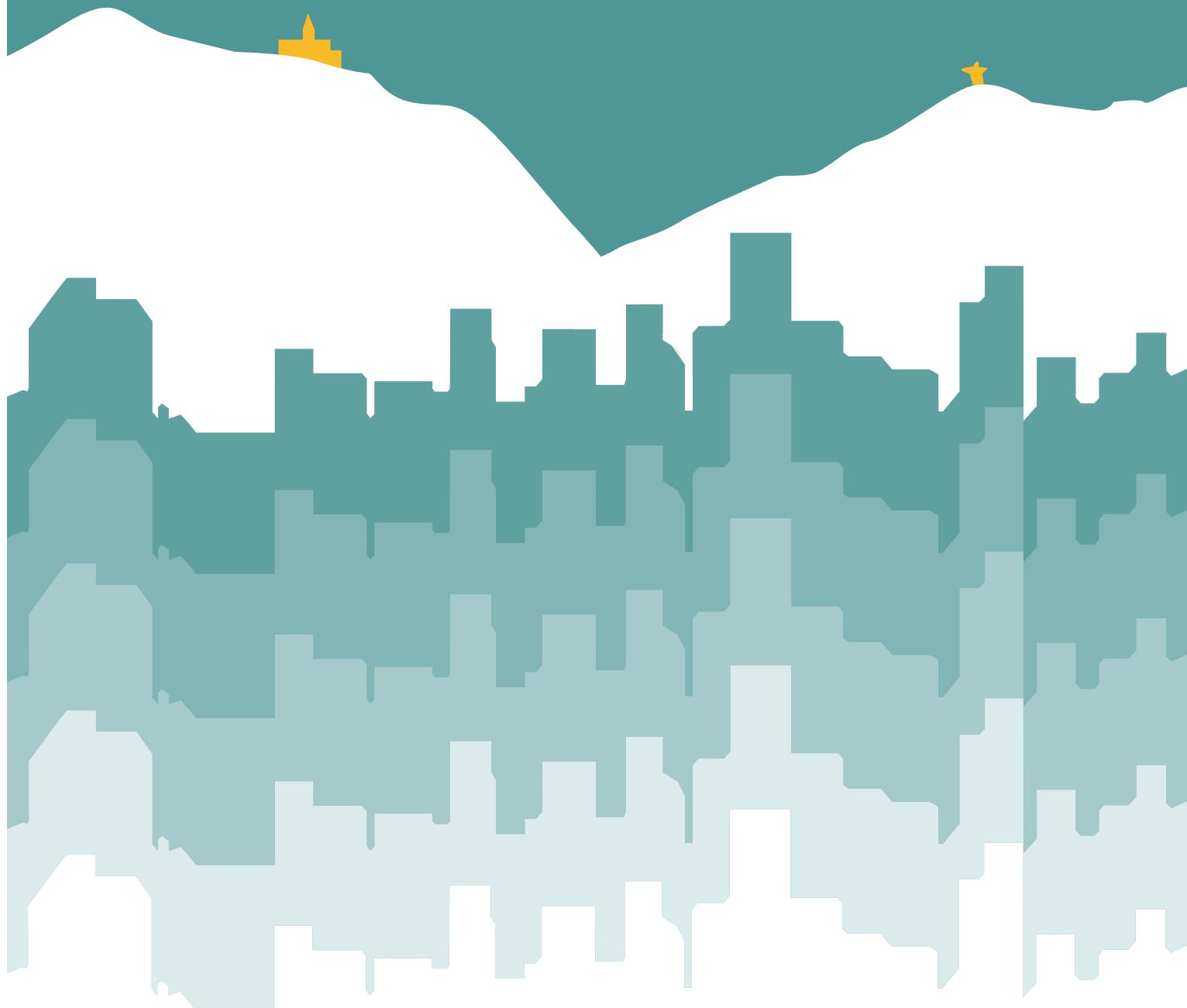




REPORTE ANUAL BOGOTÁ

Global Entrepreneurship Monitor

2012
2013



 **Universidad de los Andes**
Facultad de Administración

 **Cámara de Comercio de Bogotá**
135 años



REPORTE ANUAL BOGOTÁ

Global Entrepreneurship Monitor

2012
2013



GEM, Global Entrepreneurship Monitor : reporte anual Bogotá 2012-2013 / Rafael Augusto Vesga Fajardo y Raúl Fernando Quiroga Marín - Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Administración, Ediciones Uniandes : Cámara de Comercio de Bogotá, 2013.

p. 72; 21,5 cm x 28 cm.

ISSN: 2357-352X



© 2013, Rafael Augusto Vesga Fajardo y Raúl Fernando Quiroga Marín (Universidad de los Andes).

© 2013, Universidad de los Andes y Cámara de Comercio de Bogotá.

El proyecto de investigación GEM, lo realiza un consorcio internacional de investigadores y de instituciones, que estuvo compuesto, en el 2012, por representantes de 54 países en los cinco continentes. En Colombia, el consorcio lo integran la Universidad Icesi, la Universidad del Norte, la Pontificia Universidad Javeriana de Cali y la Universidad de los Andes.

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

Instituciones Patrocinadoras:

- Universidad de los Andes – Facultad de Administración
- Cámara de Comercio de Bogotá

ISSN: 2357-352X

Diseño carátula e interior: Adriana Bermúdez

Corrección de estilo: Proeditor Ltda.

Coordinación editorial: Piedad Salgado

Hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

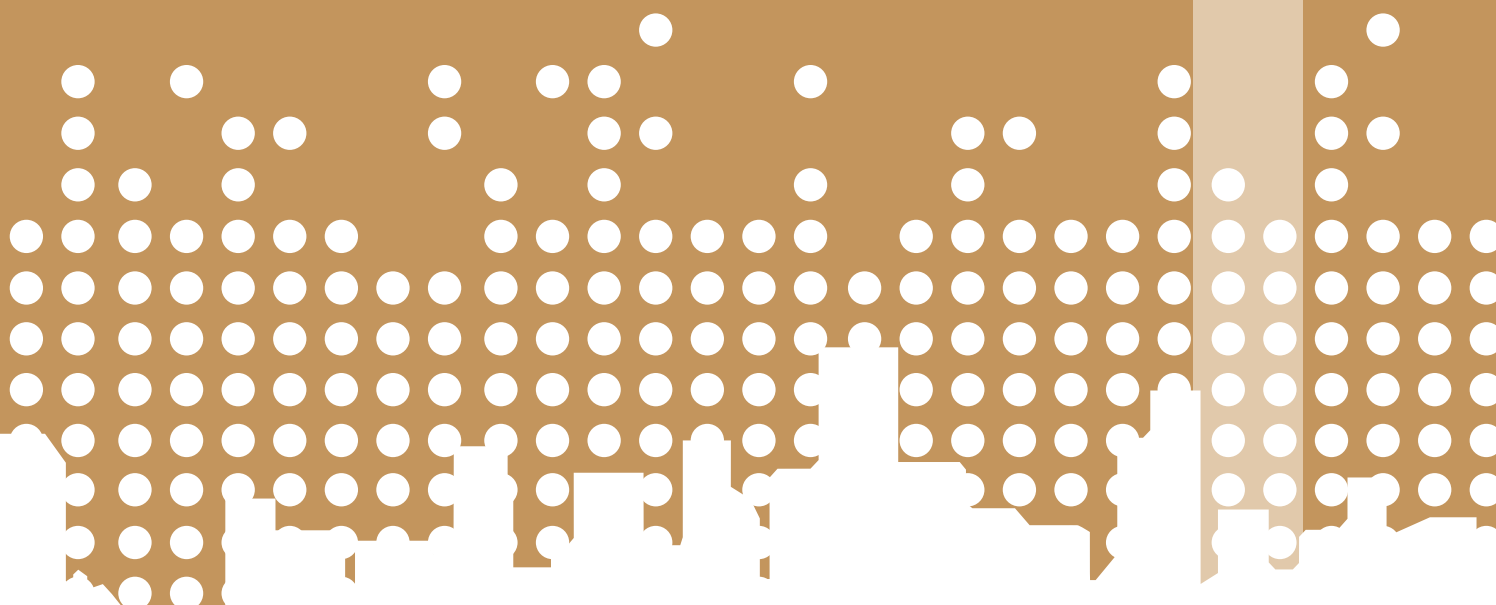
Noviembre 2013

Todos los derechos de esta publicación son reservados, y por ello no puede reproducirse en su totalidad, ni en sus partes, ni registrada o transmitida por algún sistema de recuperación de información, de ninguna forma, ni por ningún medio sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, digital, por fotocopia o por cualquier otro medio sin el permiso previo por escrito del grupo GEM-Bogotá.



Contenido

Introducción. ¿Qué está pasando con el emprendimiento en Bogotá?	2
Capítulo I. La dinámica de la economía de Bogotá y el emprendimiento	7
La dinámica de la economía de Bogotá y el emprendimiento.....	8
¿Cuántos emprendedores hay en Bogotá y cuántas empresas nuevas se crean en un año?	15
¿Cómo se financian los emprendedores?	21
¿Cómo es la distribución sectorial?	24
¿Cuáles son las características de los emprendedores más dinámicos?	27
Capítulo II. La medición del estado del emprendimiento en Bogotá	32
La medición del estado del emprendimiento en Bogotá	33
Comparaciones internacionales	35
La actividad emprendedora en Bogotá.....	41
Condiciones del entorno para el emprendimiento.....	62
Capítulo III. Conclusiones y recomendaciones	67





¿Qué está pasando con
el emprendimiento en Bogotá?



El fenómeno del emprendimiento es dinámico y cambiante y el debate de política pública sobre el tema lo es también. En Bogotá, tal y como ocurre en las principales ciudades de Colombia y en toda América Latina, el emprendimiento es foco de intensas discusiones sobre cuáles son las mejores políticas. La meta de contar con más emprendedores exitosos es vista como una fórmula ganadora para satisfacer una amplia gama de necesidades, que van desde la aceleración de la transformación de la base productiva y el desplazamiento hacia productos de mayor sofisticación y valor agregado, hasta el incremento de los niveles de ingreso de familias vulnerables y la reducción de la brecha de oportunidades entre los géneros.

Sin embargo, desde las distintas perspectivas también se reconoce que el emprendimiento aún no se desarrolla en niveles que se acerquen al potencial. Tanto en el caso del emprendimiento de alto impacto o alto potencial, como en el del emprendimiento de subsistencia, en Colombia existen grandes dudas respecto a los aportes a la riqueza y el bienestar de la sociedad.

En cuanto al emprendimiento de alto desempeño en Colombia y Bogotá, un estudio reciente mostró que es extraordinariamente pequeño el grupo de empresas creadas después del año 2000 que han logrado crecimientos y rentabilidades destacados (*The Breakthrough*, 2011). En lo que se refiere al emprendimiento de subsistencia, existe evidencia que indica que con frecuencia genera ingresos mínimos y no contribuye a mejorar el bienestar de las familias, sino que, por el contrario, puede desempeñar un papel importante en un proceso que aísla a los individuos de las posibilidades de renovar su

capital humano y les resta competitividad en el mercado en el largo plazo (Corporación Andina de Fomento, 2013).

En Colombia, el diseño de la política pública ha tardado en reconocer la importancia que tienen estas diferencias entre los tipos de emprendimiento a la hora de entenderlos y diseñar instrumentos de intervención. En la promoción del emprendimiento se ha mantenido una ambigüedad inconveniente en cuanto a la definición de sus objetivos y los instrumentos empleados para alcanzar, por un lado, la competitividad y la transformación productiva y, por el otro, la protección social.

Esta situación ha venido cambiando en tiempos recientes y se ha podido llegar a la comprensión de que no es posible atender estos objetivos tan diferentes a partir de las mismas políticas. Si bien ya es evidente que se trata de dos tipos de emprendimiento, que son relevantes para poblaciones diferentes y que deberían ser manejados con instrumentos distintos, en la práctica persiste una gran dificultad, tanto para los gobiernos en los distintos niveles como para otros actores de los ecosistemas locales, para identificar con precisión las acciones que deben tomarse con el fin de asignar recursos escasos al desarrollo de cada tipo de emprendimiento.

Es en este contexto que presentamos el Informe **GEM** Bogotá, correspondiente al año 2012-2013. Desde el año 2009, la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes y la Cámara de Comercio de Bogotá han unido esfuerzos para entregarle a la ciudad este informe anual sobre el desarrollo del emprendimiento en la ciudad, en el cual se aplica la metodología del

estudio *Global Entrepreneurship Monitor* (**GEM**). En el año 2013 hemos decidido cambiar el formato usual del informe, con el fin de resaltar el valor que tiene la información proveniente del **GEM**, la cual se complementó y puso en perspectiva con los datos de otras fuentes que miden aspectos parciales de la marcha del emprendimiento en la ciudad.

La información producida por el **GEM** ofrece muchas ventajas, pero además, la Cámara de Comercio de Bogotá genera una información esencial sobre el emprendimiento local, pues es la entidad encargada de llevar el Registro Mercantil, con el cual se inicia la vida de las empresas en el ámbito de la formalidad. De la misma manera, en su Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca, la Cámara recolecta y analiza de forma rutinaria cifras provenientes de una gran variedad de fuentes y toma el pulso de la actividad económica de la ciudad. Buena parte de la información que se maneja desde el Observatorio guarda relación con el fenómeno del emprendimiento.

En años anteriores, usuarios del informe **GEM** Bogotá han dirigido consultas a los organizadores del estudio con el fin de lograr interpretaciones más directas de los datos originados en el **GEM**, en el contexto de las cifras producidas por otras fuentes que siguen el curso del emprendimiento en la ciudad. Por ejemplo, ¿cómo interpretar las cifras del **GEM** en relación con las estadísticas del Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá? ¿Qué nos dice el **GEM** sobre el emprendimiento de mayor potencial de crecimiento, teniendo en consideración los hallazgos de otros estudios recientes sobre el tema? ¿Cómo extraer mayor valor de esta diversidad de fuentes de información?

Con el ánimo de atender estas inquietudes, este año presentamos los resultados del **GEM** Bogotá desde una perspectiva diferente. En términos generales, el mayor valor del **GEM** está en que permite identificar rasgos individuales de las personas que desarrollan diferentes tipos de emprendimientos, en contraste con otras fuentes que se concentran en desarrollar cifras a nivel de las empresas. En la medida en que sea posible combinar los dos tipos de información, se obtiene una perspectiva más robusta y sólida del emprendimiento en Bogotá. Este ejercicio permite verificar si al aproximarse al fenómeno desde dos perspectivas distintas es posible obtener resultados convergentes. Por otra parte, el **GEM** arroja información muy útil para entender los comportamientos y características de los individuos que están detrás de algunos fenómenos que se identifican a nivel de las empresas en otros estudios.

El informe **GEM** se realiza en Bogotá a partir de una encuesta realizada a dos mil individuos cada año, siguiendo la metodología desarrollada por la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), la entidad que dirige y coordina la ejecución del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (**GEM**) en el mundo. Esta metodología se enfoca en medir la actividad emprendedora, las actitudes y las aspiraciones de las personas. Por otra parte, el estudio **GEM** también mide anualmente las percepciones de un grupo de expertos locales en emprendimiento, en relación con la evolución de las condiciones de los ecosistemas locales que soportan el desarrollo de los emprendimientos. Puesto que el emprendimiento ocurre al mismo tiempo en los individuos, las empresas y el ecosistema, el **GEM** brinda una perspectiva integrada sobre el fenómeno.





El valor principal del **GEM** se deriva de la capacidad que tiene para identificar variables que permitirían activar palancas para la acción desde la perspectiva de la política pública. En particular, el **GEM** permite identificar características de los distintos tipos de emprendedores, que pueden ser útiles a la hora de reconocer los problemas y desarrollar iniciativas para estimular determinados tipos de emprendimiento. Por ejemplo, el **GEM** pone en evidencia la importancia que tienen en los resultados de sus emprendimientos factores como la educación de los individuos o el tipo de motivación que los mueve. El seguimiento de esta información ofrece soporte, por ejemplo,

al diseño de iniciativas de política orientadas a estimular el desarrollo de distintos tipos de emprendimiento concretos. Así, la información del **GEM** arroja señales claras respecto a dónde se deberían concentrar los esfuerzos del ecosistema para obtener resultados según cada clase de emprendimiento.

A continuación presentamos este análisis, enfocando la mirada en el examen de temas que son de interés para los actores del ecosistema que siguen la marcha del emprendimiento en la ciudad.

Importancia de la economía bogotana

Al igual que las grandes ciudades que mueven las economías nacionales y son nodos de articulación a la economía mundial, Bogotá debe gestionar su desarrollo con una visión estratégica de largo plazo y con criterios de sostenibilidad, prosperidad e inclusión social.

Las ciudades buscan posicionarse como lugares atractivos para vivir y establecer empresas y negocios. Con este propósito construyen entornos favorables en cuanto a calidad de vida y facilitan el desarrollo de las actividades productivas en condiciones de sostenibilidad para aprovechar sus potencialidades y elevar la prosperidad colectiva.

Bogotá es reconocida como el mercado colombiano más importante, con una estructura

productiva diversificada en la que predominan las actividades de servicios y con la mayor plataforma empresarial del país: 286.000 empresas, el 29% de las registradas a nivel nacional. Además, es la más dinámica en creación de nuevas empresas, con 54.000 cada año en promedio.

En Bogotá se genera el 26% del producto interno bruto (PIB) nacional y en América Latina es uno de los mercados más importantes. En efecto, el PIB de Bogotá (US\$86.741 millones¹) es superior al de países como Costa Rica, Uruguay, El Salvador, Panamá o Bolivia, al igual que al de ciudades como Monterrey, Brasilia, Caracas, Quito, Lima y Montevideo.

Las tendencias indican que en la próxima década vivirán en Bogotá más de diez millones

¹ La cifra corresponde al PIB del año 2012, según *América Economía Intelligence*, "Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2013".

de personas, con lo que se convertirá en una megaciudad. Hoy, con ocho millones de habitantes, el 17% de la población nacional, es la sexta ciudad latinoamericana con más población, después de Ciudad de México, São Paulo, Buenos Aires, Río de Janeiro y Lima.

La localización estratégica de Bogotá ha contribuido al dinamismo de su economía y a su posicionamiento como una ciudad atractiva para invertir y establecer empresas con capital extranjero. Hoy alberga cerca de 1.500 empresas, de las cuales 86 tienen negocios globales, y cada día aumenta el número de compañías que ubican en la ciudad sus oficinas regionales y centros logísticos y de servicios para atender el mercado latinoamericano. Además, el aeropuerto internacional El Dorado es en América Latina el primero en movilización de carga y el tercero en número de pasajeros. En la práctica, desde Bogotá una empresa tiene acceso a un mercado de más de 1.400 millones de consumidores, gracias a los TLC firmados por el país.

En distintos informes internacionales que miden la percepción de los empresarios e inversionistas y comparan el desempeño de las ciudades, Bogotá está siendo considerada para localizar y desarrollar negocios y actividades con alcance nacional, continental e incluso global:

- Es la octava entre 35 ciudades para hacer negocios en América Latina, después de Miami, São Paulo, Santiago de Chile, Ciudad de México, Buenos Aires y la ciudad de

Panamá, según el escalafón que elabora América Economía *Intelligence*.

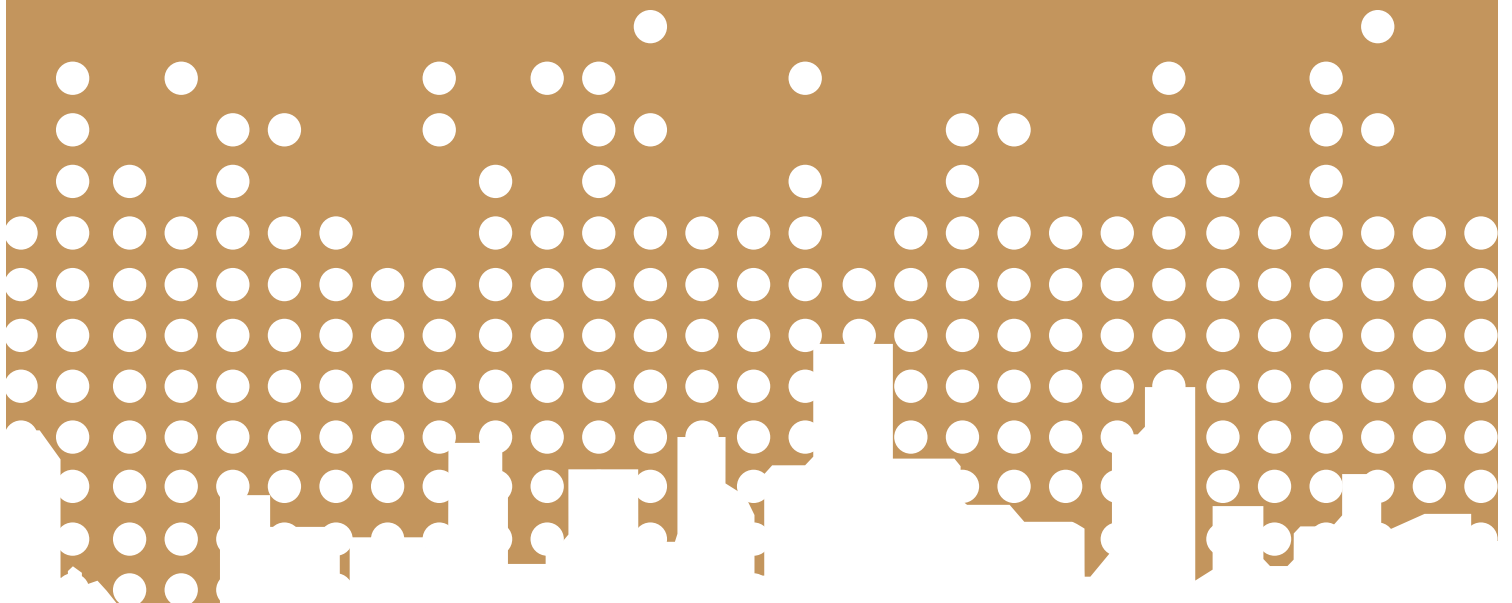
- Es la quinta ciudad latinoamericana del futuro, después de São Paulo, Santiago de Chile, Río de Janeiro y Buenos Aires, según la lista de la publicación fDi Magazine (2013).
- Es la quinta ciudad más atractiva para invertir entre 48 ciudades de América Latina, según el ranking INAI 2013.
- Bogotá tiene el talento humano más capacitado de Colombia: cada año se gradúan 167.000 personas en educación superior, de las cuales 36.000 lo hacen en el nivel de posgrado. Asimismo, Bogotá cuenta con el clúster de educación superior más importante del país: 115 instituciones.
- Es destacable la percepción positiva que se tiene de Bogotá, en cuanto a su potencial para ser una ciudad global en América Latina y como la única ciudad no asiática con alto potencial entre las ciudades emergentes. Bogotá es hoy la quinta ciudad global latinoamericana, después de Buenos Aires, São Pablo, Ciudad de México y Río de Janeiro, según la clasificación de A. T. Kearney y el *Chicago Council on Global Affairs*.
- También forma parte del grupo de las quince nuevas ciudades para hacer negocios en el mundo, junto con Vancouver, Salt Lake City, Austin, San José, Santiago de Chile, Estocolmo, Varsovia y Melbourne, entre otras (CNN Money, Fortune Magazine, Global 500).





Capítulo I.

La dinámica de la economía de Bogotá y el emprendimiento



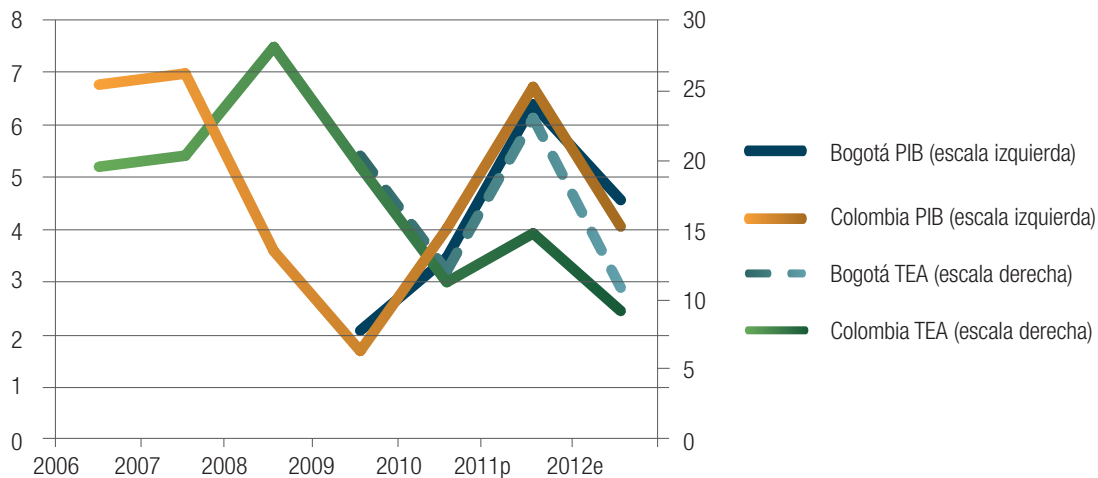
La dinámica de la economía de Bogotá y el emprendimiento

Desde 2009, el primer año en que se realizó el informe **GEM** Bogotá, la economía de la ciudad ha seguido una trayectoria similar a la tendencia general económica colombiana. La crisis internacional del año 2008 frenó el crecimiento del PIB, pero este se recuperó aceleradamente y en el caso de Bogotá pasó de 2% en 2009 a 6,3% en 2011. La tendencia disminuyó su fuerza en 2012, cuando llegó a 4,5%, de acuerdo con

las estimaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá (gráfico 1.1).

El emprendimiento en la capital del país ha seguido una tendencia que, en términos generales, ha seguido la dinámica del PIB, según las cifras del **GEM**. En Bogotá la tasa de actividad emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) aumentó del 20,8% en 2010 a 23,3% en 2011, pero luego bajó a 20,5% en 2012.

Gráfico 1.1
Crecimiento económico y Actividad Emprendedora
Colombia y Bogotá



Fuente: DANE, **GEM**, cálculos de la Cámara de Comercio de Bogotá (2012).

La TEA expresa el porcentaje de individuos en el estudio **GEM** que afirman estar involucrados en la creación de una empresa. La TEA es tan solo un primer indicador del nivel de la actividad emprendedora en una población. Para comprender con mayor precisión qué clase de emprendimiento está ocurriendo y qué tipo de

calidad y potencial encierra, es necesario analizar cómo está compuesto el indicador.

Una primera desagregación de la TEA busca precisar con mayor detalle hasta qué punto ha avanzado la ejecución del negocio en el caso de cada emprendedor. La metodología del

GEM permite dividir en dos categorías a los emprendedores incluidos en la TEA: a) los que han desarrollado actividades relacionadas con la puesta en marcha del negocio, pero que todavía no han pagado salarios durante al menos tres meses (emprendedores nacientes) y b) los que iniciaron la actividad de su empresa y han estado pagando salarios durante un periodo de entre 3 y 42 meses (emprendedores nuevos). El nivel de compromiso con el negocio y avance y su grado de avance, por supuesto, son superiores en el caso de los emprendedores nuevos.

Las cifras muestran que la TEA osciló entre 20,6% y 22% en Colombia entre 2006 (cuando empezó a realizarse la medición **GEM** en el país) y 2012. El rango de variación para Bogotá es similar, entre 20,8% y 22,7%, desde el año 2009. En el gráfico 1.1 se aprecia que la tendencia de la TEA ha variado directamente con el crecimiento del PIB, si bien lo hace dentro de un rango limitado. Los años de expansión del PIB se corresponden con los incrementos de la TEA y los de contracción tienen correspondencia con los descensos de la TEA, en el periodo considerado. Los rangos de variación son más estrechos en el caso de la TEA, pues se trata de una variable que refleja patrones de comportamiento de largo plazo en los individuos, que tienen que ver con hábitos de pensamiento arraigados y no solo con sus respuestas a las señales de precios en el corto plazo.

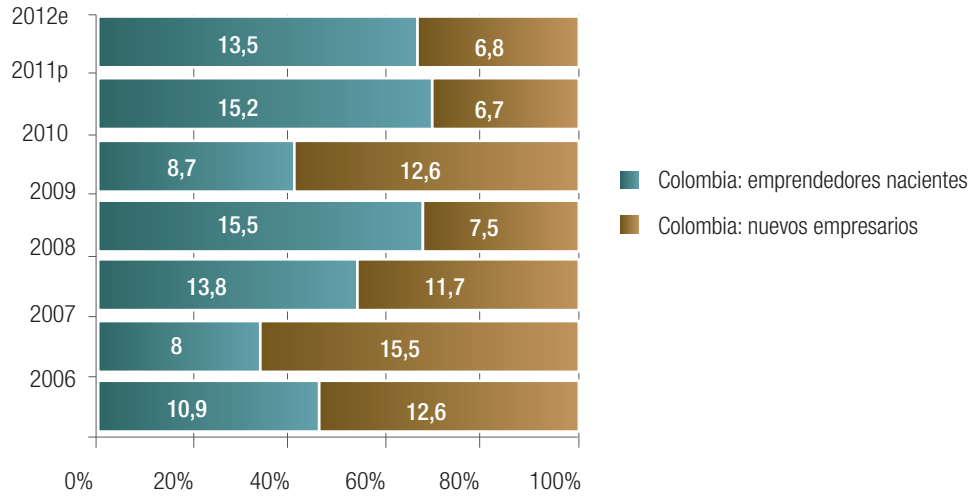
En la TEA fluctúa con cierta intensidad el peso de los componentes de los emprendedores nacientes (han comenzado a trabajar, pero aún no han pagado salarios durante tres meses) y

los emprendedores nuevos (han pagado salarios durante un periodo que fluctúa entre 3 y 42 meses) (gráficos 1.2 y 1.3). En términos generales, la tendencia ha mostrado un aumento en la TEA de la participación de los emprendedores nacientes. En el total de Colombia, en el año 2006 se registró que un 10,9% de la población podía calificarse como emprendedores nacientes, mientras que el 12,6% eran emprendedores nuevos.

Más recientemente, sin embargo, la proporción se ha invertido y para el año 2012 el 13,5% de la población eran emprendedores nacientes, mientras que el 6,8% eran nuevos. En el caso de Bogotá, el mismo perfil se ha venido acentuando, de manera que para el año 2012 un 14,4% de la población correspondía a emprendedores nacientes y el 6,1% a emprendedores nuevos. Entonces, para este último año en que se ha realizado el estudio había en Bogotá más de dos emprendedores nacientes por cada emprendedor nuevo. En principio, es de esperar que el número de nacientes supere al de los nuevos, pues estos últimos han tenido que mantener niveles más elevados de compromiso con sus emprendimientos y los han sostenido durante más tiempo. Contar con un número alto de emprendedores nacientes es importante para elevar el número de los que podrían sobrevivir en la siguiente etapa. De la misma manera, la existencia de un número alto de emprendedores nacientes refleja de alguna manera un grado de optimismo y disposición para iniciar procesos de emprendimiento en la población. Bogotá muestra una dinámica en este grupo ligeramente superior a la del promedio del país en los últimos años.

Gráfico 1.2

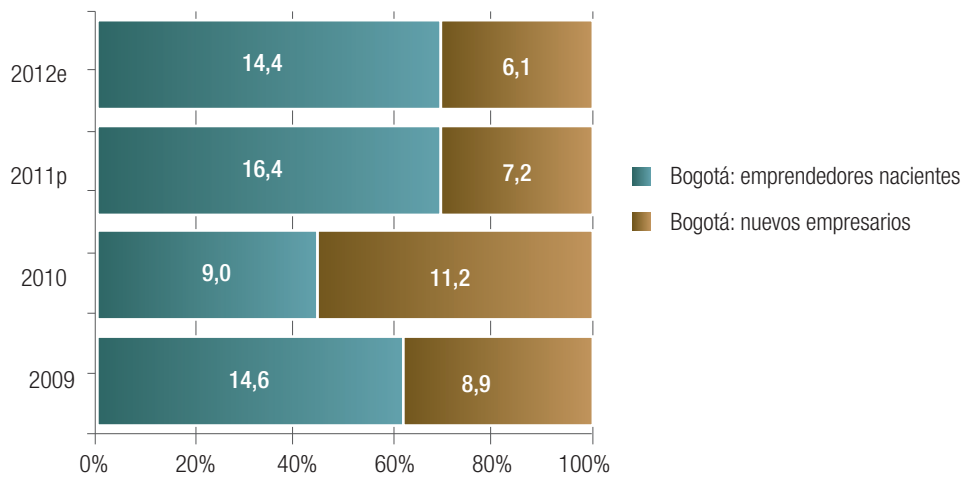
Colombia: emprendedores nacientes y emprendedores nuevos



Fuente: GEM Bogotá (2012), Encuesta a la Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés, 2012).

Gráfico 1.3

Bogotá: emprendedores nacientes y emprendedores nuevos



Fuente: GEM Bogotá (2012), APS (2012).

Con el objetivo de entender mejor la calidad del emprendimiento en un país o una región, otro criterio útil para descomponer la TEA es la motivación del emprendedor, donde se distingue entre el emprendimiento por necesidad y el emprendimiento por oportunidad. Este último es aquel iniciado por el emprendedor con la motivación de obtener mayores ingresos y mayor autonomía. Entre tanto, el emprendimiento por necesidad es el motivado por la obligación de generar un ingreso y el emprendedor sigue este camino ante la ausencia de alternativas (posiblemente él preferiría emplearse en una modalidad estable, pero esa posibilidad no está disponible).

Investigaciones en el ámbito internacional han logrado identificar una correlación entre el emprendimiento por oportunidad y los negocios de mayor calidad, donde los productos o servicios generados cuentan con algún grado de diferenciación y pueden aspirar a generar ingresos apreciables para el emprendedor. Por su parte, el emprendimiento por necesidad suele parecerse a alguna forma de autoempleo que

difícilmente le permite al emprendedor obtener una retribución monetaria suficiente para incrementar el capital de la empresa y crecer. Por este motivo, en el ámbito internacional los analistas del emprendimiento les prestan atención a la distribución de los emprendimientos por necesidad y oportunidad.

En Colombia, el informe **GEM** mide con regularidad los emprendimientos por oportunidad y necesidad, pero recientemente han aparecido otras fuentes alternativas para esta medición. Según la Encuesta de Microestablecimientos² de 2012 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que incluyó una pregunta dirigida a identificar la motivación de los fundadores de tales negocios, el 63,1% de los encuestados en Bogotá crearon sus empresas movidos por la oportunidad (tabla 1.1), mientras que el 33,2% lo hicieron porque no tenían una mejor alternativa disponible. Por su parte, el 66,3% de los encuestados en el promedio del país corresponden a un emprendimiento de oportunidad, mientras que el 30,4% afirmó no tener otra alternativa de ingresos.

Tabla 1.1
Bogotá: emprendedores nacientes y emprendedores nuevos, motivo por el cual creó o constituyó el establecimiento

Motivo por el cual creó o constituyó el establecimiento	Bogotá	Colombia
Lo identificó como una oportunidad de negocios	63,1	66,3
No tiene otra alternativa de ingresos	33,2	30,4
Otro	3,7	3,3

Fuente: DANE, Encuesta Microestablecimientos (2013).

² Esta encuesta identifica físicamente los establecimientos de negocios y realiza las preguntas en el sitio de trabajo.

Por su parte, en Colombia el informe **GEM** viene realizando esta pregunta sobre motivación por oportunidad o necesidad desde 2006 y en Bogotá desde 2009. En la Encuesta de Microestablecimientos del DANE se identifica de forma física las empresas, pero en el informe **GEM** se encuesta a una población de individuos sobre una muestra que busca ser representativa de la población general. El **GEM** añade precisión a la información sobre emprendimiento porque se enfoca en identificar a los individuos que han creado empresas recientemente, conforme a unos parámetros definidos de tiempo, para delimitar la población que forma parte de la TEA. Al contemplar este tema de los emprendimientos por necesidad y oportunidad, es necesario tomar como punto de partida que las metodologías del **GEM** y del DANE son diferentes y, si bien buscan aproximarse al mismo problema, lo hacen desde dos perspectivas distintas.

Las dos metodologías tienen ventajas y desventajas al intentar responder esta pregunta. El DANE utiliza una muestra muy amplia de establecimientos comerciales y de servicios (36.954 establecimientos), lo cual le otorga una fortaleza sustancial. Sin embargo, la metodología del **GEM**, al estar enfocada en las personas, permite una mayor profundidad en sus características individuales y detalla mejor los elementos que caracterizan a los emprendedores por necesidad y que los hacen diferentes de los emprendedores por oportunidad. Por lo demás, el **GEM** permite identificar variaciones a lo largo del tiempo que pueden hacer un aporte importante para entender cómo funcionan estas dinámicas en el país y Bogotá.

Respecto a este último punto, es importante destacar que en los datos de años recientes obtenidos por el **GEM** se observa una mayor

tendencia al emprendimiento motivado por la oportunidad. En efecto, en 2009 el 15,6% de los encuestados en Bogotá estaban involucrados en la TEA y manifestaban una motivación por oportunidad, mientras que el 6,6% afirmaba que la razón era la necesidad (las cifras correspondientes para el promedio de Colombia fueron 14,9% y 7%, respectivamente). En 2012 la tasa registrada de emprendimiento por oportunidad en Bogotá aumentó al 18,3% de los encuestados, mientras que el 2,1% de ellos afirmaron ser emprendedores por necesidad. Esto implica que el 70% de los participantes en la TEA en Bogotá y el 68% en Colombia estaban realizando sus emprendimientos por una motivación de oportunidad en 2009, mientras que esos porcentajes aumentaron al 90% y el 87%, respectivamente, en el año 2012.

Sin embargo, tal crecimiento registrado para el emprendimiento por oportunidad no está reforzado con evidencias contundentes provenientes de otras fuentes, que muestren que la calidad de los emprendimientos haya mejorado en forma acelerada en los últimos tres años en Bogotá o en Colombia. Es probable, entonces, que la participación creciente del emprendimiento de oportunidad se deba a un sesgo que afecta la respuesta de los entrevistados en el momento de responder a la encuesta. Dado que en Colombia ha ocurrido una profundización en las campañas del Gobierno nacional, los gobiernos locales y los actores del ecosistema de emprendimiento en favor del emprendimiento de mayor alcance e impacto, es posible que los individuos encuestados en el **GEM** hayan desarrollado una tendencia a responder que el emprendimiento desarrollado por ellos corresponde a la categoría de mejor calidad. Los términos “emprendimiento por necesidad” y “emprendimiento por oportunidad” ya no son utilizados solo por las

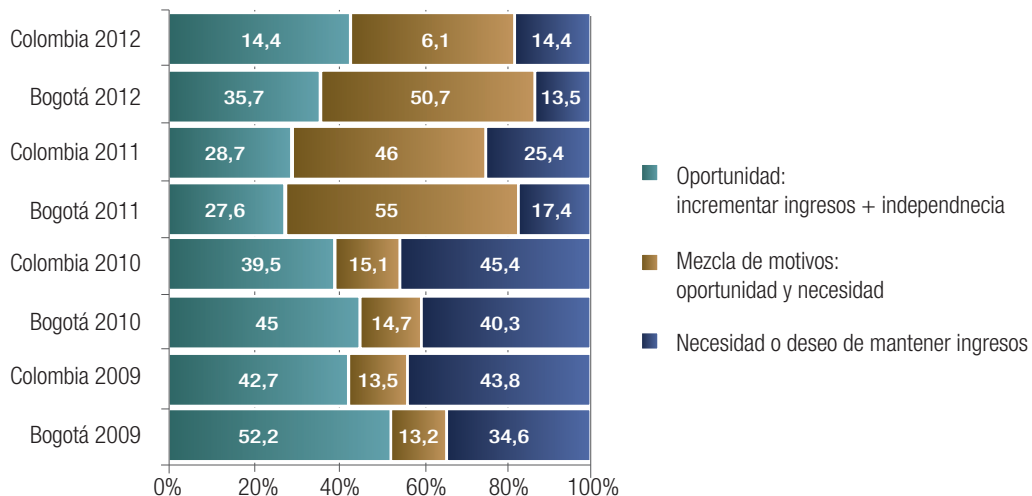
comunidades de académicos y hacedores de política, sino que se han convertido en vocablos de uso corriente en Colombia. Cabría pensar que entre los individuos que contestaron la encuesta en los últimos años se ha dado un aumento en los niveles de información que ellos manejan respecto a los objetivos y el contenido de las políticas del emprendimiento en el país y que haya aumentado el número de emprendedores que perciben que el emprendimiento por necesidad involucra un juicio de valor negativo. También puede haber emprendedores que consideren que hace falta estar involucrado en un emprendimiento por oportunidad para beneficiarse de los programas del Gobierno. Estas son hipótesis que habría que verificar para entender las razones para el cambio en las respuestas en las sucesivas ediciones de la encuesta.

Por fortuna, el informe **GEM** incluye otras preguntas que involucran una mayor precisión en las definiciones, pues pide a los emprendedores que califiquen con mayor detalle sus motivaciones

para iniciar la empresa. Los diseñadores de la metodología del **GEM** han incluido en años recientes algunas precisiones que permiten discriminar mejor las respuestas en este tema. En particular, se les pregunta a los encuestados si la motivación para iniciar su negocio obedeció a incrementar sus ingresos o ganar mayor autonomía, a la falta de alternativas o a una combinación de necesidad y oportunidad. En el gráfico 1.4 aparecen los resultados de esta pregunta, discriminada para los casos de Bogotá y Colombia, desde 2009 hasta 2013.

En este gráfico aparecen tres grandes motivos para iniciar una empresa: la oportunidad (centrada en el deseo de obtener mayores ingresos y autonomía); la necesidad (con el objetivo de mantener los ingresos por la carencia de alternativas diferentes para lograrlo); y una mezcla de oportunidad y necesidad (donde se clasifican los individuos que mencionaron de manera simultánea varias razones relacionadas con los dos criterios anteriores).

Gráfico 1.4
Motivaciones para emprender



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

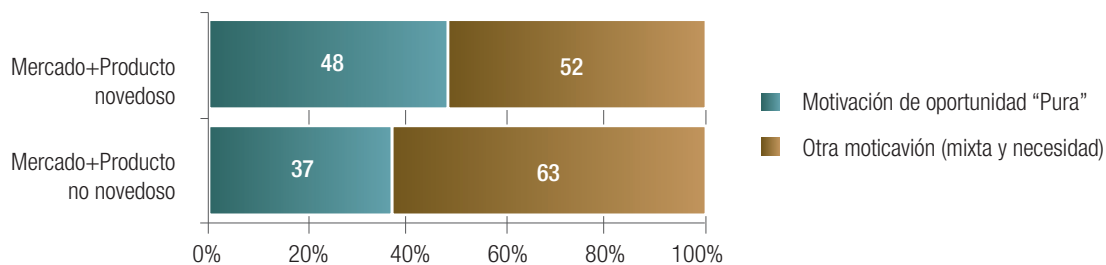
Con esta discriminación se intenta identificar a aquellos emprendedores que inician sus negocios con una motivación más claramente relacionada con la oportunidad. En el gráfico 1.4 se puede apreciar cómo el crecimiento de la motivación de oportunidad en los últimos años obedece al aumento del grupo de individuos que señalaron motivaciones mixtas para iniciar sus emprendimientos (una suma de oportunidad y necesidad). En el caso de Bogotá, se puede apreciar cómo la motivación de oportunidad “pura” (que se refiere solo a los deseos de aumentar los ingresos y la autonomía), que en 2009 estaba en 52,2% del total de los individuos que participan en la TEA, se redujo hasta alcanzar un mínimo de 27,6% en el año 2008 y luego volvió a incrementarse hasta llegar al 35,7% en el año 2012. En cuanto a las cifras para el promedio de Colombia sin Bogotá, el grupo con una motivación “pura” se redujo del 42,7% en 2009 hasta alcanzar un mínimo de 28,7% en

2010, para luego volver a crecer hasta 42,6% en 2012.

El **GEM** aporta información que da fuerza a la hipótesis de que los emprendedores motivados por la búsqueda de una oportunidad tienden a involucrarse en negocios con mayor potencial de crecimiento. La encuesta del **GEM** pregunta a los emprendedores si su empresa se caracteriza por la novedad, tanto en lo referente al producto o servicio ofrecido como al mercado que pretende conquistar. El gráfico 1.5 muestra que en el caso de los emprendedores bogotanos el porcentaje que está motivado por la oportunidad es apreciablemente más alto cuando se trata de combinaciones de producto y mercado novedosas, que cuando no es así. Los emprendedores motivados por la búsqueda de oportunidad tienden a buscar combinaciones más novedosas que aquellos que siguen otras motivaciones.

Gráfico 1.5

Bogotá: relaciones entre novedad del producto y motivación para emprender



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

¿Cuántos emprendedores hay en Bogotá y cuántas empresas nuevas se crean en un año?

La formalidad en la actividad empresarial es importante por múltiples motivos. Desde el punto de vista del balance macro del país, la formalidad es necesaria porque solo si las empresas cumplen sus obligaciones con la sociedad es posible tener un modelo económico viable en cuanto al recaudo de impuestos, el manejo de la seguridad social y el respeto a los derechos de los trabajadores, entre otros factores. Desde una perspectiva micro, la formalidad es una característica necesaria para contar con emprendedores que tengan vocación de alto crecimiento. Solo las empresas formales pueden aspirar a desarrollar relaciones profundas con otros actores, como bancos, proveedores, clientes industriales y demás.

En el mundo entero, la carencia de información precisa respecto a la magnitud del fenómeno del emprendimiento suele traer consigo grandes dificultades para desarrollar políticas públicas efectivas que permitan estimular el desarrollo de las empresas formales. La medición siempre será compleja, pues el emprendimiento se manifiesta a través de una sucesión de comportamientos que al comienzo son individuales y luego llegan a ser grupales y a manifestarse en la creación de empresas. En países como Colombia, la medición del emprendimiento es aún más difícil, pues una elevada proporción del total de las empresas se mantienen activas como organizaciones informales.

No obstante, la combinación de la información suministrada por el **GEM** y la que obtiene la

Cámara de Comercio de Bogotá (2013) a través de las estadísticas del Registro Mercantil permite avanzar sustancialmente en el entendimiento del problema de la informalidad en la creación de empresas en la ciudad. La obtención del Registro Mercantil en las cámaras de comercio colombianas es un primer paso necesario para darle vida formal a una empresa, un documento sin el cual no puede, por ejemplo, abrir una cuenta bancaria. Por este motivo, el Registro Mercantil se considera un primer indicador de actividad formal por parte de una empresa, aunque no revela si esta cumple con todas las condiciones que implica la formalidad, entre ellas el pago regular de los impuestos y las contribuciones a la seguridad social que se derivan de su actividad año tras año. Por otra parte, se entiende que los emprendedores que no obtienen el Registro Mercantil prefieren permanecer por completo en el ámbito de lo informal.

Utilizando la información del **GEM** y de los registros mercantiles es posible desarrollar una aproximación, no solo al número de las empresas bogotanas nuevas, sino también a las características de los emprendedores que están tras ellas.

La tabla 1.2 presenta la información obtenida por el Observatorio de la Cámara de Comercio de Bogotá respecto a las empresas que abren un Registro Mercantil en esa entidad y se aprecia que su número aumentó de 49.380 en 2009 a 62.951 en 2012.

Tabla 1.2

Bogotá: empresas creadas y liquidadas

	Creadas	Liquidadas
2009	49.380	16.425
2010	54.304	15.517
2011	64.250	26.798
2012	62.951	15.897

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Bogotá, 2013. Cálculos: Dirección de Gestión de Conocimiento, CCB.

La información suministrada por el informe **GEM** arroja luz adicional respecto a cuáles son las características individuales de esos emprendedores que toman la decisión de formalizar sus empresas. La encuesta **GEM** pregunta a los participantes si han estado activos en la creación de una empresa y también si la han registrado en la cámara de comercio de su ciudad.

En la tabla 1.3 puede verse que, de acuerdo con el **GEM**, el 20,5% de la población encuestada estaba involucrada en la creación de una empresa en Bogotá en el año 2012. Si se aplica este porcentaje al número de habitantes de la capital que se encontraban en un rango de edad entre 18 y 65 años (el rango dentro del cual se mide la actividad emprendedora en el **GEM**), se tiene que aproximadamente 941.632 bogotanos estaban involucrados en la TEA en 2012. Este número incluye a las personas que estaban activas en la creación de sus empresas dentro de un intervalo de aproximadamente cuatro años, pues la TEA incluye a los llamados emprendedores nacientes, los que han desarrollado en los últimos seis meses actividades conducentes a la creación de una

empresa, pero aún no han pagado salarios durante al menos tres meses, y también a los emprendedores nuevos, que han pagado salarios durante un periodo de entre tres meses y cuatro años. Por lo tanto, para aproximarse al número de empresas creadas anualmente, es necesario tomar la cuarta parte de los emprendedores involucrados en la TEA, es decir, 235.408. Puesto que la encuesta informa que el 37% de los emprendedores involucrados en la TEA registraron sus empresas en la Cámara de Comercio, se llega a una estimación de 90.089 emprendedores que habrían obtenido Registro Mercantil en Bogotá en 2012.

Por supuesto, el número preciso es el que suministra la Cámara de Comercio de Bogotá, pues la información proviene de sus registros. La estimación a partir de la encuesta **GEM** es un ejercicio orientado a validar si es posible confiar en la información que contiene respecto a este tema y como arroja un resultado cercano al dato real, se puede inferir que es posible utilizarla para indagar sobre las características de los emprendedores que efectivamente obtienen un Registro Mercantil y sus diferencias frente a los emprendedores que no lo hacen.

Tabla 1.3
Bogotá: estimación del número de empresas formalizadas que forman parte de la TEA

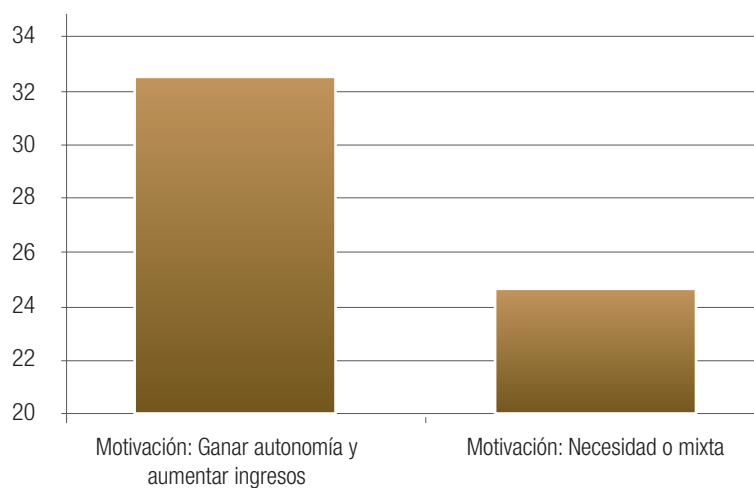
Población de Bogotá entre 18 y 64 años de edad según el DANE	4.593.328
TEA	20,5%
Población involucrada en la TEA según GEM (últimos 4 años)	941.632
Población involucrada en la TEA por año	235.408
Porcentaje que registró la empresa en Cámara de Comercio según GEM	38,3%
Población involucrada en la TEA que registró su empresa	90.089

Fuentes: **GEM** (2012), DANE.

Las cifras del **GEM** muestran que en Bogotá los emprendedores nacientes motivados por los deseos de ganar autonomía o aumentar ingresos tienen una probabilidad más alta de tener el Registro Mercantil (32,6%) que quienes

están motivados por la necesidad o siguen una motivación mixta (24,7%). En el caso de los nuevos emprendedores, estos porcentajes son de 80% y 56,4%, respectivamente.

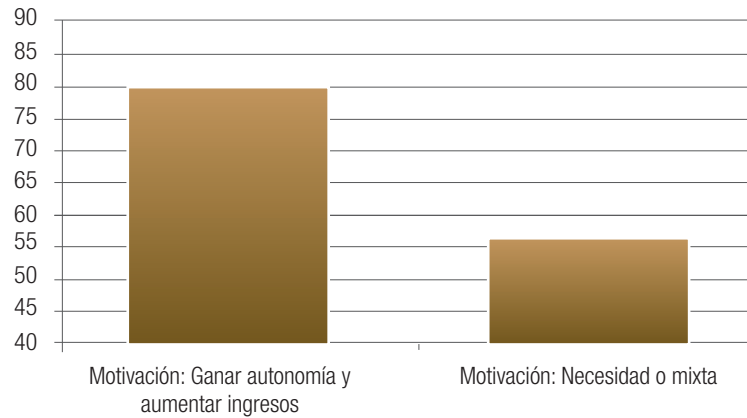
Gráfico 1.6
Bogotá: emprendedores nacientes, tipo de motivación del emprendedor y probabilidad de tener Registro Mercantil



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

Gráfico 1.7

Bogotá: nuevos emprendedores, tipo de motivación del emprendedor y probabilidad de tener Registro Mercantil



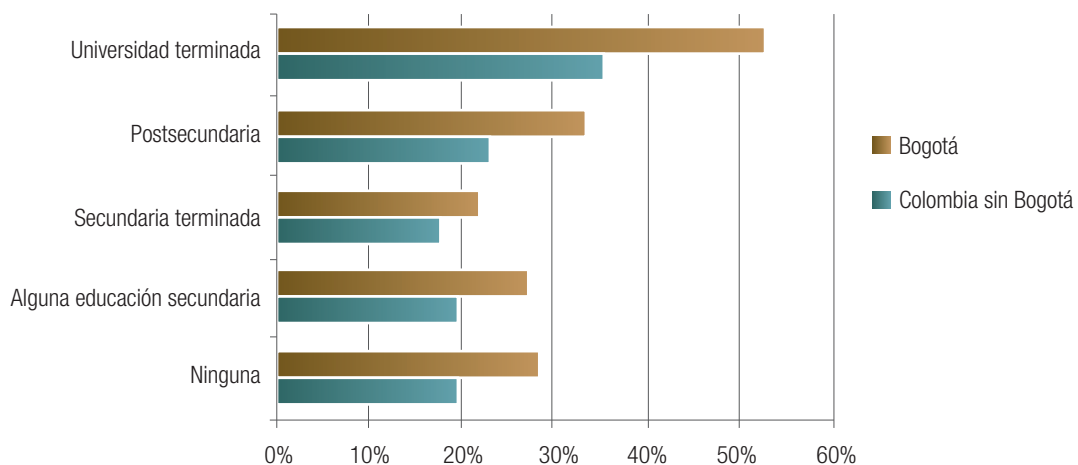
Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

Además, el porcentaje de emprendedores que registran la empresa en la Cámara de Comercio tiende a ser mayor a medida que aumenta el nivel de educación alcanzado por los individuos (gráficos 1.8 y 1.9). Así, mientras que entre los emprendedores bogotanos que cuentan con estudios universitarios el 52,8% obtiene el

Registro Mercantil, entre los que solo terminaron secundaria este porcentaje es muy inferior: 33,1%. También se destaca que el impacto del nivel de educación sobre la probabilidad de tener Registro Mercantil es superior en Bogotá que en el resto del país para todos los niveles de educación.

Gráfico 1.8

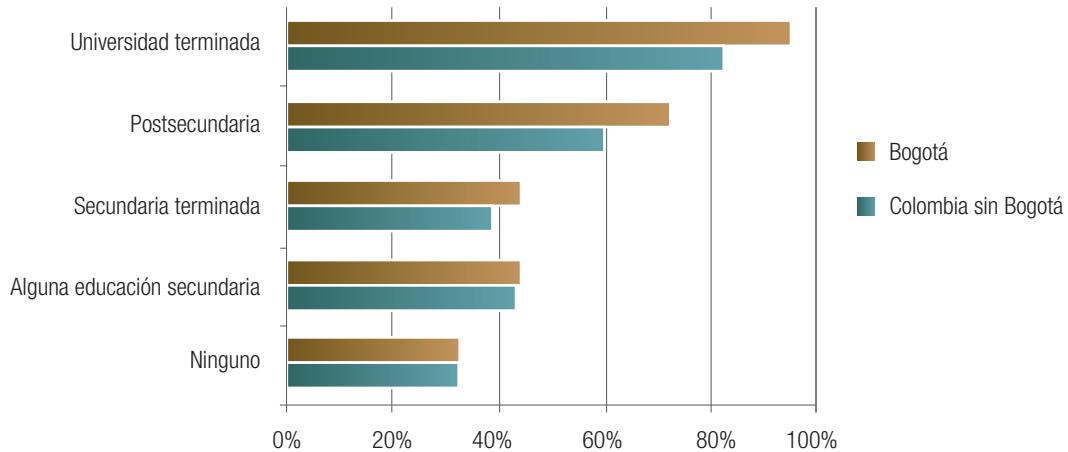
Bogotá: nuevos emprendedores (aún no pagan salarios), nivel de educación del emprendedor y probabilidad de tener Registro Mercantil



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

Gráfico 1.9

Bogotá: emprendedores establecidos (más de tres meses pagando salarios), nivel de educación del emprendedor y probabilidad de tener Registro Mercantil



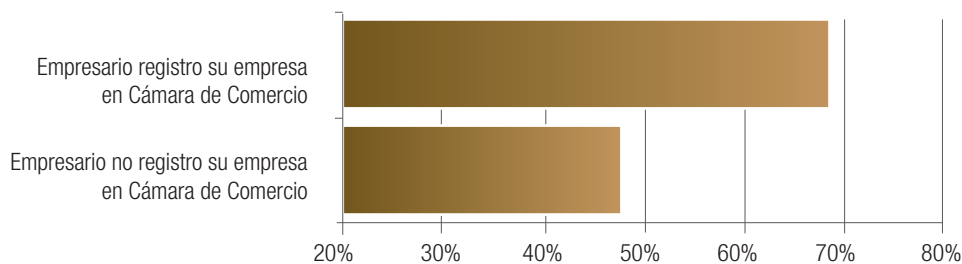
Fuente: GEM Bogotá (2012), APS (2012).

Otro aspecto que marca una diferencia importante en los comportamientos de formalización es el hecho de que el emprendedor tenga conexiones con otras personas que han creado empresa en tiempo reciente. La encuesta les pregunta a los participantes si conocen al menos a una persona que haya creado una empresa en el curso de los dos años inmediatamente anteriores (esta pregunta permite una aproximación básica a la presencia de conexiones con redes de emprendedores).

De acuerdo con los resultados de 2012 (gráfico 1.10), si un emprendedor nuevo tiene al menos a otro emprendedor en su red de contactos personales, la probabilidad de que haya obtenido Registro Mercantil para su empresa es del 68,8%. En cambio, si el individuo no lo tiene, la probabilidad de que tenga Registro Mercantil es mucho más baja: 46,6%.

Gráfico 1.10

Bogotá: emprendedores miembros de la TEA ¿Conoce usted personalmente a un emprendedor que haya iniciado su negocio en los dos últimos años?



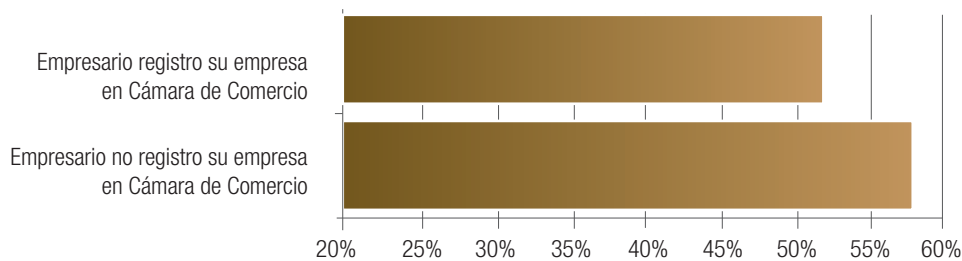
Fuente: GEM Bogotá (2012), APS (2012).

Sin embargo, en el caso de los emprendedores establecidos (los que llevan más de tres años y medio pagando salarios) se reduce la intensidad del efecto de contar con emprendedores en su red sobre la probabilidad de haber registrado la empresa en la Cámara de Comercio (gráfico 1.11). En Bogotá, incluso, es más alto el porcentaje de los emprendedores que registran su empresa pero no tienen a ningún creador de empresa entre sus contactos, que el de aquellos que sí lo tienen. Esto es comprensible porque, a medida que aumenta el grado de compromiso con la ejecución del proyecto y la empresa encuentra su camino para lograr la durabilidad, el emprendedor encuentra crecientes evidencias

sobre la necesidad de registrar la empresa, que no tienen que ver con la influencia de otros emprendedores sobre su visión de la oportunidad. El contraste entre los resultados de los dos grupos arroja nuevas luces sobre el problema. De acuerdo con esta información, si se pretende incrementar el porcentaje de emprendedores que deciden formalizar sus empresas, sería útil estimular los contactos entre ellos y otros emprendedores más experimentados, durante las fases iniciales de creación de una empresa. Es posible que en ese periodo los individuos sean más sensibles ante el ejemplo y los consejos de los emprendedores experimentados y, por lo tanto, que aumente la probabilidad de registro.

Gráfico 1.11

Bogotá: emprendedores establecidos, ¿Conoce usted personalmente a un emprendedor que haya iniciado su negocio en los dos últimos años?



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

El informe **GEM** consulta a los encuestados que no tienen Registro Mercantil por las razones que los han llevado a abstenerse de realizarlo. Como aparece en las tablas 1.4 y 1.5, las principales razones son la falta de información o entrenamiento y la creencia de que la obtención del Registro Mercantil no es necesaria para la operación del emprendedor. En ambos casos,

las causas se refieren a situaciones en las que los emprendedores no conocen bien sus obligaciones ni las ventajas y costos de obtener el Registro Mercantil, y apuntan a que es necesario persistir en la tarea pedagógica que vienen realizando el Gobierno y la Cámara de Comercio de Bogotá para llevar a los emprendedores a registrarse y formalizar su actividad.

Tabla 1.4
Bogotá: emprendedores nuevos,
razones por las cuales no buscan el Registro Mercantil

	Colombia sin Bogotá	Bogotá
Falta de información o entrenamiento	16,6%	15,1%
Demasiados requisitos y papeles	6,2%	6,5%
Temor a ser auditado	0,2%	0,7%
No es necesario para mi operación	26,9%	26,5%
Elevados impuestos	5,2%	11,8%
Otros	41,1%	36,9%
No sabe	2,4%	1,1%
No responde	1,4%	1,4%
	100,0%	100,0%

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

Tabla 1.5
Bogotá: emprendedores establecidos,
razones por las cuales no buscan el Registro Mercantil

	Colombia sin Bogotá	Bogotá
Falta de información o entrenamiento	16,6%	17,8%
Demasiados requisitos y papeles	7,2%	0,0%
Temor a ser auditado	0,6%	0,0%
No es necesario para mi operación	55,2%	57,8%
Elevados impuestos	5,0%	6,7%
Otros	13,3%	15,6%
No sabe	1,1%	0,0%
No responde	1,1%	2,2%
	100,0%	100,0%

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

¿Cómo se financian los emprendedores?

La falta de facilidades para la financiación es señalada por los emprendedores como una de las principales barreras a la creación de nuevos negocios. Sin embargo, en Colombia la información sobre la dimensión y la naturaleza de este proceso de financiación suele ser escasa e incompleta.

Un aporte reciente a este tema fue realizado por el DANE a través de su Encuesta de Microestablecimientos, que tuvo una muestra superior a 36.000 empresas e incluyó una pregunta sobre la forma como los emprendedores habían financiado sus empresas. Si bien el estudio se concentra en establecimientos

de menos de diez empleados, el tamaño de la muestra es sustancial y es la primera vez en el país en que se hace esta pregunta a un número tan amplio de empresas, en entrevista directa en el sitio de trabajo. Los resultados de esta pregunta se sintetizan en la tabla 1.6. Allí se muestra que un poco más del 68% de los empresarios participantes afirmaron que la empresa fue creada con sus ahorros personales y solo un 16,5% afirmó haber recurrido a un

préstamo bancario. Los préstamos de los miembros de sus familias fueron mencionados por un 10,7% de los empresarios participantes. El informe publicado por el DANE no incluye cifras detalladas para Bogotá, sin embargo, revela un dato sobre la capital en relación con el número de empresarios consultados que afirmó haber recurrido a un crédito bancario (9,8%), inferior al que se registró para el total del país.

Tabla 1.6
Colombia: fuente de financiación para la creación de la empresa

Colombia	
Ahorros personales	68,17
Préstamos bancarios	16,45
Préstamos familiares	10,66
Préstamos de prestamistas	2,42
Capital semilla	0,28
Otros	2,01

Fuente: Encuesta de Microestablecimientos (2012).

Por su parte, el informe **GEM** también les pregunta a los emprendedores cuáles serán las fuentes de financiación para la empresa que están proyectando o, en el caso de los emprendedores establecidos (que han estado pagando salarios durante más de tres años y medio), cuáles fueron las fuentes de financiación que utilizaron para iniciar su negocio. Los resultados, comparando a Bogotá con el resto del país, se presentan en la tabla 1.7. Los emprendedores participantes en el **GEM** informan que en cerca de la mitad de los casos utilizaron los ahorros personales para sacar adelante su negocio, un porcentaje que si bien es inferior al de la

Encuesta de Microestablecimientos, es cercano a este y confirma que los ahorros personales son la fuente dominante de recursos financieros a la cual recurren los emprendedores. En forma similar a la Encuesta de Microestablecimientos, el estudio **GEM** encuentra que el porcentaje de emprendedores que recurren al crédito bancario es inferior en Bogotá que en el resto del país. Por otra parte, mientras que de acuerdo con el **GEM** el segundo lugar entre las fuentes de financiación lo ocupan los préstamos de familiares, en la Encuesta de Microestablecimientos esa posición es para los préstamos bancarios.

Tabla 1.7
Bogotá: emprendedores nuevos,
fuentes de financiación para la creación de la empresa

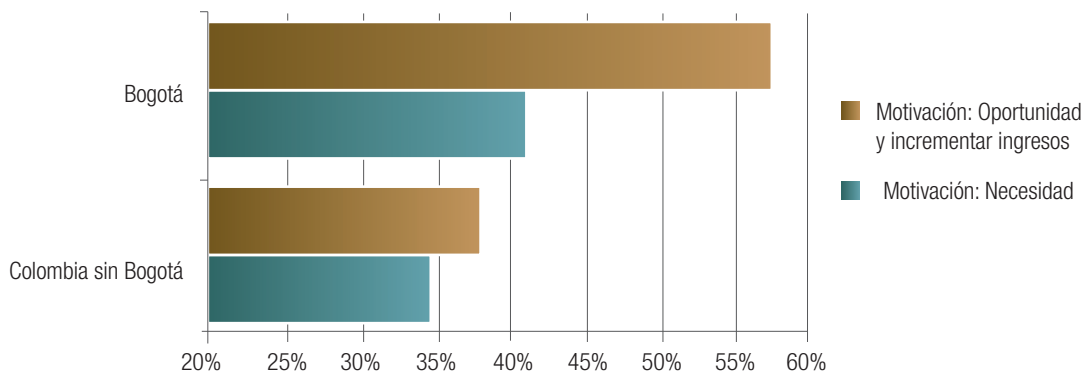
	Bogotá	Colombia sin Bogotá
Ahorros personales	49%	51%
Ahorros de la familia	14%	13%
Bancos y otras entidades financieras	20%	26%
Amigos	6%	3%
Otros	10%	7%

Fuente: **GEM** Bogotá, APS (2012).

Un tema de gran importancia es la relación entre el tipo de motivación que lleva a los individuos a crear empresas y los montos de los recursos que requieren para ello. En principio, la hipótesis sería que los emprendedores motivados por una definición más estricta de oportunidad requieren cantidades más elevadas para iniciar sus negocios, pues estarían caracterizados por una mayor ambición y vocación de formalidad. La evidencia del **GEM** apunta a confirmar esta

hipótesis, como se aprecia en el gráfico 1.12, en el cual se presenta el monto promedio reportado por los emprendedores pertenecientes a cada grupo. Aquellos motivados por la oportunidad efectivamente informan que requieren más recursos que quienes están motivados por la necesidad. Además, si los emprendedores están ubicados en Bogotá, el monto de los recursos aumenta en comparación con los que están ubicados en el resto del país.

Gráfico 1.12
Bogotá: emprendedores establecidos,
monto necesario para iniciar el negocio y motivación del emprendedor
(\$ millones, promedio)

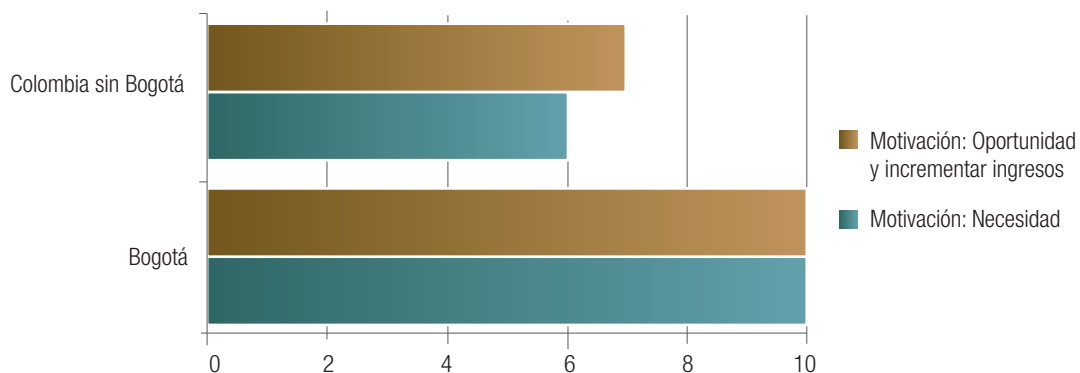


Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

El gráfico 1.13 presenta los valores de las medianas en la distribución para cada uno de los grupos de motivación. La mediana es una medida estadística que ubica el valor que está exactamente en la mitad de la distribución. Como se aprecia en el gráfico, las medianas son más altas en Bogotá que en el resto del país para los dos grupos. Al comparar esta información con la del gráfico anterior, se aprecia también que la diferencia entre las medianas y los datos promedio son mayores en el caso de Bogotá que en otras ciudades colombianas. Esto significa que los valores promedio en Bogotá

están más afectados que en el resto del país por un número relativamente pequeño de empresas que requirieron mayores recursos para su fundación. Así, los montos necesarios para abrir negocios son más altos en Bogotá que en otras ciudades, pero también las diferencias entre los negocios más grandes y los demás son más altas en Bogotá. Esta información apunta en la misma dirección que la reportada en años anteriores en el informe **GEM** Bogotá, en el sentido de que la capital parece ser una plaza de mayor exigencia competitiva y con mayores requisitos de entrada.

Gráfico 1.13
Bogotá: emprendedores establecidos,
monto necesario para iniciar el negocio y motivación del emprendedor
(\$ millones, mediana)



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

¿Cómo es la distribución sectorial?

El análisis del emprendimiento en la ciudad no podría estar completo sin examinar cuáles son los sectores que concentran la mayor cantidad de emprendedores. Una primera aproximación estaría dada por la distribución general de las actividades productivas en Bogotá (sin discriminar a las empresas creadas recientemente). El gráfico 1.14 ofrece esta primera visión sobre el tema, a partir de las cifras presentadas por el

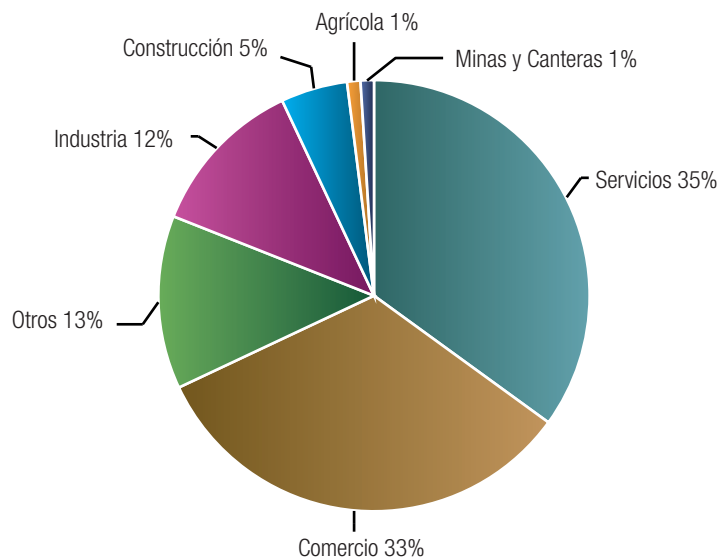
Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca de la Cámara de Comercio de Bogotá en el año 2012. Se aprecia en el gráfico que Bogotá es fundamentalmente una ciudad donde los servicios y el comercio concentran el 68% del número total de empresas. La participación de la manufactura es de solo el 12% del total y la de la construcción, un 5%.

Tal y como se ha señalado en diversos estudios sobre el perfil competitivo de la capital, la ubicación geográfica lleva a que sea difícil crear plantas manufactureras en Bogotá en un contexto de economía abierta, por la distancia de la ciudad a los puertos y los altos costos de transporte que esto implica. Por otra parte, dada la densidad de negocios y de personas, Bogotá es una ciudad que requiere un enorme número de servicios. Esta demanda de servicios se confirma en las cifras.

La información proveniente del **GEM** respecto a los sectores en los que se ubican las empresas nuevas que se crean en la ciudad ofrece una perspectiva complementaria. Es necesario tener en cuenta que las empresas identificadas por la Cámara de Comercio de Bogotá provienen de un ejercicio de conteo de registros para el que

se utilizan cifras oficiales (de la propia Cámara y del DANE), en tanto que las cifras del **GEM** provienen de una encuesta a individuos. En la muestra del **GEM** no se procura lograr una representatividad adecuada de empresarios por sector, sino optimizar la representatividad desde el punto de vista de la densidad de población en las áreas geográficas donde viven los individuos. De esta forma, los datos sobre sectores que provienen del **GEM** no permiten estimar de manera acertada la composición porcentual por sectores del conjunto de nuevas empresas que se crean al año en la ciudad y el país, ni permitirían identificar promedios de actividad de los individuos emprendedores en un determinado sector (por ejemplo, no sería posible afirmar que el promedio de los emprendedores del sector X tienen niveles más altos de educación que los del sector Y).

Gráfico 1.14
Distribución sectorial de la actividad productiva en Bogotá
 (porcentajes de participación sectorial)



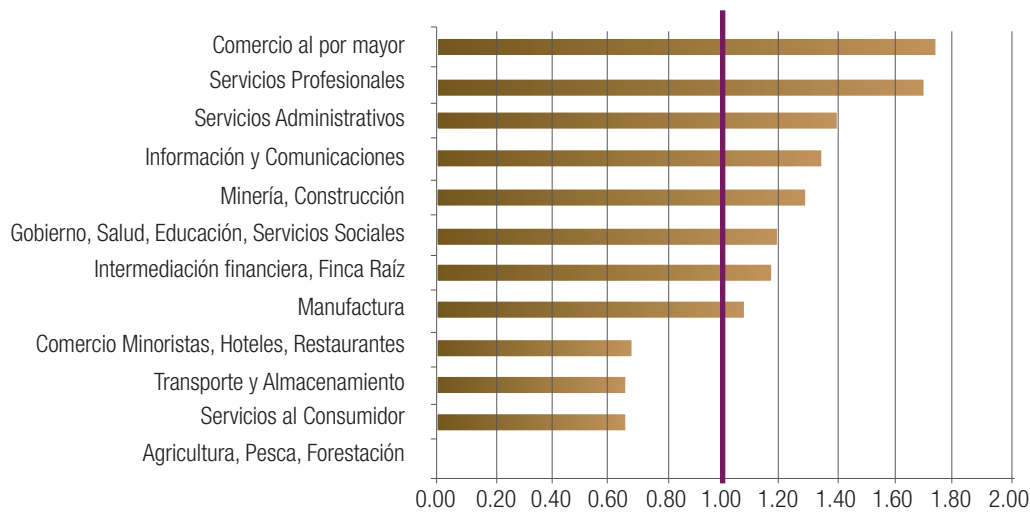
Fuente: Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca (2012).

Sin embargo, las cifras del **GEM** sobre sectores son útiles para entender dónde es más o menos probable encontrar emprendedores de un determinado sector en las distintas ciudades participantes en el estudio. Desde esta perspectiva se elaboró el gráfico 1.15, el cual presenta el cociente del porcentaje de participación de individuos emprendedores en Bogotá en un sector determinado, sobre el porcentaje de participación de individuos emprendedores en el mismo sector en otras ciudades del país. Cuando este resultado es

superior a uno, significa que Bogotá tiene una particular intensidad en cuanto a la preferencia de los emprendedores por iniciar actividades en el sector, en comparación con el resto del país. Cuando el resultado es inferior a uno, la intensidad en la generación de emprendimientos nuevos en ese sector en Bogotá es menor que la que se puede observar en otras ciudades. Cuando el indicador es igual a uno, la intensidad de creación de empresas por sector es similar en Bogotá y en el resto del país (gráfico 1.15).

Gráfico 1.15

Intensidad del emprendimiento por sectores Bogotá versus Colombia sin Bogotá (participación en el sector de emprendedores bogotanos/participación en el sector de emprendedores del resto del país)



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

El gráfico muestra que la probabilidad de encontrar emprendedores en Bogotá es superior a la de encontrarlos en el resto del país en un amplio número de sectores. Esto ocurre incluso en el caso de la manufactura, un sector que tiene en Bogotá una participación inferior a la del resto del país. Como podría esperarse, dada la distribución general de empresas presentada en el gráfico anterior, la probabilidad de que los emprendedores bogotanos se ocupen en generar empresas en sectores de servicios es apreciablemente más alta que la que existe en otras ciudades del país, como lo muestran los valores superiores a 1,5 en sectores como el

comercio y los servicios profesionales. Pero incluso en sectores como la construcción, que tiene una participación baja en el número total de empresas en Bogotá según los datos de la Cámara de Comercio, su indicador de intensidad del emprendimiento es superior en Bogotá que en el promedio del resto del país. Entre tanto, en sectores como el comercio al por menor, el transporte y el almacenamiento y los servicios prestados directamente a los consumidores, la intensidad de la generación de emprendimientos en Bogotá es baja en comparación con el resto del país.

¿Cuáles son las características de los emprendedores más dinámicos?

En Colombia y, por supuesto, también en Bogotá, el emprendimiento de mayor alcance y dinamismo ha sido el foco de la atención en tiempos recientes. Si bien el país necesita que el espíritu emprendedor se incremente y se profundice entre todos los ciudadanos, cada vez es más claro que solo los emprendimientos de mayor ambición, fundamentados en el desarrollo de ventajas comparativas que generen diferencias sustanciales para sus productos o servicios ante los ojos de los consumidores, tienen la posibilidad de incrementar significativamente la riqueza y servir como elemento transformador de la dinámica productiva general en el país. Por este motivo, desde diversas entidades del ecosistema de emprendimiento se viene haciendo énfasis en la necesidad de identificar, entender y estimular el emprendimiento que encierra mayor potencial de crecimiento.

En un trabajo de investigación realizado para varias cámaras de comercio en algunas de las

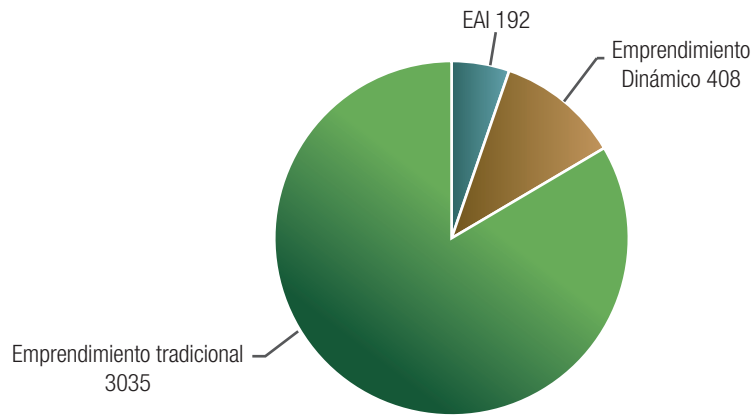
mayores ciudades del país, la firma consultora *The Breakthrough* (2011) estableció una taxonomía para identificar los emprendimientos con mayor potencial de impacto y dinamismo. Ese estudio definió tres tipos de emprendimientos. En primer término están los emprendimientos de alto impacto (EAI), que alcanzan ventas superiores a los \$6.000 millones anuales durante su primera década de operación (criterio de ventas) y con márgenes operacionales por encima del 10% en los últimos años (criterio de rentabilidad) y un promedio del 7% en la década anterior (criterio de sostenibilidad). En segundo lugar están los emprendimientos dinámicos, que tienen el potencial para llegar a vender más de \$4.000 millones en el décimo año si tienen más de tres años, o que han logrado ventas de \$400 millones si tienen menos de tres años (criterio de ventas), un margen operacional superior al 8% (criterio de rentabilidad) y un promedio histórico en su margen operacional del 4% (criterio de sostenibilidad). Las empresas que no clasifican en ninguna de las

dos categorías anteriores están en una tercera categoría, la del emprendimiento tradicional.

The Breakthrough (2011) identificó que el 83% de las empresas creadas en Bogotá desde el año 2000 están en esta última categoría, mientras que solo el 5,2% pueden ser consideradas como emprendimientos de alto impacto y el

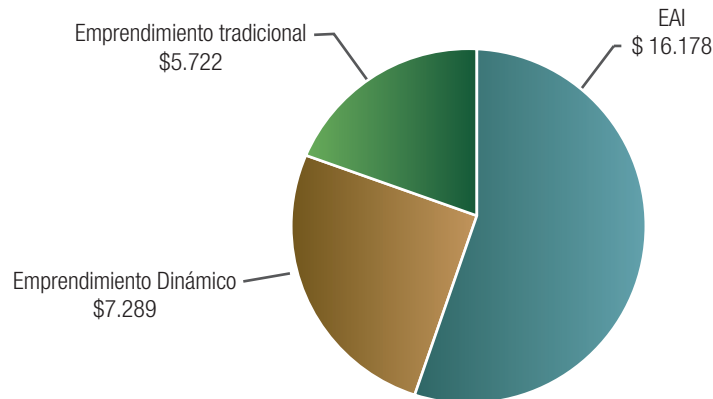
11% emprendimientos dinámicos. No obstante, al mismo tiempo en el conjunto de empresas el 55,4% de las ventas totales fueron generadas por emprendimientos de alto impacto, el 25% por emprendimientos dinámicos y solamente el 19,6% de las ventas totales correspondieron a los emprendimientos tradicionales (gráficos 1.16 y 1.17).

Gráfico 1.16
Bogotá: emprendimiento de alto impacto y emprendimiento dinámico por sectores, número de empresas



Fuente: *The Breakthrough* (2011)

Gráfico 1.17
Bogotá: emprendimiento de alto impacto y emprendimiento dinámico por sectores, ventas (promedio de cada grupo en millones de pesos)



Fuente: *The Breakthrough* (2011)

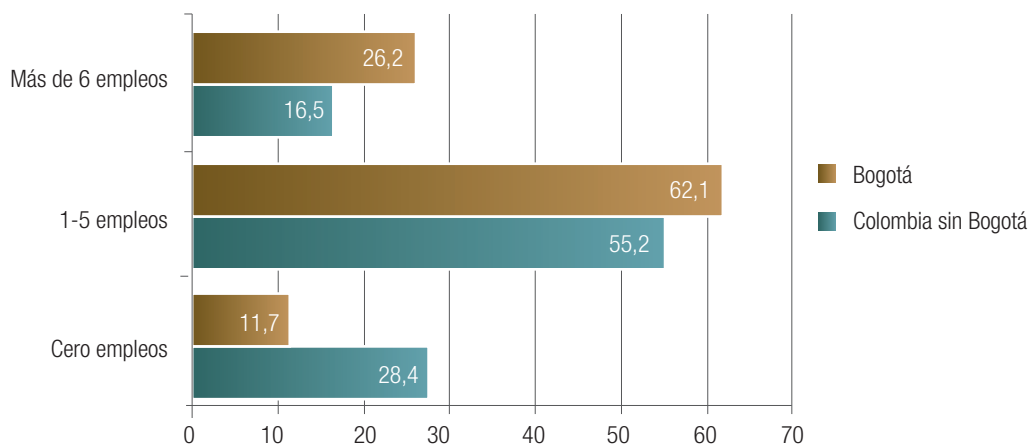
Estos hallazgos reafirman la idea de que solo los emprendimientos caracterizados por un alto potencial de crecimiento pueden generar riqueza en las magnitudes necesarias para alcanzar la transformación productiva colombiana y que estos emprendimientos son escasos tanto a nivel nacional como local. Por ende, se está dando en el país y en la ciudad un importante esfuerzo para identificar cuáles son las características de los emprendimientos de mayor capacidad de impacto y crecimiento, y cuáles variables sería posible mover desde una perspectiva de política pública para estimular su desarrollo.

El **GEM** no incluye datos sobre los valores de ventas alcanzados por las empresas, pues los diseñadores de la metodología han encontrado que en muchos países esa pregunta genera rechazo y tiende a limitar la participación de muchos emprendedores en la encuesta. Sin embargo, el informe **GEM** sí contiene otras preguntas útiles para aproximarse a identificar a los emprendedores que tienen el mayor potencial de crecimiento. En particular, la investigación

internacional realizada a partir del **GEM** ha identificado que las aspiraciones de creación de nuevos empleos, en el caso de las empresas que se están iniciando, y el número de empleos creados, en el caso de los emprendedores que ya llevan varios años con sus empresas establecidas, son indicadores útiles para señalar los emprendimientos de alto potencial. Estas mediciones son diferentes a las medidas de los resultados de ventas y utilidades de la empresa que son utilizadas en *The Breakthrough* (2011). Sin embargo, son complementarias, pues, como ocurre con toda la información proveniente del **GEM**, permiten relacionar las características individuales de los emprendedores con las características de las empresas.

El gráfico 1.18 muestra cómo la participación en el total de aquellas empresas que generan más de seis empleos es superior en Bogotá (26%) que en el resto del país (16,5%). Así, la capital presenta un mayor porcentaje de empresas de mayor potencial de crecimiento que el promedio del resto del país.

Gráfico 1.18
Bogotá: perfil de empleos creados por los emprendedores establecidos,
Participaciones porcentuales de empresas en los distintos niveles de creación de empleos



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

La tabla 1.8 explora el impacto de la diferenciación frente a la competencia sobre las posibilidades de generar empleo. La encuesta pregunta a los participantes cuántos negocios ofrecen los mismos productos que su empresa. La tabla muestra que en la medida en que sean pocos los competidores, aumentan las probabilidades de que las empresas generen más empleos asociados a su mayor potencial de crecimiento. Así, tanto en Bogotá como en el resto de las ciudades del país se aprecia que las empresas

que enfrentan menos competidores tienen una mayor participación en la generación de empleo que aquellas con muchos competidores. De nuevo, en el caso de Bogotá esta diferencia es mayor que en el resto del país. Así, en el grupo de las empresas que enfrentan pocos competidores, las empresas que generan más de seis empleos conforman más del 48% del total, en tanto que ese porcentaje es del 21,6% en promedio en el resto del país.

Tabla 1.8
Bogotá: emprendedores establecidos, diferenciación ante la competencia y generación de empleo ¿Cuántos negocios ofrecen los mismos productos que su empresa?

		Cero empleos	1-5 empleos	6-19 empleos	Total
Colombia sin Bogotá	Muchos	28,9	57,2	13,9	100
	Pocos o Ninguno	27,3	51,1	21,6	100
Bogotá	Muchos	11,1	72,2	16,7	100
	Pocos o Ninguno	12,9	38,7	48,4	100

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

Por otra parte, la información proveniente del **GEM** confirma la importancia de la actividad de los individuos en redes de emprendedores como un factor que está asociado a altos potenciales de crecimiento. Como lo muestra la tabla 1.9, en Bogotá los emprendedores que afirman haber recibido consejos de otros emprendedores más experimentados durante el último año tienen unas expectativas de crecimiento mucho más altas que el promedio. Así, el 40% de los emprendedores que recibió consejo de otros cree

que sus empresas van a generar crecimientos en empleo superiores al 50% en los próximos cinco años, en contraste con solo el 10,5% de los emprendedores que no cuentan con esos recursos de red. De nuevo, la diferencia entre los dos grupos es mayor en Bogotá que en el promedio de las demás ciudades del país donde se realiza el informe **GEM**, lo que confirma que las condiciones de la capital pueden ser más favorables para el desarrollo del emprendimiento de alto potencial.

Tabla 1.9
Bogotá: emprendedores establecidos,
actividad en redes de empresarios y creación de empleos

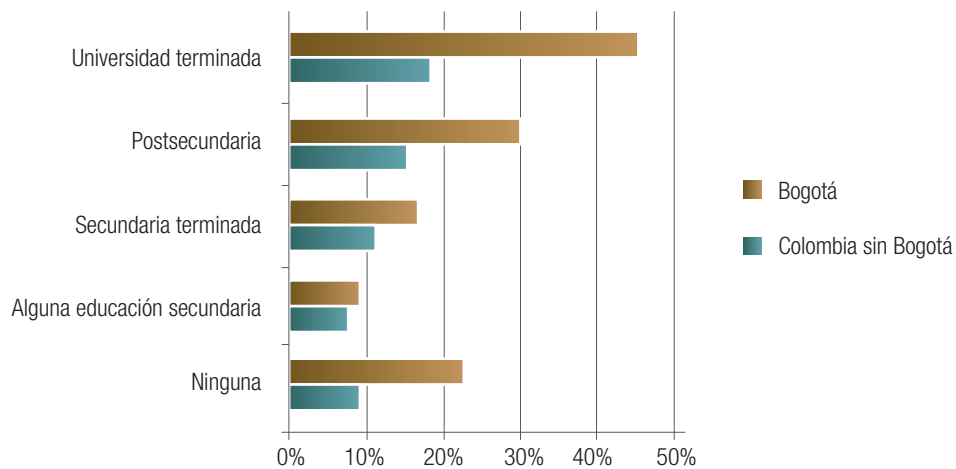
		Espera tener un crecimiento en los empleos generados por la empresa superior a 10 personas y crecimiento del 50% frente al estado actual	
Durante el último año, ¿recibió consejos de una persona con experiencia en negocios?		NO	SÍ
Bogotá	Sí	60,0	40,0
	No	89,5	10,5
Colombia sin Bogotá	Sí	85,7	14,3
	No	91,1	8,9

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

El gráfico 1.9 examina la relación que existe entre el nivel de educación del emprendedor y las expectativas de crecimiento en el empleo, según la información proveniente del **GEM**, y muestra que existe una relación directa entre estas dos variables. En particular, dicha relación es más fuerte en el caso de los graduados universitarios

en Bogotá, pues casi la mitad de ellos tienen una alta expectativa de creación de empleos en cinco años. En forma consistente con los resultados antes presentados, esta relación es en particular fuerte en la capital, en comparación con el resto del país.

Gráfico 1.19
Bogotá: educación del emprendedor y aspiraciones de creación de empleo
Dentro de 5 años, espera tener un crecimiento en los empleos generados por la empresa superior a 10 personas y crecimiento del 50% frente al estado actual

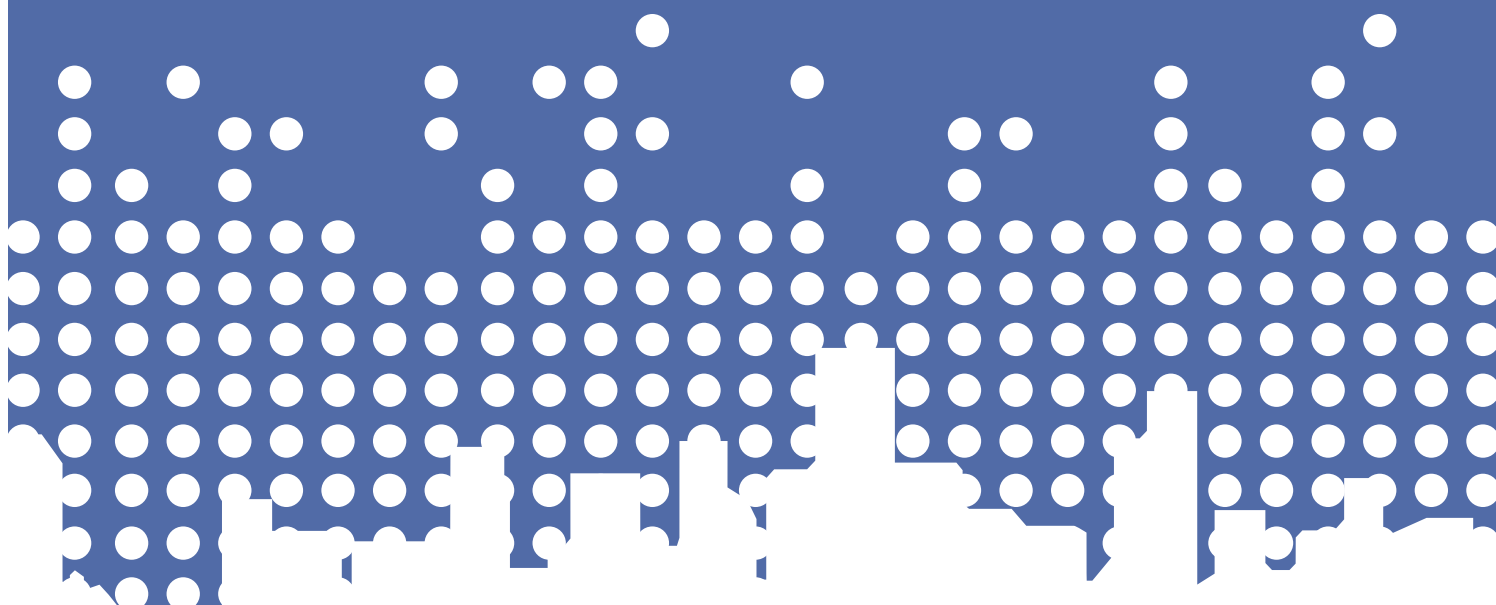


Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).



Capítulo II.

La medición del estado del emprendimiento en Bogotá



La medición del estado del emprendimiento en Bogotá

El informe **GEM** cubre una gran cantidad de variables que abarcan todo el proceso emprendedor, desde la motivación y el sentido de la eficacia personal en los individuos emprendedores, hasta el nacimiento y desarrollo de la empresa. La abundancia de información en ocasiones lleva a que el informe pueda ser difícil de leer y las conclusiones más nítidas se pierdan. Por este motivo, en esta edición del Informe **GEM** Bogotá hemos decidido cambiar el formato en el cual presentamos la información. A continuación presentamos los gráficos centrales que permiten mantener la continuidad de la información anual que hemos publicado en el pasado, pero sintetizamos los textos para destacar los hechos y conclusiones más relevantes que se desprenden de las cifras del **GEM**. De esta manera, aspiramos a lograr que los lectores lleguen con mayor rapidez a la información que consideran más valiosa y útil para sus necesidades particulares.

Los resultados más sobresalientes del estudio para el año 2012 son los siguientes:

- Bogotá obtuvo una tasa de actividad emprendedora (TEA) del 20,5% en 2012. Este porcentaje es el segundo más alto del país, después de Cali, que registró 21,7%. Bogotá presenta una ligera caída en este indicador desde 2010, cuando fue de 22,79%, mientras que Cali y Medellín vienen subiendo su tasa. En lo que se refiere al porcentaje de empresarios establecidos, Bogotá sigue teniendo el más alto del país, con 8,1%.
- La TEA se descompone en dos partes: los individuos que han iniciado actividades para crear su empresa, pero aún no han pagado salarios por más de tres meses y medio (emprendedores nacientes) y los que han pagado salarios por un periodo que va de tres meses a tres años y medio (emprendedores nuevos). En Bogotá, en 2012 los emprendedores nacientes fueron el 14,1% de la población y los nuevos emprendedores el 7,8%, porcentajes ligeramente superiores a los del promedio del país. Entre tanto, el porcentaje de emprendedores establecidos (más de tres años y medio pagando salarios) fue de 8,1%, también superior al del promedio nacional.
- En comparación con el contexto latinoamericano, el comportamiento de la TEA y del porcentaje de empresarios establecidos en Colombia fue relativamente estable en el periodo 2010-2012. Esto contrasta con los comportamientos de Perú (a la baja en estos indicadores) y Chile (al alza).
- En cuanto a las actitudes y comportamientos individuales hacia el emprendimiento, el porcentaje de personas que perciben que existen oportunidades de negocios en Bogotá aumentó de forma significativa de 2010 a 2011 y se mantuvo en niveles altos en 2012. De la misma manera, realizar un emprendimiento como elección de carrera es una posibilidad considerada en forma favorable por el 87,03% de los individuos encuestados. Sin embargo, el porcentaje de

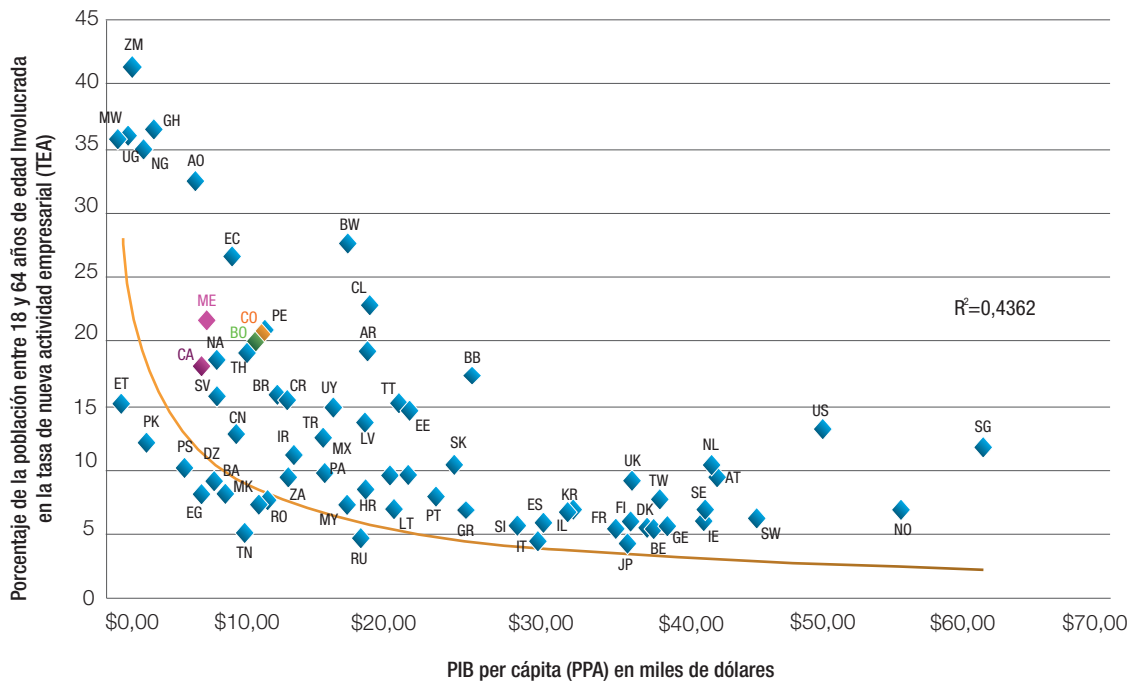
personas que afirma conocer en persona a un emprendedor se redujo apreciablemente entre 2011 y 2012, de 38% a 30,79%, uno de los niveles más bajos en América Latina.

- Se mantiene el contraste entre el emprendimiento por necesidad y el emprendimiento por oportunidad. Los emprendedores por necesidad presentan niveles inferiores de educación e ingresos que los emprendedores por oportunidad.
- Tanto entre los emprendedores por necesidad como entre los emprendedores por oportunidad, hay más mujeres que hombres en los niveles inferiores de la distribución de ingresos. Sin embargo, entre los emprendedores por oportunidad el porcentaje de mujeres que están en el mayor nivel de ingresos es superior al de hombres.
- En el caso del emprendimiento de mayor potencial (aspira a generar más de 6 empleos en los primeros cinco años de vida de la empresa), los niveles educativos son los más altos entre los individuos de los diferentes grupos. Cerca del 59% de ellos tienen estudios técnicos o universitarios.
- En Bogotá viene creciendo el porcentaje de emprendedores que afirman utilizar tecnología de reciente aparición. Junto con Cali, Bogotá presenta unos indicadores particularmente altos en este indicador, en comparación con el promedio de América Latina.
- Los porcentajes de las empresas en Bogotá que afirman estar exportando vienen en crecimiento. El porcentaje de empresarios que exportan más del 25% de su producción aumentó de 16,9% en 2010 a 22% en 2012.
- Bogotá aparece bien evaluada por expertos en emprendimiento en temas como la disponibilidad de programas de fomento al desarrollo de actividades emprendedoras, la educación para el emprendimiento y el ambiente favorable a la cultura emprendedora. Sin embargo, su situación es relativamente desfavorable en lo que se refiere a infraestructura física, la disponibilidad de empresas de servicios enfocadas en emprendedores y la transferencia de conocimiento y tecnología hacia las nuevas empresas.
- La ciudad registra una intensa actividad por parte de inversionistas informales que aportan recursos para la creación de nuevas empresas. No obstante, en su gran mayoría los montos de estas inversiones son bajos y quienes los aportan solo los dirigen hacia los círculos más inmediatos de parientes y amigos.



Comparaciones internacionales

Gráfico 2.1
PIB per cápita de los países y tasa de actividad emprendedora (TEA) 2012



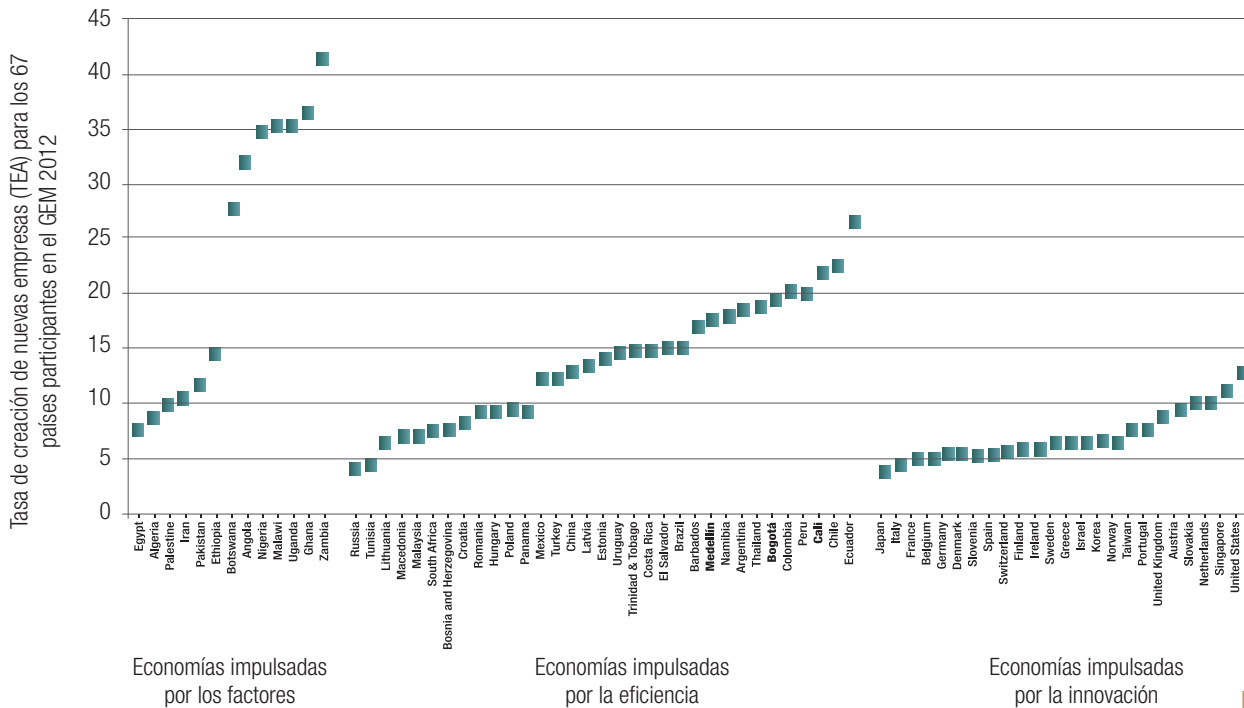
Argola	AO	Corea	KR
Argentina	AR	Letonia	LV
Australia	AU	Montenegro	ME
Bosnia y Herzegovina	BA	Macedonia	MK
Bélgica	BE	México	MX
Bolivia	BO	Malasia	MY
Brasil	BR	Países Bajos	NL
Chile	CH	Noruega	NO
China	CN	Perú	PE
Colombia	CO	Pakistán	PK
Costa Rica	CR	Portugal	PT
Alemania	DE	Rumania	RU
Dinamarca	DK	Rusia	RU
Ecuador	EC	Arabia Saudita	SA
Egipto	EG	Suecia	SE
España	ES	Eslovenia	SL
Finlandia	FI	Suiza	SW
Francia	FR	Túnez	TN
Ghana	GH	Turquía	TR
Áustria	GR	Trinidad y Tobago	TT
Guatemala	GT	Taiwán	TW
Grecia	GR	Uganda	UG
Hungría	HU	Reino Unido	UK
Irlanda	IE	Estados Unidos	US
Israel	IL	Uruguay	UY
Irán	IR	Vanuatu	VU
Islandia	IS	Sudáfrica	ZA
Italia	IT	Zambia	ZM
Jamaica	JM	Bogotá	BG
Japón	JP	Medellín	MD
		Calí	CL

- Colombia y Bogotá aún presentan bajos índices de desarrollo económico en la comparación internacional. El ingreso per cápita medido por la paridad del poder adquisitivo supera los diez mil dólares, lo que está por debajo de la mediana de la distribución de los países que participan en el **GEM**.
- Los componentes de la TEA tienen un comportamiento opuesto: a medida que aumenta el ingreso per cápita, disminuye el emprendimiento por necesidad y aumenta el emprendimiento por oportunidad.

Fuente: **GEM** (2012).

Gráfico 2.2

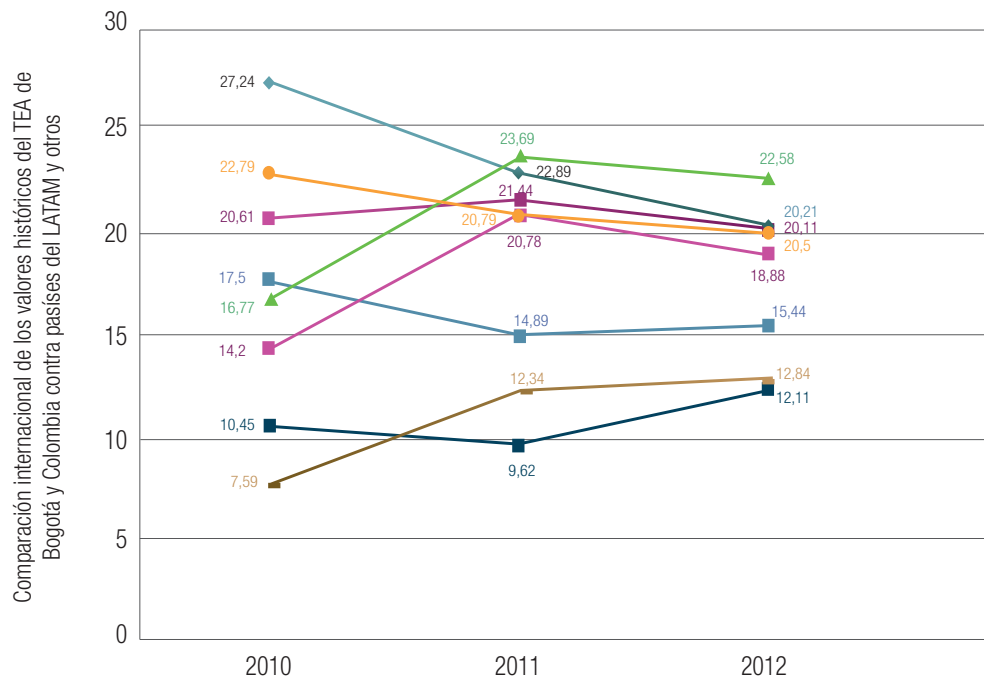
TEA para Bogotá, Medellín, Cali y los 67 países participantes en el GEM, 2012



Fuente: GEM (2012), APS (2012).

- Con una TEA del 20,5%, Bogotá es la segunda ciudad del país con la mayor tasa de emprendimiento. La primera es Cali con el 21,7%.
- Los mayores niveles de la TEA se encuentran en los países de menor desarrollo, cuyas economías son movidas por factores básicos. Esto es porque son países donde es más difícil encontrar empleos bien remunerados y la población se ve obligada a acudir al emprendimiento con el fin de subsistir.
- Colombia hace parte de los países cuyas economías son impulsadas por la eficiencia. La TEA de Bogotá está por encima de la mayor parte de países en este grupo, incluyendo latinoamericanos, europeos y asiáticos.
- En los países desarrollados, donde las economías son movidas por la innovación y la mayoría de las personas tienen acceso a empleos bien remunerados, los niveles de la TEA son menores.

Gráfico 2.3
Comparación de la TEA de Bogotá, Colombia y los países latinoamericanos, 2010-2012



- ◆ Perú
- Colombia
- ▲ Chile
- Argentina
- Brasil
- México
- Estados Unidos
- Bogotá

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor Bogotá. Encuesta a la población adulta –APS– (2012)

Tabla 2.1

Etapas en el desarrollo de los emprendedores en varios países

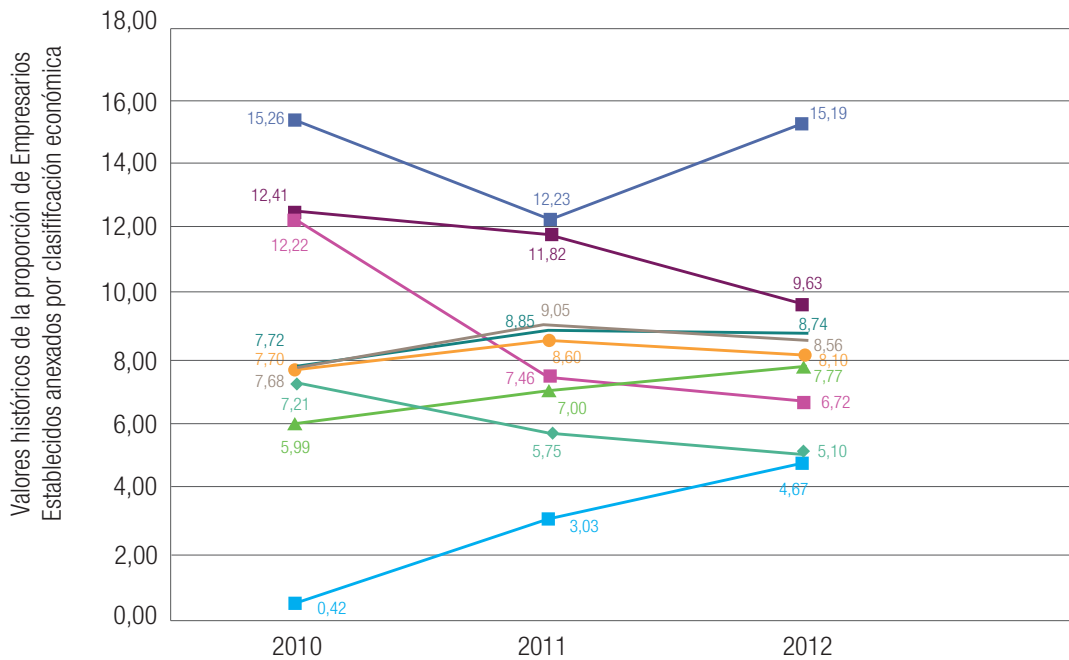
	Intención de emprender	Emprendedor Naciente	Nuevo Emprendedor	Emprendedor establecido (etapa de aceleración)	TEA
Ecuador	54,3%	16,7%	11,7%	18,9%	26,6%
Brasil	37,3%	4,5%	11,3%	15,2%	15,4%
México	22,9%	7,9%	4,3%	4,7%	12,1%
Uruguay	24,3%	10,2%	4,7%	5,0%	14,6%
Colombia	56,9%	13,6%	6,9%	6,7%	20,1%
Bogotá	57,5%	14,1%	7,8%	8,1%	20,5%
Medellín	54,5%	12,1%	6,4%	6,0%	18,0%
Cali	59,4%	13,8%	8,2%	4,2%	21,8%
Chile	44,9%	14,7%	8,4%	7,8%	22,6%
España	12,1%	3,4%	2,5%	8,7%	5,7%
Israel	14,5%	3,5%	3,0%	3,8%	6,5%
Estados Unidos	16,5%	8,9%	4,1%	8,6%	12,8%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor Bogotá. Encuesta a la población adulta –APS- (2012)

- Las ciudades colombianas muestran indicadores de intención de emprender particularmente altos en el contexto del continente. Esto ocurre probablemente como resultado de las campañas emprendidas por los gobiernos nacional y local y otros actores del ecosistema para estimular el desarrollo de nuevos emprendimientos.
- Bogotá tiene indicadores altos de emprendimientos nacientes y nuevos emprendimientos, pero además muestra un indicador elevado de emprendedores establecidos, superior al de otras ciudades colombianas. Así, la proporción de individuos que logra persistir en el largo plazo en sus empresas es en particular alta en la ciudad, en comparación con otros puntos de referencia en Colombia y la región.
- Fuera de Colombia, en América Latina se destacan Brasil y Ecuador por sus altos niveles en estos indicadores.

Gráfico 2.4

Empresarios establecidos - Comparación de Colombia y Bogotá con países de América Latina, Estados Unidos y España, 2010-2012

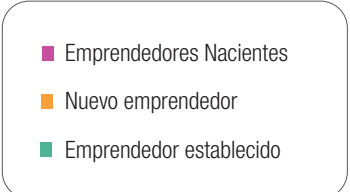
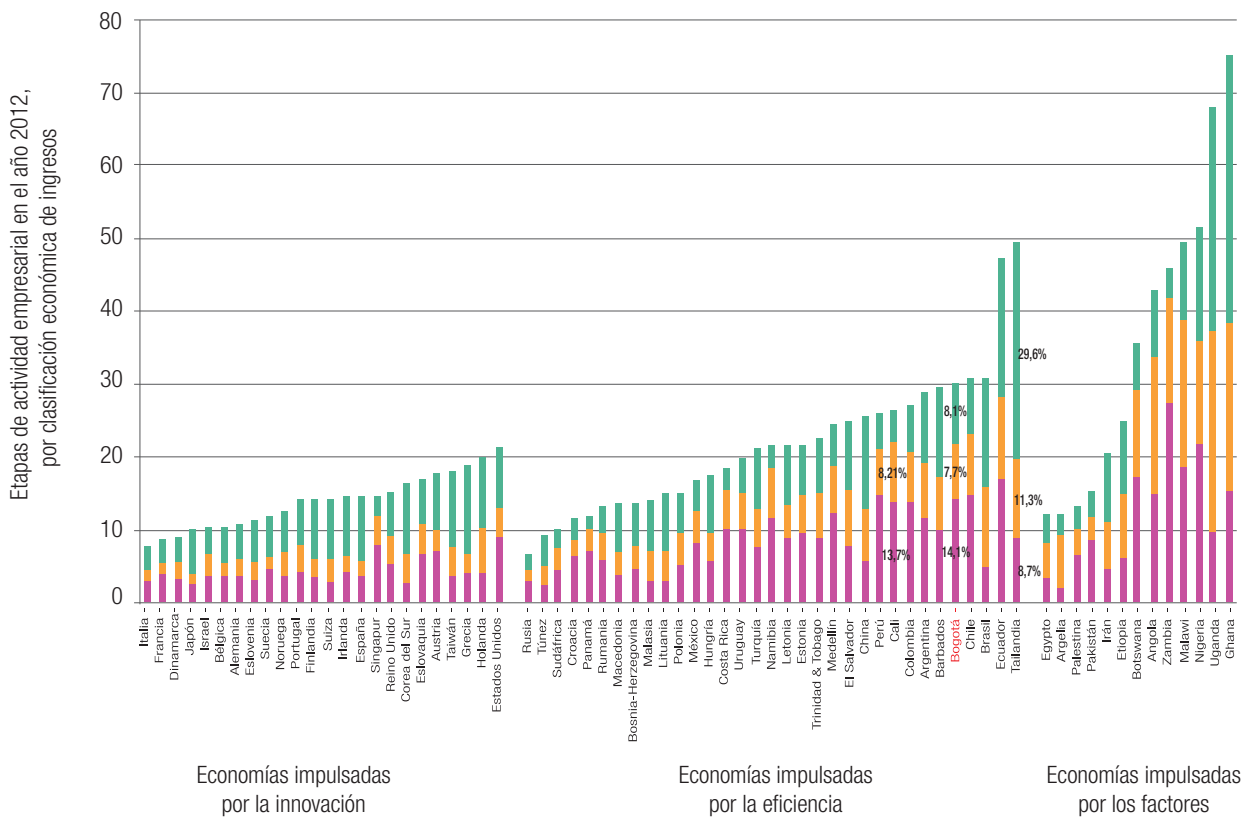


- En la medición de **GEM**, los empresarios establecidos son aquellos que han pagado salarios durante un periodo de tiempo que supera los tres años y medio.
- Brasil se destaca por su porcentaje de empresarios establecidos en la población, con una tasa de 15,2%, seguido por Argentina (9,6%).
- Estados Unidos y España no presentan variabilidad en sus tasas de empresarios establecidos, lo que sí sucede en los casos de México, Colombia, Brasil y Argentina.
- México muestra un ritmo de crecimiento sustancial en el periodo analizado.

Fuente: **GEM** Bogotá (2010-2012), APS (2012).

Gráfico 2.5

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



Fuente: GEM (2012).

- Los porcentajes de emprendedores nuevos y establecidos tienen el comportamiento esperado en Bogotá: existe una mayor cantidad de emprendedores nacientes (14,1%), una menor cantidad de nuevos emprendedores (7,7%) y una tasa del 8% de empresarios cuyos negocios están en operación hace más de 42 meses.
- Este patrón se cumple en la gran mayoría de los países donde se realiza el GEM. Se destacan algunas excepciones, como el caso de Tailandia, donde la tasa de emprendedores establecidos supera a la tasa de actividad emprendedora.

La actividad emprendedora en Bogotá

La tasa de actividad emprendedora (TEA)

Tabla 2.2
Etapas de la cadena de emprendimiento de Bogotá y Colombia, 2010-2012

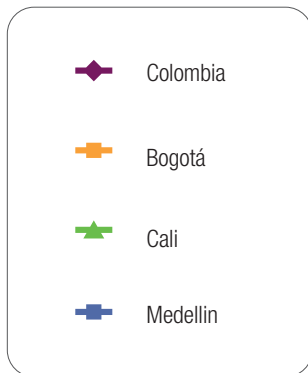
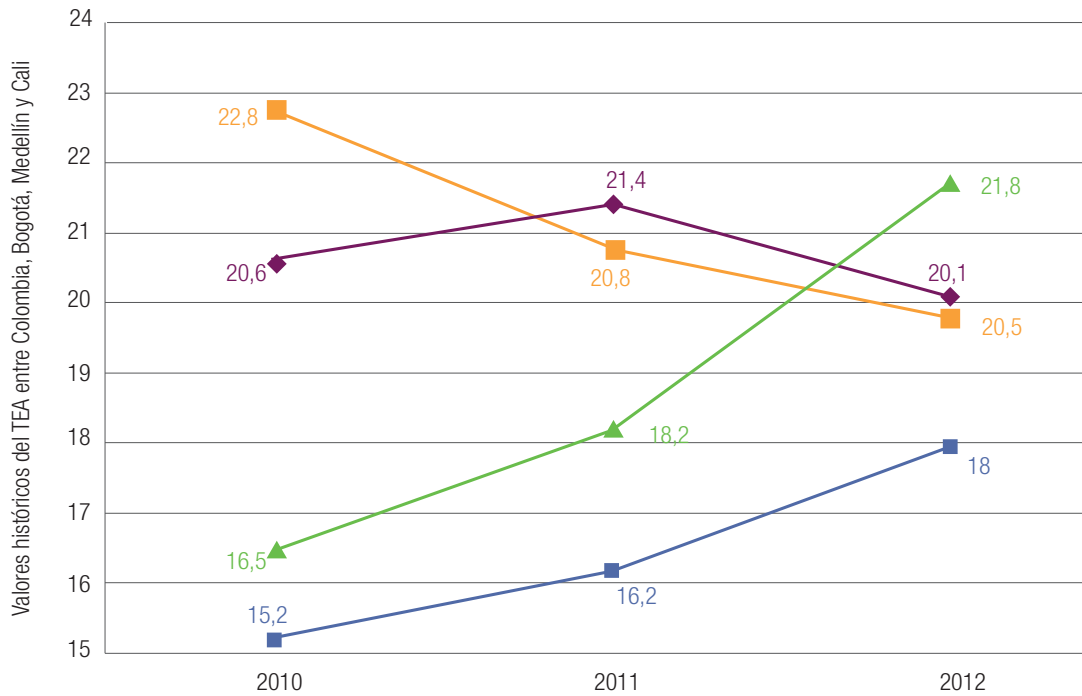
		Intención de emprender (etapa de Sensibilización, Identificación y Formulación)	Emprendedor naciente (etapa de Puesta en Marcha I)	Nuevo emprendedor (etapa de puesta en marcha II)	establecido (etapa de aceleración)
2010	Bogotá	62,70%	14,90%	8,70%	7,70%
	Colombia	46,19%	8,72%	12,57%	12,22%
2011	Bogotá	44,90%	10,10%	11,20%	8,60%
	Colombia	58,46%	15,20%	6,65%	7,46%
2012	Bogotá	57,50%	14,11%	7,75%	8,10%
	Colombia	56,91%	13,58%	6,86%	6,72%

Fuente: **GEM** Bogotá (2010-2012), APS (2012).

- Para el año 2012, el 58% de las personas en Bogotá reportaron tener la intención de iniciar una nueva actividad empresarial, muy por encima del 45% reportado en 2011.
- Tanto en Bogotá como en Colombia, viene en aumento la participación de los emprendedores nacientes (aquellos que han iniciado actividades para fundar la empresa, pero no han pagado salarios durante al menos tres meses). Para el año 2012 el 14,1% de las personas encuestadas manifestaron estar haciendo algún tipo de actividad empresarial para iniciar su negocio, esto es, cuatro puntos porcentuales por encima del año anterior.
- La tasa de empresarios establecidos (aquellos que tienen funcionando su negocio y han pagado salarios durante más de tres años y medio) presenta un comportamiento estable en los últimos tres años, para el caso de Bogotá. En el año 2012, una de cada doce personas en la ciudad es propietaria de un negocio con estas características.



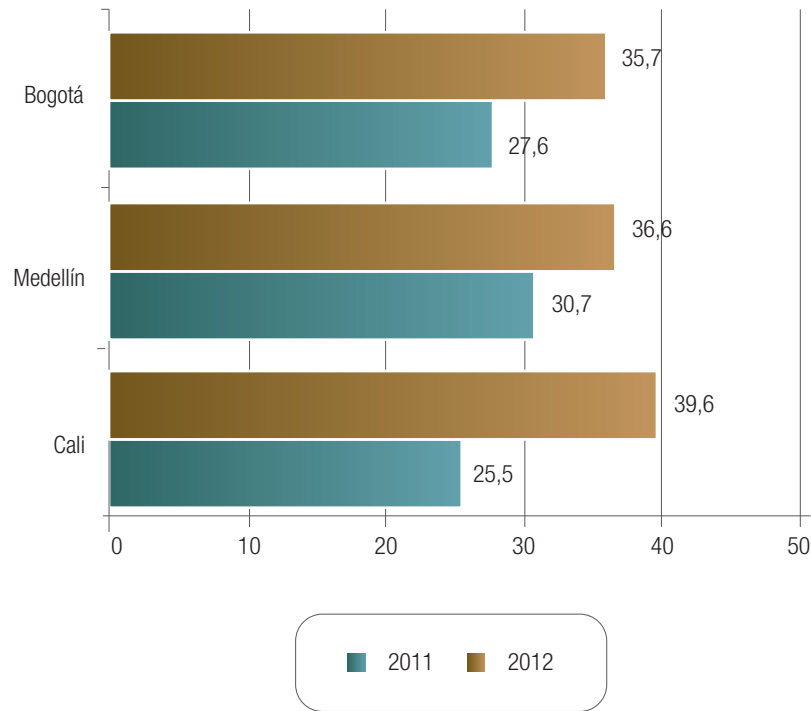
Gráfico 2.6
Comparación de la TEA entre Colombia, Bogotá, Medellín y Cali,
2010-2012



Fuente: **GEM** Bogotá (2010-2012), APS (2012).

- En el periodo 2010-2012 se registra una tendencia de aumento de la TEA en Cali y Medellín, y una estabilidad en el caso de Bogotá. En suma, parecería que en los últimos dos años se está dando una convergencia en la TEA para las tres ciudades, con una reducción de las distancias entre ellas.
- En Bogotá, la TEA ha estado estable en los últimos dos años. La dinámica de Cali y Medellín parece ser específica de esas ciudades, las cuales vienen acercándose al nivel de la TEA para el país.
- Para las tres ciudades, en los tiempos recientes, se ha registrado un incremento del emprendimiento por oportunidad.

Gráfico 2.7
TEA según una motivación de oportunidad - Comparación entre Bogotá, Medellín y Cali, 2010-2012



Fuente: **GEM** Bogotá (2010-2012), APS (2012).

- La convergencia en la TEA en Bogotá, Cali y Medellín se confirma al considerar de forma específica el emprendimiento por oportunidad en su definición más estricta, es decir, aquel que incluye únicamente a los individuos que afirman estar motivados por el deseo de incrementar sus ingresos o aumentar su autonomía personal.
- Este grupo de individuos viene en crecimiento en las tres ciudades en los últimos años. Cali tiene el mayor nivel y el mayor crecimiento en este indicador en el periodo considerado.
- El crecimiento del emprendimiento por oportunidad probablemente está relacionado con la intensa actividad que se viene registrando en los ecosistemas de emprendimiento de las principales ciudades del país, en el sentido de estimular a los ciudadanos a considerar la creación de una empresa como opción de vida.

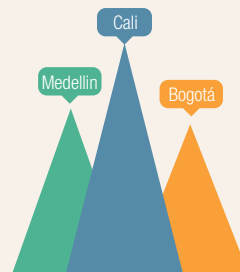
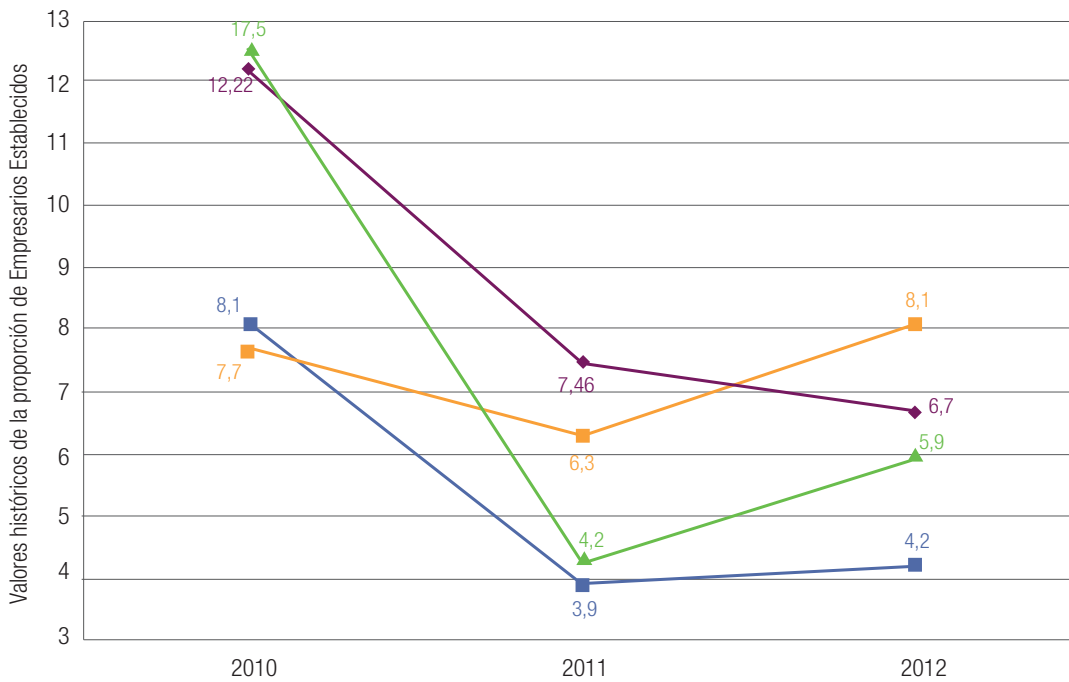


Gráfico 2.8
Empresarios establecidos - Comparación entre Colombia, Bogotá, Medellín y Cali, 2010-2012



- Para el año 2012, en Colombia, Bogotá presenta la mayor tasa (8,1%) de empresarios establecidos, por encima de Cali (5,9%) y Medellín (4,2%).
- Bogotá es la única ciudad de este grupo donde el porcentaje de empresarios establecidos ha crecido cuando se comparan los años 2010 y 2012.
- Los porcentajes de empresarios establecidos son menores que los de los emprendedores que participan en la TEA. Esto es de esperarse, pues muchas de las empresas que participan en la TEA no logran sobrevivir hasta llegar a cumplir tres años y medio pagando salarios.

Fuente: **GEM** Bogotá (2010-2012), APS (2012).

Actitudes y percepciones de los emprendedores bogotanos

Tabla 2.3
Actitudes y percepciones de la población hacia el emprendimiento en Bogotá, 2010-2012

	Conoce a un empresario naciente o nuevo	Existirán buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses	Tiene las habilidades necesarias para empezar un negocio	Las personas tienen miedo al fracaso del negocio	Las personas prefieren un estándar de vida igual para todos	Empezar un negocio es una buena elección de carrera	Las personas les dan un alto estatus a los emprendedores	Los medios de comunicación les prestan mucha atención a los emprendedores
2010	38,50%	49,10%	62,90%	32,00%	65,50%	66,40%	66,00%	72,40%
2011	38,00%	66,20%	61,40%	34,70%	59,30%	44,70%	72,80%	58,40%
2012	30,79%	64,87%	56,68%	36,43%	57,20%	87,03%	69,87%	56,92%

Fuente: GEM Bogotá (2010-2012), APS (2012).

- El porcentaje de individuos que perciben que existen oportunidades de negocios en Bogotá aumentó de manera significativa de 2010 a 2011 y se mantuvo en niveles altos en 2012.
- El porcentaje de individuos que afirma conocer en persona a un emprendedor se redujo apreciablemente entre 2011 y 2012 (de 38% a 30,79%). Este descenso podría ser motivo de preocupación, pues se trata de una variable que sintetiza la participación de los individuos en redes de emprendedores y usualmente tiene una correlación fuerte con el desempeño de las empresas.
- Realizar un emprendimiento como elección de carrera es una posibilidad considerada de manera favorable por el 87,03% de los individuos encuestados.
- El temor al fracaso también aumentó y 2012 es el año en el cual un mayor porcentaje de bogotanos afirma que dicho temor podría detenerlos en su deseo de iniciar un nuevo negocio.



Tabla 2.4

Actitudes y percepciones de la población hacia el emprendimiento en Bogotá en comparación con otras ciudades y países, 2010-2012

	Conoce a un empresario naciente o nuevo	Existirán buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses	Tiene las habilidades necesarias para empezar un negocio	Las personas tienen miedo al fracaso del negocio	Las personas prefieren un estándar de vida igual para todos	Empezar un negocio es una buena elección de carrera	Las personas les dan un alto estatus a los emprendedores	Los medios de comunicación les prestan mucha atención a los emprendedores
Ecuador	34,24%	58,55%	72,10%	34,65%	77,61%	88,11%	84,14%	78,78%
Uruguay	35,57%	51,03%	57,81%	30,75%	66,80%	60,82%	59,12%	50,82%
Perú	45,94%	56,99%	65,47%	31,93%	54,20%	77,25%	73,00%	75,52%
Colombia	29,99%	71,80%	56,57%	34,67%	68,43%	89,22%	75,49%	68,75%
Bogotá	30,79%	64,87%	56,68%	36,43%	57,20%	87,03%	69,87%	56,92%
Medellín	27,75%	74,20%	44,26%	36,44%	73,30%	89,24%	73,54%	69,13%
Cali	32,60%	75,17%	51,76%	34,19%	69,05%	91,04%	76,52%	68,22%
Brasil	33,63%	52,40%	53,94%	35,55%	84,62%	89,04%	86,04%	86,17%
Argentina	33,90%	50,08%	63,46%	30,26%	60,89%	74,23%	66,87%	63,41%
Chile	41,85%	64,91%	59,91%	32,02%	N.D	69,74%	67,78%	65,84%

Fuente: GEM Bogotá (2010-2012), APS (2012).

- Argentina y Uruguay son los países en donde las personas tienen menos miedo al fracaso empresarial.
- En Ecuador, siete de cada diez personas piensan que tienen las habilidades necesarias para emprender, siendo esta la tasa de respuesta más alta en toda Latinoamérica.
- Brasil es el país en donde los medios de comunicación parecen tener un rol más importante al momento de posicionar la cultura emprendedora. Asimismo, es el país en donde la mayoría de personas preferirían un estándar de vida igual para todos.



Oportunidad laboral en Colombia



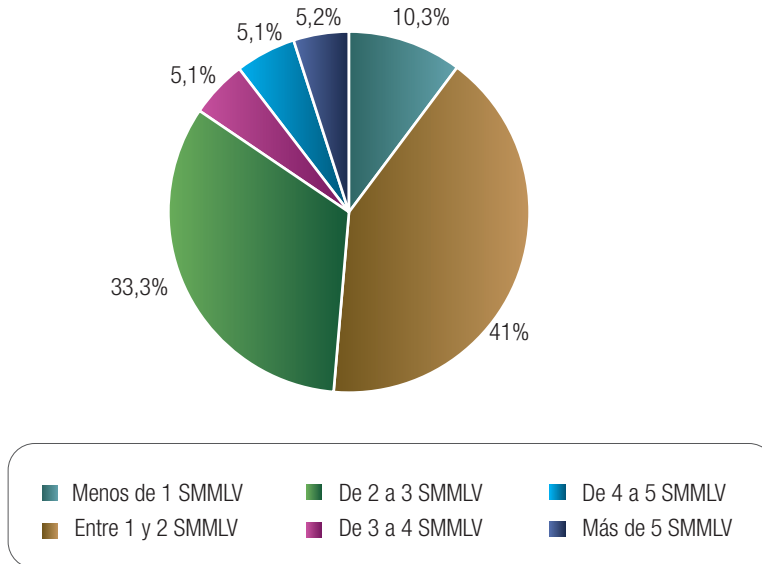
Oportunidad laboral en Chile

- Colombia (en especial, Cali y Medellín) es el país en donde más personas visualizan una buena oportunidad empresarial para los próximos seis meses.
- En Perú y Chile son los países en donde las personas reportan conocer en persona a un mayor número de empresarios.

Perfil del emprendedor bogotano

Emprendimiento por necesidad

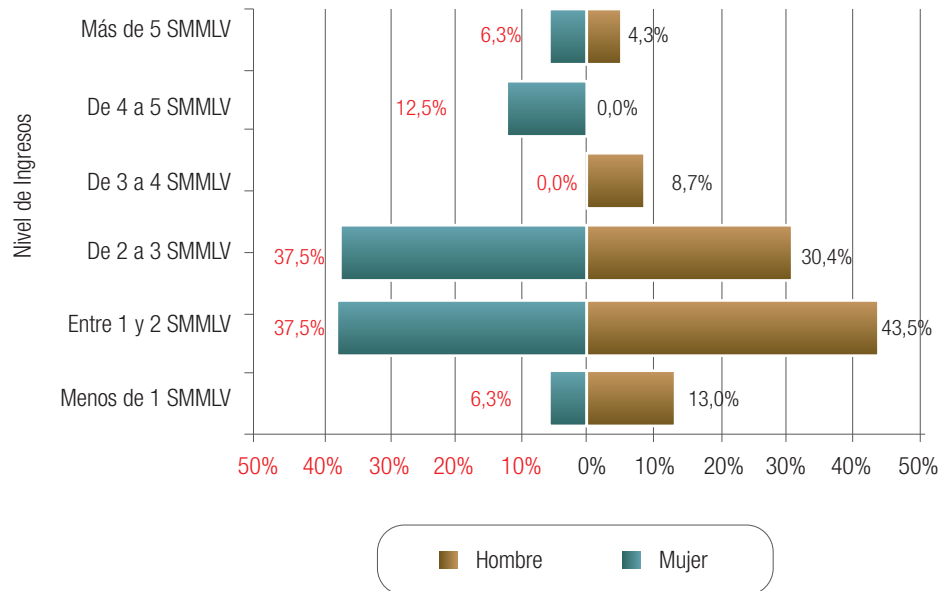
Gráfico 2.9
Emprendimiento por necesidad (2012) Distribución (%) por nivel de ingresos



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- El emprendimiento por necesidad es aquel que el emprendedor desarrolla por que no tiene mejores alternativas para generar ingresos.
- Más del 85% del total de los emprendedores por necesidad ganan menos de tres salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV).
- Este es el tipo de emprendimiento que resulta más frágil y vulnerable. No es evidente que existan posibilidades importantes de progreso para los emprendedores que inician su actividad en los niveles más bajos de ingresos.
- La contribución del emprendimiento por necesidad al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que lo practican es objeto de amplios debates desde una perspectiva de política pública. No basta con diseñar programas que estimulen este tipo de emprendimientos; es necesario, también, crear mecanismos de soporte que permitan a estos emprendedores actualizar su capital humano e incrementar el valor de sus aportes en mercados caracterizados por creciente competencia.

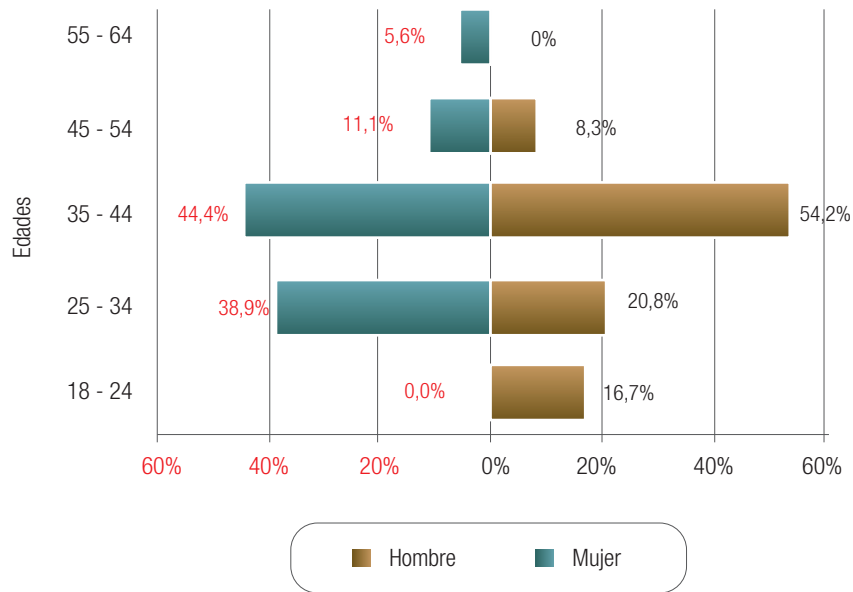
Gráfico 2.10
Emprendimiento por necesidad (2012)
Distribución de nuevos emprendedores por género y niveles de ingresos



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- Entre los emprendedores por necesidad, la participación de las mujeres tiende a ser mayor que la de los hombres, en los rangos de menores ingresos.
- En el caso de las mujeres, la participación de las emprendedoras que ganan de uno a dos salarios mínimos es 43,5%, mientras que en el caso de los hombres la participación de quienes están en este rango de ingresos es 37,5%
- En el caso de los hombres, la participación de los emprendedores que ganan más de cuatro salarios mínimos es 18,8%. Entre las mujeres, solamente 4,3% de ellas ganan más de 4 salarios mínimos mensuales.
- Estas tendencias tienden a perpetuar el papel de las mujeres como fuente de sustento para el hogar en los grupos de menor ingreso en Bogotá.

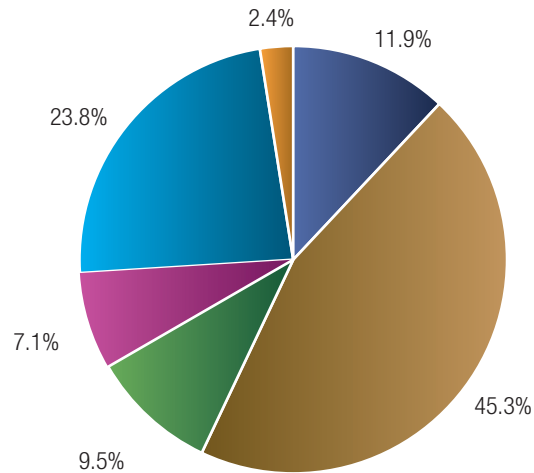
Gráfico 2.11
Emprendimiento por necesidad (2012)
Distribución de nuevos emprendedores por género y edades.



Fuente: GEM Bogotá (2012), APS (2012).

- El perfil de edades de los emprendedores tiende a enfatizar el desequilibrio entre los géneros en el emprendimiento por necesidad.
- En el caso de las mujeres, la distribución de edades tiende a concentrarse en un rango relativamente alto, pues un 54,2% de las mujeres emprendedoras tiene entre 35 y 44 años de edad, mientras que solo un 20,8% tiene entre 25 y 34 años de edad. En el caso de los hombres, el 38,9% tiene entre 24 y 35 años de edad.
- Esta distribución de edades es más favorable para los hombres que para las mujeres. El menor promedio de edad es bueno para los hombres como grupo, pues favorece la probabilidad de que un número mayor de emprendedores logren finalmente superar barreras y crecer. Los más jóvenes tendrán más tiempo a su disposición para perfeccionar sus modelos de negocio y crecer.
- Es posible que las mujeres tengan un mejor acceso a empleo en las etapas más jóvenes de su vida adulta, el cual se hace más difícil a medida que avanzan los años. Por este motivo, después de los 35 años de edad aumentaría el número de mujeres que se ven obligadas a buscar un emprendimiento por necesidad.

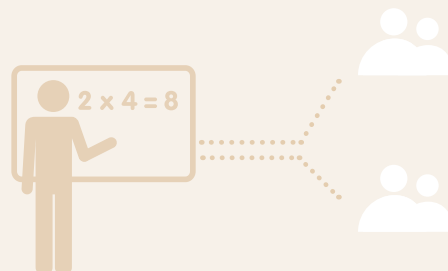
Gráfico 2.12
Emprendimiento por necesidad (2012)
Distribución de los nuevos emprendedores por nivel educativo



- Primaria
- Secundaria
- Técnica
- Tecnológica
- Universitaria
- Postgrado

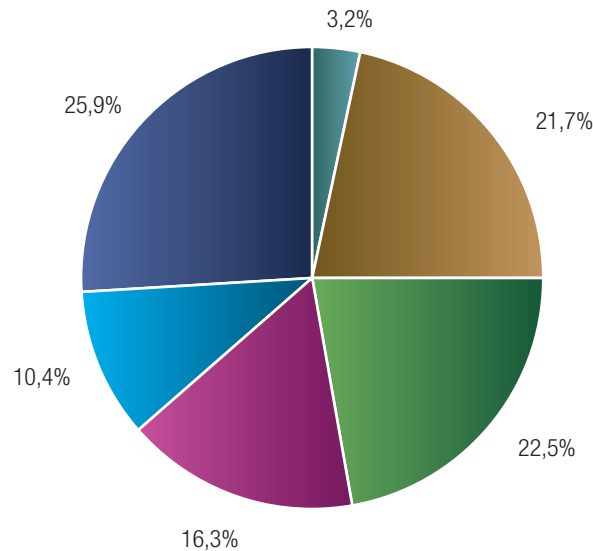
- Los bajos niveles de educación de los emprendedores son un rasgo distintivo del emprendimiento por necesidad.
- Más del 57% de los emprendedores por necesidad solamente lograron completar la secundaria como máximo nivel educativo.
- Estos deficientes niveles de educación tienden a acumular una desventaja en el tiempo. Así, el hecho de ser un emprendedor activo puede convertirse en una desventaja grave para el individuo, si esto lleva a que no tenga tiempo disponible para avanzar hacia la actualización de su capital humano.

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).



Emprendimiento por oportunidad

Gráfico 2.13
Emprendimiento por oportunidad (2012)
Distribución (%) por nivel de ingresos

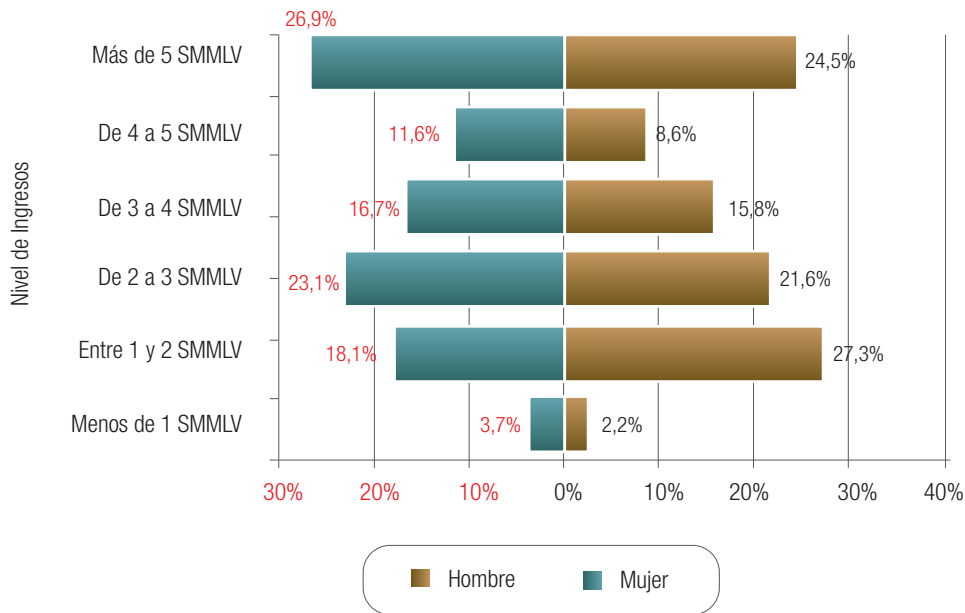


- Menos de 1 SMMLV
- Entre 1 y 2 SMMLV
- De 2 a 3 SMMLV
- De 3 a 4 SMMLV
- De 4 a 5 SMMLV
- Más de 5 SMMLV

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- Entre los emprendedores por oportunidad, se aprecian niveles de educación más elevados que entre los emprendedores por necesidad.
- Más del 50% de los emprendedores por oportunidad ganan más de tres salarios mínimos mensuales.
- Cerca del 26% gana más de cinco salarios mínimos.
- Como se han verificado en el ámbito internacional, estudios realizados utilizando la información del **GEM**, el emprendimiento por oportunidad está asociado a la explotación de negocios de mayor ambición y potencial, que pueden aportar mayores ingresos a los emprendedores.

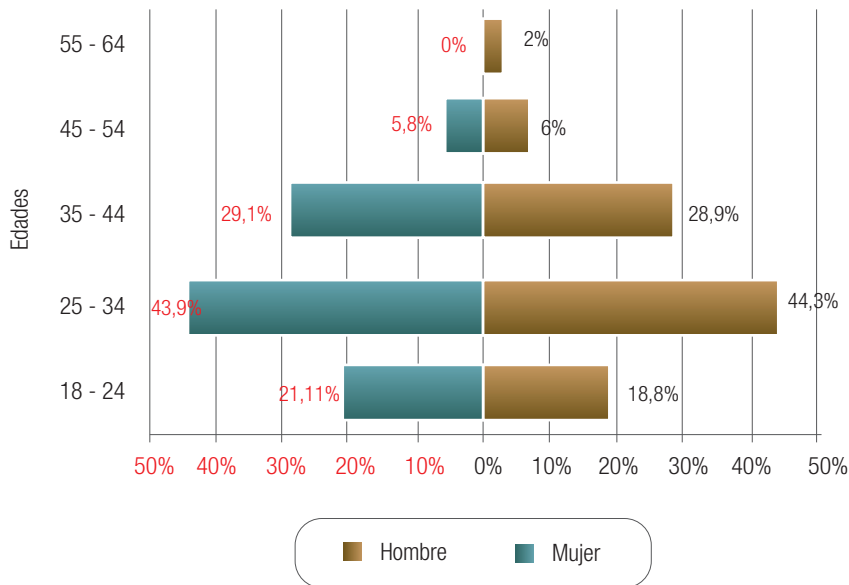
Gráfico 2.14
Emprendimiento por oportunidad (2012)
Distribución de nuevos emprendedores por género y niveles de ingresos



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- En el emprendimiento por oportunidad existe, también, una ligera desventaja para las mujeres como grupo. Sin embargo, esta desventaja asociada al hecho de ser mujer es menos marcada que en el caso del emprendimiento por necesidad.
 - Este sesgo negativo en la distribución de ingresos es más acentuado en el nivel más bajo de ingresos, de uno a dos salarios mínimos mensuales. Allí se ubica el 27% de las mujeres, en contraste con el 18,1% de los hombres.
 - Sin embargo, en los niveles más altos de ingreso la situación se aproxima a un equilibrio en la distribución por género.
- Por encima de tres salarios mínimos de ingresos, la distribución es similar para hombres y mujeres.
- Esta evidencia indica que los indicadores de desigualdad entre emprendedores hombres y mujeres se reducen cuando las mujeres logran avanzar en el emprendimiento por oportunidad. Los programas de apoyo al emprendimiento de las mujeres, entonces, deben enfatizar el componente de identificación de la oportunidad y construcción de modelos de negocio diferenciados, como condición para reducir la desigualdad de ingresos entre emprendedores hombres y mujeres.

Gráfico 2.15
Emprendimiento por oportunidad (2012)
Distribución de los nuevos emprendedores por género y edades

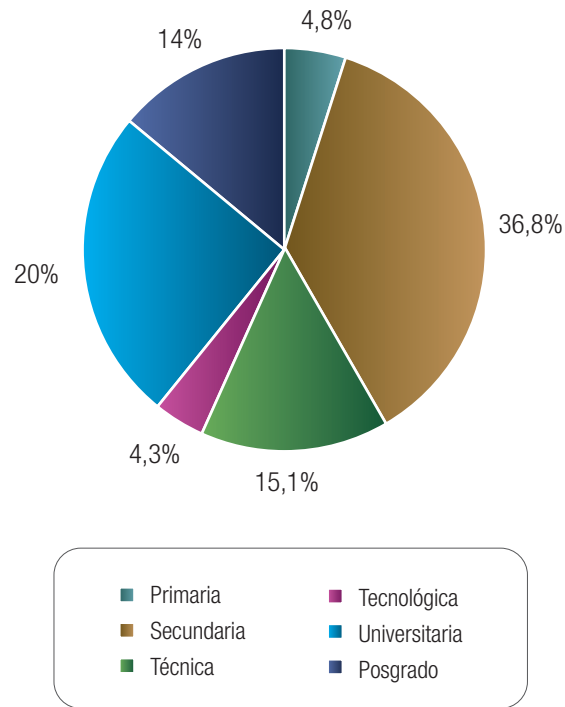


Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- La distribución de los emprendedores por edad es bastante similar entre hombres y mujeres en el caso del emprendimiento por oportunidad.
- Esta información confirma que la motivación de oportunidad es un factor que actúa en el sentido de borrar los efectos de las diferencias de género entre los emprendedores.
- Tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres, la gran mayoría de los emprendedores se ubican entre 25 y 44 años de edad.
- En el caso del emprendimiento por oportunidad, en el rango de 18 a 24 años de edad hay una presencia ligeramente menor de hombres que de mujeres. Esta situación es opuesta a la que se presenta en el emprendimiento por necesidad.



Gráfica 2.16
Emprendimiento por oportunidad (2012)
Distribución de los nuevos emprendedores por nivel educativo

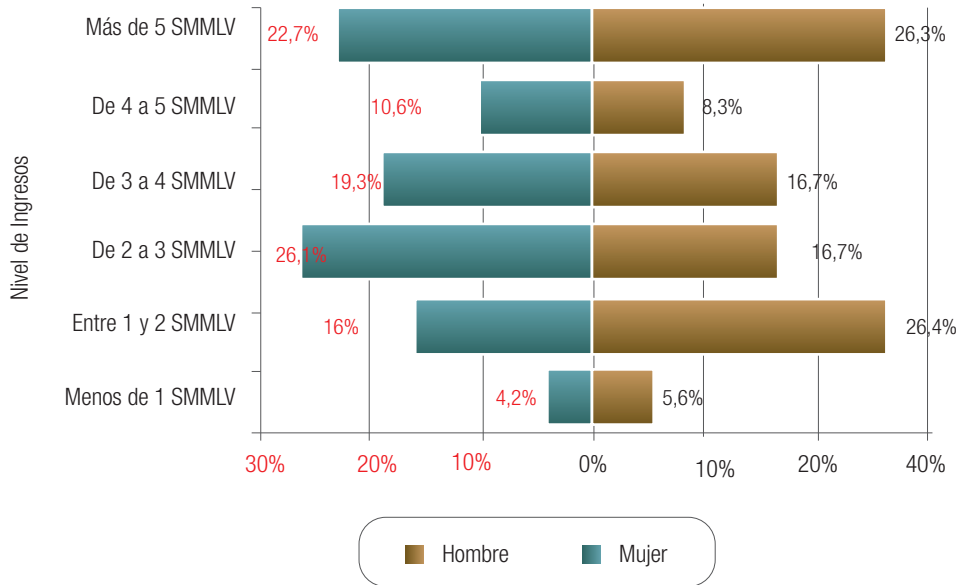


Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- Entre los emprendedores que siguen la motivación de oportunidad es posible encontrar niveles más elevados de educación académica que en el caso de los emprendedores por necesidad.
- Cerca del 60% de los emprendedores por oportunidad cursaron estudios post secundarios.
- El 25% cursó estudios universitarios y el 14% hizo estudios de posgrado.
- Cerca de 20% de los emprendedores por oportunidad recibieron formación técnica o tecnológica.
- Esta distribución confirma la importancia de enfocar esfuerzos en el desarrollo de emprendimiento por oportunidad para involucrar personas que tengan niveles elevados de educación.

Emprendimiento de mayor potencial

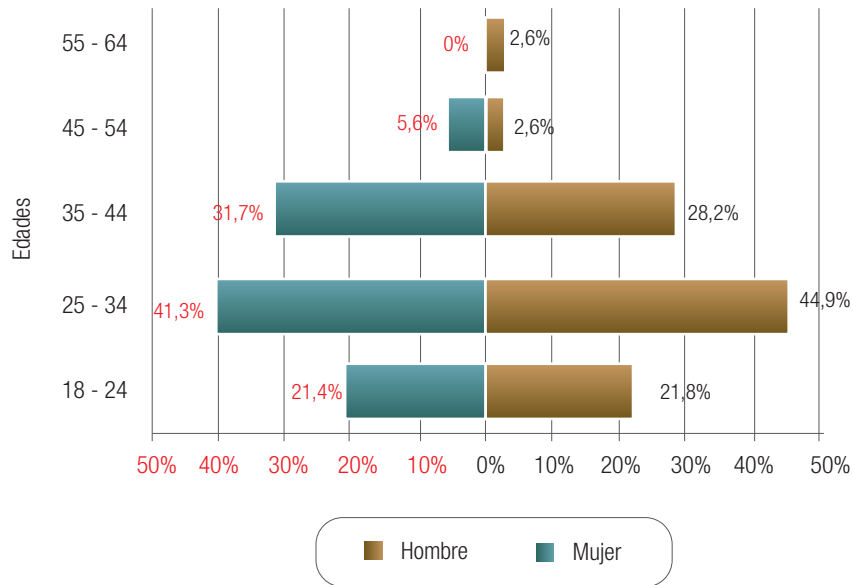
Gráfica 2.17
Emprendimiento de mayor potencial (2012)
-Distribución de nuevos emprendedores por género y niveles de ingresos



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- En el caso del emprendimiento de mayor potencial (donde existe la aspiración de crear más de 6 empleos en el curso de los próximos cinco años), la división entre hombres y mujeres presenta un patrón llamativo en el caso de las mujeres. Los extremos de la distribución en términos de ingresos son de gran tamaño en el caso de las mujeres.
- El 32% de las mujeres ganan menos de dos salarios mínimos en la actualidad y aspiran a crear empresas que tendrán más de seis trabajadores antes de cinco años. En el caso de los hombres, el porcentaje correspondiente es inferior, de 20,2%.
- Al mismo tiempo, un porcentaje alto de mujeres (26,3%) afirma ganar hoy más de cinco salarios mínimos, superior al porcentaje de hombres en el mismo renglón de ingresos (22,7%)

Gráfica 2.18
Emprendimiento de mayor potencial
Distribución de los nuevos emprendedores por género y edades

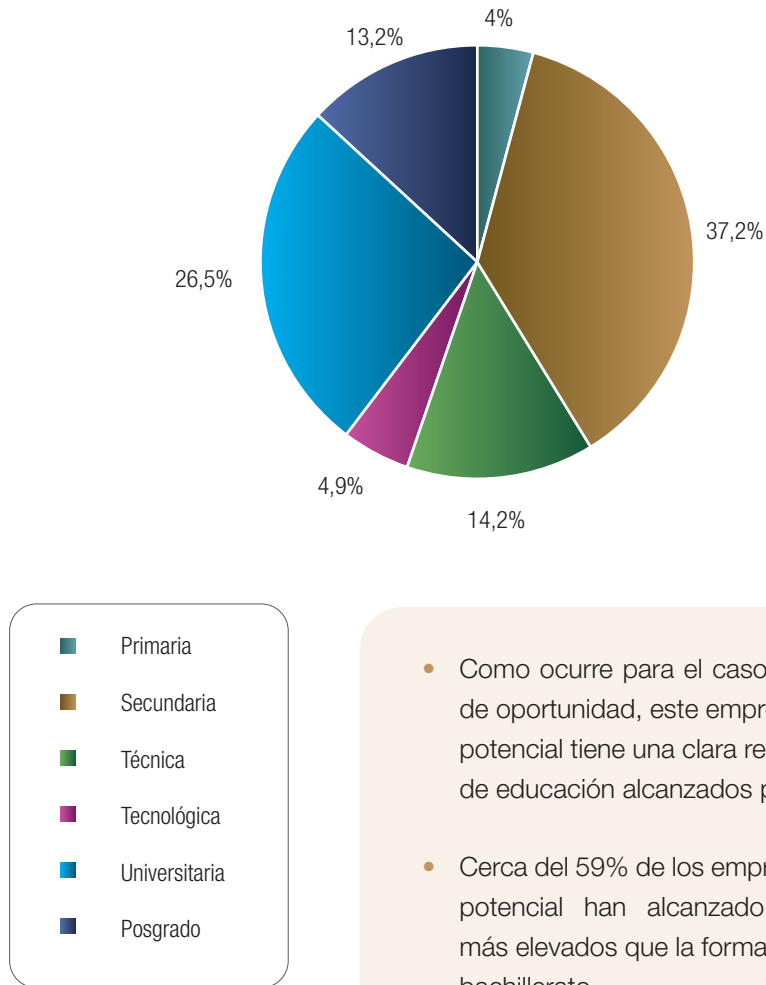


Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- Tanto en hombres como en mujeres, el emprendimiento de mayor potencial tiende a ser liderado por personas jóvenes. Más del 60% de los emprendedores de mayor potencial en los dos géneros tienen menos de 35 años.
- No obstante, los porcentajes de hombres y mujeres que realizan los emprendimientos de mayor potencial y están por encima de 35 años son relativamente elevados.
- En general, tal y como ocurre en el caso del emprendimiento de oportunidad, las diferencias de edad entre géneros tienden a borrarse en el caso del emprendimiento de mayor potencial.



Gráfica 2.19
Emprendimiento de mayor potencial (2012)
Distribución de los nuevos emprendedores por nivel educativo



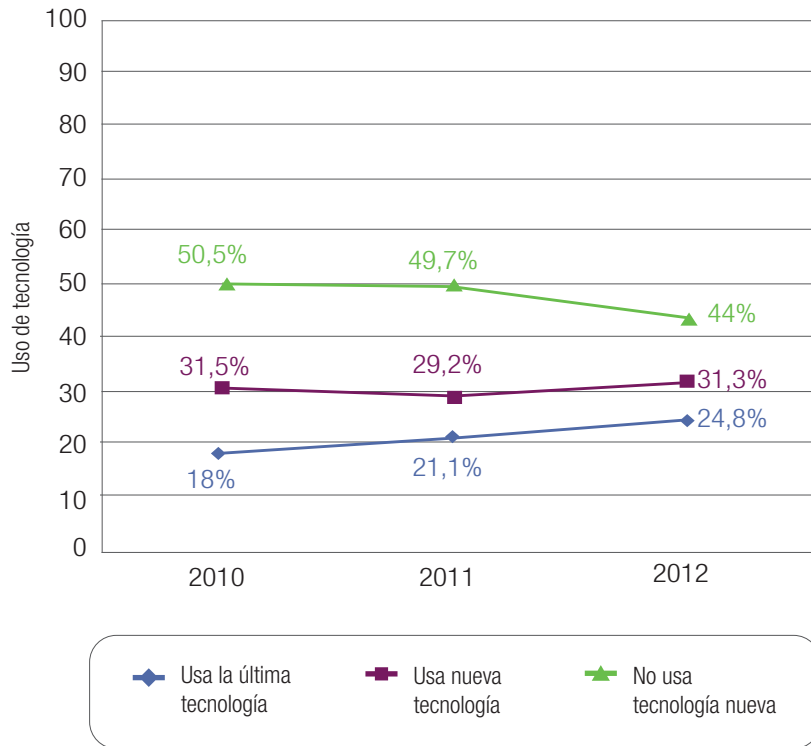
- Como ocurre para el caso del emprendimiento de oportunidad, este emprendimiento de mayor potencial tiene una clara relación con los niveles de educación alcanzados por el emprendedor.
- Cerca del 59% de los emprendedores de mayor potencial han alcanzado niveles educativos más elevados que la formación secundaria o de bachillerato.
- Se reitera así la importancia de vincular a la actividad emprendedora a personas que han alcanzado los niveles más altos de educación. Este es el capital humano que ofrece el terreno más fértil para el desarrollo de empresas de mayor crecimiento.

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

Características de las nuevas empresas

Gráfica 2.20

Características de la tecnología utilizada en las nuevas empresas en Bogotá



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- El uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores nuevos en Bogotá viene creciendo en los últimos años. Mientras que en el año 2010 el 51% de los emprendedores no usaban tecnología nueva (de menos de cinco años de antigüedad), en 2012 esa cifra se redujo al 44%.
- Es necesario tener en cuenta que la identificación de tecnología como nueva varía sustancialmente entre países y sectores. Por una parte, una tecnología considerada nueva en Colombia puede ser ya vieja en Alemania. Por otra parte, hay sectores en Colombia donde las tecnologías más nuevas entran a ser utilizadas con más rapidez que en otros.
- De todas formas, la comparación de un país consigo mismo a lo largo de varios años arroja un indicador útil de tendencias en el uso de tecnología. Las tendencias que aparecen en el gráfico ameritan atención, pues parecería que se está dando un desplazamiento de los emprendedores bogotanos hacia el uso de tecnologías de más reciente aparición.

Tabla 2.5

Características de la tecnología utilizada por las nuevas empresas (2012)
Comparaciones entre Bogotá, otras ciudades de Colombia y países de América Latina

Comparación internacional del uso de tecnología de nuevos emprendedores

	Usa la última tecnología	Usa nueva tecnología	No usa tecnología nueva
Bogotá	24,8	31,2	43,7
Medellín	20,9	31,1	47,9
Cali	25,04	29,5	45,6
Colombia	17,3	25,7	57,0
Ecuador	3,9	7,5	88,6
Chile	13,5	27,1	59,4
Uruguay	9,2	27,2	63,6
Argentina	8,0	20,7	71,3
Panamá	21,9	13,2	64,9

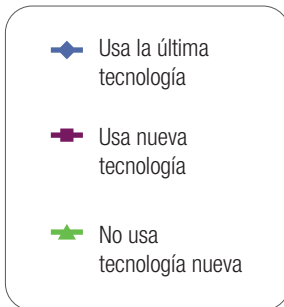
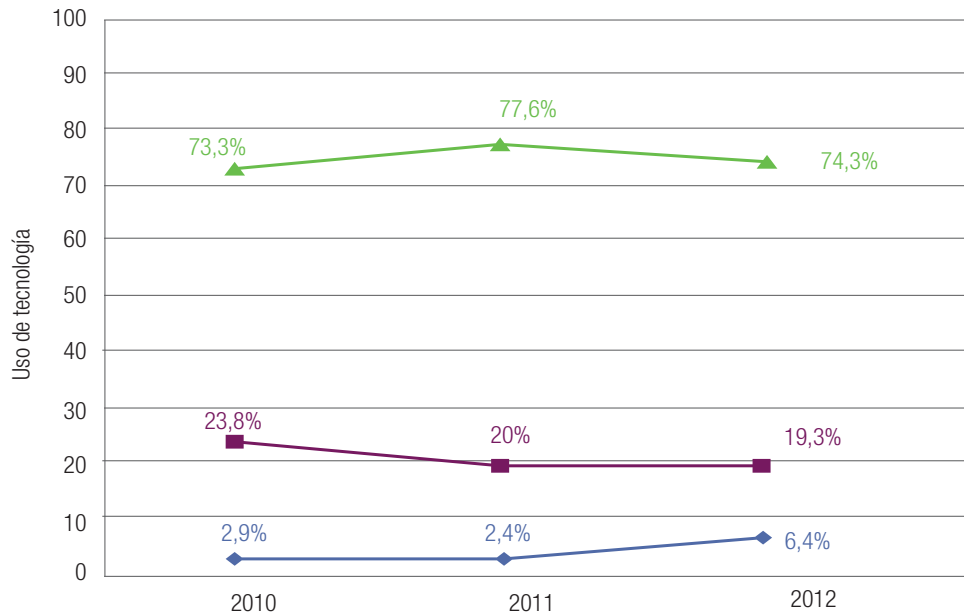
Uso de tecnología de nuevos emprendedores en Suramérica

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- En América Latina, Bogotá se destaca porque sus emprendedores afirman estar trabajando con tecnologías de reciente aparición. El porcentaje de emprendedores que dicen estar trabajando con tecnologías que aparecieron en el mercado hace más de cinco años (no usan tecnología nueva) es el menor entre los países que aparecen en esta comparación.
- Este es un TEA que deberá ser observado con detenimiento en las próximas mediciones de **GEM**, para entender si la tendencia se reafirma o, por el contrario, se debilita.



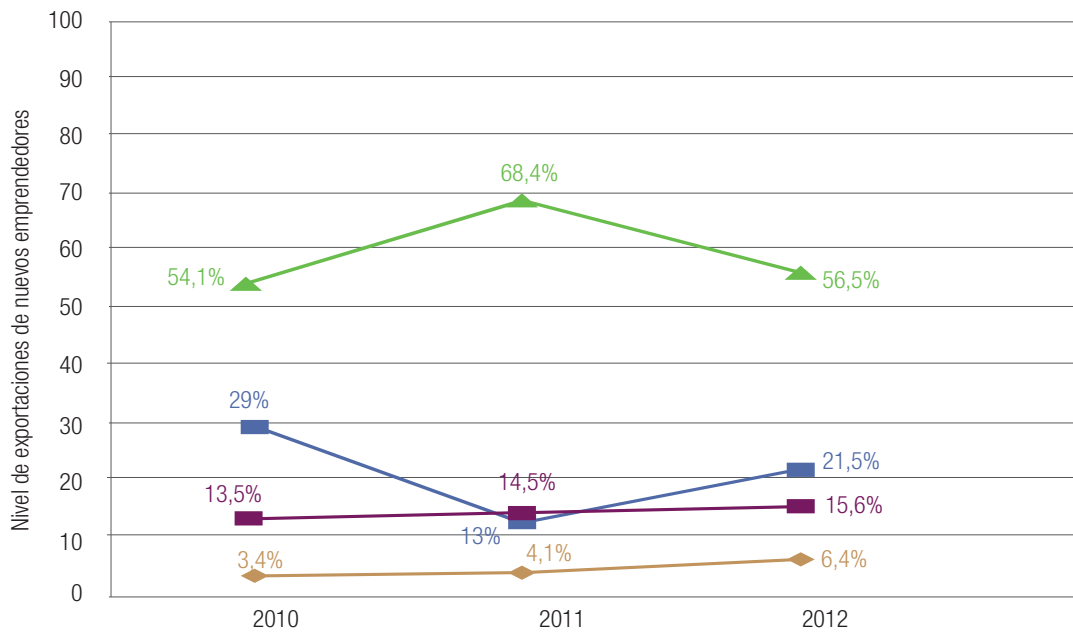
Gráfico 2.21
Gráfico 2.21. Características de la tecnología utilizada en las empresas establecidas en Bogotá (2012)



Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- La tendencia al uso de última tecnología se confirma al considerar a los empresarios establecidos (han pagado salarios por más de tres años y medio).
- En este caso se registra también un incremento en el porcentaje de empresarios que afirman estar trabajando con tecnologías de punta, disponibles desde hace menos de un año en el país.
- Este resultado es particularmente significativo, pues revela un comportamiento afín a la renovación tecnológica en empresarios que han persistido y sobrevivido a las etapas iniciales de desarrollo de la empresa.

Gráfico 2.22
Porcentaje de exportaciones de los nuevos emprendedores en Bogotá (2012)



- ◆ Usa la última tecnología
- Usa nueva tecnología
- ▲ No usa tecnología nueva
- Ninguno

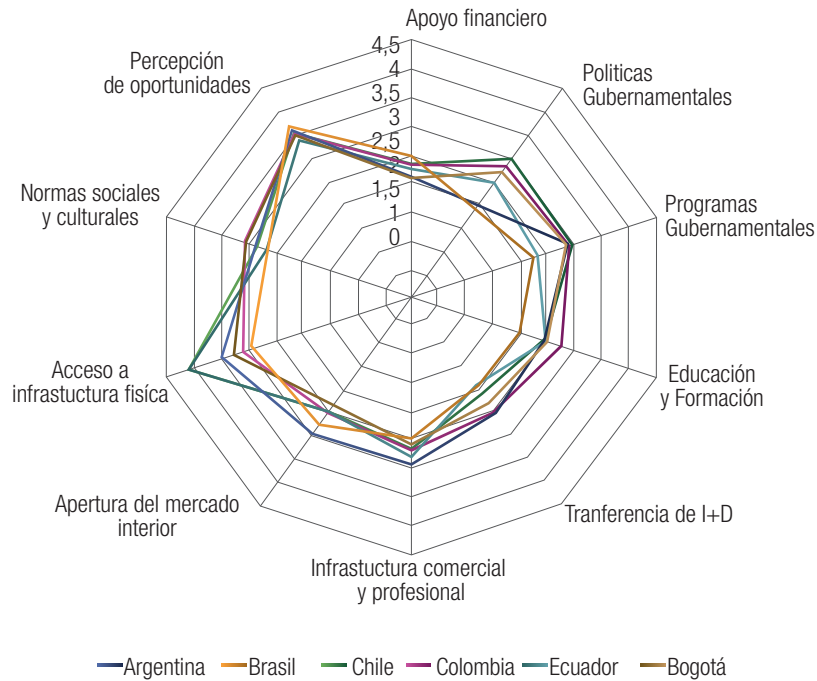
Fuente: GEM Bogotá (2012), APS (2012).

- El porcentaje de emprendedores nuevos que afirman que sus empresas exportan más del 75% de sus ventas creció de manera ligera, pero consistente, entre 2011 y 2012.
- Sin embargo, el porcentaje de empresarios nuevos que afirman no tener ventas de exportación en sus planes aumentó.
- Los porcentajes asociados a estos dos extremos son relativamente pequeños, pero podrían estar revelando una tendencia al fortalecimiento de grupos diferentes de empresarios, dependiendo de su orientación al mercado interno o externo. Será necesario prestar atención a estas tendencias en los próximos años.

Condiciones del entorno para el emprendimiento

Gráfico 2.23

Evaluación general de las condiciones del entorno para el emprendimiento



Fuente: **GEM** Bogotá, Encuesta a Expertos Nacionales (NES, por sus siglas en inglés, 2012).

- En la encuesta NES a expertos en emprendimiento que el estudio **GEM** realiza en cada país y ciudad, Bogotá aparece relativamente bien posicionada en el contexto latinoamericano, en los temas de educación y formación para el emprendimiento, las normas sociales y culturales que apoyan la cultura emprendedora y los programas del gobierno local para la promoción y dinamismo del emprendimiento en la ciudad.
- Al mismo tiempo, la ciudad es superada en lo que se refiere al acceso a la infraestructura física, los servicios de consultoría, comerciales y profesionales, y la transferencia de conocimiento y tecnología hacia las nuevas empresas.
- Los participantes en la encuesta NES hacen énfasis en la necesidad que Bogotá se apalanque en sus fortalezas para extender la influencia del emprendimiento en la ciudad. En particular, ellos perciben que los programas gubernamentales que se vienen realizando son una ventaja importante, en un contexto global donde el emprendimiento toma cada vez más fuerza. A esto se suma la disponibilidad de un aparato de formación de emprendedores a través de la educación, que se constituye también en un factor diferenciador. De la misma manera, la ciudad debe esforzarse en superar sus debilidades, en especial, lo que se refiere al acceso a financiación para los emprendedores, las deficiencias de infraestructura física y las débiles conexiones entre los emprendedores y la creación de conocimiento a través de ciencia y tecnología.

Tabla 2.6
Inversionistas informales en Bogotá (2011-2012)

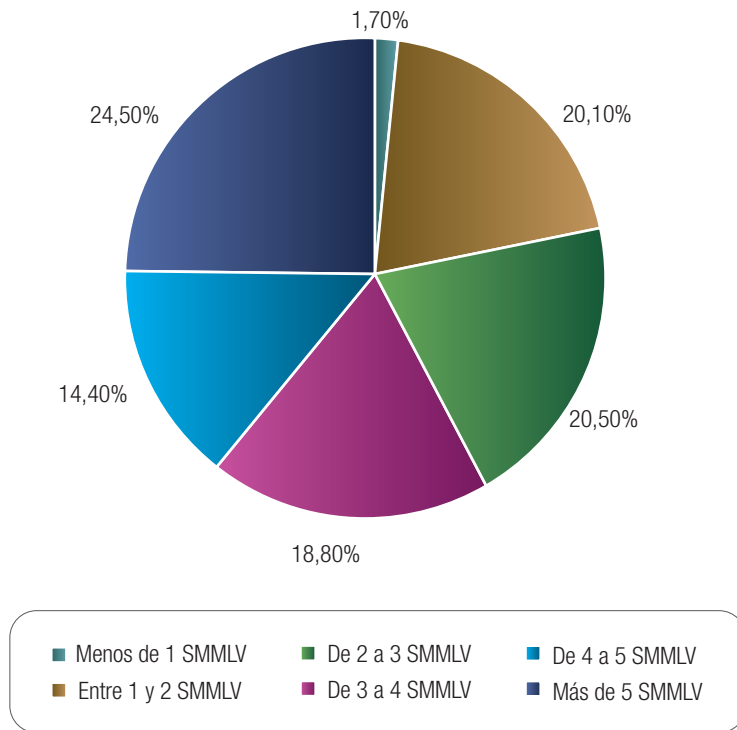
	BOGOTÁ	
	Cuánto han invertido aproximadamente en los últimos tres años en nuevos negocios (2012)	Cuánto han invertido aproximadamente en los últimos tres años en nuevos negocios (2011)
Promedio	9.566.063	11.420.423
Mediana	3.000.000	3.000.000
Moda	1.000.000	2.000.000
Porcentaje del total de montos invertido por debajo del promedio	79,19%	85,05%

Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- La encuesta **GEM** pregunta a todos los participantes si han invertido en un negocio de otra persona en los últimos tres años.
- El monto promedio que suministraron los inversionistas a los nuevos emprendedores fue de \$9,6 millones en 2012. Este promedio se redujo desde 2011, cuando era de \$11,4 millones .
- El monto que aportaron con mayor frecuencia los inversionistas informales (la moda de la distribución) fue de un millón de pesos en 2012. Esta cifra fue inferior a la de 2011, que llegó a \$2 millones de pesos.
- La diferencia sustancial entre la mediana (el valor ubicado justo en la mitad de la distribución) y la moda (el valor más frecuente), por una parte; y el promedio (la suma total dividida por el número de inversionistas), por otra, indica que hay un número relativamente pequeño de inversiones que concentra los montos más grandes.



Gráfico 2.24
Distribución según nivel de ingresos de los inversionistas informales en Bogotá

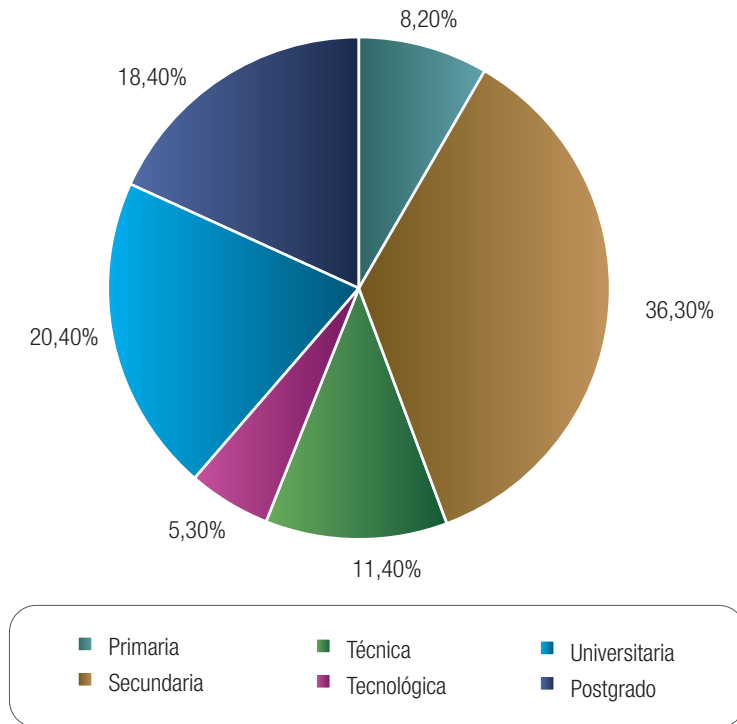


Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- En todos los niveles de ingresos existen personas dispuestas a actuar como inversionistas informales.
- Alrededor del 40% de los inversionistas informales reportan ingresos superiores a cuatro salarios mínimos mensuales.
- Estas cifras revelan que existe una amplia actividad de inversionistas informales en la ciudad. Este es un fenómeno del que se

tiene escasa información. Sin embargo, puede ser de gran importancia para la marcha del emprendimiento en la ciudad. Si estos inversionistas informales contaran con acceso a mejores posibilidades de formación académica en su rol como inversionistas, y también a posibilidades de asociación, seguramente sería posible multiplicar la efectividad en el uso de un capital sustancial que hoy ya es asignado a la creación de empresas en la ciudad.

Gráfico 2.25
Distribución según nivel de educación de los inversionistas informales en Bogotá (2012)

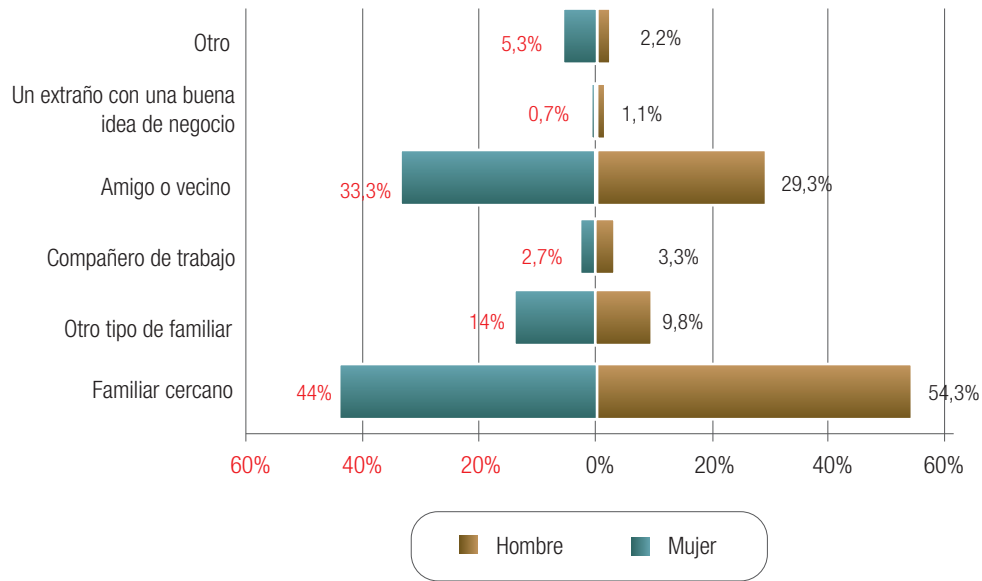


Fuente: **GEM** Bogotá (2012), APS (2012).

- La distribución de los individuos como inversionistas informales guarda semejanzas con la distribución de los emprendedores motivados por la oportunidad, en cuanto a los niveles de educación alcanzados. La educación parecería tener una correlación importante con el desarrollo de estos inversionistas.
- Más del 55% de los inversionistas informales cursaron estudios universitarios o técnicos.
- El 18,4% de los inversionistas informales tienen estudios de posgrado.

Gráfico 2.26

Distribución según la relación con el emprendedor que recibe el dinero de los inversionistas informales en Bogotá (2012)



Fuente: GEM Bogotá (2012), APS (2012).

- La confianza entre el inversionista y el emprendedor depende de la proximidad entre el inversionista y el emprendedor.
- Los familiares cercanos, seguidos por los amigos y los vecinos, son los mayores destinatarios de los inversionistas informales.
- Solo un porcentaje minúsculo de personas ofrece recursos para invertir por fuera de su círculo inmediato de relaciones familiares y de amistad.
- Este podría ser un frente importante para la iniciativa de los actores del ecosistema

de emprendimiento en Bogotá en el futuro. Si se sumaran los aportes de estos inversionistas individuales, aparecería un monto considerable en la ciudad. Sin embargo, puesto que en su mayoría son sumas pequeñas y su uso se concentra en financiar proyectos de personas cercanas al inversionista, los recursos se atomizan y su productividad seguramente es inferior a la potencial. Si se desarrollaran mecanismos que permitieran agrupar recursos y superar barreras de confianza, quizás sería posible desarrollar toda una nueva fuente de recursos para apalancar la financiación de emprendimientos en la ciudad.



Capítulo III.

Conclusiones y recomendaciones



El Informe **GEM** Bogotá para el año 2012 presenta la información desde dos perspectivas. Por una parte, en el capítulo 1 se realiza una mirada panorámica que permite apreciar la complementariedad entre la información generada por el **GEM** y la que proviene de otras fuentes que tratan la marcha del emprendimiento en Bogotá y Colombia. Por otra, en el capítulo 2 se presentan las variables tradicionales que se reportan anualmente en el informe **GEM** Bogotá. Por último, en este capítulo se exponen algunas conclusiones y recomendaciones derivadas de la información anterior.

La mirada simultánea a una diversidad de fuentes que se realiza en el capítulo 1 permite verificar si los resultados obtenidos a través de diferentes aproximaciones al problema son consistentes en términos generales. Se confirma que sí es posible llegar a una convergencia en la identificación de distintos aspectos del fenómeno del emprendimiento.

El mayor aporte de la realización de este ejercicio está en unir información de las empresas (a través de fuentes como el DANE) con aquella proveniente de los individuos (a través del **GEM**, que genera información sobre los individuos emprendedores y sus empresas). De esta manera, es posible identificar características de los emprendedores que están asociadas a características generales de las empresas. Esta es una manera de identificar rasgos de los individuos que podrían ser influenciados por decisiones de política, con el fin de lograr resultados en cuanto al desarrollo de nuevas empresas, más vigorosas y con mayores posibilidades de crecimiento.

El análisis arroja conclusiones útiles para el desarrollo del emprendimiento, tanto en el

caso del emprendimiento de oportunidad, que tiene el mayor potencial de impacto en cuanto a crecimiento y generación de empleo, como en el del emprendimiento por necesidad, aquel que es desarrollado por personas que no tienen otras alternativas para generar ingresos para sus familias.

Las principales recomendaciones de política que se derivan de este examen son las siguientes:

- **Las políticas de estímulo al emprendimiento deben considerar las motivaciones de los individuos y trabajar de cerca con ellos.**

El emprendimiento que tiene mayor potencial de crecimiento es desarrollado por emprendedores motivados por la búsqueda de la oportunidad, específicamente, por aquellos que aspiran a incrementar sus ingresos y su autonomía personal. Las cifras corroboran que las empresas fundadas por este tipo de personas tienden a plantearse objetivos más ambiciosos que las demás, desde el punto de vista de la novedad del producto o servicio ofrecido. Asimismo, estas empresas tienen requerimientos mayores de financiación y exigen mayores montos de recursos para su constitución. Por lo demás, estos emprendedores tienen una mayor claridad respecto a la necesidad de dar vida formal a la empresa a través de la inscripción en el Registro Mercantil desde las primeras etapas de su desarrollo.

Los resultados del **GEM** 2012 dan sustento a los esfuerzos de diversos actores del ecosistema para promover y divulgar el emprendimiento como un camino de vida para los ciudadanos, que les permita satisfacer





sus deseos de lograr mayor autonomía e ingresos a través de la construcción de empresas, caracterizadas por la búsqueda de diferenciación en sus productos y propuestas de valor.

- **El apoyo al emprendimiento de mayor potencial debe tener en cuenta los niveles de educación de los emprendedores y la experiencia acumulada por ellos después de sus procesos educativos.**

Los resultados confirman la importancia que tiene la educación de los emprendedores a la luz del objetivo de lograr emprendimientos que tengan un mayor potencial de crecimiento.

De la misma manera, la información del **GEM** reafirma la importancia de que las personas que están en proceso de creación de una empresa conozcan a otros emprendedores más experimentados, los incluyan en sus redes y los busquen activamente para solicitar su consejo. Las cifras muestran que los emprendedores que desarrollan estos contactos tienen una probabilidad más alta de llegar a tener empresas que crezcan y generen más empleos. La capacidad para desarrollar emprendimientos creadores de empleo aumenta de manera clara con los niveles de educación alcanzados por los emprendedores, tanto en Bogotá como en el resto del país.

- **La ubicación de un emprendedor en Bogotá lo obliga a asumir mayores retos, pero también le ofrece mayores oportunidades.**

Bogotá se confirma como una plaza donde los requisitos de entrada para los emprendedores

son más altos que en el resto del país, pero los beneficios también son mayores. Si un emprendedor está ubicado en Bogotá, es posible esperar que los niveles de capital inicial invertido en la empresa y los años de educación del emprendedor sean más altos que en el resto del país. Además, el efecto que tiene el nivel de educación del emprendedor sobre el potencial de crecimiento y generación de empleo de la empresa es mayor en Bogotá que en las demás ciudades colombianas.

- **La diferenciación del producto, la pertenencia a redes y la educación son las claves del emprendimiento de mayor impacto.**

Los resultados indican que van en el sentido correcto los esfuerzos que se están haciendo en Bogotá para fomentar en los emprendedores la generación de productos diferenciados frente a la competencia, estimular el trabajo en redes que permitan el contacto de emprendedores nuevos con otros más experimentados y acelerar el desarrollo de proyectos por parte de personas que cuenten con niveles de educación técnica y universitaria. Es necesario persistir y profundizar en estos esfuerzos. Los programas de apoyo a los emprendedores deben ofrecerles la oportunidad de conocer a otros emprendedores y actores empresariales que tengan conocimiento profundo de las actividades de negocios donde se crearán las nuevas empresas, lo cual puede mejorar sustancialmente los resultados que logren.

Desde esta perspectiva, Bogotá podría incrementar sus ventajas como ciudad que crea nuevas empresas, si se intensifican los esfuerzos para el establecimiento y

fortalecimiento de redes de apoyo a los emprendedores. Puesto que el valor de una red para sus miembros aumenta en forma más que proporcional al incremento en el número de sus miembros, el tamaño de Bogotá se convierte en un factor decisivo para consolidar esta diferencia. Dado el tamaño de la comunidad de negocios bogotana es posible generar más redes de alta calidad con emprendedores nuevos y experimentados, en más actividades productivas diferentes, que en el resto del país. Si esas redes se activan para que surjan nuevos emprendimientos, el resultado sería un incremento exponencial de los beneficios que los emprendedores pueden esperar a partir de su decisión de ubicarse en la capital del país.

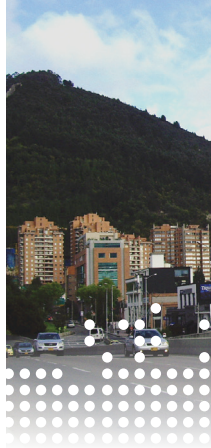
- **Es necesario prestar más atención a los factores que determinan el paso de los individuos de una etapa a la siguiente en el proceso del emprendimiento.**

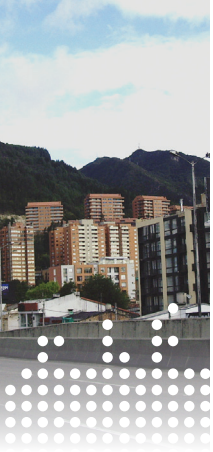
Las políticas e iniciativas de los actores del ecosistema de emprendimiento tienen un propósito común: incrementar el número y la calidad de las empresas nuevas que se crean cada año. Esto solo es posible si los emprendedores logran transitar con éxito un largo camino. En primer término, las personas deben desarrollar una motivación por emprender y deben verse a sí mismas como gestores capaces de sacar adelante una empresa. Luego deben tomar la iniciativa y actuar, crear sus empresas y persistir. El informe **GEM** permite medir el volumen de personas que están involucradas en estas etapas en los países y las ciudades y arroja importantes lecciones al respecto.

Como sería de esperar, el proceso de emprendimiento funciona como un embudo en el que muchos comienzan el proceso, pero pocos lo terminan. Para lograr más emprendedores exitosos al final del proceso, es necesario reducir las filtraciones y recortar el número de personas que desertan en cada una de las etapas.

La información del **GEM** permite aproximarse a cuál es la magnitud de esta reducción en la cantidad de emprendedores a lo largo de las distintas etapas. En Bogotá, por ejemplo, el 57% de los encuestados afirman tener la intención de emprender en algún momento futuro. Este elevado número contrasta con el 20,5% que efectivamente forma parte de la TEA y con el 6,7% que son emprendedores establecidos. La deserción en cada etapa se puede dar por un amplio número de factores y el **GEM** también arroja algunas luces sobre el tema. En el caso de las personas que no han emprendido, pero dicen tener la motivación y las capacidades para hacerlo, la información del **GEM** muestra, por ejemplo, que en los países menos desarrollados hay una mayor tendencia en el común de las personas a sobrevalorar sus capacidades para emprender, pues las distancias entre las evaluaciones de las personas que no han emprendido y las de los emprendedores ya establecidos son mayores en tales países.

Por otro lado, en el caso de quienes crearon una empresa pero luego la cerraron, la información del **GEM** también ayuda a entender las razones. Por ejemplo, cerca del 45% de las personas que lo hicieron en los doce meses anteriores fue por razones de baja





rentabilidad o liquidez (no lograron resolver sus necesidades de financiación). Esto les da una pista a los actores del ecosistema para identificar dónde se deben redoblar los esfuerzos de apoyo a los emprendedores, si se quiere reducir el número de empresas que cierran. Por ejemplo, probablemente sería útil fortalecer la formación de los emprendedores en el proceso de creación de factores de diferenciación para sus productos y servicios (lo que se reflejaría en una mayor rentabilidad), o en la administración de los recursos financieros y la liquidez de sus empresas.

- **Los emprendimientos de mayor potencial y los emprendimientos por necesidad son diferentes y requieren una atención diferente de parte de los actores del ecosistema.**

Al respecto, la información del **GEM** permite cuantificar algunos temas que se conocen en forma intuitiva. Por ejemplo, el emprendimiento de mayor potencial es un fenómeno escaso y su éxito está ligado a la educación de los emprendedores y la diferenciación de sus productos. Solo el 8% de los emprendedores establecidos en Bogotá logran generar más de veinte empleos. ¿Dónde están? Es difícil saberlo, pero el **GEM** ayuda a establecer dónde buscarlos. Por ejemplo, las cifras del **GEM** muestran que la probabilidad de que un emprendedor con educación universitaria genere más de veinte empleos es el doble de la que tiene un emprendedor que solamente terminó la educación secundaria. La información proveniente del **GEM** brinda indicaciones útiles para focalizar las iniciativas dirigidas a estimular este tipo de emprendimiento.

De la misma manera, el informe **GEM** Bogotá aporta información útil para elaborar mejores políticas que permitan elevar la calidad de vida de los emprendedores por necesidad en la ciudad. El informe **GEM** Bogotá corrobora que en estos emprendedores sus niveles de educación son bajos y que la distribución de ingresos es en particular desfavorable para las mujeres. Entonces, en los programas de apoyo a los emprendimientos por necesidad se debe prestar particular atención a la situación de las mujeres y ofrecer oportunidades para que los emprendedores puedan continuar mejorando sus niveles de educación formal.

Uno de los argumentos más fuertes que existen en contra de los programas de apoyo al emprendimiento por necesidad se relaciona con el hecho de que la actividad emprendedora absorbe individuos que tienen bajos niveles de capacitación y capital humano y luego les impide seguir mejorando sus habilidades y nivel educativo, al aislarlos de entornos donde podrían interactuar con individuos de mayores capacidades. Cuando eso ocurre, el emprendimiento por necesidad se convierte en una trampa de largo plazo en la cual los individuos están cada día más distantes de la posibilidad de actualizar su capital humano y mejorar sus ingresos. La información suministrada por el informe **GEM** sustenta este argumento. De allí se concluye que los programas de apoyo al emprendimiento por necesidad deben ir de la mano con programas que mantengan abierta la puerta para que los emprendedores mejoren de forma permanente sus niveles de educación y habilidades.

- La formalidad está relacionada con la calidad del empresario. Los programas de impulso a la formalidad deben ayudar a los individuos a verse a sí mismos como emprendedores de alta capacidad.

Existen múltiples análisis que confirman la importancia de la formalidad empresarial para asegurar la viabilidad macroeconómica de un país como Colombia. El aporte que hace el **GEM** en esta discusión se refiere a la identificación de las características que diferencian a los empresarios formales de los informales. De este modo es posible reconocer algunos puntos de apalancamiento para llevar más emprendedores hacia la formalidad.

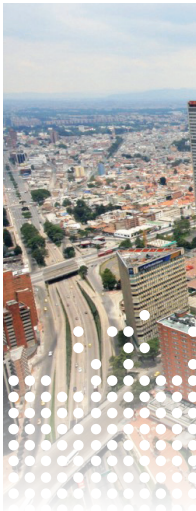
En particular, el estudio **GEM** Bogotá identifica que la decisión de formalizarse tiene una relación directa con los niveles de educación alcanzados por el empresario, con la motivación de oportunidad y con su vinculación a redes de emprendedores. Por otra parte, al examinar las razones que dan los emprendedores que no se han formalizado como justificación de su decisión, resulta que estas tienen que ver fundamentalmente con el desconocimiento de los beneficios y los costos de la formalización.

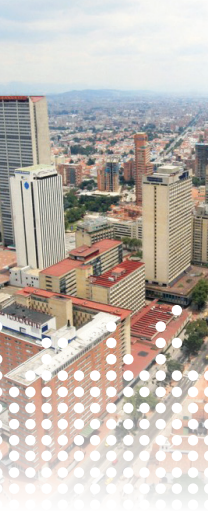
En suma, la decisión de formalizarse forma parte integral del conjunto de tareas que los empresarios de mayor nivel ejecutan a medida que avanzan en su camino. Las campañas en pro de la formalización deberían seguir insistiendo en apelar a la motivación de los individuos para lograr una mejora integral en su actividad como emprendedores, más allá de plantear beneficios aislados generados por el acto de solicitar el Registro Mercantil.

- Existe un importante volumen de recursos que las personas destinan a la financiación de emprendimientos de pequeño tamaño. Es importante prestar atención y apoyo a estos microinversionistas.

Si bien en Colombia existe una conciencia generalizada respecto a la dificultad para obtener financiación para el emprendimiento, el informe **GEM** Bogotá evidencia que cada año las inversiones privadas de los individuos aportan importantes volúmenes de dinero para la creación de empresas de otras personas. En el caso de los emprendimientos pequeños, muchos aportes individuales pueden representar una gran proporción del volumen total.

De acuerdo con cifras de la encuesta, cerca del 20% de los emprendedores nuevos que forman parte de la TEA afirman que la mayor parte de los recursos que utilizaron para crear su empresa fueron suministrados por familiares o amigos. En Bogotá la participación de los emprendedores nuevos se acerca al 7,8% de la población entre 15 y 65 años de edad, que equivale a cerca de 362.700 personas. Según el **GEM**, el 20% de ellas, es decir, unas 72.500 personas, recibieron este tipo de aportes. Si tomamos el valor de la mediana de los recursos requeridos para crear una empresa en Bogotá, que es de diez millones de pesos, y suponemos que en los casos de estas empresas al menos el 70% de los recursos iniciales fue suministrado por dicha clase de fuente, entonces se podría concluir que la suma de estos aportes para la creación de nuevas empresas bogotanas fue de al menos \$500.000 millones.





Esta suma no es despreciable e indica que en la ciudad existe un número apreciable de personas que canalizan recursos de inversión hacia proyectos de emprendimiento, las cuales necesitan guía y soporte para realizar esta tarea. Son actores importantes en el fenómeno del emprendimiento, que en este momento no reciben atención. Es posible que sus aportes fueran mayores si contaran con mecanismos de soporte para su inversión. Aquí existe una oportunidad para la acción de los actores líderes en el ecosistema de emprendimiento.

- **Bogotá debe fortalecer sus capacidades para dar formación y apoyo específicos al emprendimiento de servicios.**

La información sectorial suministrada por el **GEM** confirma que en Bogotá existe una tendencia fuerte por parte de los emprendedores a crear empresas en sectores de servicios. Sin embargo, son escasos los recursos que existen para dar soporte a las necesidades específicas de este tipo de emprendimientos. Por ejemplo, la innovación en servicios es un tema relativamente nuevo y en Colombia hay pocas personas con la capacidad para ofrecer capacitación y asesoría en estos temas. Un servicio es una sucesión de puntos de contacto a través de los cuales se genera valor para un consumidor. La forma como se entrega valor a lo largo

de esa cadena de puntos y el diseño de las experiencias que permiten que dicho valor sea distintivo y memorable hoy son objeto de amplio examen por parte de los expertos en innovación en servicios. No obstante, para los emprendedores bogotanos es difícil desarrollar las habilidades necesarias para participar en estos procesos de innovación. Es importante suplir esa necesidad en un tiempo corto, si de verdad se espera que los emprendimientos modernos provenientes del sector de servicios cumplan con la promesa de generar riqueza y ser sostenibles.

- **Debe prestarse atención a las señales de mejora en la calidad de los emprendimientos en Bogotá (tecnología y exportaciones).**

Las cifras del informe **GEM** Bogotá muestran algunas señales de que las nuevas empresas creadas han incrementado su capacidad para trabajar con tecnologías de reciente aparición y explorar mercados internacionales desde el momento de su fundación. Estos indicios no son contundentes y no se puede hablar aún de tendencias significativas. Sin embargo, es necesario prestar más atención a estas señales, pues si se siguen consolidando en el tiempo podrían tener consecuencias de alto impacto para la transformación de la base productiva de la ciudad.

GEM