

**CARACTERIZACION DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN COLOMBIA**

**GLENDA MARIA CASTRILLON  
JUAN CARLOS RICAURTE**

**Proyecto final de grado para optar al título de  
Maestría en Administración de Empresas**

**Director  
ALBERTO MUÑOZ**

**FUNDACION UNIVERSIDAD DEL NORTE  
DIVISION DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
BARRANQUILLA  
2008**

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCION.....	1
1. GENERALIDADES .....	3
1.1. ANTECEDENTES.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
1.3. JUSTIFICACION.....	7
1.4. OBJETIVOS.....	8
1.4.1. Objetivo general.....	8
1.4.2. Objetivos específicos .....	8
1.5. ALCANCES Y LIMITACIONES .....	9
1.5.1. Alcances .....	9
1.5.2. Limitaciones.....	9
1.6. MARCO DE REFERENCIA.....	9
1.6.1. Marco teórico .....	9
1.6.2. Marco Conceptual.....	21
1.6.3. Marco espacial.....	23
1.7. DISEÑO METODOLOGICO.....	23
1.7.1. Tipo de estudio .....	23
1.7.2 Método de estudio .....	23
1.7.3. Técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de la información. ....	24
1.7.3.1. Fuentes primarias .....	24
1.7.3.2. Fuentes secundarias.....	24
1.7.4. Tratamiento de la información.....	24
2. CARACTERISTICAS DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN COLOMBIA .....	25
2.1. EDAD.....	25
2.2. EDUCACION Y FORMACION .....	27
2.3. INNOVACION Y DESARROLLO TECNOLOGICO.....	30
2.4. ACTITUDES ANTE EL EMPRENDIMIENTO .....	34
2.5. MOTIVACION PARA EMPRENDER.....	38
2.6. GENERACION DE EMPLEO .....	43

2.7. INGRESOS Y RENTABILIDAD ESPERADA.....	45
2.8. APERTURA HACIA EL MERCADO EXTERIOR .....	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	50
BIBLIOGRAFIA.....	54

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1 Rango de edades.....	26
Tabla 2 Nivel educativo.....	28
Tabla 3 Posee habilidades y competencias para iniciar emprendimiento.....	28
Tabla 4 Tecnología disponible. ....	30
Tabla 5 Indicios de nueva tecnología.....	31
Tabla 6 Nuevos productos y servicios ofrecidos. ....	32
Tabla 7 Percepción que sus consumidores potenciales consideran el producto como nuevo. Fuente: GEM 2007 .....	32
Tabla 8 Indicios de combinación de nuevos productos. ....	33
Tabla 9 Miedo al fracaso.....	35
Tabla 10 Iniciar un nuevo negocio es una buena elección de carrera. ....	36
Tabla 11 Espera iniciar su negocio en los proximos 3 años.....	36
Tabla 12 Expectativas de competencia.....	37
Tabla 13 Expectativas de ingreso. ....	39
Tabla 14 Motivación para emprendimientos nacientes.....	40
Tabla 15 Motivación para emprendimientos en empresas jóvenes. ....	40
Tabla 16 Motivación para emprendimientos en negocios establecidos. ....	41
Tabla 17 Motivación general para mujeres involucradas en TEA.....	41
Tabla 18 Generación de puestos de trabajo. ....	44
Tabla 19 Expectativas de crecimiento de la planta de personal para los próximos 5 años.....	44
Tabla 20 Rentabilidad esperada sobre la inversión.....	46
Tabla 21 Expansión de mercado. ....	47

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Emprendimiento por edades. ....	26
Figura 2 Nivel educativo. ....	28
Figura 3 Posee habilidades y competencias para iniciar emprendimiento.....	29
Figura 4 Tecnología disponible. ....	30
Figura 5 Indicios de nueva tecnología.....	31
Figura 6 Nuevos productos y servicios ofrecidos. ....	32
Figura 7 Percepción que sus consumidores potenciales consideran el producto como nuevo. ....	32
Figura 8 Indicios de combinación de nuevos productos. ....	33
Figura 9 Miedo al fracaso. ....	35
Figura 10 Iniciar un nuevo negocio es una buena elección de carrera.....	36
Figura 11 Espera iniciar su negocio en los próximos 3 años.....	37
Figura 12 Expectativas de competencia. ....	38
Figura 13 Expectativas de ingreso. ....	39
Figura 14 Motivación para emprendimientos nacientes. ....	40
Figura 15 Motivación para emprendimientos en empresas jóvenes. ....	41
Figura 16 Motivación para emprendimientos en negocios establecidos.....	41
Figura 17 Motivación general para mujeres involucradas en TEA.....	42
Figura 18 Generación de puestos de trabajo. ....	44
Figura 19 Expectativas de crecimiento de la planta de personal para los próximos 5 años. Fuente: GEM 2007.....	45
Figura 20 Rentabilidad esperada sobre la inversión. ....	47
Figura 21 Expansión de mercado. ....	48

## INTRODUCCION

No es fácil describir a la mujer colombiana, en gran medida por la amplia diversidad cultural que existe en Colombia. De acuerdo a su lugar de nacimiento y formación, la mujer colombiana tendrá ciertas características de comportamiento, raciocinio y reacción.

La mujer colombiana es emprendedora, trabajadora y dinámica, con un alto sentido de la responsabilidad y muy perseverante. Es en términos generales inteligente, estudiosa, recursiva y muy dedicada en sus labores, sin descuidar su hogar y familiares. Es también un poco terca y orgullosa, con una suspicacia muy desarrollada, así como, un carácter fuerte y temperamental cuando se enoja.

En síntesis la mujer colombiana es pujante, emprendedora y trabajadora y suele conquistar sus objetivos inclusive en los entornos más adversos, lo que la hace altamente efectiva. Sin embargo como ya se dijo con anterioridad es muy difícil generalizar estos conceptos acerca de la mujer en un país con una alta heterogeneidad cultural y socioeconómica, lo que hace del análisis del perfil de la mujer emprendedora una tarea que merece un estudio detallado y minucioso de este tema y es precisamente lo que se pretende realizar a lo largo del presente documento en donde se realiza un análisis descriptivo de las características de la mujer emprendedora en el país a partir de las cifras arrojadas por el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*<sup>1</sup> Colombia 2007, base de datos que contiene información recolectada

---

<sup>1</sup> El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) nace en 1999, fundado por Babson College, de Boston, Estados Unidos, y London Business School, de Londres, Reino Unido. Como primer esfuerzo de este tipo en el mundo, GEM se inició con diez países, pasando a veintiuno en 2001 y llegando a cuarenta y dos en 2007, los cuales conforman una red de noventa y siete universidades o centros de investigación, integrada por cerca de doscientas treinta personas entre investigadores y personal de apoyo. Hoy en día, GEM es, quizás, la más grande red de colaboración intelectual y de investigación en el mundo enfocada al tema de la creación de empresas

mediante una encuesta por cuestionario aplicada en 2001 a personas adultas de 18 a 64 años de edad.

En este documento en su primera parte se hace una breve reseña de los antecedentes de la mujer emprendedora en Colombia y en donde además de presentarse la justificación y los objetivos del presente estudio, se muestran los diferentes aspectos teóricos y conceptuales que enmarcan el tema a desarrollar y la manera como se va a manejar la información concerniente a el tema tratado. En su segunda parte se muestra un análisis descriptivo de toda la información extractada de la encuesta de emprendimiento realizada por GEM en el año 2007, de acuerdo a diferentes tópicos que pueden tener influencia en la actividad de creación de empresas por parte de la mujer y que sirven como base para establecer una definición concreta de las características puntuales de la mujer emprendedora en Colombia.

## **1. GENERALIDADES**

### **1.1. ANTECEDENTES**

Por mucho tiempo la mujer en Colombia ha sido relegada laboral y productivamente a un plano secundario, pero a partir de la reforma Constitucional de 1991, esta ha entrado a jugar parte importante de la economía, dejando atrás su función de ama de casa para convertirse en una verdadera ejecutiva, llegando incluso a ocupar altos cargos del gobierno como la presidencia del senado, curul que solo había sido históricamente ocupada por hombres hasta hace algunos años. Dentro del contexto político colombiano de acuerdo a la ley, los ministerios deben repartirse en una proporción considerable a las mujeres.

Con este cambio de perspectiva en casi todo el planeta, en donde la mujer ha luchado para poseer los mismos derechos que los hombres, se ha venido forjando paulatinamente una revolución silenciosa de cambio del poder a manos de la mujer, es por esta razón que se nota el progreso en todos los campos de la mujer y los ejemplos de superación son muchos.

El nuevo siglo hace que la mujer asuma un papel protagónico en la creación de nuevos proyectos, que su papel sea el de demostrar ese talento natural que tiene de manejar cualquier situación y están llamadas a asumir una posición más dinámica en la economía nacional, demostrando que son capaces de liderar cualquier forma de emprendimiento.

Son varias las coyunturas que crean el escenario propicio para que la mujer colombiana hoy en día inicie actividades de emprendimiento empresarial: el gobierno adelantándose a la puesta en marcha del TLC con los Estados Unidos ha promulgado la Ley 1014 de enero de 2007 en donde se establece



en términos generales cuales son las pautas y como debe regirse el emprendimiento en Colombia, en otras palabras es la ley marco para crear y desarrollar empresas en este país. Además junto con la presente ley, el gobierno ha dispuesto unos inmensos recursos, más de \$45 mil millones de pesos, tal como lo expresó el presidente Alvaro Uribe en el V encuentro de emprendedores Colombia. También se tiene como punto de referencia formal para el emprendimiento en Colombia el fomento que hace el Estado Colombiano mediante la expedición de la Ley 1014 del 26 de enero de 2007 denominada DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, siendo presidenta del congreso la senadora Claudia Blum de Barberi, impulsora de la iniciativa y reconocida mujer emprendedora del país, cuyo objetivo principal es el fomento y desarrollo de la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

### **Políticas del gobierno orientadas hacia el fomento del emprendimiento de la mujer en Colombia<sup>2</sup>.**

En los últimos 5 años, el gobierno nacional ha venido implementando una política social cuyo seguimiento a los resultados alcanzados, desde una perspectiva de género, permiten afirmar que se trata de una política con igualdad de oportunidades para mujeres y hombres.

La política afirmativa mujeres constructoras de paz y desarrollo, consignada en los planes nacionales de desarrollo (2002 -2006 y 2007-2010) se articula con la política social y de seguridad democrática y comprende un conjunto de programas, acciones y estrategias, en las siguientes áreas: 1. Empleo y

---

<sup>2</sup> Avances del Estado colombiano en la implementación del consenso de México y el seguimiento de los objetivos de desarrollo del milenio con una perspectiva de género. Presidencia. Consejería para la equidad de la mujer. República de Colombia. Disponible en internet en la dirección: <http://209.85.215.104/search?q=cache:3E0FECQuY4EJ:www.eclac.cl/mujer/noticias/paginas/4/29404/l nformeColombia.pdf+papel+estado+emprendimiento+madres+cabeza+de+familia+colombia&hl=es&ct =cInk&cd=6&gl=es>. (Acceso 23 de julio de 2008).

desarrollo empresarial; 2.Educación y cultura; 3.Prevenición de las violencias contra las mujeres; 4. Participación política; 5.Fortalecimiento institucional.

Esta política, focaliza sus acciones en las mujeres de más bajos recursos, especialmente mujeres cabeza de familia, emprendedoras, microempresarias, líderes sociales y comunitarias y propician su vinculación a las políticas públicas, a los programas, proyectos y estrategias del Gobierno Nacional, así:

**Programa Mujer Cabeza de Familia Microempresaria – PMCFM:** Dirigido a mujeres cabeza de familia microempresarias, de estratos 1 y 2 del sector urbano y rural. Incluye los componentes de capacitación, crédito y seguimiento; se desarrolla bajo la coordinación de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, en 245 municipios de 24 departamentos, la ciudad de Bogotá y el Distrito de Barranquilla.

Resultados: -capacitadas 26.400 mujeres cabeza de familia microempresarias; -Desembolsados 6.956 microcréditos a través del Banco Agrario por un Monto de \$14.739.161.429 pesos. El programa ha ratificado la importancia de otorgar créditos a mujeres emprendedoras de bajos recursos como una opción para la generación de ingresos, de empleo y de superación de la pobreza.

**Programa Feria Nacional de la Mujer Empresaria – Expoempresaria:** Vitrina comercial de carácter social para impulsar las actividades empresariales de las mujeres, presentar microempresas competitivas en el mercado nacional, regional y local, y establecer nexos entre las microempresarias, los consumidores y las instituciones gubernamentales que trabajan a favor del desarrollo del sector microempresarial. El Programa subsidia el 97% de los costos de quienes participan por primera vez en la feria como expositoras. Resultados: realizadas 4 versiones de Expoempresaria (2004 – 2005 – 2006, 2007, 1.167 microempresarias

expositoras; 30.736 visitantes; Ventas al público por \$ 1.555.767.244 pesos (a 2006).

**Fondo de Fomento para las Mujeres Rurales – Fommur:** Reglamentado a partir de la Resolución 00127 de 2003 del Ministerio de Agricultura; orientado a promover el apoyo a planes, programas y proyectos de actividades rurales que permitan la incorporación y consolidación de las mujeres rurales y sus organizaciones en la política económica y social del país. Ha permitido desarrollar actividades de capacitación en las áreas de acceso a financiamiento, formulación y gestión de proyectos, creación y fortalecimiento empresarial y asociativo, capacitación en actividades que les permitan desarrollar sus proyectos y negocios rurales de manera eficiente tales como: producción, transformación, comercialización y procesos de mercadeo, igualmente en temas de desarrollo humano, participación ciudadana y equidad de género; se realizó la publicación de la cartilla de “Emprendimiento Solidario con Perspectiva de Género”, elaborada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural con la cooperación de varias entidades nacionales con competencias en el ámbito rural –entre ellas el –SENA, Dansocial y el ICA. Este trabajo recoge los temas impartidos en el proceso de capacitación a las mujeres rurales como la situación de la mujer en el campo, equidad de género, mentalidad empresarial, generación de proyectos, organización empresarial y oferta institucional.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Dentro del contexto nacional son varios y diversos los factores que influyen y determinan la actividad empresarial y la creación de nuevas empresas en el país y esta variabilidad también está relacionada con las diversas motivaciones, expectativas y grado de preparación con que cuenta la

población femenina en Colombia para iniciar un emprendimiento empresarial: aspectos como el apoyo del gobierno, su contexto macroeconómico y de comercio exterior, la realidad sociopolítica y económica del país y las condiciones de acceso a la educación, son entre otras, variables que configuran un entorno específico que pueden llevar a la mujer colombiana a tomar la decisión de crear proyectos empresariales y ponerlos en ejecución.

Es por lo tanto que se hace necesario que a partir y con base en los estudios pertinentes a el tema de análisis, se haga una evaluación descriptiva de los datos obtenidos en dichos estudios para poder resolver el siguiente interrogante que se formulan los autores del presente proyecto investigativo y que engloba el área de interés del estudio a desarrollar:

¿Cuáles son las características que definen a la mujer emprendedora en Colombia en la actualidad?

### **1.3. JUSTIFICACION**

Un alto porcentaje de las mujeres en el mundo participan hoy en día en actividades de emprendimiento empresarial, especialmente en economías informales. En Colombia existen en la actualidad muchos casos de emprendimiento por parte de la mujer en toda la geografía del país y bajo diversas circunstancias sociales y culturales y en entornos y escenarios disimiles: Situaciones como el desplazamiento forzoso debido a la violencia de una parte de la población rural a las ciudades y el cada vez más creciente número de mujeres cabeza de familia, han contribuido de una u otra forma a disparar los ya altos índices de desempleo formal en el país y a cerrarle las oportunidades a la mujer de tener un pleno desarrollo laboral y económico, razones estas que las han obligado a iniciar por cuenta propia y de manera

informal en muchos casos, actividades empresariales para poder de esta manera lograr asegurar un sustento propio y para su familia. Todo este complejo escenario que origina de manera forzosa en algunos casos y en otras espontánea el emprendimiento empresarial de la mujer colombiana, hace necesario establecer a partir de información estadística de estudios pertinentes al respecto, una caracterización específica de este fenómeno con el fin de poder comprender y entender más a fondo cual es la actividad emprendedora de la población femenina económicamente activa en el país y el papel que esta juega en la dinámica empresarial colombiana.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. Objetivo general**

Establecer y analizar cuál es el perfil actual de la mujer emprendedora en Colombia.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Definir las características más relevantes de la mujer empresaria en el país conceptualizando este perfil de acuerdo con variables de interés como su edad, educación y competencias, actitudes y motivaciones ante el emprendimiento, nivel de desarrollo tecnológico e innovación alcanzado por sus emprendimientos empresariales, empleos generados, nivel de ingresos y expectativas de rentabilidad y posibilidades de expansión comercial de las empresas creadas.
- Analizar los aspectos anteriormente citados dentro del contexto nacional y de acuerdo con la coyuntura socioeconómica que presenta el país en la actualidad.

## **1.5. ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1.5.1. Alcances**

El presente estudio comprende todas las actividades de emprendimiento empresarial que ha realizado la mujer económicamente activa dentro del territorio nacional colombiano hasta la actualidad.

### **1.5.2. Limitaciones**

Este estudio se limita a las fuentes de información estadística presentes en el estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Colombia en el año 2007.

## **1.6. MARCO DE REFERENCIA**

### **1.6.1. Marco teórico**

#### **Conceptos y definiciones de emprendimiento**

El emprendimiento es un término en los últimos años muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la

persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

Una de las primeras personas que empezaron a estudiar los emprendedores y a quien hoy se le considera el padre de las teorías actuales fue J. Schumpeter<sup>3</sup>. Fue uno de los primeros economistas en contemplar e integrar la importancia del emprendedor en la teoría sobre el crecimiento económico. Para Schumpeter, las fuerzas que conducen al desarrollo económico son los emprendedores y la competencia. El emprendedor caracterizado en innovar, romper los viejos equilibrios y crear nuevas combinaciones- es quien determina el desarrollo. Lo determina porque lleva a cabo un cambio endógeno y discontinuo en la economía. Los demás cambios económicos son debidos a causas externas. En un determinado contexto económico los individuos creativos son los iniciadores de las distintas asignaciones de recursos. El emprendedor es un hombre de acción, enérgico, implementador de las nuevas combinaciones aunque no son necesariamente descubiertas por él ni asume con todo el riesgo de la actividad, el cual lo distribuye entre sus socios, promotores y mecenas.

El pensamiento de Schumpeter, ha evolucionado hacia distintas corrientes. Estas se pueden agrupar en dos grandes grupos. Un grupo de autores está más interesado en la empresa y en describir el cambio para que aliente a los ejecutivos a realizar I+D (Investigación y Desarrollo) y que ello resulte en un desempeño emprendedor. Un segundo grupo de autores considera que el cambio es demasiado radical para poder hacer una descripción analítica. En este sentido estos autores intentan producir modelos que capturen sus características y los efectos que producen. Ven al emprendedor como alguien que reasigna o coordina recursos. A continuación concentraremos

---

<sup>3</sup> SCHUMPETER, J. A. Teoría del Desarrollo Económico. México: FCE, 1978.

nuestra atención en el primer grupo de autores ya que su enfoque abarca más que la figura individual del emprendedor.

El primer grupo de autores incluye a Drucker. Para Drucker<sup>4</sup> la principal característica del emprendedor es la producción de innovación. Drucker, al igual que Schumpeter, relaciona emprendedor con innovación como dos términos inseparables y entrelazados entre sí.

Una visión más pragmática la aporta Karl H. Vesper<sup>5</sup>. Al contrario de Drucker, no cree que las personas estén orientadas teóricamente; más bien las personas son básicamente prácticas. Sus acciones están más guiadas por la prueba y error hasta que consiguen ver qué vale la pena y qué no. Vesper observa que muchas personas se encuentran con las mismas dificultades que los emprendedores.

Brigitte Berger<sup>6</sup> tiene una aproximación práctica a la temática al defender que el emprendedor es una persona del ámbito local que simplemente hace lo que se le ha enseñado desde su nacimiento. Coincide con Kirzner<sup>7</sup> quien caracteriza al emprendedor como alguien que está siempre alerta y que descubre oportunidades de mercado. Necesita saber donde obtener información y tener conocimientos necesarios para sus acciones. Su noción de entrepreneurship es inseparable de la oportunidad de beneficio. Al contrario de Schumpeter, considera que los cambios que lleva a cabo el emprendedor siempre se orientan hacia el hipotético estado de equilibrio. Son cambios que dan respuesta al existente patrón de decisiones equivocadas.

---

<sup>4</sup> DRUCKER, Innovation and Entrepreneurship, Nueva York, Harper & Row 1986

<sup>5</sup> VESPER, Karl H. New venture strategies. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1990.

<sup>6</sup> BERGER, Brigitte. Stellino, Ana Isabel. The culture of entrepreneurship. Ediciones Gernika, México. 1993.

<sup>7</sup> KIRZNER, Israel M., Competition and Entrepreneurship, Chicago, The University of Chicago Press, 1973



Spinosa, Flores y Dreyfus<sup>8</sup> consideran al contrario de los autores anteriores, que la actividad del emprendedor no está especializada sino que está mucho más basada en las actividades diarias. El emprendedor es una persona cercana a la actividad normal de las personas. No obstante, el emprendedor tiene un mayor sentido de implicación y compromiso en las actividades que realiza y esto es lo que le permite ver nuevas posibilidades y oportunidades. Ve la estructura de la actividad humana con más claridad. También esta mayor involucración se constata en las tres actividades innovadoras que los emprendedores realizan: encontrar una anomalía, hacerla aparecer en varias facetas de la vida de cada uno y ver como los demás responden a esta nueva interpretación. De este modo los emprendedores contribuyen a reconfigurar las prácticas de las sociedades donde están insertos. Los emprendedores exitosos llegan a modificar las pautas de comportamiento o las actitudes en determinados ámbitos sociales o hasta toda la sociedad en general. Son unos verdaderos agentes de cambio institucional.

Algunos autores dan al emprendedor la equivalencia de innovador. Samuel Huseman<sup>9</sup> señala que el emprendedor innovador es sólo un tipo de emprendedor de los cuatro que él detecta. El innovador es el inventor y no es lo mismo que ser una persona que encuentra un atributo diferencial a un producto existente. Los otros tipos de emprendedores son el buscador de oportunidades, el creador de un negocio y el creador de una empresa.

Otro grupo de autores más focalizado en las pequeñas y medianas empresas como en el caso de Allan A. Gibb<sup>10</sup>, define al emprendedor desde el punto de vista de las características personales, muy orientado a la empresa. Es por

---

<sup>8</sup> SPINOSA, Flores, Dreyfus, *Disclosing New Worlds*, Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology, 1997.

<sup>9</sup> HUSENMAN, Samuel, Oriol Amat, Josep Chías, José María Mateu, Pedro Nuevo y Marcel Planellas. *Emprender con éxito*. Ediciones Gestión 2000.

<sup>10</sup> GIBB, Alan A., "Enterprise Culture - Its meaning and implications for education and training" en *Journal of European Industrial training*, Volumen 11, Número 2, 1987.

ello que define al emprendedor como alguien que demuestra un marcado uso de unos determinados atributos "emprendedores" en una determinada tarea o contexto (en general en comercios y negocios). Estos atributos son los siguientes: iniciativa, gran poder de persuasión, habilidad más bien moderada en arriesgarse, flexibilidad, creatividad, independencia/autonomía, habilidad para resolver problemas, necesidad de logro, imaginación, convencimiento del control sobre su propio destino, liderazgo, trabajador/a.

El emprendedor no es un líder, aunque los dos términos tiendan a confundirse y a ser utilizados muy a menudo como sinónimos. Los dos tipos de actores emergen en un entorno de intenso cambio, pero una de las diferencias es que los líderes se concentran en moldear el cambio o en orientar su dirección (no necesariamente provocándolo) mientras que los emprendedores actúan principalmente como agentes de cambio. Siempre teniendo en cuenta que los emprendedores tienen sentido y emergen en un mundo de información imperfecta y con existencia de costes de transacción, donde pueden tomar ventaja de las condiciones que permiten satisfacer necesidades insatisfechas, distribuir la información, probar ideas nuevas, innovar, etc.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

### **Importancia del emprendimiento.**

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad

económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la estabilidad económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, mas aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

En muchos países (casi todos los países Latinoamericanos y en especial Colombia), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio. Los niveles de desempleo, en gran parte de las economías del continente, rondan valores de más de un dígito, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo

a toda la población. Teniendo en cuenta que los estados latinoamericanos, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a las expectativas de la población, lo cual implica desarrollar una cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

### **Perfil de un emprendedor<sup>11</sup>**

Para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. No es una tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil de un emprendedor, pero muchos autores coinciden que los factores más importantes a tener en cuenta, son los siguientes:

---

<sup>11</sup> PIEDRAHITA, Carmen Alicia. Perfil de un emprendedor. (En línea). Disponible en internet en la dirección: <http://www.gerencie.com/perfil-de-un-emprendedor.html>. (Acceso 23 de julio de 2008)

- Personalidad idealista y astuta, preocupada por hacer dinero pero no obsesionados
- No les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos pero no a lo loco, sino planificados;
- Les gusta demostrar y demostrarse lo que saben, pueden y valen; tienen capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas, tienen cierto carisma o mística y esperanza respecto a su emprendimiento,
- No tienen todo absolutamente claro, tienen miedos como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan;
- Son capaces de sacrificarse por su obra pero sin perder la cordura, son ansiosos y buscan ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto, destacado;
- Les gusta dejar su marca en la vida a través de su emprendimiento, están convencidos de que el éxito es 99% transpiración y 1% inspiración,
- Saben que se pueden equivocar pero también saben que el fracaso es no intentarlo de nuevo.

Otros aspectos a tener en cuenta para definir el perfil del emprendedor son:

*Autoconfianza.* La autoconfianza es la capacidad del individuo en creer en sí mismo, y en la posibilidad de conseguir sus metas personales.

La persona emprendedora tiene que tener confianza absoluta en su proyecto y en que está preparada para sacarlo adelante. Va tomar decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí misma, aunque puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado.

La confianza debe extenderse también a las personas que van a formar parte de la empresa. Y es que esta capacidad (estrechamente relacionada con la

autoestima personal) se relaciona directamente con algunas habilidades de liderazgo como la motivación.

*Orientación al logro.* Se entiende como la persistencia para conseguir metas y objetivos personales, en este caso, emprender un negocio.

El emprendedor tiene que saber dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo. Por eso, esta capacidad se relaciona con otras como la voluntad de finalizar correctamente las tareas que se comienzan, y con la energía vital y con el entusiasmo, necesarios para conseguir logros de largo recorrido.

*Asunción de riesgos.* Supone una predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial.

La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero éstos deben ser calculados. El proceso de creación de una empresa no se acomete (o, al menos, nunca debería hacerlo) de manera aleatoria. El emprendedor ha analizado el entorno, ha diseñado su producto o servicio, ha analizado la viabilidad de su negocio y ha establecido unos resultados previsibles para su actividad.

Resultará contraproducente asumir demasiados riesgos si la realidad lo desaconseja, o trabajar en un ambiente de total inseguridad. Por tanto, es necesario calcular los riesgos de cada decisión que se tome y, por supuesto, evitar los que sean innecesarios.

*Expectativa de control.* Se relaciona con la capacidad de la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones.

En ocasiones, la persona emprendedora puede culpar de sus propias decisiones a otras personas o circunstancias. Esto sucede porque su expectativa de control es externa, esto es, considera que el resultado de sus acciones se debe a la suerte o a causas no relacionadas con su conducta.

Pero realmente es necesario que su expectativa de control sea interna y asuma la independencia de sus acciones con respecto al entorno y la relación entre su conducta y el resultado.

*Tolerancia a la frustración.* Puede definirse como la capacidad de persistir en la conducta encaminada a obtener un resultado, a pesar de las dificultades o retrasos que hayan de enfrentarse.

Esta es una cualidad fundamental en la persona emprendedora, porque va a tener que enfrentarse a retrasos, dificultades o imprevistos que le pueden llevar al desengaño y al fracaso. Es normal que no todo salga bien a la primera y tropezar varias veces, pero es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar.

*Orientación comercial.* Tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración.

Las habilidades o competencias más directamente relacionadas con este rasgo son las que tienen que ver con las habilidades de comunicación interpersonal, negociación y venta.

El emprendedor no actúa aislado: el desarrollo de su proyecto, su puesta en marcha y su crecimiento y éxito van a depender de las relaciones que establezca en diferentes ámbitos, por lo que conviene que tenga facilidad para las relaciones personales, para la comunicación y para la negociación. Por supuesto, debe tener habilidades para la venta y una fuerte orientación al servicio a su cliente.

## **EM (Entrepreneurship Monitor)**

El GEM es un estudio que se realiza a nivel mundial –con la participación de expertos internacionales de reconocida trayectoria– para analizar profundamente las relaciones entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico. La iniciativa nació en 1997 como un esfuerzo conjunto de Babson College y London Business School, al cual se han sumado desde entonces instituciones académicas de más de 40 países. Conforma una red de 97 universidades o centros de investigación, integrada por cerca de 230 personas entre investigadores y personal de apoyo. Colombia entra en el 2006 con las universidades del Norte, Andes, ICESI y Pontificia Universidad Javeriana – Cali.

El GEM se posiciona como un proyecto de características únicas para el conocimiento del fenómeno emprendedor. No hay ninguna otra iniciativa de investigación capaz de ofrecer información y análisis cruzado para una selección tan amplia de países, ni que pueda medir la actividad emprendedora en un contexto global de forma tan objetiva, estandarizada, y sólida.

Los objetivos principales que este proyecto multinacional persigue son varios:

El primero es medir el nivel de actividad empresarial en los distintos países, a través de: Empresas nacientes o “start-ups” (que han estado en operación hasta tres meses, las empresas nuevas o “baby business” (que tienen entre 3 y 42 meses de funcionamiento) y las empresas establecidas (más de 42 meses)



El segundo es comprender en profundidad la relación que existe entre el nivel de actividad emprendedora y el crecimiento económico.

En tercer lugar, el proyecto mide el nivel de actividad emprendedora en todos los países participantes, de forma que sea posible la comparación entre países y la comparación a lo largo del tiempo.

En cuarto lugar, se intentan descubrir cuáles son los factores que determinan el nivel de actividad emprendedora: qué factores estimulan a emprender, qué factores inhiben a los emprendedores, y qué factores influyen de otras maneras.

Y finalmente, el proyecto ofrece una guía para identificar las políticas públicas más adecuadas para fortalecer el nivel de actividad emprendedora.

El proyecto trata de evaluar cuantitativa y cualitativamente con una periodicidad anual, la evolución internacional de la creación de nuevas empresas y la influencia que tiene el contexto socio-económico, demográfico, político y cultural de cada país y cada región en dicho proceso. Pero el objetivo del informe GEM no es solamente proporcionar una fotografía de la situación actual del proceso de creación de empresas sino que además pretende colaborar en la difusión de la cultura empresarial en todo el mundo.

El proceso se desarrolla a nivel nacional como regional, de este modo, todos y cada uno de los equipos investigadores regionales de todas las partes del mundo emplean una metodología igual proporcionada por GEM, y cada equipo investigador regional tiene la obligación de realizar un informe de su zona. Informe que es igual y empleando las mismas herramientas y metodologías en todo el mundo, de modo que los informes son perfectamente homogéneos y comparables.

De este modo se obtiene el primer estudio fiable científicamente que permite comparar objetivamente la situación emprendedora de cada región.

### **Modelo y metodología utilizada por GEM en Colombia**

- Encuesta a la población adulta de 18 a 64 años de edad: 1600 encuestas telefónicas: Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Cúcuta, Manizales, Armenia, Pasto y Villavicencio y 400 encuestas cara a cara: 20 municipios con menos de 10 mil habitantes.
- Encuesta y entrevistas a expertos, respecto de 13 condiciones generales del entorno: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, comercial y de servicios, educación y formación, transferencia de I+D.
- Indicadores sociales y macroeconómicos.

#### **1.6.2. Marco Conceptual**

**Acto emprendedor**<sup>12</sup>: Creación de valor a través del desarrollo de una oportunidad de negocio o de conversión en una empresa que generará bienes o servicios produciendo riqueza para la comunidad y beneficio empresarial. Es la capacidad de percibir de crear, de accionar

---

<sup>12</sup> GARCIA, Consuelo. "Emprendimiento". 12 Folders. (Web log). Artículo del 13 de abril de 2008. Disponible en internet en la dirección: <http://consugar.blogspot.com/2008/04/acto-emprendedor.html>. (Acceso 14 de julio de 2008).

**Empresario<sup>2</sup>:** Personas capaces de percibir, organizar, gestionar y asumir el riesgo que demanda una oportunidad de negocio y la puesta en marcha de un proyecto empresarial creando un valor agregado, económico y social para él y su entorno

**Cultura emprendedora<sup>2</sup>:** Es el cambio de mentalidad de la cultura empleadora por la cultura emprendedora. Es la motivación y generación de estrategias que se requieren para crear empresas y trabajo productivo.

**Capacidad de emprender<sup>13</sup>:** Por capacidad de emprender se entiende un conjunto de valores, actitudes y creencias que apoyan dentro de una comunidad el ejercicio de un comportamiento emprendedor. Este comportamiento se puede encontrar en todos los niveles y en todos los ámbitos, desde el autoempleo hasta el sector público. Ni los emprendedores ni la capacidad de emprender son exclusivos de un sector, aunque existan diferencias notables entre los emprendedores del sector público y privado. La capacidad de emprender es una calidad de la sociedad aunque su principal efecto sea sobre el crecimiento económico a través de la creación de empleos, mejora de la calidad y abaratamiento de los productos y servicios. Las sociedades presentan distintos grados de capacidad de emprender aunque estos grados no sean azarosos. La capacidad de emprender depende de distintos factores, no es inamovible ni siempre ha sido igual.

**TEA:** O tasa de actividad emprendedora. Representa la proporción de adultos activos que está, en el momento de la encuesta, involucrado en las etapas tempranas de un emprendimiento.

---

<sup>13</sup> LAMOLLA, Laura. La capacidad de emprender y el rol de los emprendedores en el desarrollo. A propósito de la lectura de "Disclosing New Worlds" . Edición 3. Artículo del 1° de abril de 1999. Disponible en internet en la dirección: <http://www.iigov.org/id/article.drt?edi=189845&art=195576> (Acceso 14 de julio de 2008).

### **1.6.3. Marco espacial**

Este proyecto se realiza enfocado en las mujeres que realizan o han realizado actividades de emprendimiento dentro del territorio colombiano y que se encuentran contenidas en la investigación efectuada por GEM en el año 2007.

## **1.7. DISEÑO METODOLOGICO**

### **1.7.1. Tipo de estudio**

El presente estudio se realiza a partir de una investigación descriptiva y a través de ella se elaboran descripciones claras y precisas de los datos obtenidos a partir de la base de datos contenida en el estudio cuantitativo realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Colombia en el año 2007. Conjuntamente se aplica un método deductivo ya que se realizan razonamientos que, partiendo de casos generales a nivel macro de descripciones del fenómeno del emprendimiento, se particularizan dentro del contexto de la mujer dentro de la dinámica empresarial en Colombia.

### **1.7.2 Método de estudio**

Con base en la información contenida en el informe GEM 2007 sobre emprendimiento en Colombia se hace una evaluación cualitativa y cuantitativa del nivel actual de la actividad empresarial de la mujer colombiana y sus implicaciones dentro del contexto socio-económico, demográfico, político y cultural del medio nacional.

### **1.7.3. Técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de la información.**

#### **1.7.3.1. Fuentes primarias**

Para este estudio no se dispone de fuentes directas o de primera mano como encuestas o entrevistas.

#### **1.7.3.2. Fuentes secundarias**

La constituyen la base de datos del estudio GEM para Colombia realizado en el año 2007, además de toda aquella información técnica y teórica existente sobre el tema de estudio que esté registrada en medios escritos (libros y revistas especializadas) y en medios electrónicos como el Internet.

### **1.7.4. Tratamiento de la información**

La información es recabada a partir de aspectos cuantitativos contenidos en encuestas realizadas a la población objetivo del presente proyecto investigativo dentro del estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Colombia en el año 2007 . Estos registros son posteriormente depurados, revisados y procesados en hojas de cálculo Excel por los realizadores del presente trabajo investigativo, con el fin de disponer de ellos como ayuda informativa para poder realizar el correspondiente análisis y la caracterización correspondiente a el estudio.

## **2. CARACTERÍSTICAS DE LA MUJER EMPRENDEDORA EN COLOMBIA**

La recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida de los procesos empresariales y se enfoca en los individuos en aquel punto en que estos comprometen recursos para iniciar un negocio del que tienen la expectativa de ser dueños (emprendedores nacientes); cuando ya poseen y gestionan un nuevo negocio en el cual han pagado salarios por más de 3 meses pero menos de 42 meses (dueños de nuevos negocios); y cuando son dueños y gestionan un negocio establecido que ha estado en operaciones por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos)<sup>14</sup>.

Con base en los resultados obtenidos por GEM para Colombia en el año 2007 entre mujeres entre 18 y 64 años (ver cuestionario anexo) y de acuerdo con las diversas variables analizadas se procede en este capítulo a mostrar las características más relevantes de la mujer empresaria en el país conceptualizando el perfil de acuerdo con los siguientes tópicos:

### **2.1. EDAD**

Analizando la edad de las nuevas emprendedoras en el país se tiene que las mujeres se insertan en la actividad empresarial a una edad madura (entre 35 y 54 años) en un alto porcentaje (47%) y en un 37,7% a edades más tempranas (por debajo de los 35 años). Este resultado muestra que las mujeres adultas con mayor grado de madurez y experiencia en la vida acumulada gracias a su edad, se muestran más dispuestas a iniciar emprendimientos por cuenta propia en Colombia. Este factor a su vez está directamente relacionado con la motivación que tienen para emprender: a mayor necesidad, más temprano se lanzan a emprender. Este inicio “tardío”

---

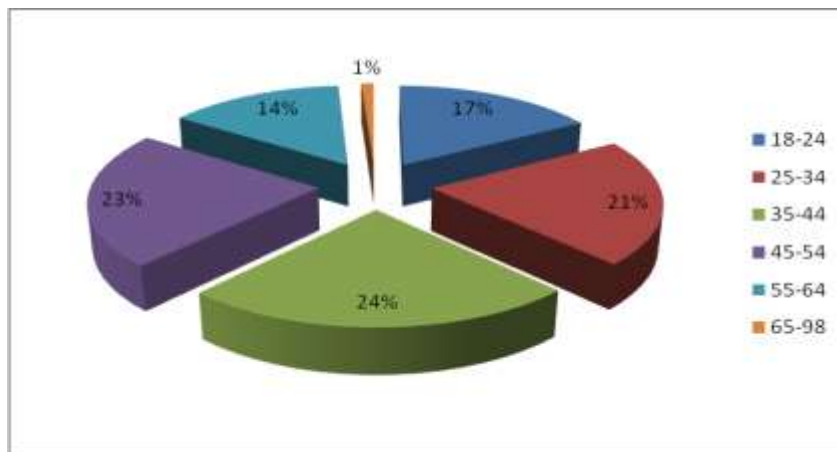
<sup>14</sup> La actividad emprendedora en el mundo. Los resultados del GEM 2007.

en la vida empresarial de la mujer en Colombia puede estar influenciada entre otras cosas por factores culturales del país en donde las fuertes costumbres arraigadas por el tema del machismo van desplazando psicológica y socialmente a la mujer a labores domesticas o a trabajos profesionales de bajo impacto o exigencia, limitando esto desde edades tempranas ese espíritu e iniciativa de emprendimiento en muchas mujeres en el país.

**Tabla 1 Rango de edades.**

**Fuente: GEM 2007**

Rango edades	Frecuencia	Porcentaje
18-24	226	17%
25-34	286	21%
35-44	327	24%
45-54	308	23%
55-64	196	14%
65-98	14	1%
Total	1357	100%



**Figura 1 Emprendimiento por edades.**

**Fuente: GEM 2007**

Comparando estos resultados con los otros países involucrados dentro del estudio GEM, las cifras muestran una situación similar para el caso de la edad promedio en la mujer donde muestra una alta propensión de crear empresas con edades entre 25-34 y 35-44 años.

## **2.2. EDUCACION Y FORMACION**

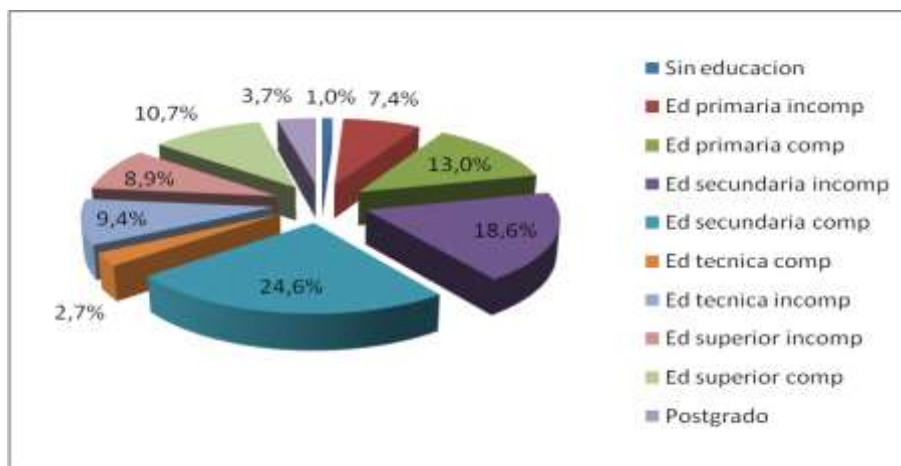
En cuanto a el nivel educativo se encontró que solo el 23,8% de las encuestadas terminó estudios superiores o técnicos por lo que se observa una baja preparación a nivel superior en las mujeres que se inician en el mundo empresarial por cuenta propia. Esto se debe a la todavía baja capacidad de acceso que tiene la mujer a la educación superior en general en el país, en donde se presentan altos niveles de deserción en su mayoría motivados por falta de recursos económicos para sostener una carrera universitaria de principio a fin. Gran parte de este grupo de mujeres ante la falta de opciones educativas que le permitan culminar un proyecto educativo que le permita acceder a puestos de trabajo a nivel ejecutivo, optan por emprender ideas de negocio de tipo artesanal por cuenta propia a nivel empírico, muchas veces motivadas por el modelo de sus padres quienes a su vez tuvieron que hacer lo mismo para poder garantizarse una fuente de lucro que les permitiera lograr una sostenibilidad en el futuro.

El conocimiento y las habilidades en el campo de los negocios son importantes para la mujer emprendedora colombiana: El 61,8% requirió de conocimiento y/o habilidades para iniciar un negocio. Además de lo anterior el estudio muestra que un 64,3% tuvo las habilidades y el conocimiento para iniciar su propio negocio contra un 34,4% que no contaba con estas fortalezas.



**Tabla 2 Nivel educativo.**  
Fuente: GEM 2007

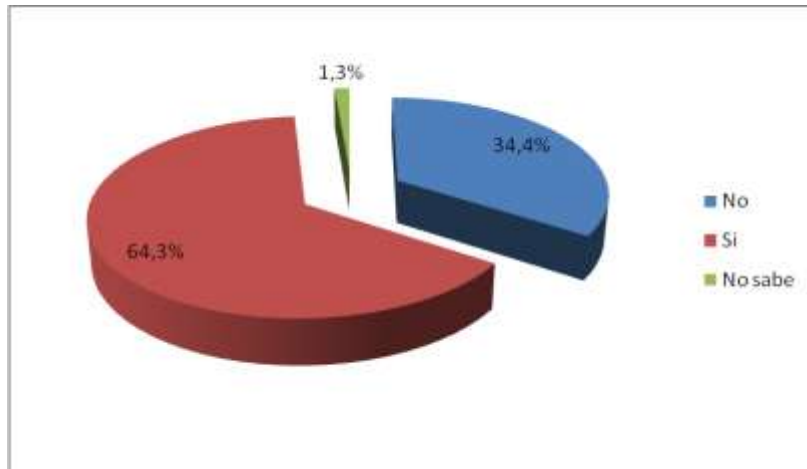
	Frecuencia	Porcentaje
Sin educación	13	1,0%
Ed. primaria incomp	101	7,4%
Ed. primaria comp	176	13,0%
Ed. secundaria incomp	253	18,6%
Ed. secundaria comp	334	24,6%
Ed. técnica comp	37	2,7%
Ed. técnica incomp	128	9,4%
Ed. superior incomp	121	8,9%
Ed. superior comp	146	10,7%
Postgrado	50	3,7%
Total	1359	100,0%



**Figura 2 Nivel educativo.**  
Fuente: GEM 2007

**Tabla 3 Posee habilidades y competencias para iniciar emprendimiento.**  
Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
No	391	34,4%
Si	732	64,3%
No sabe	15	1,3%
Total	1138	100,0%



**Figura 3 Posee habilidades y competencias para iniciar emprendimiento.**  
**Fuente: GEM 2007**

La educación que reciben las mujeres influye significativamente en sus posibilidades de emprender. El nivel de educación formal (considerado en cantidad de años) es más alto para las mujeres que son propietarias de negocios establecidos que para las que tienen un negocio naciente. De esto se podría deducir que la educación formal ayuda a la supervivencia del negocio.

Para las mujeres más pobres y con menos educación, el hecho de tener experiencia laboral está relacionado con la propensión a empezar un negocio.

El nivel educativo es un factor decisivo en otros países para la mujer creadora de empresas ya que entre mayor formación y nivel de competencias tenga la mujer en el momento de iniciar y llevar a cabo un proyecto empresarial, mayor son sus posibilidades de éxito en el emprendimiento y esta situación se da de manera similar en el caso colombiano.

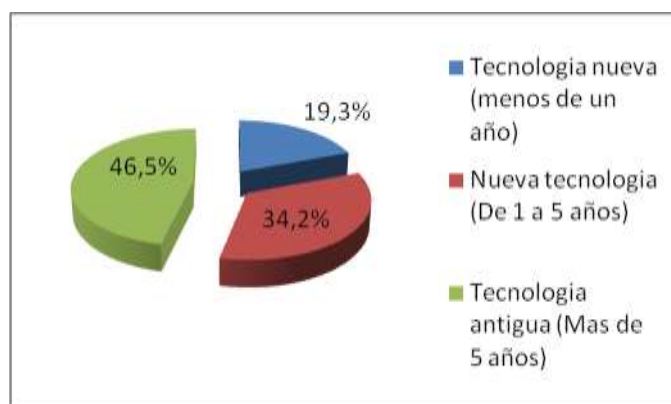
### 2.3. INNOVACION Y DESARROLLO TECNOLOGICO

En cuanto a la tecnología disponible para la TEA (Tasa de actividad emprendedora) un 46,5% de las encuestadas no disponen de nueva tecnología, un 34,2% cuentan con tecnologías entre 1 y 5 años de antigüedad y un 19,3% tienen tecnología con menos de un año. Para los negocios ya establecidos el factor tecnológico parece tener menos importancia para sus propietarias; el 74,3% cuentan con tecnologías antiguas (de más de 5 años), el 21,2% disponen de tecnología entre 1 y 5 años y solo el 4,4% cuentan con tecnología nueva (del año). En lo que respecta a la combinación de nuevos productos no hay indicios de este fenómeno en el 80,7% de las encuestadas.

**Tabla 4 Tecnología disponible.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
Tecnología nueva (menos de un año)	47	19,3%
Nueva tecnología (De 1 a 5 años)	83	34,2%
Tecnología antigua (Mas de 5 años)	113	46,5%
Total	243	100%

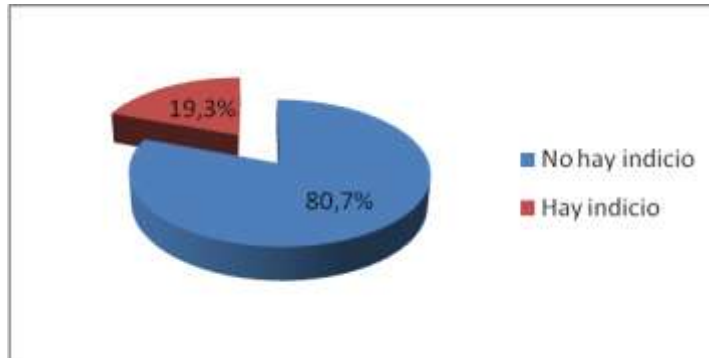


**Figura 4 Tecnología disponible.**

Fuente: GEM 2007

**Tabla 5 Indicios de nueva tecnología.**  
Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
No hay indicio	196	80,7%
Hay indicio	47	19,3%
Total	243	100%



**Figura 5 Indicios de nueva tecnología.**  
Fuente: GEM 2007

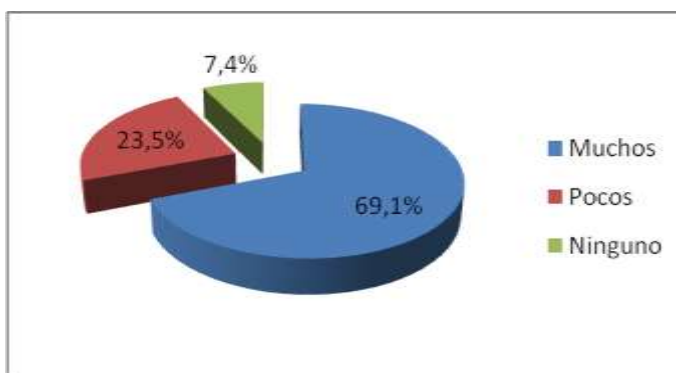
En la creación de nuevas empresas no se observa mucha innovación en cuanto a el desarrollo de nuevos productos o servicios y tecnología implementada y utilizada entre las empresarias: en el caso de la TEA para un 69,1% todos los negocios ofrecen sus mismos productos, para un 23,5% algunos ofrecen los mismos productos y para un 7,4% ninguno ofrece lo mismo, solo un 19,8% de las encuestadas tiene la percepción que sus consumidores potenciales consideran el producto como nuevo contra 52,7% que no. En lo que respecta a la combinación de nuevos productos no hay indicios de este fenómeno en el 87,7% de las encuestadas.

Se percibe una pobre actitud innovadora de la mujer empresaria en Colombia muy seguramente motivada a el temor de esta de romper con los esquemas de negocios tradicionalmente exitosos asimilados de generaciones anteriores, denotando esto una baja vocación a el riesgo de perder lo invertido en los escenarios de incertidumbre que le plantea el entorno en que se desempeña.

**Tabla 6 Nuevos productos y servicios ofrecidos.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
Muchos	168	69,1%
Pocos	57	23,5%
Ninguno	18	7,4%
Total	243	100%



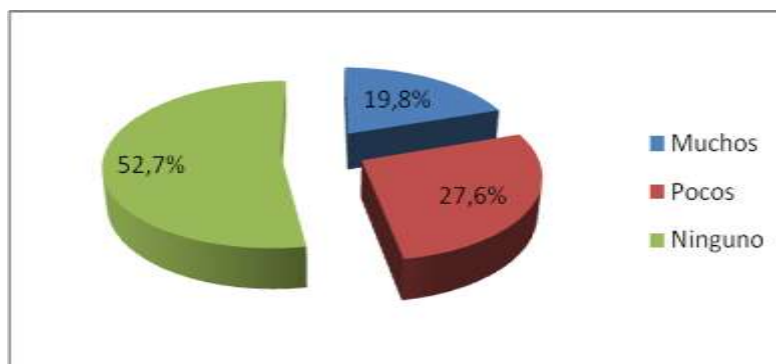
**Figura 6 Nuevos productos y servicios ofrecidos.**

Fuente: GEM 2007

**Tabla 7 Percepción que sus consumidores potenciales consideran el producto como nuevo.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
Muchos	48	19,8%
Pocos	67	27,6%
Ninguno	128	52,7%
Total	243	100%



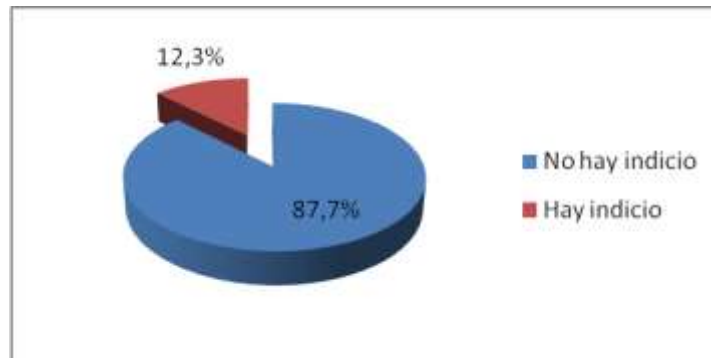
**Figura 7 Percepción que sus consumidores potenciales consideran el producto como nuevo.**

Fuente: GEM 2007

**Tabla 8 Indicios de combinación de nuevos productos.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
No hay indicio	213	87,7%
Hay indicio	30	12,3%
Total	243	100%



**Figura 8 Indicios de combinación de nuevos productos.**

Fuente: GEM 2007

Según las cifras presentadas no existe una orientación en la TEA hacia la investigación y desarrollo por parte de las empresarias colombianas y esto puede deberse a varios factores como son la falta de incentivos gubernamentales hacia estos temas, el hecho de que en el país todavía no existe una cultura hacia la investigación, el desconocimiento de las empresarias del tema tecnológico y sus ventajas competitivas o limitación de recursos disponibles para iniciar estos desarrollos. Estos resultados muestran la necesidad de que el gobierno establezca políticas orientadas a el estímulo de procesos de investigación y desarrollo dentro de las empresas e introduzca mecanismos especiales y, ojalá transitorios, de apoyo y estímulo a la investigación que contribuyan a mejorar este factor.

Al nivel de la pequeña y mediana industria que es el escenario en donde se mueve el emprendedor en Colombia (en ambos géneros) se tiene la creencia que las actividades de investigación y desarrollo solo están destinadas a los grandes proyectos empresariales quienes disponen de altos presupuestos

para este tema, desconociéndose en la mayoría de los casos por parte del pequeño administrador de la existencia de los mecanismos de apoyo y financiación de que dispone el gobierno colombiano para este tema a través de entidades como Colciencias. Para romper con este paradigma y poder crear mayores estímulos a los nuevos emprendedores que los motiven hacia la búsqueda de nuevos desarrollos a partir de la investigación, se hace necesario una mayor difusión por parte de el Estado dentro del sector de las Pymes y de la ciudadanía en general de cuál es el contenido y el espíritu de las políticas y programas de estímulo a la I+D con que cuenta y cuáles son los medios para poder acceder a estos para un ciudadano del común que quiera iniciarse en el tema.

En los tópicos de innovación y desarrollo tecnológico relacionados con la mujer emprendedora, Colombia presenta un buen posicionamiento a nivel latinoamericano y un rezago con respecto a los países que presentan un liderazgo a nivel mundial en el aprovechamiento de tecnologías de punta como República Checa y Grecia.

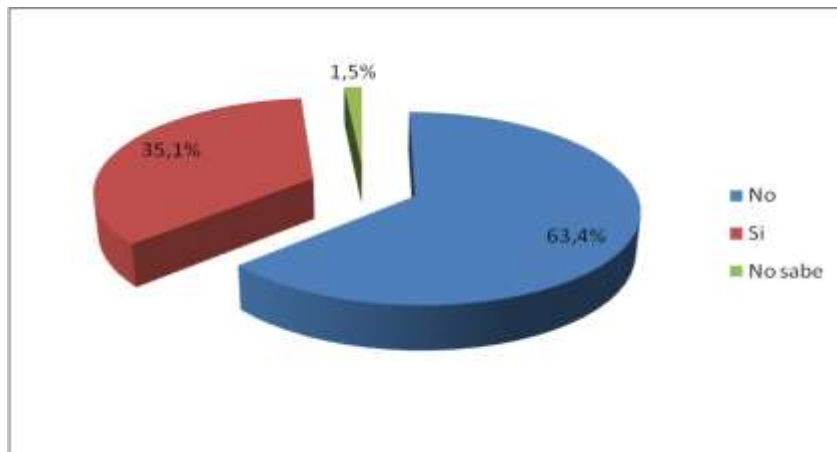
## **2.4. ACTITUDES ANTE EL EMPRENDIMIENTO**

El estudio muestra un alto grado de optimismo en las nuevas empresarias: solo un 35,1% de las encuestadas experimentó el miedo al fracaso al iniciar un emprendimiento de negocios. Un 88,4% considera que comenzando un nuevo negocio es una buena elección de carrera y el 70,9% cree que el tener éxito en un nuevo negocio contribuye a tener acceso a una mejor posición social. Se observa también una relativa alta expectativa dentro de la población femenina en cuanto a la creación de nuevos negocios para el mediano plazo: un 54,5% espera iniciar su negocio en los próximos 3 años contra un 40,4 que no espera hacerlo en este periodo de tiempo. Estas cifras

así presentadas pueden mostrar una contradicción con la edad madura en que se inician las mujeres en Colombia en emprendimientos empresariales; esta percepción favorable puede analizarse en el sentido que aunque la mujer ve el hecho del emprendimiento por cuenta propia como una buena opción de futuro profesional que le brinda un mejor posicionamiento dentro de su entorno social, debido a factores culturales anteriormente tocados en este estudio, se siente a una edad temprana incapaz de obtener estos logros y espera acumular cierta experiencia personal y profesional que logra con los años y que le permite lograr con mayores probabilidades de éxito la independencia económica que tanto anhela desde más joven.

**Tabla 9 Miedo al fracaso.**  
Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
No	721	63,4%
Si	400	35,1%
No sabe	17	1,5%
Total	1138	100,0%



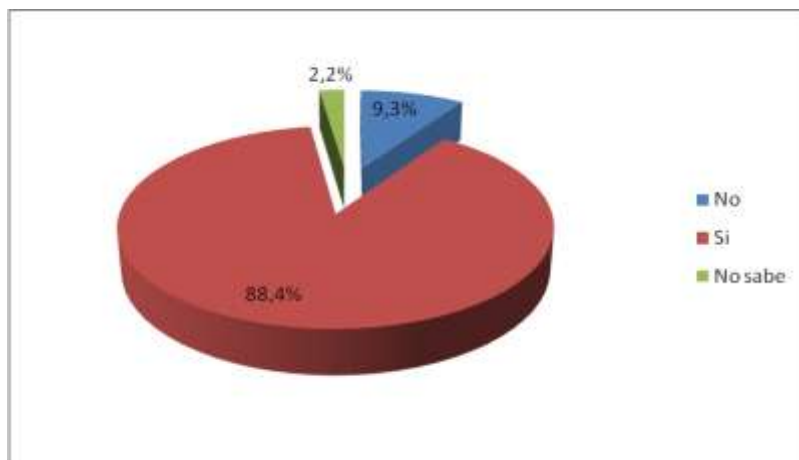
**Figura 9 Miedo al fracaso.**  
Fuente: GEM 2007



**Tabla 10 Iniciar un nuevo negocio es una buena elección de carrera.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
No	108	9,3%
Si	1031	88,4%
No sabe	26	2,2%
Total	1138	99,9%



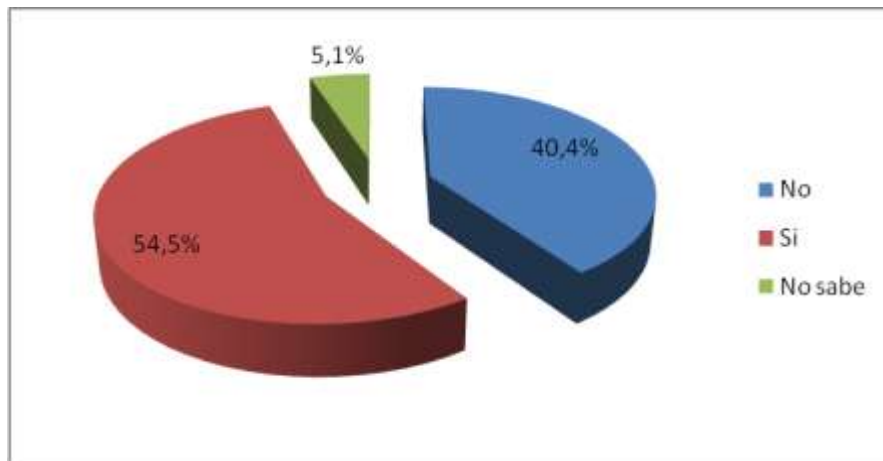
**Figura 10 Iniciar un nuevo negocio es una buena elección de carrera.**

Fuente: GEM 2007

**Tabla 11 Espera iniciar su negocio en los proximos 3 años.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
No	549	40,4%
Si	741	54,5%
No sabe	69	5,1%
Total	1138	100,0%

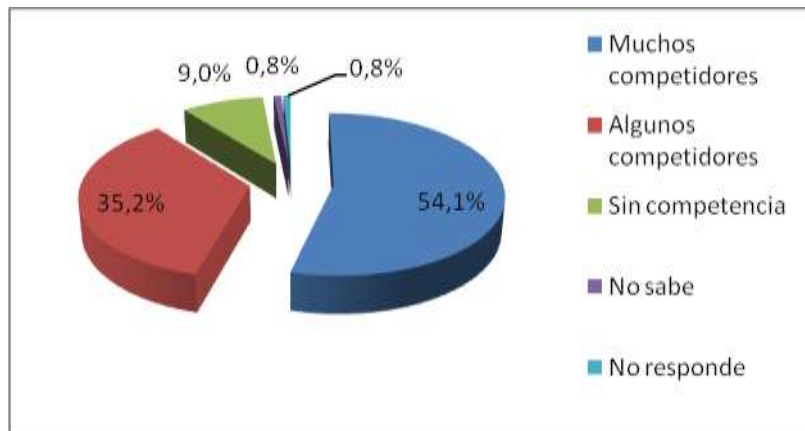


**Figura 11 Espera iniciar su negocio en los próximos 3 años.**  
**Fuente: GEM 2007**

En cuanto a el tema de la competencia las nuevas empresarias esperan tener mucha competencia en un 54,1%, alguna competencia en un 35,2% y ninguna competencia para su negocio en solo un 9%.

**Tabla 12 Expectativas de competencia.**  
**Fuente: GEM 2007**

	Frecuencia	Porcentaje
Muchos competidores	66	54,1%
Algunos competidores	43	35,2%
Sin competencia	11	9,0%
No sabe	1	0,8%
No responde	1	0,8%
Total	122	100,0%



**Figura 12 Expectativas de competencia.**  
Fuente: GEM 2007

En general las mujeres se muestran ante el emprendimiento en la actualidad y a futuro - según los resultados - moderadamente optimistas y lo consideran una opción viable de vida y de desarrollo profesional. Este optimismo puede estar directamente relacionado con los buenos desempeños que ha tenido la economía en el país en los últimos años y el potencial de negocios que Colombia muestra hacia el mediano plazo.

En este tema el país muestra unos buenos resultados en relación con países como Bélgica, Singapur y Japón quienes no consideran la creación de empresas como una importante alternativa de futuro, mostrando porcentajes para este ítem con resultados positivos por debajo del 50%. En lo que respecta a el temor a fracasar las empresarias de países con mejores niveles de desarrollo que Colombia manifiestan menos preocupación por esta situación.

## **2.5. MOTIVACION PARA EMPRENDER**

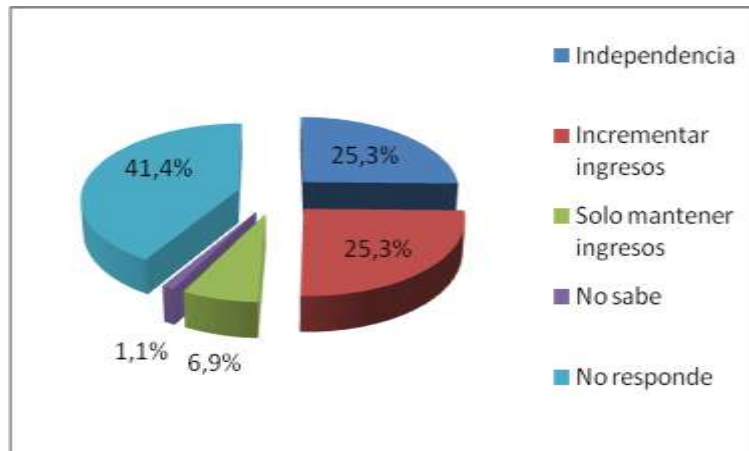
Las propietarias de empresas buscan a través de su desarrollo como empresarias tener independencia en un 25,3% de ellas, en un 25,3%

incrementar ingresos y para un 6,9% solo mantener los ingresos. Un 53,7% ve buenas oportunidades de iniciar un negocio en los próximos 6 meses.

**Tabla 13 Expectativas de ingreso.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
Independencia	22	25,3%
Incrementar ingresos	22	25,3%
Solo mantener ingresos	6	6,9%
No sabe	1	1,1%
No responde	36	41,4%
Total	87	100,0%



**Figura 13 Expectativas de ingreso.**

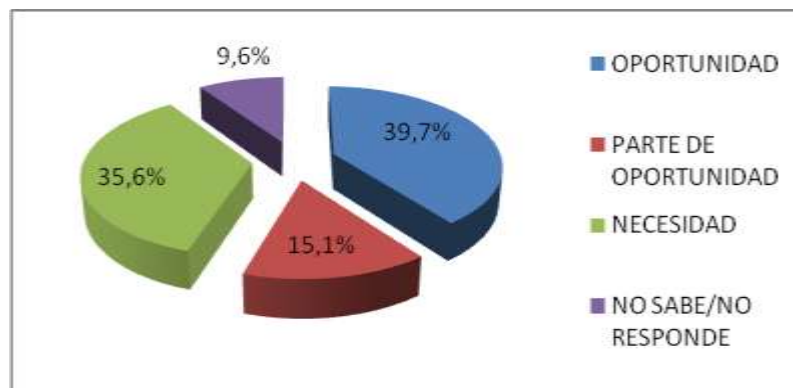
Fuente: GEM 2007

La motivación para el emprendimiento de proyectos nacientes entre las mujeres en Colombia es por necesidad en un 35,6% y por oportunidad en un 39,7%. A su vez para el caso de la motivación en empresas jóvenes con gerentes propietarios la motivación por necesidad es mayor (54,8%) y por oportunidad es de un 32,8%. Para el caso de los negocios ya establecidos con gerente propietario el porcentaje que se motiva hacia el emprendimiento empresarial por necesidad es bajo (7,5%) y la que lo hace por oportunidad es del 35,8%. En términos generales las mujeres que se involucran en

emprendimientos están motivadas en un 52% por necesidad y un 36,7% por oportunidad.

**Tabla 14 Motivación para emprendimientos nacientes.**  
Fuente: GEM 2007

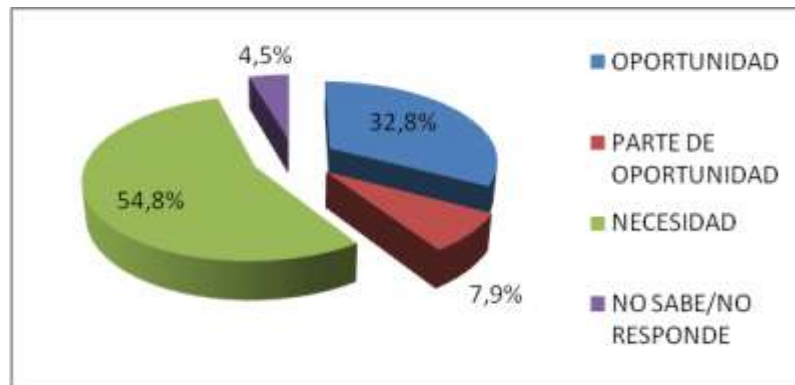
Motivos para emprendimientos nacientes		
	Frecuencia	Porcentaje
OPORTUNIDAD	29	39,7%
PARTE DE OPORTUNIDAD	11	15,1%
NECESIDAD	26	35,6%
NO SABE/NO RESPONDE	7	9,6%
Total	73	100%



**Figura 14 Motivación para emprendimientos nacientes.**  
Fuente: GEM 2007

**Tabla 15 Motivación para emprendimientos en empresas jóvenes.**  
Fuente: GEM 2007

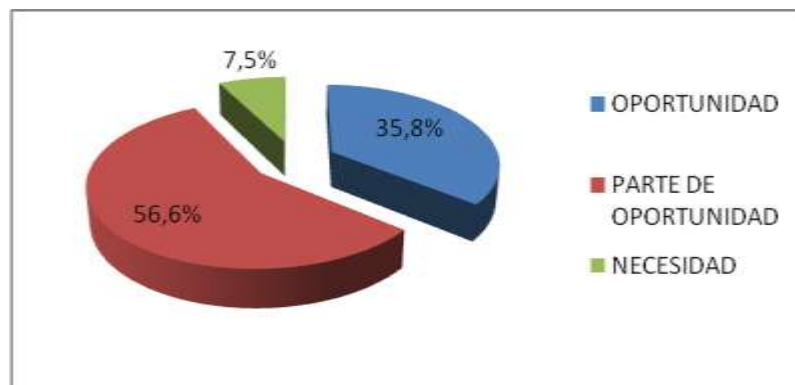
Motivos para emprendimientos en empresas jóvenes con gerentes propietarios			
	Frecuencia	Porcentaje	
OPORTUNIDAD	58	32,8%	
PARTE DE OPORTUNIDAD	14	7,9%	
NECESIDAD	97	54,8%	
NO SABE/NO RESPONDE	8	4,5%	
Total	177	100%	



**Figura 15 Motivación para emprendimientos en empresas jóvenes.**  
Fuente: GEM 2007

**Tabla 16 Motivación para emprendimientos en negocios establecidos.**  
Fuente: GEM 2007

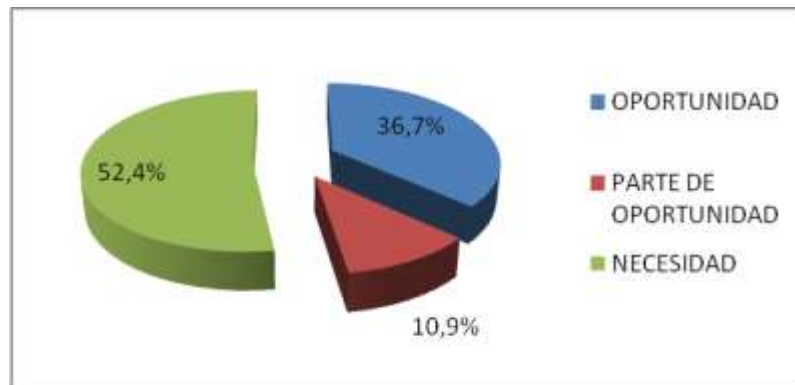
Motivos para emprendimientos en negocios establecidos con gerentes propietarios			
	Frecuencia	Porcentaje	
OPORTUNIDAD	38	35,8%	
PARTE DE OPORTUNIDAD	60	56,6%	
NECESIDAD	8	7,5%	
Total	106	100%	



**Figura 16 Motivación para emprendimientos en negocios establecidos.**  
Fuente: GEM 2007

**Tabla 17 Motivación general para mujeres involucradas en TEA.**  
Fuente: GEM 2007

Motivos para emprendimientos de gente involucrada en TEA		
	Frecuencia	Porcentaje
OPORTUNIDAD	84	36,7%
PARTE DE OPORTUNIDAD	25	10,9%
NECESIDAD	120	52,4%
Total	229	100%



**Figura 17 Motivación general para mujeres involucradas en TEA.**  
**Fuente: GEM 2007**

Estos resultados muestran una alta tendencia de la mujer colombiana a iniciar emprendimientos mas presionada por la necesidad de desarrollar proyectos empresariales por cuenta propia ante la falta de oportunidades laborales que le permitan obtener un nivel de ingresos adecuados para el su sostenimiento y el de su familia que por una actitud visionaria o un olfato para identificar nuevas oportunidades de negocios dentro del mercado. En países con economías como la colombiana, las posibilidades de encontrar una oportunidad de negocio son mucho más difíciles que en las naciones del primer mundo en donde su desarrollo económico posibilita una mayor cantidad de oportunidades de emprender. El tema del desplazamiento forzoso al que se han visto abocadas muchas mujeres en Colombia debido a la violencia también es un factor altamente determinante en la decisión de nuevos emprendimientos, al tener que abandonar sus actividades laborales en sus sitios de origen y tener que comenzar nuevas actividades productivas prácticamente desde “cero” en los lugares a donde se han visto obligadas a volverse a establecer.

Sería más conveniente y saludable que la motivación para emprender por parte de la mujer en el país estuviera basada en un alto porcentaje en el aprovechamiento de oportunidades pues se alinea más con los deseos de

las personas involucradas a la vez que anticipa una tasa de éxito empresarial mayor.

Comparando los valores relacionados con la parte motivacional de la mujer emprendedora colombiana (por oportunidad o por necesidad) a nivel internacional, el país ocupa renglones secundarios con respecto a países con altos indicadores como Dinamarca a nivel mundial y Perú a nivel de Suramérica

## **2.6. GENERACION DE EMPLEO**

Las nuevas emprendedoras de acuerdo con los resultados evaluados no se muestran altamente creadoras de empleos; La generación de nuevas plazas de trabajo está particularmente orientada en primera instancia a asegurar trabajo para la misma propietaria, de tal modo que le asegure su propia subsistencia, en segundo lugar brindarle posibilidades de vinculación laboral a su círculo familiar y en último término a terceros, todo de acuerdo con las posibilidades de crecimiento y tamaño de la empresa constituida. Según las encuestas el 67,8% no genera empleos, el 24,5% genera entre 1 y 5, el 5,6% genera entre 6 y 19 y el 2,1% genera más de 20. Para los próximos 5 años el 30% de la TEA no espera crecimiento de su planta de personal, un 15,2% espera que su planta de personal aumente en un trabajador, un 7,8% espera que lo haga en 2 y un 6,2% en 10.

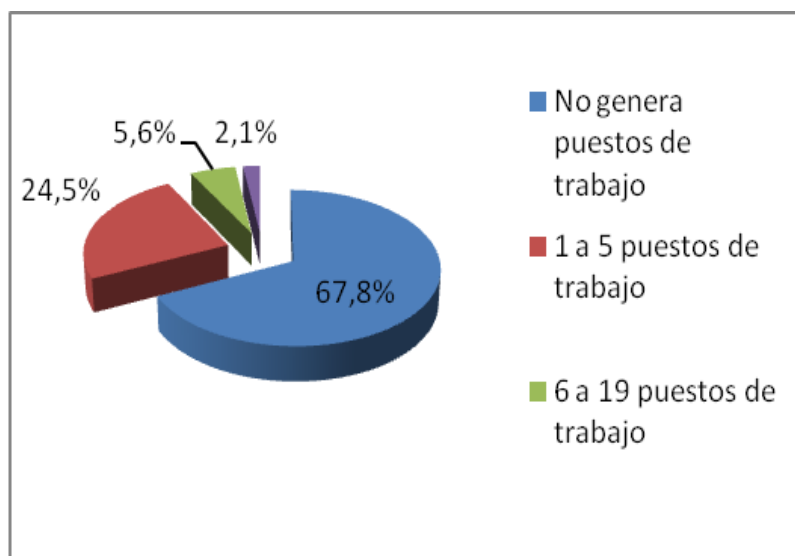
Considerando la sumatoria de todos los emprendimientos en el país por parte de la población femenina adulta, este fenómeno tiene un alto impacto en la generación de empleo para la mujer en Colombia y está directamente condicionado a la sobrevivencia y la sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos empresariales.



**Tabla 18 Generación de puestos de trabajo.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
No genera puestos de trabajo	97	67,8%
1 a 5 puestos de trabajo	35	24,5%
6 a 19 puestos de trabajo	8	5,6%
1 a 5 puestos de trabajo	3	2,1%
Total	143	100%



**Figura 18 Generación de puestos de trabajo.**

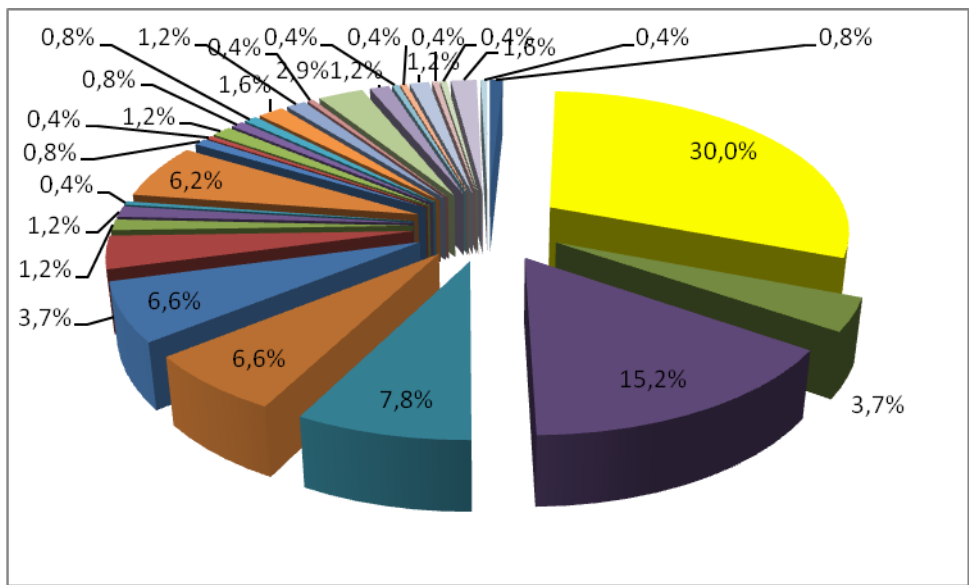
Fuente: GEM 2007

**Tabla 19 Expectativas de crecimiento de la planta de personal para los próximos 5 años.**

Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
-1	2	0,8%
0	73	30,0%
1	9	3,7%
2	37	15,2%
3	19	7,8%
4	16	6,6%
5	16	6,6%
6	9	3,7%
7	3	1,2%
8	3	1,2%
9	1	0,4%
10	15	6,2%
12	2	0,8%
13	1	0,4%

15	3	1,2%
16	2	0,8%
18	2	0,8%
20	4	1,6%
25	3	1,2%
28	1	0,4%
30	7	2,9%
40	3	1,2%
42	1	0,4%
45	1	0,4%
50	3	1,2%
70	1	0,4%
91	1	0,4%
99	4	1,6%
800	1	0,4%
Total	243	100,0%



**Figura 19 Expectativas de crecimiento de la planta de personal para los próximos 5 años.**  
**Fuente: GEM 2007**

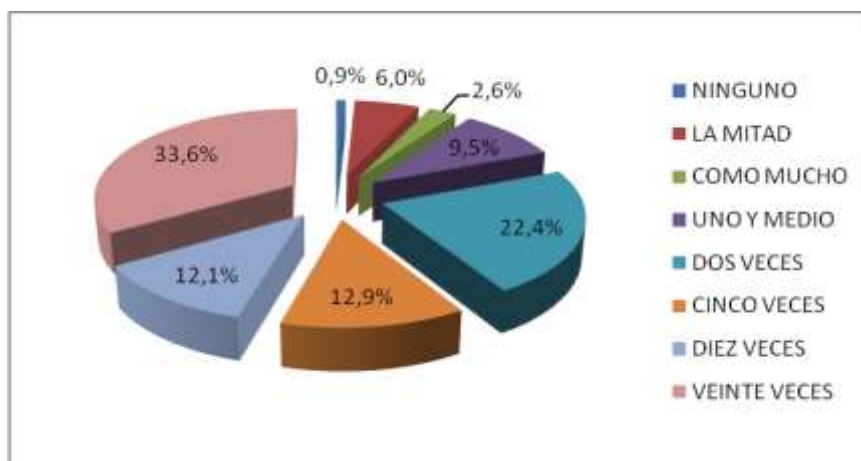
## 2.7. INGRESOS Y RENTABILIDAD ESPERADA

En lo que respecta a las expectativas con respecto a el ingreso económico se encontró que un 37,7% esperaba recibir pago después de tres o más meses y el 30,2% esperaba recibir utilidad sobre el salario para cuatro

propietarias en el año 2007, seguido del 27,9% que esperaba hacerlo para el 2007 y el 11,6% para el año 2005. También se observa entre las nuevas emprendedoras un alto optimismo en cuanto a los niveles de retorno de la inversión inicial: un 33,6% esperan recibir 20 veces su valor, 22,4% el doble de su valor, 12,9% cinco veces y 12,1% diez veces. Estas altas expectativas de ingreso son coyunturales de acuerdo con la realidad que ha vivido la economía y los altos niveles de confianza que ha venido experimentando la mujer colombiana y en general la población del país con respecto a las políticas de Estado en los últimos años. Este optimismo puede variar favorable o desfavorablemente de aquí en adelante entre las mujeres emprendedoras de acuerdo a el comportamiento de la economía nacional ante los efectos positivos o negativos sobre esta debido a situaciones a nivel mundial como los efectos inflacionarios y de recesión de economías más fuertes y de las cuales depende la economía colombiana como el caso de los Estados Unidos.

**Tabla 20 Rentabilidad esperada sobre la inversión.**  
Fuente: GEM 2007

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
NINGUNO	1	0,9%
LA MITAD	7	6,0%
COMO MUCHO	3	2,6%
UNO Y MEDIO	11	9,5%
DOS VECES	26	22,4%
CINCO VECES	15	12,9%
DIEZ VECES	14	12,1%
VEINTE VECES	39	33,6%
Total	116	100,0%



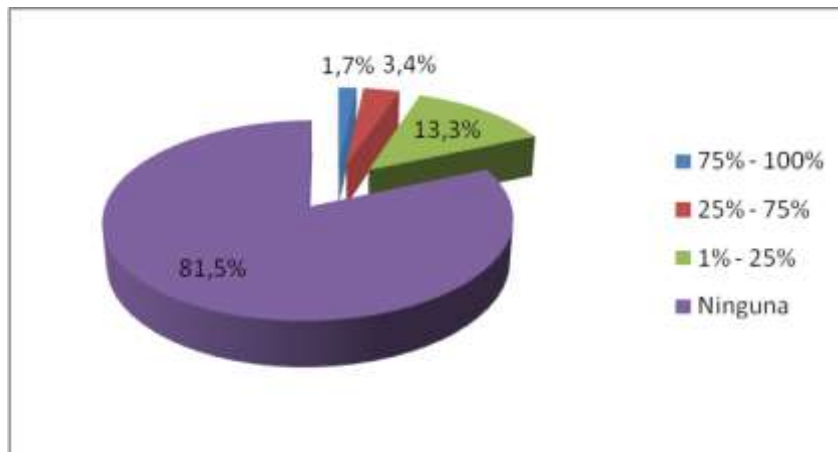
**Figura 20 Rentabilidad esperada sobre la inversión.**  
Fuente: GEM

## 2.8. APERTURA HACIA EL MERCADO EXTERIOR

Para la mayoría de las encuestadas no hay una alta expectativa de expansión de mercados (56,8%), solo para un 3,3% hay una expansión profunda del mercado. Sus perspectivas de exportación no son altas: el 81,5% no exporta, el 13,3% tiene representada sus exportaciones entre el 1 y el 25% de su mercado y solo el 5,1% tiene más del 25% de mercado en el exterior.

**Tabla 21 Expansión de mercado.**  
Fuente: GEM 2007

	Frecuencia	Porcentaje
75% - 100%	4	1,7%
25% - 75%	8	3,4%
1% - 25%	31	13,3%
Ninguna	190	81,5%
Total	233	100,0%



**Figura 21 Expansión de mercado.**  
**Fuente: GEM 2007**

Los bajos niveles de tecnología e innovación que presentan las empresarias colombianas en la actualidad se muestran como una gran barrera de acceso a mercados internacionales con mayores niveles de ingreso, en donde sus posibles competidores muestran mejores indicadores de desarrollo y posicionamiento en estos temas, lo que sitúa a la emprendedora nacional en una posición altamente desventajosa a nivel competitivo con sus similares en mercados del exterior.

Las expectativas cercanas de aprobación de tratados de comercio internacional como el TLC con Estados Unidos, Canadá y países latinoamericanos, así como el fortalecimiento de los intercambios comerciales con vecinos comerciales tradicionales como el caso de Venezuela - con el que se maneja una alta dinámica comercial - podrían cambiar el panorama con respecto a este tópico e influir favorablemente en la mejora de los indicadores relacionados con este tema, siempre y cuando haya un mejor apoyo por parte del Estado en apoyo y acompañamiento en lo que respecta a iniciativas de investigación y desarrollo y transferencia de tecnología para la pequeña y mediana industria.

Se hace necesario para la economía del país que las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres en Colombia amplíen su rol en el comercio internacional y contribuyan de manera más significativa en el comportamiento de la balanza comercial del país. Este debe ser un tema de vital importancia para las mujeres emprendedoras colombianas particularmente en las condiciones coyunturales que presenta la economía nacional en la actualidad. La creación de un clúster conformado por pequeñas empresas y en donde estén involucrados inversionistas, proveedores y emprendedores empresariales, podría constituirse como una estrategia viable para el mediano plazo que permitiera a través de la sinergia de los potenciales de cada pequeño emprendimiento y con una clara orientación hacia la innovación, conformar una unidad empresarial lo suficientemente sólida para poder llegar a tener una presencia fuerte en mercados internacionales con posibilidades más equitativas de competencia fuera de las fronteras.

Dentro del estudio GEM a nivel mundial Colombia muestra un liderazgo en este tema a nivel suramericano pero un alto rezago con respecto a el país a nivel mundial que ocupa el primer lugar (Grecia). Se hace necesario que Colombia mejore su posicionamiento a nivel internacional en este aspecto, teniendo en cuenta su posición geográfica estratégica dentro del continente suramericano y las posibilidades que brindan a futuro los diferentes tratados comerciales que ha suscrito o está por suscribir el país.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

De acuerdo con el análisis de la información proveniente del estudio realizado en el 2007 en Colombia por GEM para el emprendimiento de la mujer en el país, existen algunas consideraciones finales que hay que mencionar con respecto a las características de la mujer empresaria colombiana y que se relacionan a continuación:

Los resultados analizados en un contexto general muestran a una mujer en Colombia emprendedora, relativamente optimista y algo temerosa a la hora de correr riesgos.

Factores como la edad, la cualificación del trabajo al que se ha accedido, la educación formal y el nivel de los ingresos del hogar son importantes factores socioeconómicos que afectan la decisión de la mujer colombiana a la hora de empezar un negocio.

El bajo nivel de tecnología de última generación utilizada en las empresas por parte de la mujer emprendedora puede estar indicando dificultades para la investigación y desarrollo al igual que para la transferencia de tecnología.

Las nuevas empresas colombianas manejadas por mujeres (y este caso también se refleja en el caso de los hombres) no presentan de manera individual una orientación muy fuerte hacia la creación de empleos. La generación de nuevas plazas de trabajo en este caso particular está orientada a brindarle posibilidades de vinculación laboral a la propia dueña del negocio, su círculo familiar y en última instancia a terceros.

Por otro lado la mujer en Colombia inicia emprendimientos empresariales a una edad madura preferiblemente, pero este emprendimiento lo realiza desde muy joven cuando la necesidad es la razón más importante que la lleva a iniciar un proyecto empresarial.

Se observa también que las mujeres que inician emprendimientos desarrollan proyectos empresariales que no están orientados hacia la innovación, esta situación se ve reflejada en los resultados que reflejan una proyección bastante baja en cuanto a desarrollo de nuevos productos.

En lo que respecta a el campo de acción comercial que cubren las empresarias, este está enmarcado en una gran mayoría solo dentro del ámbito local, regional o nacional.

El rol de la mujer colombiana afortunadamente hoy en día ha venido cambiando y el país necesita a futuro una mujer productiva y altamente participativa en todos los esquemas de desarrollo y crecimiento de la industria, el comercio y en general la economía nacional y para que esto suceda hay que brindarle las garantías, herramientas y oportunidades que necesita y se merece.

## **RECOMENDACIONES**

Hace falta mayor preparación de la mujer en Colombia para establecer emprendimientos, aun cuando en un gran porcentaje esta posee un nivel aceptable de educación, siendo esta formación y las habilidades que posee, lo que le asegura en gran parte el éxito y la sostenibilidad en el futuro de sus proyectos empresariales. El gobierno con respecto a este tema debe promulgar una mayor variedad de programas de fomento pertinentes que



estén encaminados a orientar y a acompañar mas intensivamente a la mujer empresaria sobre todo a aquellas cuyo impacto social sea altamente representativo (madres solteras y cabezas de familia en zonas de conflicto pertenecientes a estratos socioeconómicos 1 a el 3). El tema del emprendimiento aunque ya hace parte del pensum educativo de la mayoría de carreras en muchas universidades del país, también debería ser incluido desde la educación secundaria que es en si la etapa en donde se deben definir en gran medida las opciones laborales futuras de la estudiante y futura profesional y empresaria para el caso de la mujer en particular.

Es importante además estimular a la masa joven de mujeres para que se inicien sin temores en el mundo empresarial y para esto se hace necesario que las entidades gubernamentales inicien campañas de sensibilización y creen programas de capacitación hacia la población joven femenina en el país, de tal modo que el emprendimiento empresarial por parte de la mujer en Colombia se haga más por una vocación que por una necesidad derivada de la falta de acceso a otro tipo de oportunidades laborales (empleo formal).

Por otro lado se hace necesario crear por parte del Estado un paquete de estímulos y brindarle todas las herramientas necesarias a estas empresarias para que de esta forma direccionen de mejor manera sus proyectos empresariales hacia mercados del exterior, y de este modo estén más sintonizadas con las nuevas tendencias de mercado globalizado y a la vez adquieran una perspectiva empresarial más amplia que les permita tener mejores expectativas de éxito a futuro. En igual dirección deben estar encaminadas las acciones del gobierno hacia el tema de la innovación para así de esta manera generar mayores niveles de competitividad a nivel de la pequeña y mediana industria que es el renglón en donde mayor rezago se presenta con respecto a este tema.

Se debe también trabajar intensamente por parte del gobierno nacional por reducir y simplificar el número de procedimientos y trámites para constituir una empresa legalmente en Colombia, ya que este asunto es en muchas ocasiones un factor importante de desestimulo para muchos emprendimientos empresariales en su fase inicial para ambos géneros en Colombia. Sería importante además el crear iniciativas compartidas entre el sector gobierno y la empresa privada para incentivar el desarrollo de capitales de riesgo.

Finalmente se recomienda promover y fomentar a través de diversas instituciones la formación de clústeres conformados por pequeñas empresas sobre todo de índole artesanal en una iniciativa compartida entre grandes empresas privadas, universidades y gobierno y la generación de redes de contacto entre emprendedores, empresarios, inversionistas, proveedores de servicios, formadores y mentores de emprendedores, para contribuir a la creación de capital social, de tal forma que se llegue a conformar un “sistema” que contribuya a facilitar el desarrollo de nuevos proyectos, identificando recursos financieros, requerimientos legales, servicios profesionales y capacitación.

## BIBLIOGRAFIA

- BERGER, Brigitte. Stellino, Ana Isabel. The culture of entrepreneurship. Ediciones Gernika. , México. 1993.
- BINKS, Martin and Vale, Philip, Entrepreneurship and Economic Change, Londres, Mc Graw-Hill, 1990.
- DRUCKER, Innovation and Entrepreneurship, Nueva York, Harper & Row 1986.
- BARBOSA, Yadira. Emprendimiento. (En línea). Diciembre de 2007. Disponible en internet en la dirección: <http://milenitaleon.soy.es/2007/12/21/emprendimiento/>.
- GARCIA, Consuelo. "Emprendimiento". 12 Folders. (Web log). Artículo del 13 de abril de 2008. Disponible en internet en la dirección: <http://consugar.blogspot.com/2008/04/acto-emprendedor.html>. (Acceso 14 de julio de 2008).
- GARTNER, William B., "The nature of entrepreneurial work" en S. Birley IC MacMillan (eds.) Entrepreneurship Research: Global perspectives, 1993 Elsevier Science Publishers.
- GEM Colombia 2007. Reporte de resultados. Global Entrepreneurship Monitor

- GIBB, Alan A., "Enterprise Culture - Its meaning and implications for education and training" en Journal of European Industrial training, Volumen 11, Número 2, 1987.
- HUSENMAN, Samuel, Oriol Amat, Josep Chías, José María Mateu, Pedro Nuevo y Marcel Planellas. Emprender con éxito. Ediciones Gestión 2000
- KIRZNER, Israel M., Competition and Entrepreneurship, Chicago, The University of Chicago Press, 1973.
- LAMOLLA, Laura. La capacidad de emprender y el rol de los emprendedores en el desarrollo. A propósito de la lectura de "Disclosing New Worlds" . Edición 3. Artículo del 1º de abril de 1999. Disponible en internet en la dirección: <http://www.iigov.org/id/article.drt?edi=189845&art=195576> (Acceso 14 de julio de 2008).
- PIEDRAHITA, Carmen Alicia. Perfil de un emprendedor. (En línea). Disponible en internet en la dirección: <http://www.gerencie.com/perfil-de-un-emprendedor.html>. (Acceso 23 de julio de 2008)
- PRATS, Joan (with Suzanne Dove), "Organizations, Institutions and Governance", Paper Nº 6 de la Red de Gobernabilidad y Desarrollo para América Latina, PNUD-IIG, Barcelona, 1995.
- SCHNEIDER, Teske y Mintrom, Public Entrepreneurs: Agents for change in American government, Princeton: Princeton University Press, 1994.

- SCHUMPETER, J. A. Teoría del Desarrollo Económico. México: FCE, 1978
- SPINOSA, Flores, Dreyfus, Disclosing New Worlds, Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology, 1997.
- VESPER, Karl H. New venture strategies. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1990.

ANEXO

<b>GEM</b>	 <b>Centro Nacional de Consultoría Ltda.</b> Diagonal 34 N° 5-27 Bogotá Teléfono: 339 4888	<b>Confidencial</b>
<b>CC: 9635-03</b>	<b>Fecha: Julio de 2007</b>	Prueba Piloto: Julio de 2007
Elaborado por: GEM / PC	Revisado por: GEM	Revisado en Campo por:

Buenos días / Buenas tardes. Mi nombre es....., soy encuestador del Centro Nacional de Consultoría y estamos realizando un estudio sobre diversos temas de actualidad. Esta encuesta es anónima y garantizamos el tratamiento absolutamente confidencial de la información y opiniones que nos brinde.

Dirección:	Municipio:
Nombre y Apellido del encuestado:	

Tiene usted entre 18 y 64 años?

SI	Continúe
NO	Agradezca y termine

## BLOQUE 1

1. ¿Cuál de las siguientes situaciones se aplican a usted? **(E:** Leer cada opción y dar tiempo para responder cada pregunta)

		Si	No	No sabe	No responde
1a	¿ <b>Actualmente está usted, solo o con otras personas, intentando iniciar un nuevo negocio</b> y/o la venta de bienes o servicios?				
1b	¿Actualmente como parte de su empleo, <b>está usted</b> , solo o con otras personas, <b>intentando iniciar un nuevo negocio</b> o una nueva empresa <b>para su empleador</b> ?				
1c	¿ <b>Actualmente es</b> usted, solo o con otras personas, <b>propietario de una empresa en cuya administración usted participa</b> , o es usted trabajador independiente o vende usted algún tipo de bien o servicio a otros?				
1d	En los últimos tres años, ¿ <b>Usted ha suministrado a alguien dinero para iniciar un nuevo negocio?</b> <i>(no incluye la compra de acciones o fondos comunes de inversión en el mercado)</i>				
1e	Dentro de <b>los próximos tres años</b> , ¿ <b>Espera</b> usted, solo o con otras personas, <b>iniciar un nuevo negocio</b> , incluyendo cualquier tipo de trabajo independiente?				
1 f	<b>Durante los últimos 12 meses</b> ha usted <b>vendido, liquidado, descontinuado, o se ha retirado de un negocio del cual usted era propietario y participaba en su administración</b> , incluido cualquier tipo de trabajo independiente o venta de cualquier tipo de bien o servicio a otros.				

Si la respuesta es **"NO"** y/o **"NO RESPONDE"** en **TODAS** las preguntas de **1a - 1f**, **seleccionar** aleatoriamente para que conteste **el bloque de 1g- 1j o bien 1k-1n (no ambos bloques).**

Si respondió **"SI"** o **" NO SABE"** en al menos **UNA** pregunta de la **1a - 1f** preguntar **TODAS de 1g a 1n**

		Si	No	No sabe	No responde
1g	¿Conoce usted a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?				
1h	¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el lugar donde vive?				
1i	¿Tiene usted el conocimiento, habilidad y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio?				
1j	¿El miedo al fracaso lo detendría para iniciar un nuevo negocio?				
1k	¿Cree usted que en Colombia la mayoría de la gente prefiere que todas las personas tengan un nivel de vida similar?				
1l	¿Cree usted que en Colombia la mayoría de la gente considera que iniciar un nuevo negocio es una alternativa de carrera deseable?				
1m	¿Cree usted que en Colombia aquellas personas que son exitosas al iniciar un nuevo negocio, tienen un alto estatus y respeto?				
1n	¿En los medios de comunicación de Colombia se pueden ver, con frecuencia, historias exitosas sobre nuevos negocios?				



Haga la pregunta 1p si el entrevistado responde "NO" y/o "NO RESPONDE" a las tres preguntas 1a, 1b y 1c.

1p	En el pasado, ¿Ha usted iniciado solo o con otras personas un negocio del cual era propietario y además participaba en su administración?				
----	---	--	--	--	--

**Si tuvo que preguntar solo la mitad de las preguntas del bloque de la 1g a 1n pase a datos sociodemográficos, de lo contrario siga la siguiente instrucción.**

## BLOQUE 2

**PREGUNTAR 2a SI RESPONDIÓ "SI" Y/O "NO SABE" EN LA PREGUNTA 1a O EN LA 1b; DE LO CONTRARIO IR A INSTRUCCIÓN ANTES DE 3ª**

2a. En los últimos 12 meses, ¿ha hecho usted algo para ayudar a iniciar un nuevo negocio, tal como conseguir equipos o instalaciones, organizar el equipo de trabajo, trabajar en el plan de negocios, ahorrar dinero o participar en alguna otra actividad requerida para iniciar el negocio? **(E: RESPUESTA ÚNICA)**

Si	No	No sabe	No responde
CONTINUAR	PASAR A BLOQUE 3	CONTINUAR	PASAR A BLOQUE 3

2b. ¿Será usted el dueño de todo, una parte, o nada del negocio? **(E: RESPUESTA ÚNICA)**

Todo	Parte	Nada	No sabe	No responde
IR A 2ci	CONTINUAR	IR A BLOQUE 3a	CONTINUAR	IR A 2ci

2c. ¿Cuántas personas, incluido usted, serán dueñas y participarán en la dirección de este nuevo negocio? **(E: INGRESAR NÚMERO EXACTO ENTRE 001 Y 997. NO ACEPTAR RANGO)**

Número de personas	
No sabe	
No responde	

2ci. ¿Está usted, o espera usted trabajar tiempo completo en este negocio?

Si	No	No sabe	No responde

**2d.** ¿Este negocio ha pagado alguna utilidad, salario (incluido el suyo) o beneficios en especie durante más de tres meses?

<b>Si</b>	No	<b>No sabe</b>	<b>No responde</b>
CONTINUAR	IR A 2e	CONTINUAR	IR A 2e

2d1. ¿Cuál fue el primer año en el que los socios recibieron salario, ganancias o pago de cualquier tipo? (Incluidos también los beneficios en especie) (**E:** INGRESAR N° DE 4 CIFRAS, NO ACEPTAR RANGO)

Primer año de ganancias/salario/pago...	
No han recibido pago todavía	
No sabe	
No responde	

**2e.** ¿A qué clase de negocio/actividad se dedica/dedicará? ¿Qué vende/venderá?, ¿en qué sección de las Páginas Amarillas debería estar incluido? (**E:** INDAGAR. REGISTRAR TEXTUALMENTE. INSISTIR PARA ACLARAR.)

---



---



---



---



---



---



---

2e 1. ¿Todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales considerarán este producto/servicio NUEVO Y POCO COMÚN? **(E: RESPUESTA ÚNICA)**

Todos	Algunos	Ninguno lo considerará nuevo y poco común	No sabe	No responde

2e 2. En este momento, ¿hay muchos, algunos o ningún negocio que ofrezca estos mismos productos o servicios a sus clientes potenciales? **(E: RESPUESTA ÚNICA)**

Muchos negocios competidores	Algunos negocios competidores	Ningún negocio competidor	No sabe	No responde

2e 3. Las tecnologías o procedimientos necesarios para desarrollar este producto o servicio ¿han estado disponibles desde hace menos de un año, entre uno y cinco años o hace más de cinco años? **(E: RESPUESTA ÚNICA)**

Menos de 1 año	Entre 1 y 5 años	Más de 5 años	No sabe	No responde

2e 4. ¿Qué proporción de sus clientes vive en el extranjero? **(E: LEER. RESPUESTA ÚNICA)**

Más del 90%	Más del 75%	Más del 50%	Más del 25 %	Más del 10%	Menos del 10%	Ninguno	No sabe	No responde

**2e 5.** ¿Para el desarrollo de su idea empresarial ¿ha recibido usted el apoyo de alguna entidad pública o privada?

Sí ha recibido apoyo de entidad pública	Sí ha recibido apoyo de entidad privada	No ha recibido ningún apoyo	No sabe	No responde

2.e 6.¿Ha usted registrado su negocio en la cámara de comercio o alguna entidad del estado?"

Si	No	No sabe	No responde

**PREGUNTAR 2f1 SOLO SI RESPONDE "Si", "No SABE", o "NO RESPONDE" en 2d pag.4, DE LO CONTRARIO, IR A 2f2**

2f 1. Actualmente, ¿cuántas personas, sin contar a los dueños pero si a los subcontratistas, trabajan en este negocio? Por subcontratista, entendemos solamente personas o empresas que trabajan exclusivamente para este negocio, y no trabajan para otros.

Número de personas		
No sabe		
No responde		

**2f 2.** ¿Cuánta gente, sin contar a los dueños pero si a los subcontratistas, **trabajarán** en este negocio cuando tenga 5 años más? Por subcontratista, entendemos solamente personas o empresas que trabajan exclusivamente para este negocio, y no trabajan para otros.

Número de personas		
No sabe		
No responde		

2g. ¿Está usted involucrado en esta nueva actividad para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene otras opciones de trabajo? (**E: ÚNICA RESPUESTA**)

Aprovechar una oportunidad de negocio	No tiene otras opciones de trabajo	Combinación de ambas (NO LEER)	Tiene un trabajo pero busca mejores oportunidades (NO LEER)	Otra (PEDIR DETALLES)
continuar	ir a 2h1	ir a 2h1	ir a 2h1	ir a 2h1

No sabe	No responde
ir a 2h1	ir a 2h1

2gi ¿Cuál de las siguientes situaciones, fue para usted el motivo más importante para aprovechar esta oportunidad?: tener mayor libertad e independencia en su vida laboral? incrementar sus ingresos personales? o sólo para conservar sus ingresos actuales?

	Mayor independencia	
	Incrementar ingresos personales	
	Mantener sus ingresos	
<b>NO LEER</b>	Ninguna de estas ESPECIFIQUE_____	
	No sabe	
	No responde	

**(E: Para las preguntas 2h1 a 2h2 utilice la conjugación adecuada dependiendo de si el entrevistado ya inició el nuevo negocio, o si todavía no la ha iniciado)**

**2h1.** ¿Cuánto dinero en total fue/será necesario para iniciar este nuevo negocio? Por favor, incluya créditos e inversiones de los socios

Dinero necesario (Col \$pesos)		
No requiere inversión		
No sabe		
No responde		

2h1a. ¿Debió/Deberá usted aportar la totalidad del dinero necesario para iniciar este negocio?

Si		ir a 2h5
No		continuar
No sabe		ir a 2h5
No responde		

2h 2. ¿Cuánto dinero espera usted aportar para iniciar este negocio?/Cuánto dinero debió usted aportar para iniciar este negocio? Por favor, incluya créditos e inversiones propias

Dinero necesario (Col \$pesos)		
No requiere inversión		
No sabe		
No responde		

**2h5.** En los próximos 10 años, ¿Qué retribución espera obtener del dinero que invirtió al inicio de este nuevo negocio? (**E:** ÚNICA RESPUESTA, ACEPTE CUALQUIER ESTIMATIVO)

20 veces lo invertido	
10 veces lo invertido	
Cinco veces lo invertido	
El doble de la inversión	
La cantidad de dinero invertida más la mitad	
El dinero invertido únicamente	
La mitad de lo invertido en el negocio	
Ninguno	
No sabe	
No responde	

2p. ¿Antes de este negocio inició usted solo o con otras personas algún otro tipo de negocio de su propiedad **y** participo además en su administración?

Si	No	No sabe	No responde

**PREGUNTE 2q SOLO SI RESPONDIÓ "SI" A LA PREGUNTA 1c  
¿ DE LO CONTRARIO IR A INSTRUCCIÓN ANTES DE 3ª**

2q. Usted había mencionado al inicio de esta encuesta que actualmente usted es propietario **y** participa en la administración de un negocio/empresa. ¿Es este el negocio al que hizo referencia en las preguntas anteriores o es un negocio diferente?

Es el mismo negocio	Es un negocio diferente	No sabe	No responde
Pase a instrucción antes de 4a	Pase a preg. 3a	Pase a preg. 3a	Pase a preg. 3ª

## BLOQUE 3

**PREGUNTAR 3a SOLO SI EN 1c RESPONDIÓ "SI" O "NO SABE"; DE LO CONTRARIO IR A INSTRUCCIÓN ANTES DE 4ª**

**3a.** ¿Posee usted todo, parte o nada de este negocio? (**E:** RESPUESTA UNICA. SI HAY MÁS DE UN NEGOCIO SELECCIONE EL QUE PROVEA MÁS EMPLEO)

Todo	Parte	<del>Nada</del>	No aplica	No sabe	No responde
		<del>3</del>			
ir a 3c	continuar	<del>ir a 4a</del>	ir a 4a	continuar	ir a 3c

**3b.** ¿Cuántas personas son, simultáneamente, propietarias y participan en la dirección de este negocio? (**E:** INGRESAR NÚMERO EXACTO ENTRE 001 Y 997. NO ACEPTAR RANGO)

Número de personas	
No sabe	
No responde	

**3bi.** ¿Trabaja usted tiempo completo en este negocio?

Si	No	No sabe	No responde

**3c.** ¿Cuál fue el primer año en que los propietarios recibieron sueldos, ganancias o beneficios en especie? (LEA SI ES NECESARIO) Beneficios en especie se refiere a los bienes y servicios dados como pago (**E:** INGRESAR Nº DE 4 CIFRAS ENTRE 1900 Y 2007, NO ACEPTAR RANGO)

Primer año de ganancias/salario/pago...	
No han recibido pago todavía	
No sabe	
No responde	

**3d.** ¿A qué clase de negocio/actividad se refiere? ¿Qué ésta vendiendo? ¿En qué sección debería estar incluido dentro de las Páginas Amarillas? (**E:** INDAGAR. REGISTRAR TEXTUALMENTE. INSISTIR PARA ACLARAR.)

---



---

3d 1. ¿Todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales considerarán este producto o servicio NUEVO Y POCO COMÚN? (**E:** INGRESE UNA ÚNICA RESPUESTA)

Todos	Algunos	Ninguno lo considerará nuevo y poco común	No sabe	No responde

3d 2. En este momento, ¿hay muchos, algunos o ningún negocio que ofrezca estos mismos productos o servicios a sus clientes potenciales?

Muchos negocios competidores	Pocos negocios competidores	Ningún negocio competidor	No sabe	No responde

3d 3. Las tecnologías o procedimientos necesarios para desarrollar este producto o servicio ¿han estado disponibles desde hace menos de un año, entre uno y cinco años o hace más de cinco años?

Menos de 1 año	Entre 1 y 5 años	Más de 5 años	No sabe	No responde

3d 4. ¿Qué proporción de sus clientes vive en el extranjero? (**E:** LEER SI ES NECESARIO. INGRESE UNA ÚNICA RESPUESTA)

Más del 90%	Más del 75%	Más del 50%	Más del 25 %	Más del 10%	10% o menos	Ninguno	No sabe	No responde

**3d 5.** ¿Para el desarrollo de su idea empresarial ¿ha recibido usted el apoyo de alguna entidad pública o privada?

Sí ha recibido apoyo de entidad pública	Sí ha recibido apoyo de entidad privada	No ha recibido ningún apoyo	No sabe	No responde

3 d 6.¿Ha usted registrado su negocio en la cámara de comercio o alguna entidad del estado?"

Si	No	No sabe	No responde



3e. Actualmente, ¿cuántas personas, sin contar a los propietarios pero si a los subcontratistas, trabajan en este negocio? Por subcontratista, entendemos solamente personas o empresas que trabajan exclusivamente para este negocio, y no trabajan para otros.

Número de personas		
No sabe		
No responde		

3f. De aquí a 5 años ¿Cuántas personas, sin contar a los propietarios, pero incluyendo los subcontratistas exclusivos, estima usted que trabajarán en este negocio? Por subcontratista exclusivo, entendemos solamente personas o empresas que trabajan sólo para este negocio, y no trabajan para otros.

Número de personas		
No sabe		
No responde		

3g. ¿Está usted involucrado en esta actividad para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene otras opciones de trabajo? (**E: ÚNICA RESPUESTA**)

Aprovechar una oportunidad de negocio	No tiene otras opciones de trabajo	Combinación de ambas (NO LEER)	Tiene un trabajo pero busca mejores oportunidades (NO LEER)	Otra (PEDIR DETALLES)
continuar	ir a 4a	ir a 4a	ir a 4a	ir a 4a

No sabe	No responde
8	9
ir a 4a	ir a 4a

3gi ¿Cuál de las siguientes situaciones, fue para usted el motivo más importante para aprovechar esta oportunidad?: tener mayor libertad e independencia en su vida laboral? incrementar sus ingresos personales? o para conservar sus ingresos actuales?

	Mayor independencia	
	Incrementar ingresos personales	
	Mantener sus ingresos	
<b>NO</b>	Ninguna de estas ESPECIFIQUE	

<b>LEER</b>	No sabe	
	No responde	

3p. Antes de este negocio, ¿inició usted solo o con otras personas algún otro tipo de negocio de su propiedad **y** además participo en su administración?

Si	No	No sabe	No responde

**BLOQUE 4**

**PREGUNTAR 4a SI EN 1d RESPONDIÓ "SI" O "NO SABE"; DE LO CONTRARIO IR A INSTRUCCIÓN ANTES DE 5ª**

**4a.** Usted mencionó que en los últimos 3 años ha suministrado dinero para iniciar un negocio nuevo. Aproximadamente, ¿cuánto dinero en total ha aportado a estos negocios en los últimos tres años? *no incluye compra de acciones o fondos de inversión*

Dinero aportado en \$ pesos Col		
No destinó dinero		Ir a demográficos
No sabe		continúe
No responde		continúe

4c. ¿Cuál era su relación con la persona que recibió su inversión personal más reciente? (**E:** LEER LISTA. REGISTRAR UNA SOLA RESPUESTA.)

Familiar cercano, como un cónyuge, hermano, hijo, padre, o nieto	
Otro pariente	
Un compañero de trabajo o colega	
Un amigo o vecino	
Un desconocido con una buena idea para un nuevo negocio	
Otro (ESPECIFICAR)_____	
No sabe (NO LEER)	
No responde (NO LEER)	

4d 2. En los próximos 10 años, ¿Qué retribución espera obtener del dinero que usted invirtió en este negocio? (**E:** ÚNICA RESPUESTA, ACEPTE CUALQUIER ESTIMATIVO)

20 veces lo invertido	
10 veces lo invertido	
Cinco veces lo invertido	
El doble de la inversión	
La cantidad de dinero invertida más la mitad	
El dinero invertido únicamente	
La mitad de lo invertido en el negocio	
Ninguno	
No sabe	
No responde	

## BLOQUE 5

**PREGUNTE 5a SOLO SI LA RESPUESTA A 1f FUE "SI" EN CUALQUIER OTRO CASO PASAR A LOS DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS.**

5a. Usted mencionó anteriormente que había cerrado, liquidado, vendido o renunciado a continuar con un negocio propio de cuya administración usted participaba, ¿Ese negocio continuó con las mismas actividades después de su retiro? (**E:** LEER OPCIONES, ÚNICA RESPUESTA)

El negocio continuó como antes	No, el negocio se acabo del todo	El negocio continuo pero la actividad cambio	No sabe	No responde

5b. ¿Cuál fue la razón más importante para tomar la decisión de vender/liquidar/descontinuar ese negocio? (**E:** ÚNICA RESPUESTA)

Un incidente	
Razones personales	
Retiro	
La salida fue planeada por adelantado	
Encontró otro trabajo u oportunidad de negocio	
Razones financieras	
El negocio no era rentable	
Una oportunidad de vender el negocio	
Otra. ¿Cuál?	
No sabe	
No responde	

<b>DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS</b>
--------------------------------

<b>D1-Registre Sexo</b>	
-------------------------	--

Masculino	1
Femenino	2

<b>D2 - ¿Podría decirme su edad?</b>

<b>D3 -Nivel Educativo</b> ¿Cuál es su último nivel educativo?	D3
Sin estudios	01
Primaria incompleto	02
Primaria completo	03
Secundaria incompleto	04
Secundaria completo	05
Técnico incompleto	06
Técnico completo	07
Universitario incompleto	08
Universitario completo	09
Postgrado	10

<b>D4 -Situación Laboral</b> ¿En cuál de estas situaciones se encuentra...? ( <b>E:</b> acepte múltiple respuesta)	D4
<b>Trabaja</b>	1
Ama de casa	2
Estudiante	3
<b>Jubilado / pensionado</b>	4
Desempleado	5
Rentista	6

<b>Pregunte D5 SOLO SI respondió en pregunta anterior "Trabaja" o "Jubilado/Pensionado"</b>
---

<b>D5-Tipo de Ocupación</b> ¿En qué tipo de labor se desempeña o desempeñaba...?	D5
Finanzas, administración y seguros	01
Ventas y provisión de servicios personales (como cocineros y guías de turismo)	02
Ciencias Naturales y aplicadas (Investigación, ingeniería, arquitectura, urbanismo y afines)	03
Salud	04
Ciencias sociales (educación, religión, políticas y programas gubernamentales)	05
Cultura, arte, esparcimiento y deporte	06
Explotación primaria y extractiva (producción agrícola, pecuaria, pesquera,	07

explotación minera y afines)	
Operadores de equipos, maquinaria, reparación, transporte y Oficios (operarios de la construcción, mecánicos, electricistas, y oficios como zapateros, sastres, plomeros, tapiceros y afines)	08
Procesamiento fabricación y ensamblaje (operación y supervisión de líneas de fabricación, ensamblaje y procesos)	09
Otra ¿Cuál?	10

**D6.** ¿Podría decirme dentro de qué rango se encuentran sus ingresos mensuales?

Menos de \$867,000  (Menos de 2 SML)	Entre \$868,000 y \$1'300.000  (De 2 a 3 SML)	Entre \$1'301.000 y \$1'734,000  (De 3 a 4 SML)	Entre \$1'735,000 y \$3'035.000  (De 4 a 7 SML)	De \$3'035.000 En adelante  (De 7 SML en adelante)	Ns/Nr

**D7.** ¿Podría decirme cuál es el estrato que aparece en los recibos de los servicios públicos?

Estrato 1	Estrato 2	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Ns/Nr

**D8.** ¿Fueron o son sus padres dueños de su propio negocio?

Si	
No	
No sabe	
No responde	

**D9.** ¿Actualmente usted es...?

Soltero	
Casado / vive en pareja	
Viudo / separado / divorciado	

**D10.** ¿En su hogar tienen teléfono fijo?

Si	1	Continúe  Pase a D13
No	2	
No sabe	3	
No responde	4	

**D11.** ¿Cuántas líneas telefónicas tienen en su hogar? Es decir, cuántos números telefónicos tienen?

1 línea	
2 líneas	

3 líneas	
4 o más líneas	
NS/NR	

**D12.** ¿Me puede dar su número telefónico?

Teléfono Fijo <b>(E: Incluir indicativo)</b>							

**D13.** ¿En su hogar tienen teléfono(s) celular(es)?

Si		Continúe
No		Pase a instrucción antes de D16
No sabe		
No responde		

**D14.** ¿Cuántos celulares tienen en su hogar? Es decir, cuántos números celulares tienen?

1 celular	
2 celulares	
3 celulares	
4 celulares	
5 o más celulares	
NS/NR	

**D15.** ¿Me puede dar su número celular?

Teléfono Celular									

**PREGUNTAR D16. SOLO SI RESPONDIÓ "SI" O " NO SABE" EN AL MENOS UNA PREGUNTA DE LA 1a - 1f**

**D16.** Si necesitamos contactarlo nuevamente para aclarar alguna pregunta en particular, ¿nos autoriza para hacerlo?

Si	No	No sabe	No responde

**EN NOMBRE DEL CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA QUIERO AGRADECERLE POR EL TIEMPO DEDICADO Y SU VALIOSA COLABORACIÓN.**

<b>CONTROLES FINALES CNC</b>
------------------------------

**Hora de finalización  
encuesta**

**Fecha de realización de la**

<input type="text"/>	<input type="text"/>	AM	1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	2007
<b>Hora</b>	<b>Minutos</b>	PM	2	<b>Día</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>	

Encuestador: (Nombres y Apellidos) y cédula:

\_\_\_\_\_

Supervisor: (Nombres y Apellidos) y cédula:

\_\_\_\_\_

Tipo de supervisión:

Presencial directa	1
Presencial indirecta	2
Telefónica	3
Revisión	4
Otra especifique:	