

EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

Alfonso Rodríguez Ramírez, Msc

Artículo de reflexión original

Resumen

El propósito de este artículo es analizar y contrastar las cifras sobre emprendimiento que establece la *Global Entrepreneurship Monitor para Colombia*, estudio que realiza la valoración anual del emprendimiento mediante “una visión amplia sobre lo que es la creación de empresas, la cual se enfoca en el papel que juegan los individuos en el proceso empresarial”, donde se estudia el comportamiento de los individuos con respecto a la creación de las empresas, entendiéndose ésta como “los procesos y consideraciones de las personas sobre la actividad empresarial en sus diferentes fases: desde la gestación hasta la fase de estabilidad y posible discontinuidad de las mismas”. Igualmente se busca construir un discurso del emprendimiento en el contexto colombiano, que se hará simultáneamente con el análisis de acuerdo con sus implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales, desde el punto de vista interdisciplinario, que interprete su propósito acción, gestión, innovación y sobre todo su relación con el entorno, tan trascendental para el crecimiento de las empresas. En este contexto, el año 2007 se caracterizó por el crecimiento de la economía que alcanzó el 7,2% del PIB, como resultado de la actividad de emprendimiento de los colombianos, sustentado en el estudio referenciado, con uno de los niveles más altos en el mundo. Al respecto, se analizarán sus características.

Abstract

The objective of this paper is to analyze and contrast the entrepreneurship statistics established by the Global Entrepreneurship Monitor for Colombia, a study that does an annual valuation of entrepreneurship by means of "a wide vision of what it is to start up a business, and it focuses on the role that individuals play in the business process", and it studies the behaviour of individuals in the creation of companies, i.e. "the processes and considerations of these individuals during the various stages of the business activity: from gestation to the stable phase and even possible closing of the business". Additionally, the paper seeks to

construct an understanding of entrepreneurship in the Colombian context, and this will be done simultaneously with an analysis of the social, political, economic and cultural implications from an interdisciplinary point of view which interprets its purpose, action, management, innovation and especially its relation with the environment that is so transcendental for the growth of companies. In this context, 2007 was characterized by economic growth that reached 7,2 % GDP as a result of the entrepreneurial activity of many Colombians. This is supported by the aforementioned study that shows one of the highest levels of entrepreneurship in the world; the characteristics of this entrepreneurship will be analyzed.

Fecha de recepción: 15 - 10 - 2008

Fecha de aceptación: 28 - 11 - 2008

Palabras clave

Emprendimiento, empresarios nacientes, empresarios nuevos, empresarios establecidos, tasa de emprendimiento anual.

Keywords

Entrepreneurship, nascent businessmen, new businessmen, established businessmen, annual entrepreneurship rate.

El informe GEM (2008) es una modalidad investigativa que tiene como objeto profundizar en el estudio de las variables asociadas al proceso de creación y a las dinámicas de las nuevas empresas en Colombia, apoyándose en fuentes de información nacionales e internacionales.

Introducción

Desde hace dos años la *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* realiza para Colombia el reporte de resultados sobre emprendimiento, donde analizan sus características en el sector de la economía y las variables que más inciden en su comportamiento, para diagnosticar el fenómeno del emprendimiento en Colombia, como la población objeto de estudio, las características de las empresas nuevas, establecidas y con tiempo de funcionamiento; la comparación con otros países en lo que se refiere al nivel de emprendimiento o Tasa de Nueva Actividad Empresarial, entre otras, que denotan un perfil del emprendimiento en Colombia.

El informe GEM (2007) es una modalidad investigativa que tiene como objeto profundizar en el estudio de las variables asociadas al proceso de creación y a las dinámicas de las nuevas empresas en el país, analizando información primaria dirigida a la población adulta nacional, seleccionada de una muestra significativa, apoyándose en fuentes de información nacionales e internacionales. El informe proporciona datos útiles para la toma de decisiones tanto en el contexto privado como público.

La comprensión del fenómeno del emprendimiento requiere analizarlo primero que todo desde su evolución como aspecto económico y social, para luego estudiarlo desde diversas perspectivas, y en última instancia proponer su análisis desde el punto de vista cultural como aporte para entender el emprendimiento. Luego, el emprendimiento exige considerar de manera ínter y transdisciplinaria su naturaleza y sus diversos objetos de estudio para comprenderlo.

Análisis informe GEM Colombia

Al analizar las sociedades desarrolladas hoy en día, se podría concluir que su crecimiento se debe a que han sabido implementar el fenómeno del emprendimiento con diversos motivos de afiliación, logro y poder (McClelland, 1961), como directrices para lograr un desempeño eficaz dentro de sus empresas y contribuir con su crecimiento. Estudiar las empresas como centros de desarrollo del emprendimiento, exige el análisis de las características de los empresarios como emprendedores y sus diversas perspectivas de estudio, además de su entorno, para comprender de manera detallada las diferentes contribuciones e interpretaciones del emprendimiento como fenómeno

socioeconómico, básico para el desarrollo de la sociedad colombiana. De esta manera se proyecta el análisis del fenómeno emprendedor en Colombia, a través de las manifestaciones sociales y económicas del informe GEM, para su comprensión e interpretación de manera holística como fenómeno cultural.

De acuerdo con el informe *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* para Colombia, la TEA (Tasa de Nueva Actividad Empresarial) que para el objeto de este escrito se denominará Tasa de Emprendimiento Anual, es el indicador que analiza la cultura emprendedora de la sociedad, es decir, el índice que mide la actividad emprendedora de los nuevos empresarios con el propósito de caracterizar el emprendimiento y analizar su impacto en el contexto social, económico y empresarial.

Hay que aclarar que la TEA tiene tres modalidades:

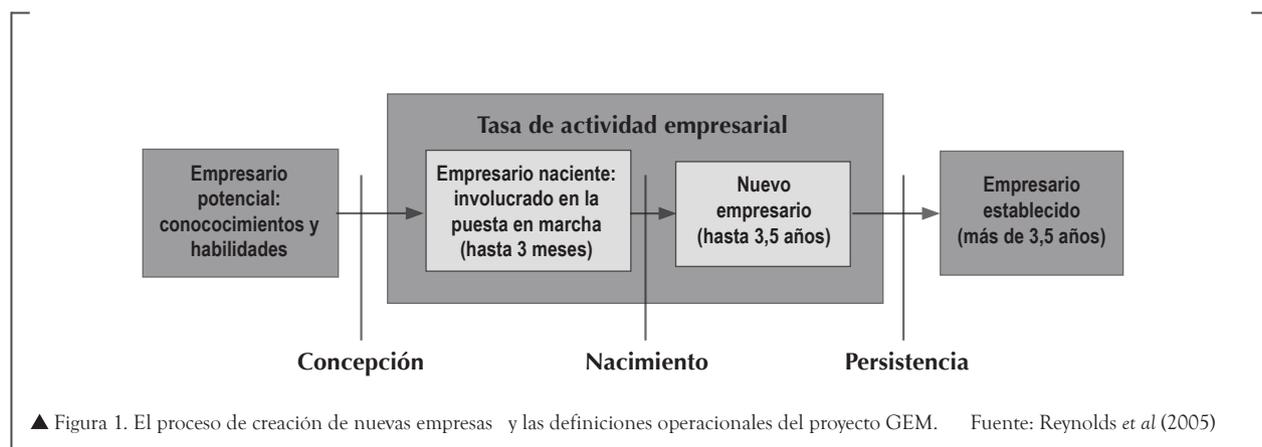
- 1) Empresario naciente, involucrado en la puesta en marcha hasta tres meses de duración;
- 2) Empresario nuevo, de cuatro meses hasta 3,5 años; y
- 3) Empresario establecido, más de 3,5 años (Figura 1).

En el año 2006, Colombia tuvo una TEA consolidada cercana al 23%, que la sitúa en los primeros lugares de emprendimiento en el mundo.

La importancia de la TEA, es que señala la proporción de la población adulta del país (18 y 64 años), activamente involucrada en el proceso de creación de nuevas empresas en el período respectivo, lo que da representación de la medida real de la orientación del país hacia ese objetivo. De esta manera, el indicador permite relacionar “las variaciones en los niveles de creación de empresa a lo largo de los años y potenciar la posibilidad de relacionarlos con cambios en políticas de apoyo a la fundación de otras” (GEM, 2007, p.24).

La Tasa de Emprendimiento Anual para Colombia fue de 22,48% en el 2006, donde uno de cada cinco ciudadanos (de 18 a 64 años), está relacionado con el proceso de creación de empresas. Comparado con Perú con 40,15%, éste presenta un índice mayor que Colombia. En el caso colombiano, “una TEA de 22,48% denota que cerca de 6 millones de adultos, entre 18 y 64 años, están asumiendo el reto de crear nuevas empresas. Este hecho podría indicar que una abundante población colombiana está aceptando la gran tendencia universal de la sociedad de empresarios” (GEM, 2007, p.24).

Para Colombia, este comportamiento en el 2006 es alentador, debido a que países con características y niveles de ingresos similares presentan cifras inferiores, “lo cual indica que existe una gran disposición del colombiano a asegurar su futuro económico a través de la creación de empresas.” (GEM, 2007, p.24) El reto



▲ Figura 1. El proceso de creación de nuevas empresas y las definiciones operacionales del proyecto GEM. Fuente: Reynolds et al (2005)

es canalizar y por así decirlo, facilitar este esfuerzo de “empresarios jóvenes” hacia la generación de empresas con impacto en la sociedad y en la calidad de vida. Desde este punto de vista, es probable que para el futuro el desempleo se pueda reducir. Sin embargo, este comportamiento se ve opacado por el nivel de cierre de empresas y las situaciones socioeconómicas del contexto colombiano.

Para el 2007 en Colombia se mantiene la Tasa de Nueva Actividad Empresarial (TEA) de 22,72% con respecto al año 2006 del 22,48%, siendo uno de los tres primeros países en el mundo, destacando que el hecho de tener una TEA alta no es garantía de mayor desarrollo, puesto que cuando hay desarrollo en los países, aumenta su industrialización y sus economías de escala, elevando el tamaño de las empresas, asociado a una TEA decreciente. Algunos analistas de bolsas de valores, indican que para tener crecimiento a partir del quinto año de establecida, la empresa debiera de desarrollar una estrategia de financiación, abriéndose a nuevos capitales y democratizando su participación, por medio de Fondos de Capital de Riesgo.

La cifra del 22,72% se debe al aumento de los empresarios en actividad por más de tres meses, pero menos de 3.5 años denominándose empresas jóvenes. Empresarios nuevos como dicen Reynolds *et al.* 2005, que pasaron de 12,55% en 2006 a 15,53% en 2007. Se observa un aumento en el ciclo de vida de las empresas durante el primer año de vida, donde se presenta la mayor tasa de mortalidad, aspecto que se tendrá en cuenta para otros análisis por edades. La tendencia también se observó en la tasa de empresas establecidas (Empresarios establecidos) donde pasó de 10,41% a 11,56%. Luego, se puede concluir en primera instancia que el aumento del emprendimiento en Colombia para el año 2007 fue causado por la actividad de los empresarios nuevos y establecidos.

La TEA por Empresario naciente (hasta tres meses) puede ser clasificada por oportunidad y por necesidad. La TEA por oportunidad evidenció una variación negativa al pasar de 13,68% al 12,57%; y la TEA por necesidad muestra un aumento del 8,74% al 9,28%. En un país desarrollado, su velocidad de desarrollo

está asociada con la creación de empresas basadas en la oportunidad, donde se evidencia la creatividad y la innovación tecnológica como parte de la cultura empresarial. En el caso de Colombia se manifiesta la tendencia de crear empresas (empresario naciente) por la necesidad de subsistencia de las personas, razón por la cual se observa que la TEA por necesidad sea más alta en el 2007, generando ingresos de subsistencia y evidenciando que el emprendimiento es una necesidad como consecuencia de las condiciones económicas de su población, mas no por una cultura o mentalidad de su población que ve en las oportunidades una alternativa que facilita el desarrollo del país, donde se ve la tendencia a aprovechar las oportunidades y a asumir riesgos como efecto de su emprendimiento.

Este comportamiento se evidencia en las condiciones económicas precarias que vive gran parte de la población colombiana y en la informalidad en los procesos de emprendimiento, donde “en las 13 principales ciudades colombianas, la informalidad le ganó la carrera a la formalidad: mientras la primera creció 4,3 por ciento, la segunda aumentó 3,2 por ciento” (Diario *El Tiempo*, 18 de noviembre de 2008). Lo anterior llevó a que los trabajadores clasificados como informales por el Dane incrementaran su participación, dentro del total de ocupados, de 56,6 por ciento en agosto del 2007 a 56,9 por ciento en igual mes de este año. Ese comportamiento del mercado laboral se produjo en medio del rápido crecimiento económico registrado en la segunda parte del año 2007 y principios de 2008 y la desaceleración del trimestre abril-junio del 2008 que continuó en los siguientes meses.

Continuamente se habla sobre la capacidad del colombiano para la creatividad en algunas regiones del país, donde debido a las necesidades económicas desarrollan habilidades creativas para salir adelante en el corto plazo, y tácticas que en la mayoría de las veces dan resultado. Pero no desarrollan la capacidad de innovación, es decir, esa habilidad aplicada al contexto, con conocimiento de causa y efecto en el largo plazo, de manera metódica y visionaria, que complementa la creatividad, y que muchas veces es más importante para el desarrollo del emprendimiento y que en últimas mantiene el crecimiento de las empresas a largo plazo.

Por eso, se dice que en Colombia existe una alta percepción sobre la capacidad de generar nuevas empresas, es decir, creatividad, pero cuando llegan al primer año en su mayoría desaparecen. Siendo ésta una de las causas por las que el país presenta una TEA alta, específicamente por empresarios nacientes, que crean empresas con bajo perfil de valor agregado, en sectores donde son bajas las barreras de entrada o es baja la sofisticación del entorno empresarial, es decir, crean empresas en sectores donde es fácil su creación.

Igualmente, existen algunas características sobre el desarrollo de la innovación donde las nuevas empresas son fuente de innovación en nuevos productos que llegan al mercado y en tecnologías aplicadas en los sectores económicos. En este contexto, la innovación aplicada se da en los casos de emprendimiento por oportunidad, donde por medio de estudios de factibilidad se desarrollan proyectos de emprendimiento que tienen impacto en la sociedad, desarrollando de esta manera la destrucción creativa de que nos habla Schumpeter (1939 y 1949) soportada en la nueva tecnología. En Colombia, los empresarios nuevos y los empresarios establecidos, usan tecnologías relativamente obsoletas, por lo tanto tienen que actualizarlas y modernizarlas, situación que se refleja en la TEA alta, por su facilidad de implantación y aplicación.

Dentro del emprendimiento del 2007, la motivación constituye uno de los fundamentos trascendentes para la creación de empresas en los colombianos, siendo la búsqueda de mejores ingresos su principal propósito con un 50,15%, constatando la aplicación del fenómeno del emprendimiento más por necesidad que por la búsqueda de oportunidades. La búsqueda de independencia constituye su segundo eslabón con un 40%, donde se observa que el hecho de ser empresario con ingresos propios y no ser un empleado, se convierte en un factor motivacional. Para resaltar el hecho de que en el 2006 se invirtieron los propósitos, donde el ser independiente constituyó la principal motivación. De esta manera, se observa que los bajos ingresos, con incrementos entre 5% y 7% para los empleados en los últimos años, son las principales causas de motivación de emprendimiento por mejorar los ingresos.

Con respecto a la concentración del género en el emprendimiento, la mujer logró mayor participación en la actividad emprendedora del 2006 al 2007, donde su TEA pasó del 17,3% al 18,77%, observándose que la mujer cabeza de hogar ha tomado el emprendimiento por las necesidades económicas que vive, lo que ha desencadenado el subempleo en los últimos años. En este sentido se observa una tendencia hacia la igualdad en la nueva actividad empresarial a mediano plazo entre hombres y mujeres, debido a que la mujer ha asumido un nuevo rol en la sociedad colombiana, donde desempeña funciones como jefe de hogar, madre, empresaria y líder social, papeles que han transformado el contexto de la sociedad.

En cuanto a la vocación exportadora, se observa que la TEA de empresario naciente es alta, pero va descendiendo en el mediano y largo plazo en relación con el empresario nuevo y el empresario establecido; luego, para tener una vocación exportadora hay que poseer visión y persistencia hacia la innovación a mediano y largo plazo para desarrollar la capacidad de exportación, debido a las características de emprendimiento por necesidad, donde al año de creada la empresa muchas de ellas desaparecen, y consecuentemente los empresarios nuevos tienen dificultades para llegar al nivel de empresarios establecidos. Esto se traduce en la poca vocación innovadora y exportadora que tienen los emprendimientos y empresarios colombianos. Adicionalmente se complementa con los pocos acuerdos comerciales, que no son suficientes para mantener la vocación exportadora, donde el mercado local es relativamente grande. Esto se traduce en un bajo direccionamiento al mercado internacional, expresado en bajas exportaciones de productos no tradicionales y con alto valor agregado.

Actividad empresarial 2007

Partiendo del hecho que en Colombia la mayor parte de la nueva actividad empresarial de los empresarios nacientes se desarrollo por necesidad, se puede deducir que la caracterización del emprendimiento por oportunidad es menor y complementariamente el número de empresarios establecidos relativamente bajo, no poseen la capacidad

de aprovechar las oportunidades del mercado, para mantener sus empresas. Adicionalmente, el entorno empresarial colombiano es inestable debido a las influencias provenientes de los factores económicos, sociales, demográficos, jurídicos, tecnológicos, ambientales, culturales, políticos y geográficos, debido a los cambios que influyen directamente en las empresas.

A continuación se analiza la influencia del emprendimiento en la actividad empresarial y económica en Colombia, donde a primera vista se observa una relación de causa y efecto, en el sentido de que la nueva actividad empresarial es un soporte para el crecimiento económico del país. Ello se demostró en el año 2007 donde la TEA para Colombia fue 22,72% (el tercer lugar a nivel mundial), contribuyendo con el crecimiento del PIB que según el DANE y el Departamento Nacional de Planeación fue de 7,52%, soportado en los empresarios nuevos y establecidos; adicionalmente, la Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento soporta de alguna manera la política del gobierno al respecto. Pero se agrega que este crecimiento, dicen los críticos, está fundamentado en la inversión extranjera y en el aumento de las exportaciones tradicionales, situación que preocupa al analizar la nueva actividad empresarial, donde no se han facilitado programas y políticas claras para el desarrollo del emprendimiento en Colombia. Para ello hay mucha tela de donde cortar, lo que hace complejo el análisis, empezando por la cultura empresarial que analizaremos a continuación.

RELACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO

Hay que resaltar la importancia del emprendimiento y su consecuente incidencia en la creación de empresas para el desarrollo económico, de ahí que existan organismos e instituciones públicos y privados dirigidos a promocionar el emprendimiento que conduzca a la creación nuevas de empresas.

La relación emprendimiento y desarrollo económico se manifiesta directamente en el empleo, la inversión en nuevas empresas y el ingreso per cápita,

desencadenándose a la vez variables socioeconómicas como aumento en el pago de impuestos, aumento del nivel de vida, creación de nuevos empleos, crecimiento de las exportaciones, reducción de la pobreza, fortalecimiento de logística en infraestructura, entre otras variables. Pero la situación colombiana no refleja este comportamiento, debido a la falta de políticas claras que desarrollen incentivos para la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento de las existentes.

Según el Informe Nacional de Competitividad 2008-2009, “las exportaciones per cápita, la red pavimentada y el desempeño logístico de Colombia son muy bajos respecto a otros países de América Latina” (Revista *Poder*, edición del 15 de noviembre de 2008, p. 16) son hechos que desmotivan el emprendimiento o la creación de nuevas empresas. Adicionalmente, la visión de Colombia para el año 2032 de ser uno de los tres países más competitivos de América Latina, deja mucho que desear, de acuerdo con la evaluación de sus indicadores importantes, donde el avance ha sido mínimo en los últimos años en aspectos de seguridad y confianza, originando debilidades con respecto a otros países.

Para mencionar algunas debilidades relacionadas con el emprendimiento, el Informe Nacional de Competitividad hace referencia a:

- (1) En cuanto al PIB per cápita, Colombia no ha tenido avance en lo que va de la década: en el 2000 ocupaba el puesto 15 entre 24 países, en el 2007 el puesto 16. En el ámbito internacional, en el 2006 fue 83 entre 178 países y en el 2007 se ubicó en el 88.
- (2) En exportaciones per cápita se está por debajo de otros países de la región, donde se tiene US\$749 anuales, frente a US\$967 de Brasil, US\$1.075 de Perú, US\$1.660 de Argentina, US\$2.713 de México, US\$4.597 de Chile. Un colombiano exporta 11 veces menos que un coreano y 60 veces menos que un irlandés.

- (3) Actualmente Colombia tiene acuerdos vigentes de libre comercio con cinco (5) países, mientras Costa Rica tiene 23, Chile 43 y México 42.
- (4) Colombia tiene una red vial pavimentada por habitante de 287 kilómetros, frente a 417 km de Bolivia o Perú, 490 km de Ecuador, 533 km de Brasil, 12.044 km de Chile, 1.154 km de México, 1.363 km de Venezuela y 1.600 km de Argentina.
- (5) En cuanto al gasto de inversión en ciencia y tecnología, para el agro solo va el 8% de los investigadores con respecto a la población, proporción muy baja comparada con países como Costa Rica, Guatemala, Brasil y Argentina.
- (6) Colombia posee los impuestos más altos en tarifas de energía eléctrica para usuarios industriales y los de mayores ingresos (estratos 5 y 6). Ello sumado a que es uno de los países con mayor carga impositiva a las empresas en el mundo (33% sobre las utilidades, 52% sobre la carga laboral, IVA promedio del 16%, industria y comercio 0.33%). En consecuencia, el panorama para el desarrollo del emprendimiento en Colombia es un poco desalentador, haciendo necesaria la implementación de unas políticas claras y de largo plazo.

Igualmente, de acuerdo con el informe del Consejo Privado de Competitividad (2008) el 57% de trabajadores y 59% de microempresas en Colombia son informales, concluyendo que la informalidad laboral y empresarial es uno de los más pesados lastres que se tiene para mejorar su competitividad e insertarse de manera exitosa en el mercado internacional. Según su presidente, Hernando José Gómez, las consecuencias de esa situación son muy negativas: la productividad promedio de la informalidad es apenas el 14 por ciento de la de una empresa o un empleo formal. Dicho de otra manera, siete trabajadores

informales producen lo mismo que uno formal. En ese sentido, el informe propone reducir los costos atados a la nómina "como los controvertidos aportes parafiscales" y un régimen de transición para la microempresa en lo contable, lo tributario y lo laboral. En innovación, que hoy se considera el motor del crecimiento económico de cualquier país, uno de los mayores retos identificados es generar un vínculo con el capital de riesgo y facilitar que las ideas se concreten en empresas. Según Gómez, un dólar de capital de riesgo es 10 veces más poderoso para generar una patente (instrumento que protege una innovación) que el mismo dólar invertido en investigación y desarrollo. En este campo, una de las propuestas es aumentar la capacidad de innovación en el sector privado, mediante el fortalecimiento de las alianzas entre universidades y empresas.

Por otra parte, según el estudio GEM para Colombia se muestra una sensibilidad notoria en la relación entre el nivel de desarrollo de los países, representado por el PIB per cápita ajustado al poder de compra o ingreso per cápita, y el nivel de emprendimiento o actividad empresarial, demostrando de esta manera que lo que dinamiza el desarrollo económico de una nación es el crédito, la inversión y el poder de compra de los empresarios y los ciudadanos, respectivamente. En este contexto, como Colombia no es un país de grandes empresas, hay que apostarle al crédito y la inversión en las micro, pequeñas y medianas industrias exportadoras que son las que generan empleo. Dice el estudio GEM (2008, 20): "en los países de menor PIB per cápita, la economía se caracteriza porque abundan las empresas pequeñas". Colombia es un país donde abundan las Mipymes, que componen el 99% de las empresas establecidas, donde las microempresas constituyen el 95%.

En la medida que el ingreso per cápita se incrementa, la creatividad, innovación, inversión, industrialización y las economías de escala, desarrollan empresas grandes y estables que satisfacen la demanda de sus mercados e incrementan su importancia en la economía. De esta manera, "el aumento en el tamaño de las empresas está acompañado por el incremento del empleo y la disminución de nuevas empresas, debido al personal empleado en las grandes empresas" (GEM, 2008, 20). Se observa que el número y tamaño de las grandes

Se habla de la capacidad del colombiano para desarrollar habilidades creativas que le permitan salir adelante en el corto plazo. Pero no desarrollan la capacidad de innovación, con conocimiento de causa y efecto, que complementa la creatividad, y que es más importante para el desarrollo del emprendimiento y mantener el crecimiento de las empresas a largo plazo.

empresas es directamente proporcional al aumento en el ingreso per cápita, deduciendo que las pequeñas empresas reflejan disminución en el ingreso per cápita. En este contexto, Colombia presenta ingresos per cápita bajos debido a que un 99% de las empresas son mipymes, lo que dificulta la creación de nuevas empresas pero a la vez implica la motivación a crear nuevas empresas, más por necesidad que por oportunidad, reflejado en niveles de pobreza del 60% de la población.

La TEA del 22,72% para el año 2007 en Colombia, se considera un indicador de doble filo. Por un lado, se tiene un alto grado de emprendimiento por empresarios nacientes, considerándose uno de los países con mayor emprendimiento en la creación de nuevas empresas en el mundo, lo cual es positivo. Por otro lado, muestra una débil estructura empresarial, reflejando que la mayoría de empresas en Colombia son microempresas (95%) y pequeñas y medianas empresas (4%), para totalizar un 99% de Mipymes. Las implicaciones de la TEA para el año 2007, se reflejan en el crecimiento económico del 7,52% y la estabilidad política (GEM, 2008, p.21), donde hubo un respaldo del gremio empresarial a las políticas del gobierno; luego el entorno económico y político permitió un desempeño adecuado de la actividad empresarial, mas no de la creación de nuevas empresas, como se observó antes. Se podría decir que el comportamiento económico y político es engañoso por los resultados obtenidos hacia el tercer trimestre del 2008, cuando el gobierno replantea su índice de crecimiento económico del 6% hacia un 3,0% y 3.5%, inclusive hay investigadores que plantean un estancamiento de la economía colombiana para el 2008.

Confirmando de esta forma la inestabilidad de la débil estructura empresarial colombiana, donde la mayoría de empresas son microempresas y empresarios nuevos que no tienen estabilidad y pueden desaparecer en el corto plazo, como lo dice el informe.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta el contexto de globalización bajo la metáfora del aleteo de la mariposa, que dice que cualquier aleteo de mariposa que suceda en los países desarrollados como Estados Unidos, causará un terremoto en la economía mundial, reflejada en incertidumbre, caos y complejidad que actualmente posee la economía mundial, debido a la crisis del sector inmobiliario, financiero y de bolsas de valores. Durante el año 2007 no ocurrieron cambios drásticos en el entorno mundial, pero se preveía un panorama difícil; en Colombia no se alcanzaba a prever, ni en las condiciones para la creación de empresas. Como se observa, a partir de mediados del 2008 la economía mundial ha tenido algunos sucesos que han marcado el comportamiento de la economía colombiana, como el precio del dólar, el precio del petróleo, la crisis financiera mundial reflejada en las bolsas de valores, que de una u otra manera van a tener incidencia en la economía colombiana.

De acuerdo con lo anterior, se confirma que para que un país tenga desarrollo económico a mediano y largo plazo, no basta con tener altos índices de emprendimiento en creación de nuevas empresas o empresarios nacientes, sino que hay que mantener una política a mediano y largo plazo, tanto fiscal como financiera que respalde el ahorro y la inversión en el sector real, fortaleciendo el emprendimiento en empresarios nuevos y establecidos

para que tengan crecimiento en el tamaño de sus empresas y se puedan generar nuevos empleos a la economía, para de esta forma desarrollar nuevos emprendimientos con base en oportunidades e inversiones. En consecuencia, cuanto más incremento del PIB per cápita y de la inversión se tenga, el papel de los empresarios nuevos y establecidos puede ser mayor, dado que se genera empleo y muchos emprendimientos pueden acceder a recursos para crear nuevas empresas, en un entorno que permita el aprovechamiento de las oportunidades.

En Colombia, la población económicamente activa la constituyen cerca de seis millones de colombianos entre 18 y 64 años, grupo etario que se encuentra emprendiendo nuevas empresas, caracterizadas por el contexto de su cultura, demografía, relaciones institucionales, entorno económico y social (Swedberg, 2000; Verheul *et al.* 2001), configurando de esta manera una proyección de empresas a corto, mediano y largo plazo, relativamente importante.

En consecuencia, el emprendimiento o creación de nuevas empresas debe ser analizada teniendo en cuenta el contexto económico y social del país, debido a que el emprendimiento conlleva el análisis económico, social, y político como fenómeno cultural, donde el riesgo es una determinante clave (Wennekers, 2006). Al respecto, la cultura empresarial colombiana no se caracteriza por su disposición al riesgo para asociarse, de tal forma que sirva para financiar futuras operaciones; el empresario quiere mantener el control de sus operaciones. Luego, la proporción de población con empresa propia y su cultura empresarial es otra variable para analizar el desarrollo económico o actividad empresarial.

En lo que hace referencia a los empresarios establecidos, su comportamiento en Colombia presenta un leve crecimiento al pasar en 2006 de 10,41% a 11,56% en 2007, reflejando un relativo aumento en empresas establecidas debido a la estabilidad política y económica que tuvo el país. Inicialmente, el análisis de la cifra nos dice que una de cada nueve personas es propietaria de la empresa y ha participado en su administración durante más de cuarenta y dos meses (3,5 años de

vida), representando un índice relativamente bajo de comportamiento, por cuanto son pocas las empresas que pasan los tres años y medio, justificando las altas tasas de desempleo que tiene el país, puesto que debieran ser las que generan más empleo.

En consecuencia, el índice de empresas establecidas indica hasta qué proporción las empresas nuevas creadas han logrado sobrevivir durante sus primeros 3,5 años de vida, lo que aumentaría su nivel de crecimiento y estabilidad en el tiempo y el espacio, como resultado de su gestión ante el entorno (Headd, 2003), generando empleo e inversión.

Análisis del perfil de emprendedores colombianos

Para definir el perfil de los emprendedores colombianos hay que tener en cuenta que existen variadas tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es indispensable tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, analizando las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, servirá de base para el desarrollo de un perfil emprendedor. Esta mirada interdisciplinaria permite observar lo complejo y variado que es el fenómeno del emprendimiento. Un punto de partida para estudiar el emprendimiento es reconocer su complejidad y su variedad en el análisis.

Desde el punto de vista de estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comportamental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de procesos (Fonrouge, 2002). Esta clasificación se caracteriza por el énfasis en los aspectos estratégicos, beneficiándose de los avances recientes en el campo de la estrategia (Mintzberg *et al.*, 1999); también integra las tendencias cognitivas y de procesos a los campos de la estrategia empresarial como lo define Laroche y Nioche (1994).

A continuación se describe el análisis y caracterización de los emprendedores colombianos en términos de género, edad, nivel de educación, ingresos, situación laboral

previa y antecedentes empresariales con el propósito de analizar la fenomenología del emprendimiento, identificando las tendencias de procesos, económica, de comportamiento y cognitiva, según Fonrouge (2002) y Laroche et Nioche (1994).

GÉNERO

Para el caso del género, según el estudio para el año 2006, el 28% de los hombres y el 17,3% de las mujeres estuvieron emprendiendo, demostrando que por cada 10 mujeres existen 15 hombres montando empresa; para el año 2007 el 27% de los hombres está involucrado en la creación de nuevas empresas, en tanto que el 19% de las mujeres fueron emprendedoras, deduciendo que por cada 10 mujeres existen 14 hombres con empresa. Luego, la relación entre la TEA de los hombres con respecto a las mujeres es de 1,43. Se observa que la brecha entre hombres y mujeres va disminuyendo, presentando una tendencia hacia la igualdad en el mediano y largo plazo, donde la mujer en su rol de cabeza de hogar presenta tendencias al emprendimiento, para subsistir. Con respecto a los hombres, el 15,5% son empresarios establecidos, en tanto que el 7,8% de las mujeres tienen empresas establecidas, observándose que por cada 10 mujeres existen 20 hombres con empresas establecidas.

De esta manera se refleja que los hombres empresarios establecidos, duplican a las mujeres, demostrando que para poseer empresas establecidas los hombres tienen más capacidad para crear y consolidar empresas; esto se explica en cierta forma por ser Colombia un país de cultura machista, donde se le facilitan más las cosas a los hombres que a las mujeres. Con respecto al año 2006, el 2007 presenta aumento en mujeres involucradas en empresas establecidas o propietarias.

Al analizar las situaciones o motivaciones por oportunidad y necesidad en las que las personas

decidieron tomar la decisión de crear nuevas empresas, se presenta una desventaja de las mujeres con respecto a los hombres, donde más mujeres crean empresas por necesidad en una relación de 3 hombres (36%) por cada 4 mujeres (49%), por la situación económica de las mujeres cabeza de hogar; revelando de esta manera la realidad de que no tienen otra alternativa que desempeñar su actividad empresarial. Deduciendo igualmente que los hombres crean más empresa por oportunidad que las mujeres, en una proporción de 4 hombres (61%) por cada 3 mujeres (45%). Conclusión, los hombres crean nuevas empresas por oportunidad y las mujeres por necesidad.

DISTRIBUCIÓN POR EDAD

En el contexto de la distribución por edad, los empresarios nuevos que tienen una edad entre 25 y 34 años, se caracterizan por ser el grupo de mayor concentración de emprendimiento, debido a su dinamismo en el campo de la Población Económicamente Activa y su aporte a la economía por su creatividad e innovación en la creación de nuevas empresas. En lo que se refiere a los empresarios establecidos, su mayor concentración de emprendimiento se encuentra entre los 45 y 54 años de edad, por su madurez y experiencia en la identificación de oportunidades reflejada en las empresas establecidas y su dinamismo con respecto a la población económicamente activa. Por tanto, se observa que las personas que tienen mayor propensión a crear empresa en Colombia, son las que se encuentran en el rango de entre los 25 y 40 años de edad.

Con respecto a los grupos etarios para empresarios nuevos, se caracterizan por ser personas jóvenes en el desarrollo del emprendimiento. Así, el grupo de 18 a 24 años presenta un incremento al pasar de 19,9% en el 2006 a 22,2% en el 2007, aumento caracterizado por la necesidad y la oportunidad; el grupo de 25 a 34 años refleja un incremento de 26,6% en el 2006 a 28,4% en el 2007. Se observa un decrecimiento en el grupo de 35 a 44 años al pasar de 26,2% en el 2006 a 23,7% en el 2007, reflejado en la influencia de empresarios establecidos y la existencia de falta de oportunidades para crear empresa. En el grupo de 45 a 54 años se

observa aumento de 20,8% en 2006 a 21,8% en el 2007, por la necesidad y las oportunidades de crear empresa y a la vez de cambiar de empleo, por motivos de edad que ya no son vinculados en empresas. Finalmente, se presenta el grupo de 55 a 64 años manifestando un decrecimiento de 11% en 2006 a 9,2% en el 2007, que por razones de edad y de conformidad reflejan la reducción en el emprendimiento.

De igual manera, los grupos etarios para **empresarios establecidos** están caracterizados por ubicarse en rango de edades superiores, asociando su emprendimiento con la mayor edad del empresario: el grupo de 18 a 24 años refleja un decrecimiento de 2,0% en 2006 a 1,8% en 2007, debido a la influencia de empresarios nuevos. En el grupo de 25 a 34 años se observa un aumento de 7,5 en 2006 a 9,2 en 2007, reflejando el fenómeno empresarial de "Yuppies" o sea jóvenes empresarios que mantienen y hacen crecer su empresa. En el grupo de 35 a 44 años se mantiene estable la participación de 2006 con respecto a 2007 en 14,1%. El grupo de 45 a 54 años refleja un leve incremento en empresarios establecidos al pasar de 19,2% a 19,9%; y el grupo de 55 a 64 años, refleja el mayor incremento al pasar de 10,5% a 15,8%.

Analizando el comportamiento, se observa que el aumento de edad es directamente proporcional a los empresarios establecidos, no solo porque el empresario envejece con la empresa, sino porque la experiencia está asociada con la mejor dotación de habilidades y conocimientos para sostener una empresa.

Haciendo un comparativo de los grupos etarios de Colombia con los países de ingresos medios, se observa un comportamiento similar en los empresarios nuevos. En el análisis se asume un comportamiento similar en el sentido de las tendencias, pero una gran diferencia a favor del emprendimiento colombiano a la hora de hacer un análisis cuantitativo, por las razones de emprendimiento por necesidad y la informalidad anteriormente comentadas, y específicamente por el gran número de micro, pequeñas y medianas que representan el 99% de las empresas en Colombia y elevan de manera significativa la creación de nuevas empresas.

Por ejemplo, en el grupo etario de 18 a 24 años Colombia tiene el 22,9% y los países de ingresos medios el 9,9%, observándose una diferencia de 13%; en el grupo de 25 a 34 años Colombia posee el 28,4% contra 15,0% de los países de ingresos medios, donde la diferencia es de 13,4%; en el grupo de 35 a 44 años Colombia tiene el 23,7% contra el 14,0%, con diferencia de 9,7%; en el grupo de 45 a 54 años Colombia posee el 21,8% contra el 11,2%, donde la diferencia es de 10,6%; finalmente, en el grupo de 55 a 64 años, Colombia tiene el 9,2% contra el 6,5%, cuya diferencia es de 2,7%.

De esta manera se considera que el emprendimiento en Colombia con relación a los países de ingresos medios tiene una diferencia bastante alta, soportado en el emprendimiento por necesidad y la informalidad existente, debido a la situación económica de la población económicamente activa, que busca por todos los medios ser independiente o emprender para superar la situación económica que vive, situación que ha dado lugar a que las mipymes representen casi la totalidad de las empresas en Colombia, concluyendo que la colombiana es una economía joven con respecto a los países de ingresos medios, por la caracterización de sus empresas, donde el 99% son mipymes.

En el caso de los empresarios establecidos, el análisis del emprendimiento de Colombia con respecto a los países de ingresos medios, se observa un comportamiento similar con respecto a los empresarios nuevos, a excepción del primer grupo etario de 18 a 24 años.

De esta manera se muestra que los empresarios establecidos del grupo etario de 18 a 24 años, para el caso de Colombia es de 1,8% contra 1,9% de los países de ingresos medios, comportamiento que revierte la tendencia de los empresarios nuevos, cuando la diferencia era significativa a favor de Colombia; este comportamiento muestra la tendencia en los países de ingresos a dos factores: primero, debido a la sucesión de empresas familiares donde los hijos heredan la administración de las empresas de sus padres; y segundo,

que los empresarios nacientes sobreviven a los efectos de la economía a largo plazo. Para el grupo etario de 25 a 34 años, la tendencia es diferente puesto que la proporción es de 9,2% para Colombia contra 5,6% para los países de ingresos medios, observándose un comportamiento normal para el caso del emprendimiento en Colombia, debido a que es la edad de mayor dinámica empresarial. En el grupo etario de 35 a 44 años, los empresarios establecidos en Colombia mantienen la diferencia de 14,1% contra 9,8% de los países de ingresos medios; entre 45 a 54 años el comportamiento para Colombia es de 19,9% contra 10,6%; para el grupo etario de 55 a 64 años, Colombia tiene una proporción de 15,8% y los países de ingresos medios 9,4%.

Estos comportamientos para Colombia se sustentan en la edad de jubilación o retiro forzoso de la población adulta, donde prácticamente la cultura colombiana nos dice que una persona a la edad de 45 años es “desechada” por las empresas, situación que da lugar al emprendimiento forzoso para el mantenimiento de su familia, es decir, emprendimiento por necesidad, aunque la “experiencia” le da algunos indicios de emprendimiento por oportunidad.

Para resaltar que el aspecto de la motivación hacia el emprendimiento, que en Colombia se da en orden de importancia: por necesidad, oportunidad y otros motivos. Al analizar la distribución de grupos etarios por género y motivación, se observa que los empresarios nacientes crean más empresas por necesidad que por oportunidad, como lo hemos señalado.

En los empresarios nuevos, se destaca más el emprendimiento por oportunidad. Tanto en hombres como en mujeres la motivación es por oportunidad en el grupo de los 25 a 34 años, debido a que sus emprendimientos obtienen mayores ingresos que por necesidad, que en el caso de las mujeres de 43% y en el caso de los hombres de 54% tienen ingresos de más de dos salarios mínimos. En el grupo etario de los 35 a 44 años la distribución de hombres y mujeres que ejercen el emprendimiento por oportunidad es similar a los que ejercen por necesidad; lo

mismo ocurre en el grupo de los 45 a 54 años en los hombres, mas no en las mujeres, donde su emprendimiento se realiza más por necesidad. La hipótesis que soporta este fenómeno es que en la mujer el grado de escolaridad a nivel superior es bajo, repercutiendo en su ingreso; en el caso de los hombres se observa que el 67% de su emprendimiento se realiza más por oportunidad que por necesidad, teniendo una formación de nivel superior y unos ingresos superiores a dos salarios mínimos. Por último, en los empresarios nuevos del grupo etario de 18 a 24 años, son los hombres los que más emprenden, más por oportunidad, reflejándose directamente en su nivel de ingreso, donde el 54% gana más de dos salarios mínimos; mientras las mujeres que dicen emprender por oportunidad, el 69% ganan menos de dos salarios mínimos; finalmente, hombres y mujeres que emprenden por necesidad, ganan menos de dos salarios mínimos.

En este sentido se observa que hay una relación directa y proporcional entre el emprendimiento por oportunidad y el nivel de ingreso, puesto que la oportunidad realiza una exploración más efectiva del emprendimiento, debido al estudio de factibilidad realizado y la experiencia relativa aportada para su puesta en marcha.

NIVEL EDUCATIVO

Otro aspecto a tener en cuenta para analizar el emprendimiento en Colombia es el nivel educativo, hasta se puede llegar a decir que el nivel educativo es una variable determinante en la calidad del emprendimiento por oportunidad, reflejado en el nivel de ingresos de los empresarios. En este contexto la Tasa de Emprendimiento Anual o Tasa de Nueva Actividad Empresarial, TEA, analizado por niveles de educación y género, refleja para los hombres que un mayor nivel de educación es proporcional a una mayor tasa de emprendimiento. Para el caso de las mujeres, la creación de nuevas empresas no es proporcionalmente significativa al nivel educativo. En los hombres, los tecnólogos, profesionales, especialistas,

magísteres y doctorados son los que reportan mayor índice de emprendimiento, donde la oportunidad es su factor motivador trascendente. Para las mujeres, tenemos las siguientes características de acuerdo con el nivel educativo:

En las no bachilleres, un 69% de su emprendimiento es por necesidad, contra un 27% por oportunidad, y 4% por otros motivos que comprenden un curso de capacitación o estar desempleado. Para el caso de las bachilleres, el 55% de su emprendimiento se realiza por necesidad, contra un 42% por oportunidad. Para las mujeres que tienen educación superior incompleta, el 60% de su emprendimiento es por oportunidad, contra un 32% por necesidad y 8% por otros motivos. En el caso de las tecnólogas, el 66% realizan emprendimiento por oportunidad, contra 24% por necesidad y 10% por otros motivos. Para las profesionales, se observa que el 60% de su emprendimiento lo realizan por oportunidad, mientras el 32% por necesidad y 8% por otros motivos; al respecto hay que tener en cuenta que este comportamiento modifica la tendencia de crecimiento por oportunidad, donde una de las razones puede ser que dedican su tiempo al desarrollo de sus estudios profesionales, y una vez como profesionales realizan emprendimiento por necesidad debido a la falta de oportunidades. En el caso de las mujeres con postgrado, su comportamiento muestra un 67% por oportunidad, 16% por necesidad y 17% por otros motivos. En este contexto, las mujeres muestran una tendencia de emprendimiento creciente hacia la oportunidad proporcionalmente al nivel educativo.

Para el caso de los hombres, el comportamiento es similar al de las mujeres, donde de acuerdo con el nivel educativo tiene las siguientes características:

En los no bachilleres, el 65% de su emprendimiento se realiza por necesidad, contra el 33% por

oportunidad y el 2% por otros motivos. Para el caso de los bachilleres se cambia la torta de la motivación, donde el 61% del emprendimiento se realiza por oportunidad contra el 39% por necesidad, asumiendo que este cambio se debe al contexto de educación que aun siendo bachillerato, su impacto se refleja en el cambio de motivación para el emprendimiento, al pasar de necesidad a oportunidad. Para la educación superior incompleta, el 72% es motivado por oportunidad y el 28% por necesidad. Los tecnólogos muestran un 67% de motivación por oportunidad y 33% por necesidad. En el caso de los profesionales, el comportamiento varía, donde el 79% se realiza por oportunidad, 15% por necesidad y 6% por otros motivos. Finalmente en los postgrados, el 75% del emprendimiento es motivado por la oportunidad, 15% por necesidad y 10% por otros motivos.

De esta manera, se observa un comportamiento ligeramente superior de la calidad de emprendimiento (por oportunidad, nivel educativo y nivel de ingresos) de los hombres con respecto a las mujeres según el nivel educativo, aunque en términos generales, se considera un comportamiento similar en el fenómeno del emprendimiento y su calidad.

NIVEL DE INGRESO

En lo que hace referencia al nivel de ingreso, los emprendedores nuevos se clasifican en bajo, medio y alto, donde se realiza la discusión sobre el nivel de creación de nuevas empresas para el año 2007 en Colombia. Por otra parte, está demostrado que la creación de nuevas empresas influye en el aumento del nivel de ingresos y viceversa, el nivel de ingresos motiva la creación de nuevas empresas, al punto de mejorar la calidad de vida de sus empresarios y empleados.

De esta forma, la creación de nuevas empresas tiene en cuenta ingresos por diversos motivos: ingresos por trabajo, ingresos de capital, subsidios, transferencias,

La creación de nuevas empresas influye en el aumento del nivel de ingresos y viceversa, el nivel de ingresos motiva la creación de nuevas empresas, al punto de mejorar la calidad de vida de sus empresarios y empleados.

ingresos ocasionales, etc. (Dane, 2003), observándose que los empresarios establecidos perciben mayores ingresos que los empresarios nacientes y nuevos, en el análisis de salarios, prestaciones y remuneraciones por escala de personal o tamaño de la empresa.

El análisis realizado considera el aumento moderado en todos los niveles, observándose que el nivel con ingresos altos presenta mayor motivación para el crecimiento de emprendimiento.

El comportamiento en los diversos niveles de ingreso es consecuencia del aumento de la TEA para Colombia de 22,8% según el siguiente análisis: para el nivel bajo, se pasó de 17,87 percentiles del año 2006 a 18,67 en el 2007, con un aumento de 0,8 percentiles; para el nivel medio se pasó de 17,36 percentiles en el 2006 a 19,26 en el 2007, con aumento de 1,9 percentiles; y en el nivel alto se pasó de 8,41 percentiles en el 2006 a 12,58 en el 2007, con aumento de 4,17 percentiles.

De esta manera se observa que todos los niveles de ingreso tuvieron aumento, como consecuencia del emprendimiento ejercido, siendo el nivel de ingreso alto el que tuvo mayor crecimiento soportado en el crecimiento de la TEA. Este comportamiento se reflejó en el sector real con el crecimiento de la economía colombiana durante el año 2007 que fue de 7,2 en el PIB. Adicionalmente, se observa mayor diferencia en el crecimiento entre empresarios de ingresos bajos (0,8) y los de ingresos altos (4,17), como para decir que los de ingresos altos tenderán a ser más ricos y los de ingresos bajos tenderán a ser más pobres.

Analizando el nivel de ingreso por género, el 68% de las mujeres empresarias nuevas dicen que reciben menos de dos salarios mínimos mensuales legales vigentes, en contraste con un 48% de los hombres empresarios nuevos. Del mismo modo el 6% de las mujeres empresarias nuevas perciben ingresos superiores a los cuatro salarios mínimos, contra un 12% de los hombres empresarios nuevos. Esta comparación indica que los hombres tienen ingresos superiores a las mujeres, donde la disponibilidad y autonomía del hombre juega un papel importante en esta diferenciación, debido a que la mujer por su papel de gestante dedica más tiempo a las labores de madre y de hogar.

Detallando las características por nivel de ingreso según la motivación, se observa en los hombres empresarios nuevos el siguiente comportamiento: una característica resaltante es que los empresarios de ingresos más altos disminuyen la tendencia a crear empresas por oportunidad, siendo la motivación por oportunidad la constante para crear empresa con una participación promedio del 70%. Este comportamiento se observa desde menos de dos salarios, dos a tres salarios mínimos, tres a cuatro salarios mínimos, hasta llegar al nivel de 4 a 7 salarios mínimos, donde su comportamiento es de 51,6%, 63,6%, 86,0% y 90,0% respectivamente, emprendiendo o creando empresa por oportunidad; el comportamiento revierte la tendencia para más de 7 salarios mínimos, debiéndose a que ciertas personas experimentan un costo de oportunidad que no las motiva a crear empresa o que se

sienten satisfechos con sus ingresos, situación que hace que el emprendimiento disminuya su dinámica a 61,5% por oportunidad, aumentando la proporción de emprendimiento por necesidad y por otros motivos.

El comportamiento del nivel de ingreso según la motivación en las mujeres empresarias nuevas es semejante, aunque con cifras más bajas. En este contexto, la proporción de empresarias nuevas que emprenden por oportunidad crece hasta el nivel de 3 a 4 salarios mínimos y no de 4 a 7 salarios mínimos como en los hombres. Esta diferencia explica la razón del menor nivel de ingresos que tienen las mujeres con respecto a los hombres en el mercado de los salarios en Colombia. Su comportamiento de motivación por oportunidad refleja la siguiente tendencia: menos de 2 salarios mínimos 35%, entre 2 y 3 salarios mínimos 64%, de 3 a 4 salarios mínimos 80%, de 4 a 7 salarios mínimos 67%, y más de 7 salarios mínimos 40%. Se resalta igualmente la participación de la motivación por necesidad en el nivel de menos de 2 salarios mínimos con 59%, y de más de 7 salarios mínimos con 40%.

De esta manera queda demostrado que la motivación por necesidad en la mujer configura su emprendimiento en esos dos niveles de ingreso, reduciendo su capacidad de emprendimiento y de ingresos, justificando el menor nivel de ingresos de las mujeres con respecto a los hombres.

SITUACIÓN LABORAL PREVIA

Con respecto a la situación laboral previa el comportamiento refleja un aumento en la proporción de personas emprendedoras (al momento de crear empresas) que no estaban trabajando, sin ser jubilados o estudiantes. Esta situación se relaciona con el emprendimiento según Shapero (1985) acerca de las circunstancias que llevan a una persona a ser empresario, donde el no estar trabajando es una razón para ser emprendedor. En este

contexto se identifica la motivación para emprender por necesidad (no tener otra opción) o por oportunidad.

El análisis para el año 2007 muestra una relativa regularidad en el emprendimiento de acuerdo con la situación laboral, donde se muestra el siguiente comportamiento:

Para las personas que laboran, el año 2006 registró el 31,3% y para el año 2007 el 21,9%, observándose una reducción en su emprendimiento, más por el conformismo en su actividad laboral; se refleja un cambio de tendencia importante para las personas que no estaban laborando, donde para el año 2006 su emprendimiento era de 12,9% y pasa a 24,0% en el 2007, motivado más por la oportunidad que por necesidad. En el caso de los estudiantes y jubilados, se observa un crecimiento relativo al pasar de 17,0% en el 2006 a 21,4% en el 2007, donde se podría justificar el emprendimiento en proporciones equitativas tanto por necesidad como por oportunidad.

Siguiendo el análisis de la situación laboral previa, se tienen en cuenta algunas categorías de ocupación laboral como personas trabajando, amas de casa, estudiantes, pensionados, desempleados y rentistas, que inciden de manera diversa en la motivación para el emprendimiento.

Para el caso de los hombres, la motivación de los rentistas está distribuida en forma equitativa entre la necesidad (50%) y la oportunidad (50%), siendo los que más emprenden por necesidad; le siguen en su orden las personas que laboran (42,3%), los pensionados (25%), desempleados (23,8%) y estudiantes (21,4%), destacando a los estudiantes (78,6%) y desempleados (76,2%) los que más emprenden por oportunidad. Para el caso de las mujeres, la situación es diferente donde la motivación por necesidad es la de mayor participación en casi todas las categorías, justificando el bajo nivel de ingresos en las mujeres; en la única categoría donde predomina

la motivación por oportunidad es en las amas de casa (48,6%), descendiendo en forma paulatina en las mujeres laborando, estudiantes, pensionadas, desempleadas y rentistas.

Este comportamiento entre hombres y mujeres, demuestra una vez más que el bajo perfil de emprendimiento de las mujeres con respecto a los hombres, reflejándose una desigualdad en el nivel de ingresos como producto de su actividad laboral. La motivación al emprendimiento en los hombres se caracteriza por la oportunidad identificada en el mercado, observándose en todas las categorías de situación laboral, donde los estudiantes, desempleados y pensionados demuestran un alto nivel de emprendimiento por oportunidad.

ANTECEDENTES EMPRESARIALES

Finalmente, los antecedentes empresariales, aportan y constituyen la experiencia por la cual el emprendedor desarrolla su capacidad con conocimiento de causa-efecto, durante su trayectoria por la vida en su relación con el entorno empresarial, bien sea como empresario naciente, nuevo o establecido.

En el análisis realizado de los antecedentes empresariales hay dos categorías que se relacionan directamente, como son el vínculo con padres o familiares empresarios y el vínculo con empresas establecidas durante su actividad laboral. Los resultados de la investigación GEM Colombia, manifiestan que las personas que han emprendido como empresarios nuevos y establecidos, no tienen vínculo directo con padres o familiares empresarios, situación que amerita el vínculo con empresas durante su actividad laboral.

Para el caso de los antecedentes empresariales con vínculo de padres o familiares empresarios, se analiza por género y su relación como empresarios nuevos y establecidos. En el contexto de mujeres empresarias nuevas, para el año 2007 se observa que el 21% realizan el emprendimiento considerando los vínculos con padres o familiares, es decir, el 79% de empresarias

nuevas fundamentan su emprendimiento a partir del vínculo con empresas establecidas y proyectos de factibilidad. En el caso de los hombres empresarios nuevos la tendencia es similar para el año 2007, por cuanto el 25,8% ejecutan el emprendimiento relacionando los vínculos con padres o familiares, es decir, el 74,2% de empresarios aplican su emprendimiento a partir del vínculo con empresas establecidas y proyectos de factibilidad.

Esto demuestra que el vínculo con los padres o familiares para crear empresa es un mito que está desapareciendo en Colombia, debido a que ya no constituye un fundamento sólido para ejercer el emprendimiento.

En el contexto de las mujeres empresarias establecidas, el año 2007 contempla que el 27,4% realizan el emprendimiento como empresarias establecidas considerando los vínculos con padres o familiares, es decir, el 72,6% de empresarias establecidas han ejercido su emprendimiento a partir del vínculo con empresas establecidas y proyectos de factibilidad, sin tener en cuenta los vínculos con padres o familiares.

En el caso de los hombres empresarios establecidos su comportamiento es similar al de las mujeres para el año 2007, por cuanto el 25,4% han ejercido el emprendimiento como empresarios establecidos teniendo el vínculo con padres o familiares, es decir, el 74,6% de empresarios ejercen su emprendimiento a partir de su relación con empresas establecidas, sin tener en cuenta su vínculo con padres o familiares.

Lo anterior confirma que el vínculo con los padres o familiares para ser emprendedores es otro mito que está perdiendo peso en Colombia, por cuanto no constituye un fundamento para la creación de empresas.

Para terminar, se analizará la relación entre los empresarios nuevos y el cierre de empresas en el

último año, discriminado por edades. Analizando el comportamiento de los nuevos empresarios, el grupo etario de los 18 a 24 años considera que el 16% han cerrado empresas al primer año mientras el 84% no las han cerrado; en el grupo de 25 a 34 años, el 15% le ha tocado cerrarla mientras el 85% no la cerraron; el grupo de 35 a 44 años, el 18% la han cerrado mientras el 82% no la cerraron; el grupo de 45 a 54 años, el 21% ha cerrado mientras el 79% no cerraron; y el grupo de 55 a 64 años, es la edad donde menos se ha cerrado con el 7% frente a 93% que no cerraron. En primera instancia, se podría deducir que la experiencia del grupo de 55 a 64 años es un factor a considerar para no cerrar la empresa al primer año de labores en los empresarios nuevos; pero entonces qué pasa con la experiencia de los grupos de 45 a 54 años y de 35 a 44 años; y más aun, los empresarios de 18 a 24 años y de 25 a 34 años tienen una proporción relativamente baja con respecto a los grupos anteriores.

Luego, la experiencia no es un factor determinante en el mantenimiento de los empresarios nuevos. Hay que analizar otros factores como la motivación, la voluntad, el compromiso, el aspecto situacional, entre otros, para la sobrevivencia durante el primer año de actividades de los emprendedores, lo cual hace aun más complejo el análisis. Se confirma que la creación de empresas por personas jóvenes y empresarios nuevos que tienden al cierre en el primer año, es un mito que está desapareciendo en Colombia, por cuanto no refleja la realidad de los nuevos empresarios; del mismo modo la experiencia no es un factor determinante, pero sustenta la creación de nuevas empresas.

Conclusiones

- Existe una relación directa del fenómeno emprendedor con la actividad económica y productiva del país, donde variables como el ingreso per cápita, inversión y empleo no ayudan mucho en su desempeño.
- La representatividad de la Tasa de Emprendimiento Anual del 22,78% para Colombia no es significativa

como para decir que soporta la realidad empresarial en Colombia, puesto que su proporción está utilizada por empresarios nacientes y nuevos, donde se observa que en las mujeres la motivación para crear empresa es más por necesidad que por oportunidad.

- En Colombia la motivación al emprendimiento en las mujeres se caracteriza por la necesidad, en cambio la motivación al emprendimiento en los hombres se da por oportunidad.
- La motivación al emprendimiento por oportunidad es directamente proporcional al nivel educativo tanto en hombres como en mujeres, reflejándose en el nivel de ingresos más en hombres que en mujeres. La desigualdad del ingreso entre hombres y mujeres en Colombia se refleja en el desarrollo de su emprendimiento por oportunidad.
- Las estadísticas demuestran que los hombres son más emprendedores que las mujeres, aunque en los últimos años se ha reducido esta tendencia, debidos a que la mujer emprende por necesidad.
- En Colombia no hay cultura empresarial hacia el riesgo, la mentalidad hacia la co-financiación o co-inversión es mínima por parte de los empresarios, lo cual dificulta el desarrollo del emprendimiento tanto en empresarios nuevos como en los establecidos.
- Los mitos sobre el emprendimiento en Colombia han desaparecido. El caso de emprendimiento con vínculo de padres y familiares, la tendencia de cerrar empresas antes de cumplir año de establecido, y la experiencia como fundamento para el emprendimiento, son ideas que en la práctica han ido desapareciendo debido a que el empresario emprendedor hoy en día está más capacitado para afrontar la creación de nuevas empresas.



BIBLIOGRAFÍA

- Consejo Privado de Competitividad de Colombia (2008). II Informe Nacional de Competitividad 2008-2009.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2003) Condiciones de vida: Ingresos.
- www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=35&id=31&Itemid=143
- Diario El Tiempo. Edición del 18 de noviembre de 2008.
- Fonrouge, C. (2002) *Entrepreneur / Manager: deux acteurs d'une même pièce*. Communication AIMS XI Conférence annuelle. En Actes des colloques de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS. Disponible en www.estrategie-aims.com/.
- Global Entrepreneurship Monitor (2008). Informe GEM para Colombia 2007. Con la participación de universidades Los Andes, Icesi, Del Norte y Javeriana, y el apoyo del SENA y Comfenalco Valle.
- Global Entrepreneurship Monitor (2007). Informe GEM para Colombia 2006. Con la participación de universidades Los Andes, Icesi, Del Norte y Javeriana, y el apoyo del SENA y Comfenalco Valle.
- Headd, B. (2003) *Redefining Business Success: Distinguishing between closure and failure*. *Small Business Economics*, 21, pp. 51-61.
- Laroche, H. & Nioche, J. (1994) *L'approche cognitive de la stratégie d'entreprise*. *Revue Française de Gestion*, 99, 64-78.
- McClelland, D.C. (1961) *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. & Lampel, S. (1999) *Safari a la Estrategia*. Ediciones Granica: Argentina.
- Revista Poder. Edición 03-20 No 62 / 15 de Noviembre de 2008, p.16.
- Reynolds, P. D.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, S.; De Bono, N.; Servais, I.; Lopez-García, P.; Chin, N. (2005) *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003*. In *Small Business Economics*, 24, pp. 205-231.
- Reynolds, P. D. and White, S. B. (1997) *The entrepreneurial process: economic growth, men, women and minorities*. Londres: Quorum Books.
- Shapiro A. (1985) *Why Entrepreneurship? A Worldwide Perspective*. *Journal of Small Business Management*, October, pp.1-5.
- Shapiro, S. (2002) *Innovar para ser creativo*. www.emprendedoresnews.com/notaR/innovar_para_ser_creativo-343-1.html
- Schumpeter, J. A. (1912, 1949) *Théorie de l'Evolution Economique*. París : Dailoz
- (1939) *Business Cycles: A theoretical, historical and statistical analysis of the Capitalist process*.
 - (1942, 1950) *Capitalism, Socialism and Democracy*. 3ª ed., New York, Harper & Brothers.
 - (1954) *History of Economic Analysis* (published posthumously) ed. Elisabeth Boody Schumpeter.
- Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship. The Social Science View*. New York, EU: Oxford University Press, Verheul, I.; Wennekers, S.; Audretsch, D. y Thurik, R. (2001). "An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture". Tinbergen Institute Discussion Paper. EIM Research Report.
- Wennekers, A.R.M. (2006). *Entrepreneurship at Country Level; Economic and Non-Economic Determinants*. ERIM Ph.D. Series Research in Management, Erasmus University Rotterdam. Wong
- Wennekers, A.R.M., AJ.. van Stel, A.R. Thurik and P.D. Reynolds. (2005). *Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development*. *Small Business Economics* 24(3): 293-309.

Alfonso Rodríguez Ramírez, Msc

Administrador de Empresas. Especialista en Alta Gerencia. Especialista en Gerencia de Servicios de Salud. Magister en Ciencias de la Organización (Msc). Director Grupo de Investigación Gestión Organizacional COL 0027573. Docente Investigador Universidad Libre Seccional Cali y Universidad del Valle, Facultad de Ciencias de la Administración.