

¿POR QUÉ UNA PERSONA LOGRA CREAR SU EMPRESA,
MIENTRAS OTRAS DESISTEN DE SU ESFUERZO O TODAVÍA ESTÁN
ORGANIZANDO SU NEGOCIO?

Julio César Rosas Bernal*

Asesor:
Jorge Enrique Silva Duarte

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
PROGRAMA DE ECONOMIA PARA GRADUADOS –PEG–
Bogotá, D.C., Julio de 2003

* El autor agradece a la Revista Dinero, al programa Ventures y a la Cámara de Comercio de Bogotá por el apoyo institucional brindado que hace posible este estudio de investigación.

1. INTRODUCCION

Pocos niegan hoy la importancia de las pequeñas empresas en la economía de una nación, y particularmente para la creación de empleo e incremento de procesos y productos innovadores. Sin embargo, es poco lo que sabemos del proceso de creación de empresas¹ ya que estudios previos en el tema se basan en una forma retrospectiva en los fundadores de los negocios que aún subsisten en el medio económico y no en la vivencia real y dinámica de cada *start-up*. Además, la creación de una nueva firma no es un evento raro en la sociedad. Casi cualquier persona conoce de alguien que está tratando de comenzar o ha empezado un negocio propio; el problema radica en encontrar una muestra representativa de ese tipo de personas y de procesos.

Definamos primero algunos conceptos para poder abordar el tema con mayor profundidad. La palabra “*entrepreneur*” viene de la palabra francesa “*entreprendre*”, la cual significa “hacer algo”, y fue originalmente usada en la Edad Media en el sentido de “una persona quien es activa, quien obtiene cosas hechas”². Una definición más emotiva es la que Silva (2002) da al definir al *emprendedor* como el visionario, el soñador, la energía, la imaginación; vive en el futuro, nunca en el pasado y raramente en el presente; es el innovador, el estratega, el creador de nuevos métodos.

Una *nueva firma* es el resultado final del proceso de crear y organizar un nuevo negocio que desarrolla, produce y mercadea productos o servicios para satisfacer necesidades del mercado con el propósito de ganancia y crecimiento (Gartner, 1985; Sandberg, 1986). Schumpeter (1911) define *emprendimiento* como, el hacer una “nueva combinación” de materiales y fuerzas ya existentes; consiste hacer

¹ Llamado comúnmente en la literatura de emprendimiento como *start-up*.

² Hoselitz, Bert. (1951). The Early History of Entrepreneurial Theory. Explorations in Entrepreneurial History 3: 193-220

innovaciones; y establece que nadie es un emprendedor por siempre, solamente cuando el o ella está verdaderamente haciendo la actividad de innovación. Una definición más práctica de *emprendimiento* es crear nuevas firmas y los emprendedores son aquellos creadores de éstas nuevas firmas (Gartner,1988). Reynolds (2000) describe dos tipos de personas involucradas en un *start-up*: los *emprendedores nacientes* son aquellos que por su propia iniciativa o por la de una firma existente, eligen perseguir un proceso de creación de empresa, sólo si éste es independiente. Los *intrapreneurs nacientes*, si ellos están patrocinados por un negocio existente. Además, define el nacimiento de la firma cuando el proceso de gestación se ha completado y la firma se convierte en infante. Pero Frederic (2000) es más exacto en su definición al decir que los *emprendedores nacientes* son aquellos que han completado al menos una actividad de gestación del negocio en el tiempo de la entrevista; y define un negocio establecido como aquel que ha invertido dinero, ha recibido ingresos y que ya han sido registradas legalmente, tal como Carter et al (1996) lo afirman. Chrisman, Bauerschmidt & Hofer (1998) consideran a una nueva empresa como aquella que no ha alcanzado una fase de su desarrollo donde podría considerarse como una negocio maduro. Sin embargo, el tiempo que toma un negocio en convertirse maduro no ha sido definido claramente, pues depende de su industria, recursos, estrategias, etc. Pero para muchos de estos procesos, la siguiente etapa es abandonar el esfuerzo.

Entonces, el primer logro de una firma es convertirse en ella. En esto radica el objetivo principal de esta investigación. Nos concentraremos – bajo una metodología basada en encuestas realizadas a emprendedores que han tomado cursos de capacitación en diversas instituciones de la ciudad de Bogotá, D.C. – en responder a la siguiente pregunta: *¿Por qué una persona logra crear su empresa, mientras otras desisten de su esfuerzo o todavía están organizando su negocio?*

Al mirar las estadísticas del número de empresas constituidas en el período 1998-2000, podemos decir que el espíritu emprendedor en Bogotá sigue en auge reflejado

en un aumento de empresas constituidas – en su gran mayoría microempresas –, mientras la economía Colombiana no sale de su depresión. Sin embargo, no es posible estimar con exactitud el número de ideas que subyacen detrás de las empresas creadas, y de los múltiples emprendedores que están día a día luchando por crear empresa. El emprendedor y luego empresario, es alguien que intuye que hay algo por hacer, y lo intenta hacer. Muchos casos con éxito otros sin él.



Según Silva (2002), se puede hacer un ejercicio sencillo en la Cámara de Comercio al sondear cuántas personas acuden a registrar sus nuevas empresas y del que se puede concluir que mientras los expertos hablan de estancamiento y predecían una gran recesión económica, cientos de empresarios estaban en actividad, creando nuevos negocios. Lo que no sabemos a ciencia cierta, son las múltiples ideas y proyectos que se generan detrás de cada empresa constituida, y menos, las personas que de una u otra manera han desistido de su esfuerzo.

Luego de esta breve introducción, en el siguiente capítulo presentaremos la revisión de la literatura más importante sobre emprendimiento. Luego describiremos la metodología que nos guiará para obtener los resultados y conclusiones que nos darán una visión más amplia del espíritu emprendedor en la ciudad de Bogotá, D.C.

2. REVISION DE LA LITERATURA

Empecemos primero con una revisión de la literatura económica acerca del emprendedor y de su papel en la sociedad, para luego analizar y describir las investigaciones recientes en la literatura del emprendimiento.

El proceso dinámico de la economía se logra mediante la acción del emprendedor y, más tarde, empresario, quien utiliza los recursos a su disposición en una forma efectiva, a través de los que Schumpeter (1911) llamó “Destrucción Creativa” en su contribución económica, que intenta construir un nuevo y completo modelo incluyendo la teoría económica, psicológica, sociológica e historia económica en una sola y que sigue siendo una de las dominantes en los estudios de emprendimiento. Su teoría comenzó junto con la del economista matemático León Walras –quien veía la economía como un sistema que reaccionaba a impulsos externos que desencadena una respuesta adaptativa o cambios en el sistema económico, el cual después de un momento alcanzaba un nuevo equilibrio-, pero pronto sintió que Walras había dejado algo por fuera. La reacción de Schumpeter fue el darse cuenta que había una fuente de energía en el sistema económico que por sí mismo interrumpe cualquier equilibrio: el emprendedor. Su argumento era que todos los cambios importantes y ciertos en la economía eran desencadenados por el emprendedor, y que esos cambios luego trabajarían lentamente por si mismo a través del sistema económico, en la forma de una ciclo de negocios.

En 1939, publicó “Business Cycle” donde habla de emprendimiento en una manera más técnica y menos apasionada que antes donde había sido descrito en términos de creatividad e intuición. Define la innovación como “el establecimiento de una nueva función de producción”. Además, presenta dos puntos claves del emprendimiento: los tipos principales del comportamiento emprendedor y la motivación del emprendedor. De acuerdo a Schumpeter, el dinero *per se* no es lo

que motiva al emprendedor. La idea de la motivación del emprendedor cae entre el campo psicológico donde no hay lugar para la teoría económica. Así mismo, estableció que hay un número de factores institucionales que están debilitando el emprendimiento y contribuyendo al estancamiento del capitalismo como un sistema social.

Siendo Schumpeter un economista, existe una cierta corriente que advierte que las ciencias económicas han dejado a un lado al emprendedor, como lo dice Swedberg (2000) explícitamente: "...la mayoría de gente que no es economista probablemente esperaría que la literatura económica esté llena de análisis de emprendimiento, mientras los economistas después de todo son los científicos sociales que manejan directamente la realidad económica contemporánea. Sin embargo, éste no es el caso, la literatura económica no tiene nada que decir acerca del emprendimiento. La razón para que ocurra esto, es primeramente que los principales economistas han tenido gran dificultad en ajustar el emprendimiento en su teoría, y como resultado de esto han tendido a ignorar al emprendedor. Los economistas que han hecho trabajos sobre emprendimiento son una minoría, y ellos han tenido que inventar alguna forma de ajustar al emprendedor en un modelo convencional o desarrollar un modelo alternativo para conocer como trabaja la economía..." Más aún, William Baumol en 1968, publicó que el emprendedor había "virtualmente desaparecido" de los economistas.

Los primeros dos economistas en escribir en una manera original sobre el emprendedor fueron Richard Cantillon y Jean-Baptiste Say. El primero definió a los emprendedores como aquellos que están dispuestos a comprar a un cierto precio y vender a un precio incierto. Say sugirió otra definición: el emprendimiento consiste en combinar los factores de producción en un organismo. Los economistas británicos, desde Adam Smith, confundieron al capitalista con el emprendedor y tuvieron la tendencia de ver el progreso económico como algo automático. De otra parte, en lo que hoy se conocen como economistas neoclásicos surgieron Alfred

Marshall -quien vio al emprendimiento como sinónimo de la administración de negocios y sugirió que el pago por esta función podría ser como una renta de la capacidad- y Léon Walras quien decía que el emprendedor no juega virtualmente algún role. Sin embargo, Frank Knight (1921) hizo un intento para cuadrar el pensamiento neoclásico con la teoría de emprendimiento, pues su visión de la ganancia del emprendedor resultaba de manejar la incertidumbre y era completamente compatible con las teorías de competencia perfecta y de equilibrio a largo plazo.

William Baumol (1968) argumentó que el emprendimiento puede fundarse en muchas sociedades pero mientras es productivo en unas, es improductivo y destructivo en otras. Keynes habla de los “espíritus animales” y muestra un “impulso natural de actuar” y un “optimismo espontáneo” los cuales tienen importantes consecuencias en la forma en que operan los mercados. Para él, un emprendedor puede, quizás, ser caracterizado como alguien que combina algunos espíritus animales con habilidades y recursos para construir y liderar una empresa. Kirzner (1973) dijo que el emprendimiento significa estar alerta a oportunidades de ganancia. El emprendedor básicamente trata de descubrir estas oportunidades y ayuda a restaurar el equilibrio en el mercado al actuar sobre éste. Esta visión difiere con la de Schumpeter -donde veía al emprendedor como aquel quien rompe el equilibrio a través de una innovación- y va en congruencia con Mises quien tenía la idea que cuando la economía está en un ciclo de equilibrio estable y repetitivo, no hay lugar para el emprendimiento, el cual define como anticipaciones de eventos inciertos y no como innovaciones. Mises, a su vez, es uno de los pocos teóricos quien establece el role de los errores de los emprendedores. Para Mises y Kirzner un error de un emprendedor básicamente crea otra oportunidad para otro emprendedor, quien puede aprender de sus propios errores y se puede beneficiar de ser persistente en su espíritu de no rendirse después del primer intento o llamado de otra manera, errores de innovación.

Después de describir las teorías de los principales economistas, abordemos los estudios en el área del emprendimiento. Dada la escasez de estudios previos en la fase *pre-startup*, es necesario hacer una revisión de la literatura del comportamiento de la firma *post-startup*. Muchos estudios, en el pasado, se han enfocado en explicar el comportamiento de la firma basándose en el éxito de firmas existentes y en sus fundadores. Uno puede tener conocimiento de cuáles factores caracterizan a los fundadores, como por ejemplo: su nivel social, educación, y actitudes y estrategias (Cooper & Dunkelberg, 1987; Evans & Leighton, 1989; Reybolds, 1997b), pero no de las personas que lo intentan. Otros estudios confían en información de la sobre vivencia de negocios, muchos años después que ellos fueran fundados, o usan intenciones como la variable dependiente –donde no se puede diferenciar entre los “soñadores” y los que realmente lo hicieron.

Así mismo, hay otra corriente de estudios que analiza el comportamiento de un nuevo negocio. Sandberg (1986) desarrolló un modelo de comportamiento de la nueva firma mirando al emprendedor, su estrategia, la industria y sus interrelaciones; Sandberg & Hofer (1987) advierten que el comportamiento de una nueva empresa es la consecuencia de una confluencia de factores que abarcan los atributos del emprendedor, la estrategia y la estructura de la industria; McDougall, Robinson & DeNisi (1992) reconocen que Sandberg no estaba dispuesto a omitir al emprendedor de su modelo; así como Cooper & Gascon (1992) refuerzan esa idea al evidenciar un directo y débil impacto del fundador sobre el subsiguiente comportamiento de la nueva firma. Sapienza & Grimm (1997) desarrollan tres modelos separados basados en las características del fundador, los procesos de *start-up*, y la combinación de estrategia y estructura de la industria. Finalmente, Chrisman, Bauerschmidt & Hofer (1998) dicen que el modelo de Sandberg & Hofer (1987) es incompleto y que hay otras variables que pueden afectar el comportamiento de una nueva firma -pues va más allá de las habilidades y comportamientos de sus fundadores, de sus estrategias y de la estructura de la industria- como son los recursos y la estructura organizacional, los procesos y sistemas.

Observando detalladamente las variables que se incluyen en cada modelo de comportamiento de la nueva firma podemos decir lo siguiente: La tradición argumenta que el emprendedor es importante para la creación de la firma y su comportamiento (Baumol, 1968; Schumpeter, 1911). La iniciación de un nuevo negocio recae en las decisiones, comportamientos y estrategias de su fundador respecto a clientes, productos o servicios, recursos y organización (Katz & Gartner, 1988; Gartner, 1988; Sandberg & Hofer, 1987). Otros teóricos han sugerido que esos comportamientos y decisiones serán una función de las habilidades del emprendedor, experiencia y valores (Buchele, 1967; Susbauer, 1979). Algunos investigadores han sugerido que las habilidades del emprendedor y su experiencia previa influenciaran su habilidad para obtener recursos (Sandberg, 1986) y la decisión de la industria a la cual van a entrar (Cooper & Bruno, 1977).

Estudios pasados han indicado que ser el hijo de un emprendedor incrementa la probabilidad que uno comience un negocio propio (Cooper & Dunkelberg, 1987; Shapero & Sokol, 1982), puede brindar modelos favorables y experiencias para ser emprendedor (Duschesneau & Gartner, 1988), y que el desarrollo de las firmas de los padres influyen las intenciones para convertirse en auto-empleados (Scherer, Brodzinski & Wiebe, 1991). Así mismo, la escogencia de auto-emplearse se da mayormente en los hombres originada o porque la mujer todavía tiene la responsabilidad de la familia y sus hijos (Cohen, 1996) o por pura presión patriarcal en la sociedad.

La edad del fundador es una variable demográfica interesante. Esta variable puede ser utilizada como proxy de la experiencia y de la energía (Sandbeg & Hofer, 1987). Puede ser que los mayores tengan mucha experiencia, así como los jóvenes mucha energía para afrontar retos. Claramente, a mayor educación mayores posibilidades de éxito. Así mismo podemos decir que una persona con mayor educación, podrá recibir mayores ingresos y será capaz de reconocer mejores oportunidades de negocios. Sin embargo, los investigadores no han observado una relación entre

educación general y negocios exitosos (Cooper & Gascon, 1992). Hay escepticismo por parte de los emprendedores por el valor de la educación empresarial al menos para Peters & Waterman (1982). Al parecer este tipo de educación puede hacer algún bien hasta cierto punto, como lo advierten Stuart & Anetti (1986) al decir que los emprendedores con Maestría se comportan mejor que aquellos que tienen Ph.D. Finalmente, la experiencia del fundador ha sido bien estudiada y concluye, en su mayoría, que está positivamente relacionada con el éxito. Sin embargo, para Cooper & Gascon (1992) es difícil concluir esto.

Otro punto de análisis es el efecto de la orientación de la firma para asumir retos, innovación, riesgo, proactividad y flexibilidad al resolver problemas organizacionales. Covin & Covin (1990) encuentran que aquellos que actúan con un más bajo deseo de crecimiento tienden a ser menos agresivos al tratar de sobrevivir, no generan oportunidades de inversión, encuentran una fuerte competencia, etc. Sapienza & Grima (1997) encuentran una positiva relación entre la orientación del emprendedor y el comportamiento de la firma.

La estructura de la industria tiene un efecto absoluto y relativo en el comportamiento de la nueva firma (Chrisman, Bauerschmidt & Hofer, 1998). El atractivo de la industria con respecto a las oportunidades afecta la ganancia potencial promedio de la industria y así los retornos esperados del negocio (Porter, 1980). Así mismo, la estrategia del negocio trata la forma en que una firma compite en una industria dada. Sin embargo, una nueva empresa tiene estrategias no realizadas, pero en sus etapas previas, deben diseñarse para superar en vez de construir barreras. Chrisman, Bauerschmidt & Hofer (1998) sugieren que la estrategia tiene un efecto directo y moderado en la sobre vivencia y éxito de la firma; y que la estrategia en etapas de evolución es tan importante como sus estrategias para desplegar recursos. La probabilidad de la sobre vivencia a corto plazo de una firma nueva con adecuados recursos tangibles –capital, tierra, locaciones, trabajo– sería mayor porque errores pequeños y perdidas iniciales pueden ser absorbidos más fácilmente

(Katz & Gartner, 1988; Schumpeter, 1911). Sin embargo, tener más recursos no necesariamente incrementa la probabilidad de un mejor desarrollo (Stevenson & Gumpert, 1985).

Para complementar la revisión, en el Anexo A se presenta la literatura sobre el comportamiento de la nueva firma según Van Gelderen, Bosma & Thurik (2001), con respecto a diferentes variables que como vimos, tienen efecto en el exitoso desarrollo de un naciente negocio.

En esta revisión de la literatura, no podemos pasar por alto el estudio de Bhidé (2000)³. De éste podemos destacar que más del 80% de los fundadores iniciaron sus empresas con fondos reducidos provenientes de ahorros personales, tarjetas de crédito, hipotecas, etc. Sólo el 5% arrancó con inversión de capitalistas de riesgos profesionales que les permite comenzar en una situación que otros tardan años en alcanzar. Las empresas financiadas con capital de riesgo están generalmente dedicadas a biotecnología y computación apoyadas en planeación e investigación que en la adaptación. Destaca, también, que la mayoría de los emprendedores no dedicaron mucho tiempo a la búsqueda de oportunidades, a la realización de investigaciones de mercado o a la elaboración de planes de negocio. No eran administradores profesionales, sin experiencia, sin una idea original, carentes de estrategia adaptándose a oportunidades y problemas inesperados, es decir, eran empresas improvisadas iniciadas a costa del esfuerzo de sus propietarios. Bidhé advierte que si los emprendedores inician empresas de nicho expuestas con un alto grado de incertidumbre pueden sortear este tipo de problemas, eso sí sin esperar un alto rendimiento pero con la posibilidad de obtener ganancias significativas. Dado que los recursos que poseen en un comienzo los emprendedores son pocos, les impiden invertir en planeación e investigación. Además, ellos tratan de persuadir o influir a otras personas o proveedores para que compartan o distribuyan su riesgo;

³ Hizo un trabajo de campo con los fundadores de 100 de las empresas, de menos de ocho años de existencia, escogidas de la lista de empresas de más rápido crecimiento en Estados Unidos a 1989 y a una serie de ex alumnos auto empleados de la Harvard Business School.

realizan actividades de arbitraje⁴ (Kirzner, 1973) y de coordinación en conjunto con su propio esfuerzo de trabajo. Así mismo, Bidh  trata el tema del azar, difícil de probar, al decir que éste tiene un papel importante en el proceso pero no necesariamente significa que los emprendedores de éxito sean especialmente afortunados. Sin embargo, la capacidad de adaptarse a problemas y de realizar estrategias para la adquisición de recursos desempeñan un papel fundamental en la distinción entre exitosos y no exitosos. Los emprendedores tienen una disposición a tolerar la incertidumbre, una mente abierta y otras cualidades innatas como: menor aversión a la ambigüedad, menor propensión a sesgos de información y con mayor autocontrol. La visión a largo plazo y la previsión no desempeñan un papel significativo en el éxito de un Start-up. Bidh  diferencia a los emprendedores de empresas promisorias con los de empresas revolucionarias. Los primeros con cualidades inusuales comparten riesgos con terceros en nichos de mercado y los segundos enfrentan y asumen riesgos que son del conocimiento público en ideas transformadoras basados en cualidades extraordinarias.

En Colombia, el análisis de la historia del empresariado se basa principalmente en la recolección de hechos que caracterizan al empresario⁵, a su origen, su proceso y su evolución. Parte casi exclusivamente alrededor del caso Antioqueño con avances en las regiones de Santander, Cauca, Caldas, Cali, la Costa Atlántica y la sabana de Bogotá. Sin embargo, como Dávila (2003) lo advierte la investigación del tema es de carácter documental en el que la historia empresarial en Colombia es aún un campo de formación, donde “falta mayor rigor para aproximarse a sus capacidades, respuesta a las oportunidades, manejo del riesgo, [...] Por otra parte, hay que estudiar su iniciación en la actividad empresarial, su educación, entrenamiento en los negocios, vida familiar, patrones de casamiento, vida social, actuación en la política formación de redes sociales”⁶. De todas formas miremos algunos estudios sobre el tema que nos pueden dar ciertas luces sobre el emprendedor colombiano.

⁴ Vender algo a mayor precio que al que puede comprarlo

⁵ Biografías, entrevistas, fondos notariales, testamentos, notas de empresas, etc.

Dávila (1986) describe a los empresarios en el período 1885-1930, como aquellos que actúan frente a las oportunidades y riesgos que presentaba la economía. No los define como “empresarios industriales”, tampoco como “comerciantes”, “terratenientes” o “burguesía financiera”. Los denomina como “negociantes” que hacen negocios o hacen plata, quienes se movían en diversos sectores de la economía y en grupos familiares siendo estos, de hecho, la principal unidad empresarial. Dávila argumenta que el hacer una empresa al lado de la de los padres era parte de la educación formal de los emprendedores. Los negociantes no necesariamente venían de la aristocracia sino de una clase modesta, pero se caracterizaban por su alta diversificación en los negocios lo que demuestra su ímpetu de hacer surgir negocios relativamente simples de empresas ya establecidas, así como la transferencia de capital de una a otra región dada la aceptación social y política que tenían. Así mismo, su poder económico los hizo ser agentes decisivos en el manejo económico y político del incipiente Estado Colombiano.

Molina (1998) hace un análisis de las principales regiones del empresariado en Colombia, en el que advierte que la región de Antioquia se caracterizó desde sus comienzos por tener capital concentrado, unas condiciones más satisfactorias para invertir dado el grado de tecnificación, trabajo y mercado, y un gran número de familias ricas dedicadas a la minería y al comercio que a la vez impulsaron la banca, la agricultura y la industria, lo que le dio un alto empuje al empresariado del país. De otra parte, en la costa Atlántica también prevalece la familia y un alto patrón de diversificación de la inversión, pero contó con colonias de extranjeros con iniciativa para los negocios como lo es el comercio ultramarino y regional que le dio desarrollo a otros sectores como el agropecuario, minero, transportador y manufacturero sin una fuerte industrialización.

En su último trabajo, Dávila (2003) hace una recopilación de diversas empresas y

⁶ Dávila, C., (2003). Empresas y Empresarios en la Historia de Colombia. Siglos XIX-XX. Grupo Editorial Norma, Bogotá, 2003, p. XXXV.

empresarios Colombianos.⁷ De éste cabe destacar que el comportamiento empresarial de comerciantes del ganado de la Costa Caribe se caracterizaba por la inversión en ganado vacuno y la reinversión de sus utilidades. Los empresarios del Viejo Caldas formaban fortunas mediante la especulación de tierra lo cual facilitaban la diversificación en el montaje de otras haciendas, construcción de caminos, comercio y café. Los hijos de estos empresarios viajaban al extranjero y refinaban su educación; además que a diferencia de la elite costeña, santandereana y caucana entraron muy pocos extranjeros debido al carácter estrecho y cerrado de los vínculos familiares cuyas fortunas se consolidaron mediante alianzas matrimoniales y la vinculación con la vida política. La clase empresarial de Santander se caracterizó por casas comerciales (muchas de ellas familiares) locales, regionales y extranjeras, y existía una alta diversificación basada en el comercio de exportación e importación. A la elite caucana Alonso Valencia la caracteriza como especuladora y hábil para unir el poder económico y el político. Los caleños organizaban sus empresas con una estructura familiar a lo largo de varias generaciones donde fundaban fábricas para luego diversificarse en actividades comerciales, bancarias y finca raíz; y se caracterizaron por tener contactos con el exterior para innovación tecnológica, créditos y asesoría. En Antioquia, los empresarios prefirieron las sociedades por acciones para la fundación de las principales industrias; en cambio, las sociedades por responsabilidad limitada se remitían a empresas que no eran del ámbito familiar. Los empresarios antioqueños se caracterizaron por su voluntad de trabajar en grupo para compartir riesgos y beneficios, y por la restringida participación de extranjeros. En la Sabana de Bogotá se pasó de un autentico empresario agrícola a un rentista para luego ser un hombre multiempresa alrededor de actividades agropecuarias y la renta de la tierra combinada con la renta mercantil y financiera basadas en la intermediación del préstamo de dinero. Estos empresarios son portadores de un espíritu para hacer empresa, conquistadores y organizadores como aventureros.

⁷ Reúne trabajos que tratan la formación de las elites empresariales de Santander, Cauca, Caldas, Cali, Antioquia y la Costa Caribe. Además hace un recuento de diez historias de empresas así: tres industriales de Bogotá, Cartagena y Santander; dos mineras de Antioquia; dos financieras de Bogotá; una entidad gubernamental; una empresa costeña agrícola; y otra de transporte en Antioquia. También detalla la historia del sector del transporte, cafetero y a la asociación de pequeños y medianos industriales colombianos.

De esta recopilación de Dávila podemos destacar que la mayoría de empresarios son hombres, herederos de una gran fortuna (aunque no necesariamente), que tenían una influencia social adquirida con alianzas matrimoniales y redes de parentesco entre generaciones, amantes de la diversificación y de las relaciones políticas para ejercer sus negocios. Es claro, entonces, que los “estudios señalan la muy alta diversificación de las inversiones que ha caracterizado al empresario Colombiano, la clara importancia de la familia como unidad empresarial y su involucramiento en la actividad política del país”.⁸ Además, el acceso al poder político por parte de miembros de ricas familias de empresarios, y su entorno a los negocios una vez terminadas sus funciones públicas, constituye una evidencia patente de los profundos vínculos entre el poder político y el económico en la vida colombiana. Pero queda la inquietud de si es lo mismo un político que incursiona en los negocios que un empresario que también ejerce de político.

Sin embargo, es necesario aclarar que esta revisión bibliográfica solo tomó aspectos de comienzos del siglo XX dado que “hay un vacío notorio de la historia del empresariado de las tres o cuatro últimas décadas”.⁹

No podemos dejar de lado a los nuevos emprendedores y mejor si podemos tener estudios que nos den indicios de sus comportamientos y sus negocios. Barrera & Mantilla (2002) realizan un trabajo de campo con 21 entrevistas a emprendedores de la nueva economía¹⁰ para caracterizarlos y diferenciarlos con los de la vieja economía. Para ellas, los empresarios de la vieja economía tenían valores y creencias tales como confianza y fe en el país; mentalidad abierta al cambio; trabajo duro, esfuerzo, constancia y responsabilidad; intuición; no creencia en la suerte y el azar; “barraquera” y “empuje al trabajo”; orden; criterio, creatividad; y la no aversión al riesgo. En cambio, los empresarios de e-business montaron sus empresas siguiendo o copiando modelos norteamericanos, creyendo en el boom de las

⁸ Dávila, C. (1991) Historia Empresarial de Colombia: Estudios, Problemas y Perspectivas. Monografías. Bogotá: Universidad de Los Andes.

⁹ Ibid. En: Barrera & Mantilla (2002), p. 103.

empresas punto com sin depender de su éxito o fracaso. Luego del descalabro de este tipo de negocios, los que se aventuraban tenían que planear y tener una visión de largo plazo.

Entre sus principales resultados tenemos: un número muy reducido de mujeres empresarios; son empresarios jóvenes (entre 26 y 30 años); solteros que tienen pensado tener familia en el corto plazo; mayoritariamente de Bogotá; con alto nivel educativo en su mayoría ingenieros; influenciados por su educación para formar empresa; con experiencia en el sector privado; provenientes de familias de 2 a 4 hijos y casi la mitad es hermano mayor; de buen nivel económico; han recibido ejemplo y estímulo por parte de sus padres para la creación de sus empresas pero no resulta significativa la influencia de las empresas familiares o de amigos; sin vínculos o antecedentes políticos; le dedican tiempo completo a su negocio; son personas activas, aventureras, muy orgullosos de ser colombianos, propensas al riesgo y que no creen en la suerte; más de la mitad ha creado mínimo una empresa diferente. Son empresas constituidas, en su mayoría, como Sociedades Limitadas o Anónimas y el 4% en el sector informal; que comenzaron con ahorros personales (muy pocos con prestamos familiares), con pocos empleados pero han duplicado su fuerza laboral; y con alta inversión en publicidad. En cuanto a los obstáculos para crear su empresa encontraron factores tales como la falta de capital, de credibilidad en los jóvenes y en empresas nuevas, de apoyo del empresariado, el desconocimiento de los clientes y la falta de experiencia en el negocio y el desconocimiento de Internet. Dentro de los aspectos tenidos en cuenta para el montaje de la empresa se destacan el plan de negocios (el 81% de ellos lo realizó) y la conformación del equipo de trabajo. Destacan que los empresarios desearían conocer más el mercado, tener productos más masivos y una mayor planeación si pudieran comenzar de nueva con el Start-up. Concluyen que la nueva economía es incipiente, carente de inversión e infraestructura tecnológica.

¹⁰ Barrera & Mantilla (2002) definen a los empresarios de la nueva economía como: “emprendedores de empresas e-business con ideas innovadoras de alta tecnología, con ambiciones globales y proyectos de primera categoría cuya base de la generación de riqueza está en las ideas, los equipos y la excelencia en la implementación”.

Recientemente, un estudio del perfil de los microempresarios colombianos¹¹ realizado por la Caja Social, entidad especializada en este sector, advierte que el 42% de propietarias que atiende la Caja son mujeres. Los microempresarios de estratos bajos crean sus negocios con el objetivo de proveerles estudio a sus hijos para que puedan ascender socialmente, y piden créditos para conseguir capital de trabajo para el sostenimiento, o para el desarrollo de su empresa. Para el microempresario, el acceso a las fuentes de financiación formal es una obligación para que les ayuden a determinar la factibilidad del proyecto, fijándose en tasas de interés bajas, menores garantías, plazos cortos y montos pequeños. Los negocios que están empezando piden prestados pequeños montos para insumos o activos fijos pequeños. Las microempresas manejan poca innovación tecnológica, realizan sus actividades en su vivienda, son intensivas en mano de obra, y son dirigidas por emprendedores de bajo nivel de educación y capacitación. El estudio indica que el 75% son bachilleres, el 24% son universitarios y el 11% sólo alcanzaron la primaria.

Luego de esta revisión es necesario advertir que el hecho de estudiar a los fundadores, y a sus experiencias en sus empresas actuales, en retrospectiva envuelve riesgos de *hindsight bias*, donde puede existir una pérdida de memoria o reinterpretación de hechos como una consecuencia de eventos que ocurrieron después del *start-up*; y riesgos de *success bias*, en el que sólo los fundadores quienes tienen empresas “vivas”, son estudiados. Por lo anterior, se han dado en los últimos años ciertas investigaciones que involucran al emprendedor y a sus procesos en tiempo real.

El motor principal de esta serie de estudios es Paul Reynolds quien enfatiza en estos riesgos y quien propone una nueva metodología para estudiar los *start-ups*. El advierte en Reynolds (2000) que han existido tres tipos de alcances que no proveen detalles ciertos de cómo se crean las firmas. El primero es tener una lista de nacimiento de firmas y de liquidación de otras. El segundo, donde se miran

¹¹ Charry, L., (2003, 15 de julio). Empresarios... sin el “micro”, Periódico EL TIEMPO, Sección Económicas, 1-13.

retrospectivamente las firmas sobrevivientes, y el último utiliza datos en gran escala longitudinal sobre participación de la fuerza laboral y adopta reportes de auto-empleo como un indicador del comportamiento emprendedor o de creación de firmas. Además, identifica otra versión que es ampliamente usada para estudios de *start-ups*, que enfatiza aquellas personas que han contactado programas o han participado en capacitación para comenzar una empresa. Define que éste es un procedimiento adecuado para describir aquellos que están buscando guía y asistencia, pero que no puede ser una base de extrapolación completamente.

Así, Reynolds lidera el Entrepreneurial Research Consortium –ERC–¹² y el Global Entrepreneurship Monitor –GEM– que inició labores en 1997 liderado por el Babson College y el London Business School con el soporte del Kauffman Center of Entrepreneurial Leadership. El GEM basa su estudio en responder tres preguntas principales: (i) El nivel de emprendimiento varía entre países? (ii) Las diferencias en la actividad emprendedora están asociadas con el crecimiento nacional económico? (iii) Qué características nacionales están relacionadas con las diferencias en el nivel de actividad de emprendimiento?

El primer reporte nació en 1999, donde 10 países participaron. Le siguieron el GEM2000 con 21, el GEM2001 con 28 y el GEM2002 con 37 naciones¹³. Para lograr sus resultados, encuestan aleatoria y telefónicamente entre 1,000 y 16,000 adultos en cada país con cuestionarios estandarizados, lo que amerita una gran inversión y apoyo financiero. Por ejemplo, necesitan una gran base telefónica para escoger aleatoriamente los números a marcar, un número apreciable de encuestadores y dinero para motivar a los entrevistados a responder sus extensos cuestionarios¹⁴. Los principales resultados (Anexo B) del GEM2002 se muestran a continuación:

¹² Cuenta con 32 miembros patrocinando 111 personas en Australia, Canada, Finlandia, Alemania, Grecia, Holanda, Noruega, Suecia, Reino Unido, Estado Unidos.

¹³ Entre los cuales participan Argentina, Brasil, Chile y México por Latino América.

El emprendimiento es un fenómeno global con diferencias significativas entre países. El Índice de Actividad Emprendedora¹⁵ varía de 2% en Japón (1 en 50) a 19% en Tailandia (1 en 5). En Latinoamérica se tiene un comportamiento similar. También, el emprendimiento es un fenómeno multifacético, en el cual hay dos motivaciones principales: aquellos que tienen la voluntad de buscar una oportunidad en el mercado (6.5%) y aquellos que lo hacen por necesidad (2.5%) al no tener empleo o por la misma situación económica que enfrenta cada país. Argentina, Brasil y Chile asombran por el gran número de *start-ups* motivados por necesidad.

La relación entre emprendimiento y crecimiento económico es compleja. La tasa de emprendimiento por necesidad es positivamente relacionada con el crecimiento económico, mientras que el emprendimiento motivado por la oportunidad no. Así mismo, se confirma la hipótesis que los hombres dominan el deseo de formar una empresa y quizás se observa una gran brecha en Chile, Argentina y Brasil. No existe ningún país donde las mujeres son más activas que los hombres. En cuanto a la edad, el GEM2002 encuentra que las personas entre 25 y 44 años representan el grupo más activo para iniciar procesos de creación de empresas. Otro aspecto analizado es la educación de los emprendedores. Aquellos con más educación son más probables para estar envueltos en emprendimiento de oportunidad que de necesidad. Observando el ingreso de los emprendedores, mayor ingreso es asociado con emprendimiento de oportunidad. Aquellos que trabajan (de tiempo completo o medio tiempo) son más probables para estar envueltos en un Start-up. Quienes piensan que tienen la habilidad y la experiencia para comenzar un negocio son $\frac{2}{7}$ veces más probables para estar envueltos que los que no lo piensan. Emprendedores que tienen conocidos que recientemente comenzaron un negocio son $\frac{3}{4}$ veces más probables a estar en un Start-up. Aquellos que tienen algún temor de fracaso son menos probables a estar envueltos en emprendimiento de oportunidad, lo que no se ve en Start-ups motivados por necesidad. Del estudio

¹⁴ Cada encuestado se compromete a responder un cuestionario de 88 páginas, de aproximadamente 400 preguntas, y un cuestionario por correo si lo desea. Al terminar la entrevista telefónica, le envían un cheque por US\$25 por su contribución al programa.

podemos enmarcar que inversionistas informales¹⁵ ponen más dinero en *start-ups* y en firmas en desarrollo, que las firmas profesionales de inversión.

En el GEM2002 se estudió en 10 países si los Start-ups eran formados en su mayoría por grupos familiares o si se esperaba que esta figura se viera luego de 5 años de operación. El 74% de los Start-ups tenían esta forma incluyendo los negocios unipersonales. Brasil, como único país latinoamericano estudiado, tiene el mayor porcentaje con un 85,8%. Además, se muestra que las firmas familiares tienden a estar más asociadas con manufactura, comercio, hoteles, restaurantes y menos con servicios financieros, de salud, de educación y servicios sociales. Estas firmas familiares tienen menor probabilidad de brindar mayor empleo, exportaciones, o creación de nichos de mercado, al observar todos los tipos de negocios existentes y su diferente conformación. En fin, tendrían un menor impacto global en la economía

Con este breve resumen de los principales resultados del GEM podemos darnos cuenta que éste es el proyecto más ambicioso que estudia el emprendimiento de una forma real y que genera resultados más confiables que aquellos estudios que miran retrospectivamente las empresas y el emprendedor dado que estudiar a los fundadores, y a sus experiencias en sus empresas actuales, en retrospectiva envuelve riesgos de *hindsight bias* y riesgos de *success bias*. Además que solo podríamos tener información de los emprendedores que tuvieron éxito y se convirtieron en empresarios. No tendríamos oportunidad de buscar información en aquellos que están en o desistieron del proceso de creación de empresa.

De aquí han empezado a salir estudios para observar con más detenimiento la actividad emprendedora de cada nación, como el de Frederic (2000) que analiza el comportamiento emprendedor en Suecia y Van Gelderen et al (2001) quienes tratan de responder la misma pregunta objetivo de este trabajo, para Holanda.

¹⁵ Número de personas por 100 en la fuerza laboral

¹⁶ El término inversionista informal o angel investor hace referencia a personas tales como familiares, amigos y otros contactos personales que invierten su dinero propio en un Start-up. No hace referencia alguna a instituciones creadas para este fin.

3. METODOLOGIA

Sabemos que el hecho de estudiar a los *start-ups* en retrospectiva envuelve riesgos de *hindsight bias* y de *success bias*. Para evitar tales sesgos, podemos recolectar una muestra de emprendedores nacientes que han tomado un curso de formación empresarial en la Cámara de Comercio local o en otras instituciones, como lo sugiere Van Gelderen et al (2001); pero sabiendo, de antemano, que podemos tener una muestra sesgada y que no hay un método de comparación para saber si aquellos que están buscando asistencia son únicos, como advierte Reynolds (2000) al enumerar uno de los tres problemas que se tienen cuando tomamos tal clase de emprendedores.

Así mismo, conocemos que el proyecto GEM sería el procedimiento más apropiado para medir el nivel de emprendimiento en Bogotá; pero así como tiene diversas ventajas, tiene dificultades que el autor no podría satisfacer en este momento – múltiple apoyo institucional, fuerte financiación, soporte y logística, entre otros—. Sin embargo, si recurrimos a los emprendedores que buscan asistencia en programas de formación empresarial podemos encontrar respuestas que no han sido resueltas ni para aquellos que tienen el deseo de formar una empresa ni para las instituciones que prestan este servicio. Debido a que es necesario hacer el estudio en “tiempo real”, nuestra población será, entonces, el subconjunto de emprendedores que tomaron un curso de capacitación empresarial dedicado al proceso de creación de empresas¹⁷, entre Enero de 2001 y Marzo de 2002, para asegurarnos que los emprendedores que tomaron el curso tengan las herramientas para formar su empresa en el período de realización de las entrevistas (Junio a Agosto de 2002); y así poder encontrar personas o equipos de trabajo que han logrado crear su empresa, que han desistido de su esfuerzo o que todavía siguen organizándose.

¹⁷ Decimos subconjunto de emprendedores ya que conocemos que existe otro subconjunto de emprendedores que inician un proceso de creación de empresas sin apoyo institucional de este tipo y al cual no podemos tener acceso con facilidad.

3.1. LA MUESTRA

Lo primero que hicimos fue una búsqueda telefónica exhaustiva de las posibles instituciones (institutos, fundaciones, cajas de compensación, etc.) que brindan formación empresarial en la ciudad, con el fin de evitar otro de los problemas mencionados por Reynolds (2000) en el que advierte que no es posible conocer el número de *start-ups* que contactan tales programas. Sin embargo, si contactamos a cada institución podríamos solucionar dicho problema. Así, a cada institución contactada se le explicó la investigación y se tuvo al menos una reunión para mostrarle con más detalle el estudio¹⁸, los beneficios que traería para su programa y sus emprendedores, y para pedir que se adhirieran al proyecto brindándonos la lista de personas capacitadas en su institución.

La búsqueda telefónica arrojó los siguientes resultados: en el 18% de los teléfonos no pudimos tener contacto –no contestaban o continuamente ocupado–; el 40% de las instituciones tienen cursos de otras actividades diferentes a formación empresarial; el 17% tienen cursos de capacitación empresarial pero no asisten el proceso de creación de empresas; y el 25% de las instituciones si asisten y capacitan a las personas para que formen sus propias empresas. Finalmente, 9 instituciones¹⁹ colaboraron con el estudio y nos remitieron su base de datos de emprendedores para formar nuestra población de estudio.

En nuestra base de datos tenemos registrados los nombres y teléfonos²⁰ de 1,647 emprendedores que hacen una población cercana al número de encuestados por el GEM en cada país. De esta población, hicimos un Muestreo Aleatorio Estratificado Proporcional según su tamaño²¹ donde obtuvimos una muestra mediante la

¹⁸ Además, una carta de presentación del apoyo institucional de la Revista Dinero y su Programa de Emprendimiento Ventures.

¹⁹ Los Centros de Capacitación son en general empresas sin ánimo de lucro favorecidas por programas de apoyo del Gobierno para la creación de empresas. Dictan clases a los emprendedores en diferentes aspectos como son: motivación, ideal del negocio, plan de negocio, emprendimiento como forma de vida, entre otros.

²⁰ El autor se comprometió a mantener absoluta confidencialidad –se refiere a salvaguardar cualquier tipo de información acerca de una persona y sus respuestas (Peterson, 2000).

²¹ Con el fin de mantener proporcionalmente el tamaño de la población en cada centro de capacitación.

separación de los elementos de la población en grupos que no presentan traslapes²² –instituciones de formación empresarial–, llamados comúnmente estratos, y la selección posterior de una muestra irrestricta aleatoria simple o sistemática de cada estrato. Este tipo de muestreo permite la estimación separada de parámetros poblacionales dentro de cada estrato, una reducción en el límite para el error de estimación y el costo por observación en la encuesta puede ser reducido. La estimación del muestreo con un 95% de confianza y un error muestral del 5%, nos daría una muestra de 175 entrevistas. Luego de seleccionar el número de entrevistas a hacer, se escogen aleatoriamente de forma sistemática o simple, las personas a contactar de la lista de emprendedores²³.

3.2. EL CUESTIONARIO

Como vimos en la revisión teórica, son muchos aspectos que debemos tener en cuenta para conocer muy de cerca las variables que pueden incidir en el logro de los objetivos para crear una empresa. De esta forma, es necesario que el cuestionario sea capaz de captar la mayor parte de información que nos de luz para responder nuestra pregunta inicial. Sabemos, además, que el modelo GEM es el estudio a seguir como patrón, luego se tomaron como base sus cuestionarios, se estandarizaron a nuestro ambiente, y se redujeron dada su gran extensión. De hecho, tratamos de mantener la información más relevante y organizar el cuestionario de tal forma que el encuestado supiera manejarlo de la manera más apropiada. Para tal fin, se hicieron varios estudios piloto que intentaron poner a prueba la idoneidad del marco muestral, la variabilidad de las variables, las instrucciones y organización de las sesiones de encuesta, la tasa de respuesta y de

²² No se producirá traslape porque es poco factible que una persona haya tomado dos cursos con programas similares de formación empresarial –en el mismo período– para crear la misma idea de empresa.

²³ Nos comprometimos con ciertos institutos a darles con antelación los nombres de los emprendedores escogidos de su empresa, o para que ellos los contactasen antes, les hablaran del estudio y la importancia de su participación, o para darnos una carta de presentación y respaldo al proyecto. Esto además de brindarle seguridad y motivación al encuestado, le da más importancia y validez a la investigación.

no respuesta, la actitud del encuestado, y el tiempo utilizado²⁴ para terminar cada encuesta. Además, definir las preguntas abiertas y cerradas para cada uno de los aspectos a evaluar. Finalmente, luego de un proceso largo obtuvimos el cuestionario (Anexo C), aunque sabemos extenso²⁵, nos da la posibilidad de conocer muy bien cada proceso de creación de empresas en cinco puntos claves: (entre paréntesis su código):

- El perfil del negocio (PN): 67 preguntas
- Las motivaciones (M): 12 preguntas
- El ambiente donde se desenvuelve el proyecto (A)²⁶: 28 preguntas
- Los retos (R): 19 preguntas
- El perfil del emprendedor (PE): 38 preguntas

Para establecer las diferencias en las características entre los tres grupos –aquellos que comenzaron su negocio, quienes se están organizando, y quienes abandonaron su esfuerzo²⁷–, el cuestionario nos va a permitir obtener respuestas de cuatro componentes claves basándonos en la literatura del comportamiento de la nueva firma: (i) las características del emprendedor, (ii) la estructura de la industria, (iii) la estrategia y (iv) los recursos. Nuestras variables independientes pueden ser clasificadas en forma similar. La Tabla 1 da también el signo que esperamos en nuestro estudio de cada variable, y complementando tales hipótesis esperamos que el número de start-ups que han desistido de su esfuerzo o siguen organizándose sea altamente representativo en la muestra relativo el número de empresas creadas.

²⁴ En las pruebas piloto, el mínimo tiempo que invirtió una persona en responder toda la encuesta fue de 42 minutos, mientras que el máximo tiempo fue de 1 hora 16 minutos, con un descanso aproximado de 15 minutos. Nos cautivo el interés mostrado por las personas para responder el cuestionario completo.

²⁵ Tratamos al máximo de reducir el cuestionario, pero dados los múltiples e importantes aspectos que debíamos tener en cuenta en un start-up, nos fue imposible reducirlo un poco más. Así mismo, comparando nuestro cuestionario con los utilizados por otros protectos –como el GEM o el ERC–, el nuestro es relativamente corto.

²⁶ M y A no fueron tomados en cuenta por Van Gelderen et al (2001), quienes advierten que es una debilidad de su estudio y que como vimos en la revisión de la literatura, son importantes para cualquier start-up.

²⁷ El estado actual del start-up lo obtenemos de la pregunta: Cómo clasificaría su firma? (i) Está operacionalmente funcionando, (ii) Está organizándose todavía, (iii) Ha postergado temporalmente su esfuerzo, (iv) Ha abandonado completamente su esfuerzo. Las respuestas de (iii) y (iv) son tomados en el grupo “desistió de su esfuerzo”. Sin embargo, el emprendedor puede

Tabla 1. Variables Independientes

Características del Emprendedor	Estructura de la Industria	Recursos	Estrategia	Motivaciones	Ambiente
Edad (entre 24 y 40)	Sector (servicios)	Capital inicial (+)	Plan de Negocios (+)	Propio (+)	Apoyo del gobierno (+/-)
Genero (m)	Tecnología (-)	Financiación (+)		Necesidad (+)	
Educación (+)		Ahorro (+)	Equipo de trabajo (+)	# ideas (>3)	Condiciones (=)
Capac. Emp. (+)		Inversión propia (+)			Expectativas (=)
Exper. en start-up (+)			Conocimiento del mercado (+)		ALCA (+)
Exper. en admón (+)			Ambición (+)		
Exper. en sector (+)					Hijo de emprendedor (+)
Dedicación tiempo completo (+)					Flia, amigos (+)
Ingreso (+)					
Estado civil (casado)					

3.3. LAS ENTREVISTAS

Dada la extensión del cuestionario y la serie de pruebas piloto que se hicieron, concluimos lo siguiente: (i) hacer entrevistas personales o telefónicas sería costoso y tomaría demasiado tiempo la recolección de datos, además no podríamos motivar totalmente a los encuestados para responder todo el cuestionario. (ii) hacer entrevistas grupales nos ayudará a reducir el tiempo de recolección, podremos motivar al grupo a responder concienzudamente, y nos darán la posibilidad de utilizar las sesiones para dar una charla informativa sobre aspectos innovadores que se están teniendo en cuenta para formar una empresa²⁸.

Una vez establecido el contacto con el emprendedor elegido, se enunció el estudio que se está realizando, los beneficios que traerá, se hizo hincapié en la importancia de su colaboración, y las fechas y lugares disponibles para que se presente a una sesión²⁹. Si la persona seleccionada no se mostraba interesada, siempre es posible

usar diferentes criterios para clasificar el estado actual de su start-up. De acuerdo a esto, el cuestionario tiene diferentes preguntas que nos dan una mejor estimación del momento de su esfuerzo y asignarlo al grupo correspondiente.

²⁸ Con el apoyo del Centro Nueva Empresa de la Cámara de Comercio de Bogotá.

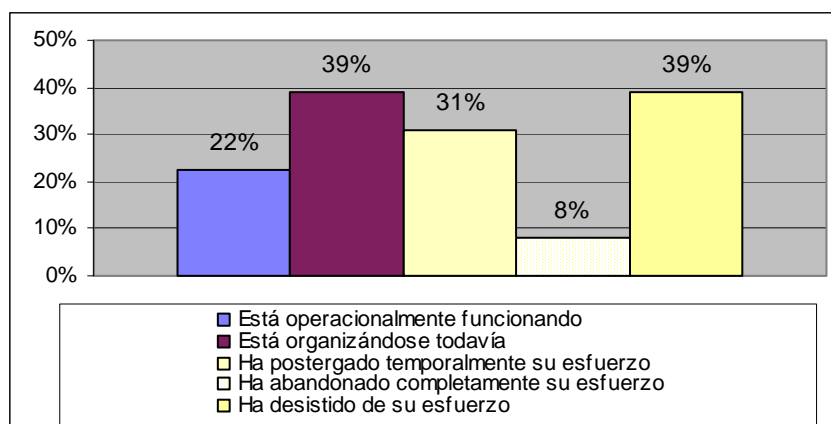
²⁹ Las sesiones se llevaron a cabo en las instituciones que nos brindaron la posibilidad y los medios para hacer las encuestas. Se dividieron así: se hizo una presentación del proyecto y los beneficios que traerían a cada uno de los encuestados para

sustituirla por otra que cumpla las mismas características que determinaron la elección.

3.4. ANALISIS DE RESULTADOS

Del análisis de la muestra se destaca principalmente que sólo el 22% de los emprendedores han logrado crear su empresa mientras el restante o está organizándose todavía o ha desistido de su esfuerzo. Un hecho que se esperaba porque la intuición nos indica que la mayoría no estaba creando empresa –principal objetivo de este estudio – y además porque los mismos centros de capacitación insinuaban su preocupación de no ver terminado el proceso de sus emprendedores (sin cifras exactas ya que ninguna de las instituciones le hacen un seguimiento a las ideas de negocios que ayudan a gestar).

Gráfico 2. Estado del Start-up



3.4.1. ANALISIS DE FRECUENCIAS

En el Anexo D, mostramos los principales resultados al observar las frecuencias de

motivarlos a que nos cuenten sus experiencias, ya sea que lograron formar su empresa, desistieron de su esfuerzo o todavía siguen intentándolo. La encuesta se dividió en dos grupos (PN+M y A+R+PE) tomando un descanso corto. Finalmente, se les

respuesta de cada una de las preguntas realizadas en la encuesta. De éstas podemos detallar que:

PERFIL DEL NEGOCIO

El Plan de Negocios es una herramienta que posibilita al emprendedor a lograr su objetivo. Muchos proyectos que desistieron (casi la mitad) no lo realizaron. Del 84% de emprendedores que lograron crear su empresa, más de la mitad tienen el Plan de Negocios completo, y escrito y formalmente preparado. Así mismo, la proyección de estados financieros hace referencia a si se ha llevado a cabo el Plan de Negocios. Estos hechos contrastan con estudios como Bidhé (2000) donde se muestra que el empresario exitoso hace poco uso de éste pero nuestro resultado puede explicarse dado que los emprendedores de la muestra han tomado cursos de capacitación donde les guían para hacer el plan de negocios. Sin embargo, también encontramos que los emprendedores que tienen operacionalmente funcionando su empresa han cambiado en su mayoría la idea original del negocio, lo que denota una diferencia entre lo que está elaborado en el plan de negocios con la realidad.

El 95% de empresas que se crearon se conformaron bajo una estructura de equipo de trabajo, es decir la organizaron varias personas que pueden ser diferentes a los propios inversionistas. A su vez, la mayoría de emprendedores que desistieron no formaron equipos de trabajo. Lo que le da un carácter más relevante a este factor. Para completar esta idea, los proyectos se caracterizan por tener más gente como propietarios o inversionistas aparte del emprendedor encuestado. Sin embargo, dentro de los que desistieron hay un alto porcentaje en el cual solo participan el encuestado y, el encuestado y su cónyuge. Lo que nos lleva a determinar quién está invirtiendo en los nuevos proyectos. Primero, casi todos los emprendedores consideran que todavía están en proceso de ahorrar para el negocio y han invertido su dinero en el proyecto. Segundo, sólo para el 31% de las empresas operando, el

daba la charla informativa que puede, o bien complementar su proceso o incentivarlos para que empiecen uno nuevo. Las sesiones duraban entre hora y media y 2 horas, incluyendo preguntas y sugerencias al final de ésta.

35% de las que siguen intentándolo y el 22% que desistieron no es relevante pedir financiación, lo que demuestra una necesidad de obtener capital por medio de préstamos a terceros. Así, las principales fuentes de financiación donde recurren los emprendedores son: Bancos, Familiares, Inversionistas particulares, Cónyuge o compañero del encuestado y Familiares de otro participante del proyecto. De éstos, los familiares, el cónyuge y los amigos brindaron el capital para los proyectos (con bajos montos), mientras que la respuesta de los bancos fue en su mayoría negativa. Así mismo, los emprendedores han tomado créditos con algún proveedor lo que demuestra su comportamiento de transferencia de riesgo y habilidad para influenciar a demás personas en su proyecto. El 68% de los emprendedores no conoce las líneas de crédito del IFI pero de los emprendedores que pidieron financiación en este centro ninguno recibió un préstamo. En resumen, los emprendedores recurren a fuentes de financiación informales por pequeños montos donde tienen más fácil acceso y una respuesta positiva.

La mayoría dice que sus productos no estaban en el mercado hace 5 años, de los cuales se destacan: servicios de consultoría (22%), panadería y pastelería (10%), café Internet y restaurantes (9%), comercio (9%) y sistemas (7%). Esto demuestra una intención de innovación o captura de nichos de mercado pero en sectores tradicionales lo que evidencia una actitud hacia el riesgo donde prefieren entrar en negocios normales con pocas perspectivas de crecimiento, tal y como lo advierte Bidhé (2000).

Existen algunos proyectos que aún sin empezar a funcionar han recibido ingresos, contratado empleados, materiales, equipos y locaciones, lo que refleja que tienen un capital inicial importante y que esperan primero fortalecer su nacimiento antes de formarse legalmente. También prefieren establecer su empresa primero para luego tener cuenta bancaria y línea telefónica. Así mismo, la mayoría de proyectos que han comenzado a operar lo están haciendo en su residencia o en un lugar de su propiedad, diferente a los proyectos que desistieron o que siguen intentándolo.

Obviamente todos los proyectos que están actualmente operando han sido registrados en la Cámara de Comercio de Bogotá, y muy pocos (3 negocios que están organizándose y 2 que desistieron lo que demuestra que quieren pertenecer al sector informal) del otro grupo lo han hecho.³⁰ La mayoría de emprendedores quieren formar una empresa legalmente creada en la CCB. Las principales formas legales en las cuales fueron o van a ser registradas las empresas son Responsabilidad Limitada seguida de Empresas Unipersonales.

MOTIVACION

La motivación del emprendedor es una parte importante del éxito de crear una empresa debido a que es mayor el número de empresas creadas cuando el emprendedor se envuelve en un Start-up al encontrar una oportunidad en el mercado que cuando entra al proceso de creación de empresas por la situación (económico, social, etc) que está viviendo. Queda esto también reflejado dado el porcentaje que se observa cuando se pregunta si surge primero la idea del negocio o el deseo de comenzar un negocio.³¹

La voluntad de crear empresa nace del propio emprendedor y no surge como una idea de su empleador (si lo tiene), y en su mayoría es creado por una sola persona o por un equipo de trabajo. Generalmente, las ideas de negocios no surgen de repente. Es necesario dedicarle cierto tiempo para tener la idea clara de lo que se quiere lograr. Sin embargo, se denota que los proyectos que finalmente se convierten en empresa han tenido muchos cambios dadas las condiciones que encuentran en el proceso de creación de empresa.

AMBIENTE

³⁰ Como dijimos anteriormente, la encuesta tenía ciertas preguntas que nos ayudarían a confirmar el estado del Start-up. De ésta manera reubicamos 3 proyectos cuyo emprendedor la clasificó como "operacionalmente funcionando" al estado "todavía organizándose" y 2 al contrario.

³¹ Para "Operacionalmente funcionando" tenemos el 36% vs. el 26%, para "Organizándose todavía" el 15% vs. el 46% y para "Desistió" el 12% vs. el 47% respectivamente.

Pocos emprendedores que tienen operando sus empresas conocen la Ley Mypime pero no han recibido grandes beneficios de ésta. Esto indica que falta comunicación por parte de los Centros de Capacitación para hacerles llegar estas medidas que adopta el Gobierno para incentivar la creación de empresa. En cuanto a la situación económica que percibe los emprendedores podemos destacar que ellos, en su mayoría, perciben que las condiciones económicas de hace un año (2001) son peores que ahora (2002) y que van a mejorar el próximo año (2003). Dada esta percepción, la mayoría definitivamente no dejaría de ser empresario. Sin embargo, perciben que el desempleo va a mantenerse en la misma tasa lo que hace mantener su posición de emprendedores.

Los emprendedores que formaron su empresa consideran el ALCA como una oportunidad para la empresa mostrando su visión exportadora. Un punto que hay que anotar es el alto número de emprendedores que no sabe que es el ALCA.

Hay una clara evidencia de la influencia que puede recibir el emprendedor al ver a sus padres y conocidos (algunos) como empresarios para crear su empresa. Sin embargo, no son muchos los emprendedores que han trabajado en sus empresas. Se denotan más empresas creadas por el padre que por la madre de los emprendedores, lo que muestra que todavía existe una posición de desventaja de la mujer en nuestra sociedad. Así mismo, la mayoría de emprendedores ven con buenos ojos a padres y conocidos al establecer sus propios negocios. Sus padres y conocidos mayoritariamente motivan al emprendedor en su objetivo pero la motivación es fuerte para el emprendedor que finalmente logra crear su empresa mientras que no es ni débil ni fuerte para los otros emprendedores.

RETOS

Los principales problemas a los que se han enfrentado los emprendedores son: la

falta de capital o financiación³² y la falta de preparación en estrategias comerciales y de ventas. Los emprendedores que han creado su empresa se han enfrentado a los trámites que hay que hacer para legalizar su negocio y a las variables económicas y sociales. Cabe destacar que los demás emprendedores se enfrentan a la falta de dedicación, a concretar el equipo de trabajo y a organizarlo. De aquí hay que destacar el problema de la financiación. Al parecer los emprendedores, al principio del proceso, buscan dinero en inversionistas informales pero ven que en un futuro sus necesidades de capital se van a ver incrementadas lo que denota su preocupación por conseguir financiación de fuentes formales con montos mayores.

Los emprendedores que formaron su empresa tienen una clara visión de los mercados a los cuales quieren acceder, sumado con el hecho que dedican mayores esfuerzos de marketing, caso contrario de los otros emprendedores.

La mayoría de emprendedores desea que su empresa sea tan grande como sea posible pero la ambición es menor para los emprendedores que logran crear empresa. Los emprendedores que desistieron tienen mayor ambición de poseer un mayor porcentaje de la empresa a los 5 años de estar funcionando. Es decir, de querer ser el mayor propietario de la empresa. Esto demuestra que los emprendedores exitosos ven con cautela el crecimiento de su empresa.

Finalmente, casi todos los emprendedores desean que el nuevo negocio se convierta en la principal fuente de ingreso familiar en un futuro y esperan que sobreviva al menos 5 años en el mercado. Hecho que se corrobora con el promedio de vida de cuatro años del 75% de las microempresas que funcionan actualmente.³³

PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Se confirma la hipótesis que los hombres dominan el deseo de formar una empresa

³² Para el 31% de emprendedores que formaron su empresa, el 35% de los que están intentándolo y el 22% de los que desistieron no es relevante la financiación, lo que demuestra que el conseguir capital es una variable importante dentro del proceso de creación de empresas.

ya que el 72% de los emprendedores que tiene operando su negocio son hombres. Además, enfatiza la desventaja existente que tiene la mujer en nuestra sociedad. Esto se corrobora con el hecho que se denotan más empresas creadas por el padre que por la madre de los emprendedores. La mayoría de emprendedores han logrado una educación universitaria y otros con especialización, y se ven de alguna manera influenciados por ésta para tomar la decisión de iniciar un negocio.³⁴ No sólo su educación formal les brinda la posibilidad de crear empresa, también ellos recomiendan la capacitación empresarial como una buena herramienta para lograr este objetivo. Así mismo, la experiencia en procesos de creación de empresa es un aspecto importante que puede servir de apoyo y la dedicación de tiempo completo al Start-up es una variable primordial para alcanzar el objetivo. Pero, no es claro que el hecho que haya trabajado de tiempo completo en alguna organización le de ciertas características para formar empresa. Más del 50% de los emprendedores no recibieron ingresos en el último año lo que podría dar una explicación del por qué están involucrados en un proceso de creación de empresas.

Las principales opciones que ve el emprendedor si no estuviera involucrado en un proceso de creación de empresas son: pensar en otro negocio y trabajar. Para los emprendedores que no han logrado crear empresa su tercera opción es buscar empleo.

Finalmente, la encuesta nos permitió establecer cuál es el orden de actividades para el desarrollo de un Start-up en cada uno de las tres categorías tomando las respuestas de los puntos dónde preguntábamos hace cuánto habían hecho dicha actividad³⁵. De esta forma estimamos el promedio (en meses) y organizamos las actividades en su orden cronológico como se puede ver en el Anexo E.

³³ Charry, L., (2003, 15 de julio). Empresarios... sin el "micro", Periódico EL TIEMPO, Sección Económicas, 1-13.

³⁴ Sin embargo, es de anotar que quizá este resultado este influenciado por la población que se tomó para este estudio.

³⁵ Cabe anotar que los emprendedores realizaron el cálculo tomando como base el día en que se respondió el cuestionario. Así mismo, sólo se tomaron en cuenta los emprendedores a los cuáles aplicaban las preguntas.

Podemos destacar que los proyectos que están operacionalmente funcionando realizaron sus actividades de una forma sistemática: desarrollo del producto, plan de negocios, inversión, organización del equipo de trabajo, compra materiales y ubicación, búsqueda de oportunidades y fuentes de financiación, etc. Los otros dos grupos empezaron a buscar financiación luego de haber registrado su empresa en la Cámara de Comercio y recibieron su primer ingreso muy temprano lo que da una impresión que quizá empezaron el proceso luego de que vieron que de pronto su producto o servicio si podría tener acogida en el mercado. Así mismo, la totalidad de los proyectos se caracterizan porque se espera que podrán pagar la financiación recibida en menos de un año. Finalmente, podemos ver que los que están operacionalmente funcionando y se están organizando esperan aumentar el número de empleados de tiempo más de 3 veces que el que tienen actualmente.

3.4.2. MODELO MULTINOMIAL

El modelo logístico multinomial puede ser fácilmente aplicado a casos donde la variable dependiente tiene dos o más niveles, y las variables independientes son una mezcla de predictores cualitativos o cuantitativos. El modelo es estimado por una función de máxima verosimilitud y como consecuencia de esto, la bondad de ajuste y la inferencia están basadas en las estadísticas de log likelihood and chi-square test. (Véase Anexo F)

De la encuesta realizada a los emprendedores fueron seleccionadas las siguientes variables cuyas definiciones se presentan a continuación:

Tabla 2. Variables del Modelo Logit Multinomial

VARIABLE	CATEGORIAS	N
VARIABLE DEPENDIENTE		
Clasificación del start-up	Está organizándose todavía	56
	Ha desistido de su esfuerzo	56
	Está operacionalmente funcionando	35
VARIABLES PERFIL DEL NEGOCIO		
Plan de Negocios	Si	32
	No	115
Industria	Manufactura y otros	43
	Servicios y Comercio	104
Propietarios de la Empresa	Solamente usted, Solamente usted y el cónyuge	51
	Usted y más gente	96
Necesita Financiación	Si	107
	No	40
Descripción del negocio	Independiente	131
	Otros	16
Equipo de Trabajo	Si	92
	No	55
VARIABLES MOTIVACION Y RETOS		
Motivación Principal	Oportunidad	63
	Necesidad	84
Tamaño de la empresa	Empresa sea tan grande como sea posible	88
	Que pueda manejar sólo o con pocos empleados	59
VARIABLES AMBIENTE DEL EMPRENDEDOR		
Economía Colombiana	Volviéndose Fuerte	25
	Volviéndose Débil	84
	Estable	38
Desempleo	Más desempleo	45
	Lo mismo	62
	Menos desempleo	40
VARIABLES PERFIL DEL EMPRENDEDOR		
Sexo	Masculino	78
	Femenino	69
Meses que tomo el curso	De 1 a 6 meses	36
	De 7 a 12 meses	89
	Más de 12 meses	22
Joven o Viejo	Joven (Menor a 40 años)	49
	Viejo (Mayor o igual a 40 años)	98
Nivel Socioeconómico	Bajo y Medio	122
	Alto	25
Vive en pareja / solo	Vive en pareja	78
	Vive Solo	69
Ahorrando dinero para invertir	Si	76
	No	71
Nivel de Educación	Baja	21
	Alta	126
Experiencia en start-ups	Uno	108
	Más de uno	39

Fuente: El Autor

La estimación del modelo logit multinomial se hace en base a 147 observaciones. Debido a que se estableció a la categoría “Está operacionalmente funcionando”

como categoría base se estiman dos ecuaciones que corresponden a “Está organizándose todavía” y “Ha desistido de su esfuerzo”. En el Anexo G se puede observar la correlación cruzada entre estas variables, donde no encontramos correlaciones altas que nos indiquen una fuerte relación entre las variables del modelo.

3.4.3. RESULTADOS DEL MODELO

El ajuste global del modelo dado por el estadístico Chi-Cuadrado permite rechazar la hipótesis nula de que el modelo sin la inclusión de las variables explicativas es adecuado con un nivel de significación menor al 5%. La bondad de ajuste medida por la Deviance indica que el modelo presenta un buen ajuste de los datos. Los tests para el cociente de verosimilitud de las variables resultaron todos significativos a un nivel inferior al 5%.

Tabla 3. Información del Modelo

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	316,63			
Final	115,48	201,15	42	0,000
Goodness-of-Fit				
		Chi-Square	df	Sig.
Deviance		115,48	180	0,999
Likelihood Ratio Tests				
Effect	-2 Log Likelihood of Reduced Model	Chi-Square	df	Sig.
Intercept	115,48	0,00	0	,
PLANNEGO	154,22	38,74	2	0,00
INDUSTRI	131,57	16,09	2	0,00
PROPIETA	128,55	13,06	2	0,00
FINANCIA	123,91	8,43	2	0,01
DESCCODE	121,37	5,89	2	0,05
EQUIPO	133,98	18,50	2	0,00
MOTIVACI	138,25	22,77	2	0,00
TAMAÑO	128,57	13,09	2	0,00
ECONCODE	138,56	23,08	4	0,00
DESEMPLE	133,80	18,32	4	0,00
SEXO	133,89	18,41	2	0,00
MESES	152,24	36,76	4	0,00
EDAD	137,93	22,45	2	0,00
NIVELSEC	122,54	7,06	2	0,03
ESTCODE	134,79	19,30	2	0,00
AHORRAND	123,24	7,76	2	0,02
NIVELEDU	125,10	9,62	2	0,01
EXP.EMPR	124,89	9,41	2	0,01

Fuente: El Autor

Los siguientes coeficientes de determinación indican que el porcentaje de variación explicado por las variables en el modelo oscila entre un 64% y 84%.

Tabla 4. Pseudo R-Cuadrado

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	0,75
Nagelkerke	0,84
McFadden	0,64

Fuente: El Autor

El poder predictivo del modelo global es de un 87%, siendo un poco mayor para la categoría “Está organizándose todavía”.

Tabla 5. Tabla de Clasificación

Observado	Predicción			
	Está organizándose todavía	Ha desistido de su esfuerzo	Está operacionalmente funcionando	Porcentaje Correcto
Está organizándose todavía	50	5	1	89,29
Ha desistido de su esfuerzo	5	48	3	85,71
Está operacionalmente funcionando	2	3	30	85,71
Porcentaje Global	38,78	38,10	23,13	87,07

Fuente: El Autor

Los dos cuadros siguientes presentan los resultados para cada una de las ecuaciones estimadas para las categorías “Está organizándose todavía” y “Ha desistido de su esfuerzo”, tomando como base la categoría “Está operacionalmente funcionando”. La incidencia de cada una de las variables en la clasificación de los Start-ups puede ser interpretada a través del odds-ratio $[\exp(\beta)]$ que es el logaritmo natural en base e elevado al valor del coeficiente de la variable. Así mismo, podemos fijarnos en el signo (positivo o negativo) del parámetro estimado para conocer por ejemplo que aquellos parámetros con coeficientes significativos negativos decrecen la probabilidad de que la variable específica esté en la categoría analizada.³⁶

Ahora un ejemplo de cómo interpretar los resultados. Al observar en el cuadro anterior la variable Financiación = Si, su correspondiente valor $\beta = 4,11$, y su odds-ratio igual a 61,08 tomando como base la categoría “Está operacionalmente funcionando”, se interpreta que existen 61 chances más de que un proyecto que necesita financiación haya desistido con relación a un proyecto que no necesita financiación.

³⁶ En negrilla se muestran los parámetros con coeficientes significativos al 5% o 10%.

Tabla 6. Estimación de Parámetros para Categoría 1

Estimación de Parámetros							
	B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	
Intercept	6,23	46,52	0,02	1	0,89		
PLAN DE NEGOCIOS =Si	-16,55	6,85	5,84	1	0,02	0,00	
PLAN DE NEGOCIOS = No	0,00	,	,	0	,	,	
INDUSTRIA = Manufactura y Otros	-1,96	1,64	1,42	1	0,02	0,14	
INDUSTRIA = Servicios y Comercio	0,00	,	,	0	,	,	
PROPIETARIOS =Solamente ud. y cónyuge	-4,73	1,97	5,74	1	0,02	0,01	
PROPIETARIOS =Usted y más gente	0,00	,	,	0	,	,	
FINANCIACION =Si	2,21	1,77	1,56	1	0,21	9,15	
FINANCIACION =No	0,00	,	,	0	,	,	
DESCRIPCION DEL NEGOCIO =Independiente	4,88	46,17	0,01	1	0,92	131,90	
DESCRIPCION DEL NEGOCIO =Otros	0,00	,	,	0	,	,	
EQUIPO DE TRABAJO =Si	-7,69	2,80	7,53	1	0,01	0,00	
EQUIPO DE TRABAJO =No	0,00	,	,	0	,	,	
MOTIVACION = Oportunidad	-4,59	2,60	3,11	1	0,08	0,01	
MOTIVACION =Necesidad	0,00	,	,	0	,	,	
TAMAÑO =Tan grande como sea posible	-5,36	2,22	5,81	1	0,02	0,00	
TAMAÑO =Que pueda manejar solo	0,00	,	,	0	,	,	
ECONOMIA COLOMBIANA = Volviéndose fuerte	4,29	2,67	2,58	1	0,11	72,74	
ECONOMIA COLOMBIANA = Volviéndose débil	7,12	3,26	4,78	1	0,03	1239,73	
ECONOMIA COLOMBIANA = Estable	0,00	,	,	0	,	,	
DESEMPLEO =Más desempleo	-5,67	3,55	2,55	1	0,11	0,00	
DESEMPLEO =Lo mismo	-7,80	2,87	7,39	1	0,01	0,00	
DESEMPLEO =Menos desempleo	0,00	,	,	0	,	,	
SEXO = Masculino	-10,31	4,67	4,87	1	0,03	0,00	
SEXO = Femenino	0,00	,	,	0	,	,	
MESES =De 1 a 6 meses	19,03	7,73	6,06	1	0,01	183068528,01	
MESES =De 7 a 12 meses	12,35	4,78	6,67	1	0,01	230894,74	
MESES = Más de 12 meses	0,00	,	,	0	,	,	
EDAD = Joven	8,99	3,67	6,01	1	0,01	8060,47	
EDAD = Viejo	0,00	,	,	0	,	,	
NIVEL SOCIOECONOMICO = Bajo y Medio	4,62	3,33	1,92	1	0,17	101,67	
NIVEL SOCIOECONOMICO = Alto	0,00	,	,	0	,	,	
VIVE EN PAREJA O SOLO = En pareja	8,67	2,94	8,72	1	0,00	5825,68	
VIVE EN PAREJA O SOLO = Solo	0,00	,	,	0	,	,	
AHORRANDO DINERO = Si	-1,19	1,39	0,74	1	0,39	0,30	
AHORRANDO DINERO = No	0,00	,	,	0	,	,	
NIVEL DE EDUCACION = Baja	-5,21	3,67	2,02	1	0,16	0,01	
NIVEL DE EDUCACION = Alta	0,00	,	,	0	,	,	
EXP. EN START-UPS = Uno	-7,67	3,30	5,42	1	0,02	0,00	
EXP. EN START-UPS = Más de uno	0,00	,	,	0	,	,	

Está organizándose todavía

Fuente: El Autor

Tabla 7. Estimación de Parámetros para Categoría 2

Estimación de Parámetros							
	B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	
Intercept	9,74	46,47	0,04	1	0,83		
PLAN DE NEGOCIOS = Si	-14,23	6,85	4,32	1	0,04	0,00	
PLAN DE NEGOCIOS = No	0,00	,	,	0	,	,	
INDUSTRIA =Manufactura y Otros	1,34	1,65	0,65	1	0,04	3,80	
INDUSTRIA =Servicios y Comercio	0,00	,	,	0	,	,	
PROPIETARIOS =Solamente ud. y cónyuge	-1,85	1,87	0,98	1	0,32	0,16	
PROPIETARIOS =Usted y más gente	0,00	,	,	0	,	,	
FINANCIACION =Si	4,11	1,87	4,86	1	0,03	61,08	
FINANCIACION =No	0,00	,	,	0	,	,	
DESCRIPCION DEL NEGOCIO =Independiente	0,77	46,13	0,00	1	0,99	2,16	
DESCRIPCION DEL NEGOCIO =Otros	0,00	,	,	0	,	,	
EQUIPO DE TRABAJO =Si	-8,65	2,81	9,50	1	0,00	0,00	
EQUIPO DE TRABAJO =No	0,00	,	,	0	,	,	
MOTIVACION = Oportunidad	-6,79	2,56	7,04	1	0,01	0,00	
MOTIVACION =Necesidad	0,00	,	,	0	,	,	
TAMAÑO =Tan grande como sea posible	-5,47	2,19	6,23	1	0,01	0,00	
TAMAÑO =Que pueda manejar solo	0,00	,	,	0	,	,	
ECONOMIA COLOMBIANA =1	0,01	2,73	0,00	1	1,00	1,01	
ECONOMIA COLOMBIANA =2	4,72	3,21	2,16	1	0,14	112,65	
ECONOMIA COLOMBIANA =3	0,00	,	,	0	,	,	
DESEMPLEO =Más desempleo	-6,22	3,48	3,19	1	0,07	0,00	
DESEMPLEO =Lo mismo	-7,60	2,79	7,42	1	0,01	0,00	
DESEMPLEO =Menos desempleo	0,00	,	,	0	,	,	
SEXO = Masculino	-10,20	4,66	4,79	1	0,03	0,00	
SEXO = Femenino	0,00	,	,	0	,	,	
MESES =De 1 a 6 meses	15,43	7,60	4,12	1	0,04	5021527,50	
MESES =De 7 a 12 meses	9,46	4,72	4,01	1	0,05	12874,27	
MESES = Más de 12 meses	0,00	,	,	0	,	,	
EDAD = Joven	8,91	3,71	5,75	1	0,02	7375,15	
EDAD = Viejo	0,00	,	,	0	,	,	
NIVEL SOCIOECONOMICO = Bajo y Medio	6,42	3,50	3,36	1	0,07	613,59	
NIVEL SOCIOECONOMICO = Alto	0,00	,	,	0	,	,	
VIVE EN PAREJA O SOLO = En pareja	7,15	2,91	6,01	1	0,01	1269,42	
VIVE EN PAREJA O SOLO = Solo	0,00	,	,	0	,	,	
AHORRANDO DINERO = Si	1,12	1,36	0,68	1	0,41	3,08	
AHORRANDO DINERO = No	0,00	,	,	0	,	,	
NIVEL DE EDUCACION = Baja	-2,68	3,76	0,51	1	0,48	0,07	
NIVEL DE EDUCACION = Alta	0,00	,	,	0	,	,	
EXP. EN START-UPS = Uno	-6,88	3,39	4,11	1	0,04	0,00	
EXP. EN START-UPS = Más de uno	0,00	,	,	0	,	,	

Ha desistido de su esfuerzo

A continuación resumimos los odds-ratio de las variables que resultaron significativas para las dos comparaciones que se hicieron:

Tabla 8. Resultados de Variables Significativas

Variables Significativas al 10%	Está organizándose todavía		Ha desistido de su esfuerzo	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
VARIABLES PERFIL DE NEGOCIO				
PLAN DE NEGOCIOS = Si	-16,55	0,00	-14,23	0,00
INDUSTRIA = Manufactura y Otros	-1,96	0,14	1,34	3,80
PROPIETARIOS = Solo, y ud. y cónyuge	-4,73	0,01	ns	ns
FINANCIACION = Si	ns	ns	4,11	61,08
EQUIPO DE TRABAJO = Si	ns	ns	-8,65	0,00
VARIABLES RETOS Y MOTIVACIONES				
MOTIVACION = Oportunidad	-4,59	0,01	-6,79	0,00
TAMAÑO = Tan grande como sea posible	-5,36	0,00	-5,47	0,00
VARIABLES AMBIENTE				
ECONOMIA COLOMBIANA = Volviéndose fuerte	4,29	72,74	ns	ns
ECONOMIA COLOMBIANA = Volviéndose débil	7,12	1239,73	ns	ns
DESEMPLEO = Más desempleo	-5,67	0,00	-6,22	0,00
DESEMPLEO = Lo mismo	-7,80	0,00	-7,60	0,00
VARIABLES PERFIL DEL EMPRENDEDOR				
SEXO = Masculino	-10,31	0,00	-10,20	0,00
MESES = De 1 a 6 meses	19,03	183068528,01	15,43	5021527,50
MESES = De 7 a 12 meses	12,35	230894,74	9,46	12874,27
EDAD = Joven	8,99	8060,47	8,91	7375,15
NIVEL SOCIOECONOMICO = Bajo y Medio	ns	ns	6,42	613,59
VIVE EN PAREJA O SOLO = En pareja	8,67	5825,68	7,15	1269,42
EXP. EN START-UPS = Uno	-7,67	0,00	-6,88	0,00

ns: no significativa

Fuente: El Autor

De este cuadro podemos ver de nuevo que el Plan de Negocios es una herramienta que debe tenerse en cuenta al desarrollar un proyecto de empresa, es decir, si se hace un plan de negocios se disminuye la probabilidad de que el proyecto esté todavía organizándose o que se deshaga la idea definitiva o temporalmente. Sin embargo, debemos tener cuidado al analizar este resultado. No queremos decir con éste que el Plan de Negocios es la clave principal para el éxito de un proceso de creación de empresas. Esta herramienta es una ayuda para la consecución del objetivo; le permite al emprendedor tener una guía, un método de organizar sus ideas. Esta variable podemos describirla como exógena al modelo pero también endógena ya que puede ser que las condiciones del emprendedor y de las mismas características de su tipo de negocio le den ciertas facilidades para llevar a cabo el Plan de Negocios. No podemos ver la causalidad exacta en el proceso de creación

de empresas pero si sabemos que es una ayuda importante para organizar el negocio y también para poder tener acceso a fuentes de financiación en instituciones formales. Es claramente, la carta de presentación de cualquier proyecto. Es de anotar que los cursos de capacitación se enfocan en la elaboración de éste.

Proyectos de manufactura y otros (minería, construcción y agricultura) tienen más chances de desistir que los proyectos de servicios y comercio. La probabilidad de que un proyecto esté todavía organizándose disminuye mientras la empresa sea propiedad del emprendedor o de su pareja, con relación a los proyectos o empresas individuales como los denomina Dávila (1986) en los cuales se involucran más inversionistas; así como disminuye para que un Start-up desista si forma un equipo de trabajo para llevar a cabo el proyecto. Además, El hecho de necesitar financiación aumenta la probabilidad de desfallecer en su intento comparado con aquellos que no la necesitan.

La motivación principal que tiene el emprendedor para decidirse a encaminarse por un Start-up es fundamental. Aquellos proyectos que fueron motivados por oportunidad, en vez de necesidad, tienen menor probabilidad de estar ubicados en las categorías “Organizándose todavía” y “Desistido de su esfuerzo”. A su vez, la ambición del emprendedor reflejada en el tamaño que desearía para su empresa en un futuro muestra que los proyectos grandes tienen mayor probabilidad de éxito en relación a las empresas que serían pequeñas.

Hay muchas más chances que un proyecto dirigido por un emprendedor que perciba que la economía colombiana se está volviendo débil esté organizándose todavía debido quizá a la incertidumbre que siente del ambiente económico en el cual se va a desenvolver el proyecto. Así mismo, la percepción del desempleo es una variable que puede incidir en la decisión del emprendedor sobre continuar o no su proyecto porque la probabilidad de estar organizándose o desistir disminuye si el emprendedor percibe que va a haber mayor desempleo.

Definitivamente, el género del emprendedor puede tener una importancia relativa sobre el logro del objetivo. Los hombres tienen menor probabilidad de estar todavía organizando su negocio o de desistir en su intento. Sin embargo, esto puede ser relativo ya que podemos pensar también que las mujeres tienden a demorarse más en desarrollar la idea de negocio y también por la situación de desventaja en la que se encuentra la mujer en nuestra sociedad. El período del proceso de creación de empresas es vital para la consecución de la meta así que el tiempo necesario para tener mayor probabilidad de crear la empresa, una vez terminada la capacitación, es mayor a los 12 meses. La edad del emprendedor también puede incidir en el proyecto ya que nuestros resultados indican que las personas menores de 40 años tienen un alto chance de estar organizándose o desistir con relación a los que tienen mayor edad. Además, no incide el hecho de haber tenido experiencia en procesos de creación de empresas para lograr el objetivo. Finalmente, el emprendedor que tiene operando la empresa se caracteriza por ser soltero.

Ahora que ya conocemos los resultados de nuestro estudio sería útil contrastarlos con la literatura revisada (Anexo H). De aquí podemos ver que existen ciertas características similares, como son: los empresarios son hombres con un buen nivel de educación y provenientes de familias de estratos 3 (41%), 4 (39%) y 5 (15%).³⁷ Reciben estímulo de sus familiares y conocidos; dedican todo su tiempo al Start-up y hacen parte de un equipo de trabajo para la creación del negocio. Intentan ser innovadores aunque en sectores tradicionales lo que demuestra su percepción de riesgo, ambiciosos y motivados por la oportunidad que les dan los mercados. Empiezan actividades con recursos propios o financiación de fuentes informales. Sin embargo, destacamos resultados ambiguos, como: la edad, la experiencia laboral y en creación de empresas, el tipo de negocios al cual dedican sus esfuerzos y la importancia del plan de negocios en el proceso mismo.

³⁷ Estos resultados, quizá, estén influenciados por la población base de este estudio.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis minucioso que hicimos tanto de la literatura internacional como de los resultados de nuestro estudio podemos describir a continuación las conclusiones más relevantes de la investigación. La metodología utilizada, aunque sabemos no es la mejor³⁸, nos brindó la posibilidad de saber un poco el comportamiento y el desarrollo de los procesos de creación de empresas que se llevan a cabo bajo la tutoría y asesoramiento de los Centros de Capacitación Empresarial más importantes de Bogotá sabiendo de antemano que era la única posibilidad que teníamos de estudiar a los emprendedores bogotanos.

Al dividir los proyectos de acuerdo al estado en el que se encontraban en el momento de la encuesta se obtuvieron resultados que nos confirmaron las evidencias encontrados internacionalmente y que nos dieron un acercamiento de la situación de los procesos de creación de empresas y un primer escalón para el desarrollo de este tipo de investigaciones en Colombia. De aquí podemos decir que dentro de la descripción sociodemográfica encontramos que los emprendedores que tienen operativamente funcionando su empresa son en su mayoría hombres³⁹ mayores de 40 años, provenientes de familias que tienen entre uno y tres hermanos y casi la mitad ocupa el lugar de hermano mayor, son solteros, con un nivel alto de educación⁴⁰, con posibilidades económicas⁴¹, residentes en Bogotá pero de diversos departamentos de origen (incluso uno extranjero), lo cual refleja su movilidad y determina las oportunidades de emprendimiento que representa la capital. Son emprendedores que no creen en la suerte, activos, adversos al riesgo, enfocados a sectores tradicionales, ambiciosos y soñadores⁴², “visionarios en vez de negociantes,

³⁸ Debido a que nos referimos a una población exacta. Sabemos que existen emprendedores que no necesariamente toman cursos de capacitación empresarial y que sería muy útil hacerlos parte de estudios posteriores.

³⁹ Resultado relativo si pensáramos que las mujeres tienden a demorarse más en desarrollar la idea de negocio.

⁴⁰ Estos resultados, quizá, estén influenciados por la población base de este estudio.

⁴¹ Estos resultados, quizá, estén influenciados por la población base de este estudio.

⁴² Quieren que su proyecto se convierta en pequeña empresa en cinco años (según número de empleados) y acceder a los mercados internacionales. De acuerdo la Ley Mipyme, se considera una microempresa a aquella que responda a hasta 10 empleados y una pequeña empresa que tenga entre 11 y 50 empleados.

futuristas”⁴³, dedicados de tiempo completo al Start-up, innovadores, con mucha confianza en sí mismos y que le apuestan al país sin importar el ambiente en el que se encuentra (desempleo, recesión) y la falta de apoyo institucional que sienten. Son emprendedores de oportunidad, ágiles, pendientes de cualquier nicho de mercado para sacar ventaja de éste. Se destaca, como dice Bidhé (2000), que son agentes que les gusta trasladar el riesgo a terceras personas (como los proveedores) y con habilidades para influenciarlas. Los empresarios heredan de sus padres (con empresa) el espíritu de montar un negocio y se ven influenciados por la buena imagen que tienen sus amigos o conocidos empresarios. Sus negocios comienzan en su residencia y se registran formalmente. Aunque, no muchos habían estado involucrados en un Start-up, su experiencia laboral le aporta al proceso.

Los empresarios son personas que dada la capacitación que recibieron se enfocaron en la realización del plan de negocios porque éste es una guía para desarrollar su idea de negocio pero que no siempre se termina formalmente. Sin embargo, no dedican mucho tiempo a buscar oportunidades, a investigaciones de mercado y a conocer la competencia. Ellos sortean las dificultades cada vez que se les presente, por eso se ve que sus ideas de negocio han cambiado mucho desde la idea original. Tenemos que anotar, de nuevo, que el plan de negocios no es la clave principal para crear empresa, ayuda a la organización de las actividades y como presentación del proyecto a inversionistas, aspecto en el cual los Centros de Capacitación enfatizan mucho⁴⁴.

Las ideas de negocios basadas en procesos de manufactura y otros (construcción, agricultura y minería) tienen más chances de desistir que los proyectos de servicios y comercio, quizá, por la fuerte inversión necesaria para crearlos. Así mismo, los proyectos conformados por equipos de trabajo tienen mejores perspectivas para el logro de su objetivo aunque es claro el aporte social y económico que reciben de sus

⁴³ Barrera, C. & Mantilla, A.C. (2002) *Empresarios de E-business en Colombia, 1997-2001. Pasado y Presente de los nuevos empresarios*. Tesis de Facultad de Administración. Universidad de Los Andes. p. 91.

familiares, siendo éstos los principales inversionistas de los emprendedores. De las otras fuentes de financiación, se destaca la negación de créditos por parte de inversionistas formales (instituciones financieras, inversión de Capital de riesgo, IFI, etc) lo que demuestra que el problema radica en la oferta y no en la demanda de este tipo de créditos. Hecho que contrasta con el estudio de la Caja Social. De esta manera, su principal fuente de financiación, como en la mayoría de países en desarrollo, son personas cercanas al equipo de trabajo o *angel investors*⁴⁵. Así mismo, en el modelo es claro evidenciar que el hecho de necesitar financiación aumenta la probabilidad de desistir en el proceso comparado con aquellos que no la necesitan. Y finalmente, la financiación o la falta de capital es uno de los problemas que más advierte el emprendedor que está enfrentando y que va a enfrentar en un futuro.

Con estos resultados podemos establecer políticas y recomendaciones que pueden desencadenar en un mejor ambiente de emprendimiento y como resultado final, un número mayor de empresas creadas en Colombia.

- (i) Hay un bajo uso de los servicios e incentivos por escaso conocimiento de los emprendedores. Por ejemplo con Fomypime, Expopyme, créditos y servicios del IFI. Es necesario implementar un plan de promoción eficiente.⁴⁶
- (ii) En cuanto al apoyo por medio de financiación, pudimos observar y analizar que aunque existen miles de millones de pesos –tal como lo advierte el Gobierno– este dinero no está destinado mayoritariamente a Start-up’s sino a pequeñas y medianas empresas, lo que demerita de una forma todo el esfuerzo del emprendedor por ser empresario. El necesita financiar su proyecto con sus propios recursos para demostrarle a las Entidades que si puede sostener su

⁴⁴ Debido a que los Centros de Capacitación tienen entre otras funciones, ser el vínculo entre el emprendedor y los inversionistas. Como lo hacen las incubadoras de empresas y la CCB.

⁴⁵ Como lo denomina la literatura del GEM, lo cual hace referencia a inversionistas informales (familiares, amigos, etc).

⁴⁶ Esta recomendación también es sugerida por Padro & Esse Asociados en la presentación “Cómo están funcionando los instrumentos de apoyo a las PYMES?” en el foro Colombia PYME del 13 de Noviembre de 2002 en Bogotá, D.C.

empresa y así recibir financiación de fuentes formales⁴⁷. Recordemos que el primer logro de una firma es convertirse en ella. Por esto, es necesario que las políticas del Gobierno se orienten para apoyar los procesos de creación de empresas. Uno de los medios para hacerlo es promover y fomentar la inversión de capital de riesgo en Colombia y acercar más inversionistas informales a los proyectos. Otro, puede ser, que la aprobación de los créditos esté basada en la valoración del proyecto y el plan de negocios y no simplemente en las garantías que el emprendedor debe tener.

- (iii) Fortalecer la Política Nacional para el Fomento del Espíritu Empresarial y la Creación de Empresas al reducir la incertidumbre y apoyar la comercialización; auditar las actividades de las instituciones de apoyo para la creación de empresas y hacer un seguimiento global de las ideas de negocios que se originan en éstas. Así mismo, como la misma Política lo advierte, promocionar el espíritu empresarial por medio de una estrategia masiva de comunicación.
- (iv) Dado que las personas mayores tienen más posibilidades que los jóvenes para crear empresa, es importante recoger sus experiencias al validar y expandir la metodología utilizada por el programa Jóvenes Exportadores del Ministerio de Comercio Exterior en el que los jóvenes emprendedores son capacitados por personas de experiencia y que han estado involucrados en varios start-ups.
- (v) Ser parte activa del GEM en un futuro es primordial para el ambiente emprendedor con el fin de comparar a Colombia con el resto del mundo y darnos cuenta en qué posición estamos, cuál es el impacto real de los Start-up's en el crecimiento económico, etc.
- (vi) Aún si no es factible a mediano plazo hacer parte del GEM, nuestro estudio tiene aspectos que pueden ser mejorados y que pueden responder vacíos de esta investigación, como por ejemplo: primero, hacerlo extensivo a otras ciudades del país utilizando la misma metodología de base de datos de emprendedores para obtener resultados a nivel nacional. Segundo, ampliar el período en el que los

⁴⁷ Sólo a 6 de los 81 emprendedores que pidieron financiación en las instituciones financieras les otorgaron el crédito.

emprendedores son escogidos ya que un resultado de nuestro estudio muestra que los proyectos tardan más de un año para convertirse en empresa. Tercero, es claro que a través de nuestro estudio no podíamos verificar dos aspectos que según la historia del empresariado en Colombia tienen relevancia: el comportamiento de diversificación de sus negocios, ni tampoco su relación con la política debido a que son variables que se ven en la evolución de la empresa y no en la creación de la misma. Sin embargo, sería importante que otro estudio tratara de incluir estos dos conceptos. Cuarto, adherirle a la encuesta el aspecto psicológico del emprendedor para obtener resultados más ciertos acerca de sus motivaciones y comportamientos. Y finalmente, realizar este tipo de investigaciones periódicamente para ver la trayectoria de los procesos de creación de empresas y obtener conclusiones que nos aproximen aún más a las dificultades, valores, comportamientos, tipos de negocios, entre otros de la actividad de emprendimiento de nuestro país.

BIBLIOGRAFIA

- Barrera, C. & Mantilla, A.C. (2002) *Empresarios de E-business en Colombia, 1997-2001. Pasado y Presente de los nuevos empresarios*. Tesis de Facultad de Administración. Universidad de Los Andes.
- Baumol, W. (1968). *Entrepreneurship in Economic Theory*. *American Economic Review*, 58, 64-71.
- Bert, H. (1951). *The Early History of Entrepreneurial Theory*. *Explorations in Entrepreneurial History* 3: 193-220.
- Bidh , A. (2000) *Origen y Evoluci3n de nuevas empresas*. México: Oxford University Express.
- Buchele, R. (1967). *Business policy in growing firms*. Scranton, PA: Chandler Publishing Company.
- Carter, N.M., Gartner, W.B. & Reynolds, P.D. (1996). *Exploring start-up event sequences*. *Journal of Business Venturing*, 11, 151-166.
- Charry, L., (2003, 15 de julio). *Empresarios... sin el "micro"*, Peri3dico EL TIEMPO, Secci3n Econ3micas, 1-13.
- Chrisman, J.J., Bauerschmidt, A. y Hofer, C. (1998) *The determinants of new venture performance: An extended model*. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol.23 Issue 1.
- Cohen, L. (1996). *Managing the transition: employment to self-employment*. *Small Business and Enterprise Development*, 3, 13-22.
- Cooper, A.C. & Bruno, A.V. (1977). *Success among high-technology firms*. *Business Horizons*, 20(2), 16-22.
- Cooper, A.C. & Dunkelberg, W.C. (1987). *Entrepreneurial Research: old questions, new answers and methodological issues*. *American Journal of Small Business*, 1, 11-23.
- Cooper, A.C. & Gascon, F. (1992). *Entrepreneurs, processes of founding, and new-firm performance*. In D. Sexton & J. Kasarda (Eds.), *The state of art of entrepreneurship*, 301-340. Boston: PWS-Kent.
- Covin, L. & Covin, T. (1990). *Competitive, aggressiveness, environmental context, and small firm performance*. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 14(4), 35-50.

Dávila, C. (1986) *El Empresariado Colombiano: Una perspectiva histórica*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Duschesneau, D. & Gartner, W. (1988). A profile of new venture success and failure in a emerging industry.

Evans, D.S. & Leighton, L.S. (1989). Some empirical aspects of entrepreneurship. *American Economic Review*, 79, 519-535.

Frederic, D. (2000) Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol.12 Issue 1.

Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10, 696-706.

Gartner, W.B. (1988). "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.

Katz, J. & Gartner, W.B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*. 31(4), 429-441.

Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press, Chicago.

McDougall, P.P., Robinson, R.B., Jr., & DeNisi, A. (1992). Modelling new venture performance: An analysis of new venture strategy. *Journal of Business Venturing*, 7, 267-289.

Montañés, M. *Dinámica, Funcionamiento y Contenido de las entrevistas individuales y grupales*. (2001). Asociación para la Cooperación con el Sur (ACSUR).

Molina, L.F. (1998) *Empresarios Colombianos del Siglo XIX*. Bogotá: Banco de la República.

ONU. (1973). *Breve Manual de Muestreo*. Vol 1. New York: Publicaciones de las Naciones Unidas.

Peters, T.J. & Waterman, R.H. (1982). *In search of excellence: Lessons from America's best-run companies*. New York: Warner.

Peterson, R.A. (2000). *Constructing Effective Questionnaires*. London: Sage Publications, Inc.

Porter, M.E. (1980). *Competitive strategy*. New York: The Free Press.

Reynolds, P.D. (1997b). Who starts new firms? Preliminary explorations fo firms-in-gestation. *Small Business Economics*, 9, 449-462.

Reynolds, P.D. (2000). National Panel Study of U.S. Business Startups: Background and Methodology. *Databases for the Study of Entrepreneurship*, Volume 4, 153-227.

Sandberg, W. R. (1986). *New venture performance: The role of strategy and industry structure*. Lexington, MA: Lexington Books.

Sandberg, W.R. & Hofer, C.W. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business Venturing*, 2, 5-28.

Sapienza, H.J. & Grimm, C.M. (1997). Founder characteristics, Start-up process, and Strategy/Structure Variables as Predictors of Shortline Railroad Performance. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 22, Issue 1.

Scheaffer, R.L., Mendenhall, W. & Otr, L. (1986). *Elementos de Muestreo*. México, D.F.: Grupo Ed. Iberoamérica.

Scherer, R.F., Brodzinski, J.D. & Wiebe, F.A. (1991). Examing the relationship between personality and entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship & Regional Development*, 3, 195-206.

Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurshio. En Kent, Sexton & Vesper (Eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90.

Stevenson, H.H. & Gumpert, D.E. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63(2), 85-94.

Susbauer, J.C. (1979). Strategic Management: New Ventures and small business. En Schendel & Hofer (Eds.), *Strategic Management: A new view of business policy and planning*, 327-332. Boston: Little, Brown.

Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship: The Social Science View*. New York: Oxford University Press Inc.

Schumpeter, J.A. (1911). *The Theory of Economic Development*. New York: Oxford University Press.

Schumpeter, J.A. (1939). *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis od the Capitalist Process*. New York: McGraw Hill.

Silva, J.E. (2002). *Cómo iniciar su propio negocio: El Perfil del Empresario*. Escuela de Administración de Negocios.

Storey, D. (1994). *Understanding the Small Business Sector* (London: Routledge).

Van Gelderen, M., Bosma, N. & Thurik, R. (2001). *Setting Up a Business in the Netherlands: Who starts, Who gives up, Who is still trying*. ERIM Report Series Research in Management, 15.

ANEXO A. Literatura sobre comportamiento de la nueva firma

	Genero	Edad (jóven-adulto)	Educación (alta-baja)	Ingreso personal	Exp. laboral	Exp. en admón.	Exp. en startups	Sector Manu-factura	Sector Comercio	Sector Servicios	Ambición	Plan de negocios	Info, y guía	Tiempo invertido (completo-medio)	Solo-equipo de trabajo	Capital inicial	Prestamos
Basu & Goswami (1999)			+		A	A		A					A	-		A	
Boden & Nucci (2000)			+		+	A			-	A				-		+	
Bruderl & Preissendorfer (1998)	A		+		+	A	A	+	A	A			+			+	
Carter, William & Reynolds (1997)	+						+								+		
Cooper & Gascon (1992)	+	+/-	+			+	+/-	+/-	+/-			+/-	+		+	+	+/-
Fasci & Valdez (1998)	+	A	A		+									-			
Frese, van Gelderen & Ombach (2000)	A	A	A					A	A	A				-		A	
Gartner, Starr & Bhat (1998)													A				A
Honig (1998)	+		+													+	+
Lerner, Brush & Hisrich (1997)			A		+		A	-					+				+
Lussier (1995)		+	+			+						+	+		+	+	
Reid & Smith (2000)			A								A	-		A		+	A
Reid (1999)			A								A	A		A	A	A	-
Sapienza & Grimm (1997)		A	+									A	A		A	+	
Van Gelderen, Bosma & Thurik (2001)	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	A	+	-	+	+	+

A: Resultado ambiguo

+: Factor que contribuye positivamente al comportamiento

-: Factor que contribuye negativamente al comportamiento

ANEXO B. Principales Resultados Proyecto GEM2002

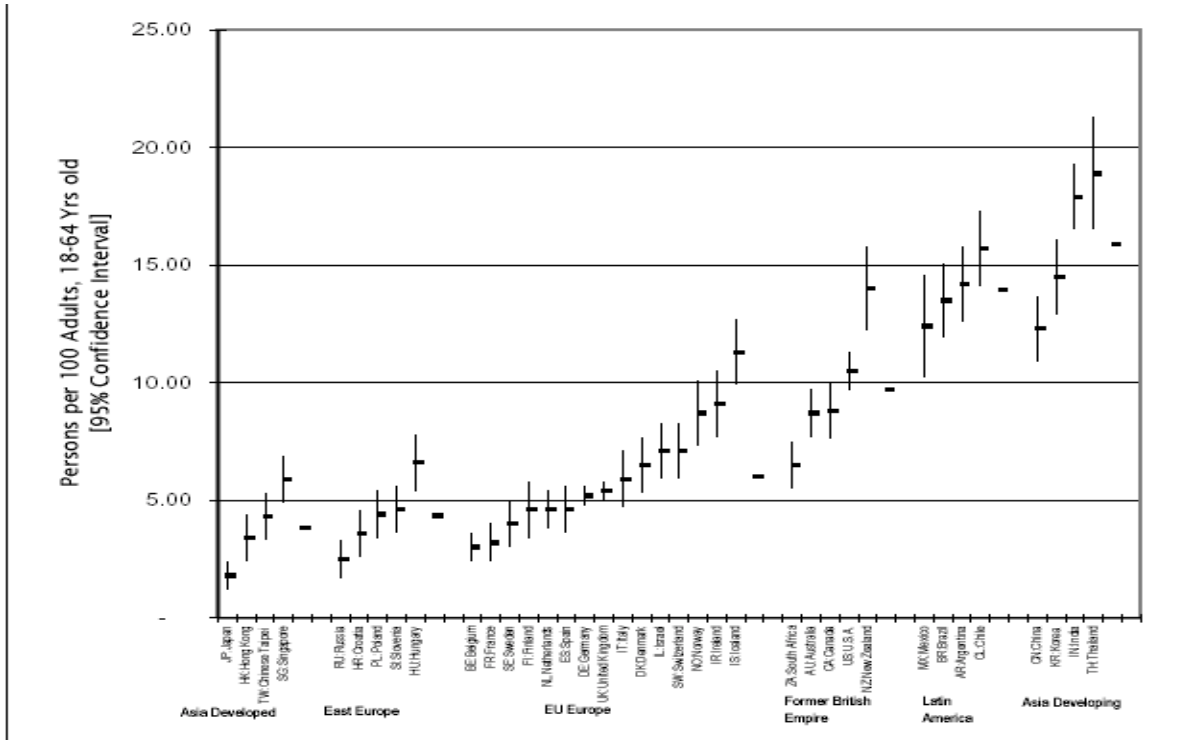


Figura 1. Índice Total de Actividad Emprendedora – países por región (TEA)

Las barras verticales representan el intervalo al 95% de confianza.
La longitud de las barras refleja el tamaño de la muestra.

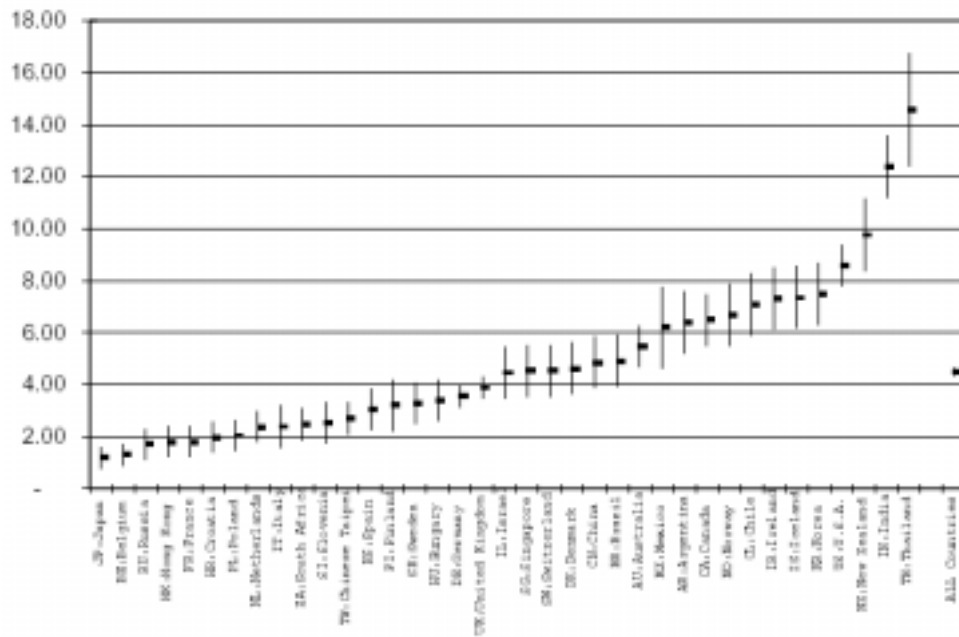


Figura 2. Actividad de Emprendimiento basado en Oportunidad

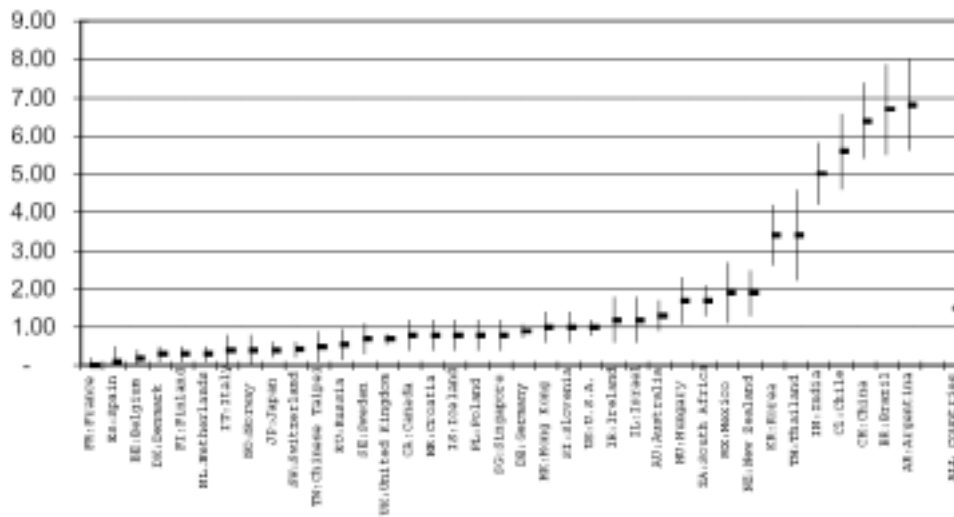


Figura 3. Actividad de Emprendimiento basado en Necesidad

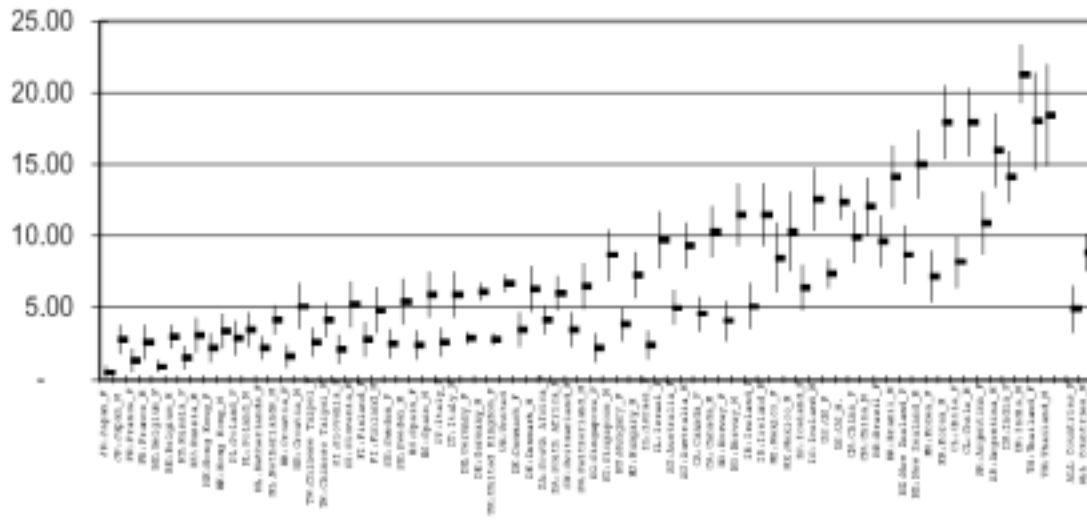


Figura 4. Actividad de Emprendimiento por Género

ANEXO C. Cuestionario

[Ver Archivo Encuesta Emprendedores Anexo C.xls](#)



CODIGO PREGUNTA

- PN1 Entendemos que usted ha estado envuelto en algún *proceso de creación de empresas* (start-up) y nos gustaría hacerle algunas preguntas acerca de su esfuerzo. *Primero, en cuántos start-ups ha estado usted envuelto?*
 Ninguno Por qué? _____
 _____ Terminar
 Uno (1)
 Número _____
- PN2 Para este estudio, nos queremos focalizar en el más reciente y el más importante. Primero, cómo clasificaría su firma?
 Está operacionalmente funcionando
 Está organizándose todavía Por qué? _____
 Ha postergado temporalmente su esfuerzo Por qué? _____
 Ha abandonado completamente su esfuerzo Por qué? _____
- PN3 Cómo consideraría su nueva empresa?
 Distribución a gran escala
 Distribución y venta al por menor
 Restaurante, Taberna, Bar
 Servicio al cliente
 Servicios de salud, educación o social
 Comunicaciones
 Finanzas
 Seguros
 Sector Real
 Consultoría
 Alta tecnología
 Algo más (Especifique) _____
 No sabe
- PN4 En qué sector está o estaría su nueva empresa?
 Manufactura
 Construcción
 Agricultura
 Minería
 Servicios
 Algo más (especifique) _____
 No sabe
- PN5 Cuál es o sería el nombre de este nuevo negocio? De qué forma lo denomina cuando habla de éste a otras personas?
 Nombre del Negocio _____
 No tiene nombre
 No sabe
- PN6 Un plan de negocios generalmente subraya los mercados a ser cubiertos, los productos o servicios, los recursos requeridos, el crecimiento esperado y su beneficio. Ha preparado un plan de negocios para este start-up?
 Si Ir a PN8
 No
 No sabe
- PN7 No ha preparado el plan de negocio, o no es relevante para este negocio?

CODIGO	PREGUNTA
--------	----------

- No todavía Ir a PN11
- No es relevante Ir a PN11
- No sabe Ir a PN11

PN8 El plan de negocio está en proceso o ya lo terminó?

En proceso

Está completo

No sabe

PN9 Cuál es la forma actual de su plan de negocio: no está escrito o está en su mente, informalmente escrito, escrito, formalmente preparado, o algo más?

No está escrito o está en su mente

Informalmente escrito

Escrito

Formalmente preparado

Algo más (Especifique) _____

No sabe

PN10 Hace cuántos meses comenzó a trabajar en el plan de negocios?

Número de Meses _____

No sabe

PN11 Se tiene organizado un equipo de trabajo para el start-up? (Un equipo de trabajo es más de una persona que ayuda a crear la empresa, esperando compartir la sociedad)

Si Ir a PN13

No

No sabe

PN12 Comenzará a organizar un equipo de trabajo o no es relevante para este negocio? (Los equipos de trabajo son aquellos que están compuestos por gente activa para administrar y operar el negocio. Los propietarios que no son administradores no son parte del equipo de trabajo)

El equipo será organizado Ir a PN15

No es relevante Ir a PN15

No sabe Ir a PN15

PN13 La organización del equipo de trabajo está en proceso o ya la terminó?

En proceso

Está completo

No sabe

PN14 Hace cuántos meses comenzó a organizar el equipo de trabajo?

Número de Meses _____

No sabe

PN15 Cuánta gente es o sería propietaria de la empresa?

Solamente usted Ir a PN17

Usted y conyuge solamente

Usted y más gente

No sabe

PN16 Usted ha dicho que usted y otra(s) persona(s) esperan ser propietarios de este nuevo negocio. Nos gustaría hacer una lista de aquellos que participarían en la empresa. Por favor deme solamente los nombres, así nosotros podemos hablar de ellos sin conocer su identidad completamente. Incluya además cualquier institución financiera que hará o haría parte del negocio, porque le preguntaremos que porcentaje de participación tendrá cada uno en la empresa. Si hay más de cinco, por favor seleccione los que vayan a tener la más alta participación en la empresa.

Nombre	Parentesco	Porcentaje (%)
a.		

CODIGO

PREGUNTA

b.	_____	_____	_____
c.	_____	_____	_____
d.	_____	_____	_____
e.	_____	_____	_____
	Debe ser igual a 100%	Total	

PN17 Cuál es o sería el producto o servicio principal de este nuevo negocio? _____

PN18 Los productos y servicios a ser brindados por su negocio estaban en el mercado hace 5 años?

Si

No

No sabe

PN19 Diría que es o sería un producto que es durable (diseñado para durar más de 3 años) o no durable (diseñado para durar menos de 3 años)? Por favor, si su nueva empresa va a brindar servicios, marque No sabe/No aplica.

Durable

No durable

No sabe/No aplica

PN20 En qué etapa de desarrollo salió o saldría al mercado el producto o servicio que brindará?

Completo y listo para la venta

Prototipo o un procedimiento de prueba con clientes

Procedimiento esté siendo desarrollado

Todavía en la idea Ir a PN22

No se ha hecho ningún trabajo sobre el producto o servicio Ir a PN22

No sabe Ir a PN22

PN21 Hace cuántos meses comenzó a desarrollar el modelo o procedimiento para el producto o servicio que venderá?

Número de Meses _____

No sabe

PN22 Ha comenzado a hacer esfuerzos de marketing y promocionales al producto o servicio que venderá?

Si

No Ir a PN24

No sabe Ir a PN24

PN23 Hace cuántos meses comenzó a hacer esfuerzos de marketing y promocionales al producto o servicio que venderá?

Número de Meses _____

No sabe

PN24 Ha hecho un esfuerzo para definir las oportunidades de mercado al hablar con clientes potenciales o al obtener información de la competencia?

Si Ir a PN26

No

No sabe

PN25 Hará un esfuerzo para definir las oportunidades de mercado al hablar con clientes potenciales o al obtener información de la competencia, o no es relevante?

El esfuerzo será hecho para definir oportunidades Ir a PN27

No es relevante Ir a PN27

No sabe Ir a PN27

PN26 Hace cuántos meses comenzó a definir las oportunidades del mercado?

Número de Meses _____

No sabe

PN27 Nos gustaría saber un poco más de la etapa en la que está su nuevo proyecto. Primero, la nueva empresa ha recibido algún dinero, ingreso o honorarios de la venta de bienes o servicios?

Si

No Ir a PN32

PN28 Hace cuántos meses recibió el primer ingreso?
 Número de Meses _____
 No sabe

PN29 El ingreso mensual de la nueva empresa excede ahora los gastos mensuales?
 Si
 No Ir a PN32

PN30 Hace cuántos meses comenzó a pasar esto?
 Número de Meses _____
 No sabe

PN31 Qué porcentaje de sus gastos personales mensuales le cubre esta nueva empresa?
 Más del 100%
 Entre 81% y 100%
 Entre 61% y 80%
 Entre 41% y 60%
 Entre 21% y 40%
 Entre 0% y 20%

PN32 Ha contratado empleados con pago (trabajadores que no compartirían la propiedad)?
 Si Ir a PN34
 No
 No sabe Ir a PN37

PN33 Algún empleado o administrador será o sería contratado con pago, o no es relevante para su negocio?
 Serán contratados con pago Ir a PN37
 No es relevante Ir a PN37
 No sabe Ir a PN37

PN34 Hace cuántos meses contrató a la primera persona?
 Número de Meses _____
 No sabe

PN35 Cuántos empleados trabajan de tiempo completo en esta empresa - 35 o más horas a la semana?
 Número de personas _____
 No sabe

PN36 Cuántos empleados trabajan de medio tiempo en esta empresa - menos de 35 horas a la semana?
 Número de personas _____
 No sabe

PN37 Tiene algún tipo de materiales, inventarios o propiamente ha comprado o arrendado para la nueva empresa?
 Si Ir a PN39
 No
 No sabe Ir a PN40

PN38 Comprará algún tipo de materiales, inventarios u otros componentes, o piensa que no es relevante?
 Intentará comprar Ir a PN40
 No es relevante Ir a PN40
 No sabe Ir a PN40

PN39 Hace cuántos meses compró algún tipo de materiales, inventarios u otros componentes?
 Número de Meses _____
 No sabe

CODIGO

PREGUNTA

- PN40 Tiene algún tipo de items como equipos, facilidades y locaciones o propiamente ha comprado o arrendado para la nueva empresa?
 Si Ir a PN42
 No
 No sabe Ir a PN43
- PN41 Hará alguna compra de cualquier tipo de items como equipos, facilidades y locaciones o propiamente ha comprado o arrendado para la nueva empresa; o le parece que no es relevante?
 Habrá una compra o arriendo Ir a PN43
 No es relevante Ir a PN43
 No sabe Ir a PN43
- PN42 Hace cuántos meses comenzó la compra o arriendo?
 Número de Meses _____
 No sabe
- PN43 Cómo describiría la locación donde este negocio desarrolla o desarrollaría sus actividades? Es una residencia de su propiedad, como una casa, garaje, finca; está en el mismo lugar de una empresa existente; está en un lugar especial para el start-up, como un espacio arrendado, una incubadora, o algo parecido; o no se tiene tan desarrollada la empresa que no necesita una ubicación específica?
 Residencia o de su propiedad
 Lugar de una empresa existente
 Ubicación especial
 No necesita una ubicación todavía
 Otro (Especifique) _____
 No sabe
- PN44 Ha proyectado estados financieros, tales como ingresos y flujos de caja o ha desarrollado algún análisis de punto de equilibrio?
 Si
 No Ir a PN46
 No sabe Ir a PN46
- PN45 Hace cuántos meses comenzó a hacer proyecciones financieras?
 Número de Meses _____
 No sabe
- PN46 Tiene una cuenta bancaria abierta exclusivamente para su empresa nueva?
 Si
 No tiene cuenta Ir a PN48
 Está usando una cuenta existente
 No sabe Ir a PN48
- PN47 Hace cuántos meses comenzó a usar esta cuenta bancaria para el nuevo negocio?
 Número de Meses _____
 No sabe
- PN48 La nueva empresa tiene registrado su número telefónico en el directorio de teléfonos? (Nota: si no lo tiene registrado porque es una empresa de internet, responda Si)
 Si
 No Ir a PN51
 Comparte un número de teléfono existente Ir a PN50
 No sabe Ir a PN51
- PN49 Hace cuántos meses lo registró?
 Número de Meses _____
 No sabe

PN50 La empresa tiene su propia línea telefónica o es compartida con otra empresa o con un hogar? (Nota: si no lo tiene línea porque es una empresa de internet, marque la opción 4)

- Líneas separadas
- Compartida con otra empresa
- Compartida con el hogar
- Solamente dirección en internet
- No sabe

PN51 La nueva empresa ha pagado algún tipo de impuesto?

- Si
- No Ir a PN53
- No sabe Ir a PN53

PN52 Hace cuántos meses realizó el primer pago?

- Número de Meses _____
- No sabe

PN53 La nueva empresa está registrada formal y legalmente en la Cámara de Comercio? -Lea los pasos si es necesario: Esto es, cumplir los pasos de formalización en cada etapa: *comercial* (tipo de sociedad, nombre, minuta de constitución, escritura pública, registro mercantil, libros de contabilidad, certificado de existencia y representación legal), *tributaria* (trámites de orden nacional y distrital), *de funcionamiento* (Uso del suelo, licencia ambiental, bomberos, sanidad, registro INVIMA) y *laboral*.

- Si
- No Ir a PN55
- No sabe Ir a PN55

PN54 Hace cuántos meses registró su empresa?

- Número de Meses _____ Ir a PN56
- No sabe Ir a PN56

PN55 Registrará su empresa en la Cámara de Comercio, o no es relevante para su negocio?

- Se registrará
- No es relevante Por qué? _____
_____ Ir a PN57
- No sabe Ir a PN57

PN56 Cuál es o sería la forma legal inicial del nuevo negocio? Lea las definiciones si es necesario: *empresa unipersonal* (una persona es propietaria), *sociedad colectiva* (Constituida por 2 o más personas, los socios pueden aportar dinero o bienes y su responsabilidad es ilimitada y solidaria), *sociedad en comandita simple* (Constituida por 2 o más personas de las cuales por lo menos una tiene responsabilidad ilimitada), *sociedad anónima* (Formada con un mínimo de 5 socios. El capital aportado está representado en acciones), *sociedad en comandita por acciones* (Se constituye por uno o más socios con responsabilidad ilimitada y cinco o más socios con responsabilidad limitada. El capital está representado en títulos de igual valor), *sociedad de responsabilidad limitada* (Los socios pueden ser mínimo dos, máximo 25), Sociedad sin ánimo de lucro.

- Empresa Unipersonal
- Sociedad Colectiva
- Sociedad en Comandita Simple
- Sociedad Anónima
- Sociedad en Comandita por Acciones
- Sociedad de Responsabilidad Limitada
- Sociedad sin ánimo de lucro
- Otro (Especifique) _____
- No sabe

PN57 Ha pedido algún tipo de financiación o cree que no es relevante para este start-up?

- Ya pidió financiación

CODIGO

PREGUNTA

Se pedirá financiación Ir a PN59
 No es relevante Por qué? _____

Ir a M1

PN58 Hace cuántos meses comenzó a buscar financiación?
 Número de Meses _____
 No sabe

PN59 De las siguientes fuentes de financiación, queremos conocer algunos aspectos:

Pedirá o ha pedido financiación a:			Si ha pedido financiación la respuesta fue...			Cuánto dinero espera de ésta?
	SI	NO	SI	NO	PENDIENTE	
a. Su conyuge o compañero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
b. Conyuges o compañeros de otro participante del start-up.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
c. Amigos suyos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
d. Amigos de otro participante del start-up	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
e. Familiares suyos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
f. Familiares de otro participante del start-up	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
g. Actual empleador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
h. Bancos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
i. Inversionistas de capital de riesgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
j. Empresa de financiación personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____
k. Otra fuente de financiación (Cuál?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	\$ _____

PN60 Ha establecido algún crédito con un proveedor?
 Si
 No Ir a PN62

PN61 Hace cuántos meses fue hecho el primer crédito?
 Número de Meses _____
 No sabe

PN62 Cuánto necesitaría la nueva empresa, en financiación, antes de convertirse en autosuficiente; que es, antes de que el ingreso mensual sea mayor que todos los gastos mensuales, salarios, inventarios, intereses, impuestos, etc.
 Pesos (\$) _____
 Financiación ya recibida Ir a PN64
 No necesita financiación Ir a M1
 No sabe Ir a PN64

PN63 Cuántos meses cree usted que pasarán antes de que esta nueva firma sea capaz de pagar todos los costos de toda la financiación pedida?
 Número de meses _____
 Ya ha sido pagado
 No sabe

PN64 Conoce las líneas de crédito del Instituto de Fomento Industrial y el Fondo Nacional de Garantías?
 Si
 No Ir a M1

PN65 Han pedido financiación en éstas entidades para esta nueva empresa?
 Si
 No Ir a M1
 No es relevante Ir a M1

CODIGO

PREGUNTA

- PN66 La respuesta que le dió fue "si" o "no", o la petición todavía está pendiente?
 Si me dará la financiación
 No me dará la financiación Ir a M1
 Petición pendiente
 No sabe Ir a M1
- PN67 Cuánto dinero espera de esta financiación?
 Pesos (\$) _____
 No sabe
- M1 Ahora vamos a hablar un poco de las motivaciones que tuvo para involucrarse en un proceso de creación de empresa. Primero, el esfuerzo por crear la empresa es propia, como parte de su actual trabajo para un empleador o como una mezcla de estos?
 Propio
 Parte para el empleador
 Mezcla
 No sabe
- M2 Describiría este nuevo negocio como:
 Independiente creado por una sola persona o por un equipo de trabajo Ir a M4
 Un compra o posesión de un negocio existente
 Una franquicia o iniciativa de marketing global Ir a M4
 Un start-up patrocinado por un negocio existente Ir a M4
 Otro (Especifique) _____ Ir a M4
 No sabe Ir a M4
- M3 La posesión es una compra de una empresa que pertenecía a la familia, aparte de la familia o es heredada?
 Compra de un negocio aparte de la familia Ir a M5
 Compra de un negocio de un miembro de la familia Ir a M5
 Heredada Ir a M5
 No sabe Ir a M5
- M4 Por qué quiere comenzar este negocio? _____

- M5 Considera ud. que la motivación principal para comenzar este negocio es porque vió la oportunidad en el mercado o por necesidad dadas las condiciones que estaba viviendo?
 Oportunidad
 Necesidad
- M6 Por qué espera que el nuevo negocio tenga éxito? _____

- M7 Brevemente, cómo desarrollo la idea original para comenzar un negocio?

- M8 Qué ocurrió primero: la idea del negocio o su decisión de comenzar cualquier tipo de negocio?
 La idea del negocio o la oportunidad ocurrió primero
 El deseo de comenzar un negocio ocurrió primero
 La idea o la oportunidad, y el deseo de tener un negocio ocurrieron al mismo tiempo
- M9 Si usted estaba buscando una idea apropiada para un negocio, aproximadamente cuántas fueron consideradas antes de seleccionar esta idea?
 1 6 a 9
 2 10 a 19
 3 20 a 39

4 Más de 40 5

M10 La idea del negocio o la oportunidad ha cambiado mucho desde el comienzo o es mucho más atractiva el concepto original?

La idea o la oportunidad ha cambiado mucho La idea o la oportunidad ha cambiado un poco La idea o la oportunidad es más o menos la misma

M11 Ha invertido tiempo pensando acerca de comenzar un nuevo negocio, o la idea le surgió derrepente?

Invertí un poco de tiempo La idea surgió derrepente Otro (Especifique) _____No sabe

Ir a Cuestionario #2

M12 Hace cuántos meses comenzó a pensar en este nuevo negocio?

Número de Meses _____No sabe

Le reiteramos nuestro agradecimiento por su colaboración y lo invitamos a que se tome un descanso, y pueda compartir con personas que tienen sus mismos objetivos.



- M1 Primero, el esfuerzo por crear la empresa es propia, como parte de su actual trabajo para un empleador o como una mezcla de estos?
- Propio
- Parte para el empleador
- Mezcla
- No sabe
- M2 Describiría este nuevo negocio como:
- Independiente creado por una sola persona o por un equipo de trabajo | Ir a M5
- Un compra o posesión de un negocio existente | Ir a M3
- Una franquicia o iniciativa de marketing global | Ir a M5
- Un start-up patrocinado por un negocio existente | Ir a M4
- Otro (Especifique) _____ | Ir a M5
- No sabe | Ir a M5
- M3 La posesión es una compra de una empresa que pertenecía a la familia, afuera de la familia o es heredada?
- Compra de un negocio de fuera de la familia Ir a M5
- Compra de un negocio de un miembro de la familia Ir a M5
- Heredada Ir a M5
- No sabe Ir a M5
- M4 Es está una nueva empresa de una nueva marca o subsidiaria de un negocio existente, o una nueva entidad legal propiedad de una o más empresas?
- Nueva marca o subsidiaria de un negocio existente
- Nueva entidad legal propiedad de una o más empresas
- No sabe
- M5 Por qué quiere comenzar este negocio? _____
-
-
- M6 Considera ud. que la motivación principal para comenzar este negocio es porque vió la oportunidad en el mercado o por simple necesidad?
- Oportunidad
- Necesidad
- M7 Por qué espera que el nuevo negocio tenga éxito? _____
-
-
- M8 Brevemente, cómo desarrollo la idea original para comenzar un negocio?
-
-
-
- M9 Qué ocurrió primero: la idea del negocio o su decisión de comenzar cualquier tipo de negocio?
- La idea del negocio o la oportunidad ocurrió primero |
- El deseo de comenzar un negocio ocurrió primero |
- La idea o la oportunidad, y el deseo de tener un negocio ocurrieron al mismo tiempo |
- M10 Si usted estaba buscando una idea apropiada para un negocio, aproximadamente cuántas fueron consideradas antes de
- 1 6 a 9
- 2 10 a 19
- 3 20 a 39
- 4 más de 40
- 5
- M11 La idea del negocio o la oportunidad ha cambiado mucho desde el comienzo o es mucho más atractiva el concepto original?
- La idea o la oportunidad ha cambiado mucho
- La idea o la oportunidad ha cambiado un poco
- La idea o la oportunidad es más o menos la misma
- M12 Ha invertido tiempo pensando acerca de comenzar un nuevo negocio, o la idea le surgió derrepente?
- Invertí un poco de tiempo
- La idea surgió derrepente
- Otro (Especifique) _____
- No sabe Ir a A1
- M13 Hace cuántos meses comenzó a pensar en este nuevo negocio?
- Número de Meses _____
- No sabe



CODIGO

PREGUNTA

- A1 Conoce la Ley 590 de 2000 - Ley Mipyme para la promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana, creada por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Desarrollo Económico?
 Si
 No Ir a A3
- A2 Qué beneficios cree ud. y/o su equipo de trabajo ha recibido de ésta, para la creación de su nueva empresa?

- A3 Cómo describiría la economía colombiana?
 Volviéndose fuerte
 Estable
 Volviéndose débil
- A4 Diría ud. que las condiciones económicas del país son mejores o peores que hace un año?
 Mejores
 Peores
 Iguales
- A5 Diría ud. que las condiciones económicas del país estarán mejores o peores dentro de un año, que hoy en día?
 Mejores
 Peores
 Iguales
- A6 Cree. ud que durante los próximos 12 meses va a haber más desempleo que hoy en día?
 Más desempleo
 Lo mismo
 Menos desempleo
- A7 Ud. como emprendedor y futuro empresario cómo consideraría el ALCA?
 Como una oportunidad para la nueva empresa
 Como un riesgo para la nueva empresa
 No sabe
- A8 Sus padres trabajaron por su cuenta o establecieron sus propios negocios, sólo o juntos?
 Si
 No Ir a A22
- A9 Fue solamente el negocio de su padre, solamente el negocio de su madre, un negocio compartido, dos carreras separadas estableciendo negocios, o alguna otra combinación?
 Solamente el negocio de su padre
 Solamente el negocio de su madre Ir a A14
 Un negocio compartido Ir a A18
 Dos carreras separadas estableciendo negocios
 Alguna otra combinación
- A10 Cuántos negocios diferentes estableció su padre?
 Número _____
 No sabe
 Cero (0) Ir a A14
- A11 Por cuántos años su padre tuvo su(s) propio(s) negocio(s)?
 Años _____
 No sabe
- A12Cuál fue el mayor número de empleados pagos, familiares o no familiares, que trabajaron para el(los) negocio(s) de su padre?
 Número _____
 No sabe
- A13 Usted trabajó de tiempo completo o de medio tiempo en la(s) empresa(s) de su padre?

- Si, de tiempo completo
- Si, de medio tiempo
- No
- No sabe

A14 Cuántos negocios diferentes estableció su madre?

- Número _____
- No sabe
- Cero (0)

Ir a A18

A15 Por cuántos años su madre tuvo su(s) propio(s) negocio(s)?

- Años _____
- No sabe

A16Cuál fue el mayor número de empleados pagos, familiares o no familiares, que trabajaron para el(los) negocio(s) de su madre?

- Número _____
- No sabe

A17 Usted trabajó de tiempo completo o de medio tiempo en la(s) empresa(s) de su madre?

- Si, de tiempo completo
- Si, de medio tiempo
- No

A18 Cuántos negocios diferentes establecieron sus padres conjuntamente?

- Número _____
- No sabe
- Cero (0)

A19 Por cuántos años sus padres tuvieron su(s) propio(s) negocio(s)?

- Años _____
- No sabe

A20Cuál fue el mayor número de empleados pagos, familiares o no familiares, que trabajaron para cualquiera de el(los) negocio(s) de sus padres?

- Número _____
- No sabe

A21 Usted trabajó de tiempo completo o de medio tiempo en la(s) empresa(s) de sus padres?

- Si, de tiempo completo
- Si, de medio tiempo
- No

A22 Entre otros conocidos (aparte de sus padres). La mayoría, algunos, unos pocos o ninguno tienen sus propios negocios?

- La mayoría
- Algunos
- Unos pocos
- Ninguno

A23 Entre sus amigos más cercanos o vecinos. La mayoría, algunos, unos pocos o ninguno tienen sus propios negocios?

- La mayoría
- Algunos
- Unos pocos
- Ninguno

A24 Al observar los familiares, conocidos y amigos cercanos con sus propios negocios, cuál es su impresión global de establecer su negocio como una carrera - diría usted muy positivo, positivo, neutral, negativo, o muy negativo?

- Muy positivo
- Positivo
- Neutral
- Negativo
- Muy negativo

A25 Su familia, conocidos o otros amigos cercanos lo han motivado/animado o desmotivado/desanimado para comenzar su propio negocio?

- Motivado/animado
- Desmotivado/desanimado
- Ambos
- No le importa

Ir a A27

Ir a R1

A26 Cómo describiría la motivación que recibió de su familia, conocidos u otros amigos, usted la consideraría muy débil, débil, ni débil ni fuerte, fuerte o muy fuerte?

Muy débil	<input type="radio"/>
Débil	<input type="radio"/>
Ni débil ni fuerte	<input type="radio"/>
Fuerte	<input type="radio"/>
Muy fuerte	<input type="radio"/>
No sabe	<input type="radio"/>

A27 Cómo describiría la desmotivación que recibió de su familia, conocidos u otros amigos, usted la consideraría muy débil, débil, ni débil ni fuerte, fuerte o muy fuerte?

Muy débil	<input type="radio"/>
Débil	<input type="radio"/>
Ni débil ni fuerte	<input type="radio"/>
Fuerte	<input type="radio"/>
Muy fuerte	<input type="radio"/>
No sabe	<input type="radio"/>



CODIGO PREGUNTA

R1 Cuáles son los principales problemas que ha tenido al comenzar este negocio?

R2 Qué otro tipo de problemas esperaría encontrar en el futuro al comenzar este negocio?

R3 Entre los primeros 3 o 4 años, qué porcentaje del mercado esperaría tener localmente?
 Porcentaje _____
 No sabe

R4 Entre los primeros 3 o 4 años, qué porcentaje del mercado esperaría tener regionalmente?
 Porcentaje _____
 No tendría interés en ese mercado
 No sabe

R5 Entre los primeros 3 o 4 años, qué porcentaje del mercado esperaría tener internacionalmente?
 Porcentaje _____
 No tendría interés en ese mercado
 No sabe

R6 Espera que la competencia sea baja, moderada o fuerte para este nuevo negocio?
 No habrá competencia
 Baja
 Moderada
 Fuerte
 No sabe

R7 El mercado primario para una empresa nueva es todos los clientes potenciales de los servicios y productos que brinda. Cuál ha sido la tasa anual de crecimiento de su mercado primario? Note que el alcance del mercado depende de cómo el mercado está definido para la nueva empresa. Esto se puede basar en la ubicación geográfica, por ventas totales, o ambas.
 Porcentaje _____
 No sabe

R8 Qué porcentaje del mercado primario tiene los 3 mayores competidores de la firma?
 Porcentaje _____
 No sabe

R9 Algunas empresas tienen muchos clientes, cada uno haciendo compras pequeñas. Otras tienen pocos clientes, cada uno haciendo compras grandes. En un año típico, qué porcentaje de sus ventas e ingresos se esperarían obtener de los 3 principales clientes? Si la firma espera cientos de pequeños clientes, escriba 1 para 1%
 Porcentaje _____
 No sabe

R10 Comparado con sus competidores, cuál será la mejor ventaja de este nuevo negocio?

R11 Cuántos meses tiene para poder poner su negocio en el lugar donde cualquier ventaja competitiva se pierde?
 Meses _____
 No sabe

R12 Por favor, ahora indique qué tan importante es para la nueva firma ser un competidor efectivo, en las siguientes preguntas. (Marque la opción que corresponda)
 1=Insignificantes, 2=Marginales, 3=Importantes, 4=Críticos, 5=No aplicable, 6=No sabe
 Diría ud. que precios bajos son: 1 2 3 4 5 6
 Diría ud. que la calidad de los productos y servicios son: 1 2 3 4 5 6
 Diría ud. que servir a la demanda insatisfecha es: 1 2 3 4 5 6
 Diría usted que una localización mayor y clientes convenientes es: 1 2 3 4 5 6



CODIGO

PREGUNTA

- PE1 Si usted no estuviera comenzando este negocio, qué estaría haciendo con su tiempo y su dinero?

- PE2 En estos momentos está ahorrando dinero para invertir en su empresa?
 Si
 No Ir a PE4
- PE3 Ha terminado de ahorrar dinero para invertir en su empresa, o esto todavía está en proceso?
 Ya terminó Ir a PE5
 Todavía en proceso Ir a PE5
- PE4 Intentará ahorrar dinero para invertir en la empresa, ha terminado de ahorrar dinero o considera que no es relevante en este caso?
 Intenta ahorrar Ir a PE6
 Ahorro finalizado Ir a PE6
 No es relevante Ir a PE6
 No sabe Ir a PE6
- PE5 Hace cuántos meses comenzó a ahorrar para invertir en la empresa?
 Número de Meses _____
 No sabe _____
- PE6 Ha invertido dinero propio en esta empresa?
 Si
 No Ir a PE8
- PE7 Hace cuántos meses comenzó a invertir dinero en la empresa?
 Número de Meses _____
 No sabe _____
- PE8 Cuánto dinero propio en total ha invertido en este nuevo negocio?
 Pesos (\$) _____
 No sabe
- PE9Cuál es el más alto nivel de educación que usted ha completado?
 Primaria
 Hasta octavo grado
 Bachillerato académico
 Grado técnico o vocacional
 Algunos semestres de universidad
 Universidad Título: _____
 Especialización Título: _____
 Master Título: _____
 PHD Título: _____
 Se rehusó a responder
- PE10Cuál fue el año en que por última vez fue a estudiar? _____
- PE11La decisión de iniciar el nuevo negocio ha estado influenciada por la formación académica que ud. ha recibido?
 Si
 No Por qué? _____

- PE12Cuántos cursos, programas o seminarios de formación empresarial ha tomado? Por favor, indique su nombre.
 No. Nombre
 1 _____
 2 _____
 3 _____
 4 _____
- PE13Hace cuántos meses comenzó el último curso que tomó?

Número de Meses _____
No sabe _____

PE14 Cuántas horas invirtió en el último programa? Nota: Una semana de tiempo completo son 40 horas, un mes de tiempo completo son 173 horas y un año de tiempo completo son 2080 horas

Número de horas _____
No sabe

PE15Cuál diría que fue le principal razón por la cual usted invirtió esta cantidad de horas?

PE16Brevemente, qué hizo usted en el programa?

PE17Recomendaría que aquellos que estén tratando de comenzar un negocio busquen asesoría como la que usted encontró?

Si Por qué? _____
No Por qué? _____
Depende Por qué? _____
No sabe

PE18Cuántas otras nuevas empresas ha ayudado a crear?

Ninguna
Número de empresas _____
No sabe

Ir a PE20

PE19Describa cómo le fue con esas experiencias?

PE20Cuál es o fue su principal ocupación?

PE21En terminos del trabajo actual, usted está envuelto en alguna de las actividades siguientes? Primero, usted está trabajando por salario para otros ?

Si
No

Ir a PE23

PE22Usted está trabajando para otros más de 35 horas por semana o menos de 35 horas por semana?

Más de 35 horas por semana
Menos de 35 horas por semana
No sabe

PE23Ha comenzado a dedicarle tiempo completo al proyecto - 35 o más horas a la semana?

Si
No
No sabe

PE24En este mometo usted es....

Es un propietario de un pequeño negocio o auto empleado
Es un ama de casa (aplica para hombres o mujeres)
Jubilado
Es un estudiante
Está desempleado
Buscando trabajo de tiempo completo
Buscando trabajo de medio tiempo
No está buscando trabajo
Algo más (Especifique) _____

PE25Cuántos años de experiencia tiene en esta industria?

Años _____
No sabe

PE26Por cuántos años usted tuvo responsabilidades de manejo, supervisión o administración?

Ninguno

Ir a PE28

Número de años _____

PE27 Cuál fue el mayor número de personas que usted ha supervisado o manejado?

Número de personas _____

No sabe

PE28 Ha trabajado de tiempo completo para una organización establecida en los últimos 5 años?

Si

No

Ir a PE31

PE29 Cuál fue el último año en el que usted estaba trabajando? _____

PE30 En su trabajo de tiempo completo, le hizo algunas sugerencias -formales o informales- a su supervisor, empleador o alguien a cargo para mejorar cosas?

Si

No

Yo era el único a cargo

PE31 Cuántos años tiene?

Años _____

No sabe

PE32 Lugar de Nacimiento (Ciudad, País) _____

PE33 En dónde vive? (ciudad, barrio, estrato)

Ciudad _____

Barrio _____

Estrato _____

PE34 Hace cuántos años está viviendo en esta localidad o barrio?

Años _____

Toda mi vida

No sabe

Ir a PE36

PE35 Hace cuántos años está viviendo en esta ciudad?

Años _____

Toda mi vida

No sabe

Ir a PE36

PE36 Creció con algunos hermanos o hermanas?

Si

No

Ir a PE38

PE37 Cuántos de sus hermanos o hermanas nacieron antes de usted?

Número _____

No sabe

PE38 Cuántas de las personas mayores de edad que viven con ud., incluyéndose, ganaron dinero en el último año por medio de salarios?

Cero (0)

Número _____

No sabe

PE39 Usted ganó dinero en el último año por medio de salarios?

Si

No

No sabe

PE40 Cómo describiría su estado civil actual -soltero, viviendo con un compañero pero no casado, casado, separado, divorciado, viudo o algo más?

Soltero

Viviendo con un compañero pero no casado

Casado

Separado

Divorciado

Viudo

Otro (Especifique) _____

Se rehusó a contestar

PE41 Alguna gente puede caracterizarse por ser precisa, confiable, eficiente y bien disciplinada, es el tipo de persona que prefiere "hacer las cosas mejor". Otros pueden describirse como no conformes, cuestionables y que retan la autoridad. Tal gente, confortable con situaciones no estructuradas prefiere "hacer las cosas diferentemente". Si alguien le pregunta qué tipo de persona es usted, diría que usted prefiere "hacer las cosas mejor" o "hacer las cosas diferentemente"?

- Hacer las cosas mejor
- Hacer las cosas diferentemente
- No sabe

PE42 Su estilo preferido de resolver problemas encaja con los tipos de problemas encontrados al comenzar la nueva empresa? Diría usted que su estilo es frecuentemente una buena herramienta, algunas veces una buena herramienta, algunas veces una pobre herramienta, o frecuentemente una pobre herramienta?

- Frecuentemente una buena herramienta
- Algunas veces una buena herramienta
- Algunas veces una pobre herramienta
- Frecuentemente una pobre herramienta
- No sabe

Si usted tiene algun comentario final acerca del estudio que estamos realizando acerca del proceso de creacion de empresas de los emprendedores o del procedimiento de la entrevista, nos gustaría escucharlos.

ESTUDIO SOBRE PROCESOS DE CREACION DE EMPRESAS - CUESTIONARIO ESTANDAR DE AUTOEVALUACION DE LAS CARACTERISTICAS EMPRESARIALES PERSONALES (CEP)

INSTRUCCIONES

Este cuestionario consta de 55 declaraciones breves. Lea cuidadosamente cada una de ellas y decida cuál le describe en forma más acertada. Sea honesto consigo mismo. Recuerde que nadie hace todo bien, ni siquiera es algo deseable saber hacer de todo.

Seleccione el número que corresponde para designar la medida en que la declaración le describe:

- | |
|--|
| <p>1 = NUNCA
 2 = RARAS VECES
 3 = ALGUNAS VECES
 4 = USUALMENTE
 5 = SIEMPRE</p> |
|--|

Seleccione con un "x" en cada declaración. Por ejemplo:

Me mantengo calmado en situaciones tensas

1	2	3	4	5
---	--------------	---	---	---

La persona que respondió en este ejemplo designó el número "2" para indicar que la declaración le describe solo en raras ocasiones, es decir que él/ella se mantiene RARAS VECES calmado/a en situaciones tensas

Algunas declaraciones pueden ser similares pero ninguna es exactamente igual.

Por favor designe una clasificación para todas las declaraciones.

CODIGO	DECLARACION	ASIGNACION
CEP1	Me esmero en buscar cosas que necesitan hacerse	1 2 3 4 5
CEP2	Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrar una solución	1 2 3 4 5
CEP3	Termino mi trabajo a tiempo	1 2 3 4 5
CEP4	Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente	1 2 3 4 5
CEP5	Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final	1 2 3 4 5
CEP6	Me gusta pensar sobre el futuro	1 2 3 4 5
CEP7	Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, recado toda la información posible antes de darle curso	1 2 3 4 5
CEP8	Planifico un proyecto grande dividiendo en tareas de menor envergadura	1 2 3 4 5
CEP9	Logro que otros apoyen mis recomendaciones	1 2 3 4 5
CEP10	Me siento confiado que puedo tener éxito en cualquier actividad que me propongo ejecutar	1 2 3 4 5
CEP11	No importa quien sea mi interlocutor, escucho con atención	1 2 3 4 5
CEP12	Hago lo que se necesita hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga	1 2 3 4 5
CEP13	Insisto varias veces para conseguir que otras personas con las que trabajo hagan lo que deseo	1 2 3 4 5
CEP14	Soy fiel a las promesas que hago	1 2 3 4 5
CEP15	Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas	1 2 3 4 5
CEP16	No me involucro en algo nuevo a menos que tenga la certeza que tendré éxito	1 2 3 4 5
CEP17	Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparse sobre que haré en mi vida	1 2 3 4 5
CEP18	Busco el consejo de personas que son especialistas en las ramas en que yo me estoy desempeñando	1 2 3 4 5
CEP19	Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen diferentes alternativas para llevar a cabo una tarea	1 2 3 4 5
CEP20	No invierto mucho tiempo en pensar como puedo influenciar a otras personas	1 2 3 4 5
CEP21	Cambio de manera de pensar si otros difieren energicamente con mis puntos de vista	1 2 3 4 5
CEP22	Me resiento cuando no logro lo que quiero	1 2 3 4 5
CEP23	Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades	1 2 3 4 5
CEP24	Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer persisto en mi cometido	1 2 3 4 5

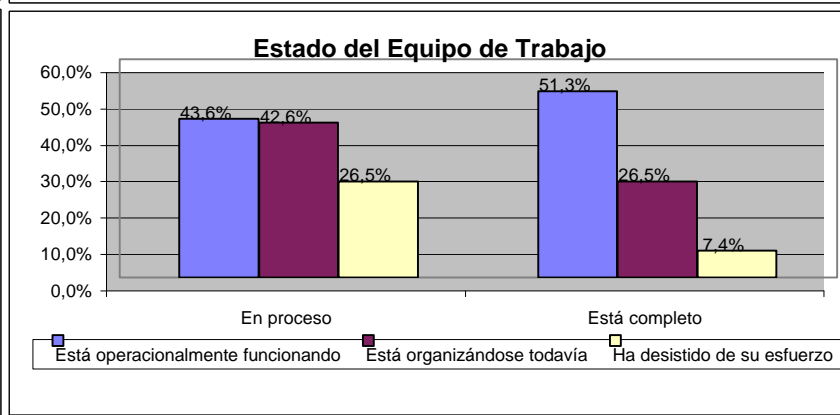
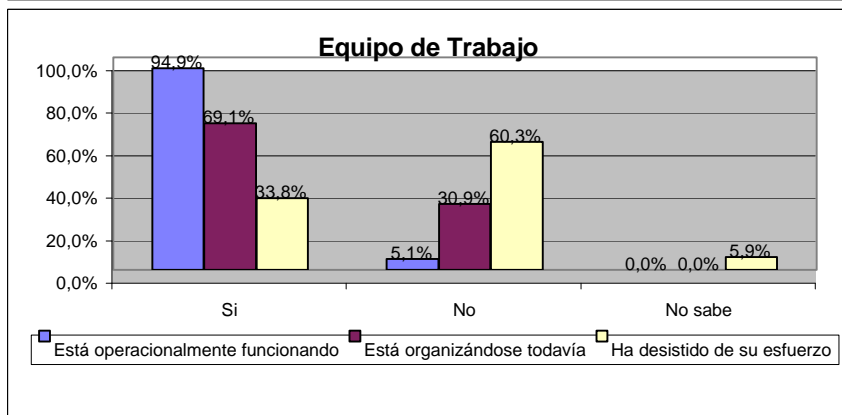
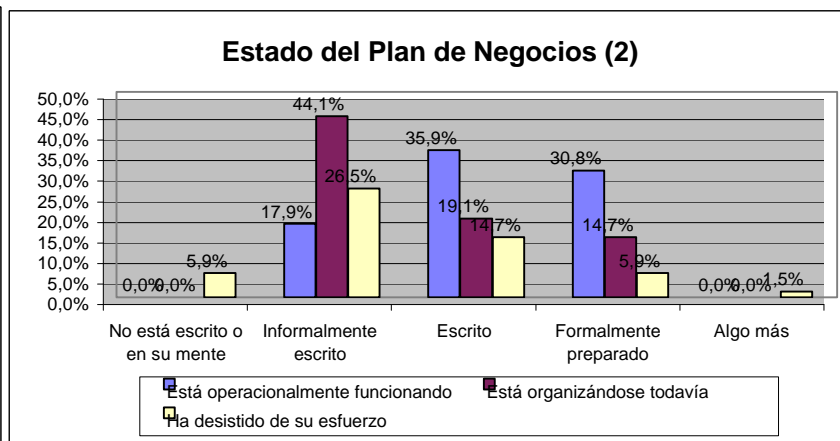
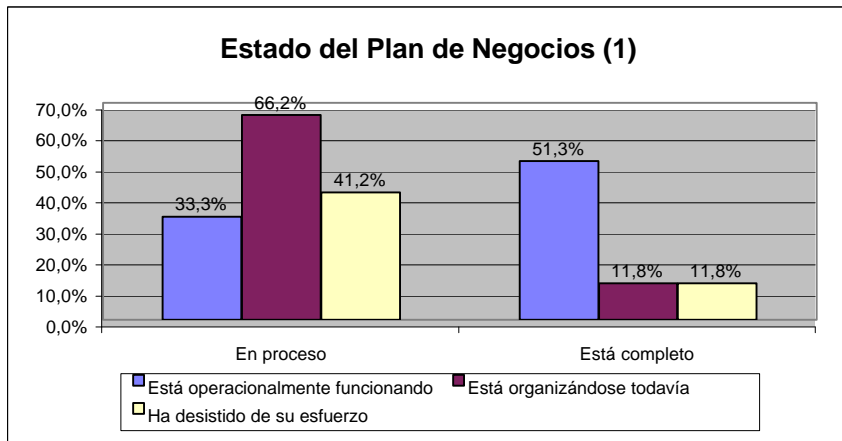
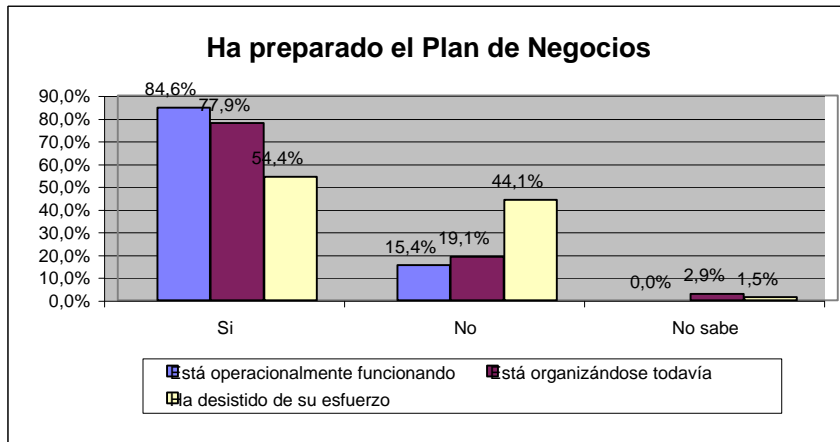
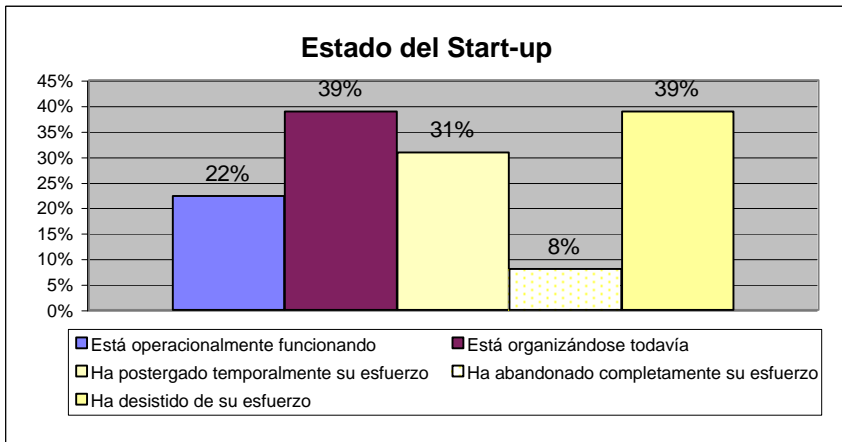
CODIGO	DECLARACION	ASIGNACION
--------	-------------	------------

Seleccione el número que corresponde para designar la medida en que la declaración le describe:

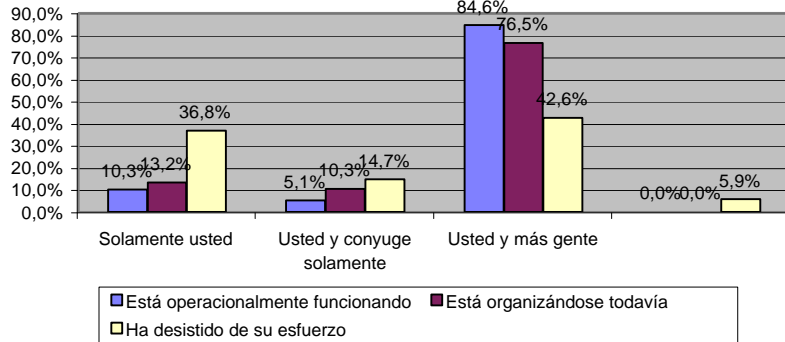
- 1 = NUNCA**
2 = RARAS VECES
3 = ALGUNAS VECES
4 = USUALMENTE
5 = SIEMPRE

CEP25	Si es necesario, no me importa hacer el trabajo de otros para cumplir con una entrega a tiempo	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP26	Me molesta cuando pierdo el tiempo	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP27	Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP28	Mientras más específicas sean mis expectativas sobre lo que quiero lograr en la vida, mayores serán las posibilidades de éxito	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP29	Tomo acción sin perder tiempo buscando información	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP30	Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitan	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP31	Me valgo de personas influyentes para alcanzar mis metas	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP32	Cuando estoy desempeñandome en algo difícil, me siento confiado en mi triunfo	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP33	He sufrido fracasos en el pasado	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP34	Prefiero desempeñar tareas que domino y en las que me siento seguro	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP35	Cuando me enfrento a series de dificultades, rápidamente me desplazo a otras posibilidades	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP36	Cuando estoy haciendo un trabajo para otra persona me esfuerzo en forma especial para lograr que quede satisfecha en el trabajo	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP37	Nunca quedo totalmente satisfecho con la forma en que se hacen las cosas	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP38	Llevo a cabo tareas arriesgadas	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP39	Cuento con un plan claro en mi vida	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP40	Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro que entiendo lo que quiere la persona	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP41	Me enfrento a problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP42	A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que benefician a todas las personas involucradas en un problema	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP43	El trabajo que rindo es excelente	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP44	En ciertas ocasiones he sacado ventaja de otras personas	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP45	Me aventura hacer cosas nuevas y diferentes de lo que he hecho	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP46	Trato diversas formas para superar obstáculos que se interponen	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP47	Mi familia y mi vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajos que yo mismo determino	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP48	Me doy formas para terminar labores en forma rápida tanto en el trabajo como en el hogar	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP49	Hago cosas que otras personas consideran arriesgadas	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP50	Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP51	Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP52	Si no resulta un determinado enfoque para hacer frente a un problema, busco otro	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP53	Puedo lograr que personas con firmes convicciones y opiniones cambien de modo de pensar	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP54	Me mantengo firme en mis decisiones, aun cuando otras personas me contradigan energicamente	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			
CEP55	Cuando no se algo, no reparo en admitirlo	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; text-align: center;">5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5			

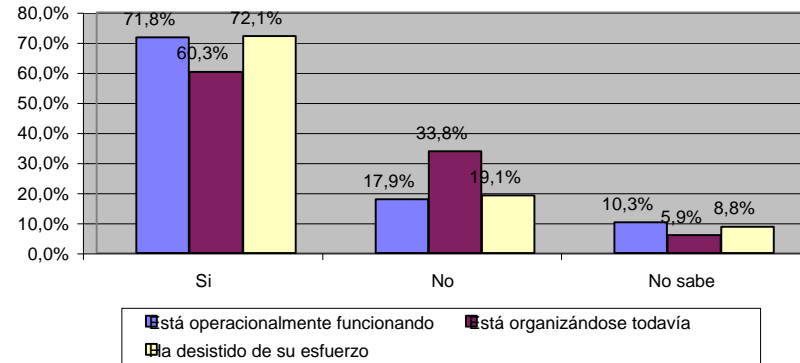
Anexo D



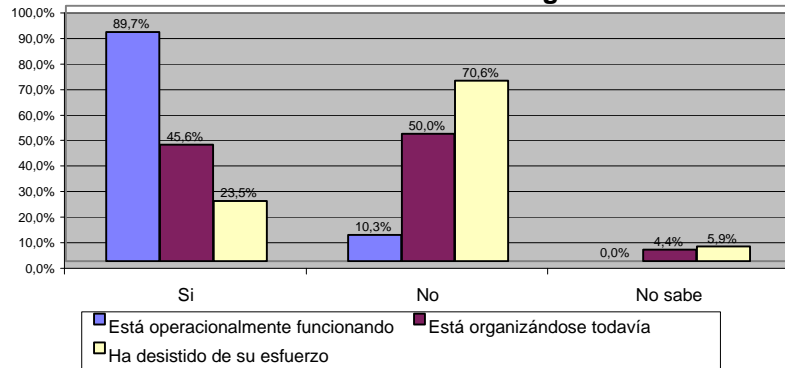
Propietarios de la Empresa



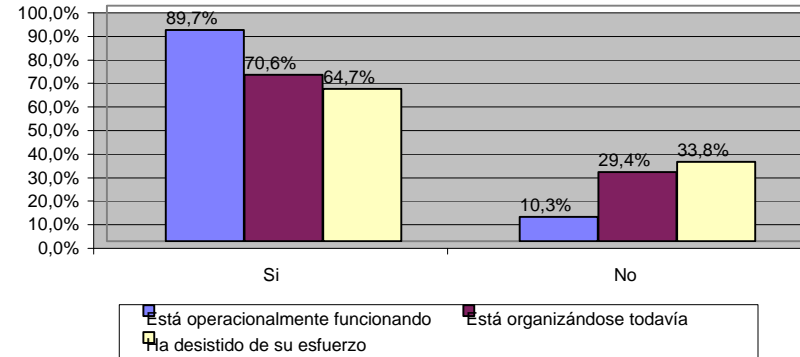
Innovación del Producto



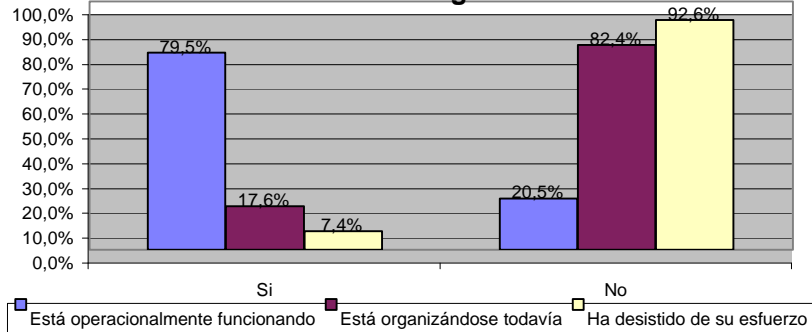
Esfuerzos de Marketing



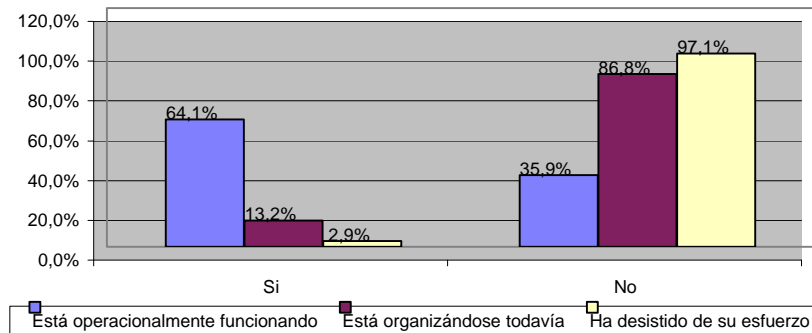
Oportunidades de Mercado



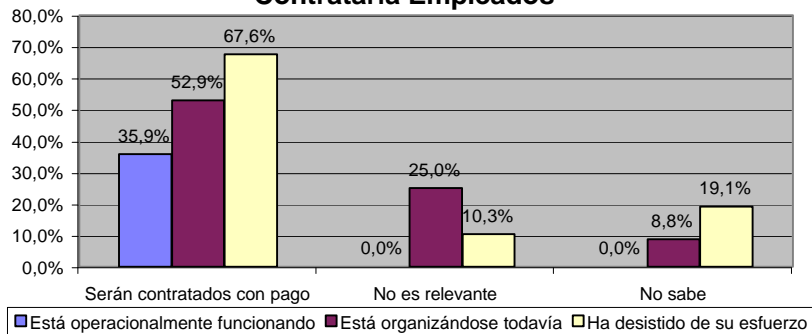
Ha recibido ingresos



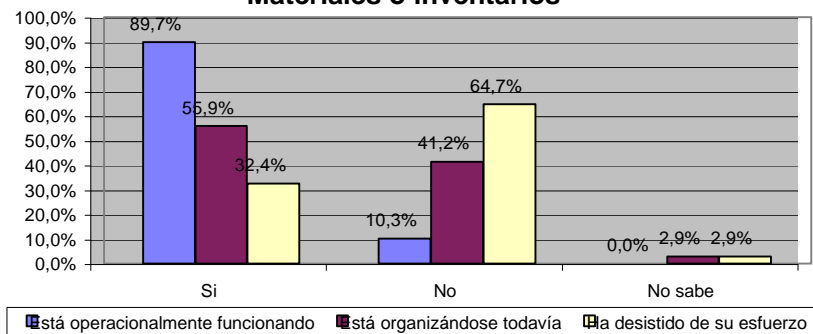
Empleados Contratados



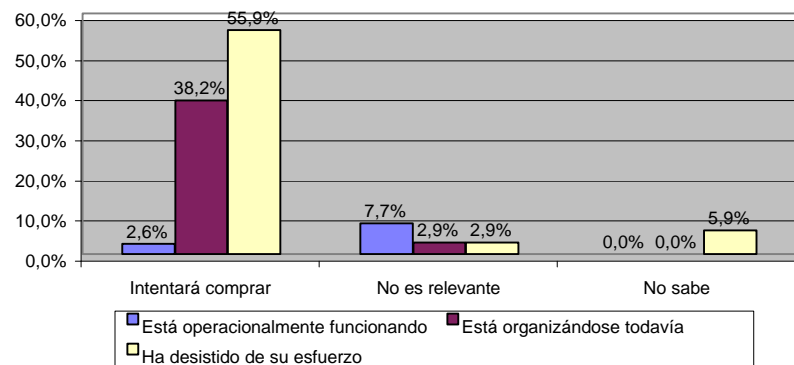
Contrataría Empleados



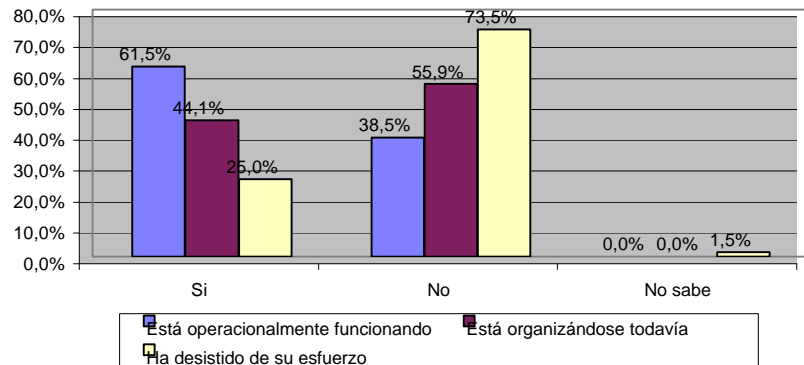
Materiales o inventarios



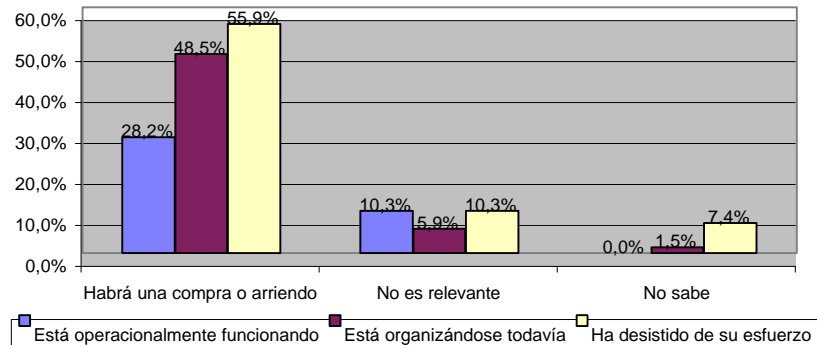
Intentaría Comprar Materiales



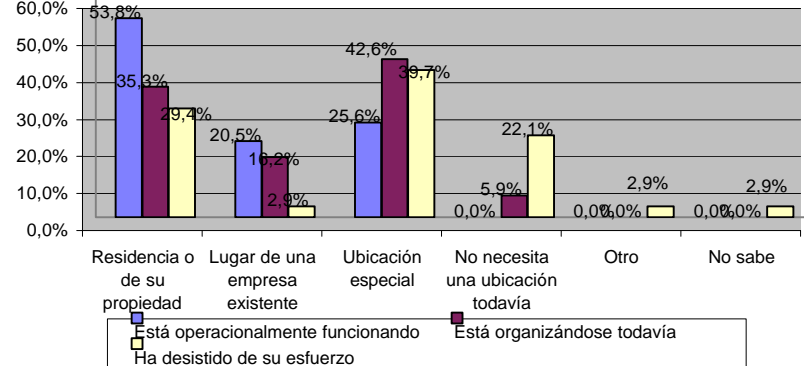
Equipos, Facilidades y Locaciones



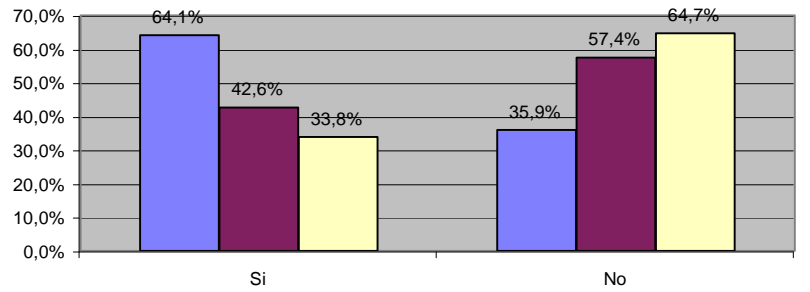
Adquiriría Equipos, Facilidades y Locaciones



Ubicación del Start-up

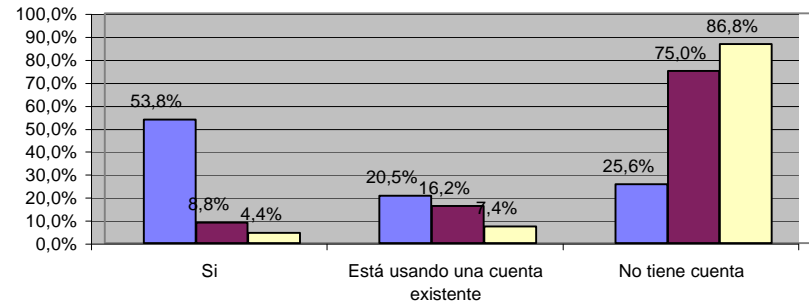


Proyección de Estados Financieros



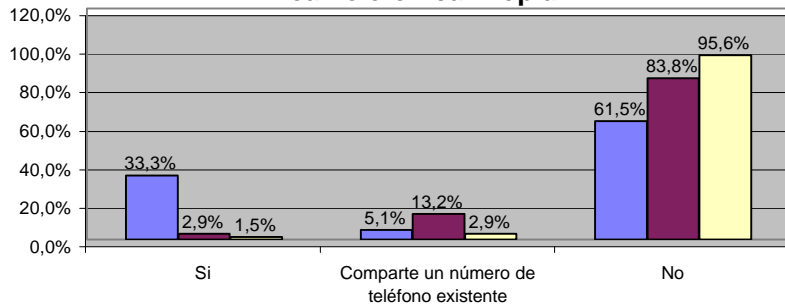
■ Está operacionalmente funcionando ■ Está organizándose todavía ■ Ha desistido de su esfuerzo

Cuenta Bancaria



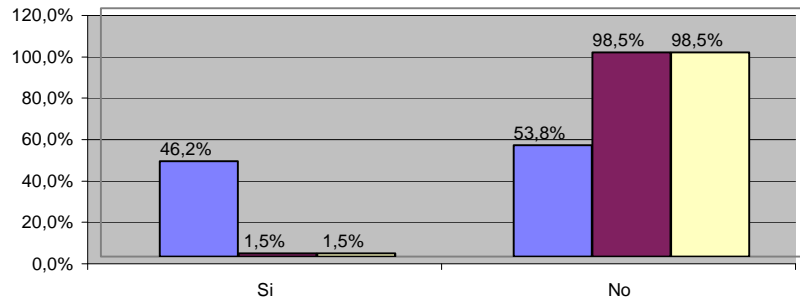
■ Está operacionalmente funcionando ■ Está organizándose todavía ■ Ha desistido de su esfuerzo

Línea Telefónica Propia



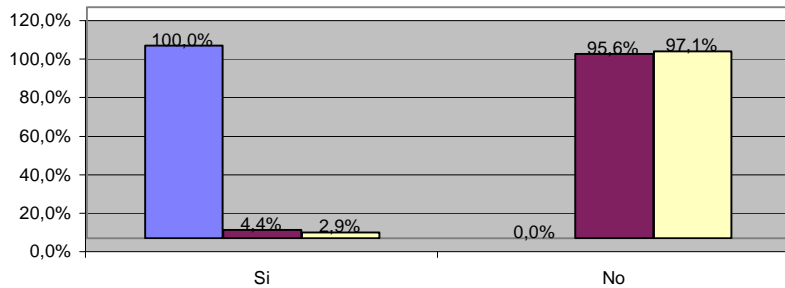
■ Está operacionalmente funcionando ■ Está organizándose todavía ■ Ha desistido de su esfuerzo

Algún Impuesto Pagado



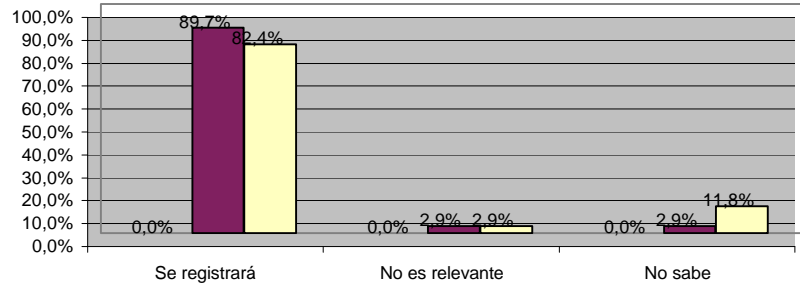
■ Está operacionalmente funcionando ■ Está organizándose todavía ■ Ha desistido de su esfuerzo

Start-up registrado en la CCB



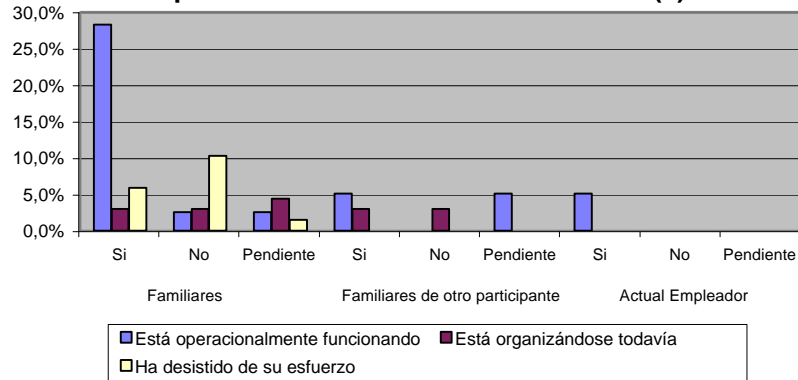
■ Está operacionalmente funcionando ■ Está organizándose todavía ■ Ha desistido de su esfuerzo

Registraría su Start-up en la CCB

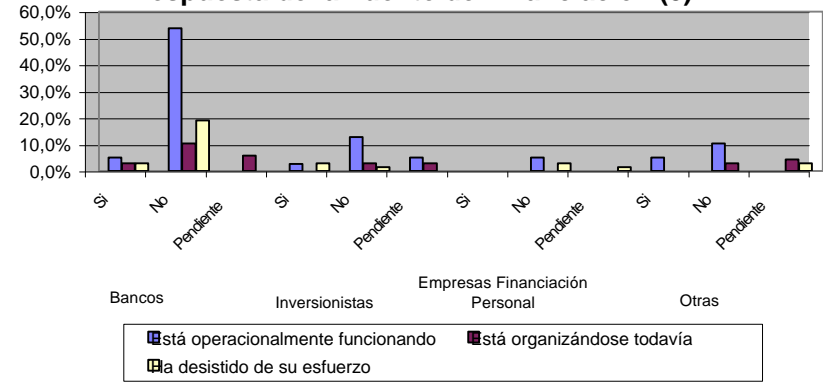


■ Está operacionalmente funcionando ■ Está organizándose todavía ■ Ha desistido de su esfuerzo

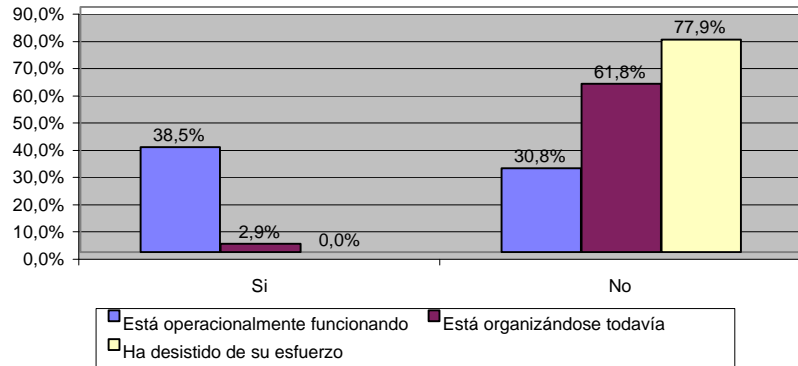
Respuesta de la Fuente de Financiación (2)



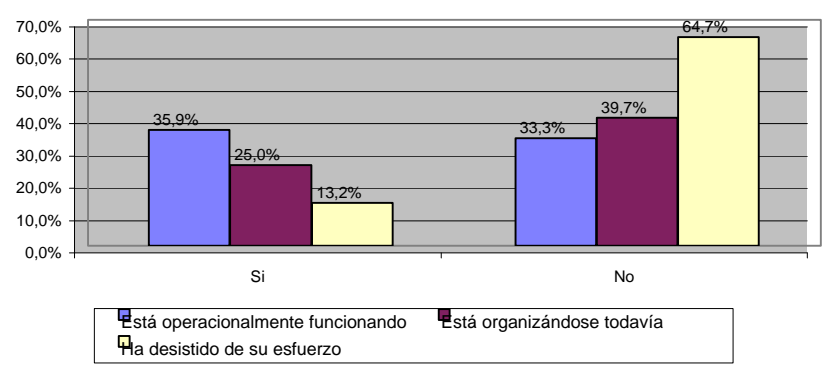
Respuesta de la Fuente de Financiación (3)



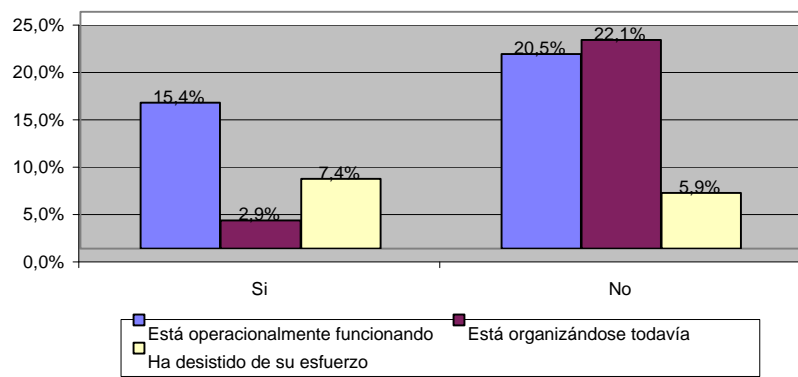
Crédito con un Proveedor



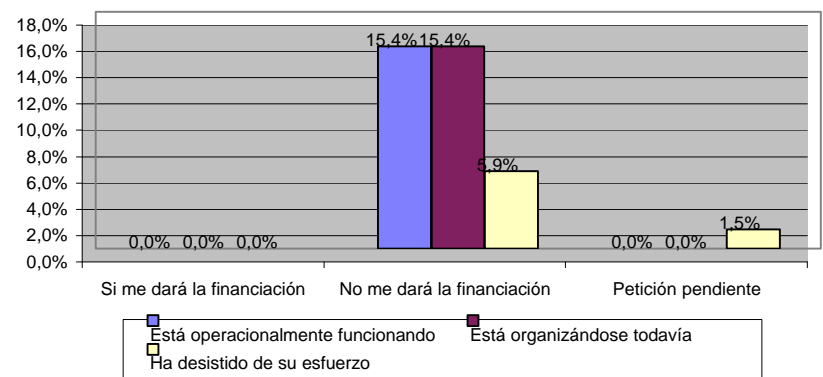
Conoce las líneas de crédito del IFI



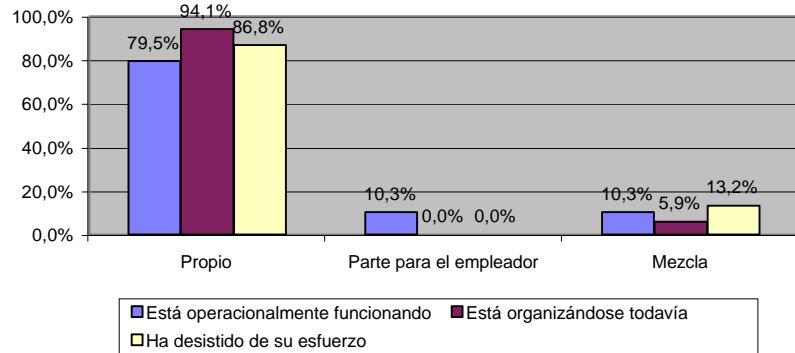
Financiación por medio del IFI



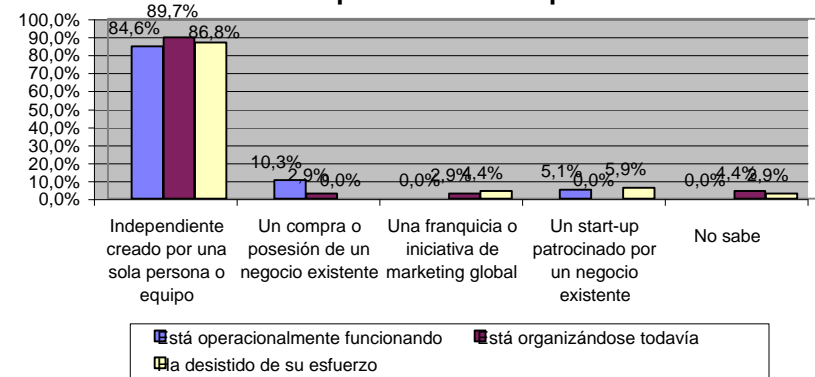
Respuesta del IFI



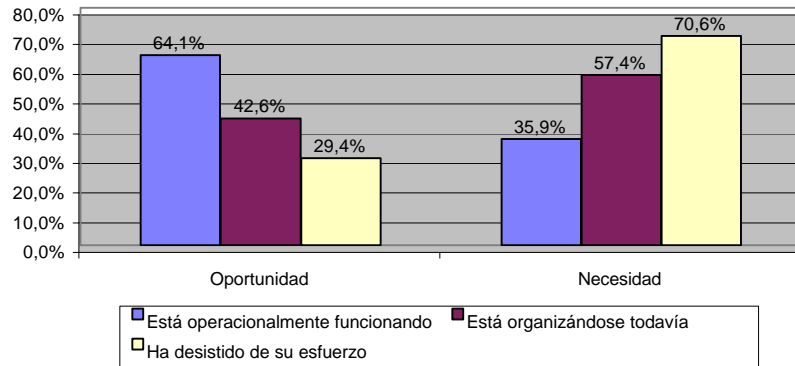
Esfuerzo por crear la Empresa



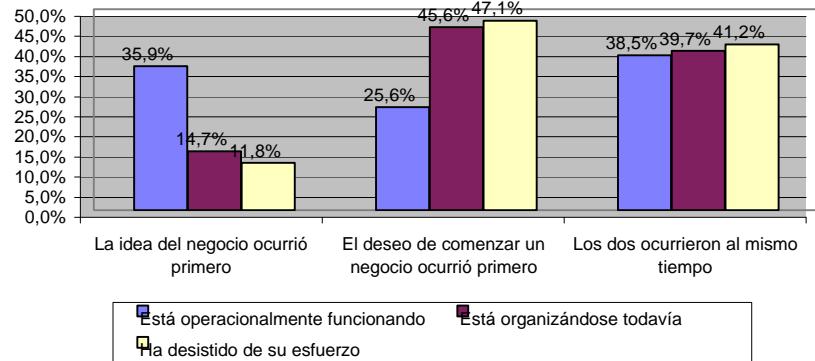
Descripción del Start-up



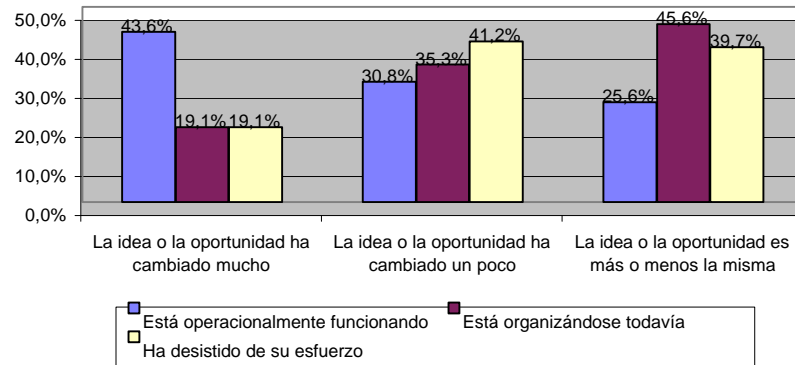
Motivación Principal



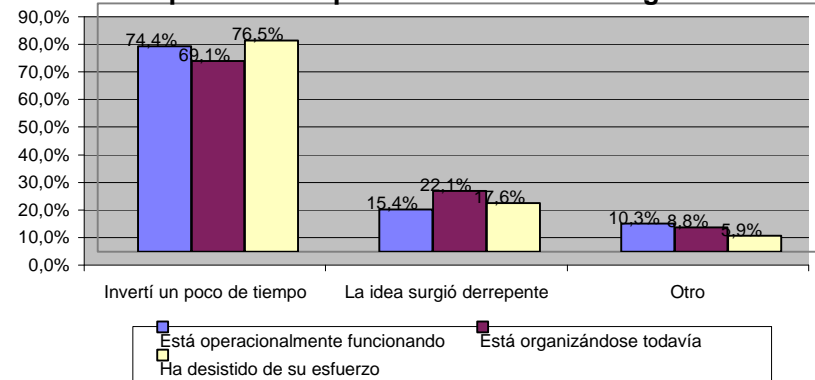
Qué ocurrió primero

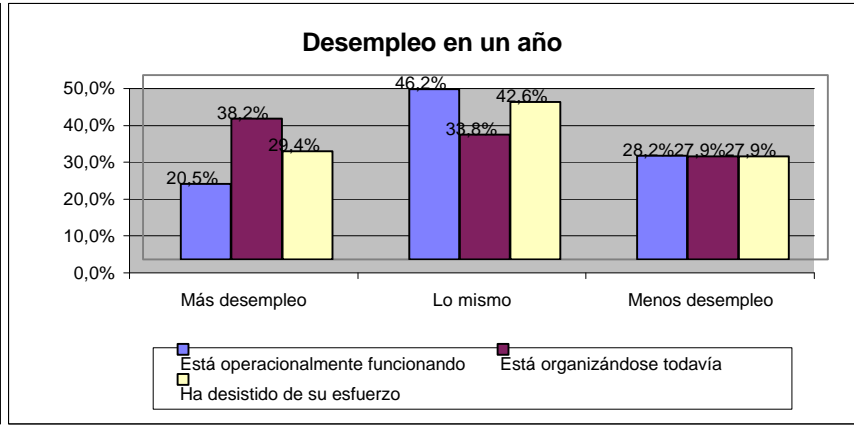
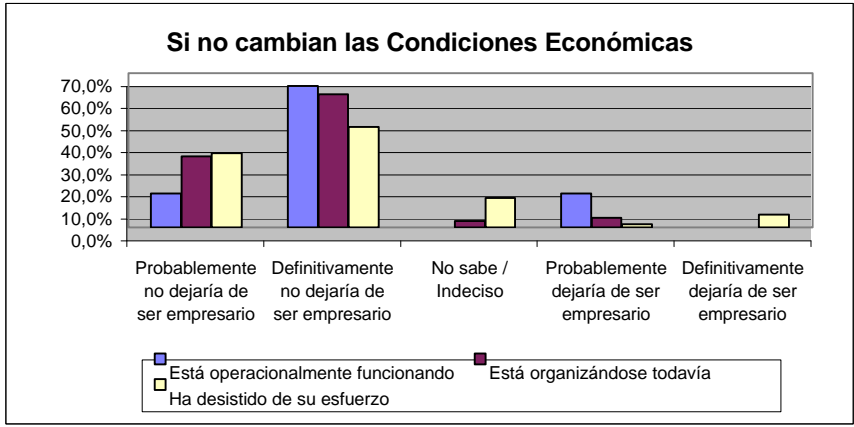
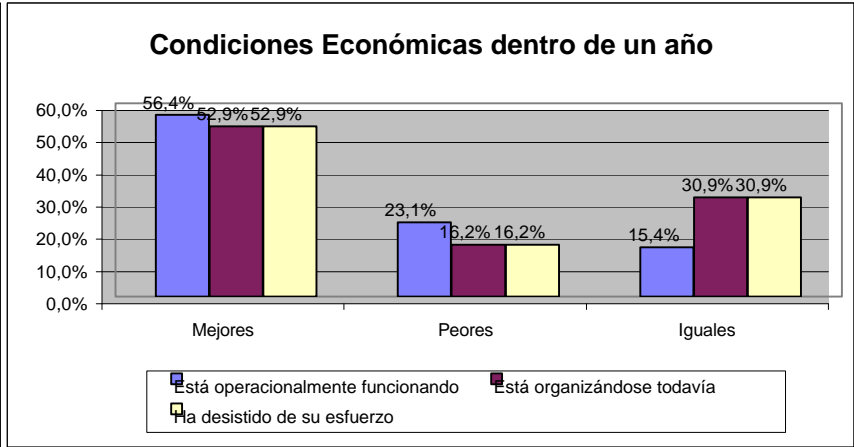
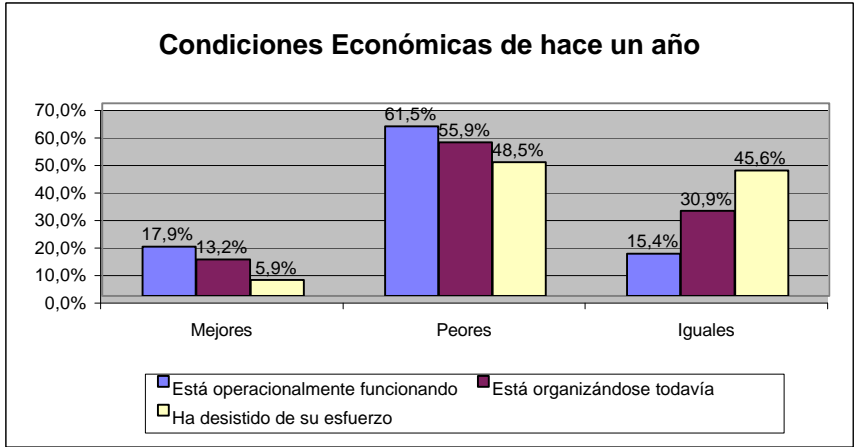
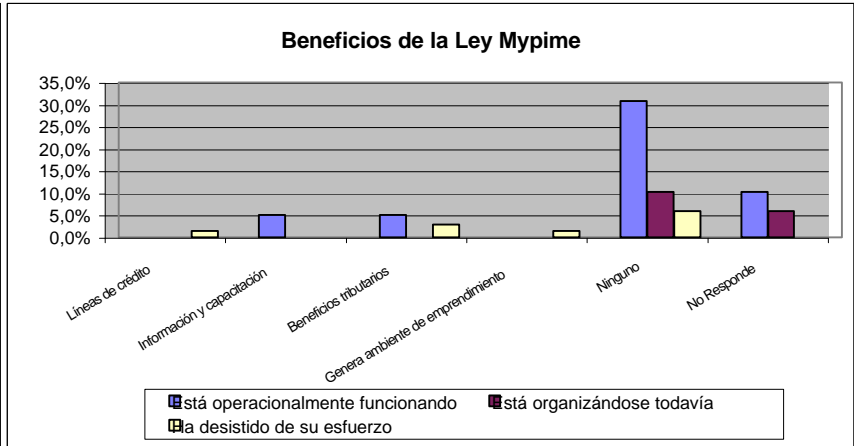
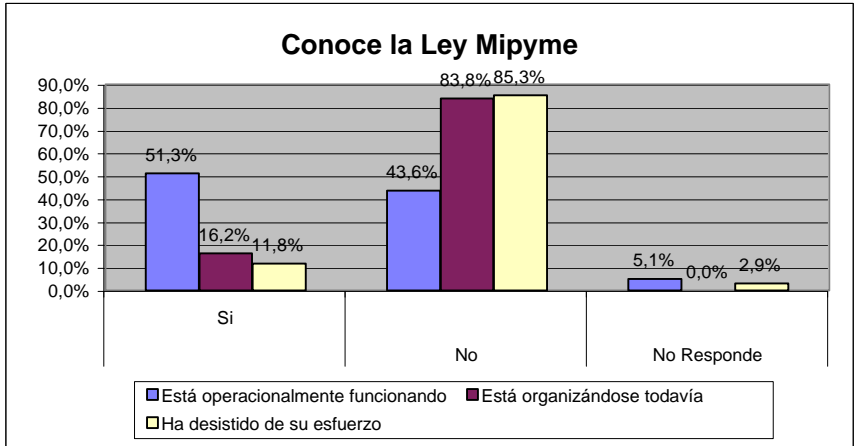


Cambio de la idea del negocio

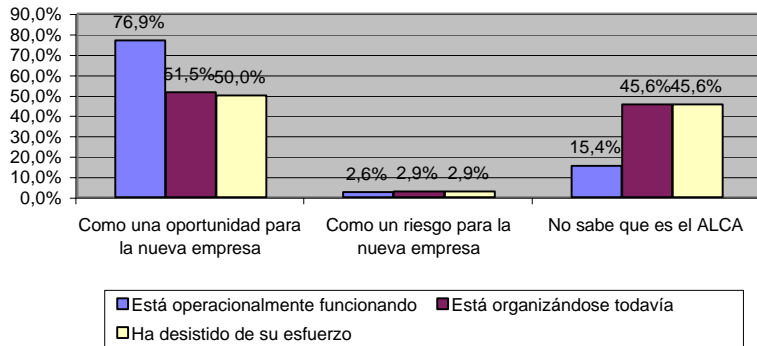


Tiempo invertido pensando la idea del negocio

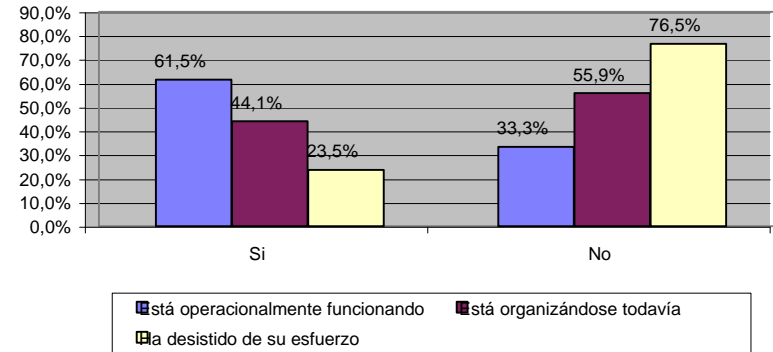




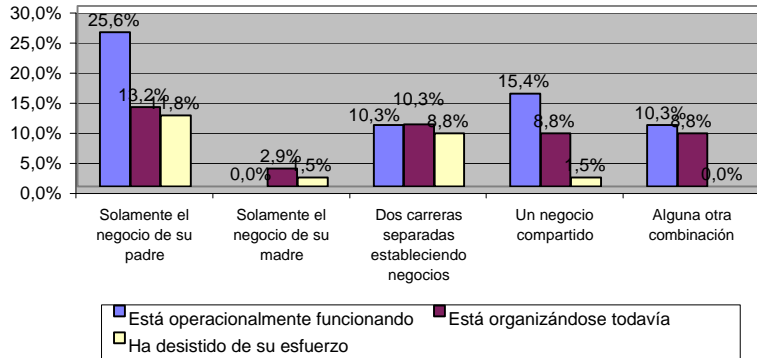
Cómo consideraría el ALCA



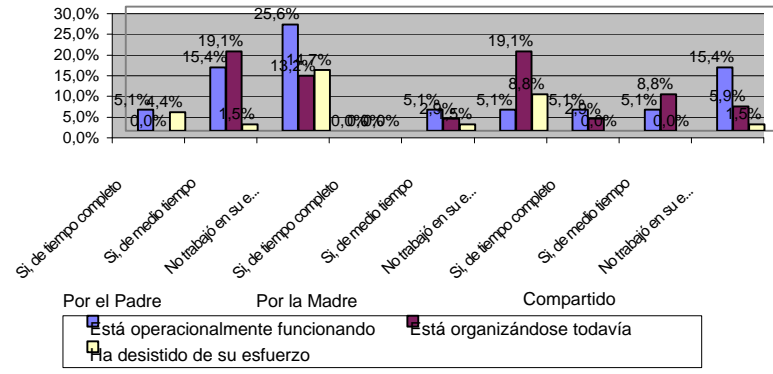
Padres Empresarios



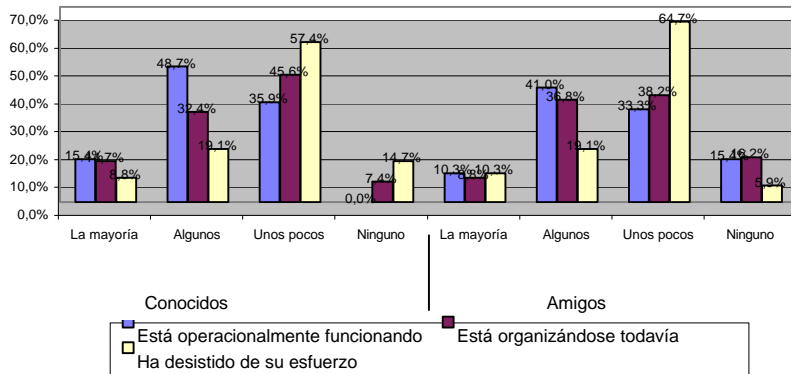
Empresas de los padres



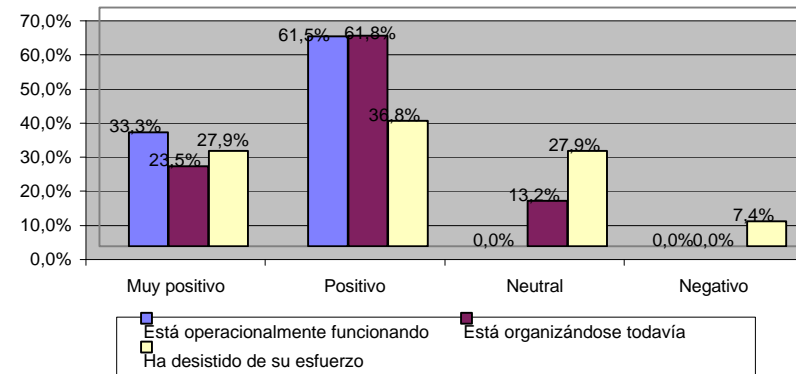
Trabajo en la empresa de sus Padres



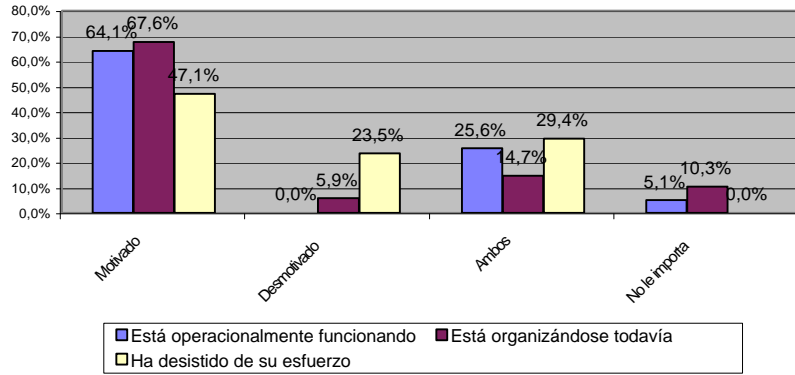
Personas cercanas estableciendo negocios



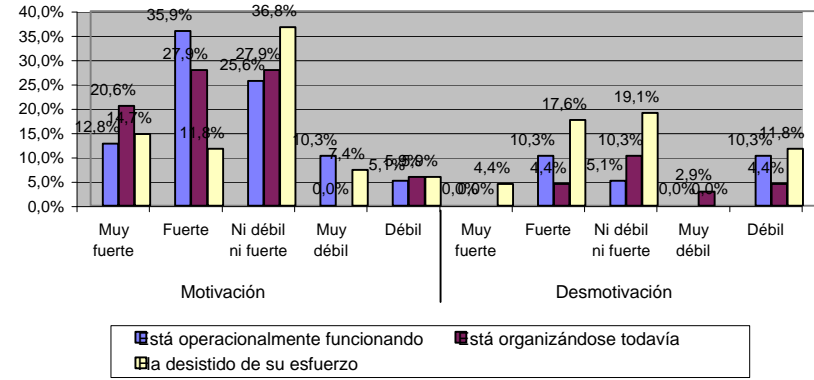
Impresión de Establecer Negocios



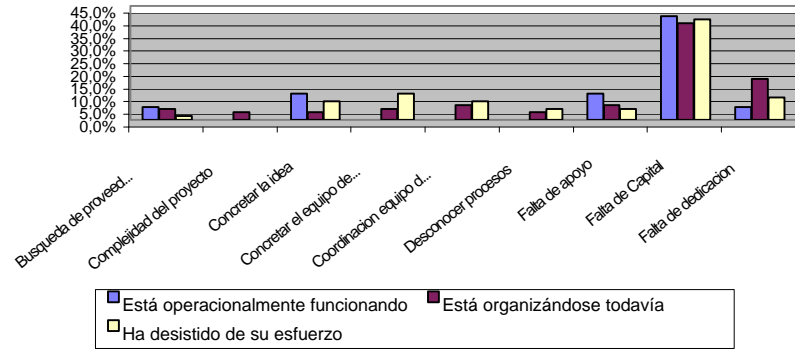
Respuesta del ambiente mientras crea empresa



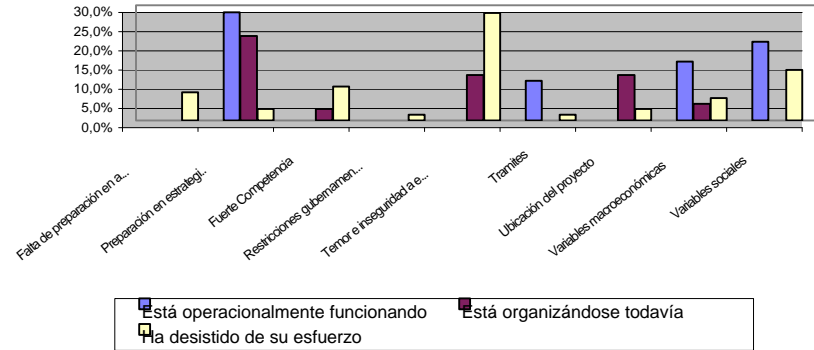
Cómo ha sido la Motivación o Desmotivación



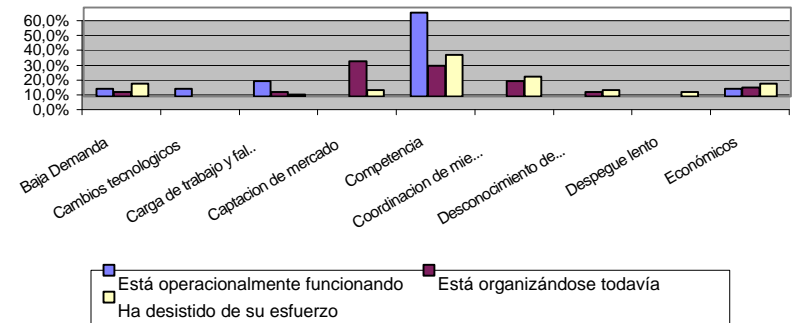
Principales Problemas que ha enfrentado (1)



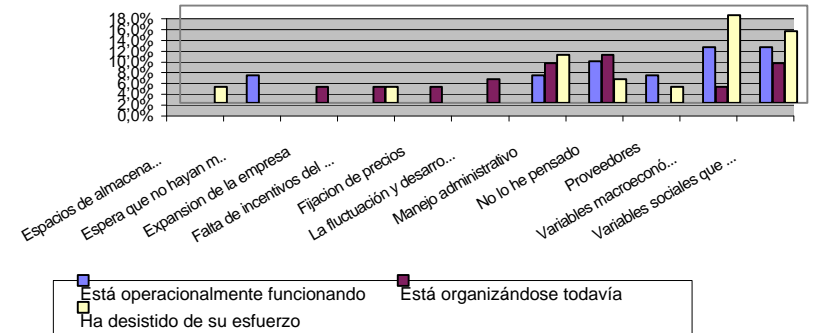
Principales Problemas que ha enfrentado (2)



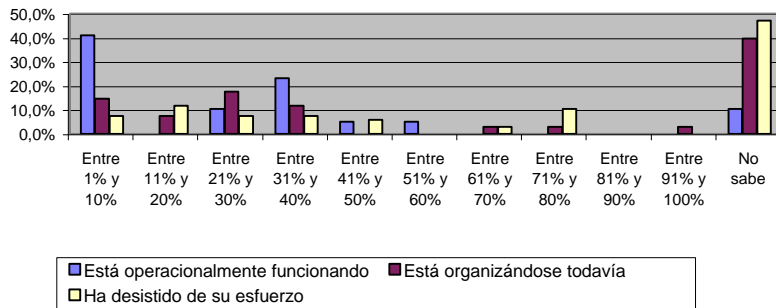
Problemas que esperaría encontrar (1)



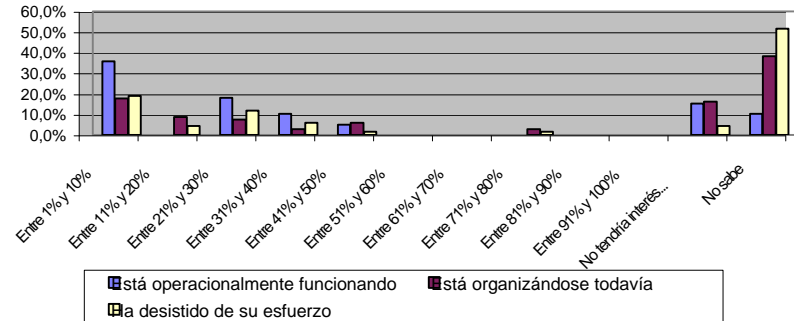
Problemas que esperaría encontrar (2)



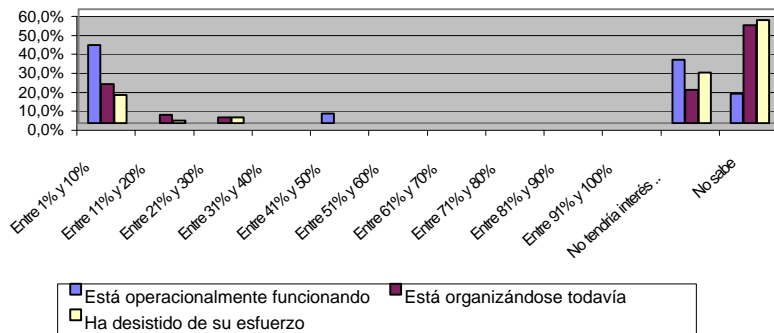
% del Mercado local que espera tener en los primeros 3 o 4 años



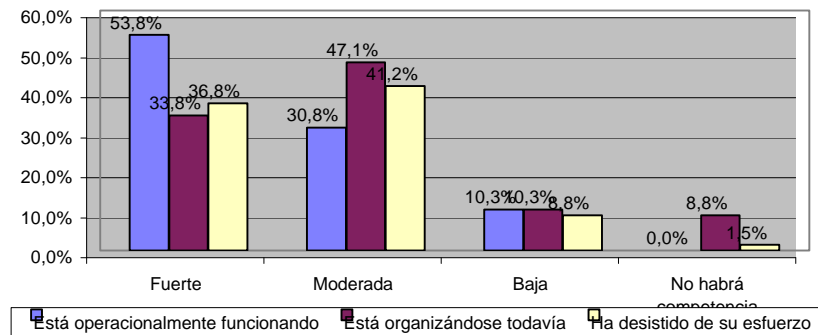
% del Mercado Regional que espera tener en los primeros 3 o 4 años



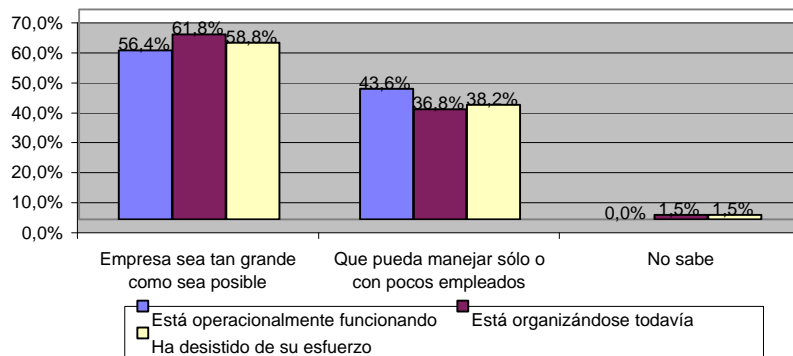
% del Mercado Internacional que espera tener en los primeros 3 o 4 años



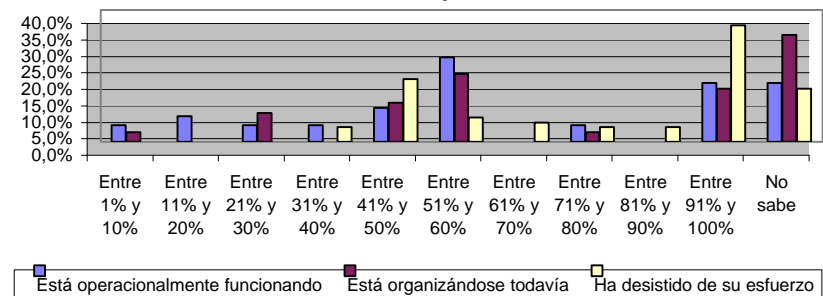
Percepción de la Competencia



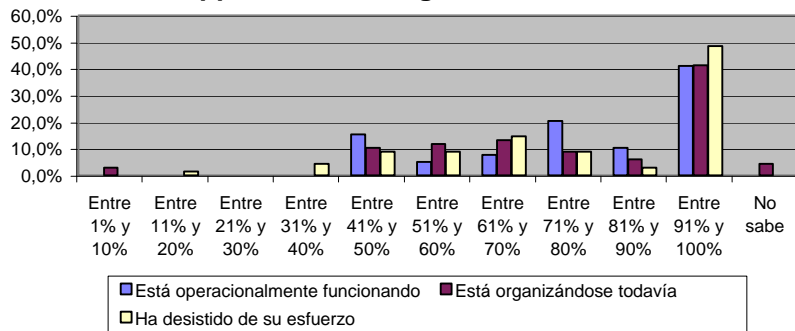
Descripción de lo que quiere como empresa



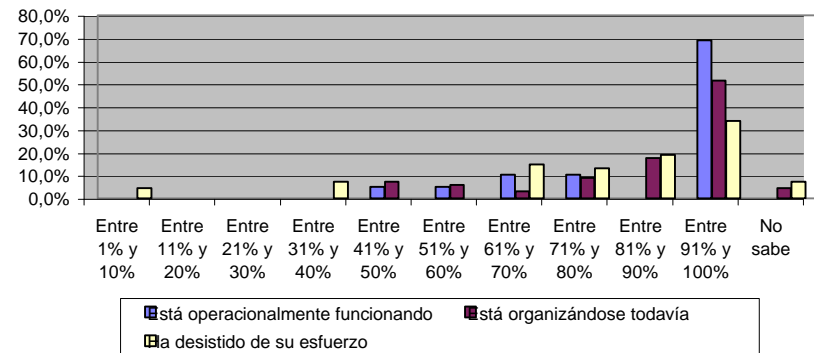
% de la firma que esperaría tener personalmente en el 5o año de operación



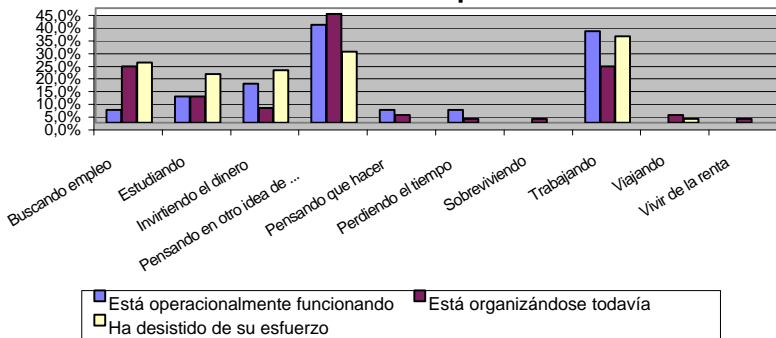
Probabilidad que el negocio se convierta en la ppal fuente de ingreso familiar



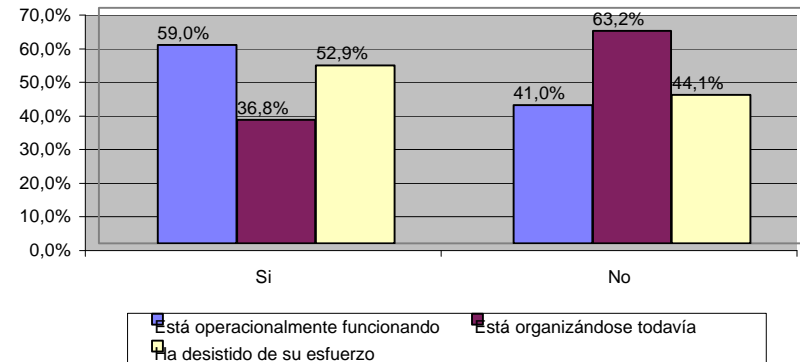
Probabilidad que el negocio este operando en 5 años



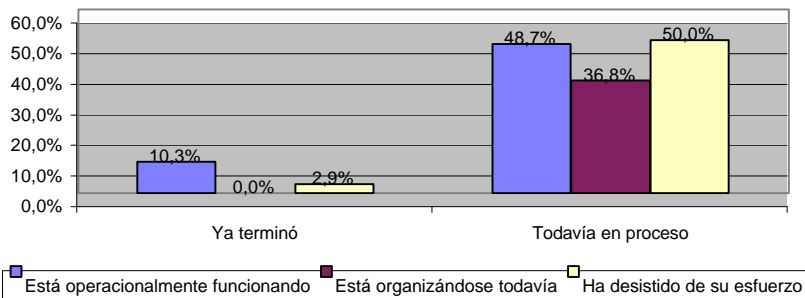
Qué estaría haciendo si no estuviera involucrado en el Start-up



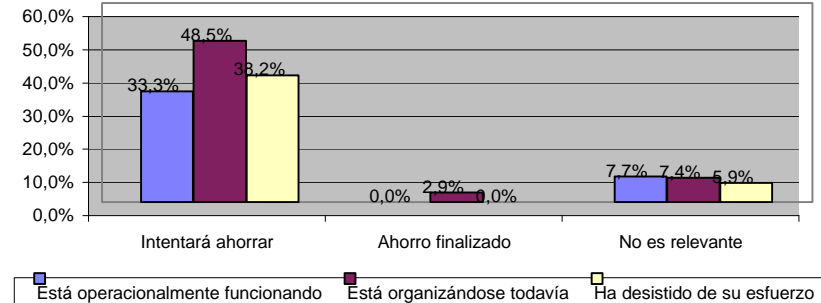
Ahorro propio para invertir en el Start-up



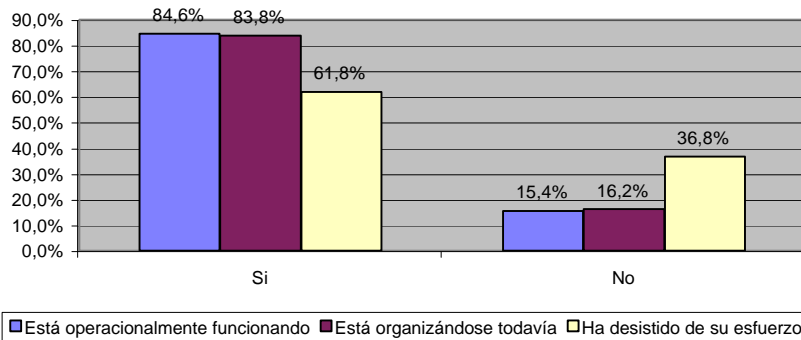
Ya terminó de ahorrar para invertir en el Start-up



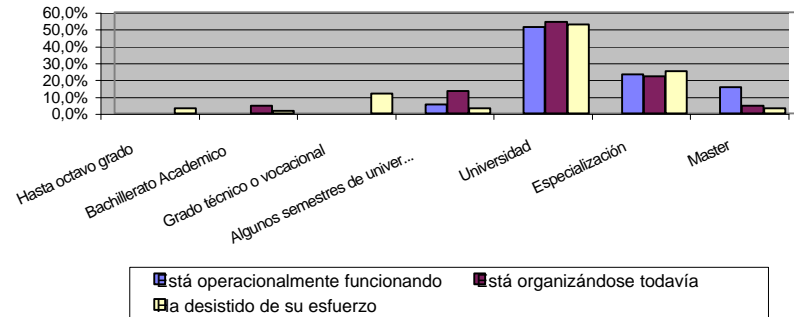
Intentará ahorrar o no es relevante



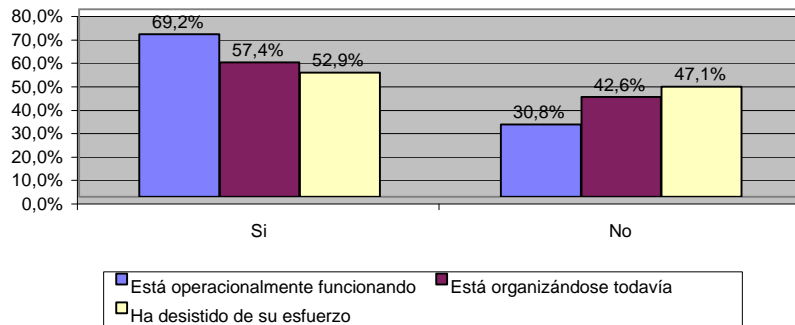
Ha invertido dinero propio en el Start-up



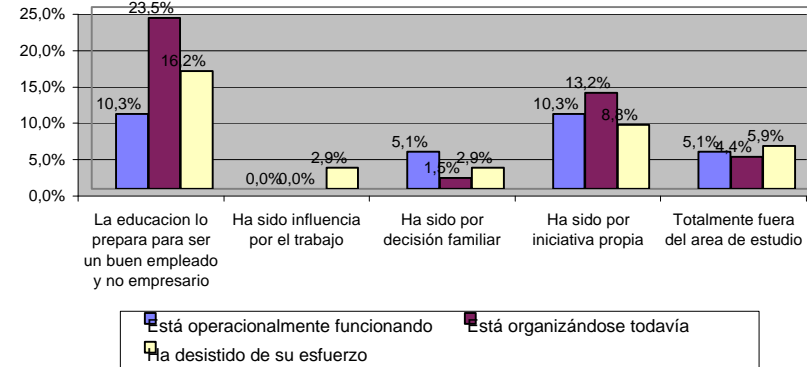
Máximo grado de Educación alcanzado



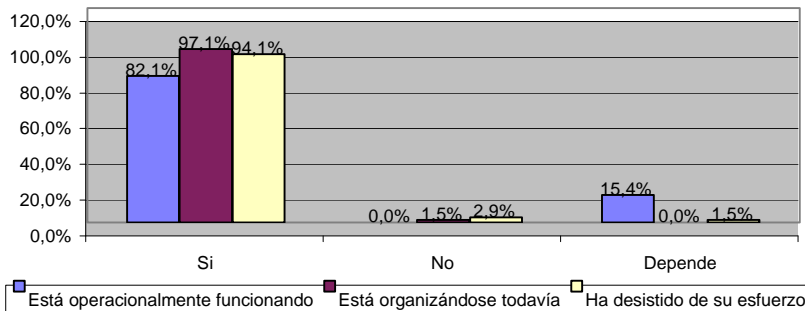
Influencia de la educación para tomar la decisión de iniciar un negocio



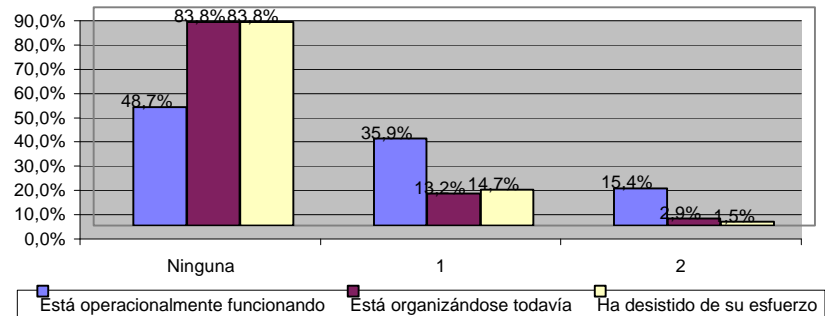
Por qué no ha sido influenciada por la educación



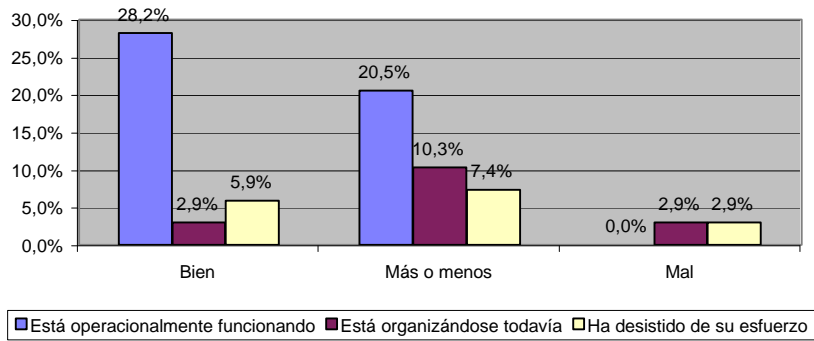
Recomendaría la Capacitación Empresarial



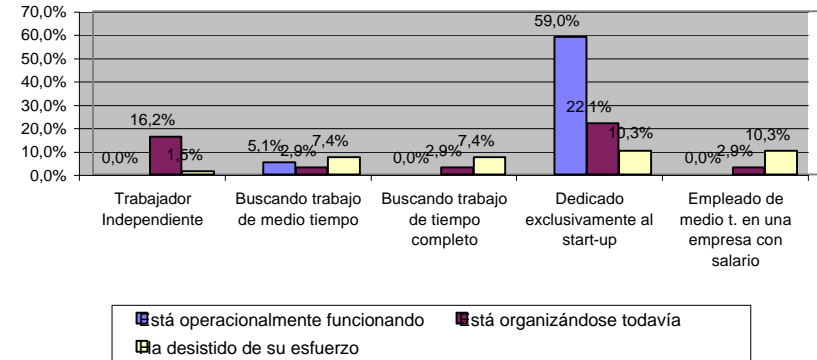
Cuántas empresas ha ayudado a crear



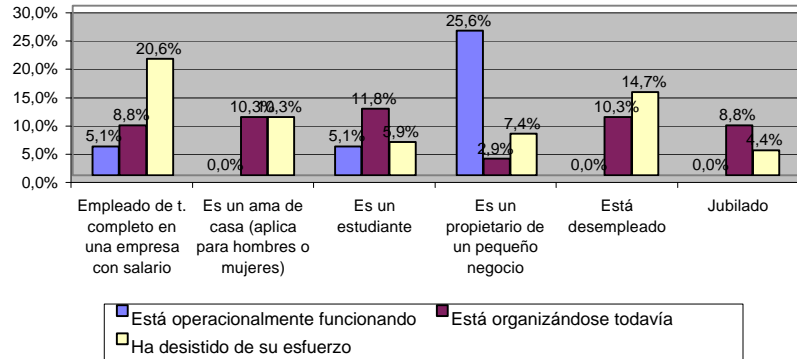
Cómo le fue con esas experiencias



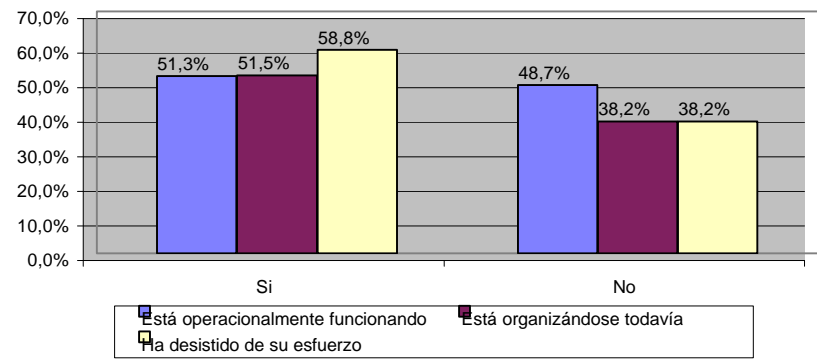
Actividad Actual (1)



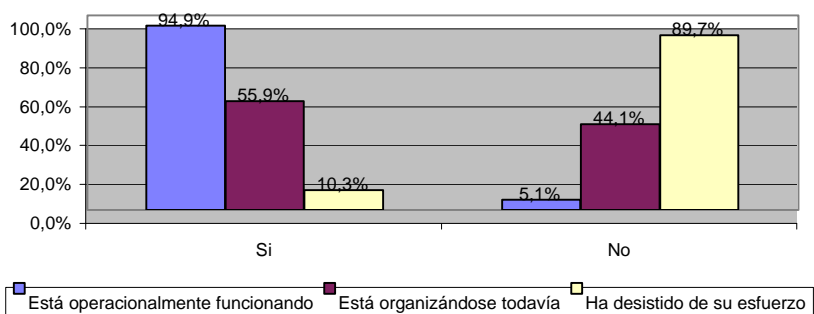
Actividad Actual (2)



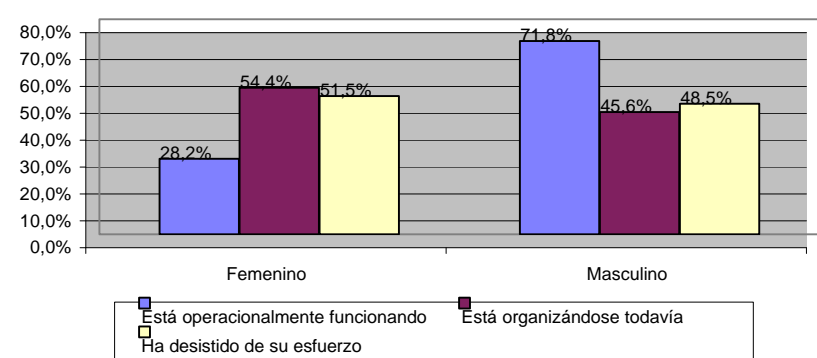
Ha trabajado tiempo completo



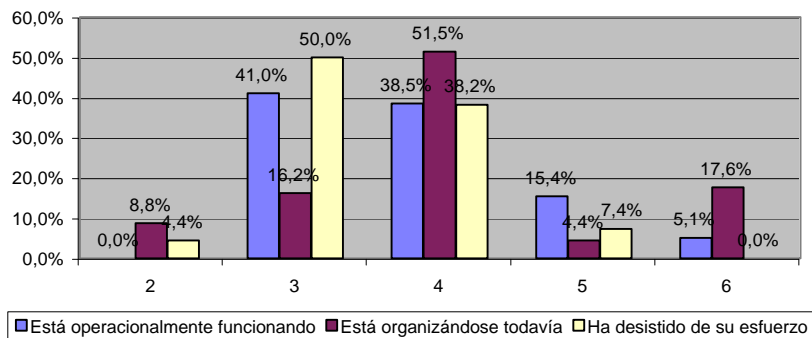
Dedicación de t. completo al Start-up



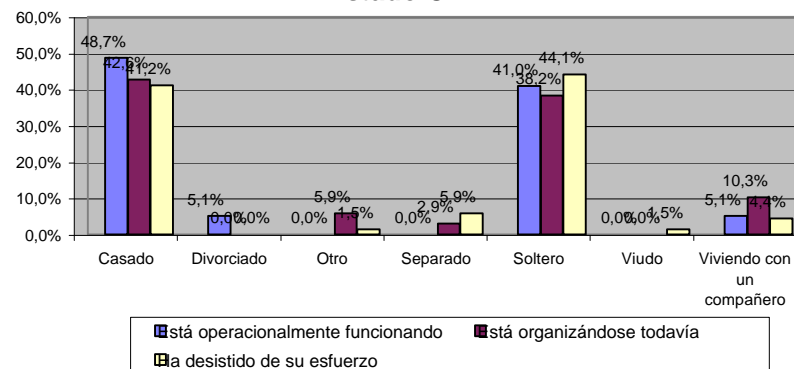
Género del Emprendedor



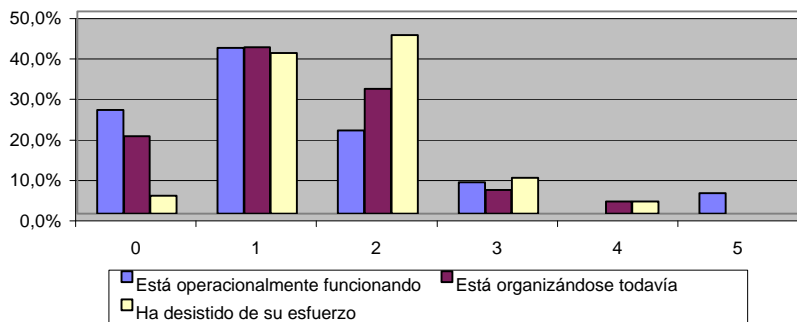
Estrato Socioeconómico



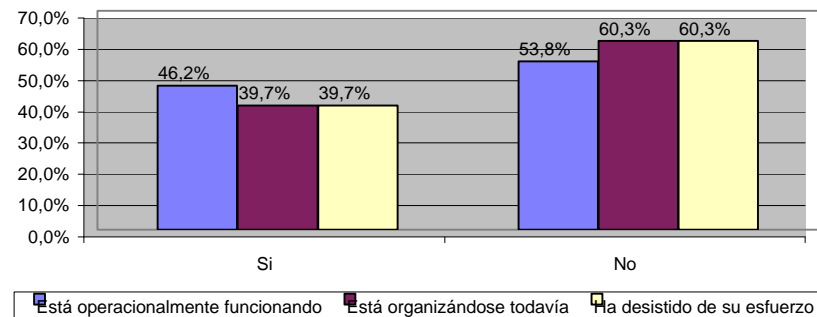
Estado Civil



Personas que viven con el emprendedor y que ganaron dinero en el último año



Ganó dinero en el último año



ANEXO E. DURACION PROMEDIO EN MESES DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES EN EL PROCESO DE CREACION DE EMPRESAS

Está operacionalmente funcionando		Está organizándose todavía		Ha desistido de su esfuerzo	
ACTIVIDAD	MESES (Promedio)	ACTIVIDAD	MESES (Promedio)	ACTIVIDAD	MESES (Promedio)
CURSO DE CAPACITACION	11,59	A DESARROLLAR EL PDTO	9,33	INVERTIR EN LA EMPRESA	13,69
A DESARROLLAR EL PDTO	11,28	CURSO DE CAPACITACION	9,13	PRIMER INGRESO	11,57
TELEFONO EN DIRECTORIO	10,85	AHORRAR PARA INVERTIR	8,96	EQ, FACILIDADES Y LOCACIONES	11,06
PLAN DE NEGOCIOS	10,67	INVERTIR EN LA EMPRESA	8,10	MATERIALES O INVENTARIOS	10,41
INVERTIR EN LA EMPRESA	9,97	PLAN DE NEGOCIOS	7,62	PLAN DE NEGOCIOS	9,84
EQUIPO DE TRABAJO	9,78	ESFUERZOS DE MARKETING	7,48	AHORRAR PARA INVERTIR	9,11
AHORRAR PARA INVERTIR	9,57	EQUIPO DE TRABAJO	6,81	PAGO DE IMPUESTOS	9,00
EQ, FACILIDADES Y LOCACIONES	9,46	PRIMER INGRESO	6,75	A DESARROLLAR EL PDTO	8,98
OPORTUNIDADES DE MERCADO	9,34	MATERIALES O INVENTARIOS	5,89	CURSO DE CAPACITACION	8,87
MATERIALES O INVENTARIOS	9,31	OPORTUNIDADES DE MERCADO	5,81	PROYECCIONES FINANCIERAS	7,83
BUSCAR FINANCIACION	7,50	PROYECCIONES FINANCIERAS	5,72	EQUIPO DE TRABAJO	7,78
PROYECCIONES FINANCIERAS	7,32	CUENTA BANCARIA	5,65	OPORTUNIDADES DE MERCADO	7,07
PAGO DE IMPUESTOS	7,17	EQ, FACILIDADES Y LOCACIONES	5,57	REGISTRO EN CCB	6,00
ESFUERZOS DE MARKETING	7,14	CREDITO CON PROVEEDOR	5,50	CONTRATO A LA 1a PERSONA	6,00
CUENTA BANCARIA	6,93	REGISTRO EN CCB	5,33	BUSCAR FINANCIACION	5,82
REGISTRO EN CCB	6,54	BUSCAR FINANCIACION	5,19	ESFUERZOS DE MARKETING	5,38
PRIMER INGRESO	6,29	TELEFONO EN DIRECTORIO	4,00	CUENTA BANCARIA	3,75
CONTRATO A LA 1a PERSONA	5,88	CONTRATO A LA 1a PERSONA	2,67	INGRESO EXCEDE GASTOS	3,00
CREDITO CON PROVEEDOR	5,67				
INGRESO EXCEDE GASTOS	5,17				
		INGRESO EXCEDE GASTOS	ND	TELEFONO EN DIRECTORIO	ND
		PAGO DE IMPUESTOS	ND	CREDITO CON PROVEEDOR	ND
PARA PAGAR LA FINANCIACION DESDE ENTREVISTA	9,06	PARA PAGAR LA FINANCIACION DESDE ENTREVISTA	9,08	PARA PAGAR LA FINANCIACION DESDE ENTREVISTA	8,53
EMPLEADOS DE T. COMPLETO EN 1er AÑO	4,82		1,59		2,28
EMPLEADOS DE T. COMPLETO EN 5o AÑO	14,51		5,18		5,26
EMPLEADOS DE MEDIO TIEMPO EN 1er AÑO	2,77		2,39		1,53
EMPLEADOS DE MEDIO TIEMPO EN 5o AÑO	5,95		2,77		1,35

ND: No disponible porque no hubo respuestas en estos ítems

Anexo F. Modelo Logit Multinomial

Se puede considerar que el proyecto de un emprendedor o de un equipo de trabajo o logré crear su empresa ($j = 3$), o esté todavía organizándose ($j = 2$), o desista de su esfuerzo empresa ($j = 1$).

Así mismo definiendo la función P_{nj} como la probabilidad de que el individuo n elija la alternativa j existen k atributos o características de n que pueden ser ubicadas en el vector $\beta'_j X_n$, donde $X_n = (X_{1n}, X_{2n}, \dots, X_{kn})$ es el conjunto de variables tales como sexo, edad, industria, plan de negocios, etc. y $\beta_j = (\beta_0, \beta_{1j}, \beta_{2j}, \dots, \beta_{kj})$ es el conjunto de parámetros que representan el impacto de cambios en las variables x sobre las probabilidades. El modelo de probabilidad resulta: $P_{nj} = \Pr(y_n = j)$ para todo $j = 0, \dots, J$ si la parte determinística de la utilidad se especifica que es lineal en los parámetros, $V_{nj} = \beta'_j X_n = \beta_0 + \beta_{11} X_{11} + \beta_{21} X_{21} + \dots + \beta_{kj} X_{kn}$ luego la función de probabilidad de la ecuación es: $P_{nj} = P_j(\beta'_j X_n)$

Para el modelo multinomial la función de probabilidad puede ser escrita como sigue:

$$P_{nj} = \frac{e^{\beta'_j X_n}}{\sum_{j=0}^J e^{\beta'_j X_n}}$$

Este modelo presenta una indeterminación que se resuelve normalizando el modelo fijando arbitrariamente $\beta_0 = 0$, por lo tanto las probabilidad para de que una persona logre crear su empresa son:

$$\Pr(y_n = j) = \frac{e^{\beta'_j X_n}}{1 + \sum_{j=1}^J e^{\beta'_j X_n}}$$

Para $j = 1, \dots, J$

$$\Pr(y_n = 0) = \frac{1}{1 + \sum_{j=1}^J e^{\beta'_j X_n}}$$

Al fijar arbitrariamente a $\beta_0 = 0$ el Start-up que está operacionalmente funcionando se constituye en la categoría base⁴⁸ y condiciona las interpretaciones de los coeficientes estimados para los restantes estados de Start-up. La diferenciación de las expresiones anteriores permite obtener los efectos marginales de las distintas variables utilizadas y son sólo útiles para el análisis de variables independientes continuas. En el caso particular de este trabajo los mismos no se calcularon debido a la no utilización de las mismas.

Los parámetros del modelo son estimados mediante el maximum likelihood. Este procedimiento selecciona a aquellos estimadores que maximizan la probabilidad de una muestra observada. Para derivar el log-likelihood se define una variable escalar d_{nj} para cada individuo donde la variable será 1 si la alternativa es elegida y 0 si no. Por ejemplo si hay cuatro alternativas (1,2,3,4) y el individuo x elige la alternativa 2, los escalares son $d_{x1} = 0, d_{x2} = 1, d_{x3} = 0, d_{x4} = 0$. En un total de N observaciones de índices individuales $n = 1, 2, \dots, N$ el objetivo es encontrar valores de los parámetros que maximizan:

$$\ln L = \sum_{n=1}^N \sum_{j=0}^J d_{nj} \ln \Pr(y_n = j)$$

Los parámetros estimados se calculan a través de un proceso iterativo. Esto es necesario debido a que P_{nj} es una función no lineal de todos los valores β .⁴⁹

⁴⁸ Para hacer esto decodificamos las categorías como sigue: operacionalmente funcionando con 3, organizándose todavía con 2 y ha desistido su esfuerzo con 1. De esta manera, la categoría 3 será la base para el estudio.

⁴⁹ El programa SPSS nos ayudó en la estimación del modelo.

ANEXO G. Correlación Cruzada

Correlations

		Clasificación del start-up	Plan de Negocios	Industria	Propietarios de la Empresa	Necesita financiación	Descripción del negocio	Equipo de trabajo	Motivación Principal	Tamaño de la Empresa	Economía Circular	Desempleo	Sexo	Meses que trabaja	Joven o Viejo	Nivel Socioeconómico	Vive en pareja	Ahorrando dinero para invertir	Nivel de Educación	Cuántos start-ups
Clasificación del start-up	Pearson C	1	-.330*	-.172*	,005	-.058	,118	-.127	-.125	,048	,181*	,090	-.183*	,361*	,127	-.051	,053	-.182*	,112	,072
	Sig. (2-tailed)		,000	,023	,945	,443	,127	,097	,536	,017	,239	,015	,000	,094	,503	,490	,017	,145	,343	
	N	175	172	175	171	175	170	171	175	172	173	173	175	167	175	174	174	173	172	175
Plan de Negocios	Pearson C	-.330*	1	,080	-.123	,052	-.016	,171*	,085	,026	,262*	-.027	-.036	-.153	-.016	-.036	-.039	,121	-.179*	-.234
	Sig. (2-tailed)	,000		,298	,112	,495	,836	,027	,268	,736	,001	,724	,639	,050	,838	,638	,609	,115	,020	,002
	N	172	172	172	168	172	167	168	172	169	170	170	172	164	172	171	171	170	169	172
Industria	Pearson C	-.172*	,080	1	-.091	,190*	,047	,063	,037	,020	-.167*	,108	,105	-.017	-.109	-.062	,058	,057	-.171*	-.112
	Sig. (2-tailed)	,023	,298		,234	,012	,542	,417	,631	,794	,028	,156	,165	,826	,151	,419	,448	,459	,025	,141
	N	175	172	175	171	175	170	171	175	172	173	173	175	167	175	174	174	173	172	175
Propietarios de la Empresa	Pearson C	,005	-.123	-.091	1	-.101	-.010	-.484*	-.201*	-.081	,110	-.178*	-.124	,006	,027	-.088	,087	,017	,131	,062
	Sig. (2-tailed)	,945	,112	,234		,190	,901	,000	,008	,297	,153	,020	,105	,943	,729	,255	,258	,829	,089	,418
	N	171	168	171	171	171	168	167	171	169	169	169	171	163	171	170	170	169	168	171
Necesita financiación	Pearson C	-.058	,052	,190*	-.101	1	-.026	,103	,040	,178*	-.185*	-.043	,020	-.075	,028	-.076	-.083	-.069	-.259*	-.196
	Sig. (2-tailed)	,443	,495	,012	,190		,732	,179	,601	,019	,015	,574	,788	,337	,714	,320	,274	,364	,001	,009
	N	175	172	175	171	175	170	171	175	172	173	173	175	167	175	174	174	173	172	175
Descripción del negocio	Pearson C	,118	-.016	,047	-.010	-.026	1	,081	-.115	,052	-.050	-.232*	,035	-.081	,059	,063	-.163*	-.099	,133	-.033
	Sig. (2-tailed)	,127	,836	,542	,901	,732		,298	,134	,505	,516	,003	,647	,308	,445	,419	,034	,203	,086	,670
	N	170	167	170	168	170	170	166	170	167	168	168	170	162	170	169	169	168	167	170
Equipo de trabajo	Pearson C	-.127	,171*	,063	-.484*	,103	,081	1	,154*	-.002	,029	-.116	-.014	-.203*	-.062	-.116	-.018	-.058	-.157*	,083
	Sig. (2-tailed)	,097	,027	,417	,000	,179	,298		,044	,975	,705	,133	,858	,009	,417	,132	,815	,455	,042	,282
	N	171	168	171	167	171	166	171	171	168	169	169	171	163	171	170	170	170	168	171
Motivación Principal	Pearson C	-.125	,085	,037	-.201*	,040	-.115	,154*	1	,030	-.128	-.184*	,234*	-.179*	,043	-.071	-.036	,165*	,023	-.115
	Sig. (2-tailed)	,099	,268	,631	,008	,601	,134	,044		,694	,093	,016	,002	,021	,568	,349	,636	,030	,769	,129
	N	175	172	175	171	175	170	171	175	172	173	173	175	167	175	174	174	173	172	175
Tamaño de la Empresa	Pearson C	,048	,026	,020	-.081	,178*	,052	-.002	,030	1	-.046	-.183*	,109	-.005	,325*	,228*	-.215*	,099	,087	-.201
	Sig. (2-tailed)	,536	,736	,794	,297	,019	,505	,975	,694		,548	,017	,154	,945	,000	,003	,005	,200	,259	,008
	N	172	169	172	169	172	167	168	172	172	170	170	172	164	172	171	171	170	170	172
Economía Circular	Pearson C	,181*	,262*	-.167*	,110	-.185*	-.050	,029	-.128	-.046	1	-.005	-.109	-.051	-.210*	-.051	,146	-.025	,003	,094
	Sig. (2-tailed)	,017	,001	,028	,153	,015	,516	,705	,093	,548		,946	,153	,517	,006	,510	,056	,749	,964	,219
	N	173	170	173	169	173	168	169	173	170	173	173	173	165	173	172	172	171	172	173
Desempleo	Pearson C	,090	-.027	,108	-.178*	-.043	-.232*	-.116	-.184*	-.183*	-.005	1	,051	,188*	,023	-.028	,255*	-.098	,022	-.107
	Sig. (2-tailed)	,239	,724	,156	,020	,574	,003	,133	,016	,017	,946		,505	,016	,767	,719	,001	,204	,775	,162
	N	173	170	173	169	173	168	169	173	170	173	173	173	165	173	172	172	171	172	173
Sexo	Pearson C	-.183*	-.036	,105	-.124	,020	,035	-.014	,234*	,109	-.109	,051	1	-.084	,175*	,182*	-.004	,263*	,092	-.264
	Sig. (2-tailed)	,015	,639	,165	,105	,788	,647	,858	,002	,154	,153	,505		,278	,021	,016	,958	,000	,231	,000
	N	175	172	175	171	175	170	171	175	172	173	173	175	167	175	174	174	173	172	175
Meses que trabaja	Pearson C	,361*	-.153	-.017	,006	-.075	-.081	-.203*	-.179*	-.005	-.051	,188*	-.084	1	,110	-.088	-.021	-.004	,019	,030
	Sig. (2-tailed)	,000	,050	,826	,943	,337	,308	,009	,021	,945	,517	,016	,278		,155	,260	,788	,963	,812	,704
	N	167	164	167	163	167	162	163	167	164	165	165	167	167	167	166	166	165	164	167
Joven o Viejo	Pearson C	,127	-.016	-.109	,027	,028	,059	-.062	,043	,325*	-.210*	,023	,175*	,110	1	,163*	-.406*	,032	,321*	-.223
	Sig. (2-tailed)	,094	,838	,151	,729	,714	,445	,417	,568	,000	,006	,767	,021	,155		,031	,000	,674	,000	,003
	N	175	172	175	171	175	170	171	175	172	173	173	175	167	175	174	174	173	172	175
Nivel Socioeconómico	Pearson C	-.051	-.036	-.062	-.088	-.076	,063	-.116	-.071	,228*	-.051	-.028	,182*	-.088	,163*	1	-.066	,174*	,192*	-.033
	Sig. (2-tailed)	,503	,638	,419	,255	,320	,419	,132	,349	,003	,510	,719	,016	,260	,031		,386	,023	,012	,668
	N	174	171	174	170	174	169	170	174	171	172	172	174	166	174	174	173	172	171	174
Vive en pareja	Pearson C	,053	-.039	,058	,087	-.083	-.163*	-.018	-.036	-.215*	,146	,255*	-.004	-.021	-.406*	-.066	1	,136	-.108	,177
	Sig. (2-tailed)	,490	,609	,448	,258	,274	,034	,815	,636	,005	,056	,001	,958	,788	,000	,386		,075	,159	,019
	N	174	171	174	170	174	169	170	174	171	172	172	174	166	174	173	174	173	171	174
Ahorrando dinero para invertir	Pearson C	-.182*	,121	,057	,017	-.069	-.099	-.058	,165*	,099	-.025	-.098	,263*	-.004	,032	,174*	,136	1	-.065	,017
	Sig. (2-tailed)	,017	,115	,459	,829	,364	,203	,455	,030	,200	,749	,204	,000	,963	,674	,023	,075		,398	,822
	N	173	170	173	169	173	168	170	173	170	171	171	173	165	173	172	173	173	170	173
Nivel de Educación	Pearson C	,112	-.179*	-.171*	,131	-.259*	,133	-.157*	,023	,087	,003	,022	,092	,019	,321*	,192*	-.108	-.065	1	-.009
	Sig. (2-tailed)	,145	,020	,025	,089	,001	,086	,042	,769	,259	,964	,775	,231	,812	,000	,012	,159	,398		,904
	N	172	169	172	168	172	167	168	172	170	172	172	172	164	172	171	171	170	172	172
Cuántos start-ups	Pearson C	,072	-.234*	-.112	,062	-.196*	-.033	,083	-.115	-.201*	,094	-.107	-.264*	,030	-.223*	,033	,177*	,017	-.009	1
	Sig. (2-tailed)	,343	,002	,141	,418	,009	,670	,282	,129	,008	,219	,162	,000	,704	,003	,668	,019	,822	,904	
	N	175	172	175	171	175	170	171	175	172	173	173	175	167	175	174	174	173	172	175

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Anexo H. Resultados del Estudio vs. Literatura Revisada

VARIABLES	Otros Estudios (Anexo A)	Bidh� (2000)	Barrera & Mantilla (2002)	GEM 2002	Rosas (2003)
Género (Hombre - Mujer)	Hombres	Hombres	Hombres	Hombres	Hombres
Edad (Joven - Viejo)	Ambiguo	Joven	Joven	Joven	Viejo
Soltero - Casado	Ambiguo		Soltero		Soltero
Educación (Baja - Alta)	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Nivel Económico (Bajo - Medio - Alto)	Medio - Alto	Medio - Alto	Medio - Alto	Medio - Alto	Medio - Alto
Exp. Laboral (Si - No)	Ambiguo	No	No	Si	Si
Exp. Start-up's (Si - No)	Si		No	Ambiguo	No
Hermano Mayor	Ambiguo		Casi la mitad		Casi la mitad
Estímulo de los padres, familiares y conocidos			Si	Si	Si
Influencia de ver a padres empresarios			No	Si	Si
Sector (Manufactura - Servicios y Comercio)	Ambiguo		Internet	Ambiguo	Servicios y Comercio
Ambición a L.P. (Empresa Grande - E. Pequeña)	E. Grande	E. Pequeña			E. Grande
Plan de Negocios (Si - No)	Ambiguo	No	Si	Ambiguo	Si
Busqueda de Oportunidades		No			No
Investigaciones de Mercado y Publicidad		No	Si		No
Información y Guía (Si - No)	Si			Ambiguo	Si
Tiempo Invertido en Start-up (Completo - Medio)	Completo		Completo	Completo	Completo
Conformación	Eq. de Trabajo	Eq. de Trabajo	Eq. de Trabajo	Eq. de Trabajo	Eq. de Trabajo
Capital / Financiación	Propio e Inversionistas Angel	Propio	Propio	Propio e Inversionistas Angel	Propio e Inversionistas Angel
Innovación	Si	No	Si	Si	No
Influencia a Proveedores		Si			Si
Motivación				Oportunidad	Oportunidad
Ambiente					Positivo
Desempleo					Positivo
Meses del Proceso					Mayor a 12 meses
Tipo de Sociedad			Limitadas o Anónimas		Limitadas
Número de empleados iniciales			Pocos		Pocos
Problemas en un futuro			Falta de Capital y apoyo		Falta de Capital y apoyo

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION	1
2. REVISION DE LA LITERATURA	4
3. METODOLOGIA	20
3.1. LA MUESTRA	21
3.2. EL CUESTIONARIO	22
3.3. LAS ENTREVISTAS	24
3.4. ANALISIS DE RESULTADOS	25
3.4.1. ANALISIS DE FRECUENCIAS	25
3.4.2. MODELO MULTINOMIAL	32
3.4.3. RESULTADOS DEL MODELO	34
4. CONCLUSIONES	41
BIBLIOGRAFIA	46
ANEXO A. LITERATURA SOBRE COMPORTAMIENTO DE LA NUEVA FIRMA	
ANEXO B. PRINCIPALES RESULTADOS PROYECTO GEM2002	
ANEXO C. CUESTIONARIO	
ANEXO D. GRAFICAS ANALISIS DE FRECUENCIAS	
ANEXO E. DURACION PROMEDIO DE PRINCIPALES ACTIVIDADES	
ANEXO F. MODELO LOGIT MULTINOMIAL	
ANEXO G. CORRELACION CRUZADA	
ANEXO H. RESULTADOS DEL ESTUDIO vs. LITERATURA REVISADA	