



ACTIVIDAD EMPRESARIAL COLOMBIANA





ACTIVIDAD EMPRESARIAL COLOMBIANA

Piedad Buelvas
Camila Franco
Gustavo García
Liyis Gómez
Sara López
Francisco Matiz
Jhon Moreno
Fabián Osorio
Fernando Pereira
Rodrigo Varela



ACTIVIDAD EMPRESARIAL COLOMBIANA

© 2017, Rodrigo Varela V., Ph. D. (Universidad Icesi), Jhon Moreno (Universidad Icesi), Camila Franco (Universidad Icesi), Liyis Gómez (Universidad del Norte), Sara López (Universidad del Norte), Fabián Osorio (Pontificia Universidad Javeriana Cali), Fernando Pereira (Pontificia Universidad Javeriana Cali), Piedad Buelvas (Corporación Universitaria del Caribe), Francisco Matíz (Universidad EAN), Gustavo García (Universidad Cooperativa de Colombia).

© Copyright Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad EAN, Corporación Universitaria del Caribe – CECAR, Universidad Cooperativa de Colombia, 2017. Todos los derechos reservados.

103 p.; 21.5 cm x 28 cms

Instituciones Patrocinadoras:

- Universidad Icesi
- Universidad del Norte
- Pontificia Universidad Javeriana de Cali
- Universidad EAN
- Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
- Universidad Cooperativa de Colombia

ISBN 978-958-8936-22-2

Diseño editorial: Alex Velasco y Andrés Felipe García

Coordinación Editorial: Jhon Moreno y Camila Franco

Hecho en Colombia

Marzo 2017

El proyecto de investigación GEM, se realiza a través de un consorcio internacional de investigadores y de instituciones, que estuvo compuesto, en el 2016, por representantes de 66 países en los cinco continentes. En Colombia, este proyecto lo realiza un consorcio integrado por: Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad EAN, Corporación Universitaria del Caribe–CECAR, y Universidad Cooperativa de Colombia.

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

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

PRESENTACIÓN

El objetivo central de la investigación Global Entrepreneur-ship Monitor (GEM) es proveer a académicos, educadores, asesores, consultores, funcionarios de gobierno, funcionarios del sector privado, y formuladores de políticas públicas; información relevante, actualizada y de tendencia sobre las múltiples dimensiones del proceso empresarial y sus actores: empresarios y empresas; tanto a nivel nacional, como regional y global.

En este libro, se presentan los resultados a través de infografías para facilitar la identificación de las diversas variables asociadas al proceso empresarial. Esperamos que esta información permita un mejor conocimiento de las diversas características del proceso empresarial y brinde fundamentación a las decisiones de política; de tal forma que se consolide un ecosistema de apoyo empresarial que permita lograr el gran objetivo de “más y mejores empresarios y empresas”, y así poder mejorar los indicadores de desarrollo colombiano.

Aunque entendemos que Colombia es un país diverso y que no hay soluciones que se ajusten totalmente a cada región o ciudad; se formula una serie de recomendaciones a nivel nacional, y se espera que cada usuario las adapte a su contexto y elija aquellas que se ajustan más a su situación específica.

GEM busca que todo el país utilice esta información e invita a todos los lectores a manifestar sus inquietudes y dudas; de tal forma que las futuras investigaciones GEM nos permitan identificar nuevos aspectos asociados al proceso empresarial.

Este trabajo investigativo ha sido posible gracias al esfuerzo humano y financiero de las seis universidades participantes: Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad EAN, Universidad Cooperativa de Colombia y Corporación Universitaria del Caribe (CECAR).

Rodrigo Varela V. Ph.D.
Coordinador Nacional GEM Colombia 2016
Director Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial
Universidad Icesi

RESUMEN EJECUTIVO

Al concluir la primera década del estudio GEM en Colombia, la Universidad Icesi, la Universidad del Norte, la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, la Universidad EAN, la Universidad Cooperativa de Colombia y la Corporación Universitaria del Caribe; se complacen en presentar a la comunidad empresarial y académica, los resultados del estudio GEM Colombia 2016.

La Tubería Empresarial

- *La aceptación socio-cultural hacia la creación de empresa presenta una tendencia decreciente de 71% en 2014 a 66% en 2016. Es necesario que todos los medios de comunicación desarrollen y publiquen con más frecuencia historias de empresarios locales exitosos; haciendo visibles sus contribuciones en la generación de: valor, empleo, y bienestar; de forma tal que sean el referente de modelos a imitar para la población colombiana.*
- *Los empresarios potenciales que fueron en 2016 el 64% de los adultos colombianos, mantienen su nivel a lo largo de los años. Es necesario trabajar en el 26% de los colombianos quienes afirman que el temor al fracaso los detendría al momento de tomar la decisión de crear una empresa.*
- *Colombia es el tercer país del mundo y el primer país latinoamericano con el mayor porcentaje de empresarios intencionales. En 2016, el 53% de la población colombiana expresó su intención de crear empresa en los próximos 3 años. Es necesario acompañar a estos colombianos para que su intención se convierta en una auténtica acción empresarial.*
- *Colombia presenta una “fuga” crítica al pasar de la etapa de “Empresario Intencional” a la etapa de “Empresario Naciente”, ya que mientras el 53% de la población adulta colombiana tiene la intención de crear empresa, sólo el 16% lo hace realidad. Por ello, las instituciones encargadas de fomentar la actividad empresarial, deben desarrollar acciones que permitan fortalecer las competencias empresariales requeridas para crear empresa.*

- *El paso de “Empresario Naciente” a “Empresario Nuevo” también presenta una fuga significativa. Los programas de acompañamiento y financiación deben revisarse pues, en este paso, se está perdiendo un porcentaje alto de iniciativas empresariales con potencial de crecimiento.*
- *La Tasa de Actividad Empresarial Temprana (TEA), alcanzó en 2016 uno de los valores más altos en la historia colombiana al llegar a 27%.*
- *Un dato muy positivo para 2016, es el hecho de que la proporción de empresarios establecidos aumentó de 6% en 2014 a 9% en 2016 y se revertió una tendencia decreciente que había sido muy preocupante durante los últimos 4 años.*
- *Los niveles de discontinuidad empresarial presentan una tendencia creciente de 6% en 2014 a 8% en 2016. Las principales razones que motivaron a los empresarios colombianos a vender, cerrar o abandonar su iniciativa empresarial fueron: Bajos niveles de rentabilidad (30%), motivos personales (22%) y problemas de financiación (18%).*
- *La “Tubería Empresarial” ayuda a entender que cada etapa del proceso empresarial exige recursos específicos y apropiados. No se puede seguir pensando que una entidad o un programa debe satisfacer todas las necesidades de todas las etapas del proceso empresarial, ya que las empresas son como los seres humanos que necesitan atenciones específicas para cada etapa de su desarrollo. Por ello, es importante tener políticas que se enfoquen en las necesidades de los empresarios en todas las etapas del proceso empresarial. Así mismo, es necesario formular acciones específicas que deben ser acometidas en cada una de las etapas, para hacer frente a las principales fugas que surgen en la “Tubería Empresarial”.*
- *Los planes, proyectos, programas, actividades y acciones que surjan de esta política, deben estar orientados a incrementar el porcentaje de la población adulta motivada a convertirse en empresarios potenciales, y debe ayudarlos a lo largo de todas las etapas de la “Tubería Empresarial”, para que su transición sea exitosa: de potencial a intencional, a naciente, a nuevo, a establecido; de tal forma que hayan más y mejores empresas orientadas a la innovación y a la creación de valor.*

- *Una de las acciones valiosas que se debe seguir promoviendo es el establecimiento de Centros Especializados para el Desarrollo Empresarial en todas las regiones de Colombia, dotados de expertos que acompañen a los empresarios en cada una de las fases del proceso empresarial. Estos centros deben mejorar la competitividad de las empresas: orientándolas hacia la innovación y la sostenibilidad, orientándolas en el uso de los recursos existentes, conectándolas con redes empresariales y llevándolas a las etapas de desarrollo y crecimiento.*
- *La iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, para adaptar la experiencia del modelo estadounidense de los Small Business Development Centers (SBDC) en Colombia es un paso en la dirección correcta. En ese sentido, es importante fomentar la creación y el fortalecimiento de Centros de Desarrollo Empresarial como los Centros Alaya de Cali, los Centros Cedezo de Medellín, Programas como Bogotá Emprende y Programas que se gestan en los Centros de Emprendimiento de las Instituciones Colombianas.*

Perfil de los Empresarios Colombianos:

- *En los últimos 5 años, la disparidad de género en los empresarios nacientes y nuevos (TEA) presenta una tendencia decreciente, de 1.8 en 2013 a 1.2 en 2016. Por otro lado, la disparidad de género de los empresarios establecidos se mantiene constante alrededor de 2.0, es decir, que por cada mujer empresaria establecida, hay dos hombres empresarios establecidos.*
- *En 2016, el grupo etario con la mayor propensión hacia la creación de empresas nacientes y nuevas (TEA), fue el grupo de 25 a 34 años, seguido por el grupo de 35 a 44 años. En contraste, el grupo de 45 a 54 años presentó la mayor propensión hacia la creación de empresas establecidas.*
- *Existe una relación directa entre el nivel educativo y la actividad empresarial. En 2016, la propensión hacia la creación de empresas nacientes y nuevas (TEA) de colombianos con postgrado fue del 33%, mientras que la propensión de colombianos sin educación primaria fue del 6%.*
- *En Colombia, el 58% de los empresarios nacientes y nuevos (TEA) consideró que la identificación de una oportunidad de mercado fue la motivación más importante para la creación*

de la empresa, en cambio, el 13% manifestó que la creación de la empresa, se debe a la falta de opciones de trabajo, es decir, a la necesidad.

- *Casi el 90% de los empresarios colombianos nacientes y nuevos (TEA), consideró que tener una mayor independencia y aumentar sus ingresos fueron las razones más importantes por las cuales desarrollaron la oportunidad de empresa.*

Caracterización de las Empresas Colombianas:

- *Casi el 70% de las empresas colombianas (nacientes, nuevas y establecidas) están ubicadas en el sector terciario, ya sea de servicio a consumidores o de servicio a otras empresas.*
- *Casi el 70% de las empresas, sean nacientes, nuevas o establecidas, generan en la actualidad de 1 a 5 puestos de trabajo. Pero, sólo el 44% de las empresas nacientes y nuevas (TEA), espera crear más de 5 empleos en los próximos 5 años y sólo el 36% de las empresas establecidas tiene la misma meta.*
- *Más del 80% de los empresarios colombianos utilizan en sus empresas, tecnologías o procesos, que están disponibles en el mercado colombiano hace más de 5 años. La renovación tecnológica es débil en Colombia.*
- *En 2016, casi el 80% de los empresarios colombianos afirmó que sus empresas ofrecían productos similares a los de la competencia.*
- *Respecto a la innovación de las empresas nacientes y nuevas (TEA), la situación no mejora. En 2016, sólo el 12% de los empresarios afirmó que su producto y/o servicio era considerado como novedoso por la mayoría de sus consumidores, en cambio, el 53% dijeron que ninguno de sus consumidores considera el producto y/o servicio como novedoso.*
- *El 67% de los empresarios colombianos (nacientes, nuevos y establecidos) afirmó que menos del 25% de sus ventas anuales procede de clientes que viven fuera de Colombia.*
- *Mientras el 56% de las empresas establecidas se encuentran registradas en Cámara de Comercio, sólo el 41% de las empresas nacientes y nuevas (TEA) están registradas formalmente. Del total de empresas registradas, casi el 50% tienen la figura*

de sociedad unipersonal; y del total de empresas que no están registradas, casi el 50% no lo hacen debido a la falta de información, los trámites asociados y el temor a ser fiscalizado.

- *El 8% de los colombianos son inversionistas, y el 80% ha aportado menos de 5 millones de pesos a familiares, compañeros de trabajo, amigos o desconocidos con una buena idea de empresa.*
- *El 2.7% de los colombianos son intraempresarios o empresarios corporativos, cifra que es baja al compararla con los resultados de las economías basadas en Innovación.*
- *Estas características indican la necesidad de reforzar: la formación en competencias asociadas a la creatividad y la innovación; el fortalecimiento de los procesos de investigación, desarrollo y transferencia de tecnologías; la reimplantación de programas que preparen, orienten y financien la orientación exportadora de las empresas; el fomento para que los empresarios estén orientados hacia nuevos mercados, nuevos productos, y nuevas tecnologías.*

Ecosistema de Apoyo Empresarial:

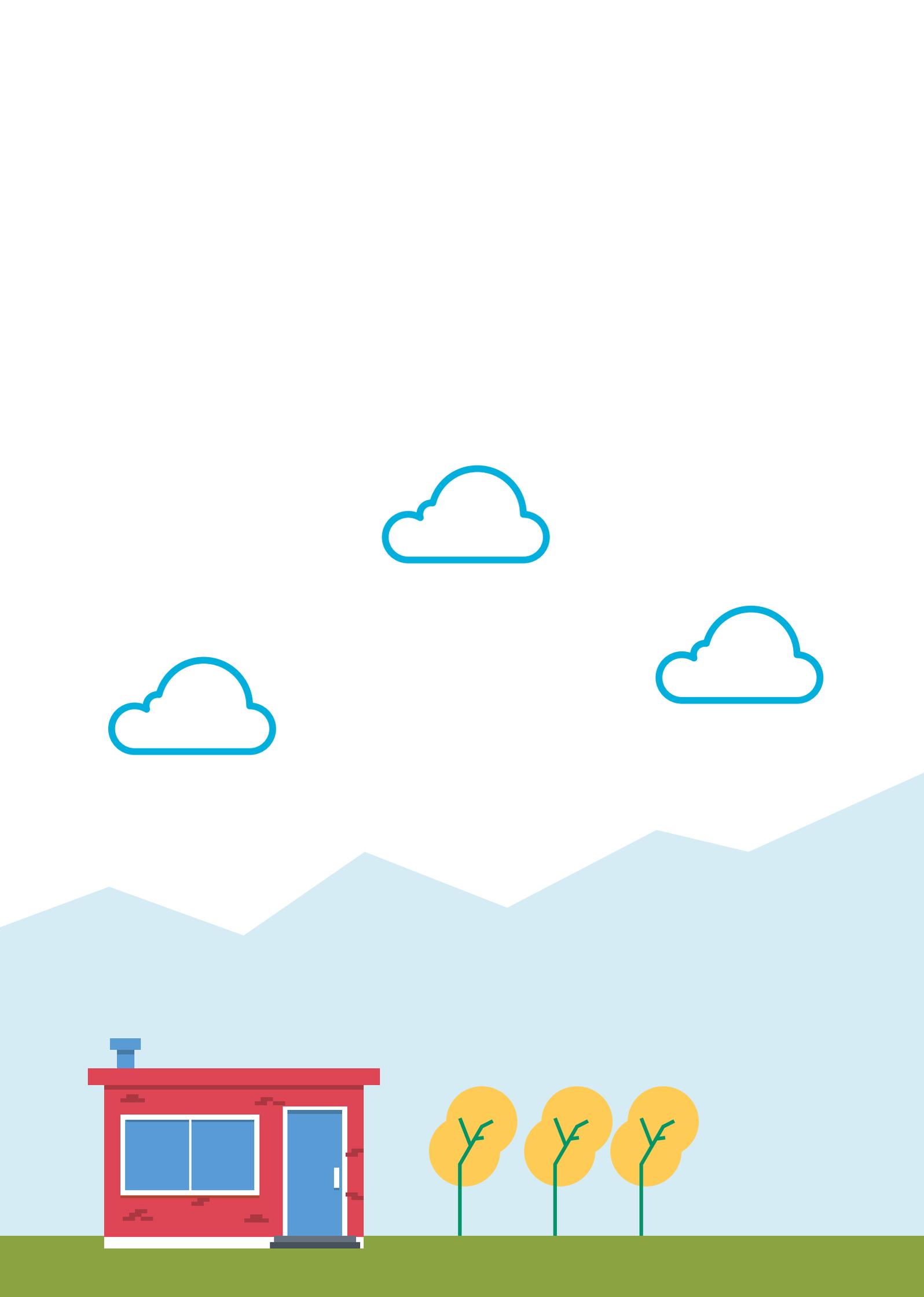
- *Según los expertos nacionales, la mayoría de las Condiciones Estructurales para la Creación de Empresas (EFC), no llegan a un nivel intermedio (3/5), lo cual indica dificultades serias en el Ecosistema de Apoyo Empresarial.*
- *La Financiación Empresarial fue calificada por los expertos con 2.2 en una escala de 5.0, lo cual indica que los empresarios colombianos no cuentan con suficientes fuentes de financiación como: ángeles inversionistas, capital propio, deuda bancaria, subsidios públicos, capital de riesgo, crowdfunding, y oferta pública de venta. Por lo tanto, se deben fortalecer estos mecanismos, identificando recursos para cada una de las fases y estructurando las asignaciones de acuerdo a los requerimientos y potencialidades financieras de cada etapa del proceso empresarial.*
- *En relación a las Políticas y Programas de Gobierno (2.6/5.0), los expertos consideran que los empresarios tienen dificultad al obtener información sobre ayudas gubernamentales para el desarrollo empresarial a través de una ventanilla única. De igual forma, consideran que aún faltan más y mejores proyectos y programas que fomenten la creación y el crecimiento de las empresas.*

- *Los expertos colombianos consideran que en la Educación Primaria no se estimula la creatividad ni la iniciativa personal, no se transmiten conocimientos suficientes y adecuados sobre los principios de economía de mercado, y no se dedica suficiente atención a la creación de empresas. Sin embargo, en la educación superior el panorama es más alentador, ya que, aunque con algunas dificultades, las Universidades preparan bien a sus estudiantes de pregrado y postgrado en los temas de creación y dirección de empresas (2.5/5.0). Algunas instituciones de educación preescolar, básica, básica primaria, básica secundaria, y media han tenido dificultades en la aplicación de la ley 1014. Por ello, es necesario crear una comisión colombiana de expertos en educación empresarial que diseñe los programas y defina un proceso de capacitación de profesores en todos los niveles. De igual manera, es necesario extender esta ley a nivel universitario y hacer de esto, uno de los elementos obligatorios para la acreditación de programas.*
- *Los expertos colombianos consideran que las nuevas tecnologías y otros conocimientos no se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación a las empresas, que las empresas no pueden costear la transferencia, y que los subsidios de gobierno no son suficientes para la adquisición de las últimas tecnologías (2.2/5.0). Con el propósito de mejorar la transferencia de investigación y desarrollo, es necesario: fomentar la educación empresarial a todos los programas de ingeniería, ciencias, y tecnologías, apoyar los proyectos de investigación aplicada que puedan derivar en Spin-Off, consolidar las OTRI, fomentar las Maestrías y Doctorados en las áreas científico tecnológicas con orientaciones empresariales.*
- *La infraestructura comercial y profesional sólo logra un 2.5/5.0, lo cual indica que hay grandes oportunidades de mejoramiento en esta característica. Igualmente, los expertos consideran que no existen las mejores condiciones para ingresar al mercado interno (2.6/5.0).*
- *Los expertos evalúan bastante bien la infraestructura física que apoya los procesos empresariales (3.6/5.0), al igual que las normas sociales y culturales (3.4/5.0).*

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	17
2. Marco Conceptual GEM	21
3. Metodología GEM	27
4. La Tubería Empresarial	29
4.1. Aceptación Sociocultural hacia la Creación de Empresa	30
4.2. Empresarios Potenciales	31
4.3. Empresarios Intencionales	32
4.4. Empresarios Nacientes	33
4.5. Empresarios Nuevos	34
4.6. Tasa de Actividad Empresarial Temprana (TEA)	35
4.7. Empresarios Establecidos	37
4.8. Tubería Empresarial	38
4.9. Discontinuidad Empresarial	40
5. Los Empresarios Colombianos	41
5.1. Género	42
5.2. Edad	43
5.3. Motivación	44
5.4. Educación	46
6. Las Empresas Colombianas	47
6.1. Tecnología	48
6.2. Generación de Empleo	49
6.3. Novedad de los productos y/o servicios	50
6.4. Competencia	51
6.5. Sector Económico	52
6.6. Registro Empresarial	54
6.7. Internacionalización	56
7. Inversionistas en Colombia	57
8. Actividad Intraempresarial en Colombia	61

9. Ecosistema Empresarial Colombiano	65
9.1. <i>Financiación.....</i>	67
9.2. <i>Políticas de Gobierno</i>	67
9.3. <i>Programas de Gobierno.....</i>	68
9.4. <i>Transferencia de Investigación y Desarrollo</i>	68
9.5. <i>Educación y Formación.....</i>	69
9.6. <i>Infraestructura Comercial y Profesional</i>	69
9.7. <i>Normas Sociales y Culturales</i>	70
9.8. <i>Apertura de Mercado Interno.....</i>	70
9.9. <i>Acceso a la Infraestructura Física</i>	71
9.10. <i>Factores que obstaculizan la Actividad Empresarial</i>	72
9.11. <i>Factores que impulsan la Actividad Empresarial.....</i>	73
9.12. <i>Recomendaciones para mejorar la Actividad Empresarial</i>	74
10. Conclusiones y Recomendaciones	76
<i>Anexo 1. Glosario de los principales términos e indicadores</i>	84
<i>Anexo 2. Trabajo de Campo APS</i>	86
<i>Anexo 3. Trabajo de Campo NES</i>	88
<i>Anexo 4. Interpretación de los elementos que componen cada una de las 9 características del ecosistema empresarial (NES).</i>	90
<i>Anexo 5. Actitudes y percepciones empresariales en los países GEM 2016</i>	94
<i>Anexo 6. Actividad Empresarial en los países GEM 2016</i>	97
<i>Anexo 7. Equipo GEM Colombia 2016.....</i>	100
<i>Anexo 8. Equipos que participaron en GEM 2016.....</i>	100
11. Condiciones del ecosistema empresarial	101



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

El desarrollo social y económico de los países está asociado a la dinámica empresarial que ellos logren crear. Esta dinámica se mide por el valor económico y valor social neto que las economías generen. Los actores que impulsan esta dinámica empresarial son los empresarios y las empresas, de todos los tipos, tamaños y naturaleza. Para poder formular políticas, programas, proyectos y actividades que impulsen positivamente la dinámica empresarial, es necesario conocer y medir en forma directa la situación de todas las variables que caracterizan el proceso empresarial.

Desde 1999, se ha venido realizando en diversos países del mundo, el Proyecto de investigación conocido como “Global Entrepreneurship Monitor”, (GEM por su abreviatura en inglés). En 2016, un total de 66 países participaron en este proceso, como lo indica el Cuadro 1, que además sectoriza las economías, por su posición geográfica y por su nivel de desarrollo económico, usando para ello la categorización formulada por el Foro Económico Mundial (WEF), que establece tres categorías.

- *Las economías basadas en factores que se caracterizan por tener un bajo PIB per cápita, estar dominadas por agricultura de subsistencia, y por procesos extractivos que dependen fuertemente de recursos naturales y de mano de obra poco calificada.*
- *Las economías basadas en eficiencia que tienen niveles intermedios de PIB per cápita, procesos de industrialización basados en economías de escala, organizaciones intensivas en capital y que son capaces de competir con mano de obra capacitada.*
- *Las economías basadas en innovación que tienen niveles altos de PIB per cápita, procesos productivos y empresas basadas en: tecnologías, innovación y conocimiento, con un sector de servicios amplio, con organizaciones de alto nivel competitivo y mano de obra muy capacitada.*



A nivel mundial, GEM es la investigación más antigua, más sólida metodológicamente, de mayor cobertura, y la única basada en individuos, que estudia la actividad empresarial en forma integral. Por ello, cubre todas las fases del proceso empresarial, incluyendo las actitudes, las características, las motivaciones y las ambiciones que los empresarios tienen al iniciar y al desarrollar su actividad empresarial. Igualmente se analizan las características de las empresas que ellos lideran, y la calidad del ecosistema de apoyo a los procesos empresariales.

Cuadro 1: Países en GEM según ubicación geográfica y según nivel de desarrollo (2016)

Región	Economías impulsadas por Factores	Economías impulsadas por Eficiencia	Economías impulsadas por Innovación
África	Burkina Faso, Camerún	Egipto, Marruecos, África del Sur.	
Asia y Oceanía	India, Irán, Kazajistán, Rusia.	China, Indonesia, Jordania, Líbano, Malasia, Arabia Saudita, Tailandia, Turquía.	Australia, Hong Kong, Israel, Catar, Corea del Sur, Taiwán, Emiratos Árabes Unidos.
América Latina y el Caribe		Argentina, Belice, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Jamaica, México, Panamá, Perú, Uruguay.	Puerto Rico.
Unión Europea		Bulgaria, Croacia, Georgia, Hungría, Letonia, Macedonia, Polonia, Eslovaquia.	Austria, Chipre, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido.
América del Norte			Canadá, Estados Unidos.

Colombia participa en GEM desde el 2006, gracias al esfuerzo de tres universidades fundadoras: Universidad Icesi a través del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, Universidad del Norte a través del Centro de Emprendimiento y la Universidad Javeriana de Cali a través del grupo de investigación FSOP, y de tres Universidades adherentes: Universidad EAN, Corporación Universitaria del Caribe (CECAR) y Universidad Cooperativa de Colombia.

Este equipo de investigación ha podido construir en estos 11 ciclos de investigación la base de datos más grande y más confiable que existe en Colombia sobre el comportamiento de la actividad empresarial a nivel del adulto colombiano (18-64 años). Esta información longitudinal ha permitido establecer comparaciones de los resultados colombianos con otros países y otras economías, ha aportado elementos cualitativos y cuantitativos que permiten evaluar las políticas y los programas que fortalecen el tejido empresarial colombiano y ha generado recomendaciones de políticas que favorezcan el desarrollo empresarial colombiano.

Todos los datos que se utilizan en este reporte, corresponden a los datos obtenidos durante el 2016 por los distintos equipos nacionales y procesados en forma centralizada por GERA (Global Entrepreneurship Research Association).

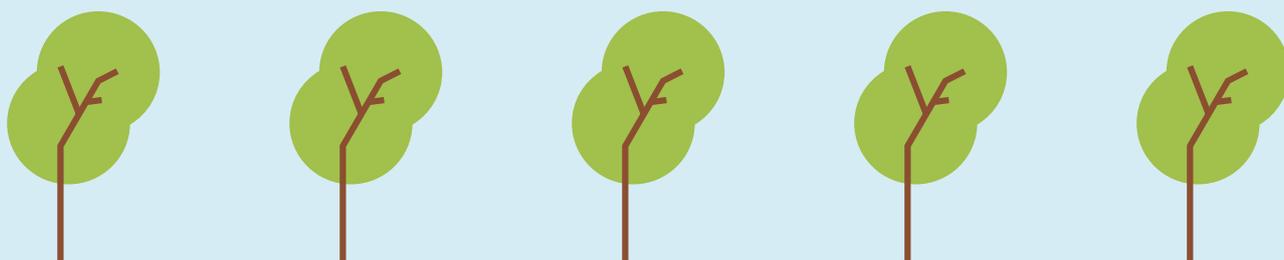
Los autores agradecen a todos sus colegas investigadores de GEM por permitir el uso de sus datos como elementos de comparación. Los datos de otros años, distintos al 2016, fueron tomados de las bases de datos del equipo GEM Colombia y de las publicaciones que dicho equipo ha desarrollado a lo largo de su trayectoria investigativa. Para consultar todas las publicaciones GEM Colombia, se puede acceder a: <http://gemcolombia.org/publicaciones/>



MARCO CONCEPTUAL GEM

A lo largo de los años se ha acumulado evidencia empírica que demuestra que los empresarios y sus empresas, son parte activa en el bienestar y en el desarrollo de las comunidades. GEM reconoce este hecho y aporta, con su conceptualización y procedimiento, los datos que permiten analizar, de forma longitudinal, geográfica y por niveles de desarrollo, las actitudes, actividades y logros de los empresarios y las empresas.

GEM reconoce que el proceso de creación de empresas (entrepreneurship) es un proceso multivariado, que tiene en su interior conductas diferenciadas de los empresarios en términos de proactividad, innovación, y riesgo; que se dan inmersos en un entorno cultural, social, económico, tecnológico y que depende de los mecanismos de apoyo que el Ecosistema Empresarial le brinda.



GEM tiene cuatro objetivos centrales:

- *Identificar los factores que estimulan o dificultan la actividad empresarial, especialmente aquellos relacionados con valores sociales, con atributos personales y con el ecosistema empresarial.*
- *Determinar el grado en el cual la actividad empresarial influye en el crecimiento de los indicadores socioeconómicos de los países.*
- *Orientar la formulación de políticas eficaces que permitan mejorar la dinámica empresarial de cada país.*
- *Comparar las características de la actividad empresarial entre diferentes países, regiones geográficas, y niveles de desarrollo económico.*

El modelo conceptual GEM (figura 1) presenta los principales componentes y las relaciones que existen entre ellos. Como resultado esperado, se parte del desarrollo social y económico del país. Este se manifiesta a través del mejoramiento de las salidas del sistema empresarial, que son producidas por las capacidades de las personas, cuando llevan a cabo de forma exitosa oportunidades empresariales que logran identificar en el entorno donde influyen diversos factores.

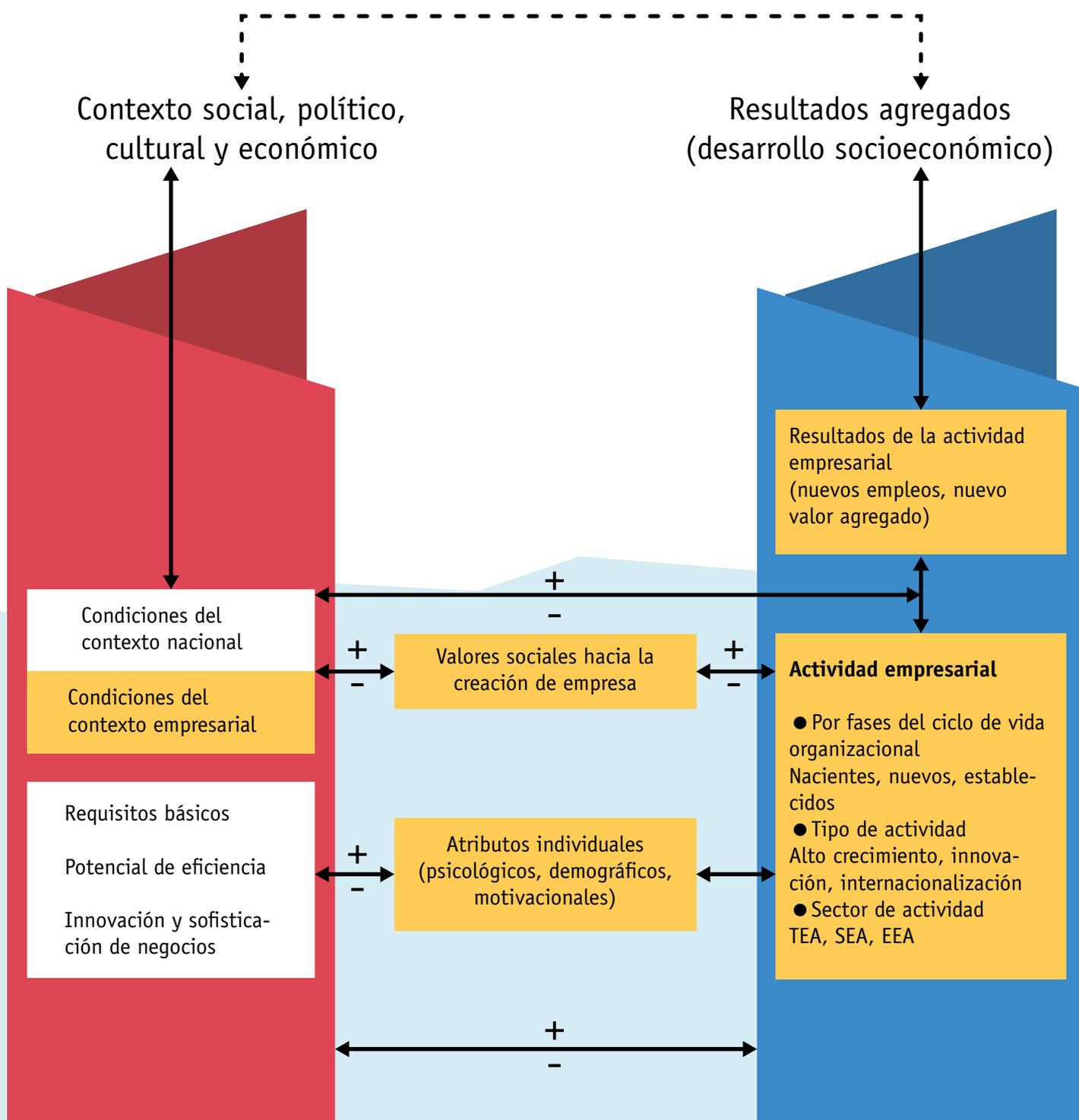
Esta actividad empresarial se estudia mediante: las fases del ciclo de vida de los procesos empresariales (tubería empresarial), el impacto de ellas (crecimiento, innovación, internacionalización), la forma y el sector en el cual se desarrollan (nivel total de actividad empresarial y nivel de actividad empresarial por empleados).

La actividad empresarial se afecta por tres grandes fuerzas que interactúan entre sí:

- *Los valores sociales hacia la creación de empresa que incluyen la percepción positiva que la sociedad tiene sobre los empresarios, las empresas y sus procesos.*
- *Los atributos individuales de los empresarios en términos demográficos (género, edad, ubicación geográfica), psicológicos (percepciones sobre la capacidad de identificar oportunidades, temor al fracaso), y motivacionales (necesidad versus oportunidad, motivación al logro, objetivos buscados).*
- *El contexto social, cultural, político y económico representado por dos grandes bloques:*
 - a. Las condiciones nacionales de infraestructura (NFC por su sigla en inglés) que definen el estado de desarrollo de cada país: economía impulsada por factores, economía impulsada por eficiencia, y economía impulsada por innovación.*
 - b. Las condiciones de infraestructura empresarial (EFC por su sigla en inglés) que dependen de la calidad y del desarrollo del ecosistema de apoyo empresarial que incluye 9 condiciones básicas: Finanzas para el desarrollo empresarial, políticas de gobierno hacia el desarrollo empresarial, programas de gobierno para el desarrollo empresarial, educación empresarial, transferencia de investigación y desarrollo (I&D), infraestructura comercial y legal, dinámica de mercados internos y regulaciones de empresa, infraestructura física, y normas sociales y culturales.*

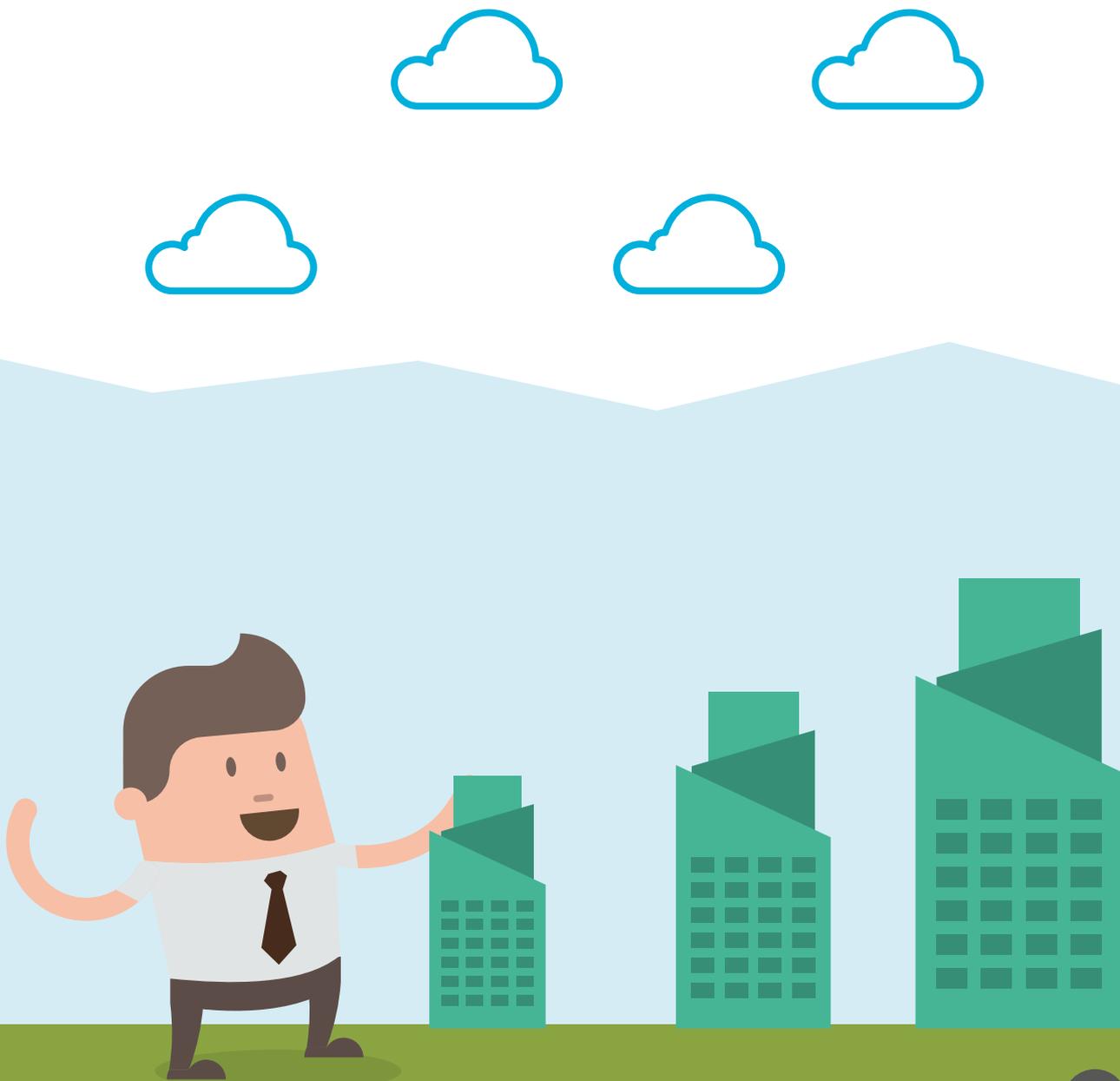
Como lo indica la figura 1, este sistema complejo de componentes tiene una característica adicional y es la retroalimentación que existe entre los componentes, con efectos de interacción y de moderación entre ellos, no siempre con identificación precisa de sus contribuciones.

Figura 1. El Modelo Conceptual GEM



Este modelo conceptual GEM cubre todo tipo de iniciativa empresarial sin exclusión alguna y por ello considera todos los tamaños, formas jurídicas, sectores económicos, niveles tecnológicos, objetivos de lucro, orientación de mercado, entre otras.

GEM define como unidad de observación y análisis a la población adulta de cada país, después, selecciona de forma estadísticamente válida a los individuos que participan en las distintas etapas del proceso de creación de empresa, y asocia características del empresario con características de la empresa.

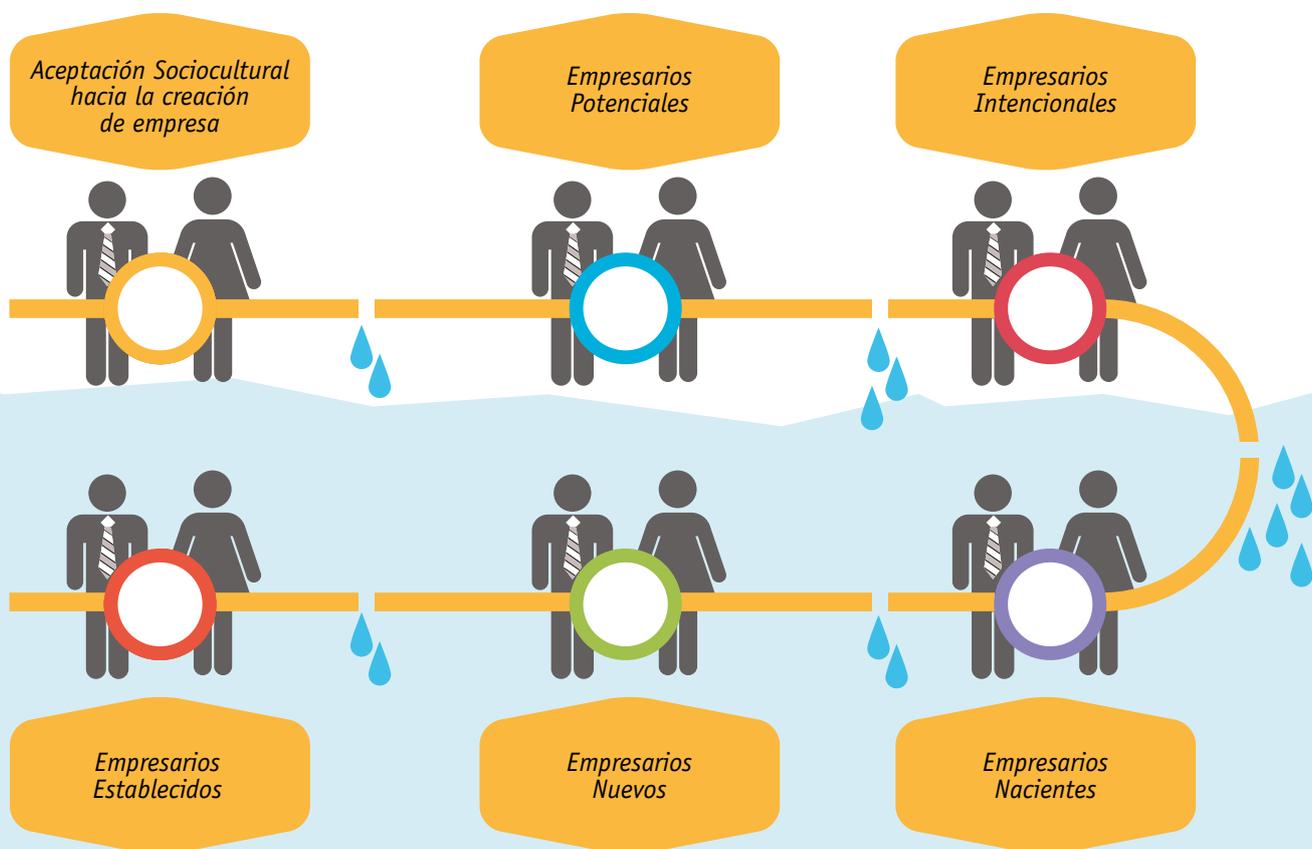


Varela y otros (2013) configuraron el concepto de tubería empresarial con el propósito de: facilitar el análisis integral del proceso empresarial, identificar las “fugas” que se dan a lo largo de la tubería, identificar los campos en los cuales se deben implementar políticas y programas para fortalecer el ecosistema y reducir las fugas que sean posibles. Las seis etapas propuestas son:

- *Aceptación socio cultural hacia la creación de empresa*
- *Empresario potencial*
- *Empresario intencional*
- *Empresario naciente*
- *Empresario nuevo*
- *Empresario establecido*

Estas etapas planteadas en la figura 2, se explicaran en detalle más adelante.

Figura 2. Tubería Empresarial



Basado en la conceptualización planteada por las figuras 1 y 2, se diseñaron y validaron tres instrumentos de medición, que a lo largo de los años han sido estandarizados. Estos son:

Encuesta a la población adulta (APS):

Esta encuesta se aplica a una muestra representativa de la población adulta de cada país. Esta muestra que cubre en la mayoría de los países el rango de 18 a 64 años, debe ser representativa por: género, grupos etarios, y ubicación geográfica.

El proceso es realizado por una empresa especializada en este tipo de investigaciones, y debe ser aprobado por el grupo técnico de GERA. Las entrevistas se aplican en algunos casos vía telefónica y en otros casos cara a cara, usando un proceso aleatorio tanto para identificar el hogar como para identificar la persona específica que contestará la encuesta. El tamaño mínimo de la muestra es de 2000 personas por país, pero cuando se hacen estudios regionales la muestra nacional crece.



Encuesta a Expertos Nacionales (NES):

Esta encuesta se aplica al menos a 36 personas que se consideran expertos en las 9 condiciones básicas del ecosistema empresarial. Los expertos son personas vinculadas al sistema de apoyo empresarial, personas con conocimiento académico sobre el tema, funcionarios del gobierno vinculados directamente a la generación de políticas, y empresarios exitosos que han vivido el proceso. La selección de los expertos y las encuestas son realizadas por los equipos nacionales. Las 9 condiciones básicas que ellos evalúan son: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas de gobierno, programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios para las empresas, educación y formación empresarial, transferencia de investigación y desarrollo, apertura de mercados internos. Adicionalmente se les consulta sobre los factores que obstaculizan, impulsan o promueven la actividad empresarial.

Fuentes Secundarias de variables socioeconómicas de los países:

Se utilizan datos generados por organizaciones nacionales e internacionales que permiten disponer de datos socioeconómicos de los países: población, tasa de desempleo, inversión en investigación y desarrollo, nivel de competitividad, producto nacional bruto per cápita y facilidad para hacer negocios, entre otros.

La información adquirida por estos tres medios es recopilada por el equipo técnico de GERA y por cada equipo de investigación. Los resultados de las encuestas son procesados por el grupo técnico de GERA que realiza labores de consistencia, armonización, homogenización y ponderación, para finalmente procesar la información y generar los resultados para cada factor y variable para cada país.

LA TUBERIA EMPRESARIAL

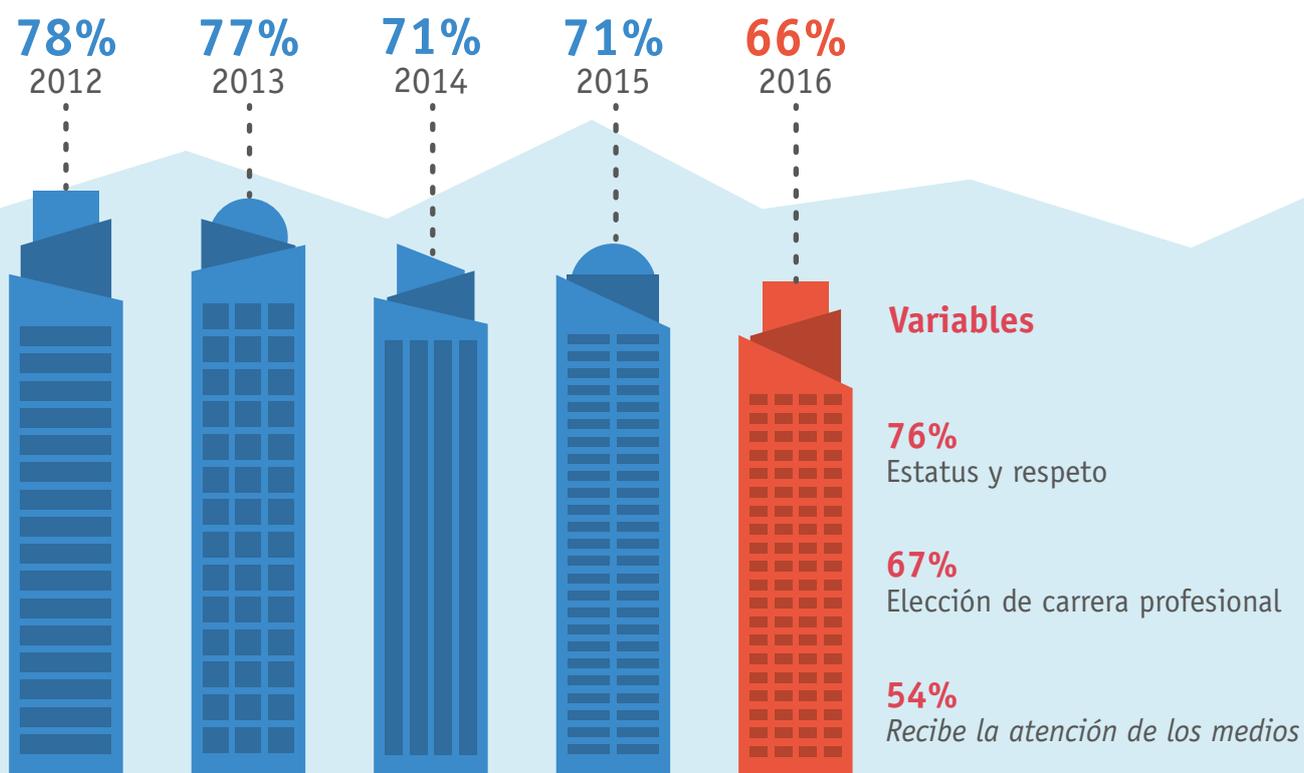


ACEPTACIÓN SOCIOCULTURAL

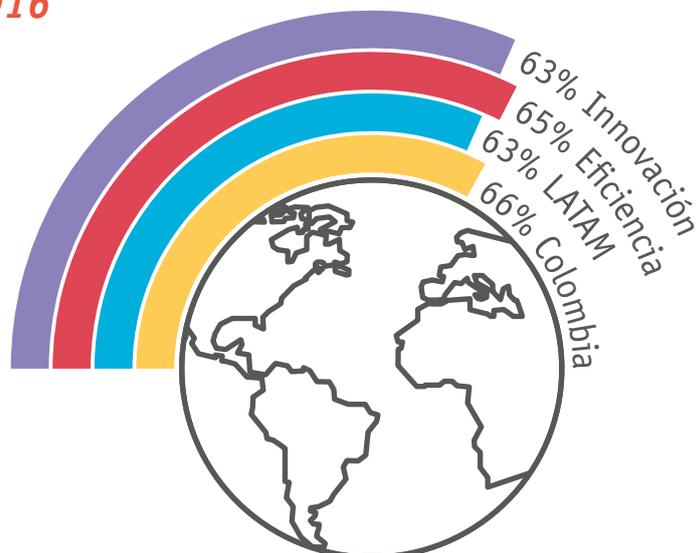
HACIA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que afirma: que crear una empresa es una elección deseable de carrera profesional, que los empresarios exitosos gozan de un alto nivel de estatus y respeto, y que los medios de comunicación difunden a menudo noticias sobre nuevos empresarios exitosos.

En Colombia 2012-2016



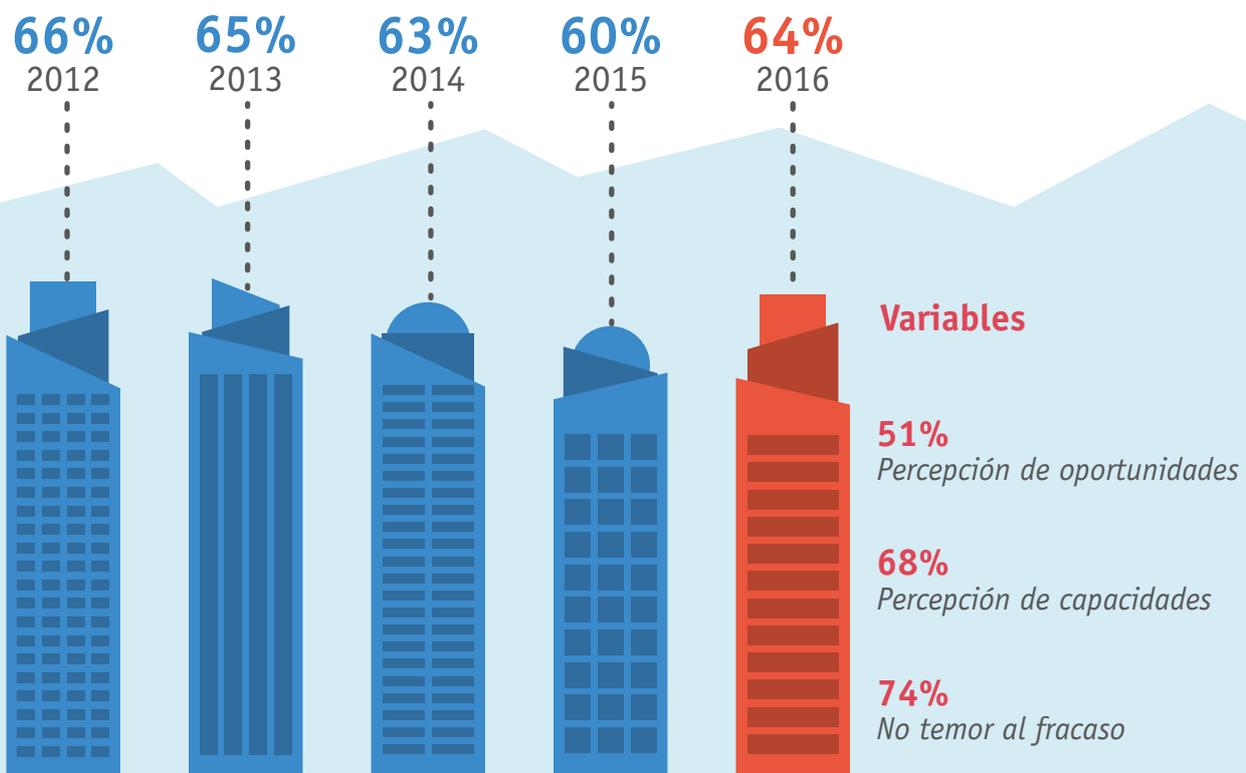
En el mundo 2016



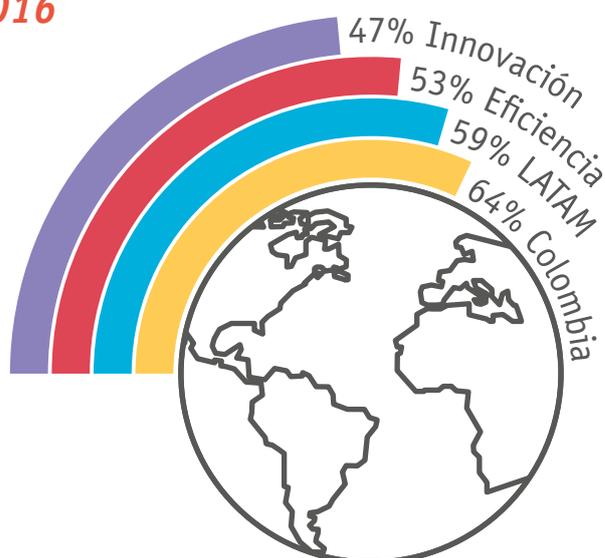
EMPRESARIOS POTENCIALES

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que afirma: que en los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para crear empresa en el área donde viven, que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para crear una empresa, y que el temor al fracaso no los detendría al momento de crear una empresa.

En Colombia 2012-2016



En el mundo 2016



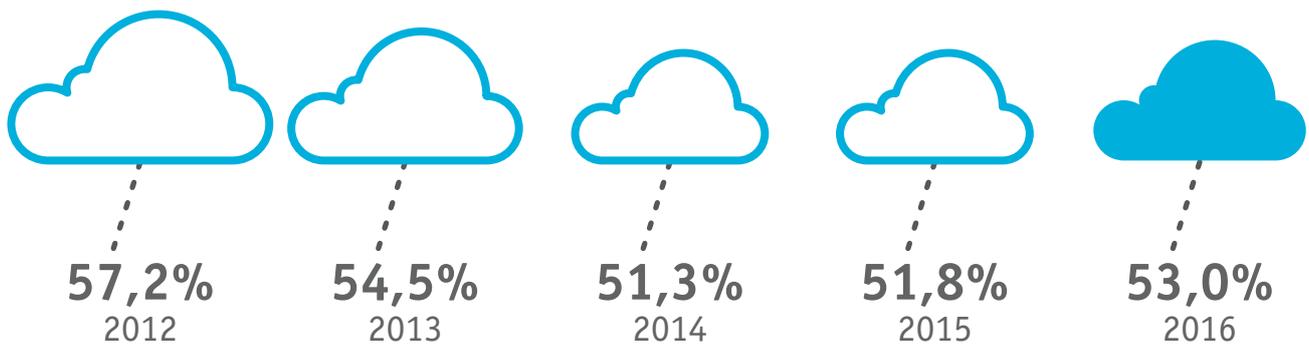
EMPRESARIOS INTENCIONALES

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que tiene la intención de iniciar una nueva actividad empresarial, solo o con otras personas, en los próximos tres años.

Colombia es **el primer** país con mayor porcentaje de empresarios intencionales en América Latina y el Caribe y el tercer país en el mundo.



En Colombia 2012-2016



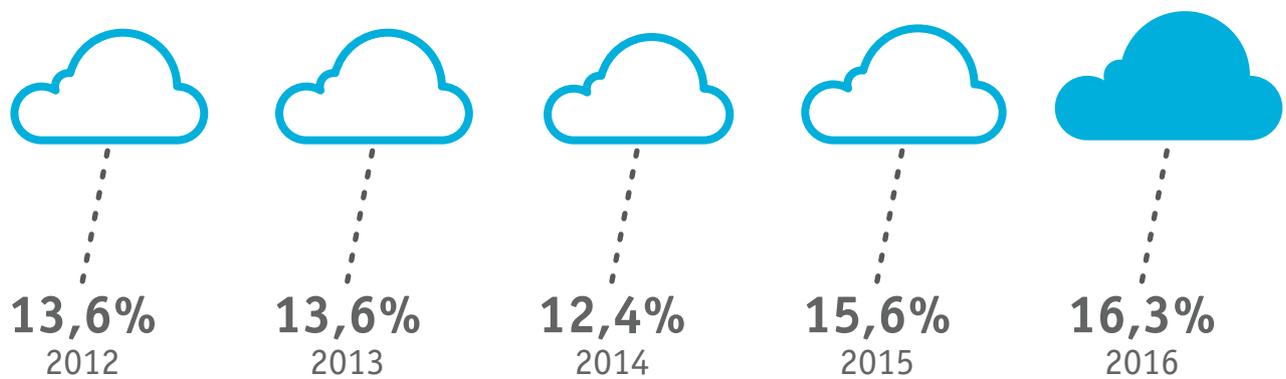
En el mundo 2016



EMPRESARIOS NACIENTES

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha realizado alguna actividad específica en la creación de la nueva actividad empresarial, pero sólo ha pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios por menos de tres meses.

En Colombia 2012-2016



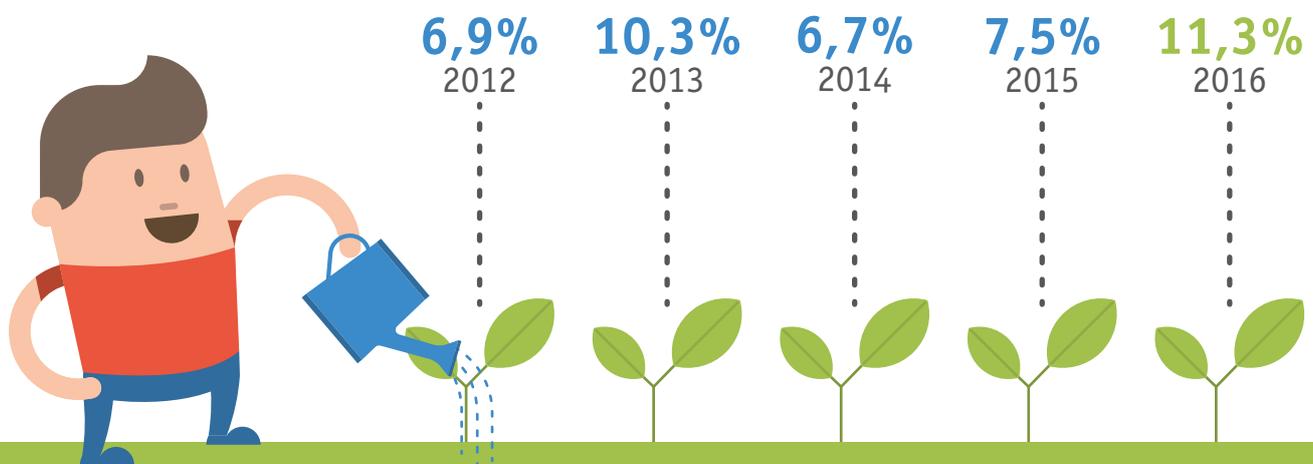
En el mundo 2016



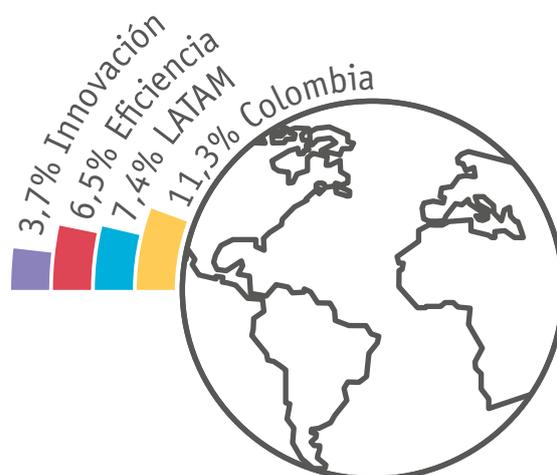
EMPRESARIOS NUEVOS

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha estado al frente de su iniciativa empresarial y ha pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios por más de 3 meses, pero por menos de 42 meses (3,5 años).

En Colombia 2012-2016



En el mundo 2016



(TEA) TASA DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL TEMPRANA

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que son: empresarios nacientes o empresarios nuevos, o sea personas que han estado al frente de su iniciativa empresarial y han pagado salarios o cualquier tipo de remuneración (en dinero o en especie) a empleados y/o propietarios por menos de 42 meses (3,5 años).

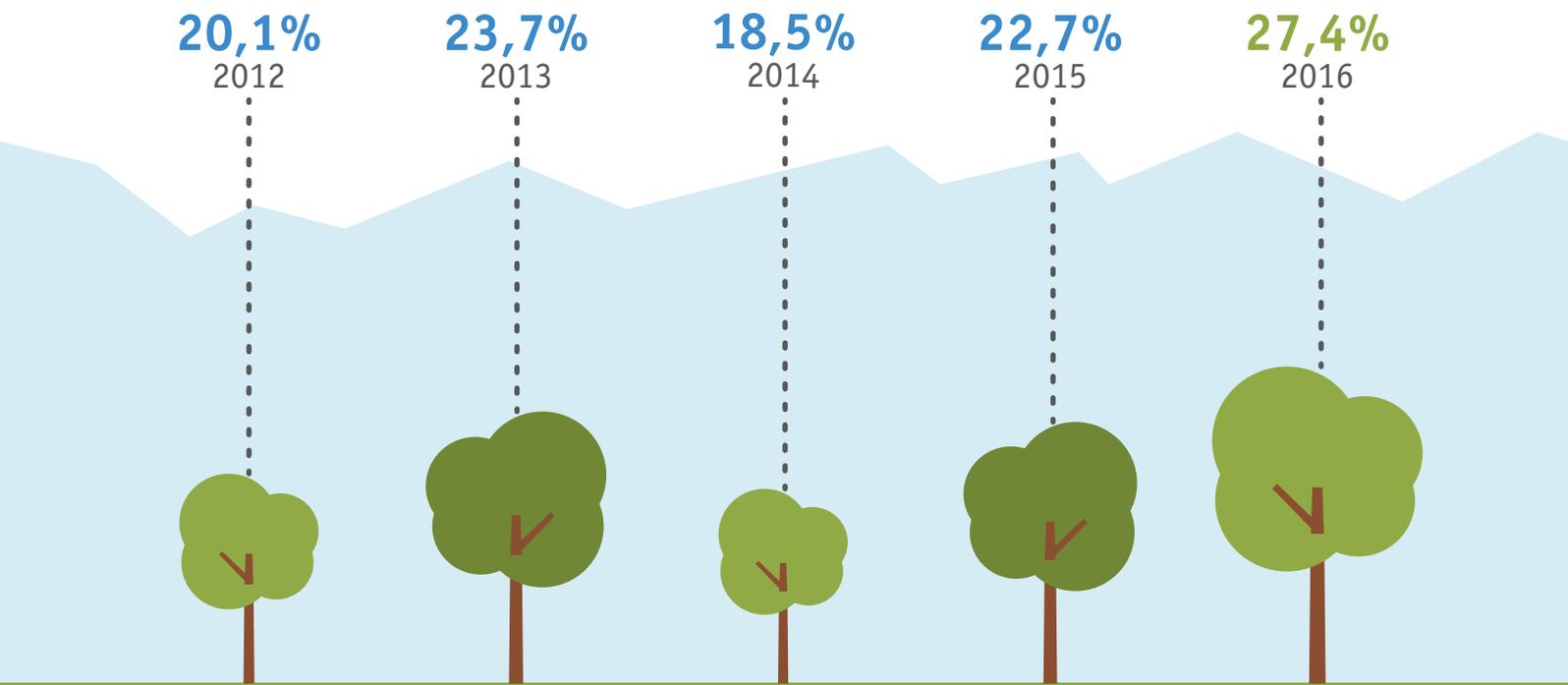


Colombia es **el quinto** país con mayor porcentaje de empresarios TEA en el mundo y **el tercero** en América Latina y el Caribe, después de Ecuador y Belice.

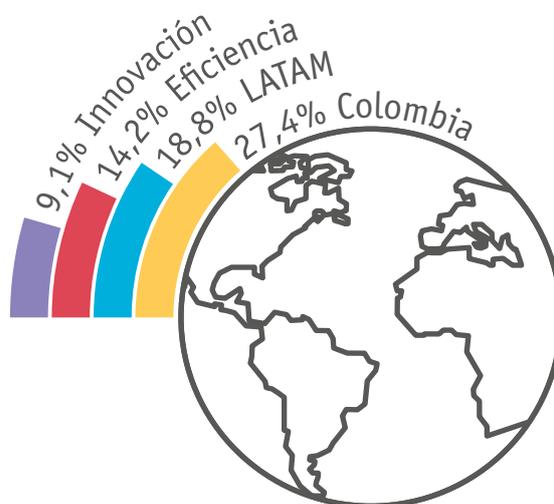
(TEA)

TASA DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL TEMPRANA

En Colombia 2012-2016



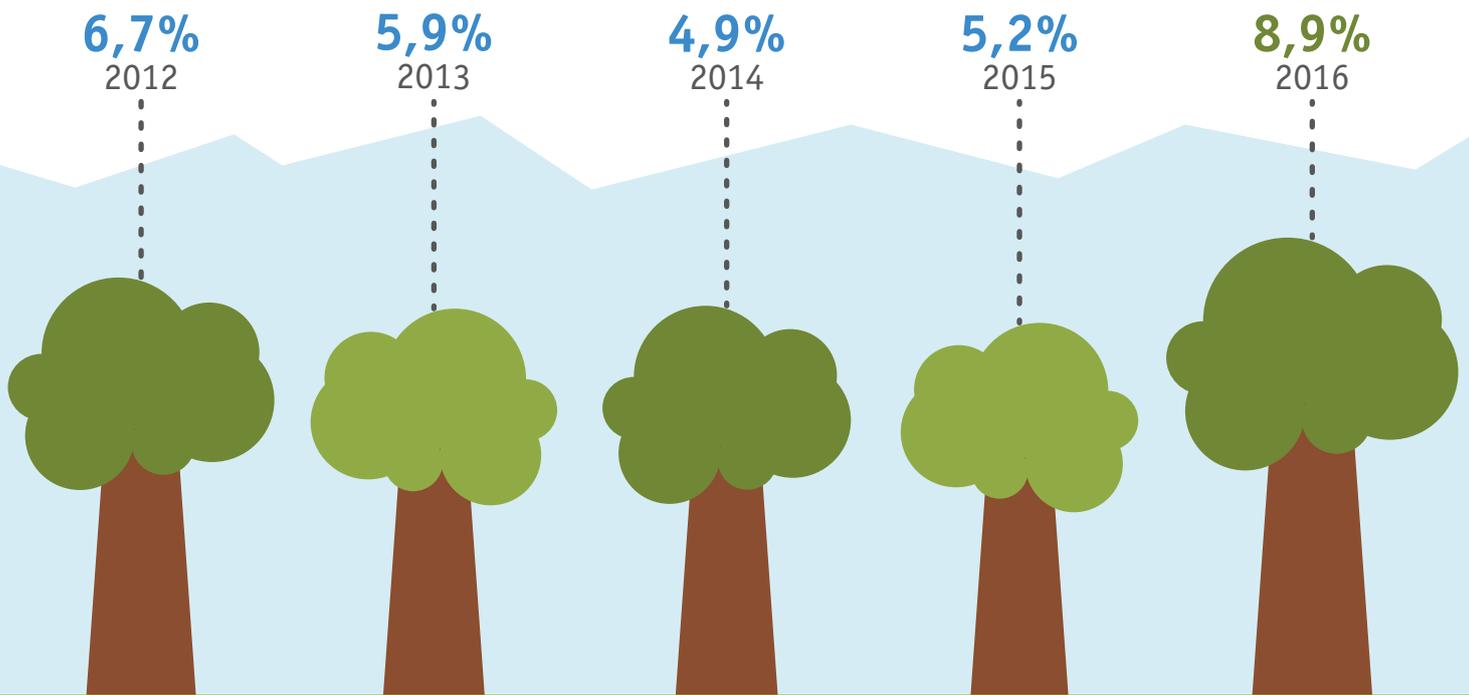
En el mundo 2016



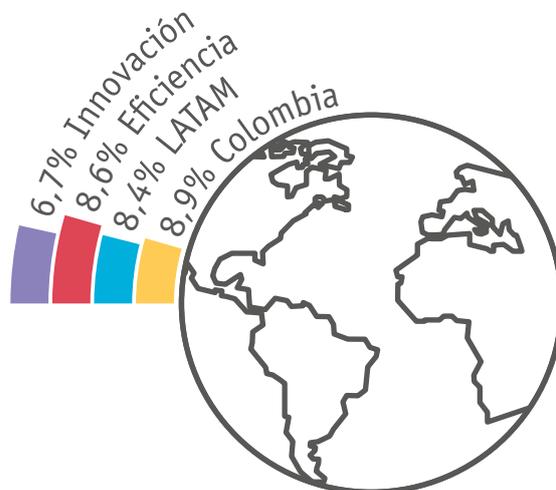
EMPRESARIOS ESTABLECIDOS

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que ha estado al frente de su iniciativa empresarial, y que ha sobrevivido por más de 42 meses (3.5 años) pagando salarios o cualquier otro tipo de remuneración a empleados y/o propietarios.

En Colombia 2012-2016

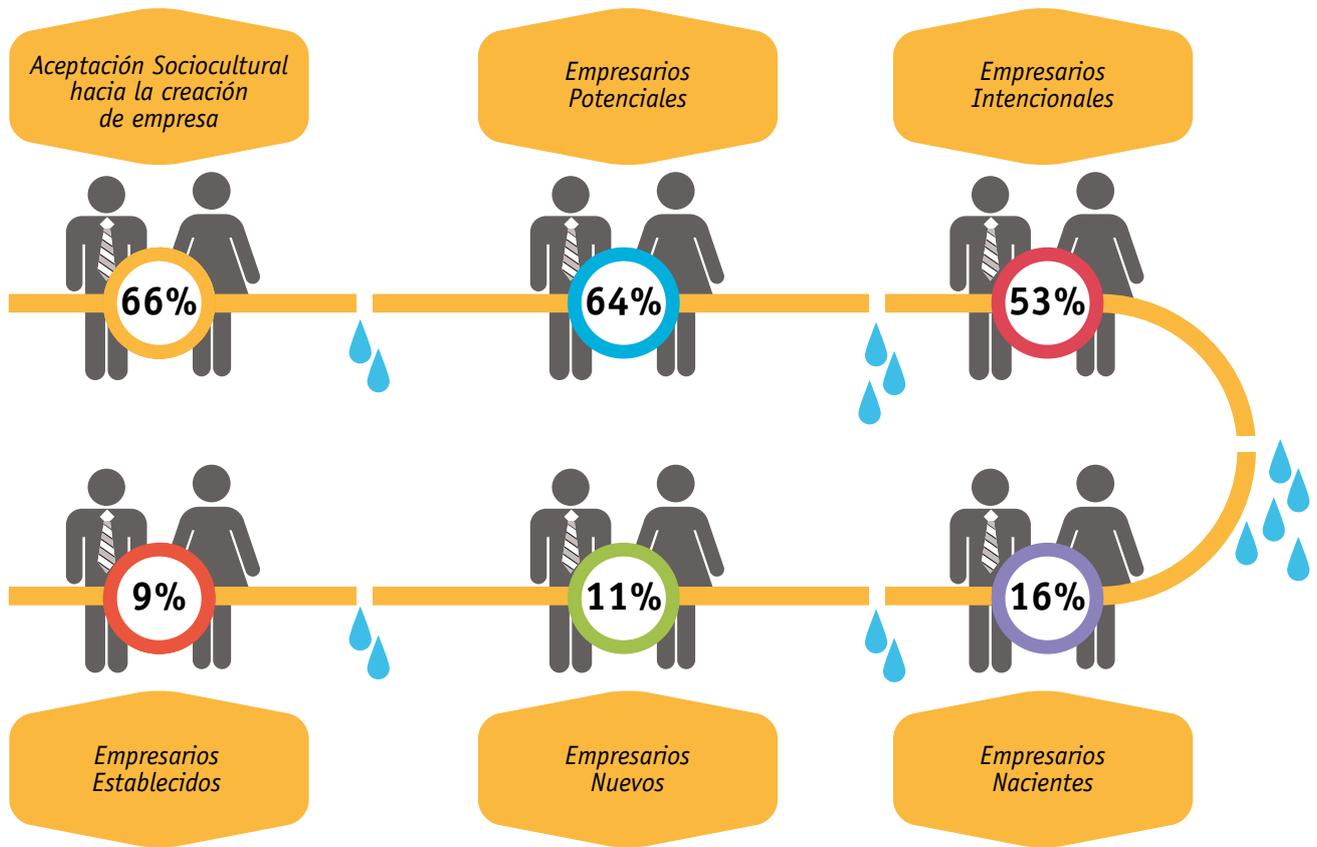


En el mundo 2016

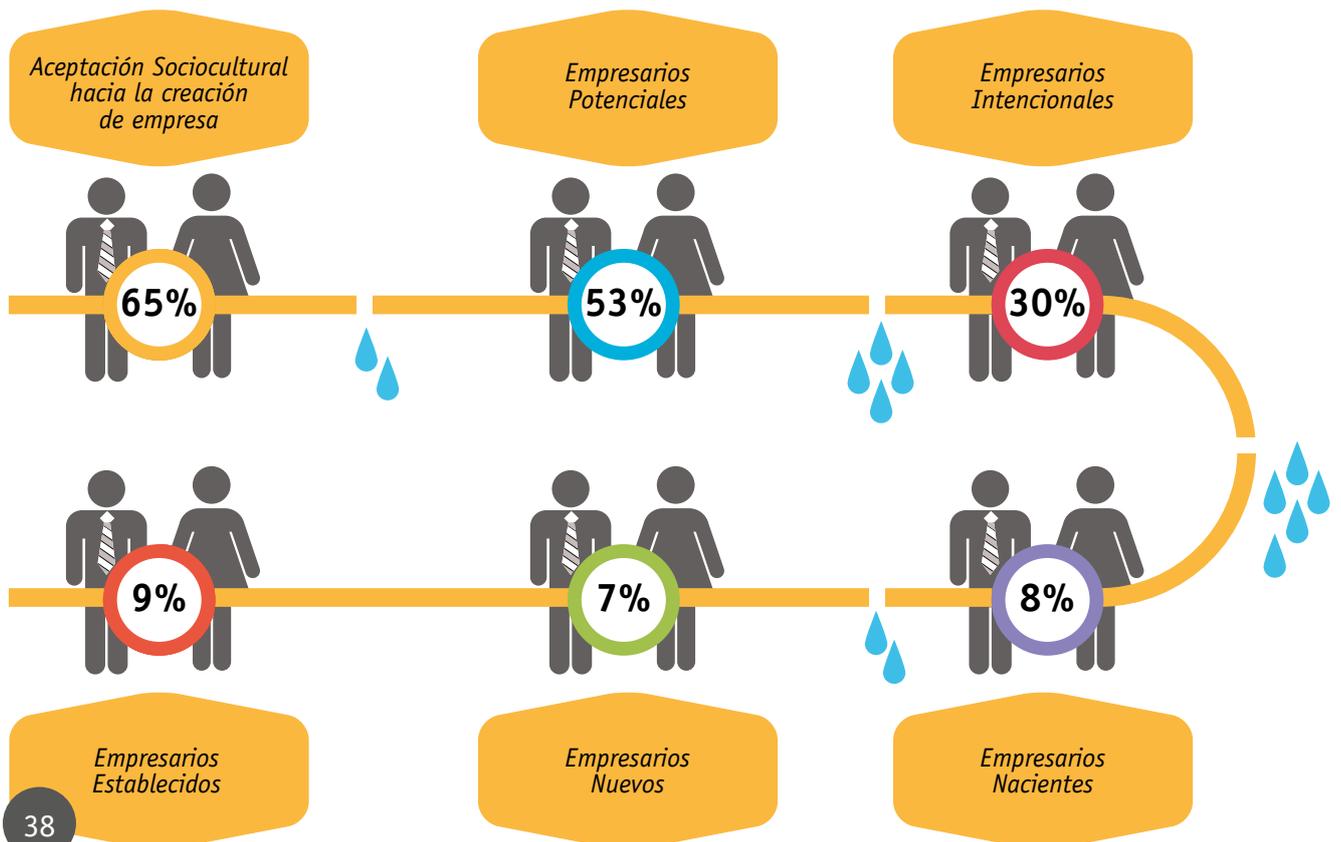


TUBERIA EMPRESARIAL 2016

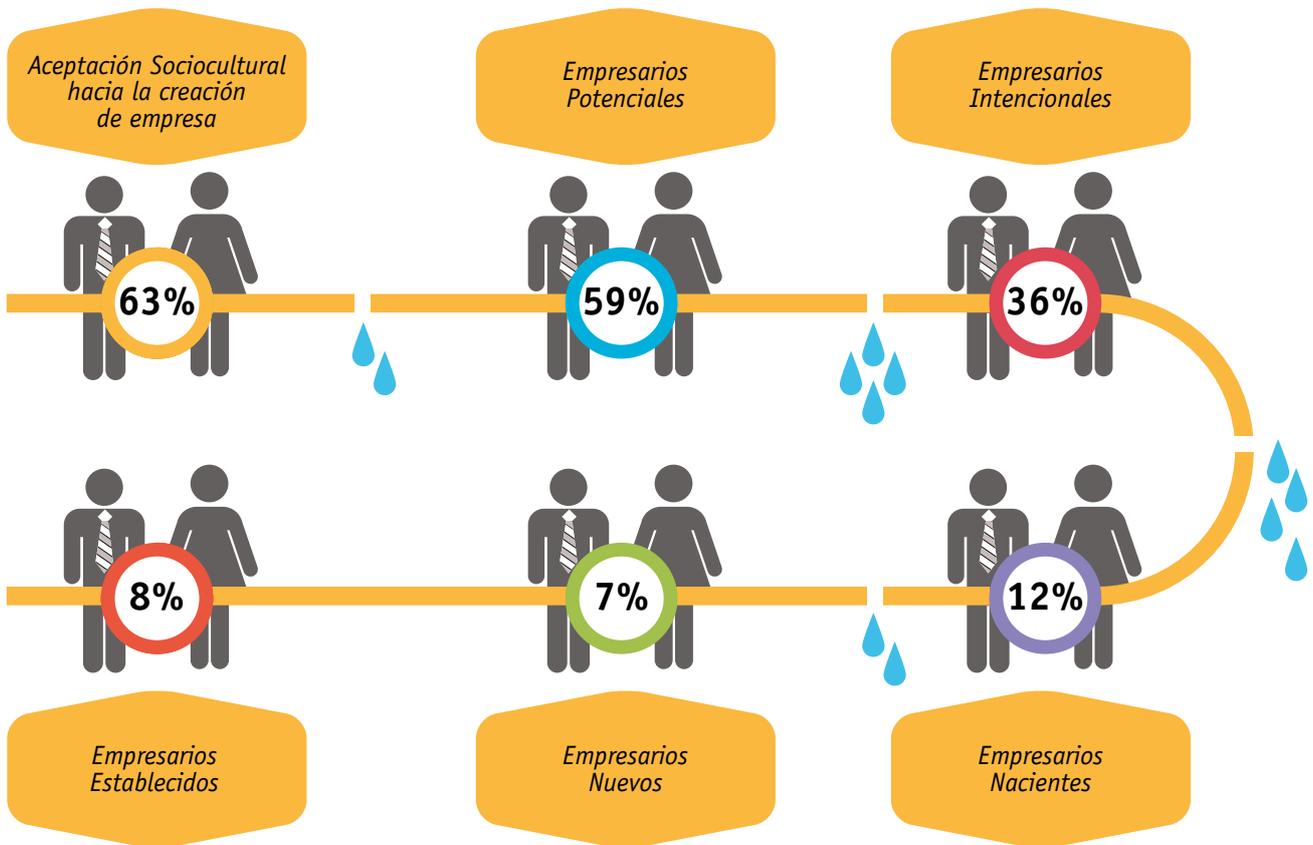
En Colombia



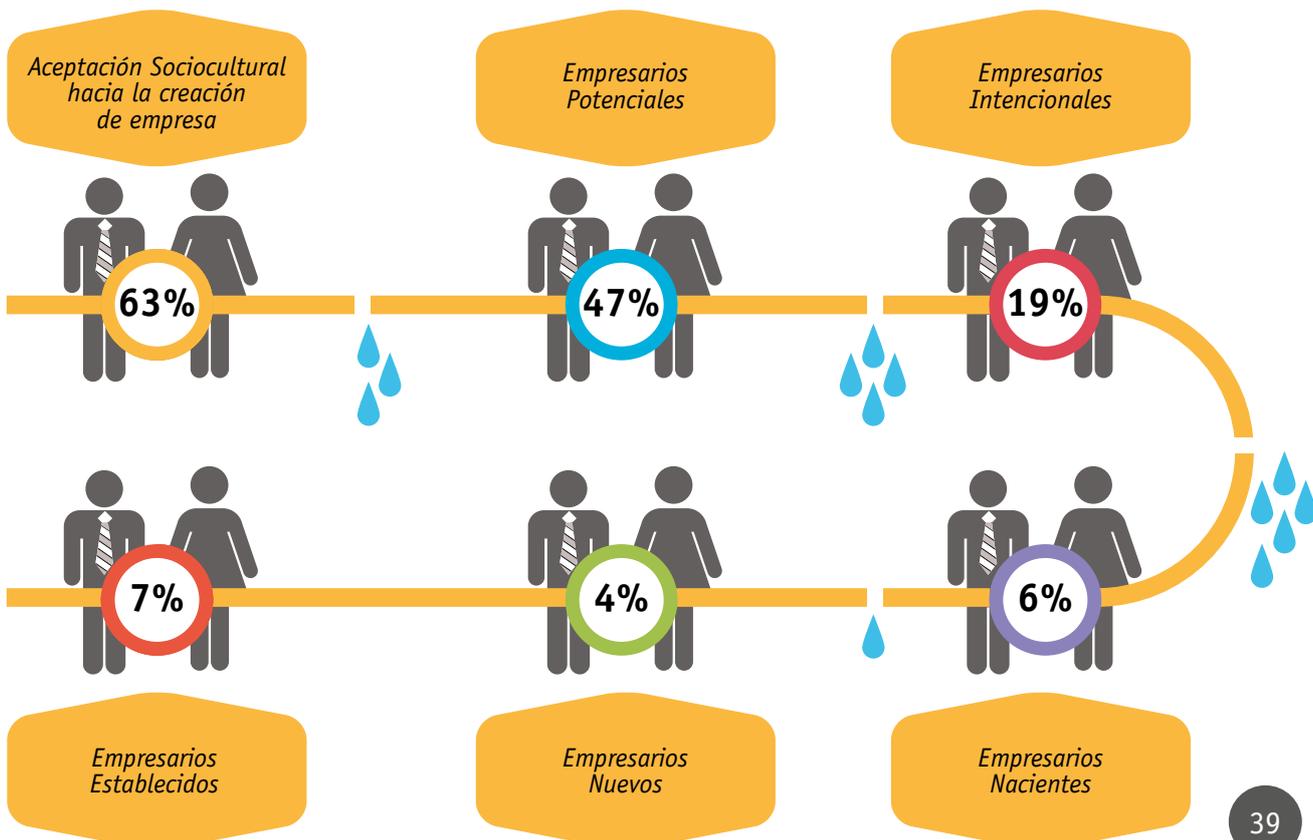
Economías basadas en la eficiencia



América Latina



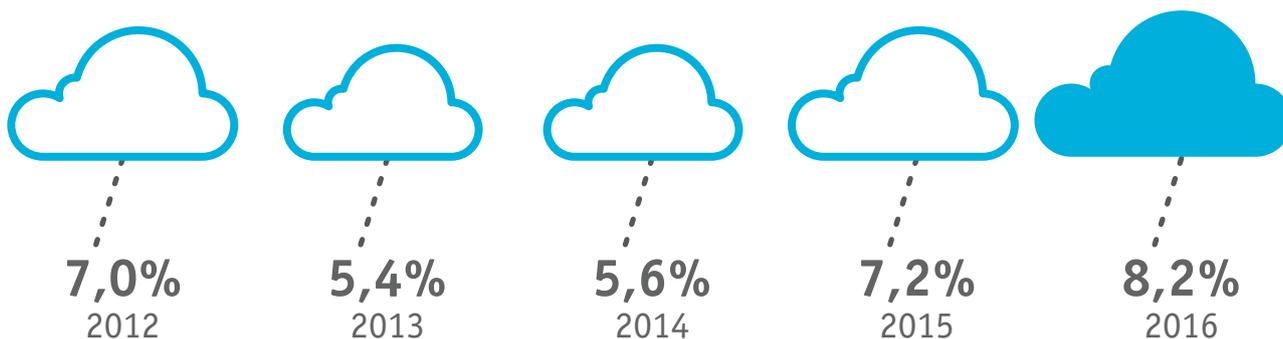
Economías basadas en la innovación



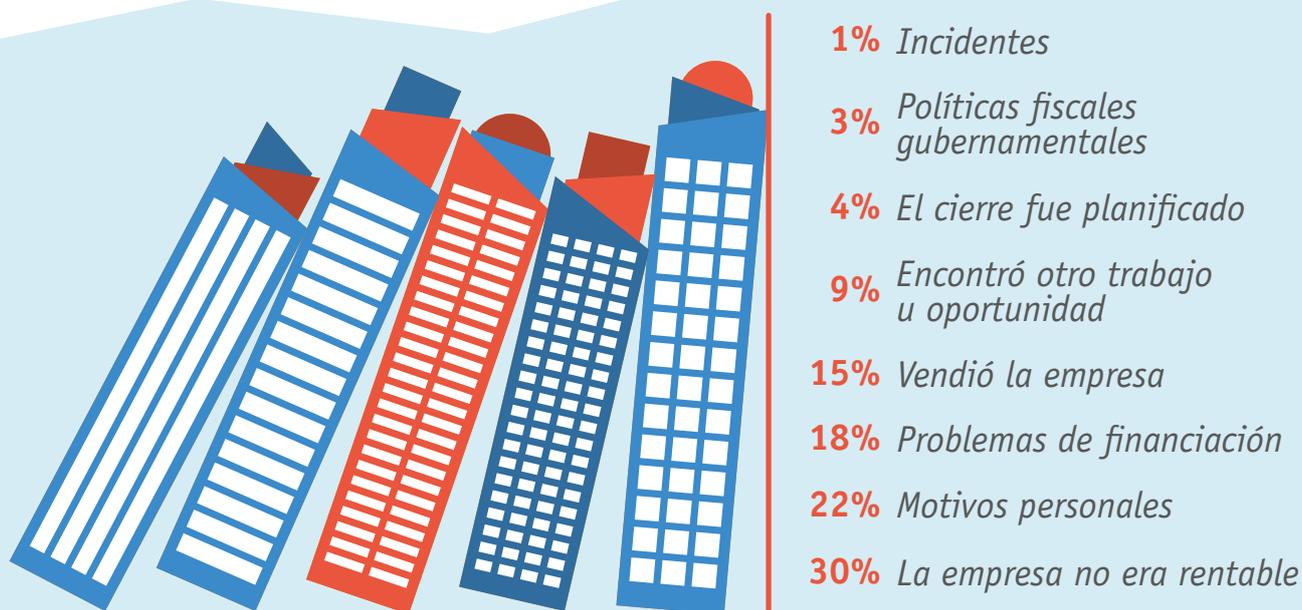
DISCONTINUIDAD EMPRESARIAL

Porcentaje de empresarios que en los últimos 12 meses ha vendido, cerrado, discontinuado o abandonado una empresa o negocio del cual era propietario o gerente, incluyendo cualquier forma de autoempleo o venta de bienes y/o servicios.

En Colombia 2012-2016



Razones para discontinuar la actividad empresarial en Colombia 2016



LOS EMPRESARIOS COLOMBIANOS



GÉNERO

DE LOS EMPRESARIOS

■ Hombre ■ Mujer ■ Disparidad

*Empresarios
nacientes y nuevos
(TEA)*

*Empresarios
establecidos*



24,7%

6,1%

30,2%

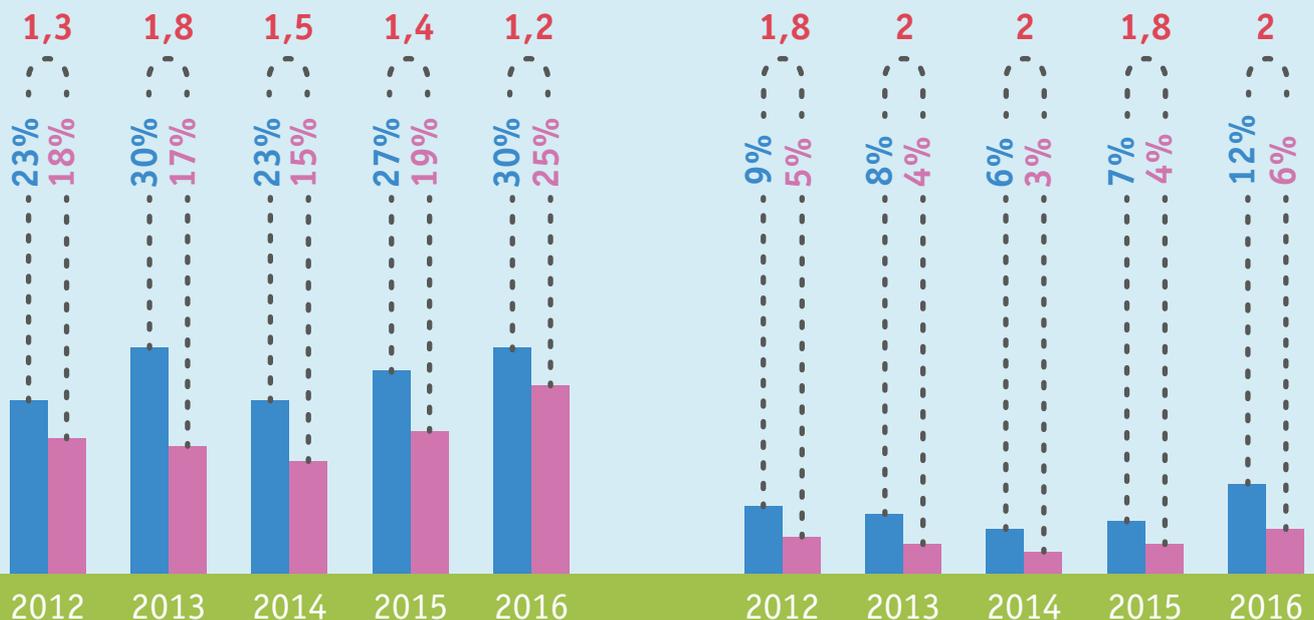
11,8%

Disparidad en género

Es la relación entre la propensión de los hombres y la de las mujeres hacia la creación de empresas. Por ejemplo: El 1.2 del 2016 indica que por cada 12 hombres creando una empresa naciente o nueva, hay 10 mujeres haciendo lo mismo.

*Empresarios
nacientes y nuevos (TEA)*

*Empresarios
establecidos*



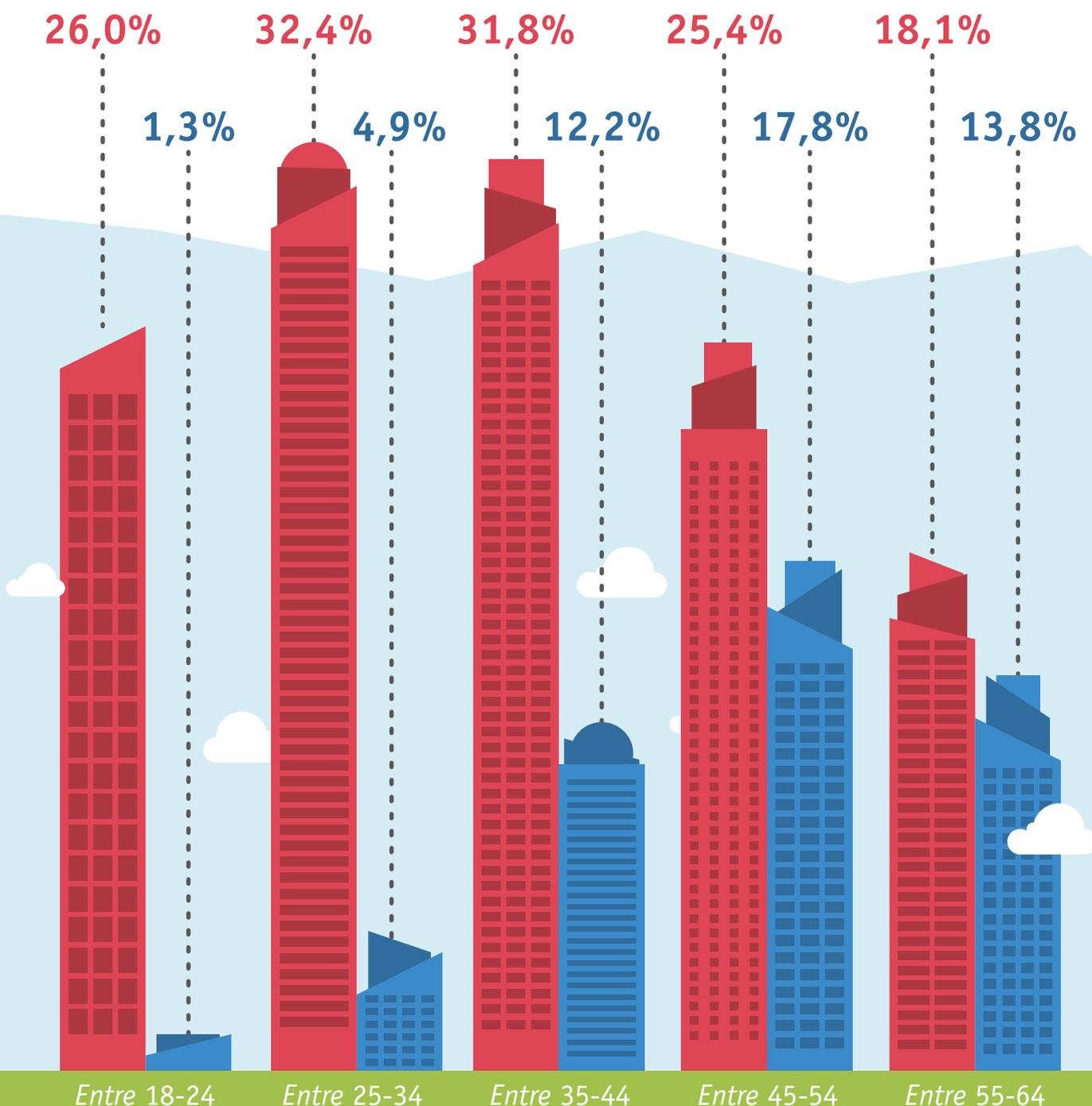
EDAD

DE LOS EMPRESARIOS

■ *Empresarios nacientes y nuevos (TEA)*

■ *Empresarios establecidos*

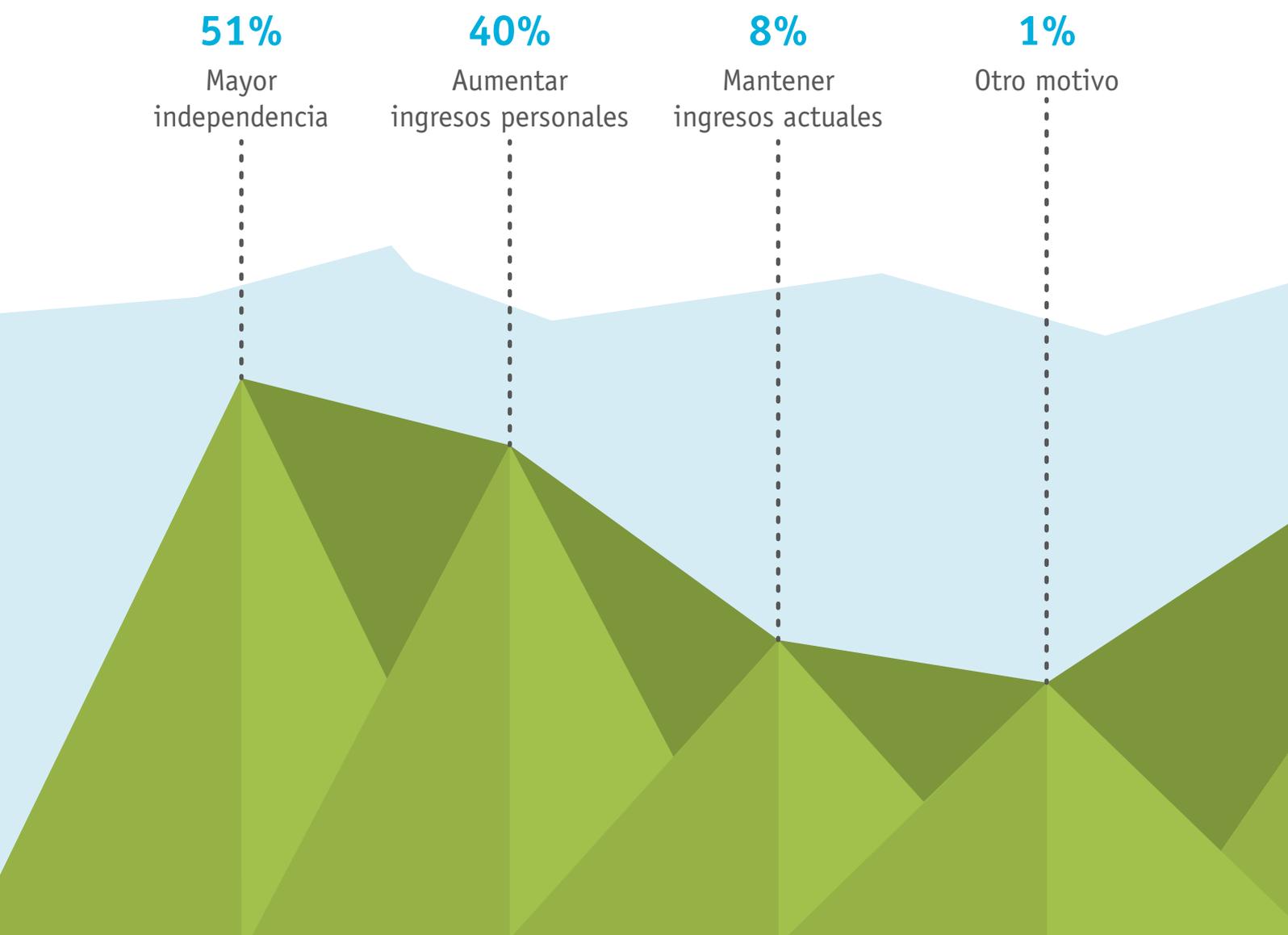
Porcentaje de colombianos en el grupo etario que son empresarios. Por ejemplo: El 26% para el grupo 18-25, quiere decir que del total de colombianos que están en ese grupo etario, el 26% está en actividad empresarial naciente o nueva.



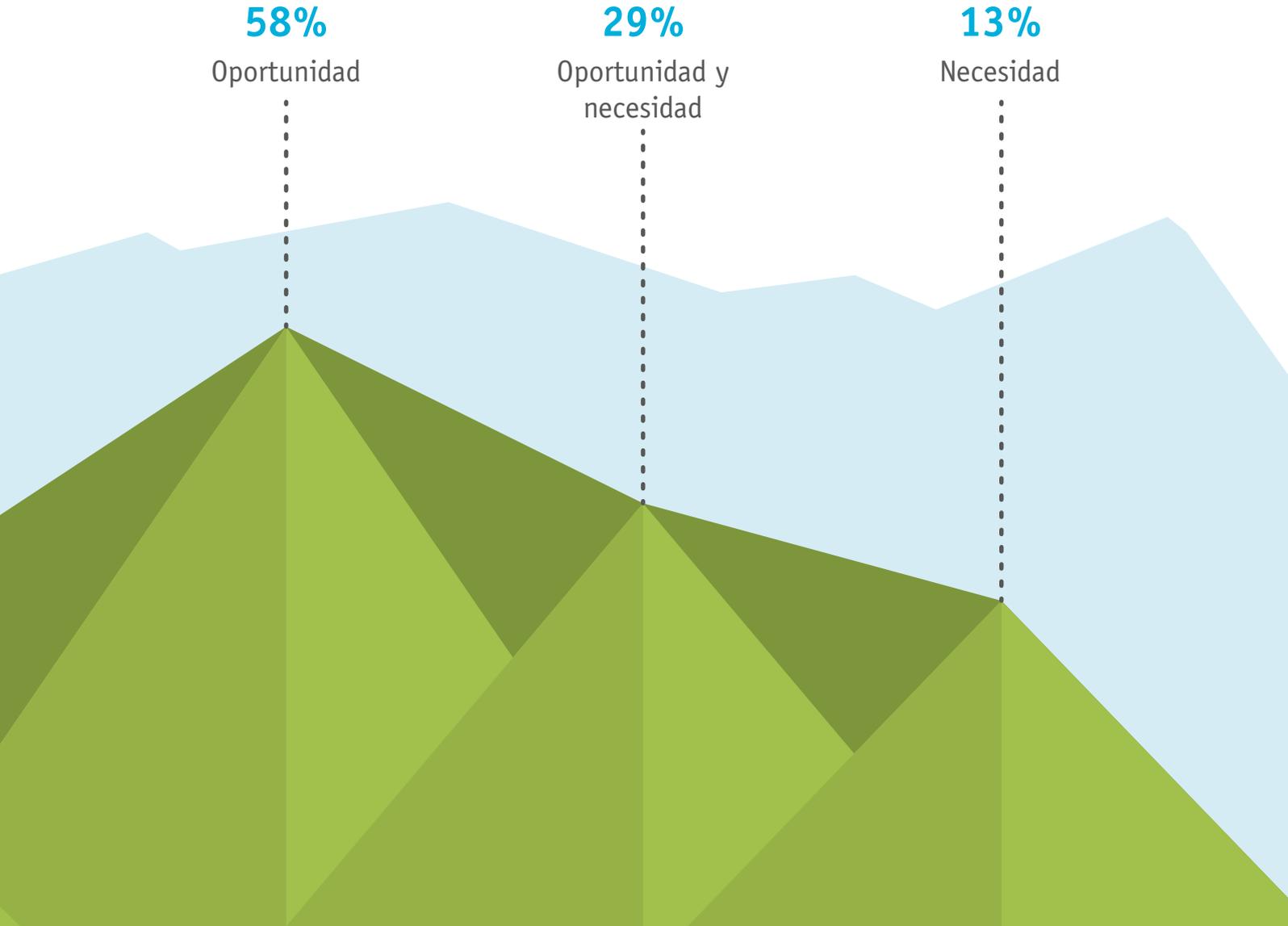
MOTIVACIÓN

DE LOS EMPRESARIOS

*Motivación de los empresarios nacientes y nuevos
por aspiraciones Colombia 2016*



Motivación de los empresarios nacientes y nuevos
por oportunidad o por necesidad Colombia 2016

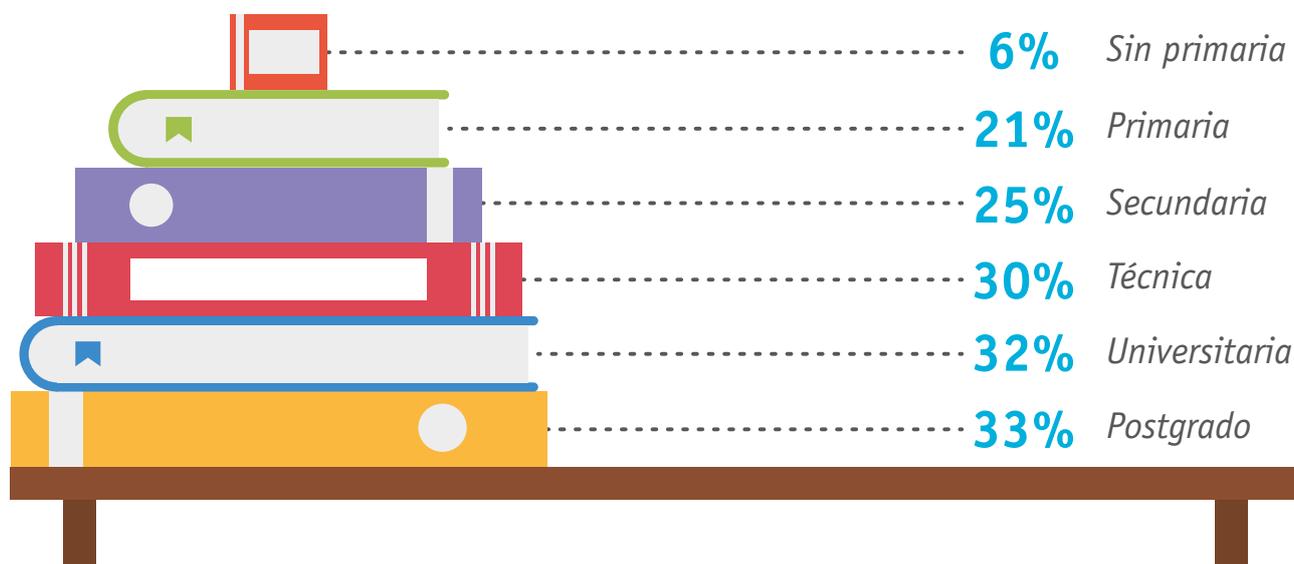


EDUCACIÓN

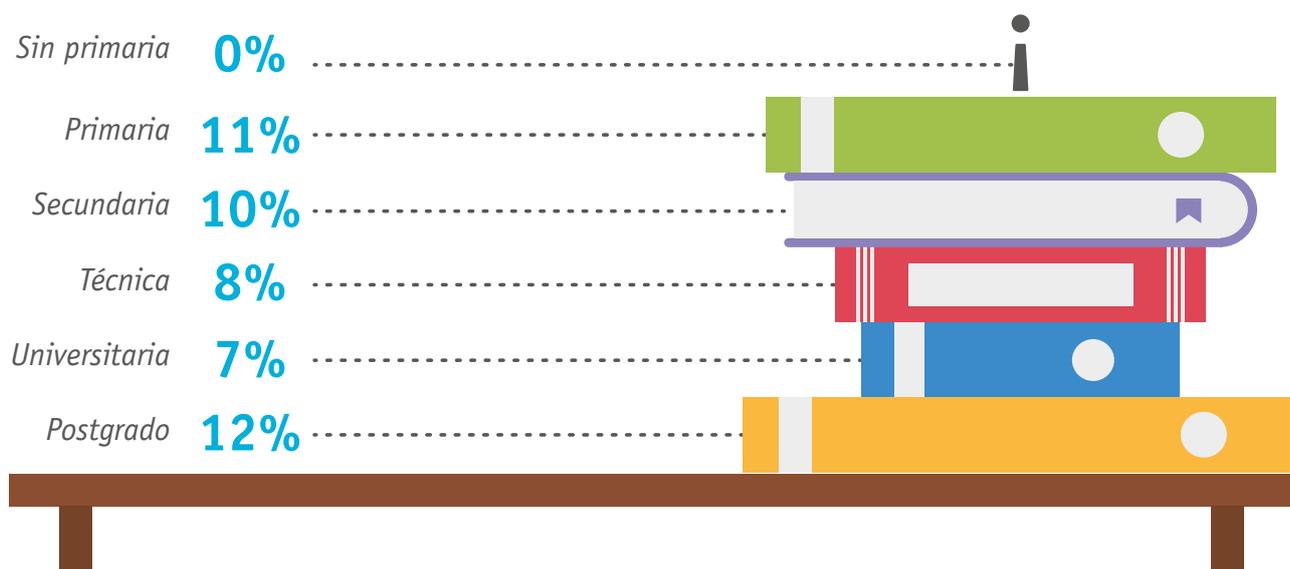
DE LOS EMPRESARIOS

Porcentaje de colombianos de cada nivel educativo que son empresarios. Por ejemplo: El 33% para el nivel educativo de postgrado, quiere decir que del total de colombianos que tienen postgrado el 33% está en actividad empresarial naciente o nueva

Empresarios nacientes y nuevos (TEA)



Empresarios establecidos



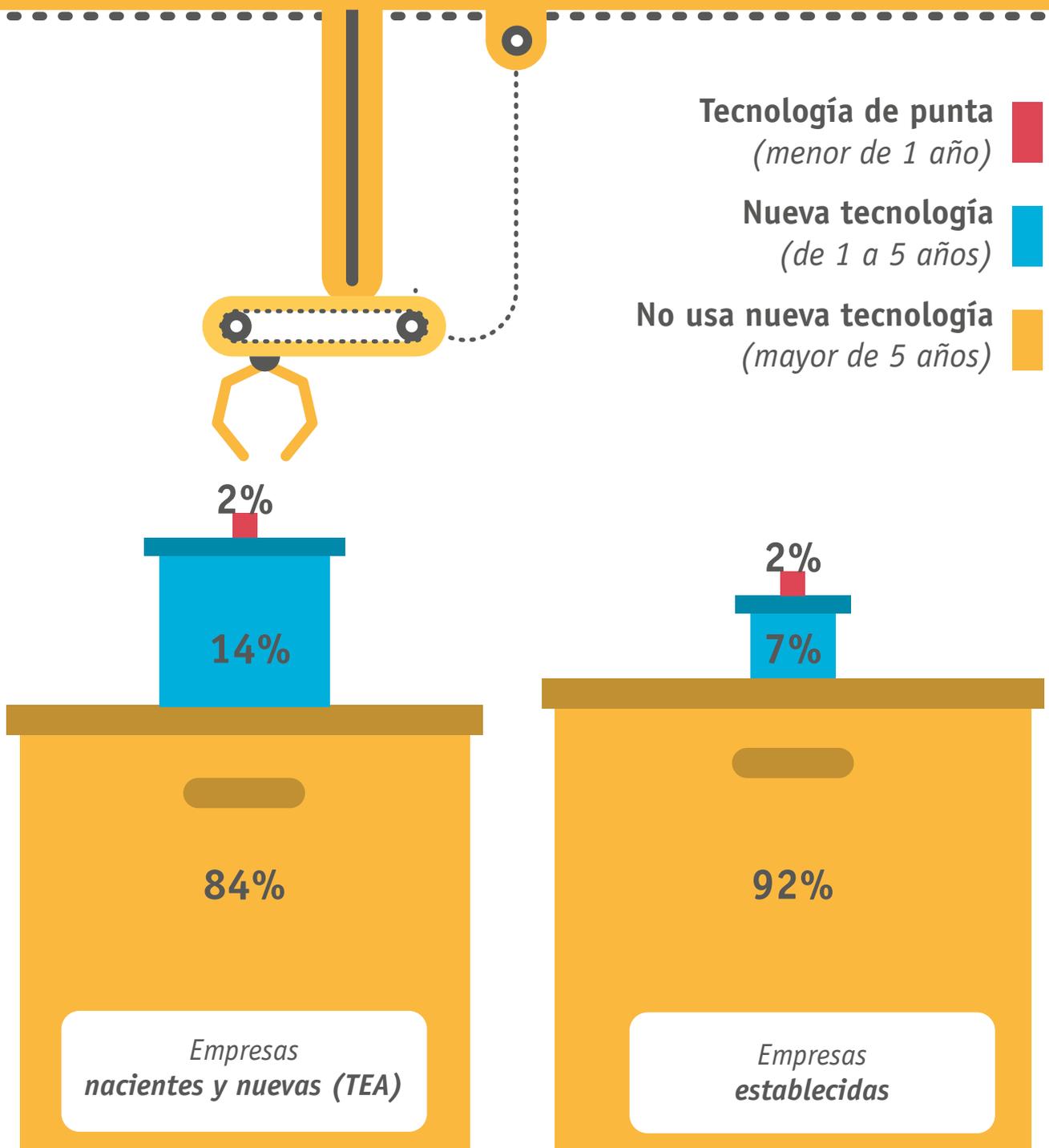
LAS EMPRESAS COLOMBIANAS



TECNOLOGÍA

EN LAS EMPRESAS

Porcentaje de empresas que utilizan tecnologías que han estado disponibles en el mercado colombiano desde determinado número de años



GENERACIÓN DE EMPLEO

ACTUAL Y FUTURO



Cantidad de empleos generados

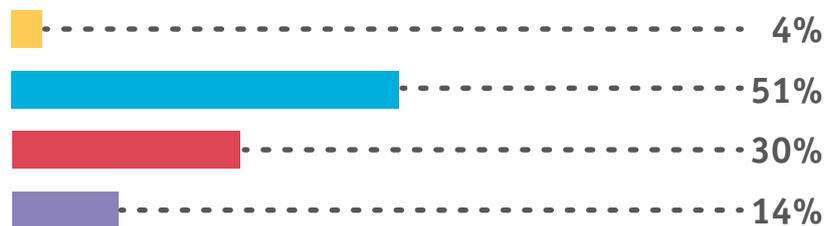
-  Ningun empleo
-  Entre 1-5 empleos
-  Entre 6-9 empleos
-  Más de 20 empleos

Empresas *nacientes y nuevas* (TEA)

Actual generado 2016

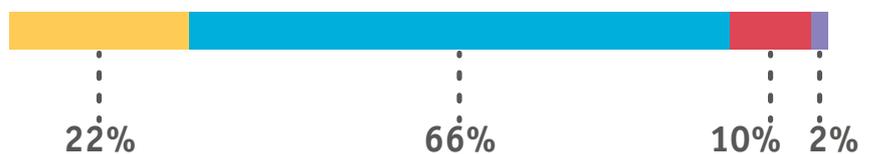


Expectativa a cinco años

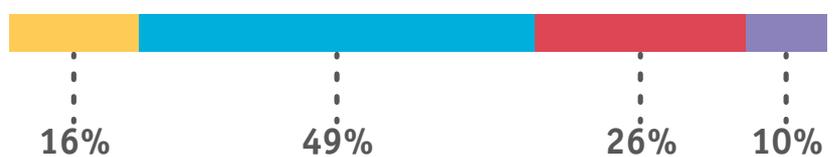


Empresas *establecidas*

Actual generado 2016



Expectativa a cinco años



NOVEDAD

DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

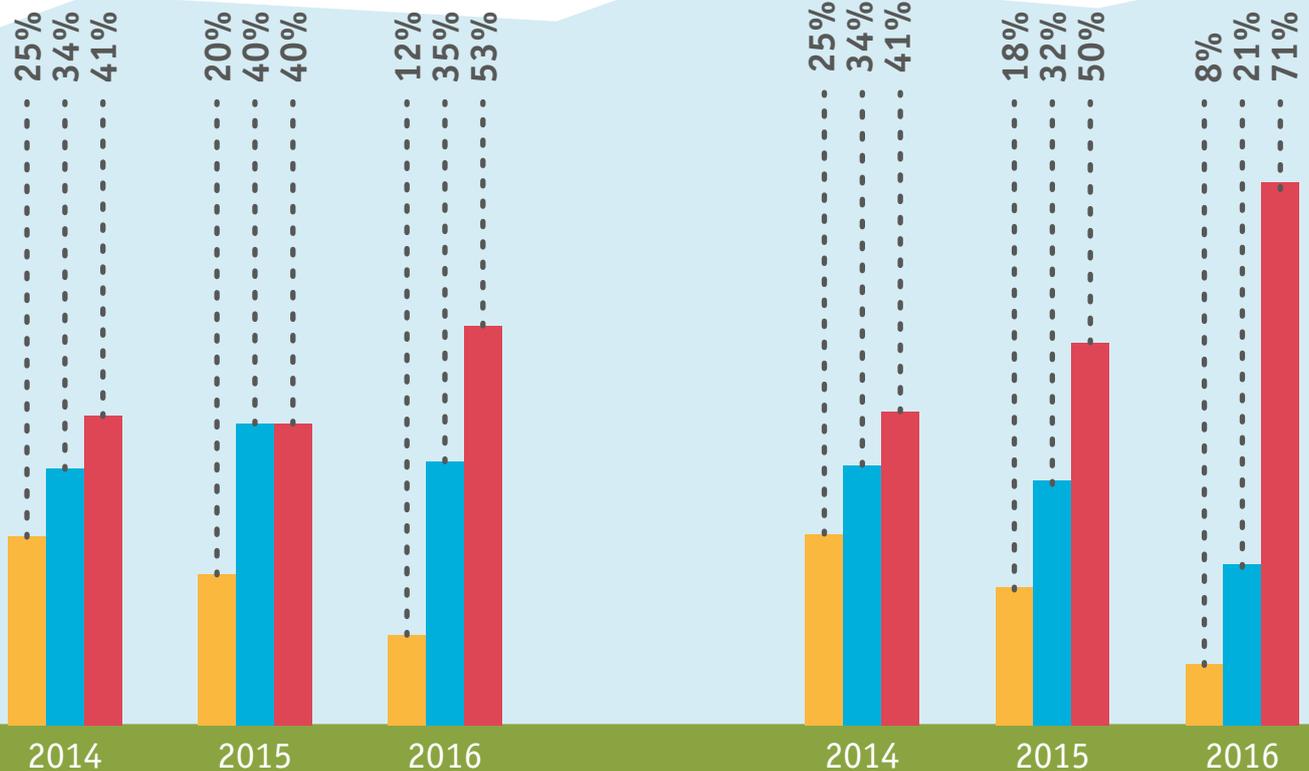
Porcentaje de empresarios que creen que todos, algunos o ninguno de sus consumidores consideran su producto o servicio como nuevo en el mercado. Por ejemplo: En 2016, el 53% de los empresarios nacientes y nuevos (TEA) percibe que ningún consumidor considera su producto y/o servicio como nuevo en el mercado.



- Todos los consumidores
- Algunos consumidores
- Ningún consumidor

Empresas nacientes y nuevas (TEA)

Empresas establecidas

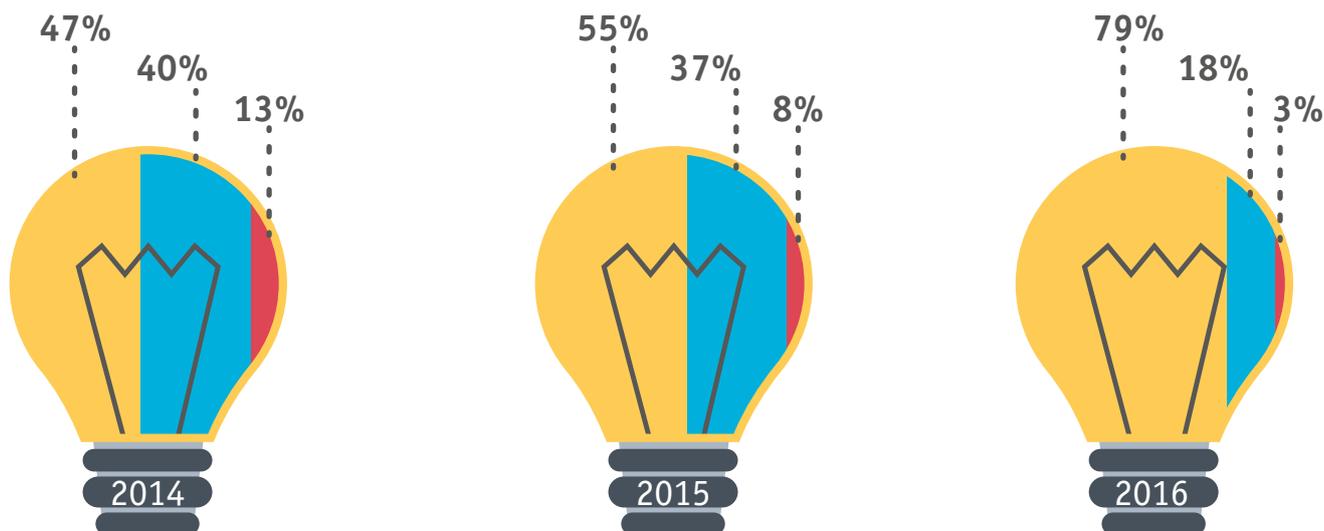


COMPETENCIA

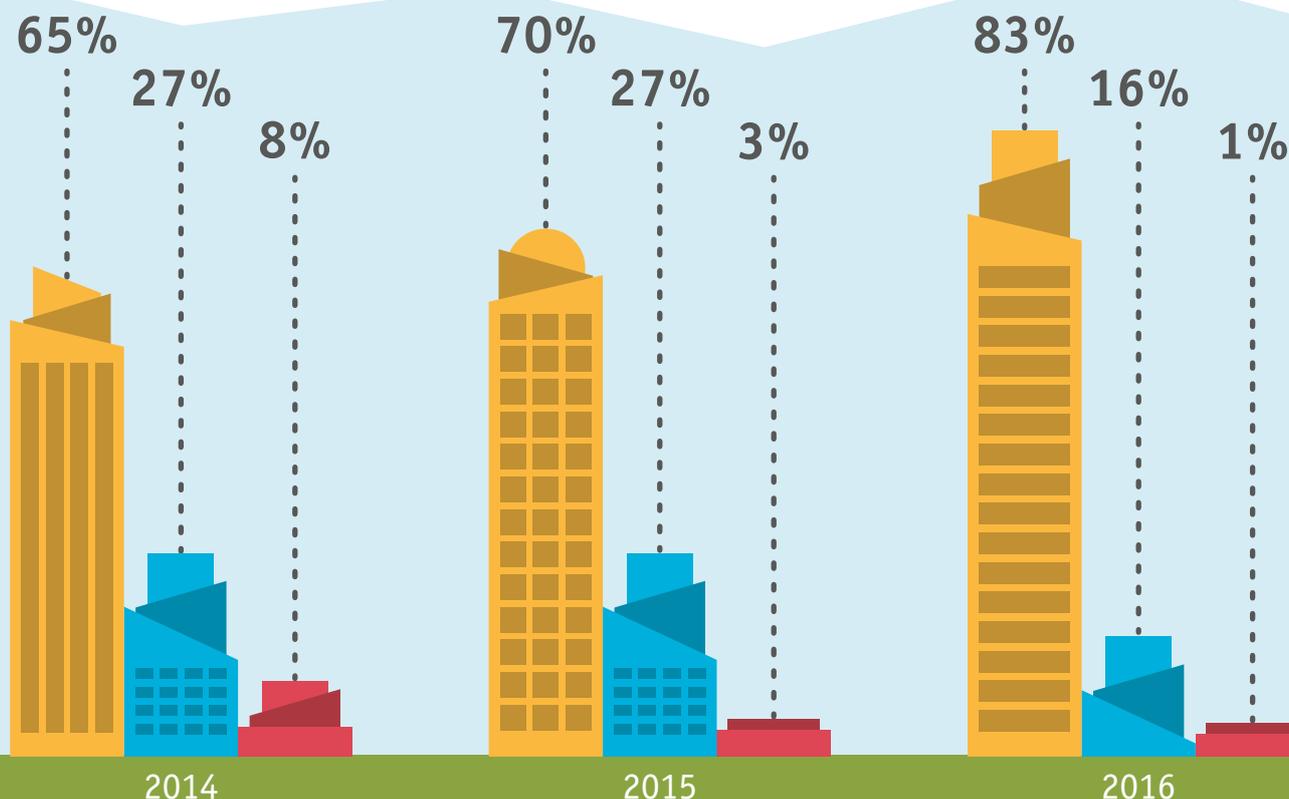
- Mucha competencia
- Poca competencia
- No hay competencia

Porcentaje de empresarios que considera que existe muchas, pocas o ninguna otra empresa competidora ofreciendo los mismos productos y/o servicios a sus clientes. Por ejemplo: En 2016, el 79% de los empresarios nacientes y nuevos (TEA) consideran que hay muchas empresas competidoras ofreciendo el mismo producto y/o servicio a sus clientes.

Empresas *nacientes y nuevas* (TEA)



Empresas *establecidas*



SECTORES ECONÓMICOS

COLOMBIA 2016

Primario o
Extractivo



Empresas
nacientes y nuevas
(TEA)

1%

Empresas
establecidas

2%

Sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación.

Secundario o
Industrial



22%

25%

Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otro tipo de bienes, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

Terciario o
Servicio a empresas



10%

13%

Incluye todos los servicios que se proveen a las empresas

Terciario o
servicio a consumidores



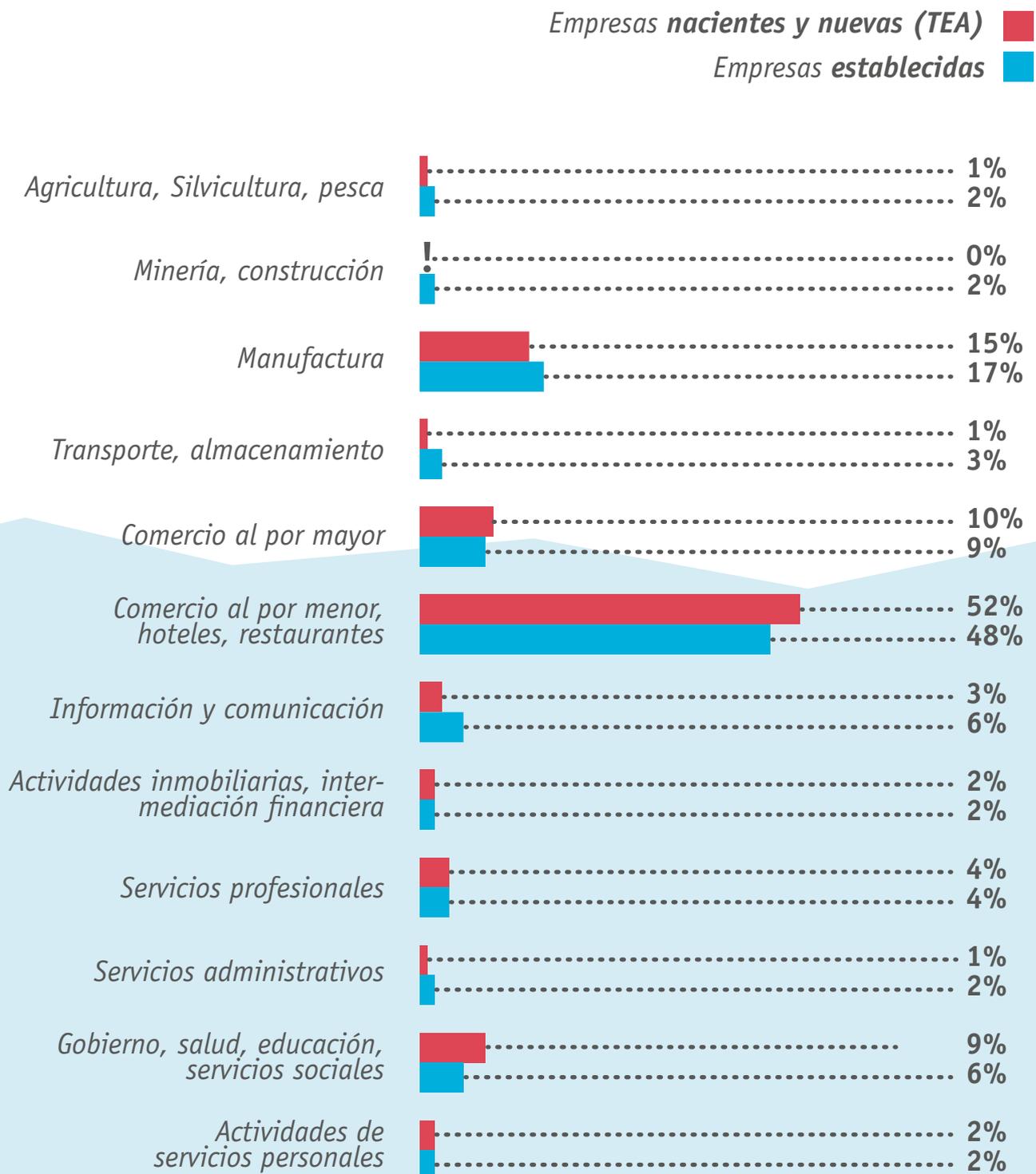
67%

61%

Incluye todos los servicios que se proveen a los consumidores

Adaptado de: Banco de la república de Colombia

Subsectores económicos de las empresas Colombianas en 2016



REGISTRO EMPRESARIAL EN COLOMBIA

Registro en
Cámara de Comercio



41%

Empresas
nacientes y nuevas (TEA)



59%

56%

Empresas
estalecidas

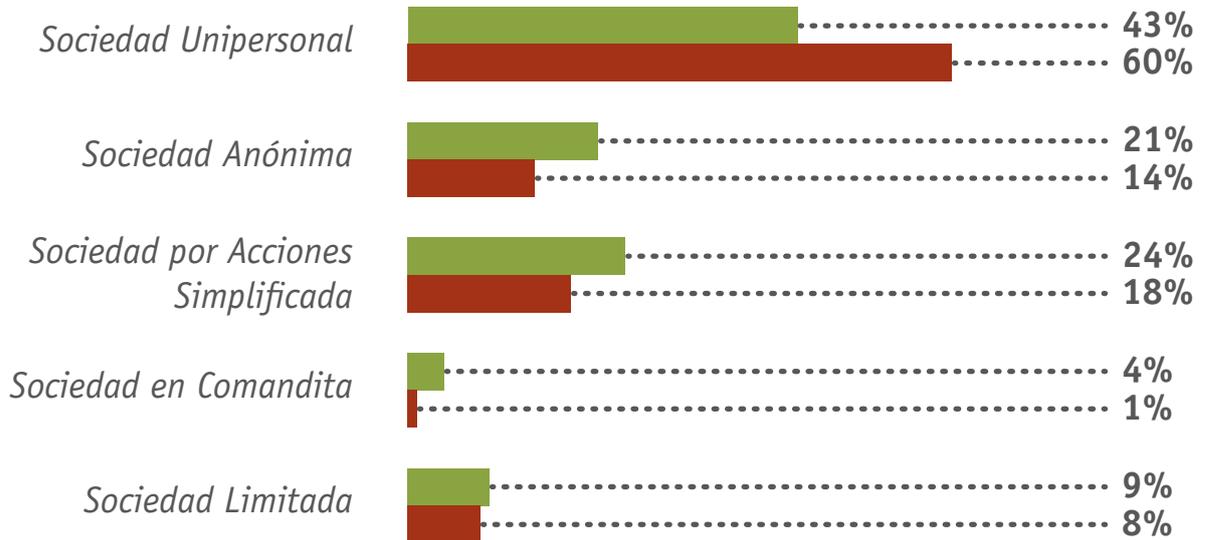
44%



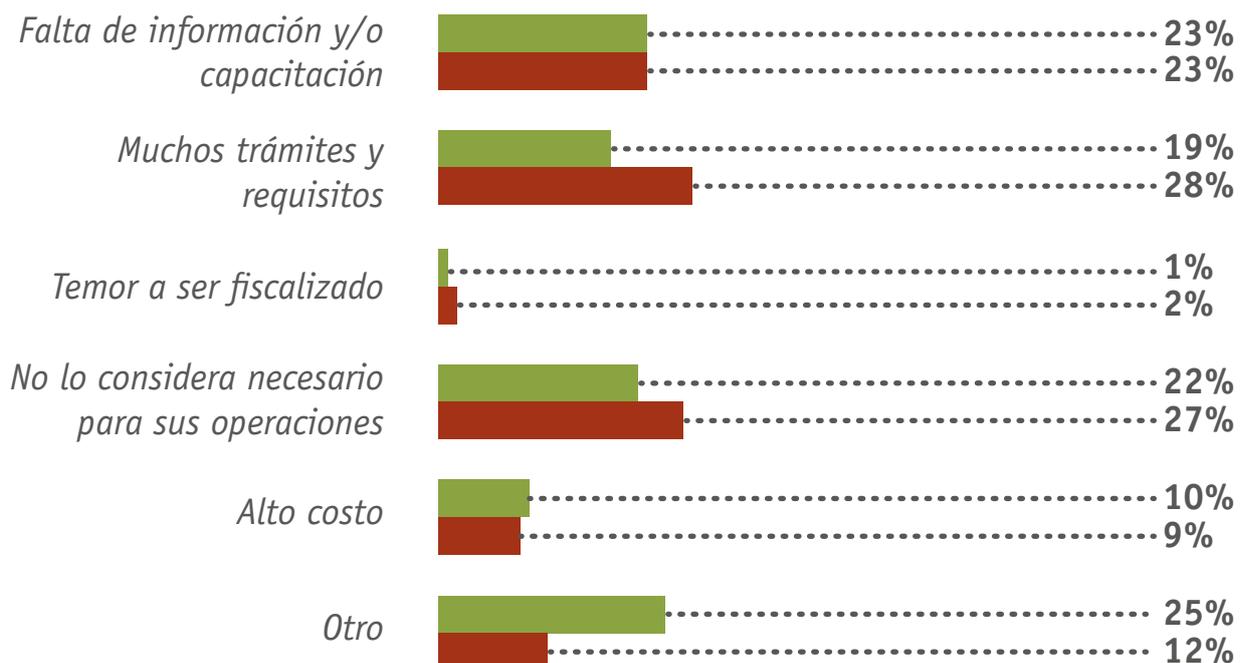
Empresas *nacientes y nuevas* (TEA) ■

Empresas *establecidas* ■

Tipo de sociedad



Razones para no registrarse



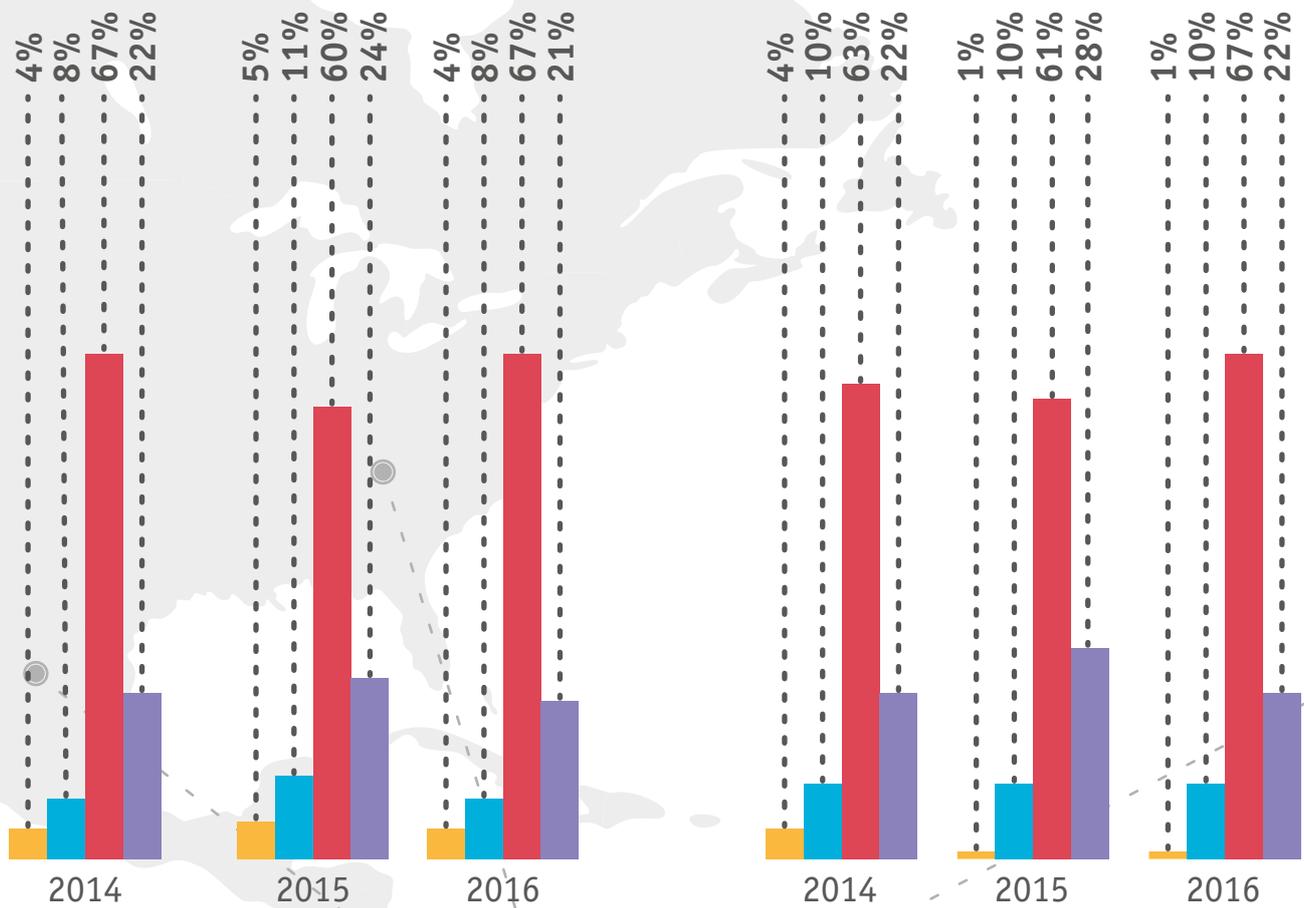
INTERNACIONALIZACIÓN

Porcentaje de empresas que realizan en el mercado internacional un porcentaje determinado de sus ventas totales. Por ejemplo: En 2016, el 4% de las empresas nacientes y nuevas (TEA) reportaron que más del 75% de sus ventas anuales provinieron de clientes que viven fuera de Colombia.

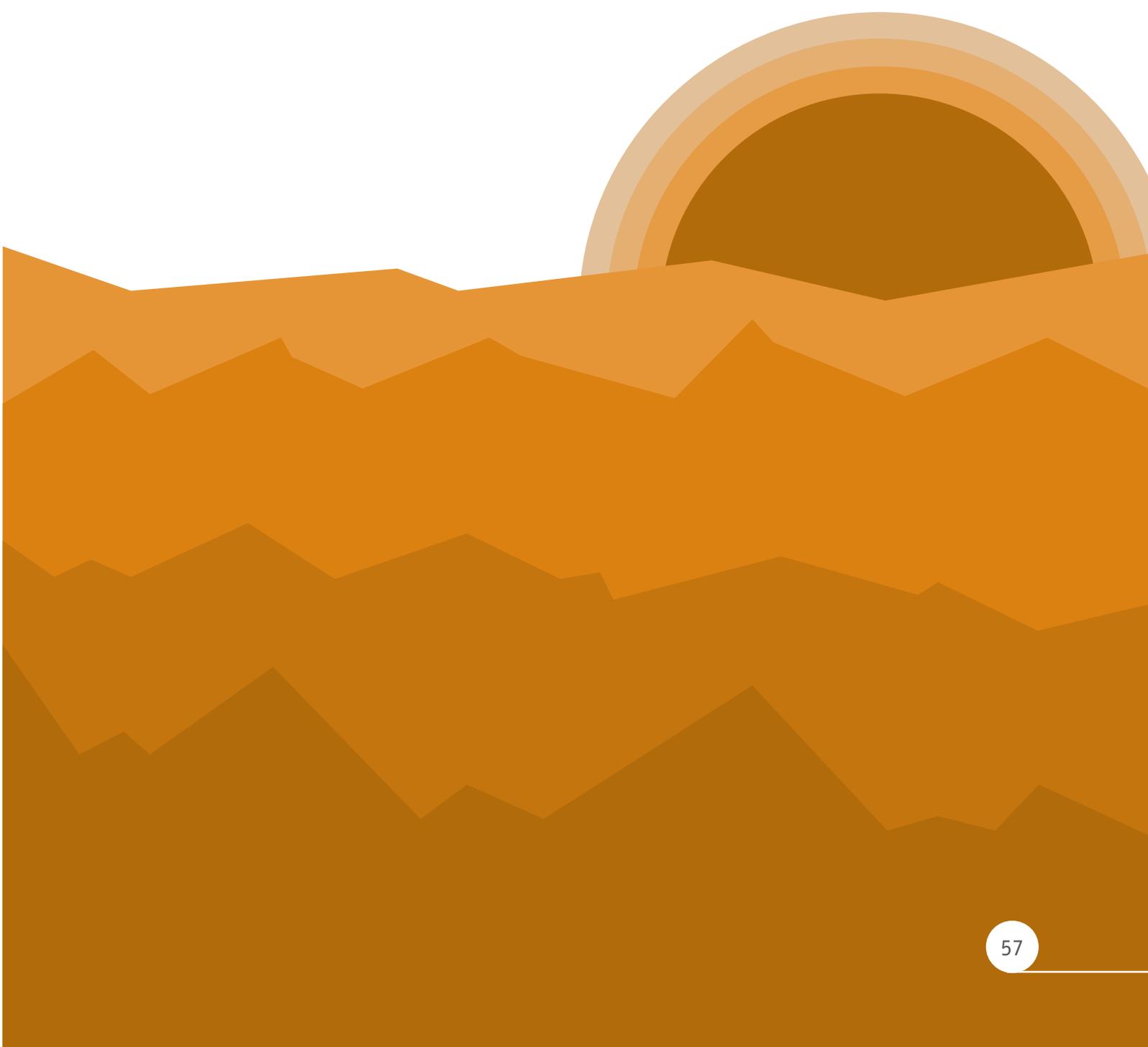
■ Más del 75%
 ■ Entre 75% y 25%
 ■ Menos del 25%
 ■ Ninguno

Empresas nacientes y nuevas (TEA)

Empresas establecidas



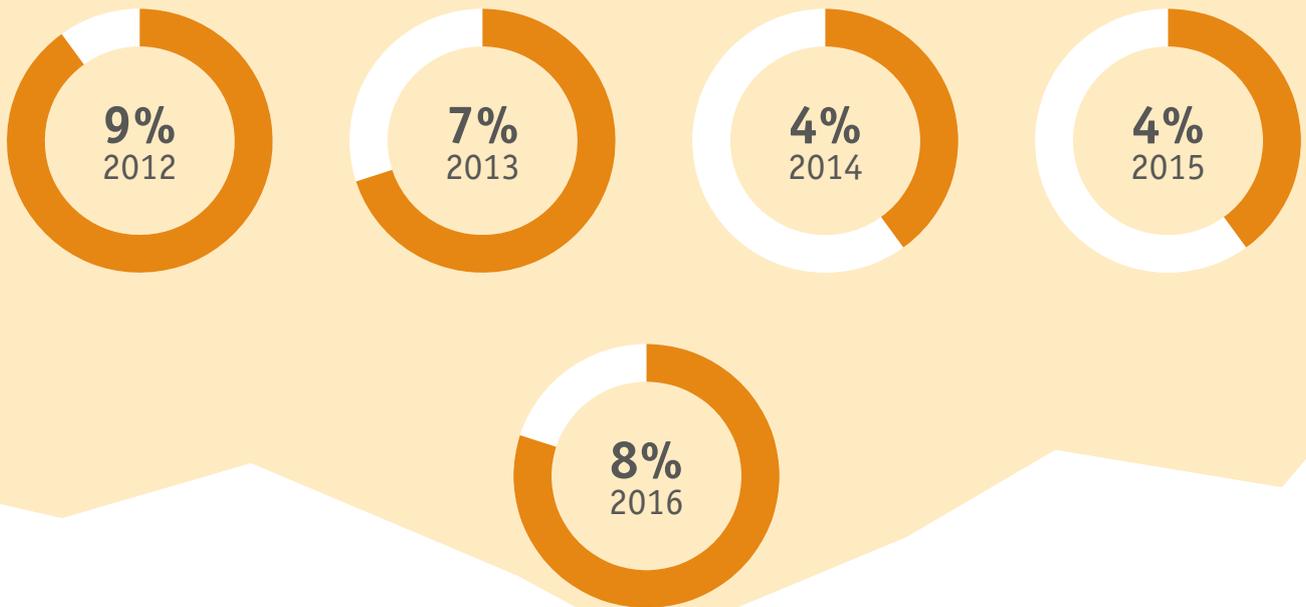
INVERSIONISTAS EN COLOMBIA



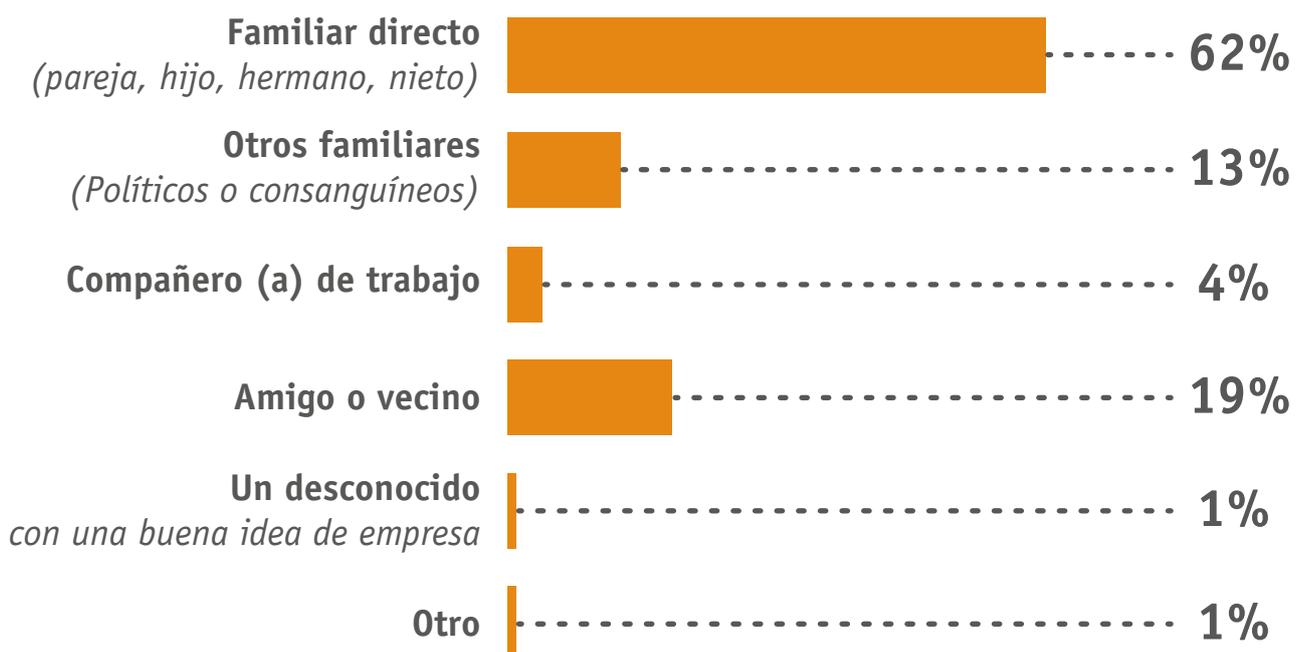
INVERSIONISTAS

EN COLOMBIA

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que afirma que en los últimos 3 años, ha invertido recursos financieros propios para apoyar la creación de empresa o negocios creados por otras personas (No se incluye la compra de bonos, acciones, u otras operaciones del mercado financiero).

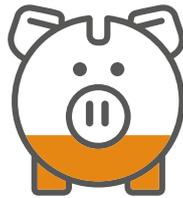


Tipo de relación con la persona que recibió la inversión Colombia 2016



*Dinero que aportaron
los inversionistas en Colombia 2016*

18%



*Menos de
1 millon*

62%



*De 1 a 5
millones*

7%



*De 6 a 10
millones*

5%



*De 11 a 15
millones*

4%



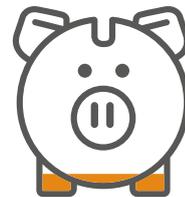
*De 16 a 20
millones*

1%



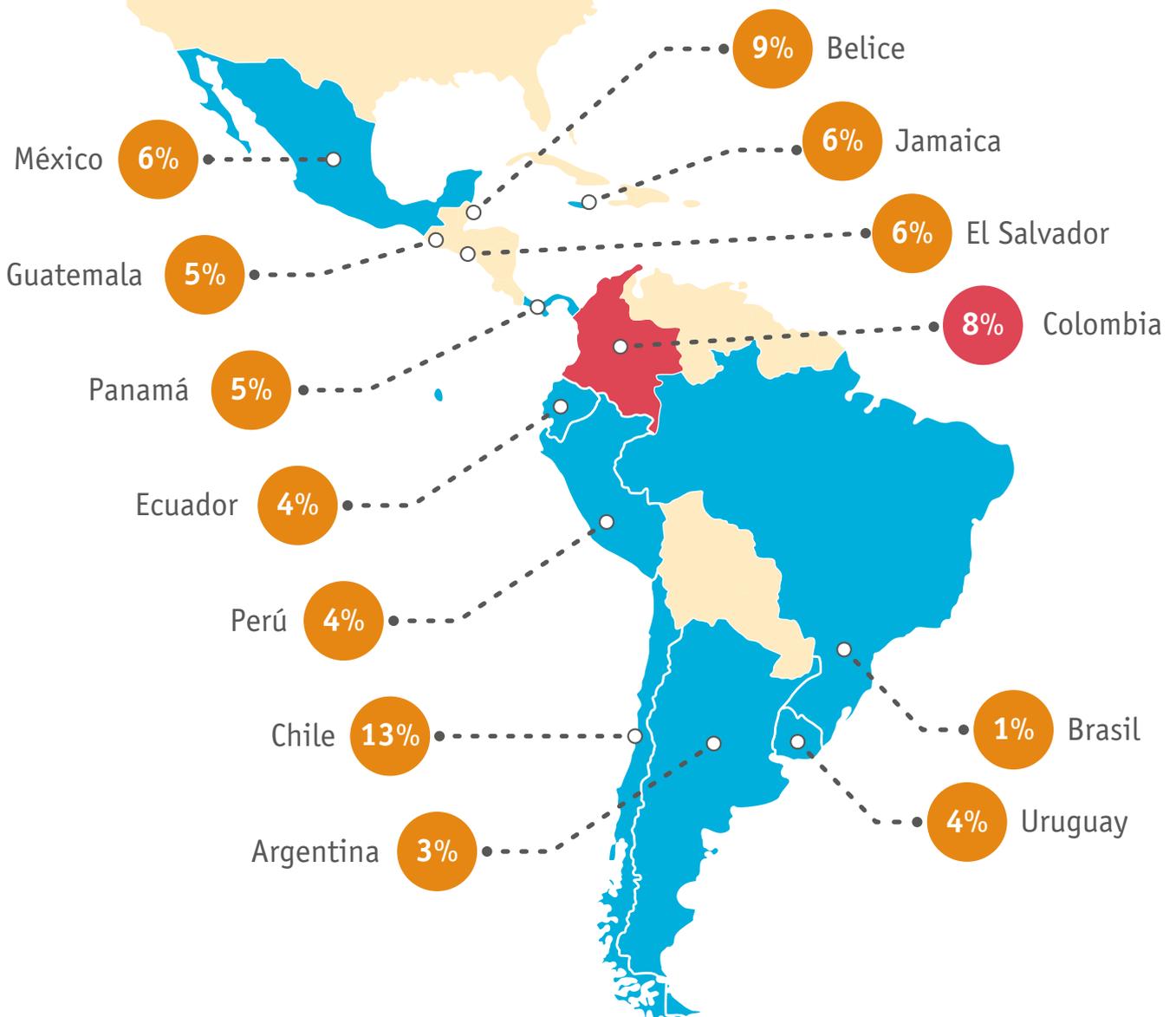
*De 21 a 25
millones*

3%



*Más de 26
millones*

*Inversionistas en
América Latina 2016*



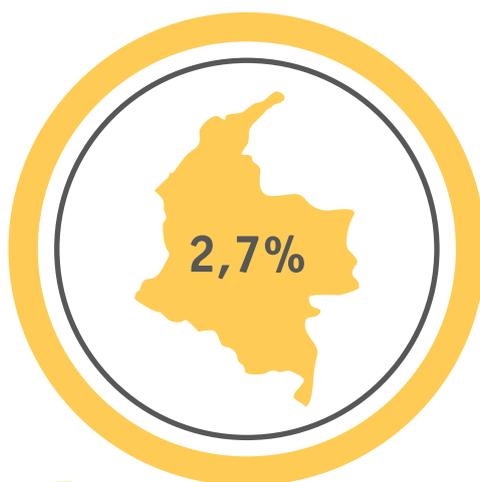
ACTIVIDAD INTRAEMPRESARIAL EN COLOMBIA



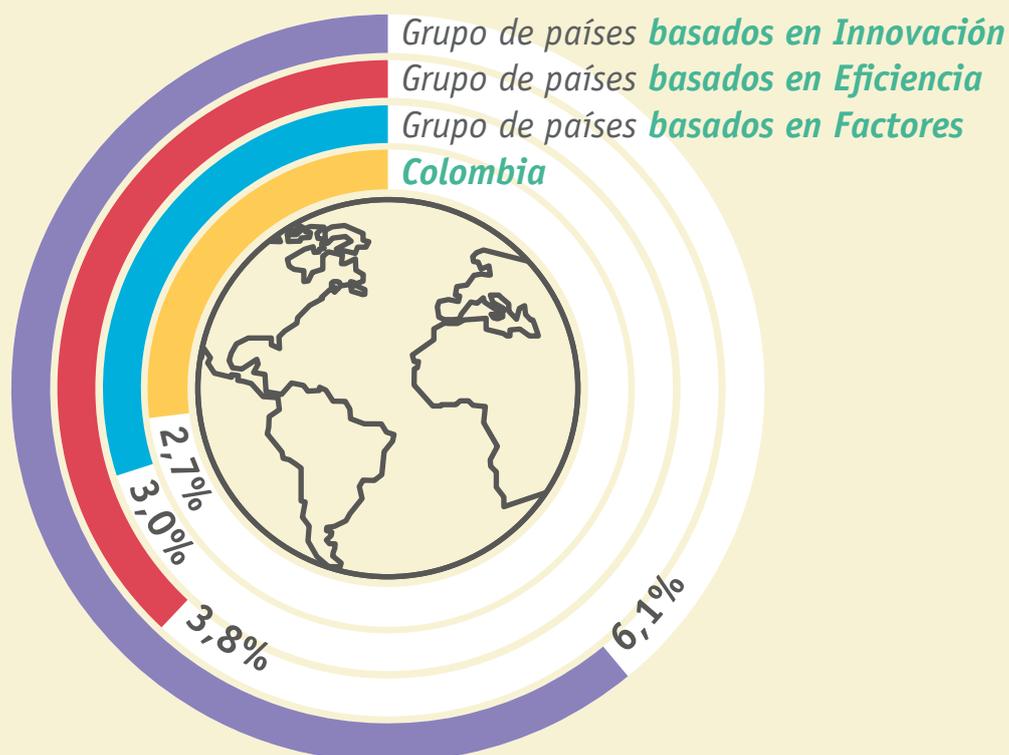
ACTIVIDAD INTRAEMPRESARIAL

Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que actualmente está involucrada en el desarrollo de nuevas actividades para su empleador principal, tales como, desarrollar o lanzar nuevos productos o servicios, crear una nueva unidad de negocio, un nuevo establecimiento o una sucursal.

Intraempresarios en Colombia 2016

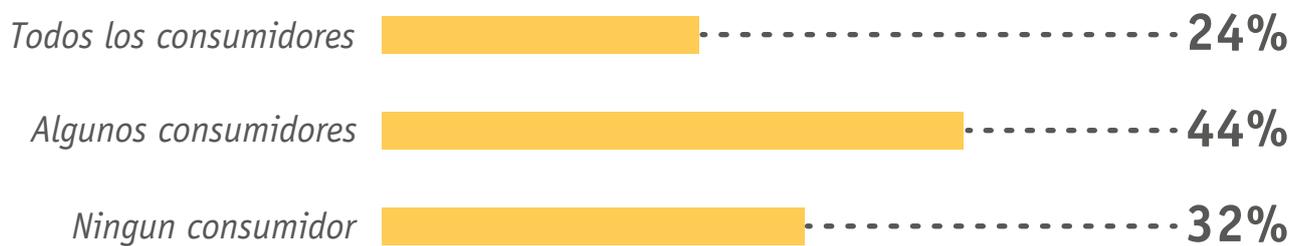


Intraempresarios en el mundo 2016



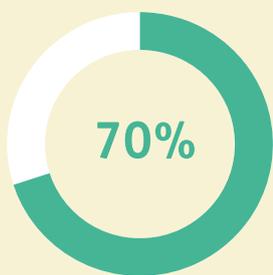
Novedad del producto y/o servicio en Colombia 2016

Porcentaje de intraempresarios que creen que todos, algunos o ninguno de sus consumidores consideran su producto o servicio como nuevo en el mercado. Por ejemplo: En 2016, el 24% de los intraempresarios percibe que todos los consumidores consideran su producto y/o servicio como nuevo en el mercado.

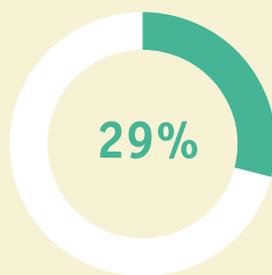


Competencia en Colombia 2016

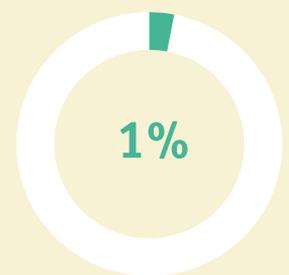
Porcentaje de intraempresarios que considera que existe muchas, pocas o ninguna otra empresa competidora ofreciendo los mismos productos y/o servicios a sus clientes. Por ejemplo: En 2016, el 70% de los intraempresarios considera que hay muchas empresas competidoras ofreciendo el mismo producto y/o servicio a sus clientes.



Muchas
empresas

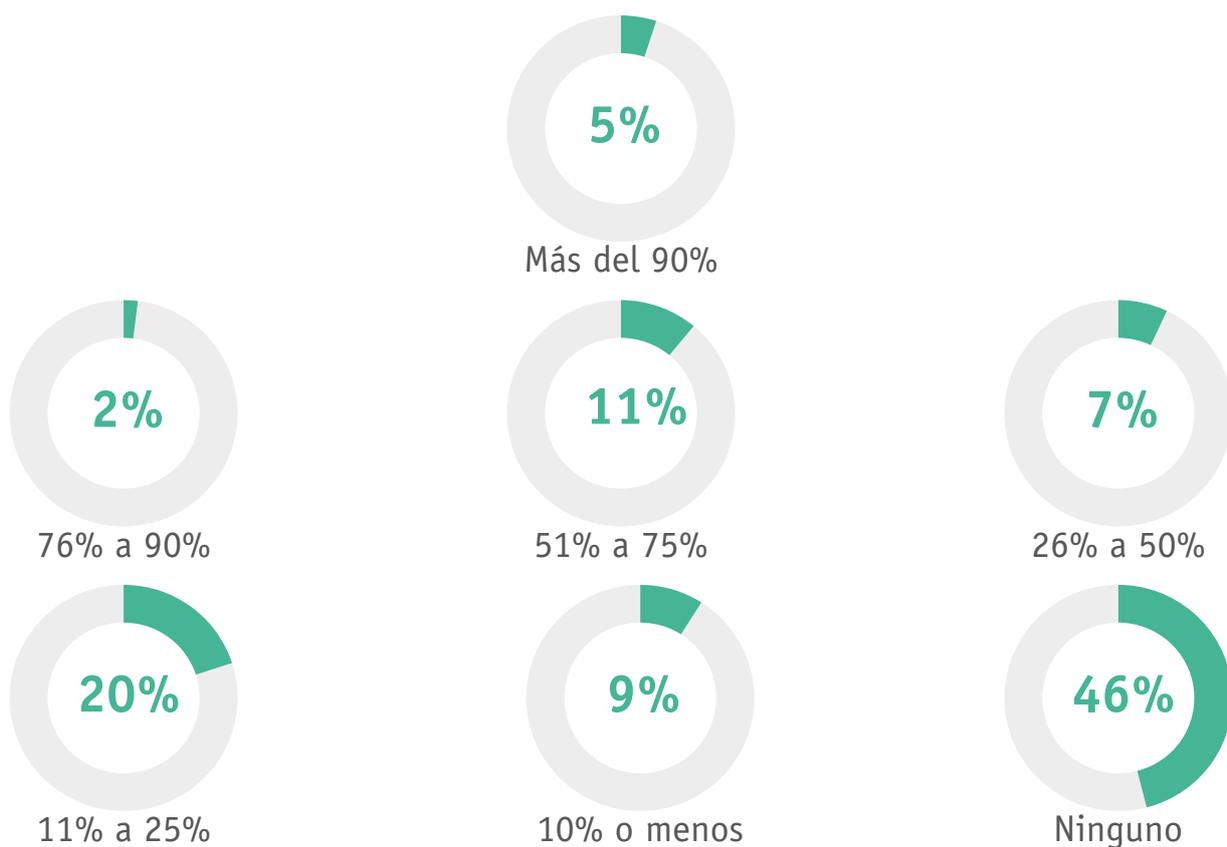


Pocas
empresas

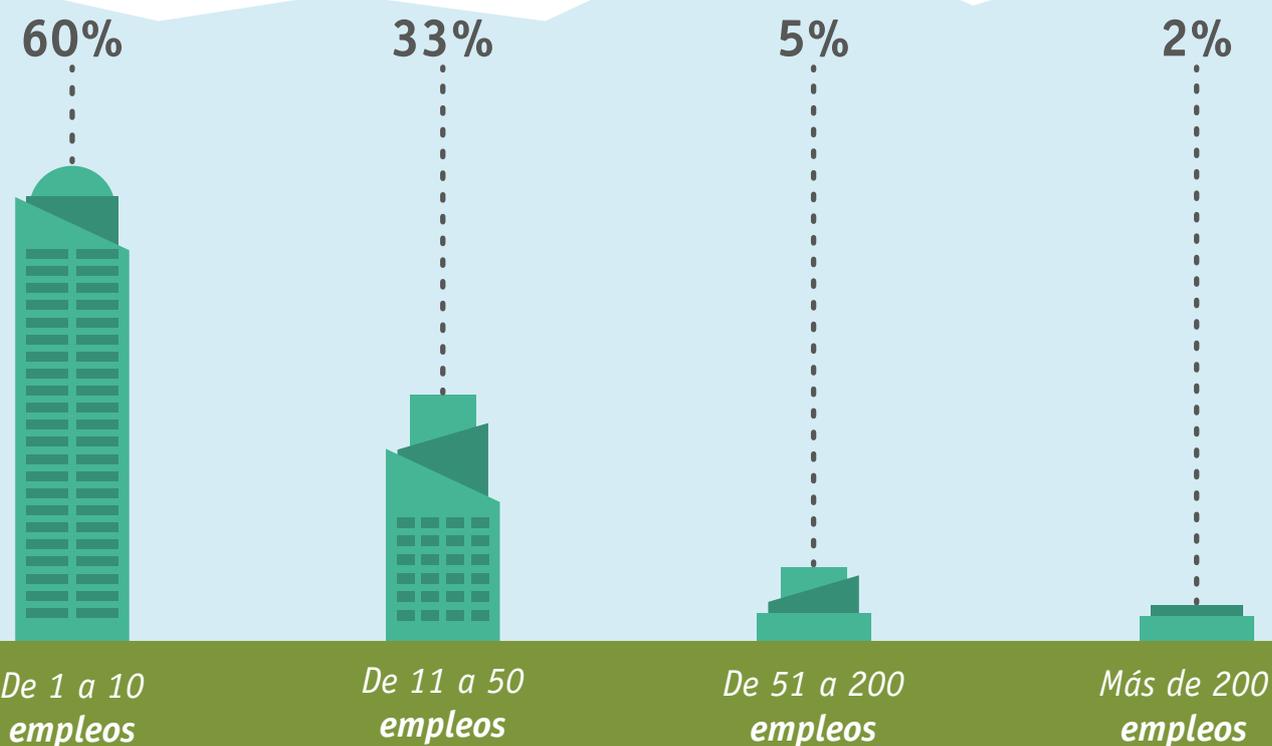


Ninguna
empresa

Porcentaje de ventas anuales que provienen de clientes en el exterior



Generación de empleo esperado en cinco años



ECOSISTEMA EMPRESARIAL COLOMBIANO

ECOSISTEMA EMPRESARIAL

Cada característica del ecosistema empresarial se mide a través de varios enunciados, usando una escala Likert de 5 puntos, en la cual: 1 significa que el enunciado, según los expertos, es completamente falso y 5 significa que el enunciado es completamente verdadero.

Se recomienda revisar el Anexo 4 para entender los elementos que componen cada una de las 9 características del ecosistema empresarial.

Condiciones del entorno Colombia 2016

	Colombia	LATAM	Eficiencia	Innovación
				
 Apoyo financiero	2,2	2,1	2,5	2,7
 Políticas de gobierno	2,4	2,2	2,3	2,7
 Programas de gobierno	2,8	2,5	2,4	2,9
 Educación empresarial	2,5	2,3	2,3	2,5
 Transferencia investigación y desarrollo	2,2	2,1	2,2	2,6
 Infraestructura comercial y profesional	2,5	2,7	2,8	3,1
 Apertura de mercado interno	2,6	2,5	2,7	2,9
 Acceso a la Infraestructura física	3,6	3,7	3,8	4,0
 Normas sociales y culturales	3,4	2,9	2,9	2,9



Apoyo financiero



Políticas de gobierno





Programas de gobierno

2,9
2012

3,0
2013

3,0
2014

2,6
2015

2,8
2016



Ventanilla
única



Incubadoras
efectivas



Programas
adecuados



Funcionarios
competentes



Respuesta
oportuna



Efectividad



Transferencia investigación y desarrollo

2,5
2012

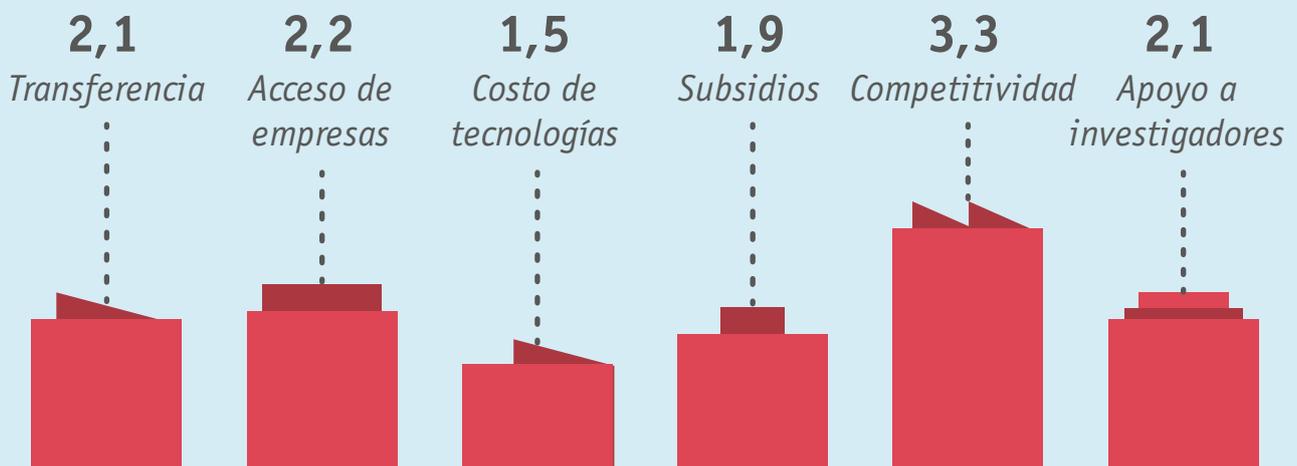
2,4
2013

2,2
2014

2,0
2015

2,2
2016

2,2
promedio





Educación empresarial

2,8
2012

2,7
2013

2,5
2014

2,5
2015

2,5
2016



Iniciativa personal



Principios de
economía de mercado



Espíritu empresarial



Educación superior



Administración



Educación continua



Infraestructura comercial y profesional

2,8
2012

2,8
2013

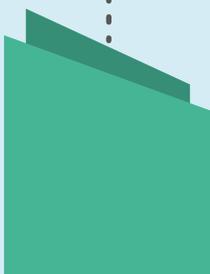
2,8
2014

2,5
2015

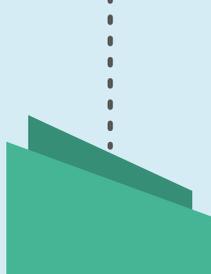
2,6
2016

2,6
promedio

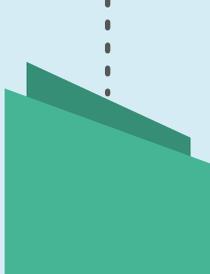
3,1
Oferta de
proveedores



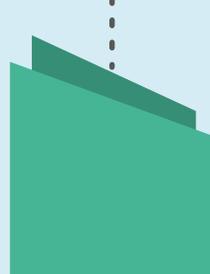
2,0
Costo de
proveedores



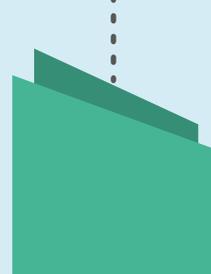
2,4
Acceso a
proveedores



2,7
Acceso a servicios
profesionales



2,6
Acceso a
servicios bancarios





Normas sociales y culturales

3,0
2012

3,1
2013

3,0
2014

3,1
2015

3,4
2016



Esfuerzo personal



Autonomía



Toma de riesgo



Innovación



Responsabilidad



3,4
promedio



Apertura de mercado interno

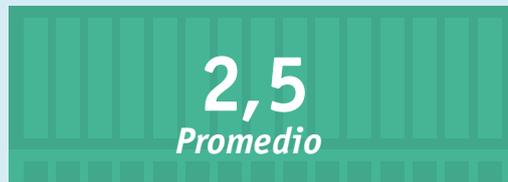
2,6
2012

2,8
2013

2,6
2014

2,4
2015

2,5
2016



2,5
Promedio

Costos de entrada



Competencia leal



Legislación antimonopolio



Cambio en
mercados de consumo



Cambio en mercado
para empresas



Acceso a
nuevos mercados



Acceso a la infraestructura física

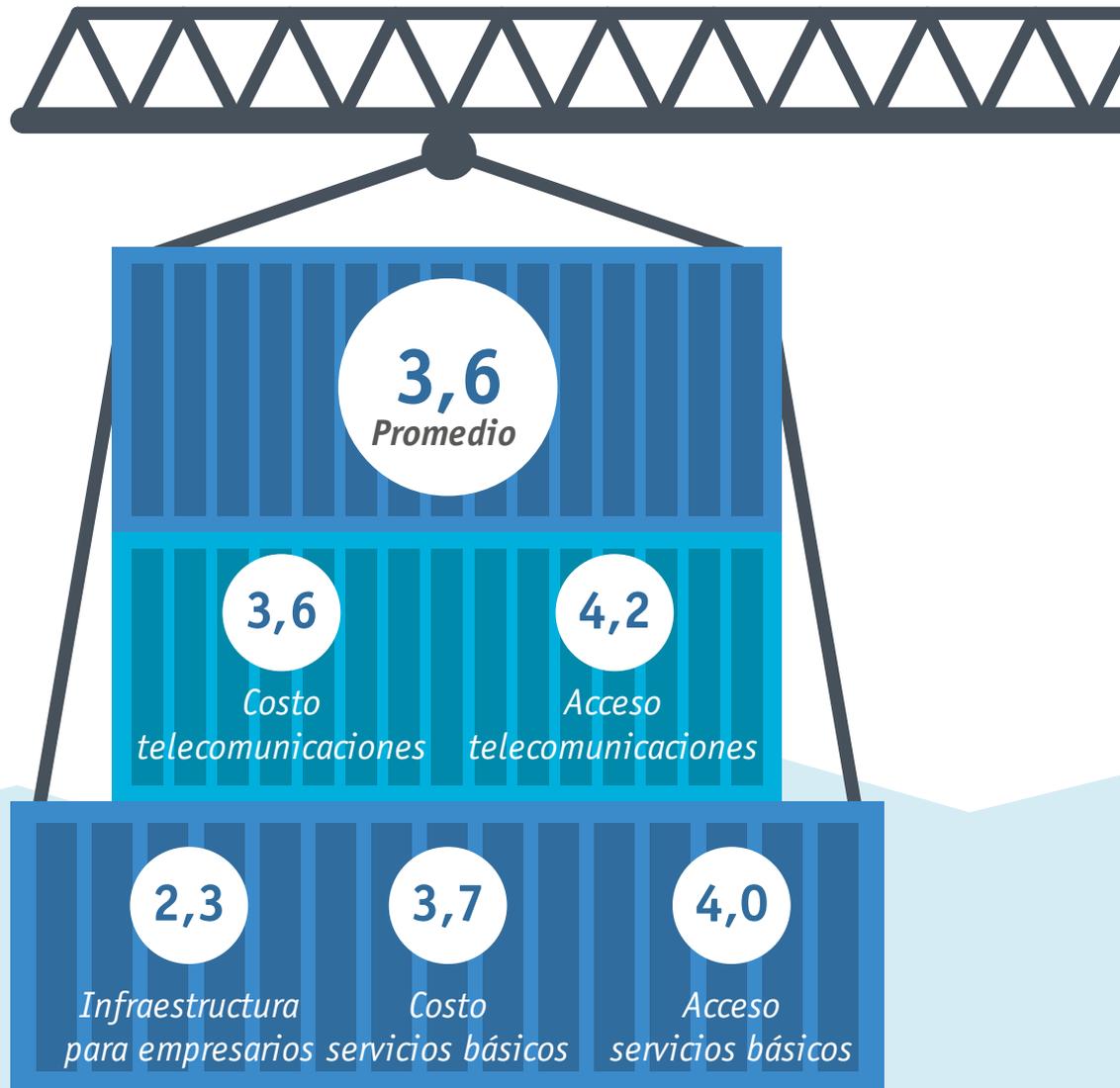
3,1
2012

3,3
2013

3,4
2014

3,6
2015

3,6
2016



SEGÚN LOS EXPERTOS NACIONALES, LOS **FACTORES QUE OBSTACULIZAN** LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL, EN COLOMBIA EN EL 2016 SON:

1. Falta de cohesión entre objetivos, políticas, programas de gobierno para el apoyo a los empresarios

2. La desarticulación de los programas que desconocen el ciclo de vida del empresario

3. Falta de una cultura orientada al riesgo y a la innovación

4. Falta de una visión compartida a nivel local, departamental y nacional

5. Falta de formación empresarial en todos los niveles educativos

6. Falta de formación en espíritu empresarial en los colegios

7. Cultura de individualidad de los empresarios

8. Falta de acompañamiento a los empresarios en etapas posteriores al nacimiento

9. Competencia desleal

10. Costos elevados de la infraestructura física

11. Dificultad en el acceso a la financiación

12. La falta de créditos bancarios con tasas preferentes para empresarios

13. Exceso de burocracia y carga impositiva



SEGÚN LOS EXPERTOS NACIONALES, LOS **FACTORES QUE IMPULSAN** LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL, EN COLOMBIA EN EL 2016 SON:

1. Políticas y Programas de gobierno
que impulsan el desarrollo empresarial

2. El fortalecimiento
de las relaciones universidad-empresa

3. La educación empresarial
en las universidades

4. Los tratados de libre comercio

5. Acceso a internet

6. Mejoramiento de la infraestructura
vial, portuaria y aeroportuaria del país

7. Concursos e incentivos financieros
y de acompañamiento

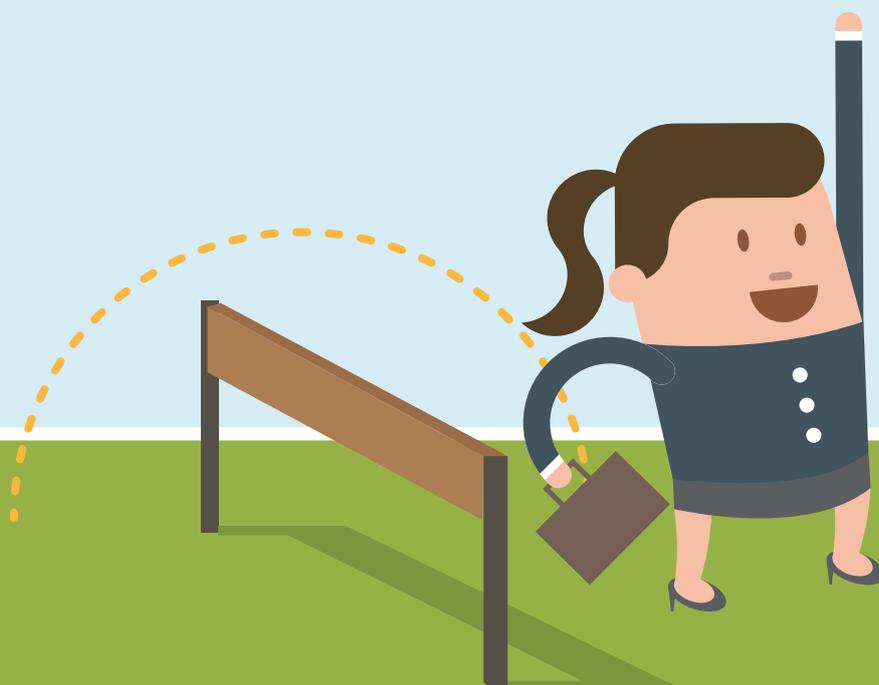
8. Nuevas entidades que apoyan
el desarrollo empresarial

9. Procesos de promoción
de exportaciones

10. Cultural de la persistencia

11. Nueva situación
social y política por acuerdos de paz

12. Desarrollo de nuevos
sectores económicos



SEGÚN LOS EXPERTOS NACIONALES, LAS **RECOMENDACIONES PARA MEJORAR**

LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL, EN COLOMBIA EN EL 2016 SON:

1. Generar políticas públicas

de orden nacional, regional y municipal que incentiven la creación de empresa.

2. Generar mecanismos de financiación

más flexibles y asequibles para los empresarios.

3. Reducir los trámites burocráticos

para la formalización de las empresas

4. Mayor acompañamiento

en los procesos de fortalecimiento empresarial

5. Fomentar la creatividad, innovación

y toma de riesgo en colegios y universidades.

6. Promover en medios de comunicación

la presencia de historias exitosas de empresarios y testimonios

7. Continuar con el mejoramiento de

la infraestructura vial, especialmente en las vías que conducen a los puertos y a los países vecinos.

8. Mejorar la educación empresarial en los colegios

9. Diseñar y ejecutar los programas de

desarrollo empresarial con un plan de mediano y largo plazo

10. Diseñar políticas tributarias atractivas para incentivar el desarrollo empresarial



11. Establecer impuestos selectivos por etapa de desarrollo y tipo de empresa.

12. Fortalecer el trabajo realizado por las redes regionales de emprendimiento

13. Generar una cultura de "Cooperación Inter-empresarial"

14. Crear organizaciones orientadas a la apertura de nuevos mercados para las nuevas empresas

15. Mejorar el acceso de los empresarios a los diferentes mecanismos de financiación

16. Costos asequibles para que las nuevas empresas puedan tener acceso a las nuevas tecnologías

17. Apoyo a las OTRI para generar SpinOut en la academia y procesos de apoyo al sector empresarial para SpinOff

18. Aceptar que las Start Up puedan ser proveedores estatales

19. Apostar al postconflicto y a la distribución de tierras



ÉXITO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Basados en los resultados del 2016 y en las tendencias que presentan las distintas variables en el periodo 2006–2016, se plantean las siguientes recomendaciones con el fin de lograr el mejoramiento de algunas variables del proceso:

- *La Organización Internacional del Trabajo, ha documentado dos grandes problemas universales: el desempleo y el subempleo; y Colombia no es ajena a esta dificultad. Un factor clave para solucionar este problema es desarrollar políticas de apoyo que permitan a las personas mejorar su potencial de trabajo; ya sea mejorando su capacidad como empleado (mayor capacidad de Innovación y de productividad), o dándoles las herramientas necesarias para que creen su propio trabajo y generen trabajo para otros. Dado que las naciones no pueden depender exclusivamente de las grandes corporaciones o del gobierno para la creación de empleo, y que los nuevos empresarios y en crecimiento son los principales generadores de empleo; es necesario apoyar políticas para la creación de empresas y el desarrollo del espíritu empresarial.*
- *El crecimiento socio-económico ocurre cuando se incrementa la cantidad y la calidad de empresarios y empresas desarrollando innovaciones productivas, y cuando se crea valor superior a las pérdidas generadas por la discontinuidad empresarial. Por ello, el desarrollo de un ecosistema de apoyo empresarial es fundamental. Colombia presenta fallas significativas en siete de las nueve condiciones estructurales de apoyo al desarrollo empresarial: Apoyo financiero, Transferencia de Investigación y Desarrollo, Políticas de Gobierno, Programas de Gobierno, Educación Empresarial, Infraestructura Comercial y Profesional, y Apertura de Mercado Interno. Por ello, son necesarias acciones específicas y urgentes que permitan lograr un crecimiento económico y social significativo para reducir las dificultades que hoy se presentan en la actividad empresarial de nuestro país.*
- *Dado que el proceso empresarial incluye varias etapas identificadas en el concepto de “Tubería Empresarial”, es fundamental que se diseñen organizaciones, programas y actividades específicas para atender cada una de las seis etapas: aceptación socio-cultural, empresario potencial, empresario intencional, empresario naciente, empresario nuevo y empre-*

sario establecido. Es decir, cada una de estas etapas requiere de personas, actividades y recursos diferenciados, ya que una sola entidad no puede ser capaz de atender de forma adecuada todas las etapas.

- Para la “fuga” que existe entre la “Población General” y aquellos colombianos que muestran una “Aceptación Socio-cultural hacia la creación de empresa”, es necesario actuar intensamente en dos frentes. El primer frente es el educativo, en el cual se debe: mejorar la cobertura y la calidad de las cátedras sobre emprendimiento y creación de empresa que establece la ley 1014, impulsar la implementación de cátedras obligatorias en creación de empresa e innovación en todos los programas universitarios de pregrado y postgrado, y generar más oportunidades para que la población general comprenda el rol y la importancia del empresario en los procesos de generación de valor (empleo, riqueza y bienestar). El segundo frente es el de promoción de la figura del empresario exitoso que contribuye al desarrollo socioeconómico del país, a través de los medios de comunicación y a través de la generación de concursos y distinciones a los empresarios.
- Para la “fuga” del paso de “Aceptación socio-cultural” a “Empresario Potencial”, es necesario reforzar los procesos educativos en todos los niveles, en las tres áreas básicas del empresario potencial: identificación de oportunidades empresariales, desarrollo de las competencias para crear y orientar una nueva empresa, y manejo apropiado del riesgo involucrado.
- Para la “fuga” del paso de “Empresario Potencial” a “Empresario Intencional”, hay que desarrollar programas de acompañamiento que ayuden a las personas a definir su proyección como empresario, que las orienten en la construcción de su plan de carrera empresarial, que guíen el desarrollo de su idea de empresa, construcción de concepto y formulación del modelo de empresa; de tal forma que puedan desarrollar una oportunidad de empresa real basada en validaciones y en un producto mínimo viable. En ese sentido, es necesario en todo el país la creación y consolidación de centros de acompañamiento en todas las etapas el proceso empresarial como: el Centro Alaya de la Universidad Icesi de Cali, los Cedezos de Medellín, y el Programa Emprender de la Cámara de Comercio

de Bogotá. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, debe asignar recursos para la operación de estas unidades, tal como el modelo de los SBDC lo exige.

- Para la “fuga” del paso del “Empresario Intencional” a “Empresario Naciente” es necesario desarrollar instituciones que se focalicen en esta etapa crucial del proceso. Las organizaciones especializadas en preincubación y en incubación de empresas deben contar con el personal, el acceso a recursos financieros (capital semilla, ángeles inversionistas, banca de socios), y las instalaciones que acompañen a los empresarios en esta transición. El Gobierno Nacional debe entender que esta etapa nunca podrá ser autofinanciada y que es necesario tener una asignación presupuestal para el sostenimiento de estas instituciones en forma permanente.
- Para la “fuga” del “Empresario Naciente” al “Empresario Nuevo”, se necesitan instituciones especializadas en apoyar los procesos de fortalecimiento y crecimiento empresarial. Estas entidades requieren recursos humanos muy especializados, pues hay que lograr penetrar el mercado, y generar utilidades económicas que garantice la rentabilidad y la liquidez de los proyectos. Recursos financieros de mayor nivel (ángeles inversionistas, empresas de capital de riesgo, entre otras) son necesarios, además de la conformación de redes empresariales. Los programas de aceleración que el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones está realizando con el programa APPS.CO deben ser replicados en los demás sectores económicos bajo la misma concepción de que los ministerios y/o los gremios empresariales cubran el costo de estos programas y los operadores hagan una pequeña contribución en especie.
- Para la “fuga” del “Empresario Nuevo” al “Empresario Establecido” es necesario diseñar programas específicos de acompañamiento y apoyo a la MiPyme colombiana con asesores y consultores especializados, con créditos y subsidios apropiados a estas empresas, con programas formativos de gerencia MiPyme y con estímulos tributarios para su desarrollo. Aquí los centros basados en el modelo SBDC, unidades

como ProPyME de la Universidad Icesi y las Fundaciones que apoyan el Desarrollo Empresarial, pueden desarrollar un papel muy importante para evitar esta fuga.

- *El ámbito empresarial incluye empresarios y empresas con distintas orientaciones, potencialidades y necesidades. No es correcto pretender que los mismos apoyos le sirvan a todos, o solo brindar apoyo a ciertos grupos de empresarios; pues la realidad es que todos integran el sistema empresarial y se necesitan entre sí dado que hay sinergias y contribución entre todos ellos.*
- *En el ámbito universitario es necesario una mayor cobertura y mejor orientación. Por ello, todos los programas universitarios del país, de pregrado y postgrado, deben incluir en sus currículos cursos obligatorios orientados al desarrollo de las competencias empresariales, desarrollar investigaciones sobre los temas de formación y desarrollo de nuevos empresarios y prestar servicios de apoyo a los nuevos empresarios.*
- *Los programas de formación empresarial para docentes de todos los niveles educativos son necesarios para la correcta implementación de la ley 1014. El Ministerio de Educación y las Secretarías de Educación Municipal y Departamental, deben brindar becas y estímulos a profesores que deseen realizar estudios de Maestría y Doctorado en las áreas de creación de empresa.*
- *Los programas educativos y formativos deben incluir pasantías en empresas, contacto directo con empresarios, participación en reuniones empresariales, vivencias reales en el sector empresarial, y validaciones en el sector empresarial que complementen los aspectos conceptuales y teóricos que se dan en el ámbito académico.*
- *Para mejorar la proporción de mujeres empresarias es fundamental mejorar en ellas: su percepción y el manejo del riesgo, sus niveles de asertividad y de confianza en sí mismas, su visión de carrera empresarial, y su red de conexiones empresariales. Para ello, se deben crear programas especiales de apoyo y de financiación, que mejoren su formación y entendimiento sobre el proceso empresarial.*

- *Dado los altos niveles de desempleo juvenil en Colombia, es importante que se desarrollen programas específicos para esta población, considerando sus circunstancias especiales.*
- *Dado que muchas personas inician su recorrido empresarial varios años después de sus estudios formales, es necesario diseñar programas de desarrollo de competencias empresariales y de acompañamiento que sean abiertos a la población mayor. Los incrementos en la propensión hacia la creación de empresas de la población mayor a 55 años, se ha evidenciado en Colombia y debe ser atendida con programas especiales.*
- *Muchas personas que han participado en el conflicto armado, requieren orientaciones empresariales en su proceso de reinserción a la vida civil, dado que, para muchos de ellos la opción de ser empleados es muy difícil y posiblemente inexistente. Programas de desarrollo empresarial para el área rural y para pequeñas iniciativas, deben hacer parte de las tareas de reintegración.*
- *El retorno de muchos colombianos que habían emigrado hacia otros países, es una realidad que ya existe, y programas como el de Retorno Productivo, que implementó el Ministerio de Relaciones Exteriores, deben ser replicados para brindar a estos compatriotas la posibilidad de usar sus conocimientos, experiencias y recursos con el fin de hacer una contribución positiva al desarrollo del país. Además, es importante que el objetivo de los proyectos gubernamentales esté orientado hacia el crecimiento y consolidación de las iniciativas empresariales, y no solo hacia la creación; ya que muchas veces se crean empresas que, sin el debido acompañamiento, mueren en su intento por establecerse.*
- *Difundir a través de las páginas web de los entes de gobierno vinculados al tema de creación de empresa: los programas y actividades directamente realizadas por el gobierno, y los programas y actividades realizadas por las distintas unidades que configuran el ecosistema de apoyo empresarial del país; de forma tal que todos los ciudadanos interesados encuentren sitios de apoyo a los cuales dirigirse.*

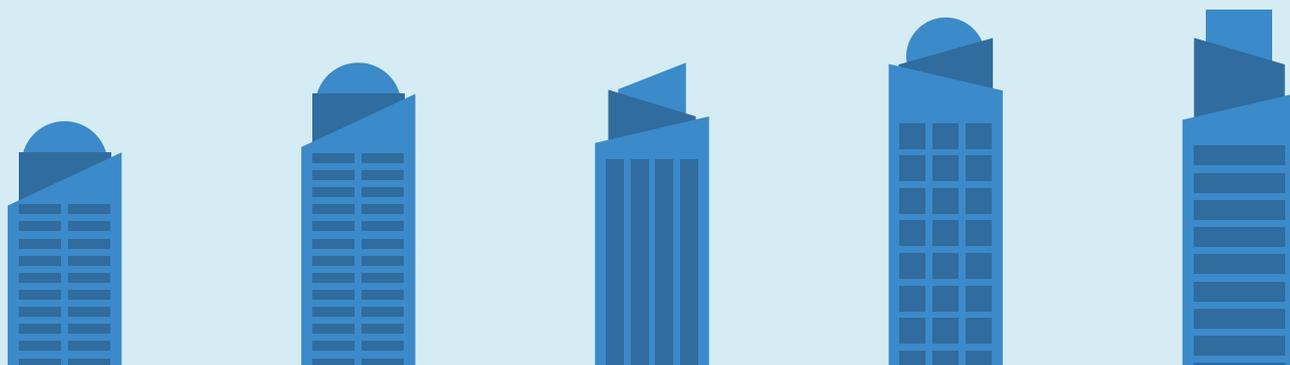
- *Es importante crear Centros de Información Empresarial, que permitan a los colombianos consultar, en internet, información actualizada y necesaria sobre los procesos de creación de empresas, leyes y reglamentaciones, métodos de financiación, información de mercados nacionales e internacionales, listado de programas formativos, y en general, sobre las diversas variables del proceso empresarial.*
- *Se necesitan programas de educación empresarial dirigidos a mentores / asesores / consultores / coaches para que, con su formación y experiencia previa como empresarios o intraempresarios, puedan ayudar a los empresarios en los procesos de creación y fortalecimiento empresarial.*
- *En adición a las Redes Regionales de Emprendimiento, se deben crear Redes Regionales Empresariales que faciliten: la interacción y el apoyo entre los empresarios, la identificación de necesidades, la creación de acciones integradas para tener mayores opciones de fortalecimiento, las agrupaciones en clústeres o en grupos sectoriales para el intercambio de experiencias, y la creación de infraestructuras compartidas para reducir costos y mejorar la productividad.*
- *Deben crearse incentivos para los distintos grupos empresariales, bien sea estímulos a su accionar (premios y distinciones), facilidades para su expansión (recursos para investigación y desarrollo), asistencia a ferias y participación en concursos, y acceso a recursos para la gestión comercial y orientación de nuevos mercados.*
- *El desarrollo de una estructura óptima de tecnología de información y comunicación, reduce los costos de las empresas, incrementa el alcance de nuevos mercados, mejora el flujo de información y facilita la innovación. Por ello, la formación y el apoyo en la integración de estas tecnologías a las empresas es una necesidad sentida.*
- *Instituciones que brinden facilidades físicas, procesos de formación, proceso de acompañamiento, acceso a potenciales clientes/proveedores/inversionistas, son necesarias para el éxito empresarial. Por ello, es importante que el Gobierno Nacional apoye la creación y el fortalecimiento de las siguientes*

acciones, que respaldan la ejecución real de la política pública: preincubadoras, incubadoras, programas de generación y desarrollo de ideas, programas de diseño de conceptos y modelos de empresa, programas de acompañamiento empresarial, y programas de pregrado y postgrado con orientación empresarial.

- *Los procesos de desarrollo y transferencia de investigación y tecnología reciben una calificación baja por parte de los expertos nacionales. En este frente es necesario crear facilidades especiales para: el desarrollo de aquellos proyectos intensivos en conocimientos y en tecnología, la consolidación de parques de ciencia y de tecnología con facilidades y recursos para el desarrollo investigativo, la creación de centros de innovación y de transferencia tecnológica, la creación de oficinas de adaptación y transferencia tecnológica, la integración con grupos empresariales internacionales, el registro y comercialización de propiedad intelectual, la consolidación de fuentes especiales de financiación a través de las regalías en ciencia y tecnología para buscar el desarrollo de este tipo de empresarios y empresas.*
- *Es importante facilitar el tránsito de las nuevas empresas hacia la formalidad a través de la reducción de la burocracia (procedimientos y trámites engorrosos), y la reformulación de los costos y las reglamentaciones que estén acordes a las capacidades de estas empresas.*
- *Los modelos de financiación, que siguen siendo mal evaluados por los expertos nacionales, requieren una revisión detallada; no sólo en términos de los procedimientos de análisis y operación sino también en la ampliación de fuentes privadas y públicas para este fin. Bases de datos de financiadores reales de nuevas empresas deben estar disponibles en los Centros de Información y en los Centros de Desarrollo Empresarial.*
- *En lo referente a las características de las empresas nacientes, nuevas y establecidas, hay varios factores que preocupan: uso de tecnología poco moderna, baja orientación a la internacionalización, bajo nivel de nuevos empleos creados y poca proyección superior a 10 empleos, productos poco novedosos, y mucha competencia. Todos estos hechos refuerzan varias necesidades que han sido mencionadas previamente,*

pero que se pueden integrar en la falta de una visión y de una capacidad empresarial basada en innovación y en espíritu empresarial. La formación y la mentoría en estos frentes es vital para poder tener mejores empresas.

- *La actividad intraempresarial en Colombia es muy baja. Este resultado exige que las universidades y el sistema educativo, organicen y adecuen sus procesos educativos para brindarle a sus egresados (los futuros funcionarios de las empresas), las competencias empresariales que la actividad intraempresarial requiere. No se pueden esperar resultados diferentes en estas variables, si el sistema educativo sigue con la misma orientación: formar seguidores que se adapten a lo existente y no formar a intraempresarios que generen cambios en las organizaciones.*
- *Una de las recomendaciones que esta investigación hace al gobierno y a las entidades operadoras de proyectos y programas de apoyo al sistema de creación de empresa, es el uso de un tablero de control de variables asociadas al proceso empresarial. Se propone el esquema gráfico que aparece al final de este libro.*
- *Es fundamental asegurar la realización anual de esta investigación ya que es la única a nivel mundial que estudia el proceso empresarial desde la óptica de la población general y que da diagnósticos sobre el estado de las variables propias del proceso empresarial. Se requiere financiación para cubrir los costos de esta investigación y poderla ampliar a estudios regionales. El gobierno y los gremios empresariales deben vincularse a este proyecto investigativo de manera conceptual y financiera.*



Anexo 1. Glosario de los principales términos e indicadores

Indicador	Descripción
ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRESARIALES	
Percepción de oportunidades	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que identifica buenas oportunidades para empezar una empresa en el área donde ellos viven.
Percepción de capacidades	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que creen tener las habilidades y los conocimientos requeridos para comenzar una empresa.
Temor al fracaso	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que, con una oportunidad percibida, dejarían de realizarla por temor a fracasar.
Empresarios intencionales	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que no están involucrados en proceso empresariales y que intentarían comenzar una empresa en los próximos tres años.
Carrera deseable	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años quienes están de acuerdo con el enunciado de que la mayoría de personas en su país considera la creación de empresa como una carrera deseable.
Alto estatus	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que están de acuerdo con el enunciado de que en su país los empresarios exitosos son reconocidos y tienen reconocimiento.
Cobertura de los medios	Porcentaje de personas entre 18 y 64 años que está de acuerdo con el enunciado de que en su país, con frecuencia, se presentan en los medios, noticias sobre nuevas empresas y empresarios exitosos.
ACTIVIDAD EMPRESARIAL	
Empresarios nacientes	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que actualmente son empresarios nacientes, o sea que, están activamente comprometidos con el establecimiento de una empresa de la cual son propietarios o copropietarios, y que no ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de pago a los empleados ni a los dueños, en dinero o en especie, por más de tres meses.
Empresarios nuevos	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son actualmente los propietarios y los directores de una empresa, que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro pago a los propietarios o a los empleados, en dinero o en especie, por un período que va de los 3 a los 42 meses.
Tasa de actividad empresarial temprana (TEA)	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son empresarios nacientes o empresarios nuevos.
TEA por oportunidad	Porcentaje de aquellos involucrados en nuevas actividades empresariales y que acogieron este camino, porque identificaron una oportunidad, o porque creyeron que con la oportunidad serían independientes o incrementarían su ingreso.
TEA por necesidad	Porcentaje de aquellos que están en nueva actividad empresarial y que acogieron este camino por que no tenían otras opciones de trabajo.

Indicador	Descripción
Discontinuidades empresariales	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que en los últimos 12 meses ha discontinuado una empresa, bien sea por venderla, cerrarla, reubicarla o cualquier otro mecanismo que lleve a la separación de la empresa.
Empresarios establecidos	Porcentaje de personas entre los 18 y los 64 años que son propietarios y directivos de una empresa establecida, que ha pagado salarios, honorarios o cualquier otro tipo de remuneración a sus propietarios o a sus empleados, en dinero o en especie, por más de 42 meses.
<i>ASPIRACIONES EMPRESARIALES</i>	
Actividad empresarial temprana, con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que esperan generar al menos 20 puestos de trabajo en los próximos años
Actividad empresarial temprana con medianas expectativas de crecimiento.	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que esperan generar al menos 5 puestos de trabajo en los próximos años.
Actividad empresarial temprana orientada a nuevos productos y mercados	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que indican que sus productos o servicios son nuevos para algunos clientes e indican que no tienen muchos competidores que ofrezcan el mismo servicio o producto.
Actividad empresarial orientada internacionalmente	Porcentaje de nuevas iniciativas empresariales que tienen más del 25% de sus clientes en otros países.



Anexo 2. Trabajo de Campo APS

Universo

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

Tipo de Muestreo

Para la sección de la persona específica a encuestar en cada hogar se utilizó la técnica de muestreo aleatorio estratificado bietápico. En cada estrato se seleccionó aleatoriamente el hogar a ser encuestado y luego a partir de una regla de selección aleatoria (tabla de números aleatorios), se definió la persona a encuestar telefónicamente, obedeciendo al diseño muestral definido.

Ficha Metodológica Encuesta a Población Adulta (APS)

Tipo de estudio	Cuantitativo
Población Objetivo	Adultos colombianos entre 18 y 64 años.
Tipo de instrumento	Encuesta estructurada administrada cara a cara
Muestra	2.069 personas
Fecha de trabajo de campo	Julio y Agosto de 2016
Entidad encuestadora	INFO Investigaciones

Tamaño final de la muestra APS

Departamento	Ciudad	Muestra
Bogotá	Bogotá	715
Antioquia	Medellín	187
Santander	Bucaramanga	40
Norte de Santander	Cúcuta	45
Risaralda	Pereira	38
Tolima	Ibagué	47
Atlántico	Barranquilla	79
Bolívar	Cartagena	80
Magdalena	Santa Marta	31
Sucre	Sincelejo	31
Valle del Cauca	Cali	172
Nariño	Pasto	32
Meta	Villavicencio	35
Amazonas	Leticia	30
Meta	Acacías	20
Magdalena	Aracataca	15
Bolívar	Arjona	20
Atlántico	Baranoa	20
Tolima	Cajamarca	25
Antioquia	Caldas	26
Norte de Santander	Chinácota	25
Magdalena	Ciénaga	20
Antioquia	Copacabana	25
Cauca	Corinto	14
Risaralda	Dosquebradas	41
Cauca	El Tambo	15
Valle del Cauca	Ginebra	16
Meta	Guamal	15
Cundinamarca	Madrid	25
Valle del Cauca	Obando	15
Santander	Piedecuesta	35
Sucre	Sampues	20
Putumayo	Santiago	15
Santander	Zapatoca	23
Valle del Cauca	Zarzal	15
Cundinamarca	Zipaquirá	36
Norte de Santander	Zulia	26
	Total	2.069

Anexo 3. Trabajo de Campo NES

Tipo de estudio	Mixto (Cuantitativo y Cualitativo)
Tipo de instrumento	Encuesta auto administrada en línea
Muestra	42 expertos nacionales
Fecha de trabajo de campo	Mayo, Junio y Julio de 2016
Entidad encuestadora	Equipo GEM Colombia 2016

Lista de Expertos Nacionales GEM Colombia 2016

	Condición Estructural del Entorno para la Actividad Empresarial	Experto Nacional GEM Colombia 2016	Institución
1	Financiamiento	Juan Pablo Rodríguez	Fundación Bavaria
2	Financiamiento	Margarita Arenas	Ginebra Capital
3	Financiamiento	Camilo Guerrero	CECAR
4	Financiamiento	Carlos Alberto Castañeda	Wayra Colombia
5	Políticas de Gobierno	Tatiana León	Connect Bogotá
6	Políticas de Gobierno	Isabela Echeverry	Cámara de Comercio de Cali
7	Políticas de Gobierno	Juliana Ossa	Bancoldex
8	Políticas de Gobierno	Pilar Aragón	Alcaldía de Medellín
9	Políticas de Gobierno	Carlos Miranda	Asociación de Empresarios del Golfo de Morrosquillo
10	Programas de Gobierno	Hernando Enrique Trinidad	Cámara de Comercio de Barranquilla
11	Programas de Gobierno	Claudio Alberto Moreno	iNNpulsa Colombia
12	Programas de Gobierno	Víctor Vargas	Parquesoft Sucre
13	Programas de Gobierno	Rafael Bustamante	Gobernación de Sucre
14	Educación y Formación	Juan Bautista	Consultor empresarial
15	Educación y Formación	Julián Esteban Gutierrez	REUNE
16	Educación y Formación	Ricardo Andrés López	Universidad Autónoma de Occidente
17	Educación y Formación	Maria Andrea Nieto	SENA
18	Transferencia de Investigación y Desarrollo	Yaneth Giha	Colciencias
19	Transferencia de Investigación y Desarrollo	Alejandro Franco	Ruta N Medellín
20	Transferencia de Investigación y Desarrollo	Paola Amar	Universidad Simón Bolívar
21	Transferencia de Investigación y Desarrollo	Leonardo Pineda	Universidad del Rosario

	Condición Estructural del Entorno para la Actividad Empresarial	Experto Nacional GEM Colombia 2016	Institución
22	Transferencia de Investigación y Desarrollo	Julián Pontón	Colciencias
23	Infraestructura Comercial	Damiana Patricia Llano	Gobernación de Antioquia
24	Infraestructura Comercial	Erwin Darío Valderrama	Corporación Bucaramanga Emprendedora
25	Infraestructura Comercial	Maria Paulina Villa	Ruta N Medellín
26	Infraestructura Comercial	Manuel Guillermo Pabón	Centro de Productividad y Competitividad Bucaramanga
27	Infraestructura Comercial	Liney Ramirez	Empresaria
28	Apertura de Mercado Interno	Blanca Ariza	SABMiller
29	Apertura de Mercado Interno	Juan Diego Ramírez	Jefe CTA
	Apertura de Mercado Interno	Felipe Millán	Corporación Internacional de Productividad
31	Apertura de Mercado Interno	Carlos Ignacio Gallego	Nutresa
32	Apertura de Mercado Interno	Juan Carlos Gaitán	EMMAVI CONSULTORES
33	Infraestructura Física	Jean Claude Bessudo	Aviatur
34	Infraestructura Física	Ernesto De Lima	Organización DeLima
35	Infraestructura Física	Oscar Ivan Antury	CALL CENTER S.A.
36	Infraestructura Física	Ricardo Germán Gallo	Alcaldía de Manizales
37	Infraestructura Física	Guillermo Eduardo Márquez	Universidad del Norte
38	Normas Sociales y Culturales	Piedad Cristina Martinez	CECAR
39	Normas Sociales y Culturales	Carlos Arroyave	Universidad EAN
40	Normas Sociales y Culturales	Eddie Yovanny Millan	SENA
41	Normas Sociales y Culturales	Milenka Linneth Argote	FUCS
42	Normas Sociales y Culturales	Jaime Alberto Camacho	Universidad Industrial de Santander

Anexo 4. Interpretación de los elementos que componen cada una de las 9 características del ecosistema empresarial (NES).

1. Financiación	En Colombia
Capital propio	Los empresarios disponen de suficiente capital propio para financiar sus empresas.
Deuda	Hay suficientes medios de financiación procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.
Subsidios Públicos	Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.
Inversionistas informales	Es común obtener financiación proporcionada por inversionistas informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares) y/o personas privadas (que no poseen parte de las empresas en las que invierten) para las empresas nuevas y en crecimiento.
Ángeles Inversionistas	Hay suficiente oferta de financiación proporcionada por Ángeles Inversionistas para las empresas nuevas y en crecimiento.
Capital de Riesgo	Hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.
Oferta Pública de Venta	La salida a la bolsa es una opción que proporciona financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.
Crowdfunding	Es común obtener financiación procedente de prestamistas privados tipo "crowdfunding" para las empresas nuevas y en crecimiento.
2. Políticas de gobierno	En Colombia
Políticas favorables	Las políticas del gobierno favorecen claramente a las nuevas empresas (por ejemplo, a través de licitaciones o aprovisionamiento público).
Prioridad del Gobierno Nacional	El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno nacional.
Prioridad del Gobierno Local	El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política de las administraciones departamentales.
Agilidad de trámites	Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.
Impuestos	Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.
Aplicabilidad	Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.
Facilidad de trámites	Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener los permisos de ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una dificultad mayor para los empresarios.

3. Programas de gobierno

En Colombia

Ventanilla Única	Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales para la creación y el crecimiento de nuevas empresas a través de un solo organismo público (Ventanilla única).
Incubadoras efectivas	Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo para la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las que están en crecimiento.
Programas adecuados	Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.
Funcionarios competentes	Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.
Respuesta oportuna	Casi toda persona que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.
Efectividad	Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.

4. Educación y formación

En Colombia

Iniciativa personal	En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.
Principios de economía de mercado	En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan conocimientos suficientes y adecuados sobre los principios de una economía de mercado.
Espíritu empresarial	En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.
Educación superior	Las universidades y centros de educación superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.
Administración	La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.
Educación continua	Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.

5. Transferencia de Investigación y Desarrollo

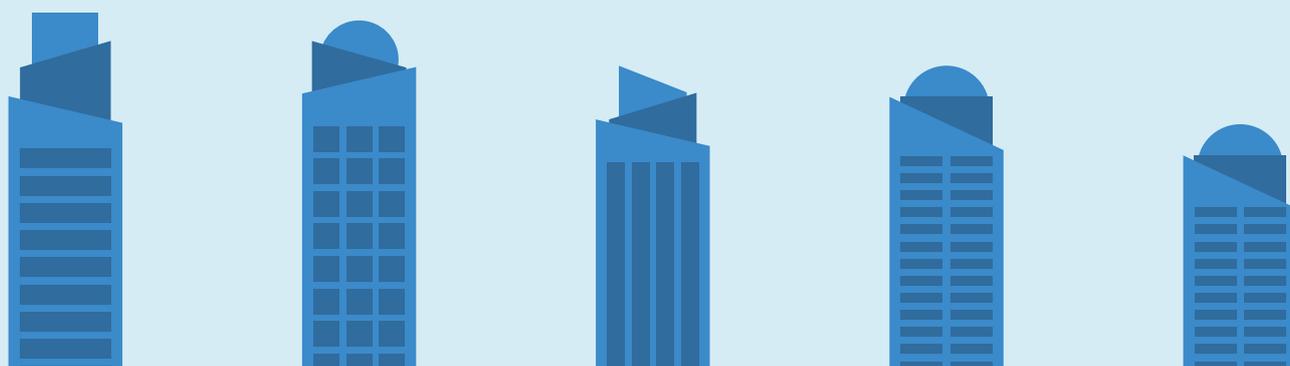
En Colombia

Transferencia	Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.
Acceso de empresas	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas establecidas.
Costo de tecnologías	Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear la adquisición de las últimas tecnologías.
Subsidios	Las subvenciones y ayudas gubernamentales dirigidas a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.
Competitividad	La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.
Apoyo a investigadores	Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.

6. Infraestructura comercial y profesional

En Colombia

Oferta de proveedores	Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.
Costo de proveedores	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de subcontratistas, proveedores y consultores.
Acceso proveedores	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
Acceso a servicios profesionales	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.
Acceso a servicios bancarios	Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales internacionales, cartas de crédito y similares)



7. Apertura del Mercado interno

En Colombia

Cambio en mercados de consumo	Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro.
Cambio en mercados para empresas	Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro.
Acceso a nuevos mercados	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.
Costos de entrada	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada al mercado.
Competencia leal	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.
Legislación antimonopolio	La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.

8. Acceso a la Infraestructura física

En Colombia

Infraestructura para empresarios	Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento
Costo telecomunicaciones	No es excesivamente costoso para una empresa nueva o en crecimiento acceder a servicios de telecomunicaciones (teléfono, Internet, etc.)
Acceso telecomunicaciones	Una empresa nueva o en crecimiento puede adquirir servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).
Costo servicios básicos	Las empresas nuevas y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).
Acceso servicios básicos	Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.

9. Normas sociales y culturales

En Colombia

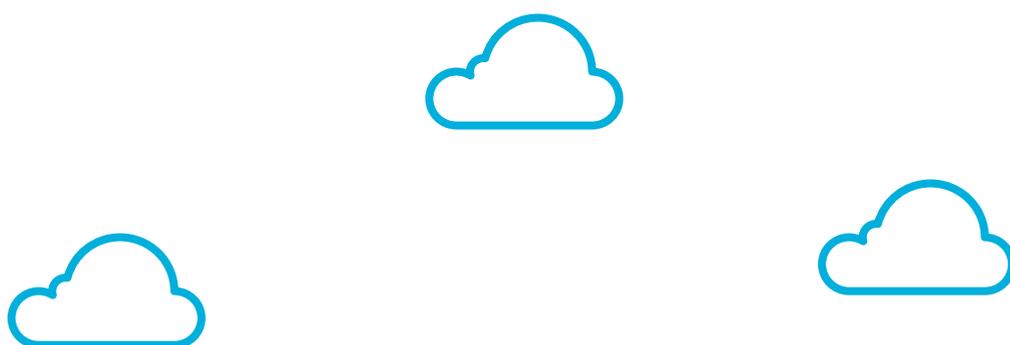
Esfuerzo personal	Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.
Autonomía	Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.
Toma de riesgos	Las normas sociales y culturales estimulan asumir el riesgo empresarial.
Innovación	Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.
Responsabilidad	Las normas sociales y culturales enfatizan que debe ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.

Anexo 5. Actitudes y percepciones empresariales en los países GEM 2016

	País	Percepción de Oportunidades	Percepción de Capacidades	Temor al fracaso	Intenciones Empresariales	Carrera Deseable	Alto Estatus	Cobertura de los medios
Economías impulsadas por innovación	Estados Unidos	57,3	55,1	34,9	16,4	63,7	74,4	72,4
	Grecia	13,0	41,7	70,2	9,3	63,6	65,9	38,5
	Holanda	54,3	41,2	35,1	10,9	77,9	60,2	57,3
	Francia	28,6	36,3	40,4	17,2	57,1	69,0	45,2
	España	25,6	46,7	45,0	6,1	53,7	50,7	49,6
	Italia	28,6	31,2	53,3	11,6	63,3	69,7	52,3
	Suiza	41,4	43,3	36,1	10,9	38,9	66,0	58,3
	Austria	42,2	49,6	46,2	13,0			
	Reino Unido	42,3	48,0	36,2	11,3	58,8	77,2	61,1
	Suecia	78,5	35,5	45,5	10,4	53,6	69,9	62,0
	Alemania	37,6	37,4	44,3	8,1	51,8	78,9	50,5
	Australia	49,3	52,3	42,1	15,4	54,2	71,5	74,3
	Corea	35,3	45,1	33,9	28,1	45,4	60,2	67,8
	Canadá	59,0	54,1	44,1	21,3	65,5	73,5	72,6
	Portugal	29,5	42,4	46,1	15,9	68,8	63,4	68,8
	Luxemburgo	49,8	40,8	51,4	18,3	42,1	69,6	45,9
	Irlanda	45,2	44,9	38,3	16,9	56,3	83,1	72,3
	Chipre	35,9	52,4	58,6	20,1	72,7	65,7	42,4
	Finlandia	49,1	35,8	40,5	12,0	40,3	83,0	71,4
	Estonia	52,3	43,7	47,2	21,7	53,2	63,6	52,7
	Eslovenia	25,3	51,8	35,7	14,3	56,8	69,0	65,9
	Puerto Rico	25,2	47,9	31,6	25,3	21,5	50,5	77,5
	Hong Kong	56,8	32,4	40,2	19,7	55,4	63,4	70,8
	Taiwán	26,5	25,2	41,8	28,3	73,2	62,2	83,9
	Emiratos Árabes Unidos	25,8	55,2	50,1	49,3	75,1	82,3	83,8
	Israel	53,7	41,1	53,5	25,6	64,2	85,5	53,8
	Catar	48,4	50,6	32,4	42,3	71,2	80,4	66,7

	País	Percepción de Oportunidades	Percepción de Capacidades	Temor al fracaso	Intenciones Empresariales	Carrera Deseable	Alto Estatus	Cobertura de los medios
Economías impulsadas por eficiencia	Egipto	53,5	46,4	33,2	65,5	83,4	87,1	62,1
	África del Sur	35,0	37,9	35,6	12,4	72,6	78,1	74,2
	Hungría	30,1	38,4	49,7	18,1	52,8	71,0	40,7
	Polonia	39,5	60,2	58,4	23,5	61,9	56,2	57,7
	Perú	56,6	69,0	32,4	48,9	68,1	70,8	75,2
	México	39,4	40,7	31,1	16,1	44,5	47,2	41,0
	Argentina	44,3	61,2	34,1	28,8	61,7	50,4	58,5
	Brasil	40,2	53,6	42,4	28,1			
	Chile	50,4	61,2	31,2	47,9	65,6	63,9	60,3
	Colombia	51,4	67,9	25,6	53,0	67,2	76,2	54,2
	Malasia	25,4	28,3	35,4	6,4	44,1	50,3	56,4
	Indonesia	43,1	55,1	48,5	29,7	69,0	79,3	77,1
	Tailandia	37,7	43,5	57,9	23,5	73,7	73,6	78,3
	China	37,3	29,8	41,0	26,4	70,3	77,8	79,3
	Turquía	49,6	54,2	35,7	36,8	80,8	72,1	55,8
	Marruecos	45,0	56,1	38,9	37,2	79,3	58,7	60,7
	Bulgaria	21,0	39,7	44,1	8,7	53,0	66,9	40,7
	Letonia	31,9	49,9	42,7	22,3	55,2	57,8	56,3
	Croacia	24,6	50,2	46,0	22,3	62,2	45,6	47,2
	Macedonia	38,4	54,5	41,7	26,6	64,8	58,5	60,7
	Eslovaquia	23,0	44,0	49,4	12,8	50,6	60,2	60,9
	Belice	71,8	84,7	29,4	51,7	65,6	71,3	51,3
	Guatemala	48,2	61,6	35,5	39,2	95,2	78,3	63,8
	El Salvador	38,9	70,6	37,0	33,5	71,5	52,7	49,6
	Panamá	42,4	48,0	26,3	13,3	63,2	59,7	46,8
	Ecuador	45,5	71,3	32,5	42,7	59,5	61,1	69,5
	Uruguay	28,6	55,6	37,0	29,3	58,7	55,8	58,8
	Jamaica	64,4	83,5	26,9	39,6	85,2	84,5	87,2
	Lebanon	59,6	68,1	38,5	45,9			
	Jordania	30,5	48,4	40,5	21,0	73,5	82,3	74,7
	Georgia	29,5	41,6	35,6	15,3	71,4	79,7	57,6
	Saudí Arabia	81,5	70,7	41,5	25,8	81,3	78,7	75,9

	País	Percepción de Oportunidades	Percepción de Capacidades	Temor al fracaso	Intenciones Empresariales	Carrera Deseable	Alto Estatus	Cobertura de los medios
Economías impulsadas por factores	Rusia	17,9	28,4	44,8	5,0	63,4	65,6	48,9
	India	44,3	44,0	34,7	19,7	44,4	46,7	39,7
	Irán	34,4	59,3	46,2	46,8	52,4	80,5	58,0
	Burkina Faso	61,9	76,7	21,1	71,9	80,6	90,6	67,2
	Camerún	63,8	75,8	22,8	44,4	57,3	69,2	60,2
	Kazajistán	44,2	50,0	29,6	23,5	74,3	82,0	75,0



Anexo 6. Actividad Empresarial en los países GEM 2016

	Tasa de Empresarios Nacientes	Tasa de Nuevos Empresarios	Tasa de Actividad Empresarial Temprana (TEA)	Tasa de Empresarios Establecidos	Discontinuidad Empresarial	TEA por Necesidad	TEA por Oportunidad
Estados Unidos	8,9	4,0	12,6	9,2	3,4	1,4	11,1
Grecia	3,2	2,6	5,7	14,1	4,1	1,9	3,7
Holanda	5,7	5,4	11,0	10,2	2,7	2,3	8,5
Francia	3,1	2,3	5,3	4,3	2,1	0,6	4,6
España	2,3	2,9	5,2	6,2	1,6	1,4	3,7
Italia	2,3	2,2	4,4	5,3	1,2	0,5	3,8
Suiza	5,1	3,2	8,2	11,1	1,8	1,2	6,8
Austria	6,0	3,7	9,6	8,8	3,3	1,5	7,6
Reino Unido	5,2	3,7	8,8	6,1	2,3	1,2	7,3
Suecia	5,8	1,8	7,6	4,5	2,8	0,3	6,7
Alemania	2,9	1,7	4,6	7,0	1,6	1,0	3,5
Australia	8,8	6,2	14,6	11,3	3,5	2,4	11,7
Corea	3,7	3,0	6,7	6,6	1,5	1,6	5,0
Canadá	10,0	6,9	16,7	6,8	6,2	2,4	13,4
Portugal	4,7	3,7	8,2	7,1	1,9	1,7	6,3
Luxemburgo	6,4	2,9	9,2	3,2	3,2	1,0	7,8
Irlanda	7,0	4,4	10,9	4,4	3,1	1,7	9,0
Chipre	7,6	4,5	12,0	8,2	4,1	2,9	8,8
Finlandia	4,3	2,7	6,7	7,3	2,0	0,5	5,8
Estonia	11,7	4,8	16,2	7,8	4,2	2,9	12,9
Eslovenia	5,1	3,1	8,0	6,8	2,0	1,8	6,1
Puerto Rico	8,5	2,0	10,3	1,7	2,5	3,2	6,9
Hong Kong	5,0	4,7	9,4	6,1	3,5	1,6	7,7
Taiwán	3,6	4,7	8,2	7,7	3,9	1,8	6,3
Emiratos Árabes Unidos	1,3	4,4	5,7	1,9	3,6	1,7	3,5
Israel	7,0	4,5	11,3	4,0	4,4	1,7	9,1
Catar	4,3	3,6	7,9	3,0	5,1	0,8	6,5

Economías impulsadas por innovación

	Tasa de Empresarios Nacientes	Tasa de Nuevos Empresarios	Tasa de Actividad Empresarial Temprana (TEA)	Tasa de Empresarios Establecidos	Discontinuidad Empresarial	TEA por Necesidad	TEA por Oportunidad
Egipto	8,2	6,6	14,3	6,1	9,1	4,5	8,8
África del Sur	3,9	3,3	6,9	2,5	4,5	1,6	5,1
Hungría	4,8	3,2	7,9	5,5	2,1	1,6	6,1
Polonia	4,6	6,1	10,7	7,1	3,8	2,8	7,6
Perú	19,9	5,7	25,1	6,1	6,1	3,2	20,6
México	6,1	3,6	9,6	7,5	3,6	1,8	7,6
Argentina	8,9	5,7	14,5	7,9	5,6	4,5	9,7
Brasil	6,2	14,0	19,6	16,9	4,6	8,3	11,2
Chile	15,6	9,3	24,2	8,0	6,4	5,5	18,3
Colombia	16,3	11,3	27,4	8,9	8,2	3,6	23,5
Malasia	2,0	2,8	4,7	4,7	1,7	0,8	3,9
Indonesia	3,9	10,4	14,1	15,3	2,3	2,0	11,7
Tailandia	5,2	12,6	17,2	27,5	4,5	3,4	13,4
China	4,5	6,1	10,3	7,5	3,5	2,8	7,3
Turquía	8,9	7,6	16,1	9,4	5,3	2,8	12,1
Marruecos	1,3	4,3	5,6	7,5	3,6	1,5	4,0
Bulgaria	2,6	2,2	4,8	6,2	1,9	1,5	3,3
Letonia	9,7	4,9	14,2	9,6	3,3	2,0	11,8
Croacia	6,1	2,5	8,4	4,2	4,3	2,6	5,6
Macedonia	3,4	3,1	6,5	7,2	2,1	2,5	3,6
Eslovaquia	6,4	3,2	9,5	6,1	4,2	3,8	5,2
Belice	18,7	10,7	28,8	5,3	12,9	2,4	25,4
Guatemala	12,2	8,6	20,1	9,1	3,6	7,7	12,3
El Salvador	8,0	6,7	14,3	11,5	6,8	5,2	9,1
Panamá	8,6	4,7	13,2	4,4	2,6	2,0	10,9
Ecuador	22,4	11,0	31,8	14,3	9,5	8,9	20,8
Uruguay	10,1	4,2	14,1	7,4	6,1	4,0	10,0
Jamaica	4,1	5,8	9,9	8,2	5,2	4,4	4,6
Lebanon	9,5	12,1	21,2	20,1	7,3	8,3	12,1
Jordania	4,1	4,6	8,2	2,7	5,6	2,2	5,6
Georgia	4,6	4,3	8,6	8,6	4,0	4,4	4,2
Arabia Saudita	3,7	7,7	11,4	2,3	6,1	0,9	10,6

Economías impulsadas por eficiencia

	Tasa de Empresarios Nacientes	Tasa de Nuevos Empresarios	Tasa de Actividad Empresarial Temprana (TEA)	Tasa de Empresarios Establecidos	Discontinuidad Empresarial	TEA por Necesidad	TEA por Oportunidad
Economías impulsadas por factores	Rusia	3,2	3,0	6,3	5,3	2,1	4,2
	India	3,9	6,8	10,6	4,6	4,6	6,5
	Irán	6,9	6,2	12,8	11,6	7,7	8,1
	Burkina Faso	21,2	13,5	33,5	28,0	8,3	23,1
	Camerún	17,8	10,9	27,6	15,2	10,9	16,7
	Kazajistán	6,9	3,4	10,2	2,4	2,9	7,0



Anexo 7. Equipo GEM Colombia 2016

Institución	Miembros	Correo
Universidad Icesi	Rodrigo Varela	rvarela@icesi.edu.co
	Jhon Moreno	jamoreno@icesi.edu.co
	Camila Franco	mcf franco@icesi.edu.co
Universidad del Norte	Liyis Gómez	mgomez@uninorte.edu.co
	Sara López	sjlopez@uninorte.edu.co
	Natalia Hernández	gem@uninorte.edu.co
Pontificia Universidad Javeriana–Cali	Fabián Osorio	fosorio@javerianacali.edu.co
	Fernando Pereira	fpereira@javerianacali.edu.co
	Diana Riveros	dlriveros@javerianacali.edu.co
Universidad EAN	Francisco Matiz	fjmatiz@ean.edu.co
	León Darío Parra	ldparra@ean.edu.co
	Jairo Orozco	jaorozco@ean.edu.co
Universidad Cooperativa de Colombia	Myriam Carrillo	myriam.carrillo@ucc.edu.co
	Hernán Pérez	hernan.perez@ucc.edu.co
	Gustavo García	gustavo.garciac@campusucc.edu.co
Corporación Universitaria del Caribe (CECAR)	Piedad Buelvas	piedad.buelvas@cecar.edu.co
	Andrés Viloría	andres.viloría@cecar.edu.co
	José Mejía	jose.mejia@cecar.edu.co

Entidad encuestadora: INFO INVESTIGACIONES S.A.S

Gerente: María Cristina Cortes

ccortes@infoinvestigaciones.com

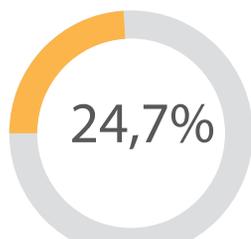
Consortio nacional de investigación GEM Colombia

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

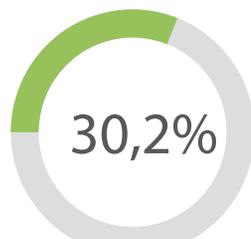
Anexo 8. Equipos que participaron en GEM 2016

Los datos de los equipos de los 66 países que participaron en el ciclo investigativo GEM 2016, sus patrocinadores, la entidad encuestadora, la metodología usada en las encuestas, el número de encuestas y sus datos de contacto están incluidos en el informe global, que se puede consultar y descargar en la página web:

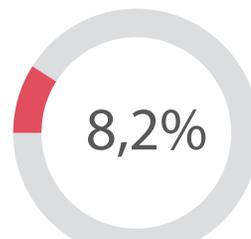
<http://www.gemconsortium.org/>



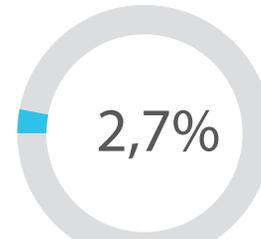
TEA Mujeres



TEA Hombres



Discontinuidad



Intraempresarios

Condiciones del Ecosistema Empresarial

	Apoyo financiero	2,2
	Políticas de gobierno	2,4
	Programas de gobierno	2,8
	Educación empresarial	2,5
	Transferencia investigación y desarrollo	2,2
	Infraestructura comercial y profesional	2,5
	Apertura de mercado interno	2,6
	Acceso a la Infraestructura física	3,6
	Normas sociales y culturales	3,4

Se usó una escala Likert de 5 puntos, en la cual se evaluaron los enunciados del anexo 4, en donde: 1 significa completamente falso y 5 completamente verdadero.

Empresas Colombianas

	Empresas Nacientes y Nuevas (TEA)	Empresas Establecidas
Tecnología nueva en las empresas (Menor a 5 años)	16%	9%
Novedad del producto y/o servicio	12%	8%
Mucha competencia	79%	83%
Registro empresarial	41%	56%
Menos del 25% de ventas en el mercado internacional	67%	67%
Expectativa de generación de empleo en 5 años (6 y 9 empleos)	10%	26%

Tubería Empresarial

