

Desarrollo empresarial y emprendimiento en Colombia

Informe del estudio GEM Colombia 2006

Por **José Alonso González**

Coordinador de Emprendimiento

Universidad de San Buenaventura Cali

jagonzal@usbcali.edu.co

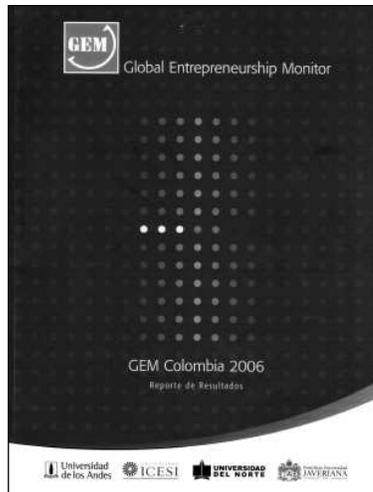
Un reciente estudio de Global Entrepreneurship Monitor, GEM-Colombia en las versiones 2006 y 2007, da a conocer algunas situaciones particularmente llamativas para quienes lideran u orientan políticas o programas en torno al tema del desarrollo empresarial y del emprendimiento en el país. Debido a los múltiples significados que se le han asignado a este último concepto, el equipo GEM-Colombia acoge la siguiente definición: *“conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de creación de nuevas empresas”*.

Desde luego que los resultados arrojados de la primera versión dejan abierta la discusión no sólo sobre los resultados mismos del emprendimiento, sino sobre su alcance y aspectos metodológicos. En virtud de ello, se han socializado los resultados en diferentes escenarios, contribuyendo de paso a su difusión. El estudio fue creado por el Babson College e Boston, Estados Unidos y London Business School, de Londres, Reino Unido.

El GEM actualmente es una de las más grandes redes de colaboración intelectual y de investigación en el mundo enfocada al tema de la creación de empresas. Esta posición de liderazgo se sustenta en la pertinencia del modelo que establece y respalda la relación existente entre la creación de nuevas empresas con el desarrollo económico.

En este sentido, y tal como advierte el GEM, el desarrollo económico, entendido en términos del crecimiento del PIB y de la generación de empleo, es el resultado de la dinámica de dos grandes fuerzas: la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las ya existentes.

La investigación centra sus análisis en la creación y crecimiento de empresas, lo que incluye datos sobre su declive y desaparición,



y acoge aspectos inherentes a la actividad empresarial, que resultan determinantes para su fracaso o su éxito, tales como: la competencia, el desarrollo tecnológico y la innovación.

En cuanto a la creación de nuevas empresas, el estudio se refiere especialmente a la existencia y percepción de oportunidades para su nacimiento, así como también a la existencia de factores motivacionales y competencias por parte de quienes deciden convertirse en empresarios.

Desde luego que este trabajo no es ajeno al contexto en el cual se desarrolla la actividad empresarial; en ese sentido toma alta importancia cada uno de los informes por país, pues tiene en cuenta variables como: el ambiente de negocios, el aspecto económico general, el grado de apertura, el papel del gobierno y de las instituciones financieras, los niveles de investigación y desarrollo en ciencia y tecnología y la calidad de la infraestructura física, entre otras, así como el papel y la influencia de lo social, lo cultural y lo político. Todo esto garantiza que los resultados del informe están atemperados a aquellas situaciones o fenómenos que particularizan una sociedad de otra.

El estudio GEM-Colombia 2006 se une al que actualmente realizan 42 países, entre los que se destacan Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido, Estados Unidos, Dinamarca, Finlandia e Israel. En el ámbito latinoamericano, a partir del año 2000, iniciaron el estudio Argentina y Brasil. En el

2001 se sumó México. En 2002, Chile. En 2003, Venezuela. En 2004, Ecuador y Perú. En 2006, Uruguay y Colombia.

Resulta, entonces, de mayor relevancia hacer una lectura paralela de informes, particularmente con aquellos países con los que vale la comparación por razones de competitividad regional. De igual manera, el informe GEM-Colombia 2006 tomará más importancia en la medida en que a futuro se pueda contar con informes de varios períodos, lo que permita un amplio espectro de análisis y, sobre todo, la observación sobre el impacto de medidas o programas diseñados y ejecutados en procura de fomentar el desarrollo empresarial y la cultura de emprendimiento de la población.

El estudio abarca tres fuentes:

1. Encuesta a la población comprendida entre los 18 a los 64 años de edad (*Adult Population Survey, APS*). Dentro de esta población se obtienen datos de todas aquellas personas que están en proceso de crear empresa o que son propietarias parciales o totales de alguna. En cuanto a la tipología de las empresas se consideran *empresas nacientes o start ups, empresas nuevas o baby Business o empresas establecidas o established Business*. Cada categoría con un rango de tiempo específico.
2. Observación de expertos, los cuales son objeto de encuestas (*Expert Questionnaire, EQ*). Este apartado metodológico le imprime un sello de confiabilidad a la investigación por cuanto a través de entrevistas y cuestionarios se logra recoger valiosa información de personas vinculadas a la actividad empresarial. Para el caso colombiano, se contó con la participación de 43 expertos de ciudades como Bogotá, Barranquilla, Cali y Medellín, de los sectores empresarial, gremial, académico, alto gobierno, desarrolladores de políticas públicas y líderes de organismos de apoyo y promoción para la creación de empresas, como fundaciones y cajas de compensación.
3. Fuentes secundarias, relacionadas con variables socio-económicas de los países (*Secondary Variables, SV*). Este apartado

garantiza la pertinencia contextual de la información obtenida a través de los componentes anteriores. Entre la información recopilada se cuenta: *tamaño de la población, nivel de ingresos, tasa de empleo/desempleo, niveles de escolaridad, inversión en investigación y desarrollo, infraestructura vial, entre otros*. Entre las fuentes consultadas se destacan: *Banco Mundial, FMI, World Economic Forum, OCDE, ONU, UNESCO*. Para Latinoamérica y Colombia: *CEPAL, Fedesarrollo, DNP, DANE, Banco de la República*.

En definitiva, la importancia de este trabajo se centra en la posibilidad de apreciar no sólo el comportamiento empresarial del país, sino de advertir tendencias y comportamientos a nivel global o continental, según el interés del analista o grupo de estudio. En esta dirección se transcriben algunos resultados del estudio.

- La tasa de creación de nuevas empresas –TEA–, es generalmente más alta en los países con menor PIB per cápita. Sin embargo, los de mayores PIB per cápita muestran una orientación más fuerte hacia la creación de empresas por oportunidad.
- La TEA más alta la obtuvo Perú, con 40,2% y la más baja Bélgica, con el 2,7%.
- Los nuevos empresarios por necesidad son más frecuentes en países de ingresos medios, aunque existen variaciones significativas.
- Al comparar la novedad de productos o servicios ofrecidos por las empresas nuevas Vs. las ya establecidas se encontró que estas apenas ofrecen un portafolio totalmente innovador (entre el 10% y el 19%); algunos productos innovadores (entre el 20% y el 30%); y ningún producto innovador (entre el 50% y el 70%). Es claro que la innovación es mayor en las nuevas empresas que en las establecidas.
- El porcentaje de nuevas empresas que no usan nuevas tecnologías fluctúa entre 60% y 75%, las cuales se establecen mayormente en los países de ingresos medios.

- En relación con la distribución sectorial de las empresas, tanto nuevas como establecidas, se encontró que en los países de ingreso medio las orientadas al sector comercial o de bienes de consumo representan entre el 48% y el 52%, las de servicios industriales entre el 7% y el 9%, las de transformación entre el 31% y el 32% y las extractivas entre el 8% y el 12%.
- No hay diferencias considerables al comparar la edad de los nuevos empresarios entre países de ingreso medio y alto.
- La mayor cantidad de nuevos empresarios tienen edades entre 25 y 34 años; los propietarios de empresas establecidas son más numerosos en el rango de 45 a 54 años.
- Las diferencias por género son significativas. En la mayoría de países los hombres mostraron mayor tendencia hacia la creación de empresas que las mujeres. Sólo en Filipinas, Malasia y China se presenta que la tendencia sea mayor en mujeres que en hombres, pero con diferencias mínimas.
- La ocupación previa de la mayoría de los nuevos empresarios en todos los países eran actividades laborales y muy pocos desempleados, jubilados o estudiantes.
- Igual que en estudios de años anteriores, se observa que la mayoría de los nuevos empresarios son personas con estudios universitarios y en muchos casos con postgrados.
- Se halló también que aquellas personas que tienen mayor ingreso familiar tienen mayor tendencia a crear empresa. Esta relación no es tan fuerte en países de ingreso medio.

El informe establece la tasa de creación de nuevas empresas (TEA) como uno de sus indicadores más importante, el cual mide el porcentaje de población entre 18 y 64 años que ha creado una nueva empresa que está en operación y que ha funcionado por un tiempo inferior a 42 meses, de la cual son propietarios parciales o totales, además de participar en la administración de la misma.

Una de las distinciones que plantea el estudio y que es objeto de mayor análisis es el reconocimiento de dos tipos de personas que crean nuevas empresas: unos que toman la decisión basados en la percepción de una oportunidad (nuevos empresarios por oportunidad) y otros que se ven forzados por las circunstancias (nuevos empresarios por necesidad).

Sin lugar a dudas esta es una clasificación que para el contexto colombiano, y muy seguramente para muchos países de Latinoamérica, ofrece variadas lecturas y análisis. En los salones de clase con estudiantes universitarios se trabaja la opción de la oportunidad, sin distingo de la necesidad que pueda mover a cada uno de ellos a su creación real en el corto o mediano plazo.

De acuerdo con lo anterior, pareciera que estas dos situaciones pueden ser trabajadas como referentes de análisis de manera separada. Sin embargo una persona podría crear una nueva empresa a partir de la percepción y estudio de una oportunidad, pero también puede estar movida por circunstancias de necesidad, bajos ingresos, carencia de un empleo estable, entre otros.

El caso es que resulta una clasificación bastante interesante y con marcadas diferencias entre los países que la aplican.

Justamente el estudio hace la clasificación en dos categorías: con ingresos medios (PIB per cápita inferior a US\$20.000 bajo el concepto de paridad de compra) y con ingresos altos (PIB per cápita superior a US\$20.000 bajo el mismo concepto). En la primera categoría participaron: *Argentina, Brasil, Chile, China, Colombia, Croacia, Hungría, India, entre otros*. En la otra categoría participaron: *Australia, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Islandia, Irlanda, entre otros*.

El informe consta de ocho capítulos que ilustran sobre las siguientes temáticas: *El modelo GEM; reporte Global GEM 2006; niveles de actividad de creación de nuevas empresas y existencia de empresas establecidas en Colombia; perfil de los nuevos empresarios y de los propietarios de empresas establecidas; perfil de las nuevas empresas en Colombia; impacto*

de las empresas nuevas y establecidas; actitudes de la población y opinión de los expertos sobre las condiciones generales del entorno en que se desarrolla la creación y el crecimiento de las nuevas empresas en Colombia.

Este informe se configura en una nueva obra de consulta y de análisis; el ejercicio apenas empieza. La ruta está establecida, debe dársele continuidad al estudio pues es la única forma de garantizar que sus resul-

tados pueden tener alta significación en el diseño, formulación y ejecución de planes de desarrollo que contemplen la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento de las existentes, a través de la cultura de emprendimiento de la población.

La consulta de la totalidad del informe, 2006 y 2007, se puede realizar directamente en www.gemcolombia.org