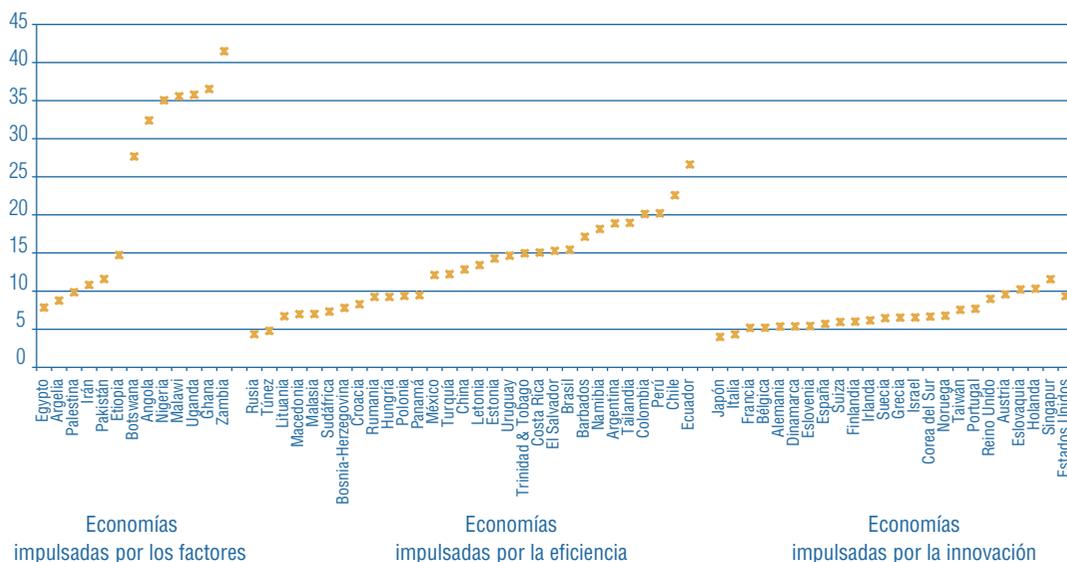
En una primera etapa de desarrollo, cuando las economías de los países son impulsadas por factores primarios y el sector agrario es intensivo en mano de obra pero no en capital, existe poca industria desarrollada que pueda demandar mano de obra suficiente para su población económicamente activa y en edad de trabajar. En este sentido, las personas -hombres y mujeres- se tienen que abrir campo para buscar actividades que logren suplir la ausencia de ingresos con los cuales pueda abastecer sus necesidades básicas. Es interesante observar cómo los países localizados en África logran tener mayores tasas de actividad empresarial que algunos países asiáticos clasificados en la misma etapa de desarrollo económico (ver gráfico 3.2). Como se presentará más adelante, estas diferencias tienen relación con variables culturales y de condiciones del entorno (sociales, políticas) que afectan la actividad empresarial en este tipo de países.

La segunda etapa de desarrollo -países impulsados por la eficiencia- muestra tasas de emprendimiento que van entre el 4% y el 26%. Tal como se observa en el gráfico 3.2, son los países latinoamericanos -entre los que se destacan Ecuador, Chile, Perú y Colombia- aquellos con mayores tasas de actividad emprendedora, en contraste con algunos países de la antigua Unión Soviética -incluido Rusia- quienes reportan menores tasas de emprendimiento.

Nuevamente, algunas condiciones del entorno -más allá de las condiciones económicas- afectan significativamente el comportamiento empresarial, resultados que confirman lo expuesto por autores como Thurik y Dejardin (2011), quienes afirman que la calidad de las instituciones y el contexto cultural de un país -valores y creencias culturales, normas sociales y la valoración social de ser empresario- afectan positiva o negativamente la tasa de creación de empresas en una sociedad.

En la etapa más avanzada de desarrollo económico -economías impulsadas por la innovación-, ningún país presenta tasas de actividad empresarial superior al 15%. Sin embargo, países como Estados Unidos, Singapur y Holanda registran mayores tasas de actividad empresarial en comparación con algunos países con niveles de desarrollo económico más bajos como Rusia, Túnez, Lituania, entre otros. Retomando lo expuesto por Acs y Autio (2010), estas economías impulsadas por la innovación poseen una industria consolidada, cuyo dinamizador es la novedad y la innovación en los productos y servicios que ofrecen y son las pequeñas firmas las que contribuyen a fortalecer esa industria, lo que promueve el emprendimiento y lo convierte en un factor clave para la consolidación de sus sectores productivos estratégicos.

Gráfico 3.2 Tasa de creación de nuevas empresas (TEA) en los 69 países participantes en el GEM 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

El gráfico 3.3, muestra la suma de las distintas fases de actividad empresarial (empresarios nacientes, propietarios de nuevas empresas y empresarios establecidos) por país según su etapa de desarrollo económico. A diferencia de la información que brindan los resultados anteriores, este gráfico suma a la nueva actividad empresarial a los propietarios de empresas establecidas. En ese sentido, algunos países de África central como Ghana y Uganda tienen a más del 70% de su población involucrado en algún tipo de

actividad empresarial. En Colombia, con una tasa total de actividad empresarial de alrededor del 28%, se destaca su baja tasa de empresarios establecidos en comparación con otros países de la región como Ecuador, Brasil y Chile, y de Asia como Tailandia. Esta baja participación de empresarios establecidos refleja la complejidad de las posibilidades de supervivencia empresarial en los primeros años de la firma, las cuales se analizarán en profundidad en la sección del perfil del emprendedor colombiano.

Gráfico 3.3 Proporción de la población que se encuentra en las distintas etapas de actividad empresarial en el año 2012, por clasificación económica de ingresos



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

La tabla 3.1 muestra la tasa de emprendimiento de Colombia y otros países latinoamericanos y el número aproximado de personas entre 18 y 64 años (rango de edad de la muestra) involucradas en nuevas actividades empresariales en estos países. En el 2012, aproximadamente 6,2 millones de hombres y mujeres en Colombia (20,1% de la población) se encontraban realizando algún tipo de

actividad o tarea para poner en marcha su nuevo negocio. Brasil es el país en el que más personas estuvieron involucradas en estas actividades (cerca de 20,7 millones de hombres y mujeres), mientras Chile y Ecuador con 2,5 millones de personas son los países latinoamericanos con un menor número de individuos realizando este tipo de actividades empresariales.

Tabla 3.1 Comparación internacional de la tasa de creación de nuevas empresas (TEA) por población entre Colombia y Latinoamérica (LATAM)

	Población entre los 18 y 64 años de edad	Porcentaje del TEA	Población entre los 18 y 64 años de edad involucrados en nuevas actividades empresariales
Colombia	30.819.750	20,11%	6.196.640
México	75.495.550	12,11%	9.140.696
Argentina	26.538.850	18,88%	5.010.659
Chile	11.834.040	22,58%	2.672.448
Brasil	134.090.460	15,44%	20.705.754
Ecuador	9.513.600	26,61%	2.531.577
Perú	19.287.040	20,21%	3.896.976

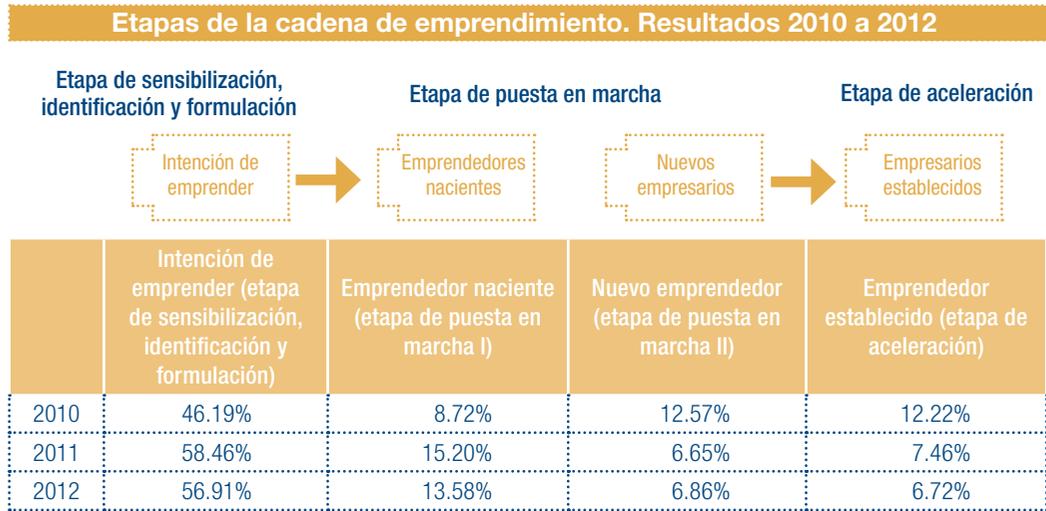
Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

El gráfico 3.4 muestra los resultados para Colombia en los últimos 3 años de las diferentes fases en la cadena de emprendimiento. En el 2012, el 57% de los colombianos reportan tener la intención de emprender un nuevo negocio en los próximos años, y afirman contar con las habilidades y capacidades para realizarlo, un resultado similar al del 2011 y aún muy por encima del presentado en el 2010. Cuando se analizan las actividades de puesta en marcha del negocio, es decir, aquellas que le exigen al emprendedor invertir recursos y tiempo en su proyecto empresarial, los resultados muestran un comportamiento similar en las tres fases siguientes de la cadena de emprendimiento. En el caso de los emprendedores nacies, el 13,6% de los colombianos reporta estar realizando distinto tipo de actividades para poner en funcionamiento su negocio, algo menos de 2 puntos porcentuales

por debajo del año anterior pero casi 5 puntos por encima del resultado del 2010.

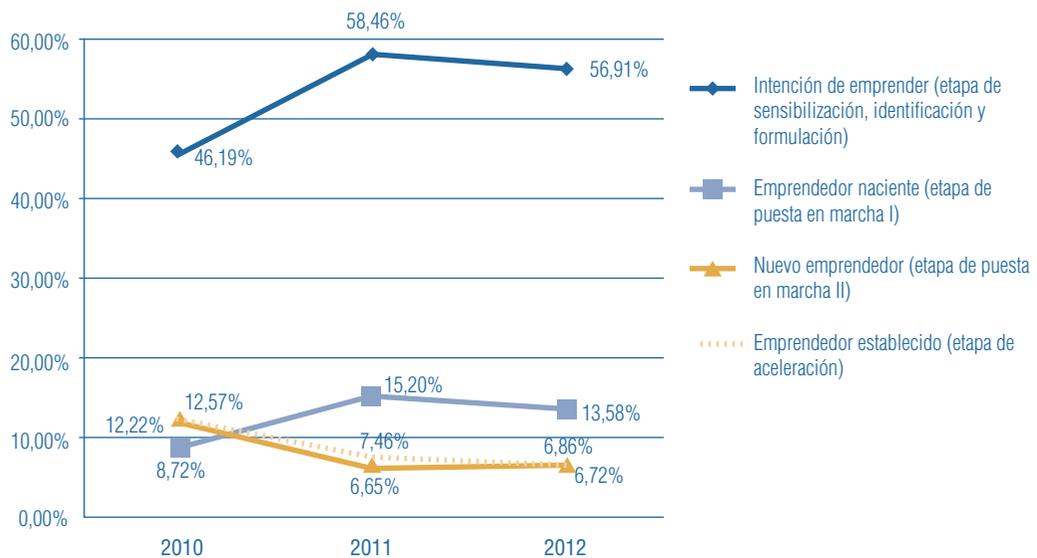
En el caso de los nuevos empresarios, el porcentaje de personas que reportan pagar salarios por más de tres meses en el 2012 es del 6,9%, levemente por encima del 2011 pero aún muy por debajo del reportado en el 2010. En el caso de los empresarios establecidos, Colombia presenta en el 2012 una tasa del 6,7%, que aunque similar a la presentada el año anterior aún dista mucho de la reportada en 2010. Condiciones del entorno que afectan la sostenibilidad de estas empresas y la gestión empresarial que a veces no es la mejor en los primeros años de la firma son algunas de las razones que explican este resultado. El gráfico 3.5 muestra en forma de tendencia los resultados para Colombia en los últimos tres años en las cuatro fases de la cadena de emprendimiento.

Grafico 3.4 Etapas de la cadena de emprendimiento, con los resultados históricos de Colombia entre el 2010 y 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Grafico 3.5 Etapas de la cadena de emprendimiento y TEA con resultados históricos de Colombia entre el 2010 y 2012

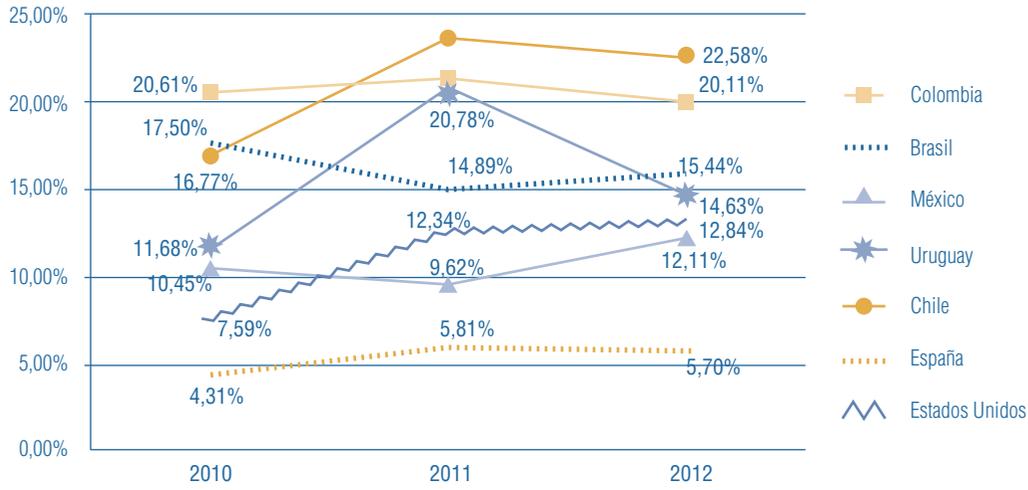


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Chile es el país más dinámico en emprendimiento en los últimos años, y Colombia y España los de mayor homogeneidad. Según el gráfico 3.6, Chile dio un salto importante en el 2011 al aumentar su tasa de actividad emprendedora del 16,8% al 23,7%, y logra mantenerla por encima del 22% en el 2012. En el caso de Colombia, los resultados son satisfactorios porque

es el único país que logra que más del 20% de su población en los últimos tres años se involucre en algún tipo de iniciativa empresarial. Un país pequeño como Uruguay, con sectores empresariales no tan diversos, presenta una tasa de actividad emprendedora muy volátil, posiblemente dadas las condiciones particulares de su dinamismo económico.

Gráfico 3.6 Comparación internacional de los valores históricos del TEA entre el 2010 y 2012

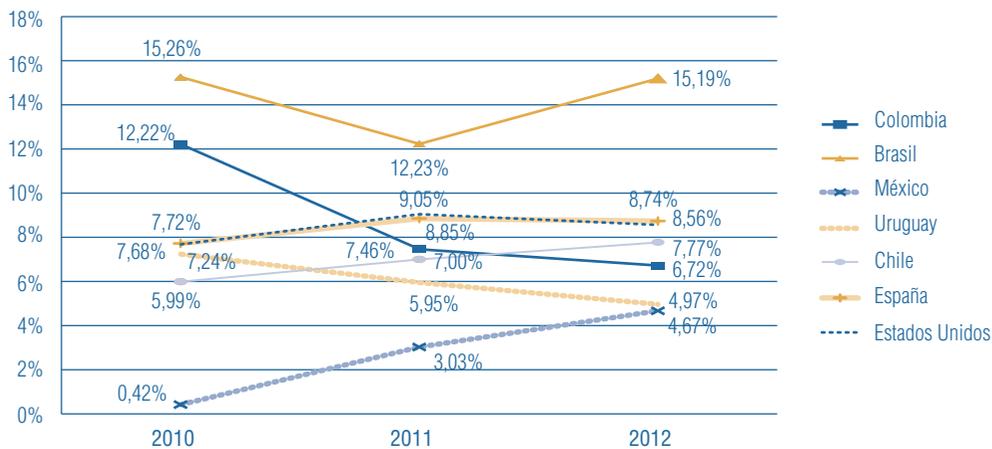


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Respecto a la tasa de empresarios establecidos, el gráfico 3.6 muestra un resultado poco alentador en Colombia, caso contrario al presentado por México y Chile. Del 2010 al 2012, Colombia presenta una caída de alrededor del 50%, es decir, son cada vez menos los empresarios que logran sostener sus negocios por más de 3 años y medio, periodo en el que se presentan las más altas tasas de mortalidad empresarial para las nuevas empresas (Arias & Quiroga, 2008). Este resultado es un llamado a todos los actores del ecosistema de emprendimiento nacional para revisar las políticas sobre sostenibilidad empresarial que

vienen manejándose en el país, ya que si bien nos mantenemos como un país emprendedor y con alta vocación hacia el emprendimiento, al parecer las condiciones del entorno y el manejo de la gestión que el empresario logra darle a su negocio en los primeros años no es el más adecuado ni oportuno. Es interesante observar que Brasil presenta tasas de empresarios establecidos muy similares a las tasas de actividad emprendedora, en lo que podría reflejarse una tasa de mortalidad muy baja y reflejaría unas adecuadas condiciones del entorno para el sostenimiento de las nuevas empresas.

Gráfico 3.7 Comparación internacional de los valores históricos de la proporción de empresarios establecidos Colombia contra países del LATAM y otros anexados por clasificación económica para los años 2010, 2011 y 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Colombia es el país con la mayor tasa de intención para emprender, mas no así la más emprendedora. La tabla 3.2 muestra un comparativo internacional de países importantes en materia de emprendimiento para Colombia. Con el 57%, Colombia es el país con la mayor tasa de personas que reportan contar con las habilidades y capacidad para iniciar una nueva actividad empresarial, en contraste con España e Israel que con el 12% y 14,5%, respectivamente, son los países con menor intención emprendedora. No obstante, Colombia no es el país que mejor

traduce el refrán “del dicho al hecho...”, y en este ámbito Uruguay y Estados Unidos son los países que tienen una menor distancia entre las intenciones y las actividades reales de las personas por poner en marcha sus ideas de negocio. Israel es ejemplo de que no se requiere una alta tasa de actividad emprendedora para tener un efecto en el mercado si las nuevas empresas se crean en sectores estratégicos de la economía, con uso intensivo de tecnología e integrando las necesidades del consumidor con los servicios ofrecidos.

Tabla 3.2. Comparación internacional de las etapas de la cadena de emprendimiento en el año 2012.

	Intención de emprender (etapa de sensibilización, identificación y formulación)	Emprendedor naciente (etapa de puesta en marcha I)	Nuevo emprendedor (etapa de puesta en marcha II)	Emprendedor establecido (etapa de aceleración)	TEA
Ecuador	54,32%	16,72%	11,68%	18,92%	26,61%
Colombia	56,91%	13,58%	6,86%	6,72%	20,11%
Brasil	37,29%	4,48%	11,30%	15,19%	15,44%
México	22,88%	7,94%	4,28%	4,67%	12,11%
Uruguay	24,34%	10,18%	4,71%	4,97%	14,63%
Chile	44,88%	14,68%	8,43%	7,77%	22,58%
España	12,05%	3,35%	2,45%	8,74%	5,70%
Israel	14,50%	3,50%	3,03%	3,78%	6,53%
Estados Unidos	16,54%	8,86%	4,08%	8,56%	12,84%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).



Actitudes y percepciones de los colombianos para la creación de nuevas empresas



Desde el año 2006, en el que se inicia la medición de emprendimiento en Colombia, el país ha registrado actitudes y percepciones de la población en general para emprender que sobresalen de algunos países latinoamericanos y otros claves a nivel internacional. La tabla 4.1 muestra con preocupación una caída en redes emprendedoras, ya que solo el 30% de los colombianos afirma conocer personalmente a un emprendedor, 10 puntos porcentuales menos que el presentado en el 2011. Otro factor con un resultado por debajo de lo registrado en años anteriores son las capacidades y habilidades para emprender, cuyo indicador también refleja una caída de casi 10 puntos porcentuales en los últimos tres años. Sus resultados preocupan porque conocer a otros emprendedores y tejer redes empresariales

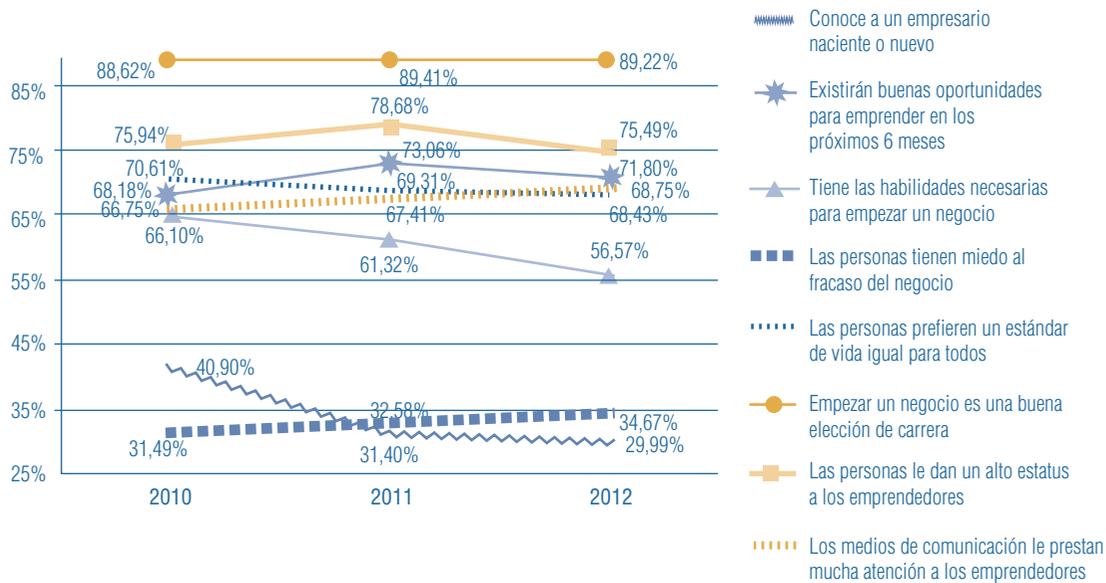
aumenta ostensiblemente la probabilidad de éxito de un emprendimiento (Klyver, Hindle & Schott, 2007), a la vez que la confianza en sí mismos y el reconocimiento de capacidades y habilidades no solo mejora las probabilidades de que la persona asuma su papel de emprendedor, sino que ayuda a superar barreras de supervivencia críticas en los primeros años de la empresa (Kollinger, Minniti & Shade, 2005). En contraste, indicadores que miden la percepción social del ser emprendedor como el estatus y respeto de ser empresario o validar el emprendimiento como carrera profesional mantienen un alto indicador, lo cual compensa los resultados analizados anteriormente. El gráfico 4.1 muestra las tendencias de todos los indicadores en los últimos tres años de medición para Colombia.

Tabla 4.1 Evaluación histórica sobre las actitudes y percepciones de la población en general hacia el emprendimiento en Colombia

	Conoce a un empresario naciente o nuevo	Existirán buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	Tiene las habilidades necesarias para empezar un negocio	Las personas tienen miedo al fracaso del negocio	Las personas prefieren un estándar de vida igual para todos	Empezar un negocio es una buena elección de carrera	Las personas le dan un alto estatus y respeto a los emprendedores	Los medios de comunicación le prestan mucha atención a los emprendedores
2010	40,90%	68,18%	65,10%	31,49%	70,61%	88,62%	75,94%	66,75%
2011	31,40%	73,06%	61,32%	32,58%	69,31%	89,41%	78,68%	67,41%
2012	29,99%	71,80%	56,57%	34,67%	68,43%	89,22%	75,49%	68,75%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Gráfico 4.1 Evaluación histórica sobre las actitudes y percepciones de la población en general hacia el emprendimiento en Colombia



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

En Latinoamérica, Perú y Chile tienen el potencial para crear mejores redes empresariales, Colombia la mejor percepción sobre oportunidades para emprender, mientras que Brasil presenta la mejor valoración social para emprender. La tabla 4.2 muestra la comparación latinoamericana de las actitudes y percepciones de la población en estos países en emprendimiento. Colombia sobresale en oportunidades que existen en el mercado para emprender, y junto a Brasil y Ecuador presenta la mejor validación de la sociedad en general para ser empresario. Es interesante observar los resultados de Brasil, quien presenta además de buenos resultados en los indicadores descritos, un alto porcentaje de la población que percibe que los medios de

comunicación prestan atención a la actividad de los nuevos emprendedores y la valoración social de estatus y respeto que significa ser empresario.

La tabla 4.3 muestra la comparación de estos indicadores para el caso de Colombia versus el promedio de los países clasificados según su etapa de desarrollo económico. En este sentido, se afianza la preocupación sobre redes empresariales (resultado de Colombia por debajo del promedio de los tres tipos de países), pero a su vez se confirma un comportamiento positivo en la validación social de la carrera empresarial y la existencia de oportunidades de negocio para ser aprovechadas por la población en general.

Tabla 4.2 Comparación de Colombia y países latinoamericanos sobre las actitudes y percepciones de la población en general hacia el emprendimiento en 2012.

País	Conoce a un empresario naciente o nuevo	Existirán buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	Tiene las habilidades necesarias para empezar un negocio	Las personas tienen miedo al fracaso del negocio	Las personas prefieren un estándar de vida igual para todos	Empezar un negocio es una buena elección de carrera	Las personas le dan un alto estatus a los emprendedores	Los medios de comunicación le prestan mucha atención a los emprendedores
Ecuador	34,24%	58,55%	72,10%	34,65%	77,61%	88,11%	84,14%	78,78%
Uruguay	35,57%	51,03%	57,81%	30,75%	66,80%	60,82%	59,12%	50,82%
Perú	45,94%	56,99%	65,47%	31,93%	54,20%	77,25%	73%	75,52%
Colombia	29,99%	71,80%	56,57%	34,67%	68,43%	89,22%	75,49%	68,75%
Brasil	33,63%	52,40%	53,94%	35,55%	84,62%	89,04%	86,04%	86,17%
Argentina	33,90%	50,08%	63,46%	30,26%	60,89%	74,23%	66,87%	63,41%
Chile	41,85%	64,91%	59,91%	32,02%	N.D	69,74%	67,78%	65,84%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Tabla 4.3 Comparación internacional sobre las actitudes y percepciones de la población en general hacia el emprendimiento entre Colombia y el promedio de los países según etapa de desarrollo económico en 2012.

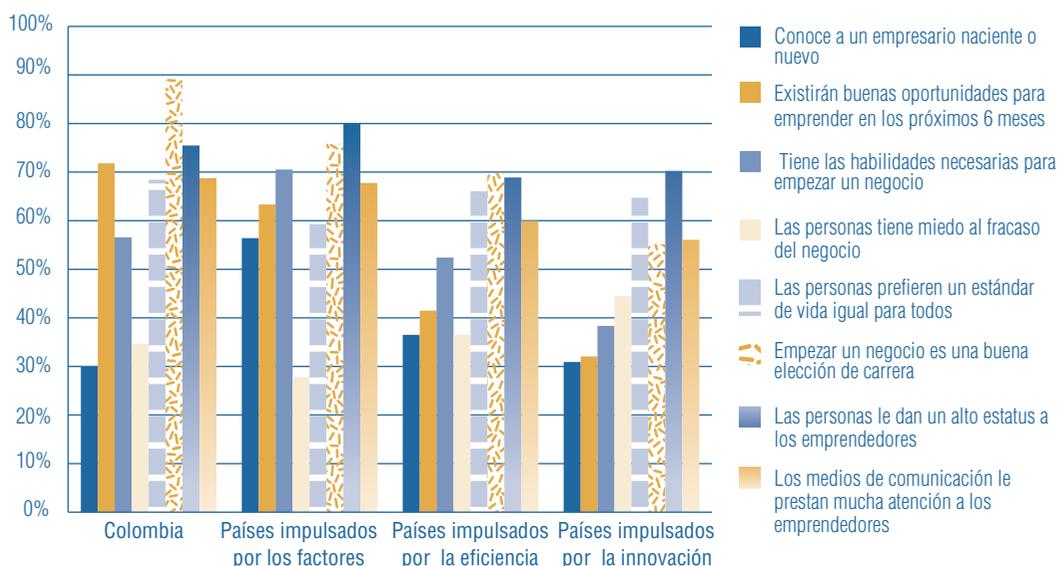
	Conoce a un empresario naciente o nuevo	Existirán buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	Tiene las habilidades necesarias para empezar un negocio	Las personas tienen miedo al fracaso del negocio	Las personas prefieren un estándar de vida igual para todos	Empezar un negocio es una buena elección de carrera	Las personas le dan un alto estatus a los emprendedores	Los medios de comunicación le prestan mucha atención a los emprendedores
Colombia	29,99%	71,80%	56,57%	34,67%	68,43%	89,22%	75,49%	68,75%
Países impulsados por los factores	56,42%	63,33%	70,53%	27,76%	59,30%	75,84%	80,07%	67,76%
Países impulsados por la eficiencia	36,50%	41,50%	52,42%	36,57%	66,05%	69,82%	68,90%	59,96%
Países impulsados por la innovación	30,92%	32,07%	38,35%	44,49%	64,71%	55,16%	70,27%	56,08%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

El gráfico 4.2 muestra las tendencias de las distintas percepciones comparando a Colombia con los resultados para el promedio de países clasificados según el tipo de etapa de desarrollo en el que se encuentran catalogados. Este gráfico permite ver con mayor claridad la valoración más alta que en Colombia se realiza sobre el hecho de que ser empresario sea validado por la sociedad en general como una elección de carrera válida, en contraste

con el resto de países que en promedio manifiestan una importancia del estatus y respeto que la sociedad le otorga al hecho de ser emprendedor. Indicadores como el miedo al fracaso empresarial -que limitaría las posibilidades de emprender- o la preferencia de un mismo nivel de vida en la sociedad son factores que tienen un comportamiento similar en el promedio de países participantes en **GEM**, incluido Colombia.

Gráfico 4.2 Comparación internacional sobre las actitudes y percepciones de la población en general hacia el emprendimiento entre Colombia y el promedio de los países según etapa de desarrollo económico en 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

La tabla 4.4 y el gráfico 4.3 muestran una comparación más amplia de los resultados para Colombia y la comparación con otros países claves en el emprendimiento, en términos de actitudes y percepciones de la población en general para emprender. En términos generales, destaca el caso de España -posiblemente debido a la crisis- donde solo el 13,9% de la población entre 18 y 64 años ve buenas oportunidades para iniciar un nuevo negocio en los próximos 6 meses, muy por debajo

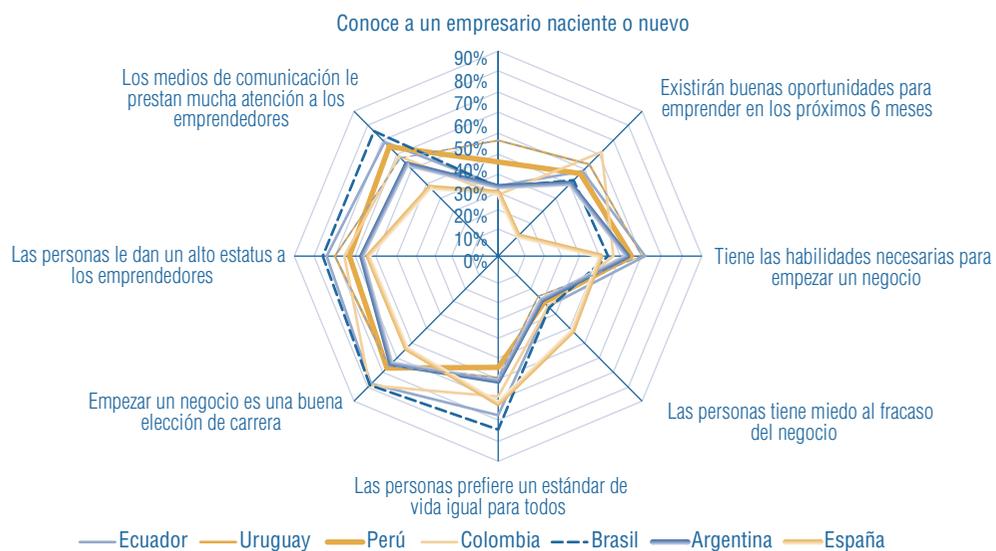
de países como Israel y Estados Unidos -con niveles de desarrollo económico similares- que presentan tasas superiores al 30%. De igual forma, se hace interesante ver cómo en Israel y España, solo la mitad de la población reportan que los medios de comunicación prestan atención a las actividades realizadas por los nuevos empresarios, en contraste con Brasil que, como se mencionó, presenta el más alto resultado en este indicador al igual que en la valoración social del ser empresario.

Tabla 4.4 Comparación internacional sobre las actitudes y percepciones de la población en general hacia el emprendimiento entre Colombia y otros países del mundo en el 2012.

País	Conoce a un empresario naciente o nuevo	Existirán buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	Tiene las habilidades necesarias para empezar un negocio	Las personas tienen miedo al fracaso del negocio	Las personas prefieren un estándar de vida igual para todos	Empezar un negocio es una buena elección de carrera	Las personas le dan un alto estatus a los emprendedores	Los medios de comunicación le prestan mucha atención a los emprendedores
Ecuador	34,24%	58,55%	72,10%	34,65%	77,61%	88,11%	84,14%	78,78%
China	52,42%	32,24%	37,60%	36,01%	41,20%	71,67%	76,13%	79,82%
Perú	45,94%	56,99%	65,47%	31,93%	54,20%	77,25%	73,00%	75,52%
Colombia	29,99%	71,80%	56,57%	34,67%	68,43%	89,22%	75,49%	68,75%
Brasil	33,63%	52,40%	53,94%	35,55%	84,62%	89,04%	86,04%	86,17%
Argentina	33,90%	50,08%	63,46%	30,26%	60,89%	74,23%	66,87%	63,41%
Chile	41,85%	64,91%	59,91%	32,02%	N.D	69,74%	67,78%	65,84%
España	31,10%	13,90%	50,38%	51,59%	71,89%	63,64%	63,71%	47,26%
Israel	28,56%	30,62%	29,31%	41,70%	55,33%	59,47%	72,39%	47,44%
Estados Unidos	28,95%	43,49%	55,88%	37,83%	N.D	N.D	N.D	N.D

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Gráfico 4.3 Comparación internacional de los valores de las percepciones y las actitudes sobre el emprendimiento en Colombia y algunos países del mundo en el 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).



Perfil del emprendedor colombiano

La metodología **GEM** reconoce que la motivación para iniciar un negocio es una característica que crea diferencias sustanciales entre los tipos de emprendimientos que se desarrollarán diferentes personas. Algunos individuos llegan al emprendimiento empujados por las circunstancias y motivados fundamentalmente por la necesidad de generar un ingreso para asegurar su sostenimiento y el de sus familias. Este es el emprendimiento por necesidad. Otros, en cambio, llegan a esta actividad con la motivación de generar empresas cuyo crecimiento les permita obtener niveles de ingreso y riqueza mayores que los que ellos habrían obtenido en cualquier empleo. Este es conocido como emprendimiento por oportunidad y se caracteriza por tener mayores niveles de ambición. A su vez, dentro del emprendimiento por oportunidad, **GEM** reconoce distintos niveles determinados por la magnitud de la ambición y las aspiraciones del emprendedor expresadas en sus metas de generación de empleo.

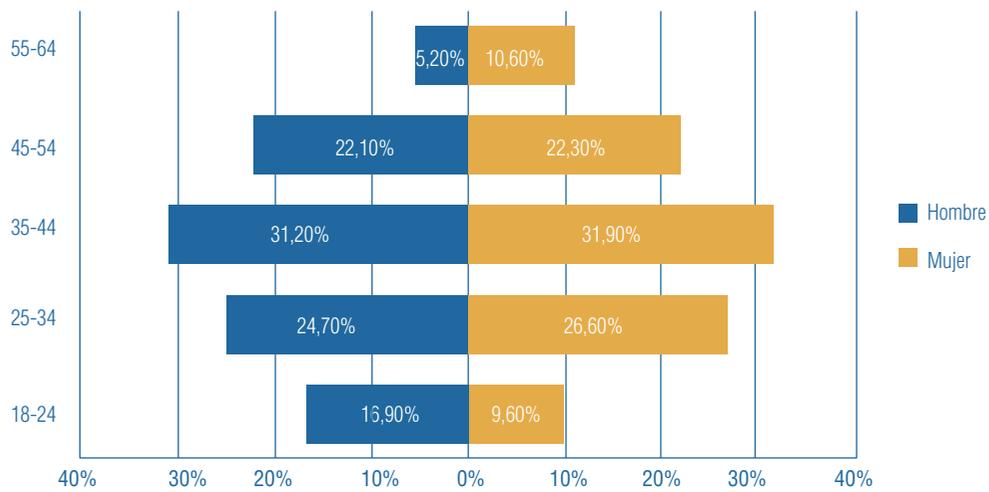
A. Emprendedor por necesidad

El emprendimiento por necesidad surge como respuesta a la búsqueda de un ingreso para el emprendedor y su familia. La información recolectada internacionalmente por **GEM** permite comprobar que, a lo largo de los países donde se hace el estudio, el emprendimiento por necesidad tiende

a buscar niveles de actividad, ventas y generación de empleos inferiores a los correspondientes al emprendimiento de oportunidad. De la misma manera, los países de menores niveles de ingreso y que están en los escalones más bajos en la escala de desarrollo (países cuyas economías son movidas fundamentalmente por el acceso a recursos y a factores) tienden a tener participaciones de emprendimiento por necesidad que son mayores a los que se encuentran en aquellos países de mayor grado de desarrollo, donde el motor del crecimiento económico es la innovación.

La participación de los hombres en la actividad emprendedora tiende a ser mayor que la de las mujeres en todos los países. En Colombia (ver gráfico 5.1), los emprendedores por necesidad tienden a estar distribuidos de manera relativamente equitativa entre los dos géneros, salvo entre las personas más jóvenes y entre las más viejas. Entre los más jóvenes (18 a 24 años de edad), la participación de los hombres en el emprendimiento por necesidad tiende a ser sustancialmente más alta (16,9%) que la participación de las mujeres (9,6%). Luego, en el rango de mayor edad, los pesos en la participación se invierten, pues para los mayores de 54 años el porcentaje del emprendimiento por necesidad en los hombres (5,2%) es sustancialmente más bajo que el de las mujeres (10,6%). En los demás rangos de edad, la distribución del emprendimiento por necesidad es similar en los casos de los dos géneros.

Gráfico 5.1 Porcentaje de emprendedores colombianos por necesidad según género y edades en 2012

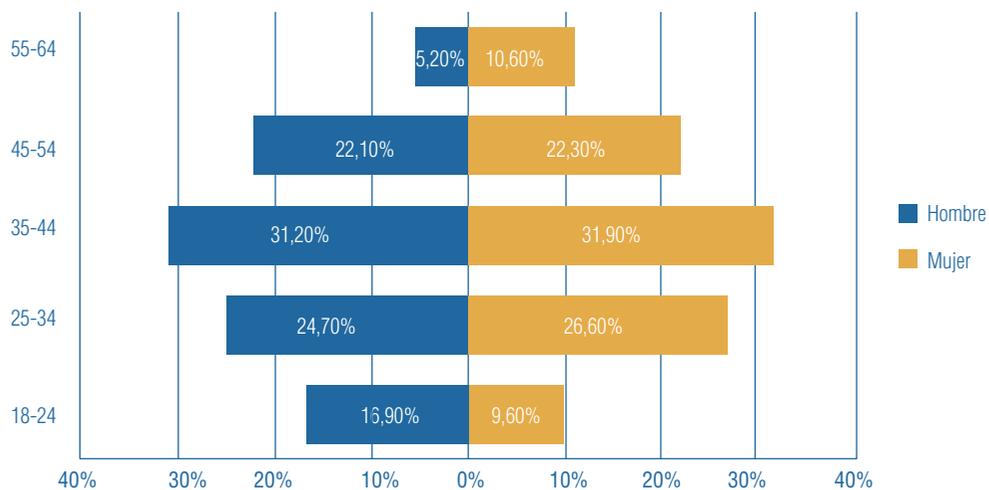


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Como se podría esperar según la experiencia internacional, en Colombia la distribución de los emprendimientos por necesidad indica que estos tienden a ubicarse en los estratos de menores ingresos. Sin embargo, como lo muestra la gráfico 5.2, la situación es más marcada en el caso de

las mujeres que en caso de los hombres. El 66,7% de las mujeres que hacen emprendimiento por necesidad se ubica en niveles de ingreso por debajo de dos salarios mínimos legales mensuales. Entretanto, en el caso de los hombres, ese porcentaje es 50,7%.

Gráfico 5.2 Porcentaje de emprendedores colombianos por necesidad según género y nivel de ingresos en 2012

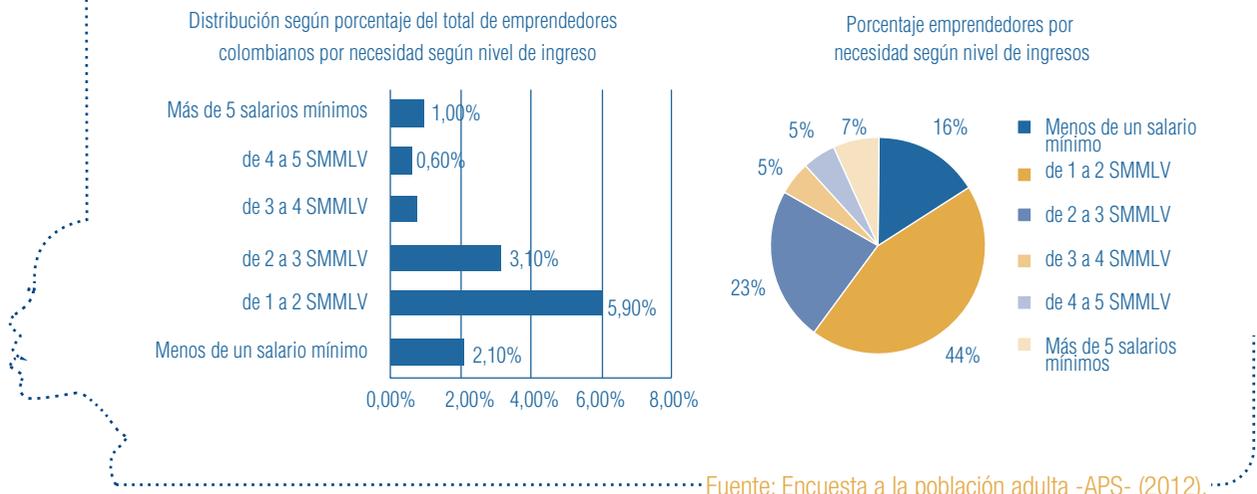


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Al examinar las cifras del total de la población, se confirma que el emprendimiento por necesidad tiene una clara relación con los bajos niveles de ingreso. En el total de la población, la participación de los emprendedores por necesidad tiende a ser

más alta a medida que disminuye el nivel de ingreso (panel izquierdo en el gráfico 5.3). Dentro del total de emprendedores por necesidad, aquellos que ganan menos de tres salarios mínimos constituyen cerca del 60% de la población.

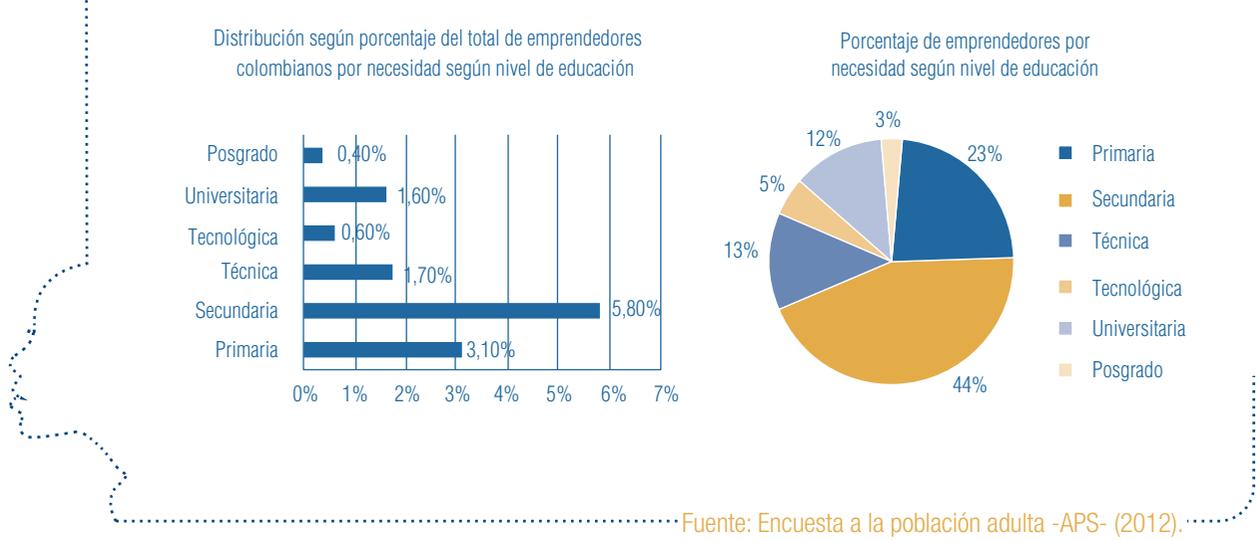
Gráfico 5.3 Distribución según porcentaje del total de emprendedores colombianos por necesidad según nivel de ingreso



Como ocurre en otros países, el emprendimiento por necesidad tiende a mostrar una relación inversa con los niveles de educación. En el grueso de la población, los porcentajes de participación del emprendimiento por necesidad son más altos en los niveles educativos más bajos, como la secundaria

y la primaria (panel izquierdo en el gráfico 5.4). De manera consistente con esto, se puede apreciar que la gran mayoría de los emprendedores por necesidad (67%) se ubican en estos dos niveles de educación, que son los dos más bajos de la escala (panel derecho en el gráfico 5.4).

Gráfico 5.4 Distribución según porcentaje del total de emprendedores colombianos por necesidad según nivel de educación



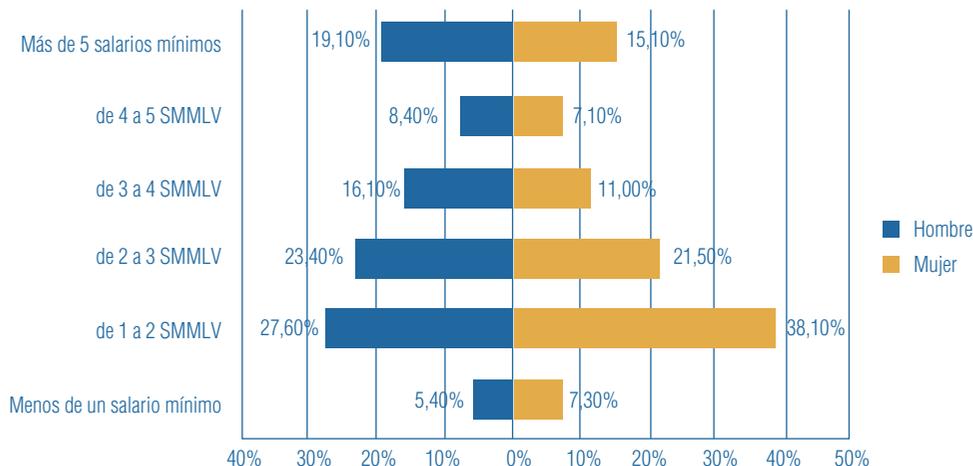
B. Emprendedor por oportunidad

Otros emprendedores llegan a la creación de empresa motivados por el objetivo de hacer realidad una oportunidad. Son personas que probablemente tienen otras opciones para ganarse la vida, pero escogen el emprendimiento porque ven que este camino podría permitirles el logro de mayores niveles de ingreso y riqueza personal.

La investigación desarrollada internacionalmente a partir de la información de **GEM** muestra que la calidad del emprendimiento basado en oportunidad es más alta que la del emprendimiento motivado por la necesidad. De esta manera, su contribución a la economía, en términos de aporte de valor y empleo, es más alta.

El gráfico 5.5. muestra cómo, según se esperaría, la distribución de los emprendedores por oportunidad tiende a acumular mayores porcentajes de individuos en las escalas más altas de ingreso que en el caso de los emprendedores por necesidad examinados anteriormente. Un 27,5% de los emprendedores por oportunidad se ubican en niveles de ingresos superiores a cuatro salarios mínimos, porcentaje muy superior al que se encuentra en el caso de los emprendedores por necesidad. De la misma manera, la distribución de los emprendedores por oportunidad tiende a desfavorecer a las mujeres en comparación con los hombres, pues hay más mujeres que hombres en los niveles bajos de ingreso, y más hombres que mujeres en los niveles altos de ingreso en este tipo de emprendimiento.

Gráfico 5.5 Porcentaje de emprendedores colombianos por oportunidad, según género y nivel de ingresos en 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Entre tanto, la distribución por edades (ver gráfico 5.6) confirma que el emprendimiento de oportunidad tiende a ser un fenómeno donde la dinámica la generan los jóvenes. En particular, el rango de

edades que va entre los 25 y 35 años abarca la gran mayoría de los emprendedores por oportunidad, con 60,3% del total. La distribución por edades resulta bastante similar para hombres y mujeres.

Gráfico 5.6 Porcentaje de emprendedores colombianos por oportunidad, según género y edades en 2012

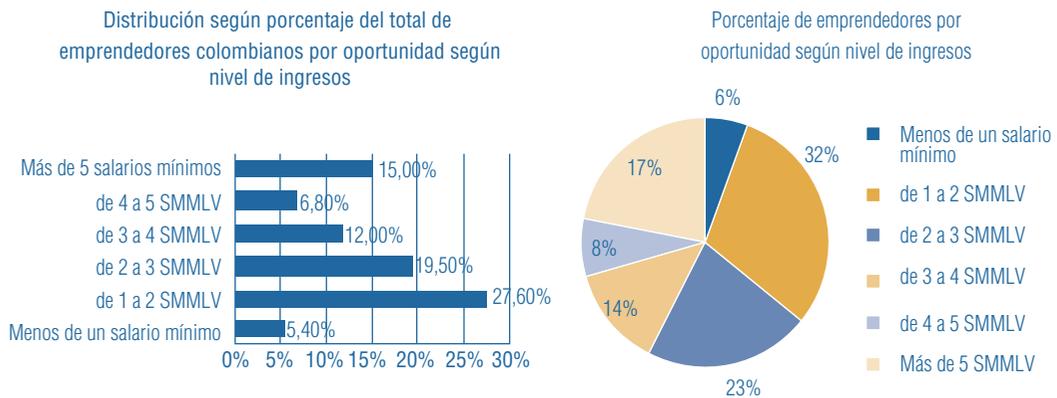


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Al considerar la forma como el total de la población se distribuye de acuerdo con el emprendimiento de oportunidad, las cifras están de acuerdo con los patrones establecidos por investigaciones anteriores. En particular, el emprendimiento por oportunidad tiene una distribución que se inclina más hacia los estratos de mayor ingreso que el emprendimiento por necesidad. Si bien hay más emprendedores por oportunidad en los estratos de menor ingreso, esto simplemente refleja la

distribución general de la población de Colombia según ingresos; sin embargo, la distribución de los emprendedores de oportunidad tiene un sesgo hacia los mayores niveles de ingreso en comparación con el emprendimiento por necesidad. Así, mientras el 17% de los emprendedores por necesidad generan más de tres salarios mínimos mensuales, en el caso del emprendimiento por oportunidad los individuos que generan ingresos superiores a este nivel son el 39% del total.

Gráfico 5.7 Distribución según porcentaje del total de emprendedores colombianos por oportunidad según nivel de ingresos

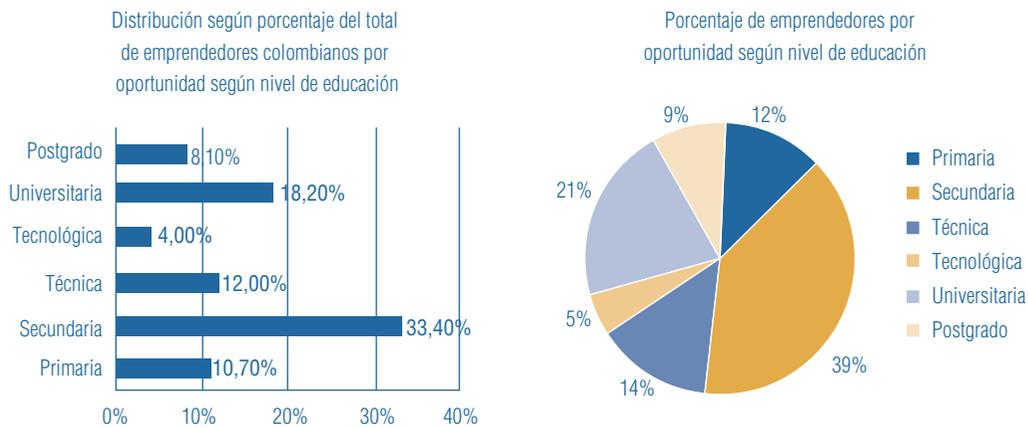


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Los emprendedores por necesidad tienden también a tener niveles de educación relativamente más altos que los emprendedores por oportunidad. Así, el 62% de los emprendedores por necesidad

han completado niveles de educación que van más allá de la secundaria. En el caso de los emprendedores por oportunidad, este porcentaje es 33% (ver gráfico 5.8).

Gráfico 5.8 Distribución según porcentaje del total de emprendedores colombianos por oportunidad según nivel de educación



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

C. Emprendedores de alto potencial de crecimiento

Dentro de los emprendedores de oportunidad, es posible reconocer a un grupo especial que se distingue por sus altas aspiraciones de crecimiento. Estos emprendedores esperan crear 10 empleos o más y crecer en un 50% o más en los próximos cinco años. Aparte de ellos, es posible reconocer un grupo que tiene unas ambiciones aún más altas, el de los emprendedores que aspiran a crear más de 19 empleos en los siguientes cinco años.

De acuerdo con las cifras, el perfil de edades de los emprendedores de alto potencial de crecimiento es bastante similar al de los emprendedores por oportunidad. Definitivamente, el mayor potencial de crecimiento se aprecia en los emprendedores que están entre 25 y 34 años de edad (ver gráfico 5.9). Tal como ocurre en el caso de los emprendedores por oportunidad, la distribución entre hombres y mujeres no varía sustancialmente en los diferentes rangos de edad.

Gráfico 5.9 Porcentaje de emprendedores de alto potencial de crecimiento (>10 empleos, >50% crecimiento esperados en 2 años), según género y edades 2012

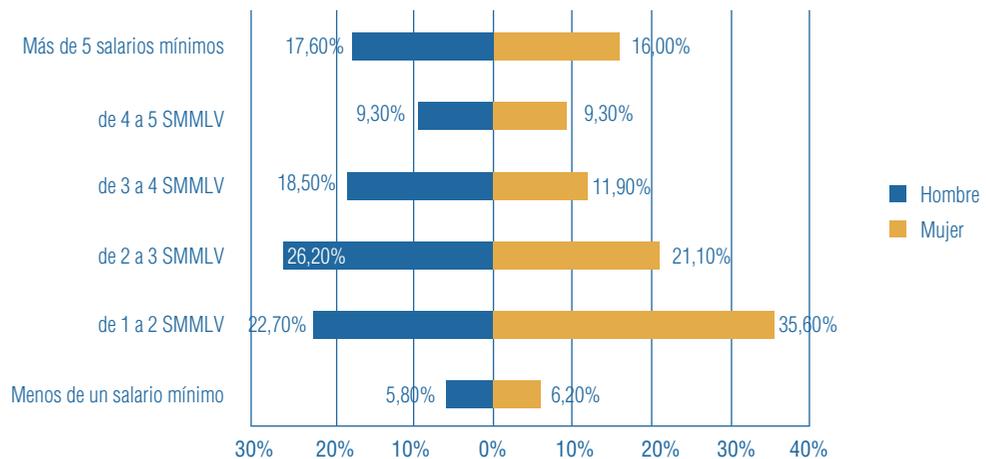


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Como se esperaba, existe un sesgo hacia los niveles más altos de generación de ingresos en este tipo de emprendimientos. Por otra parte, la distribución por ingresos muestra también aquí un sesgo en contra de las mujeres (ver gráfico 5.10). Los porcentajes de mujeres tienden claramente a ser mayores que los de los hombres en los niveles más bajos de la distribución de ingresos. De esta manera, a medida que las mujeres aumentan sus ingresos, su vocación emprendedora

se reduce en esta población. Esto es negativo para las mujeres, pues las posibilidades de alcanzar estos niveles de aspiración tienden a ser mayores cuanto más altos son los niveles de ingreso recientes de los emprendedores. Esta distribución probablemente refleja un problema más general en la distribución de salarios entre hombres y mujeres, donde más mujeres que hombres tienden a quedar atrapadas en los niveles menores en la escala de ingresos.

Gráfico 5.10 Porcentaje de emprendedores de alto potencial de crecimiento (>10 empleos, >50% crecimiento esperados en 2 años), según género y nivel de ingresos 2012



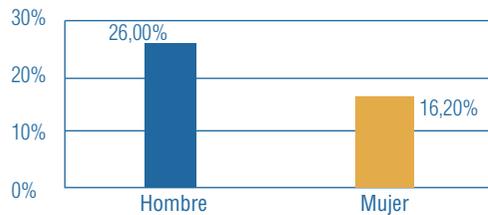
Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

En suma, al considerar la distribución general entre hombres y mujeres a la luz de los niveles de ambición expresados por ellos, en cuanto a las expectativas de crecimiento de sus emprendimientos, aparece una diferencia contundente en la participación de hombres y mujeres (ver gráfico 5.11). Mientras el 26% de los hombres en la encuesta aspiran a

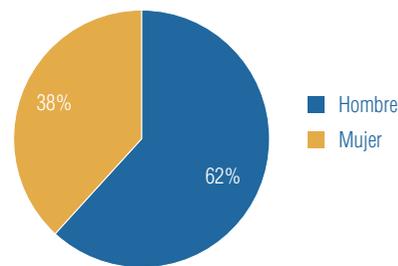
crear empresas con más de 10 empleados y un crecimiento superior al 50% en los primeros cinco años, solamente el 16,2% de las mujeres muestran una aspiración similar. De esta manera, al examinar el total de los emprendedores que presentan esta aspiración de alto crecimiento se encuentra que el 62% son hombres mientras que el 38% son mujeres.

Gráfico 5.11 Distribución porcentual del total de emprendedores de alto potencial de crecimiento (>10 empleos, >50% crecimiento esperados en 2 años) por género 2012

Distribución porcentual del total de emprendedores de alto potencial de crecimiento (>10 empleos, >50% crecimiento esperados en 2 años) por género 2012



Emprendedores Dinámicos



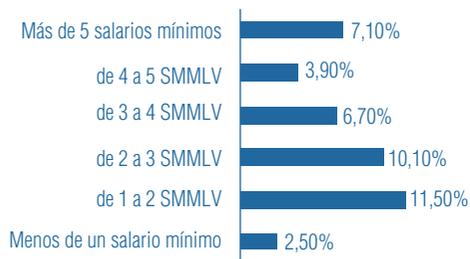
Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Por su parte, la distribución de este tipo de emprendedores, según su nivel de educación, es bastante similar a la que se encontraba en el caso general de los emprendedores por oportunidad. Llama la atención que solamente el 52% de los encuestados tienen un nivel de educación que sea superior a la secundaria. Esto llevaría a esperar tasas

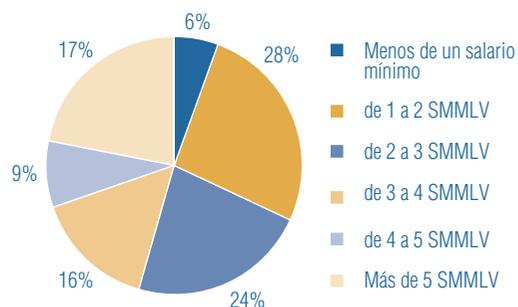
de fracaso importantes en el cumplimiento de sus aspiraciones, dado que, tanto en Colombia como en el exterior, la investigación ha encontrado que existe una correlación positiva entre los niveles de educación y la posibilidad de que los empresarios establecidos alcancen edades altas para sus empresas.

Gráfico 5.12 Distribución según porcentaje del total de emprendedores dinámicos colombianos según nivel de ingreso

Distribución según porcentaje del total de emprendedores dinámicos colombianos según nivel de ingreso



Emprendedores dinámicos por ingreso



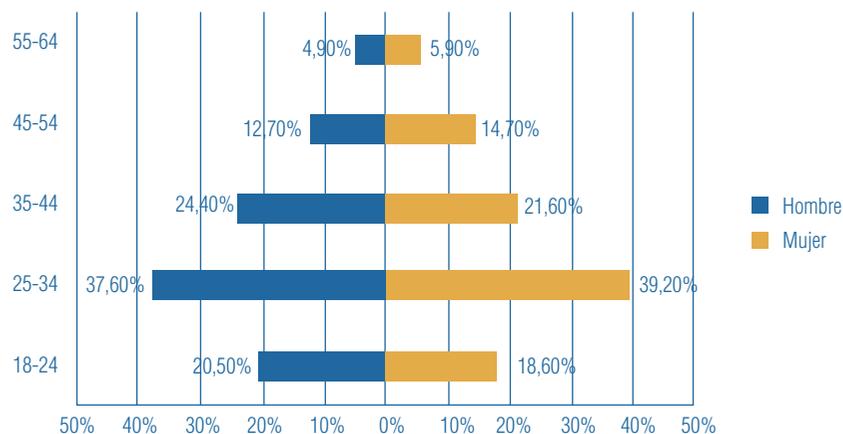
Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Las cifras de **GEM** permiten hacer una discriminación más detallada para identificar a otro grupo de emprendedores que presenta niveles de aspiración aún más altos que los anteriores. Estos emprendedores creen que van a crear más de 19 empleos al final de los próximos cinco años. Como podría esperarse, la distribución de estos emprendedores en términos de edades y género sigue siendo similar a la de los emprendedores de oportunidad y a los del grupo de emprendedores que aspiran a crear 10 empleos en los próximos cinco años.

Resulta interesante, sin embargo, el hecho de que los porcentajes de mujeres en las edades mayores superan a los de los hombres en este tipo de

emprendimiento. Si bien los porcentajes son bajos y estos resultados solamente pueden considerarse indicativos, estas cifras indican que sería necesario profundizar en el fenómeno. Es posible, por ejemplo, que las mujeres tengan una disposición a emprender que varíe con la edad de una manera diferente a la de los hombres, en el que las mujeres, en los rangos superiores de edad, una vez que han completado su educación acumulan experiencia y tienen una necesidad menor de disponer de tiempo para atender a sus hijos, podrían estar más dispuestas a crear empresas de alto potencial de crecimiento. Esta sería solamente una hipótesis exploratoria, que debería considerarse con mayor cuidado en estudios posteriores. Sin embargo, si esto es así, se revelaría una veta muy interesante para el fomento del emprendimiento de alto potencial de crecimiento.

Gráfico 5.13 Porcentaje de emprendedores de alto potencial de crecimiento (>20 empleos en 5 años), según género y edades 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

De la misma manera, la participación de las mujeres en los niveles más altos de ingreso se incrementa en este tipo de emprendimiento. Este hecho, sumado a los hallados anteriormente en relación con la

mayor participación de mujeres que tienen más experiencia, podría indicar que allí hay un capital humano de importancia significativa a la hora de estimular el emprendimiento de alto potencial de crecimiento.

Gráfico 5.14 Porcentaje de emprendedores de alto potencial de crecimiento (>20 empleos en 5 años), según género y nivel de ingresos 2012

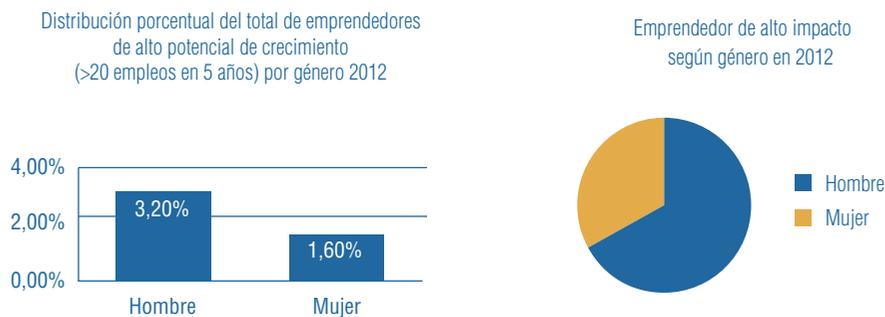


Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

De todas formas, al considerar los datos agregados, la participación de las mujeres en este tipo de emprendimientos es inferior a la de los hombres. Mientras que el 3,2% de los hombres aspira a crear más de 19 empleos tras cinco años de fundada

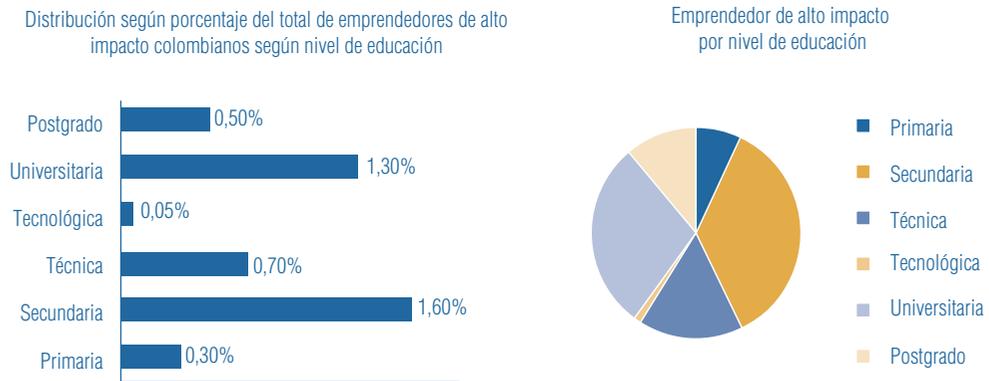
su empresa, en el caso de las mujeres solamente un 1,6% manifiesta la misma aspiración. Dentro del total de los emprendedores de alto potencial de crecimiento que aspiran a generar más de 19 empleos tras cinco años de crear su empresa, el 67% son hombres y solamente el 33% son mujeres.

Gráfico 5.15 Distribución porcentual del total de emprendedores de alto potencial de crecimiento (>20 empleos en 5 años) por género 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

Gráfico 5.16 Distribución según porcentaje del total de emprendedores de alto impacto colombianos según nivel de educación



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).



Características de las nuevas empresas y las establecidas en Colombia

Uno de los principales aportes del estudio **GEM** es la identificación de las características más representativas de las nuevas empresas en el lugar donde se realice el estudio. En este sentido, el estudio identifica factores como el uso de tecnología por las nuevas empresas y las establecidas, el nivel de internacionalización de estas empresas, su nivel de formalidad empresarial y los montos promedios requeridos para iniciar una nueva empresa en el país.

A. Nivel de tecnología

El gráfico 6.1 muestra un comportamiento muy homogéneo del uso de nuevas tecnologías por las nuevas empresas en Colombia, en comparación con

los dos años anteriores. En el 2012, solo el 17,3% de las nuevas empresas reportan que usaron última tecnología -aquella que estuvo disponible en el mercado en los últimos tres años- en la elaboración de sus productos y en la prestación de sus servicios. De igual forma, solamente el 25,7% de las nuevas empresas afirman haber utilizado nueva tecnología -disponible en el mercado entre 1 y 5 años- y el mayor porcentaje (56,9%) reporta no haber hecho uso de nueva tecnología.

Según una comparación internacional, a pesar de que el uso de tecnología de punta o nueva tecnología no es significativamente alto en Colombia, si se está en un escenario mejor que algunos países latinoamericanos y otros relevantes a nivel mundial.

Gráfico 6.1 Uso de tecnología de los nuevos emprendedores colombianos



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012, 2011, 2010).

En Sudamérica, solo Panamá tiene un 20% de sus nuevas empresas utilizando tecnología de punta en sus procesos productivos, aunque ese porcentaje baja de forma significativa cuando se analizan las empresas que usan nueva tecnología. En general, ningún país tiene menos del 50% de sus nuevas empresas usando tecnología, lo que representa una situación preocupante en términos de la calidad de los procesos, productos, servicios

y otros componentes de la cadena de valor de estas empresas. Es importante mencionar que la disponibilidad sobre el acceso a última tecnología o nueva tecnología se hace en el mercado local, por lo que puede suceder que una tecnología que haya estado disponible en países como Estados Unidos o Israel desde hace unos años puede que en Colombia apenas esté disponible en el mercado.

Tabla 6.1. Comparación internacional del uso de nueva tecnología por las nuevas empresas

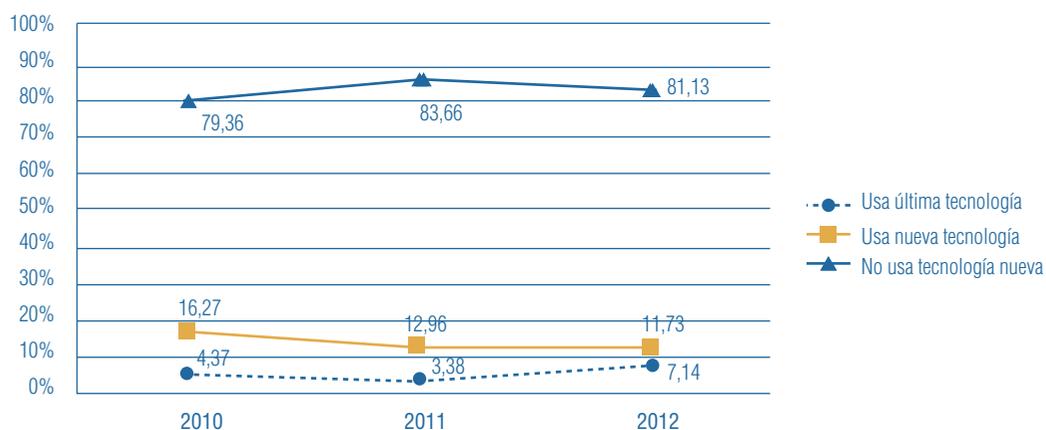
		Usa última tecnología	Usa nueva tecnología	No usa tecnología nueva
Uso de tecnología de nuevos emprendedores en Sur América	Colombia	17,3	25,72	56,98
	Ecuador	3,94	7,5	88,56
	Chile	13,47	27,11	59,41
	Uruguay	9,16	27,22	63,62
	Argentina	7,96	20,72	71,32
	Panamá	21,91	13,15	64,94
Uso de tecnología de nuevos emprendedores en otros países	Colombia	17,3	25,72	56,98
	Estados Unidos	6,81	20,32	72,87
	China	8,97	11,69	79,34
	México	7,86	8,52	83,61
	España	12,51	19,15	68,34
	Israel	20,91	21,26	57,84

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

En el caso de las empresas establecidas -aquellas con más de 42 meses de operaciones en el mercado- el uso de tecnologías de punta es aún precario. En este sentido, solo el 7,1% de estas empresas usan tecnología disponible en el mercado colombiano desde hace no más de un año, y el 11,7% reportan usar tecnología disponible desde no más de cinco años, lo cual indica que alrededor del 81% de las empresas establecidas colombianas están usando en sus procesos

productivos tecnología no de vanguardia. Es importante mencionar que en el 2012 se dio un salto en el uso de última tecnología, al pasar del 3,4% en el 2011 al mencionado 7,1% en este año, en contraste con la disminución en casi un punto porcentual en el uso de nueva tecnología por las empresas establecidas colombianas en el mismo periodo. Más allá de esto, el gráfico 6.2 muestra un comportamiento bastante homogéneo en este factor en los últimos tres años.

Gráfico 6.2 Uso de tecnología por los emprendedores establecidos en Colombia



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

La tabla 6.2 registra la comparación internacional en el uso de nuevas tecnologías por las empresas establecidas. En Sudamérica se aprecian algunos datos interesantes: Colombia es el país en el que las empresas establecidas usan tecnología de punta, seguido por Chile y Argentina. No obstante, en Perú las empresas con más de 42 meses de funcionamiento usan tecnología de punta y nueva tecnología. En comparación con otros países,

sobresalen España e Israel en donde alrededor del 20% de sus empresas consolidadas usan algún tipo de tecnología nueva que ha estado disponible en sus mercados desde hace no más de cinco años. Es importante destacar que a pesar de que el resultado pareciese positivo para Colombia, se deben buscar mecanismos de inversión en tecnologías en las nuevas empresas si se desea competir en mercados internacionales con mejores perspectivas.

Tabla 6.2 Comparación internacional del uso de nueva tecnología por las empresas establecidas

		Usa última tecnología	Usa nueva tecnología	No usa tecnología nueva
Uso de tecnología de emprendedores establecidos en Sur América	Colombia	7,14	11,73	81,13
	Ecuador	1,32	6,6	92,08
	Chile	5,69	13,23	81,08
	Perú	1,06	22,36	76,58
	Argentina	3,48	6,19	90,34
	Uruguay	2,37	13,3	84,34
Uso de tecnología de emprendedores establecidos en otros países	Colombia	7,14	11,73	81,13
	China	2,89	7,81	89,3
	México	0,86	5,92	93,22
	Estados Unidos	0,94	9,4	89,67
	Israel	3,87	16,63	79,51
	España	6,78	13,13	80,1

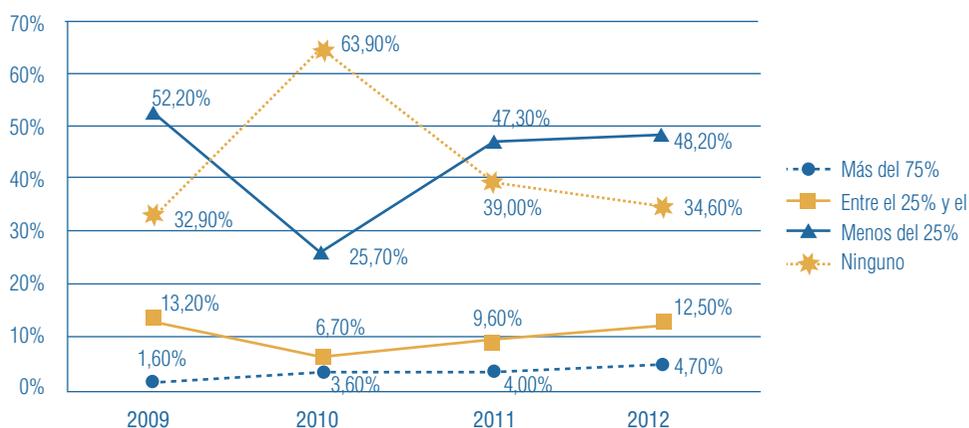
Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

B. Nivel de internacionalización

Otro factor importante que da luces sobre la competitividad de las nuevas empresas y las establecidas es su nivel de ventas al exterior o su nivel de internacionalización. Las firmas que nacen internacionalizadas tienen más probabilidades de permanecer en el mercado, y alcanzan retornos de inversión en muchos casos por encima del promedio de la industria, diversifican su portafolio de consumidores -mayores clientes con distintos perfiles- y tienen el potencial de ver más oportunidades de mejora, según los mercados en los que inician sus operaciones (Lu & Beamish, 2001).

El gráfico 6.3 muestra el comportamiento en los últimos cuatro años de esta variable en nuestro país. Los resultados son alentadores, cada vez más las nuevas empresas nacen internacionalizadas y eso demuestra un mayor alcance y calidad en las ideas de negocio que se ponen en marcha. En el 2012, el 34,6% de las nuevas empresas creadas en Colombia reporta no tener ningún cliente en el exterior, en comparación con el 63,9% del 2010. De igual modo, es importante notar el aumento significativo de las nuevas empresas que tienen el 25% de sus ventas en el exterior, con un incremento en más de 20 puntos porcentuales respecto al 2010.

Gráfico 6.3 Nivel de exportaciones de los nuevos empresarios en Colombia entre el 2009 y 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012, 2011, 2010).

Por su parte, la tabla 6.3 compara internacionalmente los resultados de Colombia en esta variable. Uruguay, Perú y Colombia son los países que en Suramérica tienen la mayor cantidad de empresas volcadas a los mercados internacionales, lo que a nivel mundial lidera Israel donde casi el 10% de sus nuevas empresas tienen más de $\frac{3}{4}$ partes de sus clientes en el exterior. En el caso de empresas con algo de vocación exportadora, Chile y Estados Unidos presentan la mayor cantidad de empresas internacionalizadas con el 61,6%

y el 62,5% respectivamente. Esta comparación es positiva para Colombia si se tiene en cuenta que solo el 48% de sus nuevas empresas están focalizadas en vender sus productos y ofrecer sus servicios en el mercado interno, en comparación con el 92% en Ecuador y el 82% de Argentina. Resulta interesante observar los casos de China y México, donde quizás, gracias al tamaño de su mercado interno, la mayoría de sus empresas miran hacia adentro, por lo menos, en los primeros años de su creación.

Tabla 6.3 Intensidad de exportaciones de los nuevos emprendedores en 2012

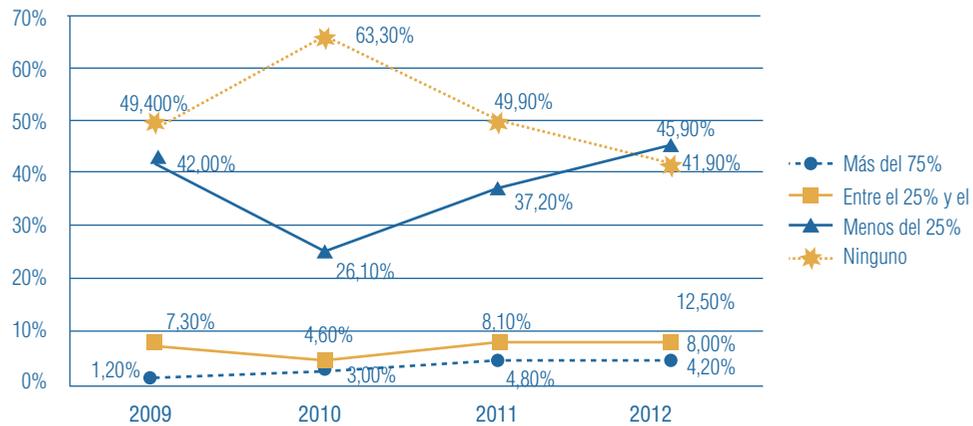
		Ninguno	Menos del 25%	Entre el 25% y el 75%	Más del 75%
Grado de intensidad de exportaciones de nuevos emprendedores en Suramérica	Colombia	48,18	36,54	11,02	4,27
	Ecuador	91,88	7,74	0,19	0,19
	Chile	30,91	61,68	4,86	2,55
	Perú	72,7	17,03	6,06	4,21
	Argentina	81,29	13,93	2,86	1,92
	Uruguay	66,95	17,86	8,79	6,39
Grado de intensidad de exportaciones de nuevos emprendedores en otros países	Colombia	48,18	36,54	11,02	4,27
	China	79,63	18,28	1,92	0,17
	México	84,85	10,61	4,54	0
	Estados Unidos	25,02	62,49	8,19	4,3
	Israel	39,39	38,06	12,92	9,63
	España	74,47	11,47	7,14	6,92

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Al igual que sucede con los nuevos empresarios, el gráfico 6.4 muestra la tendencia positiva de un mayor número de empresas establecidas que encuentran en los mercados internacionales opciones interesantes para desplegar sus productos y servicios. En el 2012, el 41,9% de las empresas establecidas reportaban no tener ningún cliente en el exterior, cifra muy inferior a

la reportada en el 2010 del 66,3%. Según el mismo gráfico, esta proporción de empresas que se internacionalizan lo hacen paulatinamente, es decir, aumentan su portafolio de clientes entre el 1 y el 25%. Entre las empresas que tienen más del 25% de sus clientes en el exterior se nota una tendencia lineal, lo que permite inferir la anterior afirmación.

Gráfico 6.4 Nivel de exportaciones de los emprendedores establecidos colombianos entre el 2009 y 2012



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Realizando una comparación internacional del nivel de internacionalización de las empresas establecidas, se encuentra un resultado muy positivo de Chile para el caso latinoamericano, y de Estados Unidos e Israel a nivel mundial. En estos países, el

60% o más de sus empresas presentan algún grado de internacionalización, contrastando nuevamente con países como México, China, Perú y España donde muchas de sus empresas establecidas no tienen alto grado de vocación exportadora.

Tabla 6.4 Comparación internacional de la intensidad de exportaciones de los emprendedores establecidos en 2012

		Ninguno	Menos del 25%	Entre el 25% y el 75%	Más del 75%
Intensidad de exportaciones de los emprendedores establecidos en Suramérica	Colombia	51,66	37,56	6,05	4,73
	Ecuador	87,53	11,38	0,81	0,27
	Chile	36,47	58,4	2,44	2,7
	Perú	87,42	7,72	3,86	1
	Argentina	78,45	17,05	2,16	2,34
	Uruguay	76,43	15,68	3,72	4,18
Intensidad de exportaciones de los emprendedores establecidos en otros países	Colombia	51,66	37,56	6,05	4,73
	China	83,94	12,96	0,88	2
	México	72,04	18,3	8,66	1
	Estados Unidos	31,32	62,68	3,26	2,74
	Israel	38,01	42,86	6,66	12,46
	España	81,26	11,56	3,26	3,92

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012).

C. Cierre de negocios

Una variable importante es la mortalidad empresarial o cese de actividades en etapa temprana. Un mayor cese de actividades empresariales puede implicar varias cosas. La primera tiene que ver con la solidez en el modelo de negocio y en la gestión de la nueva empresa que al no ser la esperada lleve a un cierre del negocio prematuramente. Otra razón es la rivalidad y competencia en ciertas industrias y localizaciones que obliga a las empresas a mejorar rápidamente en sus procesos, ser flexibles y adaptativas al cambio y enfrentarse a veces con condiciones del entorno difíciles para su desempeño.

En el caso colombiano, el 2,1% de la población entre 18 y 64 años afirmó haber cerrado o cesado actividades de un negocio existente en los últimos 12 meses, el doble menos de lo reportado en el 2010. Aunque no se pueden sumar y restar la tasa de empresas nacientes y de cierre de negocios para establecer cuánto efectivamente está creciendo el tejido empresarial en el país -los tiempos de medición son distintos-, sí se puede afirmar que son más las empresas que se crean en Colombia que las que cesan actividades (ver gráfico 6.5).

Gráfico 6.5 Negocios cerrados en los últimos 12 meses



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012, 2011).

D. Nivel de formalidad de las nuevas empresas en Colombia

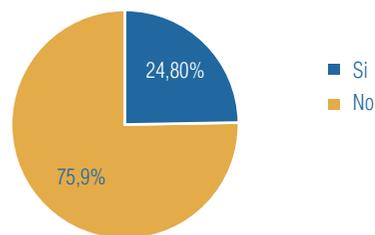
La formalidad empresarial es una estrategia importante para asegurar el crecimiento de los nuevos negocios (Kambeiz, 2007). En este sentido, vale la pena conocer el nivel de formalidad empresarial que presentan las nuevas empresas en Colombia. El gráfico 6.6 muestra que el 25% de las nuevas empresas creadas en Colombia nacen de la formalidad, aproximadamente 6 puntos porcentuales por encima del año anterior, con un avance significativo en un factor que, como se mencionó anteriormente, es clave para la sostenibilidad y

disminución de los riesgos empresariales de las nuevas empresas colombianas.

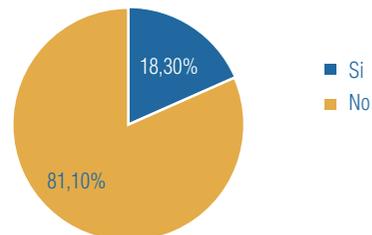
Políticas gubernamentales como la creación de la figura societaria SAS, las rutas de la formalidad diseñadas y apoyadas por las cámaras de comercio de Bogotá, Cali, Medellín, entre otras, y la inclusión de pequeños negocios en las cadenas de valor de empresas medianas y grandes son algunos de los factores que posiblemente han afectado de manera positiva la formalidad en nuestro país.

Gráfico 6.6 Nivel de formalidad

¿Ha registrado su actividad empresarial en Cámara de Comercio? -2012-



¿Ha registrado su actividad empresarial en Cámara de Comercio? -2011-



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012, 2011).

E. Nivel de inversión requerido para iniciar un nuevo negocio en Colombia

Existe una relación directa entre el capital inicial con el que surge la empresa y su supervivencia empresarial (Segarra & Callejón, 2002; Arias & Quiroga, 2008), esto es, cuanto mayores sean los recursos con los que cuente un emprendedor para poner en marcha las actividades de su modelo de negocio, más probabilidad tendrá de que la implementación de su plan se lleve a cabo. La tabla 6.5 muestra el monto promedio de la inversión que requieren los emprendedores para llevar a cabo

su proyecto empresarial: 30,5 millones de pesos en el 2012, casi 10 millones de pesos más que lo reportado en el 2011.

Además, vale la pena mencionar que el monto que más reportan los emprendedores para iniciar su nuevo negocio es de \$10 millones -valor de la moda-. Igualmente cabe mencionar que el 84% de los emprendedores reportan montos por debajo de los \$30,5 millones, cifra que preocupa si se tiene en cuenta la afirmación inicial de este apartado que relaciona positivamente el capital inicial con la supervivencia del negocio.

Tabla 6.5 Monto requerido para iniciar un negocio

	Dinero requerido para montar un nuevo negocio -2012-	Dinero requerido para montar un nuevo negocio -2011-
Promedio	30.470.400	25.038.263
Mediana	8.000.000	8.000.000
Moda	10.000.000	5.000.000
% por debajo del promedio	84,52%	81,18%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012, 2011).

Condiciones del entorno para el emprendimiento en Colombia y el mundo



Los determinantes de la prevalencia del emprendimiento son complejos. El efecto de las variables específicas asociadas a las políticas y al entorno en cada país aún no es completamente claro para los investigadores del emprendimiento en el mundo. Sin embargo, el entorno institucional es un elemento fundamental que determina la capacidad emprendedora de un país, pues afecta en forma decisiva las condiciones que los emprendedores enfrentarán para lograr el éxito de sus empresas.

El modelo **GEM** examina nueve (9) factores del entorno institucional que afectan el desarrollo del emprendimiento y la innovación en los países. La información sobre la evolución de esas condiciones de entorno se obtiene mediante entrevistas directas con expertos en cada país, quienes califican el estado de cada una de estas condiciones en una escala de 1 a 5, en la que un puntaje de 5 indica condiciones muy favorables para el emprendimiento, y un puntaje de 1 indica la existencia de condiciones muy desfavorables para el emprendimiento.

Las condiciones analizadas son las siguientes:

- *Finanzas para el emprendimiento:* considera la disponibilidad de recursos provenientes del sistema financiero y el mercado de capitales (bien sea recursos de inversión o deuda) para los emprendedores en el país. Incluye también la existencia de subsidios estatales para la actividad emprendedora y recursos de fuentes ajenas al sistema financiero.
- *Política del gobierno:* evalúa el grado en el cual las políticas y regulaciones gubernamentales contribuyen a impulsar o frenar el desarrollo del emprendimiento.
- *Programas gubernamentales para el emprendimiento:* examina el grado en el cual los impuestos y regulaciones del gobierno son neutrales ante el tamaño de las empresas o, por el contrario, favorecen el desarrollo y crecimiento de nuevas firmas.
- *Educación para el emprendimiento:* evalúa el grado en el cual la formación para la creación y el desarrollo de nuevas empresas forma parte de los sistemas de educación y entrenamiento en los países.
- *Investigación, desarrollo y transferencia de tecnología:* examina el grado en el cual el desarrollo de la ciencia y la tecnología conduce a nuevas oportunidades de comercialización, bien sea por parte de nuevas empresas o por empresas existentes.
- *Infraestructura legal y comercial:* examina la existencia de instituciones y entidades que se ocupan de proveer servicios de diferente tipo para dar soporte al surgimiento de nuevas empresas.
- *Regulaciones a la entrada de competidores:* examina la dinámica de los mercados y la apertura a la entrada de nuevos actores en esos mercados.
- *Infraestructura física:* evalúa la facilidad de acceso de las empresas a servicios de infraestructura y recursos como telecomunicaciones, servicios públicos, espacio físico, etc. En particular, examina si existe alguna discriminación en contra de las empresas nuevas para el acceso a estos recursos.

❖ *Normas sociales y culturales:* analiza el grado en el cual los patrones de comportamiento cultural y las normas existentes estimulan o desestimulan las acciones individuales que podrían llevar al surgimiento de nuevas empresas.

A continuación se presentan algunos resultados comparativos que permiten identificar la posición de Colombia en el contexto internacional, en algunas de estas variables. Los puntajes a partir de los cuales se hacen estas comparaciones son otorgados por expertos locales respecto a la situación de su propio país.

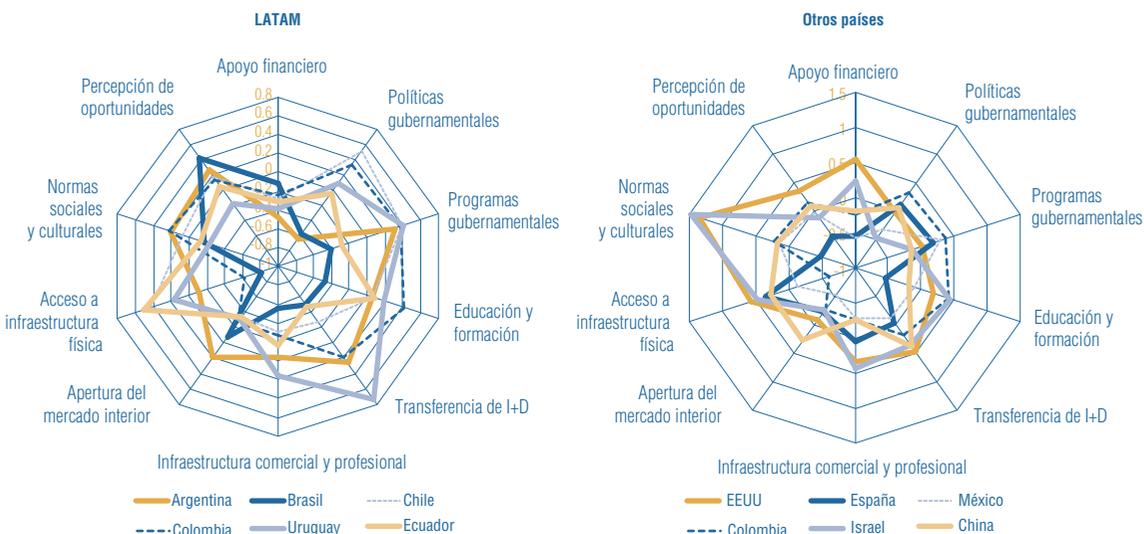
El gráfico 7.1 presenta una visión global de los resultados. Allí se aprecia que Colombia ocupa una posición destacada en América Latina en algunas variables del entorno relacionadas con emprendimiento (panel izquierdo en el gráfico 7.1). Por ejemplo, Colombia es el país que recibe los puntajes más altos en relación con educación y formación para el emprendimiento. Otros aspectos destacados son: la transferencia de ciencia y tecnología, solamente superado por Argentina; las normas sociales y culturales, en las que comparte la posición más destacada con Argentina; los programas que favorecen el desarrollo del emprendimiento, en el que comparte las primeras posiciones con Argentina y Uruguay; y las políticas

gubernamentales relacionadas con emprendimiento, superado solamente por Chile.

Asimismo, las áreas más rezagadas en Colombia son el acceso infraestructura física, la apertura del mundo exterior y el débil apoyo financiero al emprendimiento.

Ahora bien, si se compara a Colombia con países fuera de la región, la evaluación es menos favorable. En particular, con países altamente emprendedores, como Estados Unidos o Israel, algunas variables en las que Colombia ocupa lugares destacados en América Latina revelan claramente una desventaja frente a aquellos países. Esto ocurre, por ejemplo, en el caso de las normas sociales y culturales en relación con el emprendimiento, en el que la valoración de los expertos es mucho más alta en los casos de Estados Unidos e Israel que en el caso colombiano. Llama la atención que en esta comparación Colombia se destaca por la forma como los expertos de los países evalúan la acción del gobierno en aspectos como los programas gubernamentales y la educación para el emprendimiento, donde Colombia recibe puntajes superiores a los de Israel y Estados Unidos. A pesar de esto, los resultados de Colombia en emprendimiento no se aproximan a los obtenidos por esos dos países.

Gráfico 7.1 Comparación internacional de la evaluación de todas las dimensiones generales para el emprendimiento (1), entre Colombia y otros países del mundo en 2012



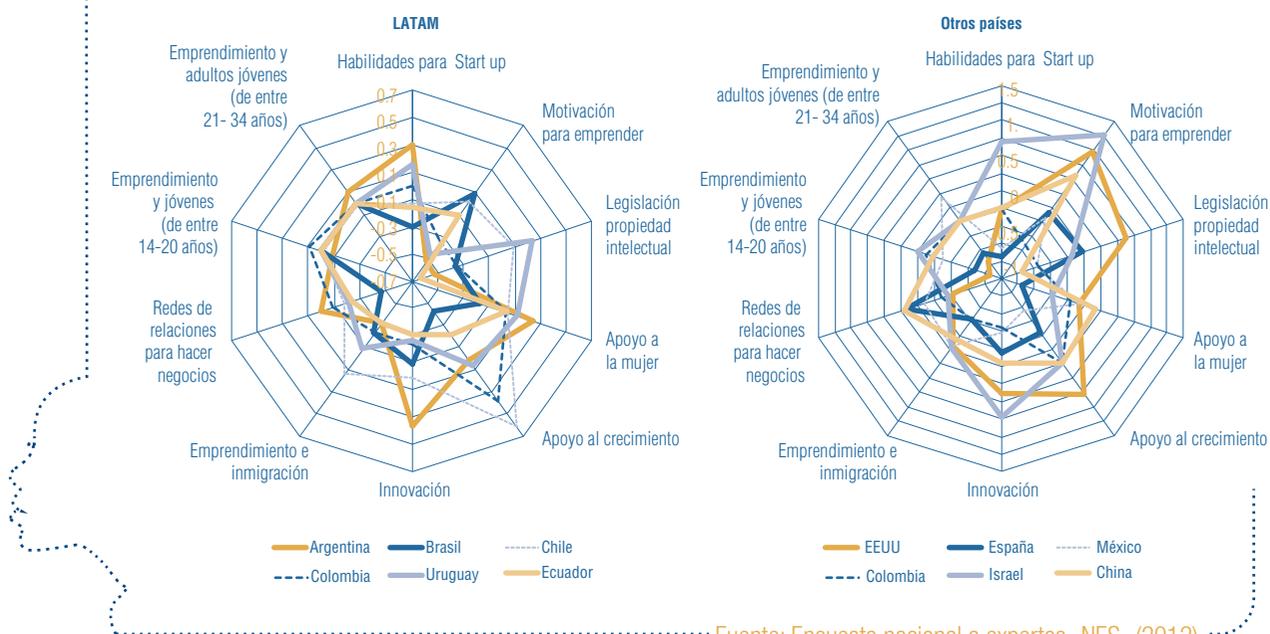
Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Los resultados de la encuesta a expertos permiten entrar a considerar en detalle los diferentes aspectos del entorno local en las dimensiones consideradas.

En el gráfico 7.2 se presenta una comparación referente a todas las dimensiones generales para el emprendimiento entre Colombia y un grupo de países. Allí se aprecia que Colombia se destaca en dos temas específicos, el apoyo al crecimiento y el apoyo al emprendimiento de la mujer. Sin embargo, respecto al

apalancamiento del emprendimiento a partir de políticas de inmigración, las habilidades para generar un *start-up*, al talante innovador de los emprendimientos, a la protección a la propiedad intelectual y a la motivación para emprender, el desempeño de Colombia es inferior. Se destaca que Colombia es superada por la mayoría de los países en cuanto al contenido innovador de sus emprendimientos, cuando se compara con otros países de América Latina y con países fuera de la región.

Gráfico 7.2 Comparación internacional de la evaluación de todas las dimensiones generales para el emprendimiento (2), entre Colombia y otros países del mundo en 2012

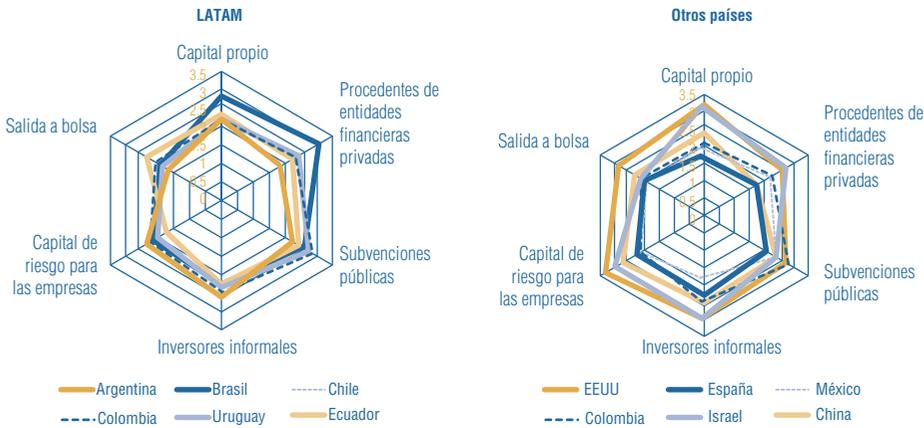


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Cuando se examinan en detalle las características de las variables relacionadas con apoyo financiero para el emprendimiento, Colombia aparece rezagada en casi todos los campos. Solamente el área de las subvenciones públicas presenta un desempeño superior a los niveles alcanzados por los demás países en la comparación. Este último no es necesariamente un motivo de satisfacción, pues los actores públicos solo podrán ser unos elementos de estímulo en cuanto a la financiación, y el

emprendimiento nunca despegará mientras persista la ausencia de actores privados en este escenario. Preocupa, particularmente, el mal desempeño en la falta de capital de riesgo disponible para la creación de empresas y la ausencia de recursos provenientes de bancos para el mismo propósito. En la comparación con países fuera de la región latinoamericana, en particular con Estados Unidos e Israel, se aprecia una brecha de gran tamaño en la mayoría de estas variables.

Gráfico 7.3 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre el apoyo financiero para el emprendimiento en 2012

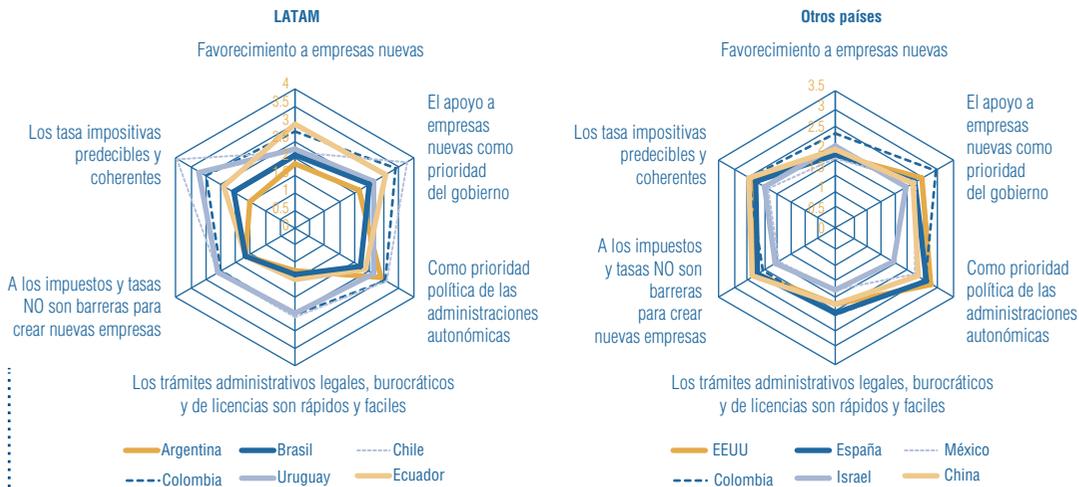


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

En un balance general, las políticas gubernamentales para el emprendimiento en Colombia reciben una calificación bastante favorable en comparación con el contexto internacional. La importancia que recibe el emprendimiento como prioridad de la política y el efecto de temas específicos (incluidos trámites e impuestos) tienen puntajes similares a aquellos que reciben los mejores en el contexto latinoamericano. Es más, los puntajes que dan

los expertos colombianos a su gobierno en estos asuntos son similares o superiores a aquellos que dan los expertos de Israel y Estados Unidos a sus respectivos gobiernos. En suma, en términos de políticas generales, parecería que Colombia se encuentra en niveles destacados en un contexto internacional amplio, de acuerdo con la evaluación de los expertos consultados en los diferentes países.

Gráfico 7.4 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre las políticas gubernamentales para el emprendimiento en 2012

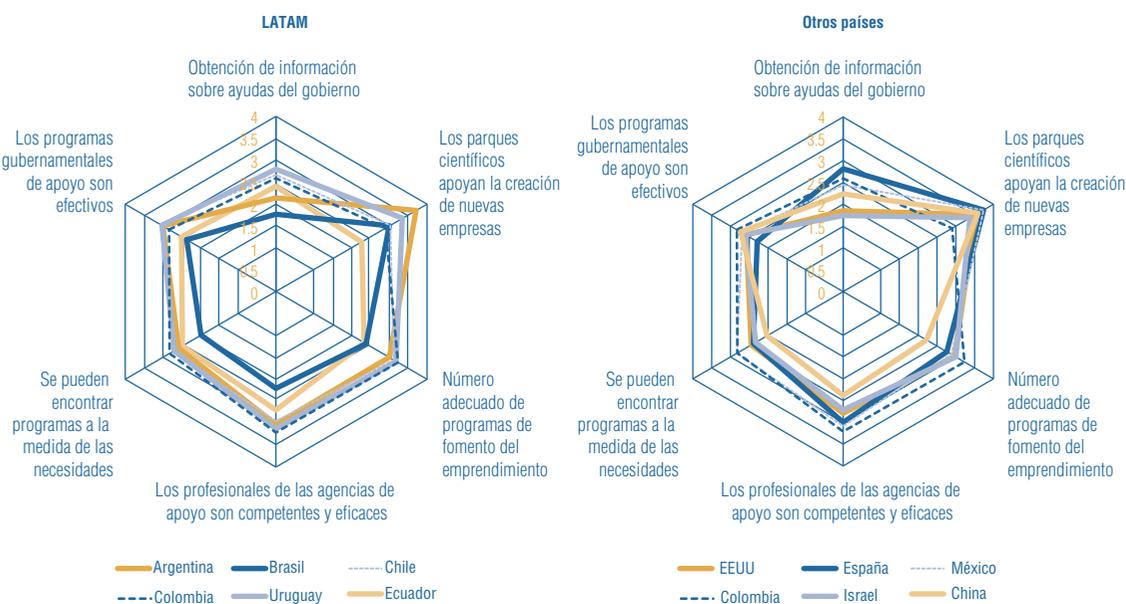


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Respecto al estado de los programas gubernamentales para el fomento del emprendimiento, Colombia parece tener también una posición destacada en el contexto de las naciones de América Latina (ver gráfico 7.5). Tanto en lo que se refiere al número de programas disponibles como a la pertinencia y profesionalismo de estos servicios, los programas del Gobierno colombiano parecerían estar cerca de los niveles alcanzados por los países de la región que son líderes en este aspecto. La gran

excepción en este concepto sería el bajo avance en el desarrollo de parques tecnológicos en Colombia, en comparación con otros países latinoamericanos y también con el resto del mundo. Llama la atención que, en este tema en particular, el desempeño de Colombia en el contexto latinoamericano es muy similar a los resultados de la comparación con otros países que tienen niveles de emprendimiento más avanzados, incluidos Estados Unidos e Israel, que parecerían los referentes internacionales en estos asuntos.

Gráfico 7.5 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre los programas de apoyo gubernamentales para el emprendimiento en 2012

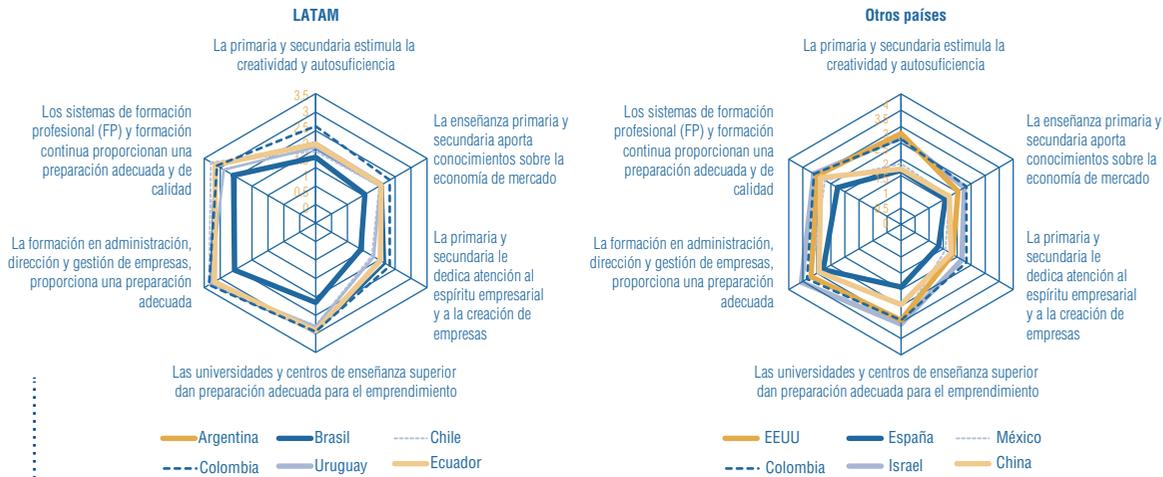


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

La evaluación de los expertos en relación con los esfuerzos que se hacen en la educación en emprendimiento indicaría que Colombia también tiene fortalezas en este frente. De acuerdo con los expertos consultados, el conocimiento que se imparte en la escuela primaria y secundaria respecto al funcionamiento de la economía de mercado, lo mismo que la atención prestada al espíritu empresarial y la creación de empresas, y la preparación que se entrega en las universidades respecto a la creación y gestión de empresas, reciben niveles elevados en comparación con otros países latinoamericanos y también con los países seleccionados fuera de la región.

Así, en los temas de educación relacionados con emprendimiento, de acuerdo con la opinión de los expertos de los diferentes países, no parecería haber grandes brechas que separen a Colombia de los referentes internacionales. Por el contrario, al menos en lo que concierne a estos indicadores, Colombia podría ser un país líder en el contexto internacional en estas materias. Este es un asunto que merecería investigación adicional, con el fin de establecer con mayor precisión los puntos en los cuales Colombia podría tener un desempeño alto en cuanto a las relaciones entre educación y emprendimiento.

Gráfico 7.6 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre la educación para el emprendimiento en 2012

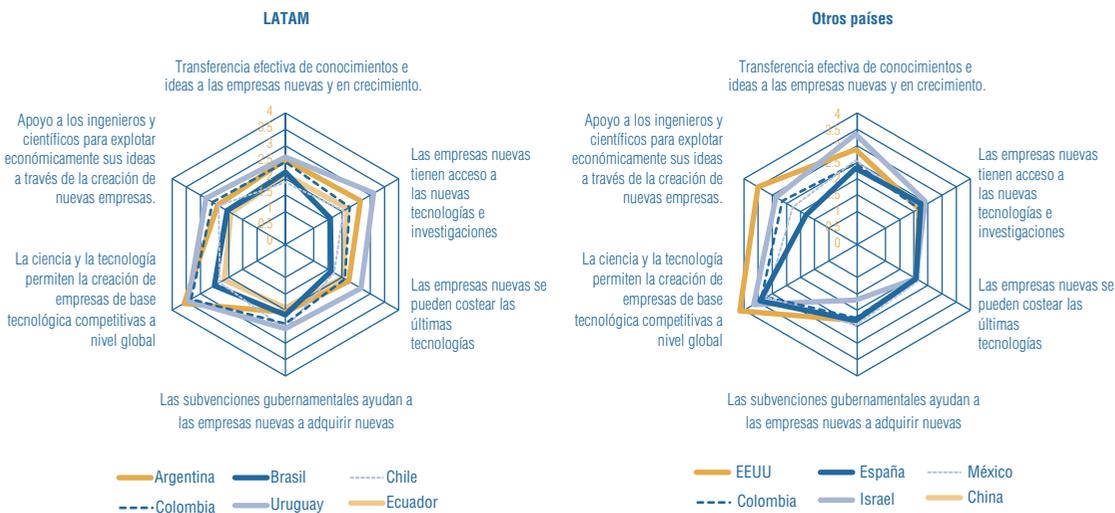


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

En cuanto a la transferencia de los resultados obtenidos en el campo la investigación y desarrollo de ciencia y tecnología, Colombia aparece en un lugar relativamente alto en América Latina, pero con una gran brecha frente a los países ajenos a la región que se toman como referentes. El punto más débil es al acceso de las nuevas empresas a los resultados de la ciencia y tecnología que se desarrolla en el país. Cuando se hace la comparación con un espectro de países más

amplio, más allá de la región latinoamericana, el atraso de Colombia es evidente, particularmente en la coherencia entre el tipo de ciencia y tecnología que se desarrolla en el país y la posibilidad de generar empresas competitivas a nivel global, lo mismo que en cuanto al acceso de las nuevas empresas a la ciencia y la tecnología. De acuerdo con estos datos, esta es una de las áreas en las cuales el perfil de Colombia luce más deficiente en el contexto de la comparación internacional.

Gráfico 7.7 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre la transferencia de investigación y desarrollo a la industria para el apoyo de las nuevas empresas en 2012

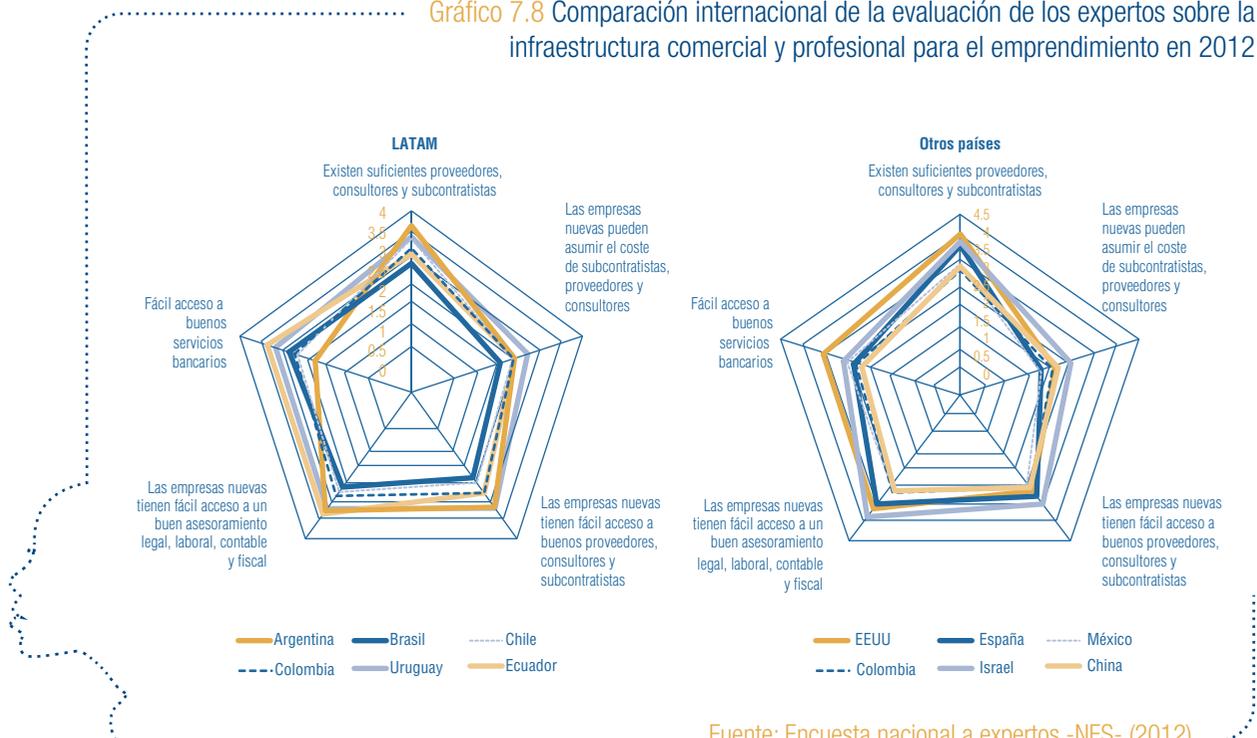


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Respecto al acceso de las empresas nuevas a servicios profesionales que faciliten la operación de los emprendedores (ver gráfico 7.8), los puntajes de los expertos revelan importantes desventajas para el país en este frente. Tanto la cantidad como la calidad y pertinencia de los servicios se evalúan

con puntajes relativamente bajos por los expertos en Colombia, en comparación con sus pares en el contexto latinoamericano. Estas brechas se amplían cuando se considera la comparación con otros países fuera de la región, como Estados Unidos e Israel.

Gráfico 7.8 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre la infraestructura comercial y profesional para el emprendimiento en 2012

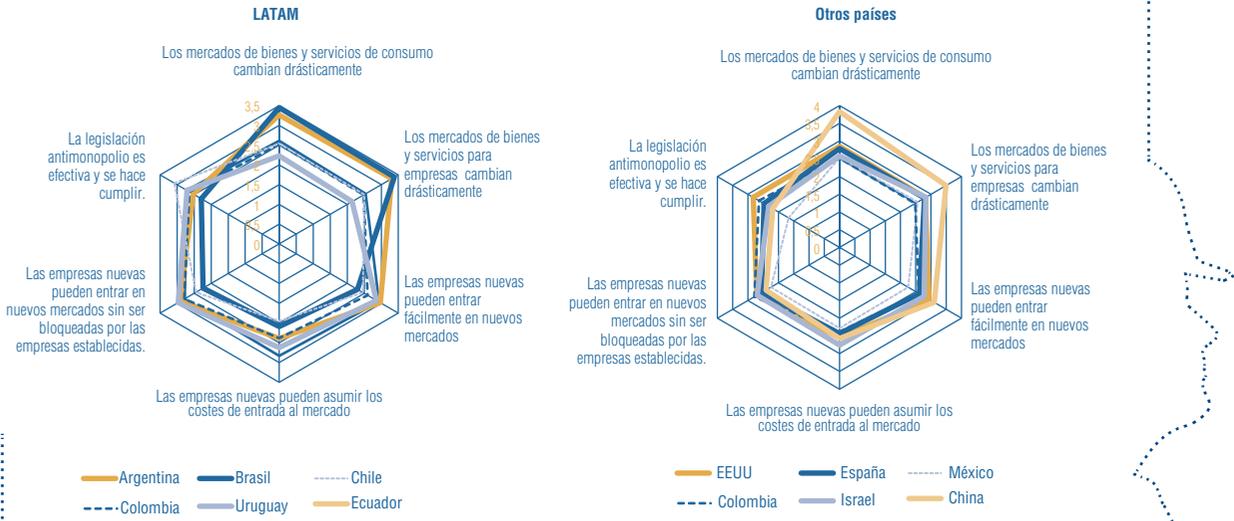


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Las condiciones generales que determinan el acceso a los mercados no son particularmente favorables en Colombia (ver gráfico 7.9). Si bien el país tiene condiciones relativamente estables para la actividad empresarial, lo cual le da ventaja en comparación con otros países latinoamericanos, los expertos consideran que las facilidades que tienen las empresas para lograr la entrada a nuevos mercados no son particularmente fuertes.

Por este motivo, Colombia aparece en desventaja en comparación con otros países de la región. Un aspecto positivo es que, de acuerdo con la valuación de los expertos, las condiciones de la competencia no parecen particularmente desfavorables en Colombia para las empresas más pequeñas (no existiría un sesgo en contra de las empresas pequeñas y a favor de las grandes en el entorno general de la competencia).

Gráfico 7.9 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre las condiciones del mercado interno (apertura de mercado) en función del emprendimiento en 2012

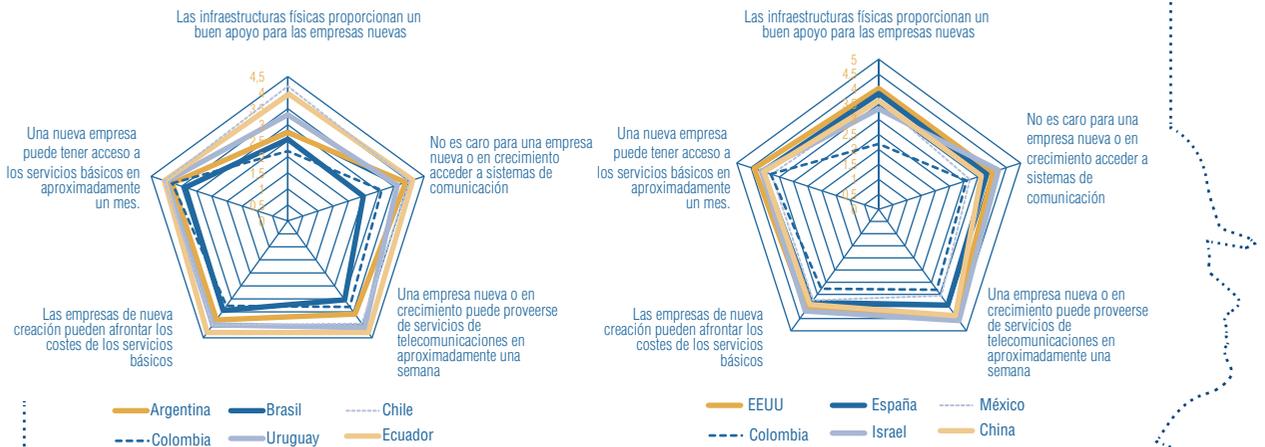


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Respecto a la disponibilidad y condiciones de acceso a la infraestructura física, la situación de Colombia es desfavorable, según la evaluación de los expertos consultados. Los puntajes obtenidos por el país en cuanto a la facilidad y al costo del acceso a la

infraestructura física, incluidos telecomunicaciones, servicios bancarios y servicios básicos, son bajos en comparación con los países latinoamericanos examinados y también con los países seleccionados fuera de América Latina.

Gráfico 7.10 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre el acceso a las condiciones de Infraestructura física para el emprendimiento en 2012

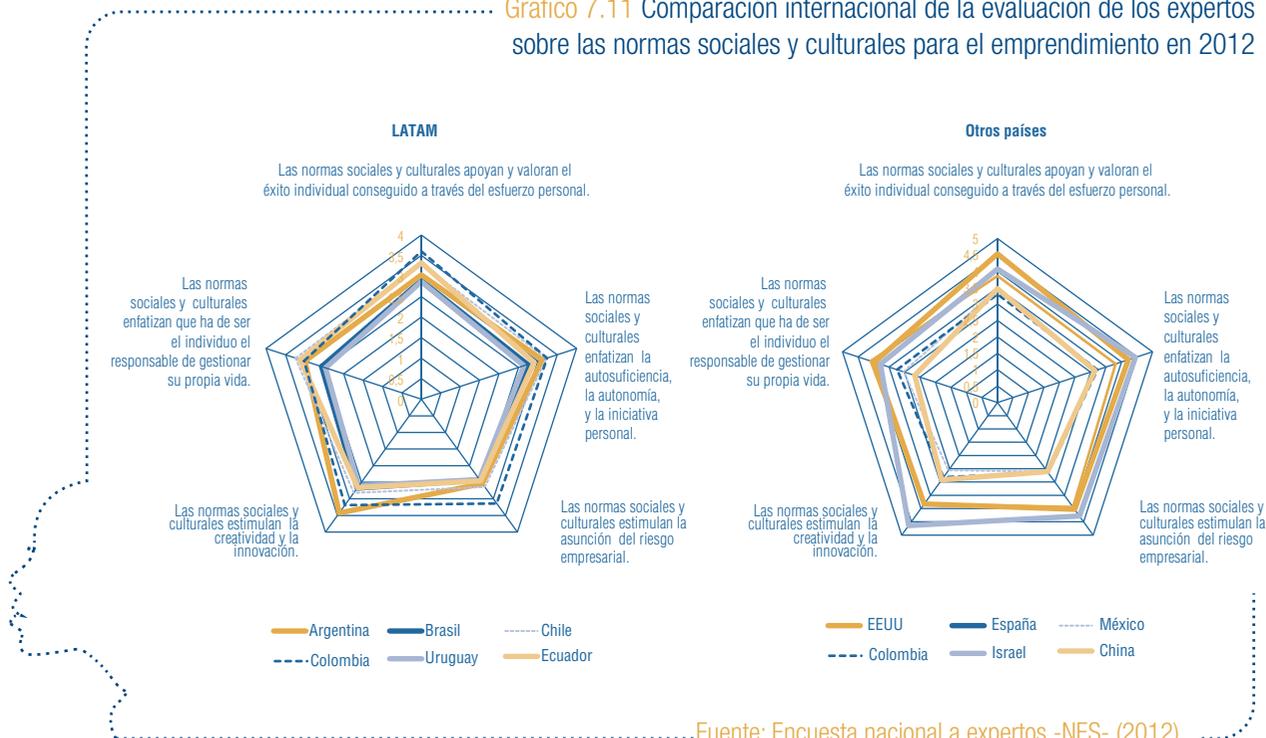


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

En relación con las normas sociales y culturales que afectan el emprendimiento en los distintos países, Colombia aparece con puntajes relativamente favorables en el contexto latinoamericano, según la opinión de los expertos (ver gráfico 7.11). Las normas sociales y culturales vigentes en el país están entre las más favorables en América Latina para el desarrollo

del emprendimiento de acuerdo con esta evaluación, tanto en lo que se refiere al valor que se otorga a la responsabilidad personal, como a la toma de riesgos y a la creatividad y la innovación. Este, sin embargo, es uno de los temas en los cuales los países de América Latina presentan grandes y desfavorables diferencias frente a países de otras regiones.

Gráfico 7.11 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre las normas sociales y culturales para el emprendimiento en 2012

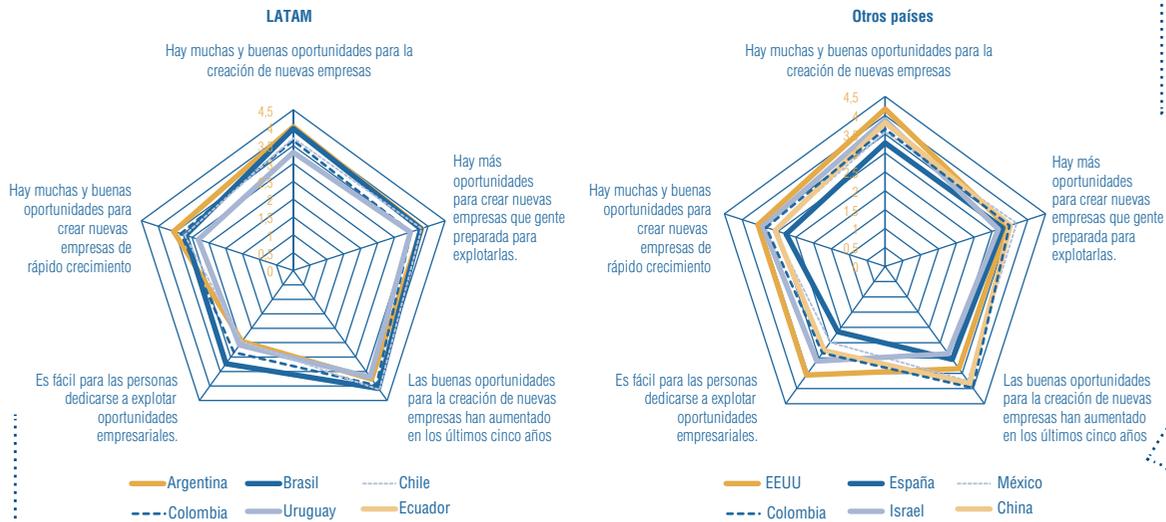


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

En la evaluación de los expertos, la disponibilidad de oportunidades para el emprendimiento en Colombia es ligeramente inferior que en otros países de América Latina, si bien las distancias frente a estos países son pequeñas en los puntajes (ver gráfico 7.12). En todo caso, existe la percepción entre los expertos de que esas oportunidades han venido aumentando rápidamente en los últimos cinco años. La evaluación del aumento de las oportunidades para el emprendimiento en los últimos años es un punto en el cual Colombia supera a otros países de América Latina. Llama la atención que,

respecto a estas preguntas específicas, los países latinoamericanos no presentan grandes distancias frente a los países examinados por fuera de la región. Si bien los puntajes que se presentan aquí reflejan las valoraciones subjetivas de expertos que están inmersos en la realidad de cada país (los expertos no dan puntajes sobre otros países), se nota esta convergencia en lo que se refiere a la evaluación de la presencia de oportunidades para el emprendimiento. Así, de acuerdo con los expertos, la abundancia de oportunidades es comparable en los países latinoamericanos y en los países de referencia en el análisis.

Gráfico 7.12 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre la percepción de las oportunidades para crear empresa en 2012

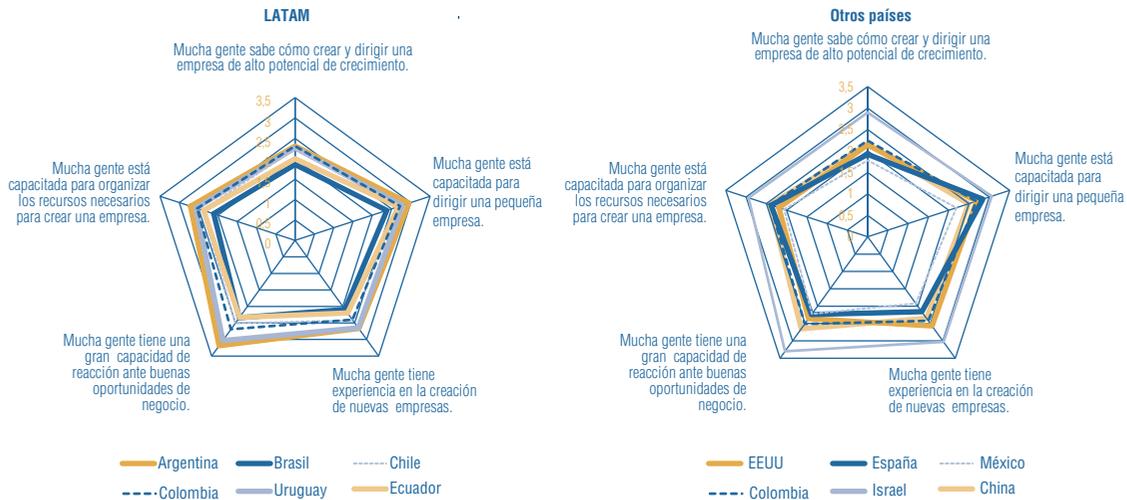


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

La disponibilidad de capacidades humanas para el desarrollo de empresas nuevas de alto crecimiento sería relativamente alta en Colombia, de acuerdo con los expertos consultados. Parecería haber una abundancia relativa de talento emprendedor en lo que se refiere a detectar la oportunidad, articular la

creación de una empresa para explotarla y obtener los recursos necesarios para hacerla realidad. En estas evaluaciones de expertos, la abundancia de capital humano para el emprendimiento se califica con puntajes similares en los países latinoamericanos y en los países de fuera de América Latina considerados en el análisis.

Gráfico 7.13 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre las habilidades y capacidades de los emprendedores al momento de emprender en 2012

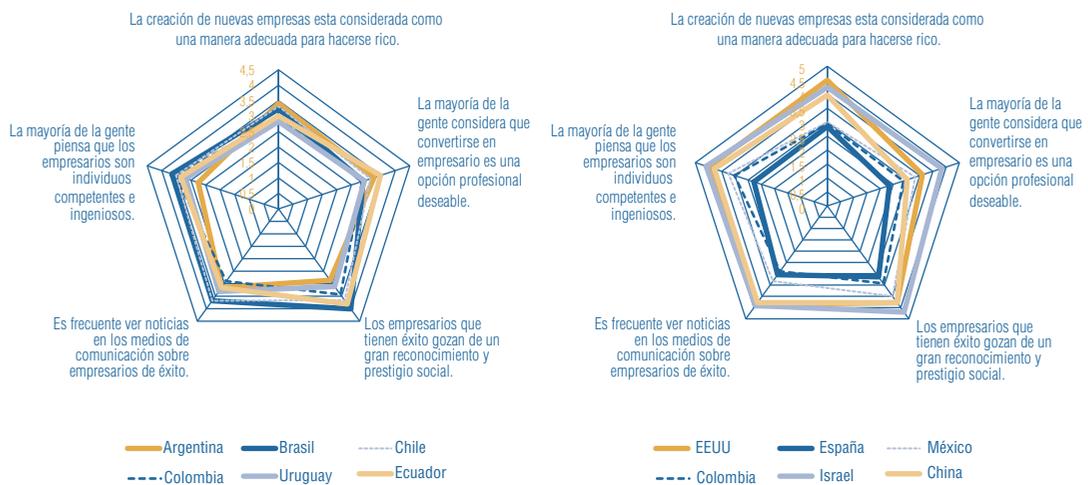


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

La valoración social que perciben los empresarios parecería inferior en Colombia que en otros países de América Latina, de acuerdo con las opiniones de los expertos consultados (ver gráfico 7.14). Según su opinión, la opción de convertirse en emprendedor como camino para amasar fortuna, la deseabilidad del tipo de vida que llevan los empresarios en el imaginario colectivo y su prestigio social son inferiores

en América Latina que en otros países de la región. Así, esta valoración social de los empresarios parece muy superior en otros países fuera de la región que en los países latinoamericanos. En particular, Estados Unidos e Israel se destacan por la importancia del papel del empresario en la sociedad y la magnitud de las expresiones respecto al valor social de los empresarios dentro de esos países.

Gráfico 7.14 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre las motivaciones para emprender en 2012

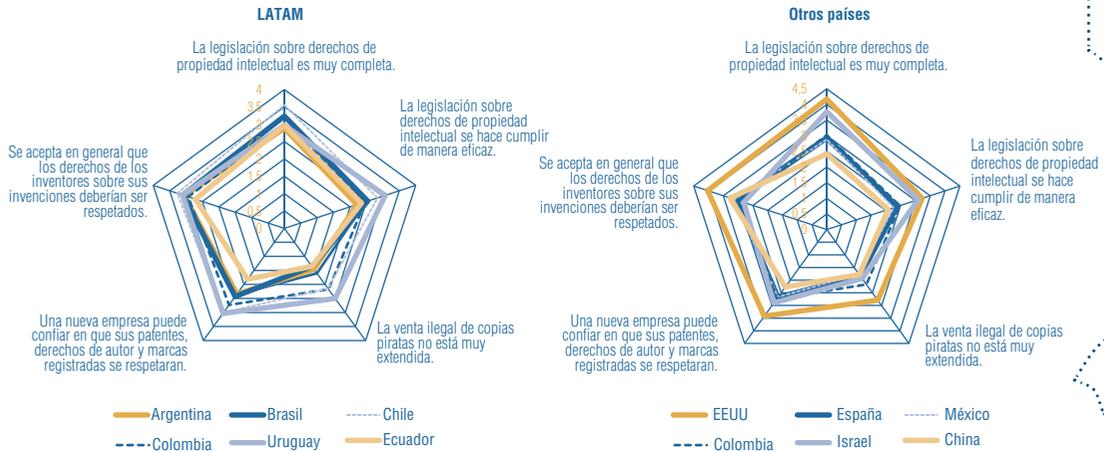


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

En general, en los países latinoamericanos la disponibilidad de legislación sobre propiedad intelectual y el cumplimiento efectivo de esta legislación se califican con niveles intermedios (ver gráfico 7.15). Colombia se ubica en posiciones relativamente

altas dentro de este contexto de países; sin embargo, su desempeño en este frente es muy inferior al de los países ubicados fuera de la región considerados en el análisis, en particular, en comparación con Estados Unidos, que es el país líder en estos frentes.

Gráfico 7.15 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre la legislación de la propiedad intelectual para emprender en 2012

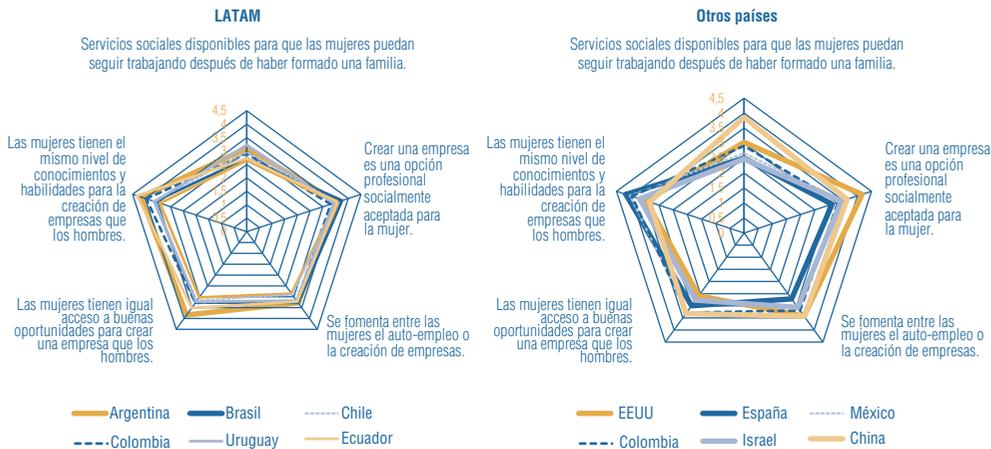


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

El apoyo que reciben las mujeres cuando deciden convertirse en emprendedoras parecería relativamente alto en América Latina, de acuerdo con las opiniones de los expertos consultados (ver gráfico 7.16). Esto es cierto incluso cuando se compara a los países latinoamericanos con otros países por fuera de la región. Si bien existe una brecha de atraso entre los países latinoamericanos y otros países líderes en el campo, el tamaño de la diferencia no parecería realmente grande, al menos a la luz de esta información.

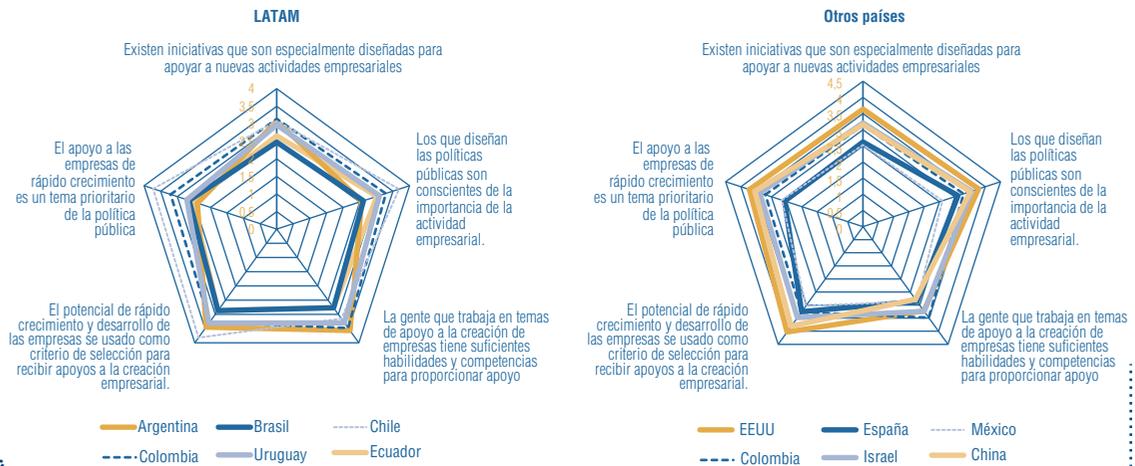
Los niveles de apoyo que reciben los nuevos empresarios de la política pública son relativamente altos en Colombia, en comparación con el contexto latinoamericano, en particular en los niveles de profesionalismo con que se prestan sus servicios y la pertinencia de sus diseños. En América Latina, solamente Chile parecería superar a Colombia en este frente. Sin embargo, al considerar un espectro más amplio de países, Colombia aparece rezagada frente a un número mayor de naciones.

Gráfico 7.16 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre el apoyo a la mujer emprendedora en 2012



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Gráfico 7.17 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre el apoyo al crecimiento de nuevas empresas en 2012

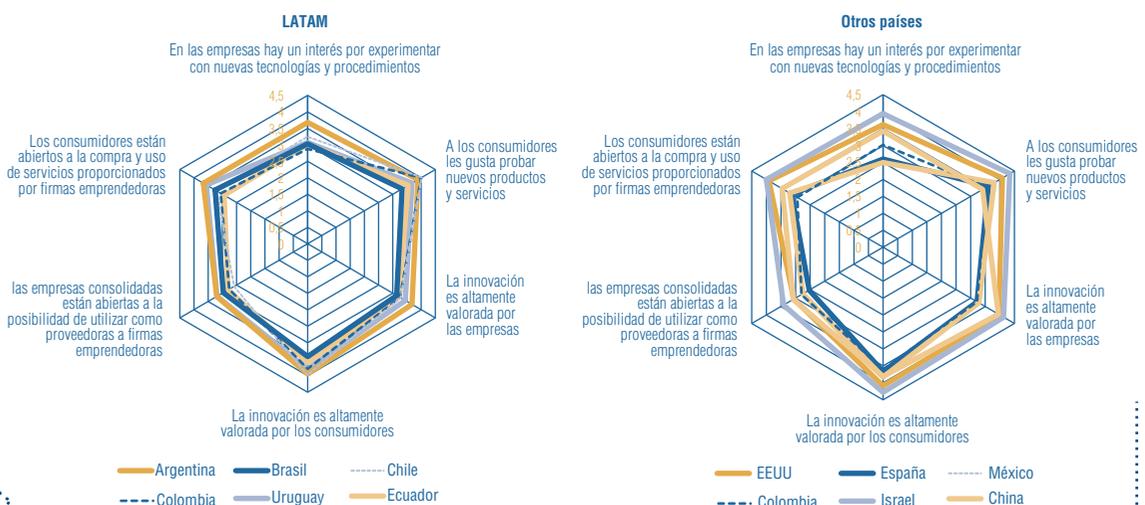


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

En la innovación y la importancia que esta recibe en la estrategia de las empresas, Colombia aparece rezagada frente a otros países latinoamericanos de acuerdo con las opiniones de los expertos (ver gráfico 7.18). La innovación no parecería un valor de gran importancia para las empresas ni para los consumidores de sus productos, en comparación con otros países latinoamericanos, a la luz de las opiniones expresadas por los expertos. Llama

la atención, sin embargo, que el desempeño de Colombia luce similar cuando se compara con países latinoamericanos y con países fuera de la región (con excepción de Estados Unidos e Israel). Los perfiles de valoración de la importancia de la innovación para empresas y consumidores parecerían seguir patrones semejantes en muchos de los países del mundo, según las evaluaciones presentadas por los expertos sobre este tema.

Gráfico 7.18 Comparación internacional de la evaluación acerca de la valoración que los empresarios le brindan a la innovación en su ejercicio empresarial, en 2012

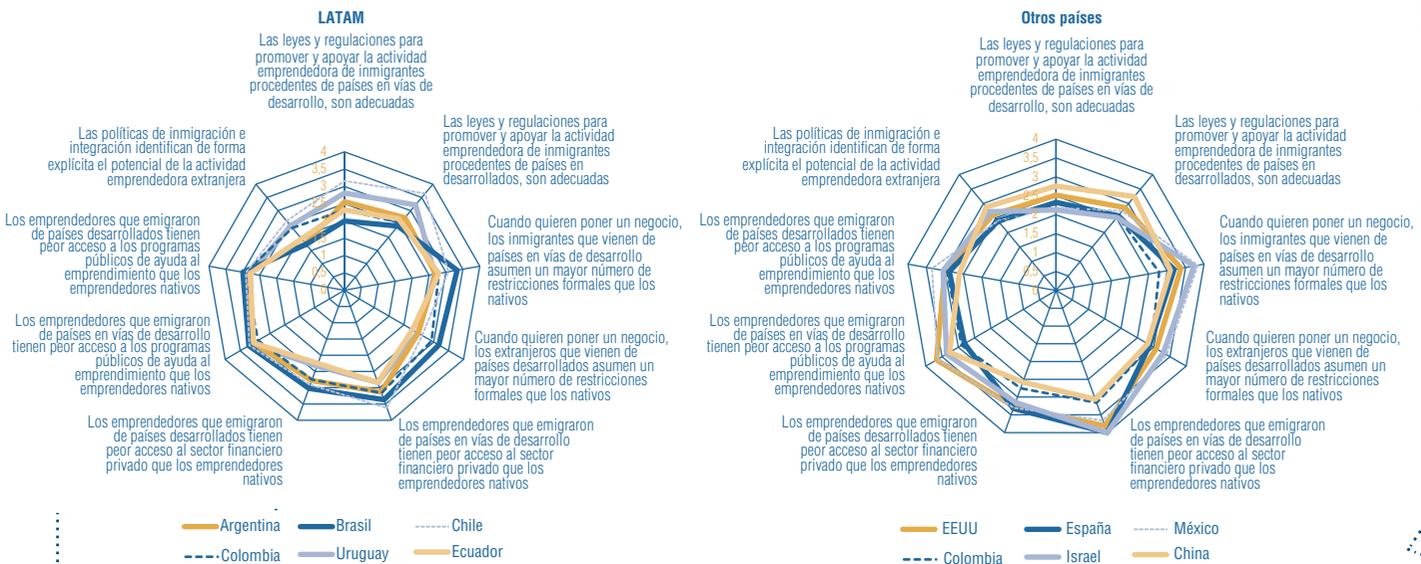


Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

La inmigración no parecería valorarse como una gran fuente de emprendedores potenciales en Colombia. De acuerdo con las evaluaciones de los expertos consultados, a los inmigrantes les va menos bien que a los emprendedores locales en Colombia, en un orden de magnitudes que configura una situación más desfavorable que en otros países de la región. Los inmigrantes estarían sujetos a más restricciones y dificultades que los emprendedores nativos, según los expertos. Cuando se compara Colombia con países que están fuera de la región, el rezago de Colombia en estos frentes es aún más contundente en las opiniones de los expertos. Valdría la pena prestar atención a estas deficiencias, dado que hoy se reconoce universalmente la importancia que tienen los inmigrantes en la generación de empresas nuevas de alto nivel de crecimiento.

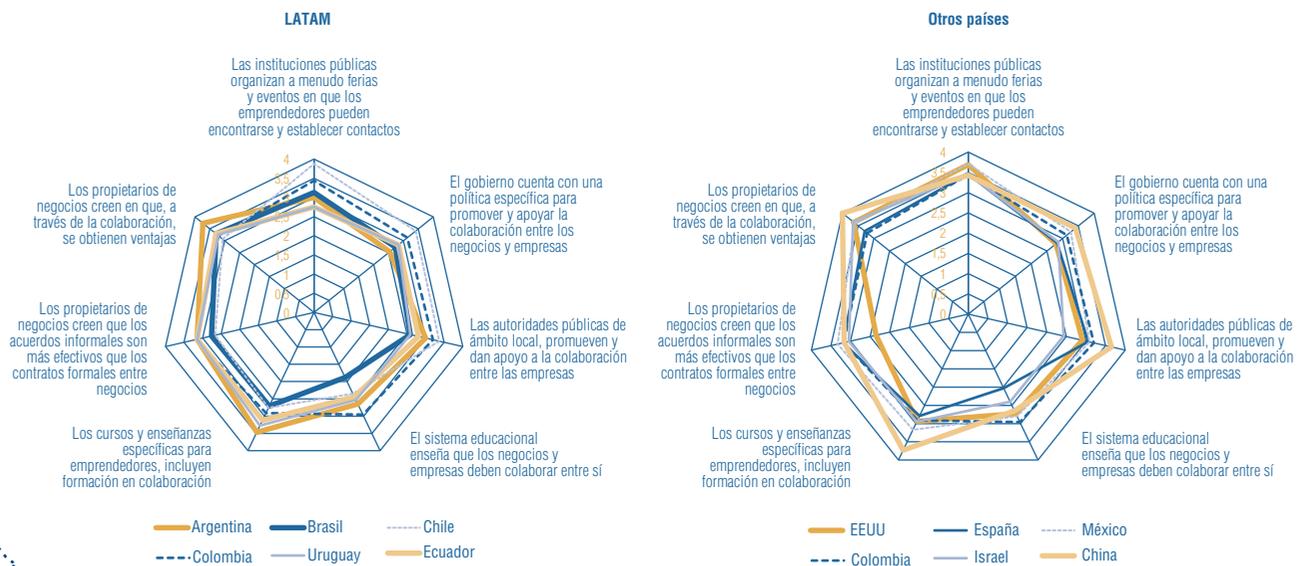
Respecto a la gestión de redes para la realización de negocios, los empresarios colombianos parecen estar en desventaja frente a los de otros países de la región. Si bien los expertos consideran que existen variados mecanismos de apoyo a la gestión de redes, generados por el gobierno, al parecer los empresarios no le dan la importancia que se merece a la gestión de redes y no creen que la colaboración sea una fuente de ventaja (ver gráfico 7.20). Llama la atención, en el caso de Colombia, el contraste entre los esfuerzos en favor de la construcción de redes que se hacen desde el gobierno y el sistema educativo, y la valoración que hacen los expertos respecto a la efectividad de esos esfuerzos, pues, según su opinión, los empresarios no consideran que esta sea una fuente importante de crecimiento. En las comparaciones internacionales con países fuera de la región, la desventaja de los empresarios colombianos en este frente aparece de manera aún más clara.

Gráfico 7.19 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre el emprendimiento de inmigrantes en 2012



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Gráfico 7.20 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre las redes para hacer negocios en 2012



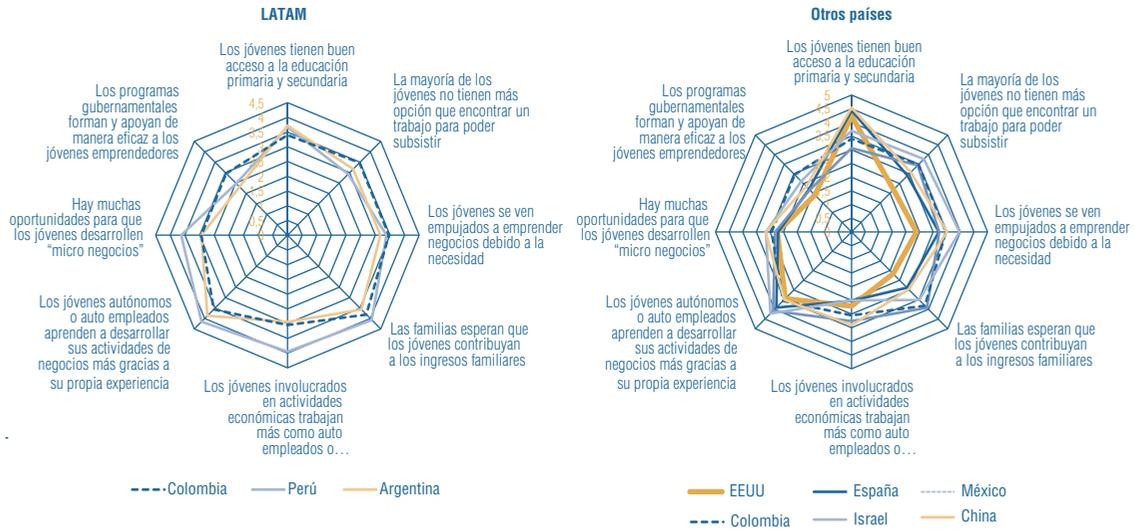
Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

El perfil del emprendimiento en los jóvenes, de acuerdo con las evaluaciones suministradas por los expertos, parecería inclinarse hacia el desarrollo de emprendimientos de baja calidad en Colombia. En términos relativos, en Colombia habría programas relativamente exitosos para la incorporación de jóvenes al emprendimiento y ahí también oportunidades para que los jóvenes realicen micro-negocios (ver gráfico 7.21). Sin embargo, las condiciones de acceso de los jóvenes a educación primaria y secundaria de buena calidad son inferiores en Colombia que en otros países de América Latina. Esa desventaja, incluso, se evidencia más en las comparaciones

con otros países que no se localizan en la región. De la misma manera, los expertos perciben que la motivación de necesidad es particularmente alta entre los jóvenes colombianos. Así, según la opinión de los expertos, los jóvenes tienen una presencia destacada en el emprendimiento en Colombia, pero las malas condiciones de la educación los limitan a permanecer en emprendimientos de baja calidad.

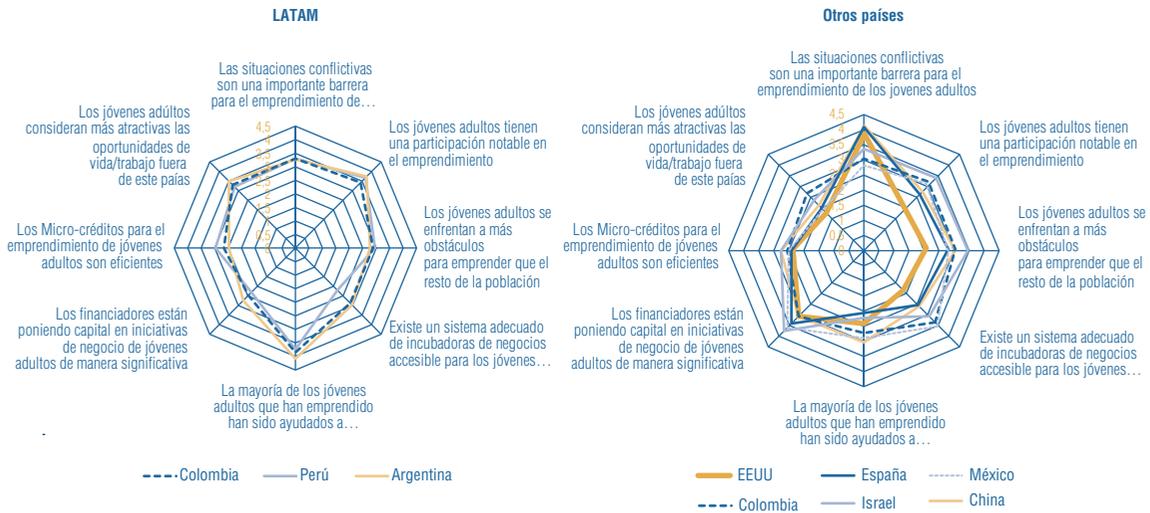
De la misma manera, los expertos consideran que la disponibilidad de mecanismos de acceso de los jóvenes al emprendimiento es mediocre en América Latina, y muy similar entre los diferentes países (ver gráfico 7.22).

Gráfico 7.21 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre el emprendimiento en jóvenes (14-20 años), en 2012



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Gráfico 7.22 Comparación internacional de la evaluación de los expertos sobre el emprendimiento en jóvenes (21-34 años) en 2012



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Emprendimiento en la población inmigrante de Colombia

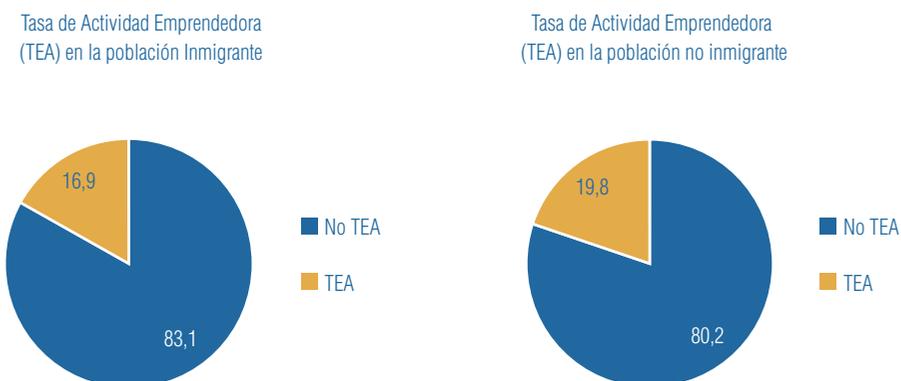
El estudio **GEM** incluyó en 2012 una sección sobre las tendencias del emprendimiento en la población inmigrante de los países de la muestra. Es la primera vez que se realiza un estudio internacional sobre emprendimiento de inmigrantes. Los resultados muestran que en muchos países esta población tiene una tendencia a emprender más elevada que la de población nativa.

El resultado varía dependiendo del nivel del desarrollo económico en los países. En las economías donde el motor económico es la eficiencia, la tasa de emprendimiento de los migrantes tiende a ser inferior que la tasa de emprendimiento de los no migrantes. Por el contrario, en los países donde el motor del

desarrollo económico es la innovación, y también en los países donde el motor del crecimiento económico es la explotación de factores, la población migrante tiende a tener tasas de emprendimiento superiores a las de la población no migrante.

En Colombia, el 1,3% de los encuestados afirmó tener la condición de inmigrante, grupo en el cual se considera tanto a las personas que nacieron en otro país y luego migraron a Colombia, como a aquellas cuyos padres son inmigrantes pero ellos mismos nacieron en Colombia. Las cifras muestran que la TEA de la población inmigrante es inferior que la de la población no inmigrante (ver gráfico 8.1.). Mientras que la TEA de los inmigrantes es 16,9%, la de los no inmigrantes es 19,8%.

Gráfico 8.1 Tasa de actividad emprendedora (TEA) en la población inmigrante y no inmigrante



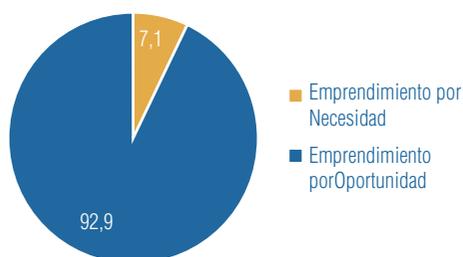
Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Sin embargo, parecería que el emprendimiento de los inmigrantes tiende a involucrar un mayor potencial de crecimiento. Mientras que en la mayoría de los países donde el desarrollo económico es movido por la eficiencia y las tasas de emprendimiento por oportunidad de los inmigrantes son inferiores a las de la población no inmigrante, en Colombia ocurre lo contrario (ver gráfico 8.2). Los emprendedores

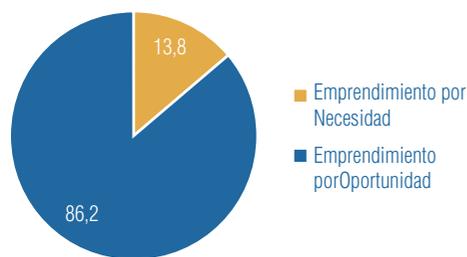
por oportunidad conforman el 92,9% en la población inmigrante que forma parte de la TEA, mientras que el emprendimiento por necesidad en este mismo grupo es 7,1%. Por su parte, entre la población no inmigrante que forma parte de la TEA, el emprendimiento de oportunidad es el 86,2%, mientras que el emprendimiento por necesidad es el 13,8%.

Gráfico 8.2 Emprendimiento por oportunidad y necesidad en inmigrantes y no inmigrantes

Emprendimiento por Oportunidad y Necesidad en Inmigrantes



Emprendimiento por Oportunidad y Necesidad en No Inmigrantes



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

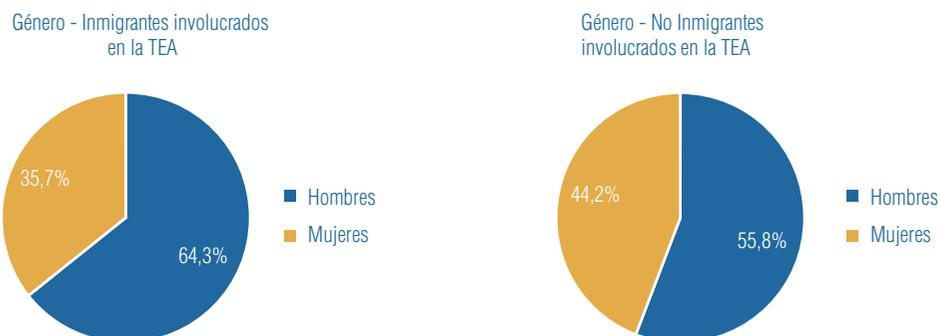
La tendencia a involucrarse en actividades de emprendimiento es superior entre los hombres que entre las mujeres en la población inmigrante. Mientras que el 64,3% de los hombres inmigrantes forman parte de la TEA, solamente el 35,7% de las mujeres realizan emprendimientos en esta etapa (ver gráfico 8.3). Por otra parte, la participación de los hombres es superior en la población inmigrante que forma parte de la TEA que en la población no inmigrante, donde los hombres son el 55,8% y las mujeres el 44,2% del total.

Los emprendedores inmigrantes tienden a tener un nivel de ingresos más alto que los no inmigrantes.

Los inmigrantes que participan en la TEA, con ingresos mensuales superiores a \$1,7 millones en el momento de contestar la encuesta, constituyen el 53,8% de esta población (ver gráfico 8.4). En el caso de la población no inmigrante que forma parte de la TEA, entre tanto, este porcentaje es de 36%.

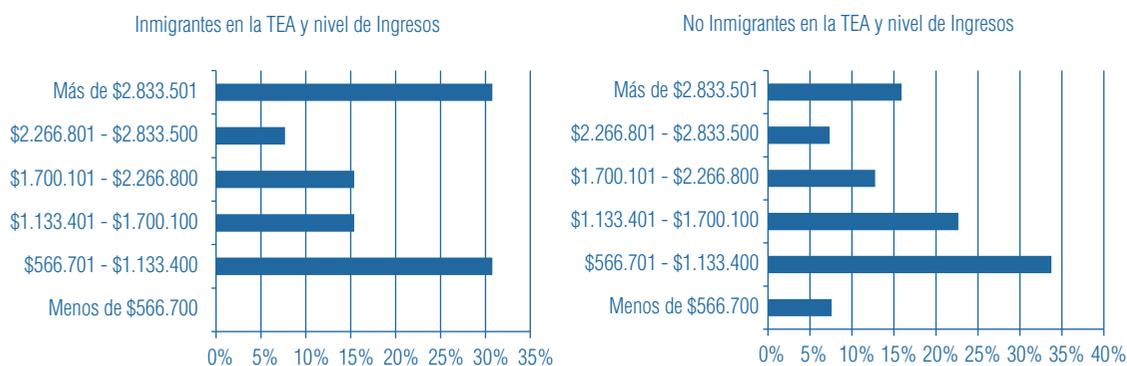
La población migrante en la TEA se ubica en un rango de edades relativamente más alto que los no migrantes. Así, mientras que entre los migrantes el 85,7% se ubica en rangos de edad entre 25 y 44 años, entre los no migrantes esta proporción es de 60%.

Gráfico 8.3 Género de inmigrantes y no inmigrantes involucrados en la TEA



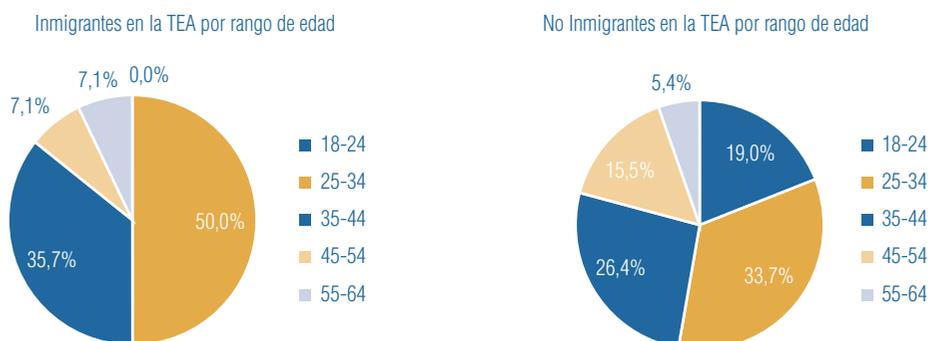
Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Gráfico 8.4 Inmigrantes y no inmigrantes en la TEA nivel de ingresos



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Gráfico 8.5 Inmigrantes y no inmigrantes en la TEA por rango de edad



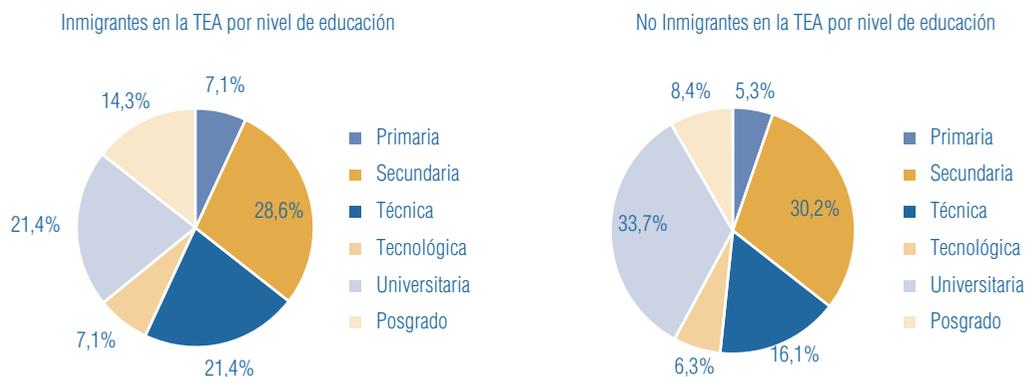
Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Respecto a la formación educativa de los emprendedores, los migrantes y no migrantes en la TEA tienen perfiles relativamente similares (ver gráfico 8.6). Por ejemplo, la población que tiene educación secundaria se acerca en ambos casos al 35% del total. Sin embargo, al llegar al nivel de la educación superior aparece una diferencia llamativa: los migrantes en la TEA tienden a participar más en la educación técnica y tecnológica que los no migrantes. Mientras los migrantes que escogieron una educación técnica son el 28,6% de la población, en los no migrantes esta proporción es 22,4%. De la misma manera, entre los no migrantes un 33% escogió buscar un título universitario, mientras que entre los migrantes esta proporción es

significativamente menor: 21,4%. Llama la atención, asimismo, que aunque en el grupo de los migrantes hay una menor preferencia por las carreras universitarias, la proporción que escoge seguir un posgrado es superior entre los migrantes (14,3%) que entre los no migrantes (8,4%).

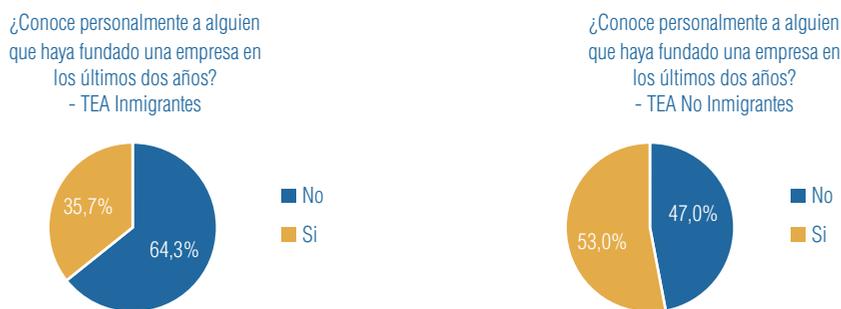
La participación en redes de emprendedores parece ligeramente superior entre los no migrantes que entre los migrantes. En los migrantes, el 35,7% de los encuestados que forman parte de la TEA afirman que han conocido personalmente un emprendedor que ha fundado su empresa en los últimos dos años. Esta proporción es de 53% en el caso de los no inmigrantes.

Gráfico 8.6 Inmigrantes y no inmigrantes en la TEA por nivel de educación



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Gráfico 8.7 ¿Conoce personalmente a alguien que haya fundado una empresa en los últimos dos años? TEA Inmigrantes y no inmigrantes



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

La actitud hacia el fracaso como factor que podría impedir el inicio de un emprendimiento es relativamente similar entre los dos grupos. Mientras que el 28,6% de los inmigrantes afirma que el temor al fracaso le impediría crear su emprendimiento, esta proporción es del 24% entre los no inmigrantes.

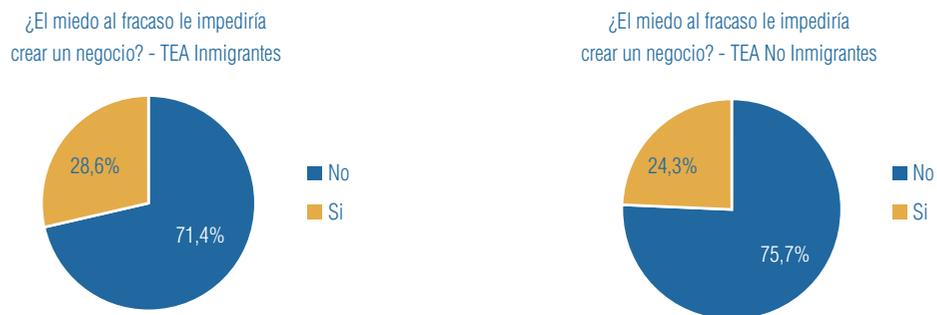
Hay un contraste entre los dos grupos en cuanto a la percepción de oportunidades en su entorno inmediato. El 64,3% de los inmigrantes considera que habrá buenas oportunidades de negocio que permitirían crear una empresa en el sitio donde viven, en el curso de los 6 meses posteriores a la encuesta. Entre los emprendedores no inmigrantes, entre tanto, el porcentaje que comparte esta opinión llega a 78,8%.

En suma, la información del estudio indicaría que el emprendimiento de los inmigrantes podría tender a tener mayor calidad que el de los no

inmigrantes, aunque el primer grupo enfrentaría algunas circunstancias que harían más difícil su gestión emprendedora. La participación del emprendimiento por oportunidad es mayor entre los migrantes y la distribución según niveles de ingresos tiende a tener más peso en los rangos altos que en el caso de los no inmigrantes. Esto ocurre a pesar de que la percepción de oportunidades es menor y el temor al fracaso es mayor entre los migrantes. Asimismo, los migrantes tienden a tener menor acceso a las redes de emprendedores que los no migrantes.

Así, el grupo de emprendedores inmigrantes parecería tener características distintivas frente a los demás y probablemente poseen una mayor resiliencia frente a las condiciones adversas. Esta es una hipótesis exploratoria que valdría la pena analizar con mayor profundidad en ediciones futuras de **GEM**.

Gráfico 8.8 ¿El miedo al fracaso le impediría crear un negocio? TEA Inmigrantes y no inmigrantes



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

Gráfico 8.9 ¿En los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para crear empresa en el sitio donde usted vive? TEA Inmigrantes y no inmigrantes



Fuente: Encuesta nacional a expertos -NES- (2012).

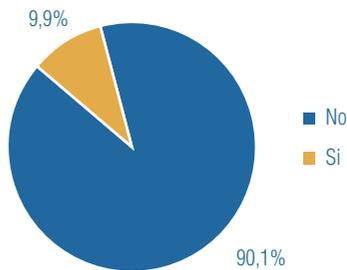


Inversionistas informales

Uno de los puntos más críticos al momento de iniciar un nuevo negocio son los recursos de financiación con los que pueden contar los emprendedores al decidir llevar a cabo su idea de negocio. En este sentido, los inversionistas informales aparecen como aquellos “ángeles” que acuden a los llamados de emprendedores ávidos de recursos para hacer realidad todas sus ideas empresariales.

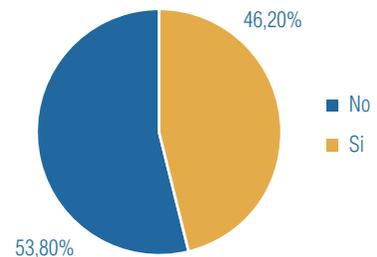
El gráfico 9.1 muestra que el 9,9% de los colombianos entre 18 y 64 años aducen haber entregado recursos monetarios a algún emprendedor en el último año. Aunque hay una mayor proporción de hombres que de mujeres, las diferencias no son amplias, ya que de este 9,9% -aproximadamente 3,1 millones de personas- el 53,8% son hombres y el restante 46,2% mujeres (ver gráfico 9.2).

Gráfico 9.1. Porcentaje de la población colombiana -entre 18 y 64 años de edad- que son inversionistas informales.



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Gráfico 9.2. Distribución según género de los inversionistas informales en Colombia.



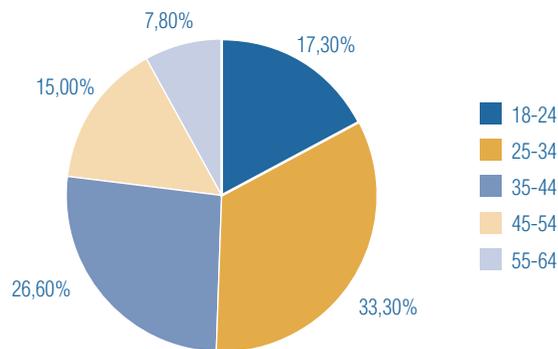
Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

El gráfico 9.3 muestra la distribución por edades de los inversionistas informales. Los más jóvenes, al parecer, realizan esta actividad: porque el 33,3% de las personas que invierten en otros proyectos tienen entre 25 y 34 años, el 26,6% entre 35 y 44 años y el 17,3% son menores de 25 años. El gráfico 9.4 muestra que no son las personas de mayor educación las que más entregan recursos, puesto que la mayor proporción (34,4%) son personas con nivel de secundaria como el máximo nivel de estudios alcanzado, seguido por los universitarios (19,5%) y las personas graduadas como técnicos profesionales (15,2%).

La tabla 9.1 muestra el promedio de los montos entregados por los inversionistas informales

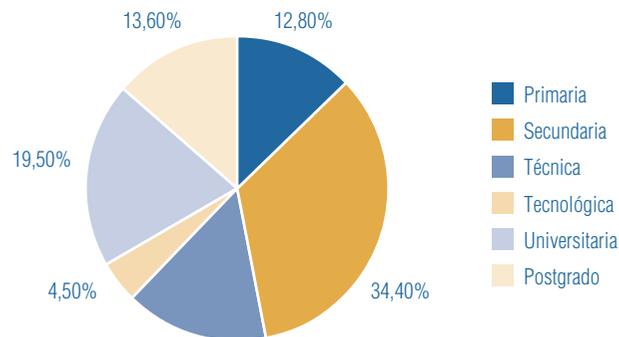
colombianos: en el 2012 fue de \$ 6,8 millones, un millón de pesos más que el reportado el año anterior. Vale la pena observar el valor que más entregan los inversionistas -la moda- que en ambos años es de \$2 millones. A pesar de que existen personas interesadas en apoyar iniciativas empresariales, el porcentaje que se invierte aún es muy bajo y, en muchos casos, tiene relación con el tipo de vínculo que tienen los inversionistas con quienes reciben sus recursos, que en muchos casos son familiares cercanos, amigos o vecinos cuyo propósito más que rentar su inversión, esperando el éxito del proyecto, es abonarle camino para que sus conocidos satisfagan sus expectativas de crear su propia empresa.

Gráfico 9.3 Distribución por edades de los inversionistas informales colombianos



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Gráfico 9.4 Distribución según nivel de educación de los inversionistas informales colombianos



Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Las tablas 9.2 y 9.3 muestran la relación entre las distintas edades de los inversionistas informales, su nivel de educación y la relación con la persona que recibe los recursos. En el caso de los rangos etarios, los más jóvenes entregan recursos en una proporción similar a un familiar cercano o a un amigo o vecino, mientras que las personas de mayores edades lo hacen principalmente con familiares cercanos. En el nivel de educación, la mayoría de personas entrega

recursos a familiares cercanos y otro tanto, a otro tipo de familiar. En ambos casos, los recursos entregados a un extraño con una buena idea de negocio es baja, lo que confirma que los inversionistas informales utilizan el filtro de la familiaridad en un grado mucho mayor que el de la viabilidad o factibilidad de la idea de negocio, lo que implicaría que en muchos casos no esperen retornos de inversión altos sino solo apoyar las ideas de personas cercanas a ellas.

Tabla 9.1 Dinero invertido para proveer recursos a nuevos negocios

	Cuánto han invertido aproximadamente en los últimos 3 años en nuevos negocios-2012-	Cuánto han invertido aproximadamente en los últimos 3 años en nuevos negocios-2011-
Promedio	6.887.760	5.857.311
Media	2.299.005	2.077.589
Mediana	2.000.000	2.000.000
Moda	2.000.000	2.000.000
% por debajo del promedio	79,22%	79,83%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Tabla 9.2 Relación entre la edad de los inversionistas informales y la relación con la persona que recibió sus recursos para emprender

	Familiar cercano	Otro tipo de familiar	Compañero de trabajo	Amigo o vecino	Un extraño con una buena idea de negocio	Otro	Total
18-24	42,20%	17,40%	1,80%	36,70%	0,00%	1,80%	100,00%
25-34	37,10%	15,00%	3,80%	40,80%	0,50%	2,80%	100,00%
35-44	44,60%	14,90%	4,20%	31,50%	0,60%	4,20%	100,00%
45-54	51,10%	10,60%	4,30%	25,50%	3,20%	5,30%	100,00%
55-64	58,00%	14,00%	6,00%	18,00%	2,00%	2,00%	100,00%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Tabla 9.3 Relación entre el nivel de educación de los inversionistas informales y la relación con la persona que recibió sus recursos para emprender

	Familiar cercano	Otro tipo de familiar	Compañero de trabajo	Amigo o vecino	Un extraño con una buena idea de negocio	Otro	Total
Primaria	52,53%	15,80%	6,03%	23,30%	0,48%	1,88%	100%
Secundaria	32,28%	18,53%	15,70%	29,30%	0,93%	3,20%	100%
Técnica	47,40%	17,90%	3,20%	27,40%	0,00%	4,20%	100%
Tecnológica	37,90%	6,90%	10,30%	41,40%	0,00%	3,40%	100%
Universitaria	40,30%	17,70%	4,00%	33,10%	0,80%	4,00%	100%
Postgrado	48,30%	13,80%	3,40%	28,70%	0,00%	5,70%	100%

Fuente: Encuesta a la población adulta -APS- (2012)

Anexo 1. Ficha técnica de la encuesta para Colombia 2012

Nombre del estudio	Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2012 - APS Methodology
Metodología	Cuantitativa
Técnica de recolección	Encuesta telefónica usando el sistema CATI (Computer Aided Telephone Interview).
Fecha de campo	Junio -Julio 2012
Perfil del informante	Población adulta entre 18 y 64 años de edad, residentes es en Colombia
Selección del informante	Listado de mujeres y/o hombres que conforman el hogar y selección aleatoria, con base en el número de miembros del hogar del género
Universo	Hogares con teléfono: - Penetración telefónica (estrato 1 al 6): 87,9% (septiembre de 2008) Fuente: Encuesta General de Medios (EGM) 2010
Número de encuestas	Estrato 1: 1457 ; estrato 2: 2343 ; estrato 3: 1710; estrato 4: 507 ; estrato 5: 190 ; estrato 6: 127
Muestra	6.334 encuestas
Estadísticas de población	Población adulta: 6.334 = Mujeres: 3.273 / Hombres: 3.061
Tasa de respuesta	Alrededor del 60% estuvo de acuerdo en responder la encuesta
Número de contactos	Cinco (5) reintentos para contactar al encuestado seleccionado

Fuente: Centro Nacional de Consultoría

Anexo 2. Glosario

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

Indicador	Descripción
Actividad emprendedora temprana, con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que esperan generar al menos 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora temprana con medianas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que esperan generar al menos 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora temprana orientada a nuevos productos y mercados	<p>Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que indican que sus productos o servicios son nuevos para algunos clientes e indican que no tiene muchos competidores que ofrezcan el mismo producto o servicio.</p> <p>Medida débil: el producto es nuevo o no hay muchas empresas que ofrezcan el mismo producto o servicio.</p>
Actividad emprendedora orientada internacionalmente	Porcentaje de nuevas iniciativas emprendedoras que tiene más del 25% de sus clientes en otros países.

Anexo 3. Actividades emprendedoras en las 67 economías GEM en el 2012

País	Tasa Emprendedores Nacientes	Tasa Nuevos Emprendedores	Tasa Total Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa Emprendedores Establecidos	TEA por oportunidad %	TEA por necesidad %
Economías impulsadas por factores						
Angola	14.89	18.88	32.39	9.06	23.89	7.69
Argelia	1.62	7.25	8.75	3.32	5.51	2.62
Botswana	17.04	12.24	27.66	6.33	17.68	9.24
Egiptot	3.10	4.87	7.82	4.15	3.11	2.63
Etiopia	5.70	9.25	14.73	10.20	11.70	3.00
Ghana	15.42	22.78	36.52	37.74	25.95	10.07
Irán	4.47	6.48	10.79	9.53	6.24	4.53
Malawi	18.45	20.39	35.56	10.80	20.65	14.90
Nigeria	21.77	14.19	35.04	15.67	22.82	12.10
Pakistán	8.29	3.42	11.57	3.78	5.24	6.13
Palestina	6.22	3.81	9.84	2.98	5.72	4.13
Uganda	9.58	27.56	35.76	31.25	18.90	16.45
Zambia	27.50	14.57	41.46	3.84	28.19	13.27
Economías impulsadas por la eficiencia						
Argentina	11.79	7.30	18.88	9.63	12.36	6.52
Barbados	9.98	7.23	17.12	12.23	14.86	2.13
Bosnia-Herzegovina	4.51	3.35	7.78	6.00	3.10	4.54
Brasil	4.48	11.30	15.44	15.19	10.71	4.65
Chile	14.68	8.43	22.58	7.77	18.56	3.93
China	5.45	7.43	12.83	12.45	7.96	4.73
Colombia	13.58	6.86	20.11	6.72	17.54	2.50
Costa Rica	10.00	5.34	15.04	3.33	11.81	3.04
Croacia	6.38	1.89	8.27	3.06	5.36	2.83
Ecuador	16.72	11.68	26.61	18.92	16.97	9.54
El Salvador	7.69	7.79	15.26	9.39	9.53	5.38
Estados Unidos	8.86	4.08	12.84	8.56	9.68	2.74
Estonia	9.46	5.09	14.26	7.24	11.32	2.60
Hungría	5.83	3.59	9.22	8.10	6.10	2.87
Letonia	8.71	4.82	13.39	7.93	9.67	3.38
Lituania	3.15	3.64	6.69	8.24	4.84	1.65
Macedonia	3.73	3.25	6.97	6.73	3.26	3.62
Malasia	2.79	4.20	6.99	6.96	6.06	0.93
México	7.94	4.28	12.11	4.67	10.32	1.63
Namibia	11.30	7.00	18.15	3.17	11.04	6.76
Panamá	7.21	2.69	9.46	1.86	7.52	1.84
Perú	14.67	6.22	20.21	5.10	15.14	4.73

País	Tasa Emprendedores Nacientes	Tasa Nuevos Emprendedores	Tasa Total Actividad Emprendedora (TEA)	Tasa Emprendedores Establecidos	TEA por oportunidad %	TEA por necesidad %
Polonia	4.83	4.55	9.36	5.81	4.98	3.81
Rumanía	5.51	3.83	9.22	3.91	6.94	2.23
Rusia	2.65	1.80	4.34	2.05	2.70	1.58
Sur África	4.30	3.08	7.32	2.32	4.90	2.32
Tailandia	8.74	11.32	18.94	29.69	15.54	3.16
Trinidad & Tobago	8.76	6.52	14.96	7.19	12.42	2.26
Tunez	2.38	2.48	4.78	4.37	2.86	1.70
Turkía	7.25	5.36	12.22	8.68	8.17	3.77
Uruguay	10.18	4.71	14.63	4.97	11.70	2.69
Economías impulsadas por la innovación						
Alemania	3.51	2.15	5.34	4.95	4.10	1.16
Austria	6.58	3.42	9.58	7.61	7.80	1.04
Bélgica	3.32	1.95	5.20	5.12	3.98	0.93
Corea del Sur	2.56	4.08	6.64	9.57	4.27	2.32
Dinamarca	3.07	2.36	5.36	3.45	4.84	0.44
Eslovaquia	6.65	3.91	10.22	6.38	6.49	3.63
Eslovenia	2.95	2.53	5.42	5.79	4.88	0.40
España	3.35	2.45	5.70	8.74	4.12	1.46
Finlandia	3.45	2.68	5.98	8.04	4.43	1.02
Francia	3.74	1.54	5.17	3.23	4.17	0.94
Grecia	3.82	2.84	6.51	12.27	4.56	1.95
Holanda	4.08	6.26	10.31	9.49	8.64	0.87
Irlanda	3.91	2.28	6.15	8.32	4.37	1.73
Israel	3.50	3.03	6.53	3.78	4.48	1.25
Italia	2.47	1.92	4.32	3.32	3.10	0.68
Japón	2.26	1.72	3.99	6.11	2.97	0.83
Noruega	3.70	3.15	6.75	5.75	6.00	0.50
Portugal	4.26	3.63	7.67	6.23	5.62	1.37
Reino Unido	5.30	3.74	8.98	6.16	7.14	1.64
Singapur	7.60	4.18	11.56	3.10	9.65	1.71
Suecia	4.59	1.85	6.44	5.25	5.54	0.44
Suiza	2.90	3.03	5.93	8.44	4.42	1.07
Taiwán	3.33	4.21	7.54	10.38	6.19	1.35

Anexo 4. Equipos GEM Nacionales

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Algeria (Argelia)	CREAD	Abderrahmane Abedou Ahmed Bouyacoub Hamid Kherbachi Mohcene Abdenour Zoubiri Hocine Marita Riedel Marcus Casel	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)	CREAD
Angola (Angola)	Universidade Católica de Angola (UCAN) Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina Douglas Thompson Nuno Gonçalves João Rodrigues Catarina Barbosa Sofia Esteves Manuel Alves da Rocha Carlos Vaz Salim Abdul Valimamade	Banco de Fomento S.A.R.L International Development Research Centre (IDRC)	SINFIC, Sistemas de Informação Industriais, S.A.
Argentina (Argentina)	IAE -Business School	Silvia Torres Carbonell Juan Martín Rodriguez Aranzazu Echezarreta	Buenos Aires City Government – Economic Development Ministry	MORI Argentina
Austria (Austria)	FH Joanneum	Thomas Schmalzer Bernadette Frech Rene Wenzel Vito Bobek	Wirtschaftskammer Niederösterreich	OGM Gesellschaft für Marketing Ges.m.b.H.
Belgium (Bélgica)	Vlerick Leuven Gent Management School	Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Flemish Government, Steunpunt Ondernemen en Internationaal Ondernemen (STOIO)	TNS Dimarso
Barbados (Barbados)	Cave Hill School of Business University of the West Indies	Marjorie Wharton Donley Carrington Jeannine Comma	International Development Research Centre (IDCR) First Citizens Bank Ltd	systems Consulting Ltd.
Bosnia and Herzegovina (Bosnia y Herzegovina)	Entrepreneurship Development Center from Tuzla in partnership with Tuzla University	Bahrija Umihanic Admir Nukovic Boris Curkovic Esmir Spahic Rasim Tulumovic Senad Fazlovic Sladjana Simic	Entrepreneurship Development Center Tuzla Government of Tuzla Canton City of Tuzla Government of Brcko District of Bosnia and Herzegovina	PULS BH d.o.o. Sarajevo
Bostwana (Botsuana)	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	C.R. Sathyamoorthi B. Kealesitse B. Kealesitse Z. Muranda J. Pansiri R. Makgosa S. Biza-Khupe E.D.M. Odirile T. Mphela T. Tshoko	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Brazil (Brasil)	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Adriano Luiz Antunes Garcia Duarte Fábio Fernandes Pereira Joana Paula Machado Mariano Mato Macedo Mario Tamada Neto Eliane Cordeiro de Vasconcellos Fábio Fernandes Pereira Tamada Neto Joana Paula Mariano Mato Macedo Mario Marco Aurélio Bedê Morlan Luigi Guimarães Paulo Alberto Bastos Jr Tales Andreassi Vanderlei Moroz	Fundação Getúlio Vargas - FGV-EAESP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI / PR Universidade Federal do Paraná - UFPR Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR	Rogério de Mello Bonilha - EI
China (China)	Tsinghua University	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	School of Economics and Management Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
Colombia (Colombia)	Universidad de los Andes Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte	Rafael Vesga Raúl Fernando Quiroga Liyis Gómez Ignacio Negrette Juan Guillermo Restrepo Leila Escaff Rodrigo Varela Villegas Juan David Soler Luis Miguel Alvarez Fabian Osorio Fernando Pereira	Universidad de los Andes Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Development Research Center (IDRC)	Centro Nacional de Consultoría
Costa Rica (Costa Rica)	Parque Tec	Marcelo Lebediker Petra Petry Rafael Herrera Guillermo Velasquez	Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)	Ipsos Marketing Research
Croatia (Croacia)	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Mirna Oberman Suncica Oberman Peterka	Ministry of Entrepreneurship and crafts SME Policy Centre, CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Denmark (Dinamarca)	University of Southern Denmark	Thomas Schftt Torben Bager Mahdokht Sedaghat Kym Klyver Kent Wickstrfm Jensen Majbritt Rostgaard Evald Mick Hancock Shahamak Rezaei	Industriens Fond EE - Etnisk Erhvervsfremme	Voxmeter

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Ecuador (Ecuador)	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) – ESPAE	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo Ramón Villa Andrea Samaniego Xavier Ordeñana	Banco de Guayaquil Dyvenpro ESPOL CLARO Mexichem Group Trout and Partners Telconet	Survey Data
Egypt (Egipto)	The British University in Egypt (BUE)	David Kirby Hadia FakhrEldin Hala Hattab	Silatech International Development The British University in Egypt The Middle East Council for Small Businesses and Entrepreneurship Research Centre (IDRC)	ACNielsen
El Salvador (El Salvador)	ESEN	Manuel Sanchez Masferrer Ramon Candel	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Centro Emprendedor ESEN
Estonia (Estonia)	Estonian Development Fund	Tõnis Arro Tõnis Mets Ellen Liigus Tiit Elenurm Jaan Masso Kaire Põder Urve Venesaar Anne Reino	Estonian Development Fund	Saar Poll
Ethiopia (Etiopia)	Addis Ababa University	Tassew Woldehanna Wolday Amha Asmelash Haile Mawerdi Abdurahman	International Development Research Centre (IDRC)	Association of Ethiopian Microfinance Institutions
Finland (Finlandia)	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics	TNS Gallup
France (Francia)	EMLYON Business School	Alain Fayolle Emeran Nzali Jean-Pierre Debourse Danielle Rousson	EMLYON Business School	CSA
Germany (Alemania)	University of Hannover Institute of Labour Market Research, Nuremberg	Rolf Sternberg Udo Brixy Arne Vorderwülbecke	German Federal Employment Agency (BA)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Ghana (Ghana)	University of Ghana	Paul W. K. Yankson Robert D. Osei George Owusu Simon Bawakyillenuo	International Development Research Centre (IDRC)	Institute of Statistical Social and Economic Research (ISSER), University of Ghana
Greece (Grecia)	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Stelina Chatzichristou Aggelos Tsakanikas	National Bank of Greece SA	Datapower SA
Hungary (Hungria)	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	Lászlo Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Gábor Márkus Dietrich Péter Zoltán J. Ács Siri Terjesen Saul Estrin Attila Petheő	OTKA Research Foundation Theme number K 81527 Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Management and Business Administration PhD Programme Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchenyi István University Széchenyi István University GEDI	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
India (India)	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad Institute of Management Technology (IMT), Ghaziabad Indian School of Business (ISB), Hyderabad	Sunil Shukla Pankaj Bharti Amit Kumar Dwivedi Bibek Banerjee Surinder Batra Noel Saraf Krishna Tanuku Santosh Srinivas Vijay Vyas Kumar Ashish	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED) Entrepreneurship Development Institute of India (EDI) Institute of Management Technology (IMT) Wadhvani Centre for Entrepreneurship Development (WCED), ISB Department of Strategy, Enterprise and Innovation, Portsmouth Business School	TNS India

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Iran (Irán)	University of Tehran	Abbas Bazargan Movahedi Nezameddin Faghil Caro Lucas A. A. Moosavi-Movahedi A. Kord Naeij S. Mostafa Razavi Leyla Sarafraz Jahangir Yadollahi Farsi Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean Mohammad Reza Zali	Ministry of Labour and Social Affairs	Sedigheh Yeganegi
Ireland (Irlanda)	Dublin City University Fitzsimons Consulting	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfás	IFF
Israel (Israel)	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Ministry of Industry, Trade and Employment, Government of Israel The Sami Shamoon College of Engineering MATA - Organisation for the Advancement of Technology Entrepreneurs	Dialogue Corporation
Italy (Italia)	University of Padua	Moreno Muffatto Michael Sheriff Paolo Giacon Saadat Saaed Masoud Mostafavi Sandra Dal Bianco Debora Vivenci	DOXA	Target Research
Jamaica (Jamaica)	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Paul Golding Horace Williams Michael Steele Vanetta Skeete Orville Reid O'Neil Perkins	International Development Research Centre (IDRC) University of Technology, Jamaica	Market Research Services Ltd
Japan (Japón)	Musashi University	Noriyuki Takahashi Takehiko Yasuda Takeo Isobe Masaaki Suzuki Yuji Honjo	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co., Ltd (SSRI)
Republic of Korea (Corea del Sur)	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn Sang-gu Seo Kyung-Mo Song Dong-hwan Cho Jong-hae Park Jong-bok Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA) Korea Entrepreneurship Foundation Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI) Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co
Latvia (Letonia)	The TeliaSonera Institute at Stockholm School of Economics in Riga	Marija Krumina Alf Vanags Anders Paalzow	TeliaSonera AB	SKDS

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Lithuania (Lituania)	International Business School at Vilnius University	Mindaugas Lauzikas Erika Vaiginiene Aiste Miliute Vikinta Rosinaite Skaiste Batuleviciute	International Business School at Vilnius University Lithuanian Research Council Enterprise Lithuania	RAIT Ltd
Macedonia (Macedonia)	University "Ss. Cyril and Methodius" – Business Start-Up Centre Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovic Lazar Nedanoski Tetjana Lazarevska Saso Klekovski Aleksandar Krzalovski Gligor Mihailovski Fisnik Shabani Jasmina Popovska Dimce Mitreski	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Brima Gallup
Malawi (Malawi)	University of Malawi	George Mandere James Kaphuka Benjamin Kaneka Andrew Jamali Regson Chaweza Monica Phiri Mike Dalious	International Development Research Centre (IDRC) University of Malawi Invest in Knowledge Initiative	Invest in Knowledge Initiative
Malaysia (Malasia)	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Noorseha binti Ayob Mohar bin Yusof Leilanie binti Mohd Nor Garry Clayton	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat
Mexico (México)	Tecnológico de Monterrey	Mario Adrián Flores Castro Luz Natzin López González Laura Camino Muñoz Marcia Campos Serna Elvira Naranjo Priego Dessire Angel Rocha Adriana del Carmen Sánchez	Tecnológico de Monterrey Proyectos Legado del Tecnológico de Monterrey Instituto para el Desarrollo Regional	Alduncin Y Asociados, SA De CV
Namibia (Namibia)	Namibia Business School	Mac Hengari Albert Kamuinjo Jennifer Haihambo Nepeti Nicanor	Namibia Business School	Nielsen
Netherlands (Holanda)	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Peter van der Zwan Sander Wennekers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Ingrid Verheul Niels Bosma	Stratus	Stratus marktonderzoek bv
Nigeria (Nigeria)	TOMEB Foundation for Youth Development & Sustainability	Rilwan Aderinto Tunde Popoola Luqman Olatokunbo Obileye	International Development Research Centre (IDRC) omeb Foundation For Youth Development & Sustainability MarketSight Consultancy Limited	MarketSight Consultancy Limited
Norway (Noruega)	Bodo Graduate School of Business	Gry Alsos Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Aurora Dyrnes	Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Kunnskapsfondet Nordland AS	Polarfakta

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Pakistan (Paquistán)	Center for Entrepreneurial Development, Institute of Business Administration (IBA), Karachi	Sarfraz A. Mian M. Shahid Qureshi Syed Ali Akbar Rizvi Zafar A. Siddiqui Moeid Sultan Akhtar Ali Qureshi Asif Ali Shah Syed Nadeem Mustafa	Institute of Business Administration Oasis Insight (IBA), Karachi Institute of Business Administration (IBA), Sukkur National University of Science and Technology (NUST), Islamabad University of Engineering and Technology (JET) Peshawar GIFT University Gujranwala State University of New York (SUNY) Oswego	Oasis Insight
Palestine (Palestina)	MAS Institute	Samir Abdullah Tareq Sadeq Yousef Daoud Mohammed Hittawi	International Development Research Centre (IDRC)	The Palestine Central Bureau of Statistics (PCBS)
Panama (Panamá)	City of Knowledge's Panama Business Accelerator	Manuel Lorenzo Manuel Arrocha Ramón Garibay Andrés León Federico Fernández Dupouy	The Authority of the Micro, Small and Medium Enterprises IPSOS	IPSOS
Peru (Perú)	Universidad ESAN	Jaime Serida Nishimura Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Amanda Borda	Universidad ESAN	Imasen
Poland (Polonia)	University of Economics in Katowice Polish Agency for Enterprise Development	Przemysław Zbierowski Dorota Węclawska Paulina Zadura-Lichota Anna Tarnawa Mariusz Bratnicki Katarzyna Bratnicka Wojciech Dyduch Bartłomiej J. Gabryś Rafał Kozłowski	University of Economics in Katowice Polish Agency for Enterprise Development	Millward Brown SMG/KRC
Portugal (Portugal)	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI) ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	Augusto Medina Douglas Thompson João Rodrigues Claudia Drumond António Nuno Gonçalves Caetano Susana Correia Santos Sílvia Fernandes Costa Catarina Barbosa	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Romania (Rumania)	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Annamária Benyovszki Lehel-Zoltan Györfy Agnes Nagy Dumitru Matis Stefan Pete Eugenia-Ana Matis Tünde Petra Petru	OTP Bank Romania Pro Oeconomica Association Babes-Bolyai University of Cluj-Napoca Metro Media Transilvania, Studii Sociale, Marketing și Publicitate S.R.L.	Metro Media Transilvania
Russia (Rusia)	Graduate School of Management, Saint Petersburg	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina Galina Shirokova Alexander Chepurenskiy Olga Obratsova Maria Gabelko	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development Citi Foundation	Levada-Center
Singapore (Singapur)	Nanyang Technological University	David Matius Gomulya Alex Lin Rosa Kang Lai Yoke Yong Olwen Bedford Ho Moon-Ho Ringo Olexander Chernyshenko Marilyn Ang Uy Chan Kim Yin Francis Wong Lun Kai	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd
Slovakia (Eslovaquia)	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilikova Marian Holienka Zuzana Kovacicova Jan Rehak Andrej Mihálik Jozef Komornik	National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Mery - Jaroslav Iglar SLOVINTEGRA Energy, s.r.o	GfK Slovakia, s.r.o.
Slovenia (Eslovenia)	Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Karin Širec Barbara Bradač Hojnik Ksenja Pušnik	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Smart Com Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
South Africa (Sudáfrica)	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Natasha Turton	Department of Trade and Industry Swiss South Africa Cooperation Initiative The Services SETA SEDA	Nielsen South Africa
Spain (España)	UCEIF-Cise	Ricardo Hernández Alvaro Sancho Federico Gutiérrez-Solana González Alicia Coduras	Bank Of Santander Spanish GEM Regional Network University Antonio de Nebrija Fundación Rafael Del Pino	Instituto Opinómetro S.L.
Sweden (Suecia)	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Per Thulin Kristina Nyström Carin Holmquist Ulrika Stuart Hamilton	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise Vinnova EU Commission, DG Employment (for EU project)	Ipsos

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
Switzerland (Suiza)	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger Andreas Brühlhart Pius Baschera Onur Saglam Pascal Wild Fredrik Hacklin Andrea Huber Siegfried Alberton	Kommission für Technologie und Innovation KTI / CTI HEG –FR School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern
Taiwan (Taiwán)	National Chengchi University	Chao-Tung Wen Yu-Ting Cheng Ru-Mei Hsieh Chao Hsien Chang Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yi-Wen Chen Chin-Hsiang Tsao	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center
Thailandia (Tailandia)	School of Entrepreneurship and Management (SEM), Bangkok University	Pichit Akkrathit Koson Sapprasert Sarn Aksaranugraha	Bangkok University	TNS Research International Thailand
Trinidad and Tobago (Trinidad y Tobago)	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carrillo Henry Bailey Marvin Pacheco	International Development Research Centre (IDRC)	Sacoda Serv Ltd
Tunisia (Túnez)	IHEC, University of Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	International Development Research Centre (IDRC) SILATECH, Doha, Qatar	Optima
Turkey (Turquía)	Yeditepe University Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz Melisa Mete	Yeditepe University Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Akademetre Research & Strategic Planning
Uganda (Uganda)	Makerere University Business School	Rebecca Namatovu Sarah Kyejjusa Waswa Balunywa Laura Orobia Diana Ntamu Peter Rosa Arthur Sserwanga Waren Byabashaijja	International Development Research Centre (IDRC) Makerere University Business School	Makerere University Business School

Equipo	Institución	Miembros	Patrocinadores financieros	Encuestador (APS)
United Kingdom (Reino Unido)	Aston University	Mark Hart Jonathan Levie Tomasz Mickiewicz Erkko Autio Michael Anyadike-Danes Mohammad Shamsul Karim	Department for Business, Innovation and Skills (BIS) Royal Bank of Scotland (RBS) Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) Welsh Assembly Government Hunter Centre for Entrepreneurship Strathclyde University Invest Northern Ireland Liverpool Vision Leeds City Region Young Enterprise The Prince's Initiative for Mature Enterprise (PRIME)	FF Research Ltd
United States (Estados Unidos)	Babson College	Donna Kelley Andrew Corbett Abdul Ali Marcia Cole Medhi Majbouri Candida Brush Diana Hechavarría Monica Dean Edward Rogoff Joseph Onochie Ivory Phinisee Thomas Lyons	Babson College Baruch College	Opinion Search
Uruguay (Uruguay)	Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM)	Leonardo Veiga Alvaro Cristiani Fernando Borraz	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay
Zambia (Zambia)	University of Zambia	Francis Chigunta Valentine Mwanza Mumba Moonga Nawa Mwale Chilala Hankuku Wisdom Kalenga	International Development Research Centre (IDRC)	Department of Development Studies

Bibliografía

- Autio, E. y Acs, Z.J. (2010). Intellectual property rights and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4, 3, 234-251.
- Arias, A. y Quiroga, R. (2008). Cese de actividades de las Pymes en el área metropolitana de Cali (2000-2004): un análisis de supervivencia empresarial. *Cuadernos de Administración*, 21, 35, 249-277. Disponible en: http://cuadernosadministracion.javeriana.edu.co/pdfs/Cese_de_actividades_de_las_pymes_en_el_area_metropolitana_Vol21-N35_10.pdf
- Kambeiz, T. (2007). How entrepreneurs should change their style in a business life cycle. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3, 3, 111-131.
- Klyver, K., Hindle, K. y Schøtt, T. (2007). Who Will Be An Entrepreneur? How Cultural Mechanisms And Social Network Structure Together Influence Entrepreneurial Participation. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 27, 7, 1. Disponible en: <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol27/iss7/1>
- Koellinger, P., Minniti, M. y Schade, C. (2007). I think I can, I think I can Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, Elsevier, 28, 4, 502-527.
- Lu, J.W. y Beamish, P.W. (2001). The internationalization and performance of SMEs. *Strategic Management Journal*, 22, 565-586.
- Segarra, A. y Callejón, M. (2002). New firms' survival and market turbulence: New evidence from Spain. *Review of Industrial Organization*, 20, 1-14.
- Talebi, K. (2007). How entrepreneurs should change their style in a business cycle life? *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3, Diciembre de 2007. Disponible en: <http://www.asiaentrepreneurshipjournal.com/AJESIII3All.pdf>
- Thurik, R. y Dejardin, M. (2011). Entrepreneurship and culture, en: Masurel, E. y Van Gelderen, M. eds, *Entrepreneurship in Context*, Londres: Routledge.

Patrocinadores de los Estudios Regionales



Regional Bogotá:



Regional Caribe y Santander:



FUNDACIÓN BAVARIA



Regional Cali y Medellín:



Comfenalco Valle es de la gente.



