

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

Caracterización de la Actividad Empresarial en el Municipio De San Vicente

Diego Mejía Santamaría

Trabajo de grado presentado para optar por el título de Magister en Administración

Director

Oscar Manrique

Magister en Administración

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Maestría En Administración

2015

A todas aquellas personas que creyeron en mí.

A Dios

Diego

.

CONTENIDO

	Pág.
Introducción	123
1. Caracterización de la Actividad Empresarial en el Municipio De San Vicente	15
1.1 Presentación De La Investigación	145
1.2 Pregunta Problema	15
1.3 Objetivos	20
1.3.1 Objetivo General.	20
1.3.2 Objetivos Específicos.	20
1.3.3 Justificación	21
2. Marco Referencial	234
2.1 El GEM como informe de emprendimiento	234
2.2 La Actividad Empresarial	245
2.2.1 Proceso de creación de empresas.	245
2.2.2 Total Entrepreneurial Activity (TEA).	256
2.2.3 Relación emprendimiento Vs. Crecimiento Económico.	267
2.3.1 Empresario y emprendedor.	289
2.3.2 El cambiante campo de la investigación empresarial.	319
2.3.3 Ideas relevantes alrededor de los estudios sobre Emprendimiento.	35
2.4 Indicadores de Actividad Empresarial	37
2.5 Antecedentes Investigativos sobre Actividad Empresarial	39
3. Metodología	45

3.1 Tipo De Estudio	45
3.2 Instrumento De Recolección De Información.	45
3.2.1 Operacionalización de Variables	45
3.3 Delimitación Espacial Y Temporal	47
3.4. Población Y Muestra	47
3.4 Muestreo	49
3.5 Construcción De Indicadores	49
3.6 Trabajo de Campo	50
4. Perfil Socioeconómico De San Vicente	52
4.1 Características Generales Y Cobertura De Servicios Básicos San Vicente	52
4.2 Estructura De La Población Municipio De San Vicente	53
4.3 Dinámica De La Población Municipio De San Vicente	55
4.3.1 Análisis de Nacimientos y Fecundidad en el Municipio se San Vicente.	56
4.3.2 Análisis de Mortalidad y Morbilidad Municipio de San Vicente Santander.	57
4.4 Perfil económico	¡Error! Marcador no definido.
4.4.1 Estructura empresarial	60
4.4.2 Infraestructura	61
4.4.3 Actividades económicas en desarrollo	62
4.4.4 Finanzas públicas	63
5. Resultados	64
5.1 Actividad Empresarial En San Vicente 2014	64
5.1.1 TEA (Emprendimiento).	64
5.1.2 Empresarios Establecidos.	65

5.1.3 Empresarios discontinuos.	66
5.1.4 Motivación para crear empresa.	67
5.2 Caracterización De Empresarios	70
5.2.1 Género.	70
5.2.2 Edad.	72
5.2.3 Nivel Educativo.	73
5.2.4 Nivel de Ingresos.	75
5.2.5 Antecedentes Empresariales.	76
5.3 Caracterización De Empresas	77
5.3.1 Sectores de actividad económica de las nuevas empresas y empresas establecidas.	77
5.3.2 Nivel de inversión requerido para la puesta en marcha de una empresa.	778
5.4 Actitudes De Los Individuos Frente A La Creación De Empresas	789
5.4.1 Percepción de oportunidades.	789
5.4.2 Percepción de conocimientos y habilidades para la creación de empresas.	80
5.4.3 Temor al fracaso empresarial.	80
5.5. Aspiraciones De Los Nuevos Empresarios En Torno A La Creación De Empresas	81
5.5.1 Expectativas sobre la generación de empleo.	81
5.5.2 Intensidad Exportadora.	81
6. Propuesta De Política Publica Para Mejorar El Nivel De Actividad Empresarial En El Municipio De San Vicente	83
6.1 Pilares Estratégicos De La Propuesta	83
6.1.1 Fortalecimiento industrias tradicionales.	83
6.1.2 Exploración y apoyo para nuevas iniciativas industriales.	83

6.1.3 Apoyo para creación de micro y pequeñas empresas.	834
6.3 Política Pública Para El Mejoramiento De La Actividad Empresarial	85
7. DISCUSIÓN	91
8. Conclusiones	93
Bibliografía	96

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Definiciones de emprendedores según el GEM	25
Figura 2. Modelo conceptual GEM	27
Figura 3. Mapa descriptivo de la ruta de trabajo de encuestadores	50
Figura 4. Tasa de empresarios establecidos – Comparación región oriente y Colombia 2013/2014	66
Figura 5. Razones de la salida empresarial – Comparación San Vicente y Colombia 2011/2012	66
Figura 6. Motivaciones Región Oriente, San Vicente y Colombia, 2013/2014	68
Figura 7. Motivaciones para crear empresa de hombres y mujeres en San Vicente, municipalidades del oriente y Colombia	69
Figura 8. Importancia de los motivos para perseguir una oportunidad de negocio	70
Figura 9. TEA según género – San Vicente y Colombia 2013/2014	71
Figura 10. TEA según nivel de ingresos – San Vicente	75
Figura 11. Empresarios establecidos según nivel de ingresos – San Vicente	75

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Evolución del indicador TEA en Colombia 2006-2013	42
Tabla 2. Operacionalización de variables	46
Tabla 3. Cobertura De Servicios Básicos San Vicente 2011	52
Tabla 4. Otros Servicios Públicos Coberturas 2011	52
Tabla 5. Porcentaje de Población con Necesidades Básicas Insatisfechas Municipio de San Vicente al año 2011	53
Tabla 6. Estructura población San Vicente y proyección a 2017	53
Tabla 7. Distribución por sexo municipio de San Vicente Santander 2011	54
Tabla 8. Población según grupo de edad con proyecciones de población 2005-2020	54
Tabla 9. Dinámica de la población en San Vicente 2011	55
Tabla 10. Reporte de Nacimientos en el Municipio de San Vicente Mes a Mes Año 2011	56
Tabla 11. Primeras causas de morbilidad por consulta externa, San Vicente 2012	58
Tabla 12. 10 Primeras Causas de Morbilidad por Consulta Externa en Grupo de Edad de 1 Año A 4 Años, San Vicente 2012	58
Tabla 13. 20 Primeras Causas de Morbilidad por Urgencias en Grupo de Edad de Menores de 1 Año, San Vicente 2012	59
Tabla 14. Número de empresas según sectores de actividad económica en San Vicente de Chucuri	60
Tabla 15. Comparativo de la TEA entre San Vicente y algunas ciudades de la región, y Colombia	64

Tabla 16. Empresarios establecidos según género (%) en San Vicente y Colombia, 2013/2014	71
Tabla 17. TEA y empresarios establecidos según rangos de edad (%) en San Vicente y Colombia 2013/2014	72
Tabla 18. TEA y empresarios establecidos según nivel educativo – San Vicente	73
Tabla 19. Conocimiento de la población de al menos un emprendedor en San Vicente y Colombia	76
Tabla 20. Sectores productivos de las nuevas empresas y de las empresas establecidas – San Vicente y Colombia 2013/2014	77
Tabla 21. Diferentes percepciones alrededor del ambiente de negocios	78
Tabla 22. Porcentaje de la TEA que espera generar nuevos empleos en los próximos cinco años	80
Tabla 23. Matriz Diagnóstica de la Actividad Empresarial en San Vicente	84
Tabla 24. Propuesta Política Publica Pilar Estratégico No 1	85
Tabla 25. Políticas Públicas Pilar Estratégico No 2	86
Tabla 26. Propuesta Política Pública Pilar No 3.	88

Lista De Apéndices

Apéndice A. Formato De Encuesta	112
---------------------------------	-----

RESUMEN

El presente estudio presenta la caracterización de la actividad empresarial del municipio de San Vicente (Santander-Colombia) a partir de una muestra de 385 individuos pertenecientes a la población en edad de trabajar dentro del municipio. Los resultados señalan que existe una mayor disposición emprendedora de su población frente a otras regiones de Colombia y a la media del país, relacionada con la necesidad de buscar oportunidades de empleo por parte de sus pobladores, y que las mujeres participan en mayor proporción en la actividad empresarial que la media de Colombia y dicha participación es similar a la obtenida por los hombres. Otra información interesante alrededor de la actividad empresarial del municipio es suministrada, la cual es comparada con los resultados de otros municipios, y la media nacional. Para aprovechar la información, se realiza un análisis de las debilidades y fortalezas de la actividad empresarial y con base en ello se proponen cuatro pilares para una política pública de emprendimiento en este municipio: Fortalecimiento industrias tradicionales, Exploración y apoyo para nuevas iniciativas industriales, Encadenamiento de la actividad micro empresarial con los proyectos de gran envergadura, y Apoyo a la micro y pequeña empresa en los sectores manufactura incluyendo el agropecuario, los servicios y comercial..

Palabras claves: emprendimiento, TEA, actividad empresarial

Introducción

El emprendimiento como motor del desarrollo empresarial tiene sus particularidades de acuerdo a cada región, y depende de factores antropológicos y otras condiciones del entorno que en ocasiones son desconocidas de manera técnica. Por este motivo en el presente trabajo se plantea la caracterización de la actividad empresarial para el caso específico de los individuos del municipio de San Vicente (Santander).

Para lograr el objetivo propuesto se procedió a realizar una encuesta estructurada, la cual fue aplicada a una muestra de individuos pertenecientes al municipio con edades entre 18 y 64 años. Esta información es comparada con los resultados obtenidos en estudios similares para otros municipios y la media para toda Colombia.

En el primer capítulo se amplía la descripción del problema, así como el alcance del trabajo. En el segundo capítulo se explican algunos estudios similares realizados y se hace un reconocimiento histórico del estudio del emprendimiento como área investigativa.

En el tercer capítulo se explican los detalles del proceso empleado para la recolección de la información y algunas exposiciones sobre el análisis de los datos. En el cuarto capítulo se describen los indicadores más relevantes del municipio de San Vicente para crear una percepción general de sus condiciones sociodemográficas.

En el quinto capítulo se entregan los resultados de las encuestas aplicadas realizando una comparación con otros resultados, tal como se expuso anteriormente, de los cuales se han tomado como referentes los realizados para algunos municipios en la región oriental de Colombia. La región oriental es seleccionada por la similitud cultural con la población de San Vicente, aun cuando pueda tener mayor actividad comercial con otras regiones de Colombia. En segunda

instancia se presenta información característica de los emprendedores propiamente dicha y de las empresas.

Para terminar, en el capítulo seis se realiza un análisis a la actividad empresarial de San Vicente, a partir de dos elementos, por un lado, los pilares estratégicos que deben regir la política pública municipal sobre emprendimiento, la cual fue basada en el plan de emprendimiento departamental (Santander), y como segundo elemento, una matriz DOFA construida con la información recolectada en la encuesta. El análisis consiste en sugerir políticas públicas para mejorar las falencias encontradas y fortalecer al municipio en aprovechamiento de los aspectos positivos que se identificaron.

1. Caracterización De La Actividad Empresarial En El Municipio de San Vicente De Chucuri

1.1 Presentación De La Investigación

En este apartado se busca socializar las ideas generales que dan inicio al estudio, la relación con algunos conceptos teóricos, el panorama nacional asociado al problema y se precisa cuál será el escenario de indagación a utilizar.

1.2 Pregunta Problema

El desarrollo y el crecimiento impactan sobre el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de un área geográfica. En Colombia, el gobierno nacional ha incluido desde hace varios años, diversas políticas para fortalecer las posibilidades de desarrollo y crecimiento del país; entre estas políticas se encuentran aquellas enfocadas al fortalecimiento del emprendimiento como la Ley 1014 de 2006, y la Ley 789 de 2002 en su artículo 40 que crea el Fondo Emprender, el cual es administrado por el Sena y consiste en aportes económicos con posibilidad de condonación de deuda para ideas de negocios propuestas por estudiantes o graduados de carreras técnicas, tecnológicas y profesionales.

El tema del emprendimiento no solo constituye un interés de crecimiento económico y social por su aporte a la generación de bienes de capital (Muñiz, 2015) sino que también influye sobre la variable social y económica reconocida como el empleo. Mientras el emprendimiento a través de la construcción de bienes de capital genera dinamismo en el mercado, el empleo constituye

una fuente de crecimiento personal para los ciudadanos tanto en el sustento como en la moral (Castel, 2015).

Las políticas nacionales, como en el caso del emprendimiento, deben considerar las particularidades de cada región con el ánimo de adaptar los programas de fomento al emprendimiento a sus condiciones socioeconómicas, tal como lo afirma González: “Generar y fortalecer una cultura de emprendimiento en una comunidad dada, implica reconocer los rasgos de comportamiento social y económico de los grupos humanos que la integran, rasgos que se han ido consolidando con el paso del tiempo y que le imprimen un sello distintivo a las nuevas formas de desarrollo que ella logre delinear” (González, 2006:6). En este sentido, a nivel regional se establecen políticas particulares y organismos que dinamizan su proceso, como en el caso de ROCE (la Red para el Oriente Colombiano del Emprendimiento) (Plaza, 2014) y la política de emprendimiento regional plasmada en el Plan de Desarrollo de Santander (Aguilar, 2012).

De la misma manera, organismos como el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) con su versión GEM Colombia estudia y genera indicadores de la actividad empresarial tanto de los países como de sus regiones, incluyendo las ciudades más importantes. Para el caso de Colombia el último indicador acerca de la Tasa Total de la Nueva Actividad Empresarial (TEA) fue de 21.4% para el año 2013-2014 y en el caso de Bucaramanga de 19.6% (Varela, 2015). Otros indicadores para ciudades intermedias también han sido estimados como Pamplona en Norte de Santander, sin embargo los estudios no pueden abarcar todas las municipalidades para brindar información oportuna sobre el fenómeno del emprendimiento a cada organismo gubernamental del país. En tal sentido, se intenta para este estudio aportar información de este tipo para otros municipios que el GEM no cubre actualmente. Uno de estos municipios es San Vicente en

Santander. Aunque otros municipios del departamento de Santander son más importantes en términos económicos como Barrancabermeja, el autor se decide por este municipio por diferentes razones que se presentan en el apartado más adelante denominado Justificación. No obstante, vale la pena adelantar al lector que el municipio de San Vicente tiene importancia dentro del departamento de Santander entre otras características por: i) es un municipio aledaño al proyecto del Embalse o Represa Hidrosogamoso, el cual requiere durante su construcción y funcionamiento las necesidades de constitución de empresas de servicios y suministro de repuestos; ii) en los últimos años se viene despertando el interés en el municipio por las posibilidades de minas de carbón que actualmente requiere el país, lo cual se materializa en las 19 concesiones que fueron otorgadas en los últimos años; iii) existen grandes oportunidades de desarrollo empresarial en el turismo, ya que en el municipio se cuenta con espacios para ofrecer al turista en ecoturismo, patrimonio cultural, turismo de aventura, y naturaleza exótica.

El municipio de San Vicente (Santander) sufre como otras municipalidades las dificultades del desempleo, el cual constituye una problemática constante que no evoluciona positivamente (Esteban, 2012). Sobre este aspecto, los indicadores de empleo no se encuentran actualizados pero se pueden llegar a una aproximación como lo aclara Esteban (2012) cuando afirma que “en el municipio de San Vicente de Chucurí no existe un reporte de la información correspondiente a la generación de ingresos de las personas, pero es posible aproximar este comportamiento de acuerdo con la información recolectada por el Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales (SISBEN)” (Esteban, 2012). En este sentido, el Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015 (Esteban, 2012) registra indicadores de actividad económica a partir de la encuesta realizada por el SISBEN que indican que para el año 2011 existían 6.338 personas en edad de trabajar (mayores a 12 años en lo urbano y mayores a 10 años en lo rural),

de las cuales solo 3.770 ejercían una actividad en la cual recibían ingresos, es decir, existía una tasa de empleo del 59.5% y por ende una tasa de desempleo del 40.5%.

Con altas tasas de desempleo en el municipio se relacionan otros indicadores que señalan oportunidades para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, como: i) El 47% de la población era considerada por debajo de la línea de pobreza en el año 2012 (Esteban, 2012); ii) El porcentaje de cobertura o satisfacción de las necesidades básicas de la población (Porcentaje de NBI) como son la vivienda, servicios y educación era del 29% en la zona urbana y del 40% en la zona rural para el año 2012 (Esteban, 2012); iii) El Índice de Condiciones de Vida (ICV) fue del 68.4% en el 2012 (Esteban, 2012).

Estos indicadores de calidad de vida son un reflejo de la necesidad de fomentar el desarrollo y crecimiento económico; por lo tanto se intenta con este estudio buscar información sobre el estado de actividad empresarial de los individuos del municipio que permita mejorar la comprensión del problema de crecimiento y desarrollo económico desde la óptica del emprendimiento como parte de la cultura regional pero como “factor determinante del crecimiento económico y competitivo de un país” (Arias, 2008).

Sobre el estado actual de la actividad empresarial, el Plan de Desarrollo Municipal recopila indicadores que señalan que la distribución de empresas en el área urbana es la siguiente (Esteban, 2012): 61.2% de los establecimientos son comerciales, 21.8% prestan servicios, 11.1% son industriales y 5.9% se dedican a otras actividades. En el área rural la distribución está sesgada al agro, con un 85% de unidades productivas que realizan labores artesanales agrícolas, 14% dedicadas al levante de animales, y solo un 1% a la minería. En cuanto al agro, su dedicación casi exclusiva es el cultivo del cacao y el café. El primero genera aproximadamente el 60% de la producción del municipio. Otros productos en menor escala de producción son los

granos como la arveja y el frijol, frutas como la mandarina, guanábana y guayaba, y hortalizas como la cebolla.

No solo las condiciones de calidad de vida constituyen un problema que puede enfrentarse mediante el desarrollo socio-económico que la generación de empresas puede ofrecer, sino que también los niveles de desarrollo internos de las empresas u organizaciones de producción constituyen un interés del emprendimiento, toda vez que de la actitud emprendedora se tejen procesos de mejoramiento al interior de las actuales y/o nuevas unidades productivas. En este sentido, cabe resaltar el diagnóstico realizado por Suarez (2008) donde señala que las empresas en el área urbana son un soporte de suministros para las empresas del sector rural y para la población particular y no constituyen el fuerte empresarial de la región. En el área rural se encuentran las empresas fuertes o de respaldo económico para el desarrollo del municipio pero éstas adolecen de técnicas de producción apropiadas y por ende es común encontrar pérdidas por problemas fitosanitarios, riegos inapropiados, pestes, migración de la población y baja productividad.

Este tipo de problemas empresariales pueden solucionarse bajo la óptica del desarrollo del espíritu emprendedor del municipio, que si bien este proyecto no puede abordar, la información recabada constituye un suministro para la toma de decisiones en los planes de formación de sus habitantes.

Ahora bien, desde el punto de vista de la investigación, la sistematización de conocimiento sobre emprendimiento ha evolucionado desde los años ochenta (80) (Shane y Venkataraman, 2000). Generalmente, esta área de estudio intenta conocer ¿cómo y por qué algunos individuos (o grupo de individuos) identifican oportunidades, las evalúan como viables y deciden explotaras,

o cómo lo hacen cuando deciden que no son viables, llegando a obtener como resultados, productos, firmas e industrias (Landstrom et al., 2011).

El enfoque de este estudio no intenta conocer el cómo ni el porqué de los niveles de actividad empresarial, y en su defecto intenta conocer el estado actual del fenómeno en el municipio de San Vicente buscando respuesta a la pregunta ¿Qué caracteriza la actividad empresarial en el municipio de San Vicente (Santander)?.

1.3Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Caracterizar el nivel de actividad empresarial en el municipio de San Vicente

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Establecer el nivel de actividad empresarial en el municipio de San Vicente
- Identificarlas variables asociadas a los niveles municipales de actividad empresarial de San Vicente
- Proponer políticas que puedan aumentar el nivel de actividad empresarial en el municipio de San Vicente

1.3.3 Justificación

Se ha determinado realizar este estudio bajo la premisa e importancia de cuatro criterios: el primero, desde el tema del emprendimiento como un fenómeno académico, gubernamental y empresarial de relevancia actual, el segundo, como un tema de competitividad nacional porque el gobierno nacional dentro de su Programa de Transformación Productiva (PTP) incluyó como sector de importancia la Chocolatería, confitería y sus Materias Primas, de las cuales éstas últimas incluyen el cacao, producto agrícola por excelencia en el municipio de San Vicente Chucurí, el cual representa el 25.8% de la producción de esta fruta para el departamento de Santander (Esteban, 2012); el tercero motiva la generación de la información producto del estudio para la orientación de políticas de desarrollo social, económico e industrial en el municipio, y el cuarto criterio de justificación para la realización del proyecto en San Vicente (Santander) radica en las facilidades por conocimiento, desplazamiento y conexiones emocionales y familiares del autor con éste debido a su posición como coterráneo de estas tierras y la vida desarrollada en ella.

El estudio sobre el emprendimiento hace parte de “un creciente reconocimiento en todo el mundo sobre su papel preponderante como un motor de creación de empleo y de crecimiento económico” (Lalkaka, 2001), por lo tanto, es justificable que se conozca su evolución dentro de cualquier localidad, en este caso San Vicente, ya que se logra un aporte desde lo internacional porque se agregan datos a los estudios realizados por organismos como el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) y desde lo local porque el departamento de Santander mantiene un Plan Estratégico de Emprendimiento, el cual fue formulado en el 2009 por tres instituciones, la Gobernación del Santander, el Instituto para el Desarrollo de Santander, y la Incubadora de

Empresas, para el cual esta información no sólo le permite hacer comparaciones con el orden internacional sino también monitorear los avances del plan, en este caso para el municipio de San Vicente. En este último argumento vale la pena hacer salvedad que este plan estratégico se encuentra formulado hasta el año 2017e incluye dentro de sus ejes transversales la necesidad de construir para los municipios del departamento de Santander un sistema de mejoramiento continuo que sea promotor, entre otras cosas, de una cultura emprendedora (Rueda, 2009); así, los indicadores aquí determinados fortalecerían un sistema de mejoramiento continuo, al permitir comparativos a través del tiempo siempre y cuando se mantenga este estudio de manera transversal en el tiempo.

Desde el año 2008 se viene desarrollando una política de competitividad que incluye en Colombia el Programa de Transformación Productiva (PTP), el cual es una “herramienta dispuesta por el Gobierno Nacional para la ejecución de la Política Industrial que conduzca al Desarrollo Productivo del país y con la que se generan entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas” (PTP, 2015). En este programa se han definido 20 sectores productivos que se consideran con el mejor potencial para generar las expectativas de crecimiento esperadas. Dentro de estos sectores se considera la rama industrial que denominaron “Chocolatería, Confitería y sus Materias Primas”, de las cuales el cacao corresponde a uno de los insumos más importantes. En este insumo radica la importancia de San Vicente de Chucurí como elemento dentro del PTP porque la producción de éste le ha permitido la denominación al municipio como “Capital Cacaotera de Colombia” (Esteban, 2012).

Con la información recolectada sobre las características de la actividad empresarial del municipio, los organismos gubernamentales locales y regionales contarán con nueva información complementaria que fortalezca las políticas de desarrollo social y económico. La información

sobre el nivel de actividad empresarial del municipio es útil en las políticas de desarrollo social porque permite discriminar por sexo o por otras variables demográficas como nivel de estudios, la edad, el nivel de ingresos y la experiencia laboral, las intenciones y/o impulsos de generación de empleos a través de la constitución de nuevas unidades productivas. De esta manera se pueden focalizar las políticas de apoyo social de acuerdo a los sectores sociodemográficos identificados en el estudio.

Además se pueden identificar otras cuestiones sobre la actividad empresarial que impactan en el desarrollo económico como la evolución actual de las empresas por sectores productivos (transformación, extracción, servicios de consumo y servicios industriales), con las cuales dirigir las políticas de apoyo al fomento industrial y del empleo, y de infraestructura según los niveles mostrados de evolución empresarial de cada uno de estos sectores.

No obstante, aunque pueda existir una amplia aplicación de la información obtenida a través de este informe, como valor agregado se presenta un capítulo que a manera de propuesta entrega lineamientos de política pública que se pueden convertir en referentes de análisis en los organismos gubernamentales, constituyéndose un aporte bien intencionado del autor para estimular el debate público y privado del desarrollo del municipio.

2. Marco Referencial

2.1 El GEM como informe de emprendimiento

Los estudios más reconocidos sobre actividad empresarial se deben al *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), y datan desde el año 1999 cuando el London Business School y el Babson College en Inglaterra institucionalizan una red de investigadores, llegando a convertirse en el proceso de actividad de investigación más amplio del mundo, que monitorea, a partir de una caracterización ya definida, la actividad emprendedora en los países que se vinculen a dicha red de investigación.

En Colombia se realizó el primer estudio en el 2006 a partir de un grupo de trabajo conformado por las universidades Andes, Icesi, Javeriana-Cali, y Norte. La red de investigación para Colombia se ha expandido internamente y para el año 2011 ya se encontraban disponibles estudios para las ciudades de: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, San Vicente, Sincelejo, Bucaramanga, y Manizales (GEM, 2012). En la página web del GEM Colombia se puede encontrar los informes respectivos a: siete (7) informes nacionales entre el 2006 y el 2011, y de los municipios o regiones dos informes por cada uno para los años 2010 y 2011.

El estudio GEM mantiene como objetivo principal la comprensión de la relación existente entre el desarrollo económico de un país o nación y las actividades de empresarismo entre sus habitantes. Para esto se ha trazado como objetivos específicos (GEM, 2012):

- Medir el nivel de actividad empresarial en los distintos países que se asocian en el GEM.
- Identificar los factores determinantes de la actividad de creación de empresas.

- Formular políticas que puedan estimular la creación de nuevas empresas.
- Explorar el rol de la actividad emprendedora en la economía.

2.2 La Actividad Empresarial

2.2.1 Proceso de creación de empresas.

El proceso de emprendimiento puede verse desde el criterio de la posición del emprendedor ante la construcción de su empresa, así: aquellas personas que tienen interés en desarrollar una idea de negocio, y además poseen las habilidades y conocimientos para hacerlo pero que aún no han llevado a la práctica éste; a estas personas se les denomina *Emprendedores Potenciales*. Otros individuos ya han puesto en marcha su idea de negocio y llevan máximo 3 meses, sea que ellos son auto empleados o estén trabajando con otra persona; a estas personas se les denomina *Emprendedores Nacientes*. Cuando la empresa del individuo tiene entre 3 y 42 meses de estar funcionando, y paga al menos un salario a una persona diferente al propietario, se le denomina *Nuevo Empresario*. Y por último, los individuos con empresas de más de 42 meses de funcionamiento y pagando salario a una persona diferente al propietario, se denomina *Empresario Establecido*. Véase Figura 1.

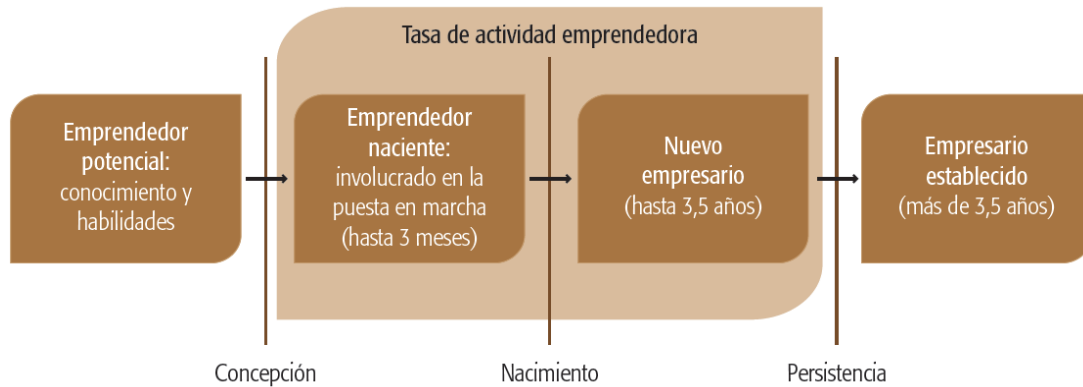


Figura 1. Definiciones de emprendedores según el GEM

Fuente: GEM Colombia 2012

2.2.2 Total Entrepreneurial Activity(TEA).

En español Actividad Empresarial Temprana (Emprendimiento). Es un indicador que mide el porcentaje de emprendedores nacientes y de nuevos empresarios con edades entre 18 y 64 años que están involucrados en un periodo de no más de 42 meses, y se calcula de la siguiente manera (Torres & Weisz, 2005):

TEA = % personas que inician una empresa + % empresas que comienzan desde otra empresa ya establecida

El porcentaje de personas o empresas que inician una empresa se mide como una estimación a partir de la encuesta que se aplica según la estructura metodológica que el propio GEM ha definido y que se enseñará en otros apartados.

2.2.3 Relación emprendimiento Vs. Crecimiento Económico.

La relación entre el crecimiento económico y las actividades empresariales puede distinguirse bajo el esquema presentado en la Figura 2. Para comprender el modelo es importante conocer que el mismo está construido tomando como referente las fases del desarrollo definidas por el Foro Económico Mundial, el cual establece que las economías de países o regiones pueden clasificarse en: economías basadas en recursos, economías basadas en la eficiencia, y economías basadas en la innovación.

El modelo se debe leer de izquierda a derecha, interpretando que los factores de la segunda columna son para el emprendimiento y/o sostenibilidad de las empresas actuales, las cuales son las generadoras de crecimiento económico, el cual se mide por el PIB, el nivel de empleo y el estado de la innovación tecnológica.

En la segunda columna se describen, en orden de arriba hacia abajo, las características para dar viabilidad a los procesos de emprendimiento según el país o región se enmarque en una economía basada en los recursos, una de eficiencia, o una de innovación. En las dos primeras se contempla el fortalecimiento de las empresas ya establecidas, de las cuales se espera un emprendimiento enfocado a la apertura de nuevas sucursales, mientras que en las dos últimas, las condiciones respaldan verdaderos procesos de emprendimiento que deben llevar a la generación de nuevas empresas.

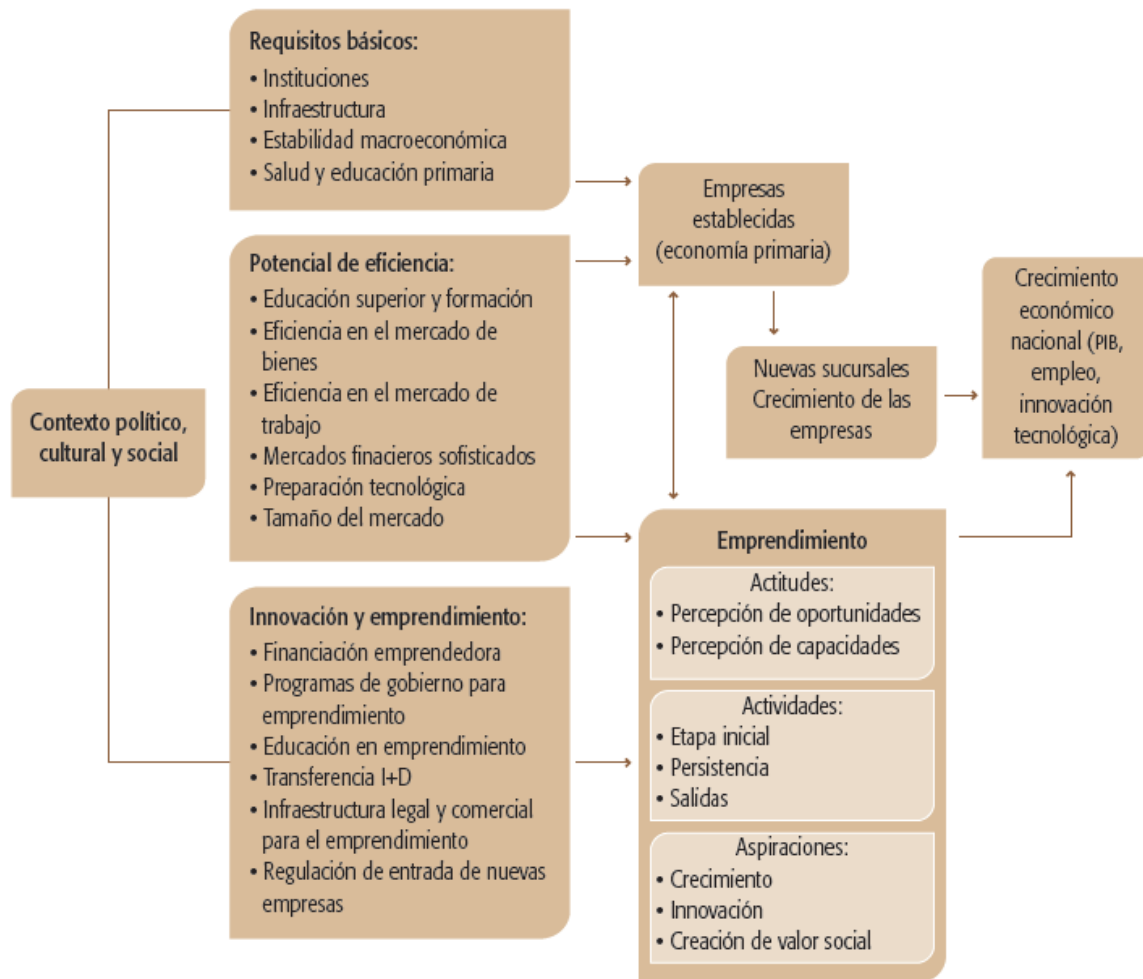


Figura 2. Modelo conceptual GEM

Fuente: GEM 2012

En el modelo, el emprendimiento se fundamenta en las personas, quienes a su vez pueden categorizarse en este rol según las actitudes y aspiraciones que primen en ella. Las primeras tienen que ver con la disposición hacia el empresarismo, marcado por el valor que da la sociedad a la persona empresaria, la confianza de las personas hacia este tipo de iniciativas, y la capacidad de asumir riesgos; las segundas se relacionan con la intención que tiene el empresario, la cual puede categorizarse en búsqueda de empleo, innovación, mercados internacionales o internos, uso de tecnologías, y otras que se identifican en el estudio GEM.

2.3 El Emprendimiento Como Campo Investigativo En Desarrollo

En esta sección se hace una revisión sobre las reflexiones del emprendimiento, visto como un tema que maneja diversos enfoques, considerándose que aún es un área investigativa en evolución.

2.3.1 Empresario y emprendedor.

La capacidad empresarial es probablemente tan antigua como el intercambio y el comercio entre los individuos, pero no fue hasta que los mercados económicos en la Edad Media que tomó fuerza y algunos autores comenzaron a mostrar interés en el fenómeno. El primer autor en definir el emprendimiento como fenómeno económico fue Richard Cantillon en su *Essai sur la Nature du Commerce en General* (1755/1999) en el que expone los principios de la economía de mercado a principios basados en los derechos de propiedad individual y la interdependencia económica; este autor reconoció tres clases de agentes económicos: terratenientes, empresarios y asalariados.

A mediados del siglo XVIII, la teoría clásica económica fue desarrollada en base a los estudios de Adám Smith, cuyo trabajo seminal sobre la *Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*, publicado en 1776, fue un trabajo que en gran medida sentó las bases para el análisis de la función económica de mercado, e influyó en la visión del empresario en la economía. La visión de Smith sobre el empresario fue esencialmente pasiva, una persona prudente y cauteloso que debía ajustarse a las circunstancias, y el capitalista se convirtió en el actor central en el

análisis de Smith (Hebert y Link, 2006). Como consecuencia de ello, el empresario más o menos desapareció en la teoría económica durante largo tiempo.

A pesar de que el interés por la iniciativa empresarial entre los economistas parecía perder el poder, podemos identificar algunas excepciones. En este sentido, Joseph Schumpeter es probablemente el más conocido de los economistas interesados en la iniciativa empresarial a principios del siglo XX (Schumpeter, 1912; 1934). La idea de Schumpeter consistía en construir una nueva teoría económica basada en el cambio y la novedad. Su realización básica era que el crecimiento económico no se debió a la acumulación de capital, sino de innovaciones. El empresario tiende a romper el equilibrio en el mercado mediante la introducción de innovaciones en la forma de nuevos productos, métodos de producción, y la identificación de nuevos mercados, bienes de inversión o reorganización de las industrias. Otro punto de vista sobre el empresario en la teoría económica estuvo representado por la Escuela Austriaca de pensamiento económico, representada por Carl Menger en el siglo XIX, y desarrollada por Ludwig von Mises y Friedrich von Hayek. Hoy en día, el discípulo más destacado de la tradición austriaca es, probablemente, uno de los alumnos de Mises, Israel Kirzner (1973) que considera al empresario como una persona, que está alerta a las imperfecciones en el mercado gracias a la información sobre las necesidades y recursos de los diferentes actores y es capaz de coordinar los recursos de una manera más efectiva, creando de ese modo el equilibrio. Por último, el trabajo de Frank Knight, quien en su trabajo de Riesgo, Incertidumbre y Beneficio (1916/ 1921) hizo una distinción entre los riesgos asegurables y no asegurables (incertidumbre), y argumentó que resultan rendimientos empresariales de las actividades que no se pueden predecir, y la competitividad empresarial es la capacidad del individuo para hacer frente a la incertidumbre.

El aspecto económico de mediados del siglo XX se convirtió en una disciplina cada vez más formal y matemáticamente orientada - un enfoque que hacía difícil incluir al empresario en los modelos de la economía. Sin embargo, en la década de 1940 una serie de estudiosos anclados en la historia económica comenzó a tomar un interés en el emprendimiento como un fenómeno empírico. El esfuerzo fue organizado en el Centro de Investigación sobre Historia Empresarial en la Universidad de Harvard y dirigido por Arthur Cole. Los estudios suelen emplear un enfoque schumpeteriano y se centró en el proceso de modernización de las sociedades de todo el mundo. Entre los estudios más influyentes podemos encontrar a David Landes (1949) y Alexander Gerschenkron(1947). Sin embargo, después de un par de décadas, esta corriente de investigación ha perdido impulso entre los historiadores de la economía, y los estudiosos de la psicología y la sociología entró en el campo con un interés en el empresario como persona, y comenzaron a estudiar los rasgos fundamentales y la personalidad del empresario. El mejor estudio conocido al respecto es David McClelland (1961) en el que sostenía que las normas y valores de una sociedad, en particular con respecto a la "necesidad de logro", son de vital importancia para el desarrollo económico de una sociedad. Los trabajos de McClelland y otros, logran que las cualidades personales del empresario ocupen un lugar destacado en la investigación empresarial durante los años 1960 y 1970.

Una conclusión que se puede hacer es que la iniciativa empresarial nunca atrajo a un gran número de investigadores en las disciplinas tradicionales. Esta marginación de la iniciativa empresarial puede explicarse en parte por un interés limitado en el espíritu empresarial y las pequeñas empresas en la sociedad, el desarrollo económico y la dinámica de que se basa en la producción en masa, y las empresas grandes fueron considerados superiores en eficiencia, así como la fuerza impulsora detrás de la tecnología desarrollo.

2.3.2 El cambiante campo de la investigación empresarial.

Los años 1960 y 1970 se caracterizaron por grandes cambios económicos y el potencial de la sociedad. Fue un período de "destrucción creativa", en el que las nuevas tecnologías ganaron terreno, los cambios se estaban produciendo en la estructura industrial, las preguntas estaban siendo planteadas acerca de la eficiencia de las empresas más grandes, las actitudes hacia la iniciativa empresarial y la pequeña empresa fueron evolucionando, y se produjo un debate político cada vez mayor, con el apoyo de políticos como Ronald Reagan en EE.UU. y Margaret Thatcher en el Reino Unido. En este contexto, la dinámica empresarial e industrial se convirtió en un tema dominante en la sociedad. Muchos estudiosos de diferentes campos, y no menos estudiosos de gestión se precipitaron en afirmar que era un campo prometedor de investigación. El desarrollo de la investigación empresarial desde la década de 1980 se puede describir en tres fases: 1) el despegue; 2) el crecimiento, y 3) una búsqueda de maduración.

La fase de despegue: estudios pioneros sobre el espíritu empresarial: Los primeros estudiosos interesados en la iniciativa empresarial recogió algunos psicólogos que habían dejado sus líneas tradicionales en busca de rasgos empresariales y personalidades y su interés por descubrir el espíritu empresarial desde muchos ángulos diferentes. Debido a la novedad del campo, fue fácil para los investigadores de diferentes disciplinas llevar a cabo la investigación sobre el espíritu empresarial sin experimentar requerir cambios en la economía. La comunidad de investigación se caracterizó por ser fragmentada e individualista, es decir, el espíritu empresarial investigador se debía en gran parte a las iniciativas y proyectos individuales. Es obvio que este período fue muy influenciado por las primeras investigaciones sobre el espíritu empresarial ancladas en la

economía y la psicología, sino también un período de tiempo en que algunos estudios pioneros sobre el espíritu empresarial surgieron. En este sentido, el trabajo seminal de David Birch, “El proceso de generación de empleo”, publicado 1979, debe ser mencionado. Un informe sobre las causas de la generación de empleos en los Estados Unidos en los 80 generó un impacto enorme en la comunidad de investigación en el espíritu empresarial, y en los políticos, ya que proporcionó una base intelectual para incorporar las pequeñas empresas en los análisis del desarrollo económico.

La fase de crecimiento: Construcción de una infraestructura de investigación y fragmentado:

Desde principios de 1990 se ha producido un enorme crecimiento en la investigación empresarial. La década de 1990 fue en gran medida caracterizada por la construcción de una infraestructura sólida en el campo en términos de un aumento en el número de publicaciones científicas y conferencias, modelos de conducta (por ejemplo sillas de espíritu empresarial), y un aumento en los programas educativos y cursos en el espíritu empresarial. No sólo era la migración a gran escala en el campo, la movilidad de los estudiosos en y fuera del campo era igualmente amplia. En parte como consecuencia de la alta migración y movilidad de los investigadores, y en parte debido a la ambición general a comprender todo el fenómeno, es decir, de comprender lo que este fenómeno complejo y heterogéneo realmente se parece, la investigación se convirtió en altamente fragmentada, principalmente ateórica, empírica y exploratoria del fenómeno.

Fase de maduración: la discusión de dominio y una mayor comprensión del fenómeno:

Durante la última década, después de casi 30 años de estudio en la investigación empresarial, el campo ha sido la búsqueda de la maduración. Algunas de las características de esta búsqueda pueden ser identificadas, tales como:

- Una discusión más profunda de los conceptos centrales y la delimitación del campo de investigación. El artículo seminal por Shane y Venkataraman (2000) "La promesa del espíritu empresarial como un campo de investigación" provocó un intenso debate sobre el dominio de la investigación empresarial. En este debate se plasman diferentes tipos de argumentos. En primer lugar, algunos autores abogan por un desarrollo de la investigación empresarial en un dominio distinto de la investigación, es decir, un dominio que prevé un conjunto de fenómenos empíricos que no se explican en otros campos de investigación - "enfoque de dominio". En segundo lugar, hay argumentos que el espíritu empresarial debe integrar con las teorías de otros campos no menos importante, con la gestión estratégica - "enfoque integral". Por último, los investigadores argumentan que no es posible obtener una teoría global de la iniciativa empresarial y, por tanto, los estudiosos activamente se dividen en comunidades más homogéneas, y estas comunidades serían para estudiar temas más específicos, como el empresariado naciente, capital de riesgo, crecimiento, etc. - "enfoque de múltiples investigaciones".

- Comprensión de que el espíritu empresarial es un fenómeno complejo, heterogéneo y multinivel. Durante la última década, podemos identificar un par de tendencias que dan expresión a las características del fenómeno. Por ejemplo, ha habido una tendencia a la ampliación de la capacidad empresarial, considerándolo no sólo como un logro económico, sino como un fenómeno social, incluido el espíritu empresarial social, el espíritu empresarial en las organizaciones públicas, etc. Además, ha habido una tendencia a que el emprendimiento de investigación se ha convertido cada vez más en una orientación interna. Poner de relieve el hecho de que el desarrollo del conocimiento en el campo se ha vuelto cada vez más importante que resulta en una fuerte convergencia en torno a un paradigma dominante de investigación principalmente sobre la base de investigación de los EE.UU. Por otra parte, y en parte

contradictoria, se encuentra una apertura hacia los diferentes enfoques metodológicos y una contextualización de la investigación, no menos entre muchos investigadores europeos, que crea una diversidad de la investigación empresarial.

- El regreso de la economía y las ciencias sociales en la investigación empresarial. Durante mucho tiempo los economistas desaparecieron del campo de la investigación empresarial y los aspectos psicológicos de la actividad empresarial se vieron como un callejón sin salida en la investigación empresarial. Durante la última década, varios intentos se han hecho para incluir el espíritu empresarial en el modelado y análisis económicos, por ejemplo, en los modelos de elección del trabajo, los modelos de racionamiento del crédito, y los modelos que entran (Parker, 2005). De manera similar, la investigación empresarial, una vez más, abrió la importancia del empresario como una persona, y varios intentos han prestado atención a la cognición social del empresario (Shaver, 2003), así como la toma de decisiones empresariales (Sarasvathy, 2001).

Durante las tres últimas décadas la iniciativa empresarial ha crecido significativamente como un campo de investigación, y la iniciativa empresarial ha sido un tema popular de interés entre los estudiosos en muchas disciplinas diferentes. Como consecuencia, se pueden identificar dos grupos de investigadores, por un lado, el grupo de "investigadores empresariales" que en su mayoría tienen sus raíces en los estudios de gestión y forman parte de la conversación en la investigación de la iniciativa empresarial, y por otro lado, un grupo bastante desorganizado de estudiosos de diferentes disciplinas que pueden ser considerados como "los investigadores disciplinarios" y que de vez en cuando realizan estudios sobre el espíritu empresarial (Landström y Benner, 2010).

2.3.3 Ideas relevantes alrededor de los estudios sobre Emprendimiento.

Aunque la literatura aportante sobre la actividad empresarial, el emprendimiento y la relación con el crecimiento y desarrollo económico de las regiones es suficientemente amplia, en este documento solo se referencian algunas de ellas.

Nogami & Machado (2014) registran que el primer autor que habló de emprendimiento fue Gartner en 1990 y su primer disertación se basó en establecer la diferencia entre actividad emprendedora y emprendedor, llegando a concluir que según las diferentes perspectivas de la bibliografía por él consultada, el emprendedor es aquella persona que asume riesgos y que asume acciones novedosas ya sea materializadas en productos o empresas.

Bosma y Levie (2009) al tomar los resultados de los últimos diez años de los informes GEM en el mundo y realizar un análisis comparativo sobre los indicadores, encuentran que, a) la recesión económica mundial ha reducido el número de personas que pensaban que había buenas oportunidades para iniciar un negocio en muchas partes del mundo; b) como era de esperar, la actividad empresarial se redujo en la mayoría de los países en donde se aplicó el GEM en el año 2009, sin embargo, alrededor de un tercio de los países estudiados mostraron una mayor actividad; c) una minoría significativa de los aspirantes a empresarios en los países más ricos vieron en la recesión la oportunidad de encontrar oportunidades para sus negocios; d) la proporción de empresarios-personas que inician negocios porque sentían que no tenían otra opción aumentó y las actitudes hacia el espíritu empresarial como una opción de carrera mejoró en la mitad de los países más ricos donde se aplicó el estudio GEM en el 2009.

Para los autores Hayton y Kelley (2006), se apartan un poco del enfoque del GEM y abordan el emprendimiento como el descubrimiento y la búsqueda de nuevas oportunidades a través de la

innovación y la capacidad de asunción de riesgos, generando en las economías una importante fuente de ventaja competitiva. Esta innovación incluye la innovación en productos y procesos, el desarrollo de empresas corporativas internas y externas, y el desarrollo de nuevos modelos de negocio, que requieren una gran variedad de roles, comportamientos y competencias individuales. Las competencias individuales son definidas y distinguidas de otras características por las diferencias en el orden individual. Argumentan que, dadas las necesidades específicas de la iniciativa empresarial corporativa, es posible utilizar un enfoque basado en las competencias para evaluar las necesidades de capital humano de una organización. Para lograr sustentar su teoría, los autores se basan en la literatura existente, esbozan un marco de competencias para apoyar el emprendimiento empresarial e inferir el conocimiento subyacente, medible, las destrezas y las habilidades que contribuyen a estas competencias.

El caso más interesante con respecto a la condición geográfica del municipio estudiado en este trabajo, lo brinda Amorós y Zoltan (2008), quienes realizan un análisis de la relación entre la dinámica emprendedora y la competitividad en Latinoamérica. Entre sus resultados se pueden encontrar que, a) los indicadores de la TEA aunque cumplen una función importante para conocer la actividad empresarial de una población, requieren de otros indicadores complementarios para lograr obtener una explicación a la relación con el desarrollo y crecimiento económico; y b) estos indicadores complementarios pueden ser: actitud emprendedora y estrategia emprendedora.

Alvarez & Urbano (2011) en su análisis bibliográfico del año 1996 al 2009 encuentran una marcada tendencia hacia el emprendimiento explicado por factores institucionales como: los formales que incluyen organismos y medidas de apoyo a la creación de empresas, trámites y costos para iniciar una actividad empresarial, y los factores informales como los modelos de

referencia de los empresarios, el espíritu emprendedor, y las actitudes hacia el emprendimiento. Sobre estos aspectos, Alvarez & Urbano (2011) sustentan que esta clasificación de factores es suficiente, ya que las propuestas de otros autores como Gnyawali & Fogel (1994) por dar un ejemplo señalan los factores pero un detallado análisis permite ubicarlos como formales e informales según lo que sustentan los primeros autores.

2.4 Indicadores de Actividad Empresarial

El principal indicador de actividad empresarial se conoce como TEA (Tasa de Nueva Actividad Empresarial) el cual es un índice que mide la proporción de la población entre 16 y 64 años de edad que desarrolla actividades de generación de empresas (Rodríguez, 2008). En este sentido hay que aclarar que este indicador diferencia a las personas que desarrollan actividades empresariales ya consolidadas con más de 3.5 años, de aquellas personas empresarias con un tiempo de desarrollo entre 4 meses y 3.5 años y las personas denominadas empresarios nacientes con un tiempo menor a 4 meses en su aventura empresarial.

Alrededor del índice o proporción TEA se describen diferentes condiciones psicológicas y sociodemográficas de los individuos, de tal manera que se puedan identificar tendencias sobre ciertos nichos de población. Por lo tanto, se han definido varios indicadores, así (Varela et al., 2015):

- La Tasa de Nueva Actividad Empresarial según la motivación a ingresar como empresario. En este indicador se mide la proporción de estos emprendedores que han ingresado al emprendimiento tanto por oportunidad como por necesidad (Martínez & Autio, 2013). En este

sentido, el indicador permite ver la tendencia a la reacción de la población sobre las oportunidades de la economía.

- La Tasa de Nueva Actividad Empresarial según el interés buscado al generar nuevas unidades productivas. Este indicador mide la proporción de emprendedores que inició el proyecto de emprendimiento ya sea buscando aumento de sus ingresos o por encontrar la independencia laboral.

- La Tasa de Nueva Actividad Empresarial según el género. Con este indicador se busca dar diferenciación del emprendimiento según la condición de género de los emprendedores.

- La Tasa de Nueva Actividad Empresarial según la vocación exportadora. Con este indicador se puede establecer la evolución de la actividad exportadora a través de las etapas de emprendimiento definidas: empresario potencial, naciente, establecido.

- La Tasa de Nueva Actividad Empresarial según la edad. Este indicador permite reconocer la tendencia del emprendimiento por categorías de edad, así como la evolución de acuerdo a las diferentes etapas de este fenómeno.

- La Tasa de Nueva Actividad Empresarial según el Nivel Educativo. Al igual que otros indicadores con esta diferenciación se busca revisar la asociación de la educación con el interés en el emprendimiento.

- La Tasa de Nueva Actividad Empresarial según el Nivel de Ingreso. Con este indicador se puede establecer la influencia de los ingresos de los emprendedores en su aplicación en las diferentes etapas de emprendimiento, así como en sus intenciones emprendedoras.

- Situación Laboral Previa del Emprendedor. Esta variable permite indicar la situación de la actividad desarrollada por el emprendedor previo a sus inicios en la creación de empresa. De esta

manera se puede establecer las probabilidades del emprendimiento futuro según las actividades de las personas y así mismo estimular políticas de apoyo de acuerdo a estos resultados.

2.5 Antecedentes Investigativos sobre Actividad Empresarial

Sobre las características de la actividad empresarial en Colombia e incluso en el mundo, los estudios más significativos son los realizados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que tiene versiones para cada país. El GEM realiza alianzas estratégicas en cada país con las universidades más destacadas y publica sus resultados de forma gratuita en una página que para el caso de Colombia se conoce como GEM Colombia. (www.gemcolombia.org).

Como lo afirma Alvarez & Urbano (2011), el GEM es el antecedente más importante y tal vez único en materia de emprendimiento y su relación con el desarrollo de los países, no obstante su papel es el de ofrecer datos para el análisis y el referente político. De esta posición utilitaria del GEM surgen diversos artículos que utilizan sus bases de datos “sin embargo, no existe una revisión de la literatura basada en las revistas de impacto” (Alvarez & Urbano, 2011:17). Por este motivo, Alvarez & Urbano (2011) y Nogami & Machado (2014) ofrecen sus trabajos en este tipo de análisis para los periodos 1999-2009, y 2004-2014 respectivamente.

Los análisis bibliométricos encontraron que la revista Small Business Journal, Entrepreneurship & Regional Development registra la mayor cantidad de estudios que utilizan los datos del GEM para sus discursos con un 71% de sus publicaciones dedicadas a esta metodología (Alvarez & Urbano, 2011:24). Estos estudios pueden dividirse por el alcance según los niveles micro, meso y macro. El nivel micro se analizan los datos individuales producidos por el GEM, los cuales están vinculados en el 47.5% de los estudios, lo que es un porcentaje

igual al utilizado por los estudios de nivel meso que utilizan los datos para el análisis regional, y con un 5% los estudios de nivel macro que analizan estos datos a nivel de país.

Alvarez & Urbano (2011) introducen una exposición de las diferentes temáticas que son de interés en el estudio del emprendimiento, y consideran según los resultados de su revisión bibliográfica que existen tres grandes enfoques: el primero, que trata de explicar el emprendimiento como un fenómeno fruto de la misma racionalidad económica del individuo; el segundo, el cual puede denominarse el enfoque psicológico postula que los factores potencializadores del emprendimiento se encuentran en los rasgos de personalidad y carácter de los individuos; y el tercer enfoque asocia el emprendimiento a factores socioculturales.

Sobre los factores socioculturales en el estudio de Alvarez & Urbano (2011) se destacan los factores de tipo social como uno de los más estudiados por los investigadores, encontrados en el 43% de la revisión bibliográfica realizada para esa fecha mientras que otras condiciones como las económicas, institucionales y financieras solo fueron abordadas en el 31%, 12% y 9% respectivamente. De forma específica los estudios sobre factores sociales incluyen subfactores como la forma como las instituciones influyen y abordan el fenómeno del emprendimiento, lo que incluyen situaciones importantes como la corrupción, y la relación individuo-sociedad. Evidentemente, otros factores sociales son estudiados como la edad, el género, el nivel de ingresos y la educación. Estos últimos muy utilizados por la misma metodología del GEM.

Un subfactor enfatizado en los factores socioculturales es el género hasta el punto que los estudios de actividad empresarial se han especializado en una línea de investigación especialmente para los colectivos mujer y grupos étnicos (Alvarez & Urbano (2011), ya que en diferentes países constituyen intereses gubernamentales de apoyo, por lo que los estudios de

actividad empresarial se convierten en indicadores de referente sobre los resultados de estas políticas y a la vez permite identificar las preferencias de estos grupos para nuevas políticas.

Sobre los factores económicos los avances investigativos han demostrado que el emprendimiento influencia y a la vez es influenciado por el nivel de ingreso per cápita (Alvarez & Urbano, 2011), no obstante su máximo interés es el de encontrar la relación con el desarrollo y el crecimiento económico, hecho que ha sido analizado por diferentes autores para algunos países europeos hasta el momento con base en los datos generados por el GEM. Entre las relaciones más interesantes que encontraron Alvarez & Urbano (2011) se encuentran los estudios del emprendimiento y su relación con los clústeres industriales, en especial por que estos últimos también tiene como intención la generación de desarrollo y el aumento del empleo, además de la innovación.

Los estudios del GEM Colombia se han realizado para Colombia mediante una encuesta nacional en los años 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, y 2012. Con el ánimo de puntualizar sus resultados se han realizado versiones por ciudades y/o regiones específicas así: Bogotá en el año 2010, Bucaramanga en el 2010, Cali en el 2010, Eje cafetero en el 2010, Medellín en el 2010, y Región caribe 2010-2011-2012. Una descripción como antecedentes investigativos ha sido compilada en dos ocasiones. En el año 2008 por Rodríguez (2008) y en el 2013 por Varela y otros (2015). Aunque es posible encontrar estudios sobre el emprendimiento desde otras perspectivas académicas, son los estudios del GEM los mejores referentes sobre la actividad empresarial.

Sobre este indicador, a modo general Colombia obtuvo los valores presentados en la Tabla 1. Se destacan que estos porcentajes de actividad empresarial son destacados a nivel internacional, ya que la media de la TEA en este orden geográfico es de aproximadamente 13%. Se destaca que

en el año 2007, la TEA alcanzada por Colombia fue la tercera más alta a nivel mundial (Rodríguez, 2008).

Tabla 1.
Evolución del indicador TEA en Colombia 2006-2013

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
22.48%	22.72%	25.2%	22.3%	21.6%	21.5%	20.4%	21.4%

Fuente: Rodríguez (2008), Varela et al. (2015)

La evolución del indicador TEA para Colombia entre el año 2006 y 2013 muestra valores superiores al 20% e inferiores al 25%, no obstante a pesar de la fluctuación del indicador sus resultados siempre la posición dentro de los 10 primeros países en emprendimiento (Varela et al., 2015).

Estos indicadores de TEA en niveles superiores al orden mundial se deben a una mayor proporción de personas en iniciativas de empresas nuevas y establecidas en lugar de personas como empresarios nacientes (Rodríguez, 2008:22). Esto sugiere, no que exista ausencia de empresarios nacientes sino que de éstos solo una pequeña proporción se consolida y pasa a aumentar la proporción de empresarios nuevos y establecidos.

Otra explicación que aporta Rodríguez acerca del considerable nivel de la TEA en Colombia radica en el análisis sobre los motivos del emprendimiento. Al respecto afirma “En el caso de Colombia se manifiesta la tendencia de crear empresas por la necesidad de subsistencia de las personas, razón por la cual se observa que la TEA por necesidad sea más alta, generando ingresos de subsistencia y evidenciando que el emprendimiento es una necesidad como consecuencia de las condiciones económicas de su población, más no por una cultura o mentalidad de su población que ve en las oportunidades una alternativa que facilita el desarrollo

del país, donde se ve la tendencia a aprovechar las oportunidades y a asumir riesgos como efecto de su emprendimiento” (Rodríguez, 2008:23).

El TEA evaluado según el género reporta que en Colombia desde el año 2006 las mujeres han aumentado su participación en la generación de nuevas actividades empresariales bordeando el 19% frente al 24% en el caso de los hombres (Varela et al., 2015). “En este sentido se observa una tendencia hacia la igualdad en la nueva actividad empresarial a mediano plazo entre hombres y mujeres, debido a que la mujer ha asumido un nuevo rol en la sociedad Colombiana, donde desempeña funciones como jefe de hogar, madre, empresaria y líder social, papeles que han transformado el contexto de la sociedad” (Rodríguez, 2008).

En Colombia, el emprendimiento naciente se concentra en la población en edades entre 25 y 34 años de edad, mientras que el emprendimiento establecido se concentra en el rango de 45 y 54 años (Rodríguez, 2008). Con respecto al emprendimiento según el nivel educativo se puede establecer en el estudio de Rodríguez (2008) que cuando la población emprendedora tiene niveles inferiores de educación como la primaria o solo el bachillerato, este emprendimiento es más ejercido por necesidad que por oportunidad, mientras que en niveles superiores como la educación superior, los emprendedores tienden a ejercer esta actividad por oportunidad o por intereses de desarrollo profesional. En resumen sobre este aspecto, “se observa un comportamiento ligeramente superior de la calidad de emprendimiento (por oportunidad, nivel educativo y nivel de ingresos) de los hombres respecto a las mujeres según el nivel educativo, aunque en términos generales, se considera un comportamiento similar en el fenómeno del emprendimiento y su calidad” (Rodríguez, 2008:32).

En los estudios de emprendimiento, el nivel de ingreso de los emprendedores ha presentado una incidencia sobre el aumento del nivel de actividad empresarial a lo largo de los años en

Colombia (Varela et al., 2015); es decir, no solo se ha determinado que existe una mayor proporción de emprendedores con niveles de ingresos considerados altos sino que también esta proporción ha ido aumentando año tras año. Estos resultados son coherentes con las expectativas de este tipo de estudios, ya que los ingresos permiten aumentar la capacidad de inversión de las personas.

Los resultados de los estudios de actividad empresarial indican que en Colombia los emprendedores han tenido en mayor proporción un estado laboral de desempleo o desocupación que los ha “empujado” al desarrollo de sus propias iniciativas empresariales (Rodríguez, 2008). Estos resultados son a la vez coherentes con el análisis alrededor de los motivos para iniciar la actividad emprendedora, en donde en una mayor proporción se encontró que la necesidad ha sido el motor. La TEA para aquellos que no se encontraban laborando ha bordeado en Colombia el 35% (Varela et al., 2015) mientras que otras ocupaciones previas se posicionan en menores proporciones como: estudiante, jubilado, empleado y empresario.

3. Metodología

3.1 Tipo De Estudio

El presente estudio es de enfoque mixto, es decir cuantitativo y cualitativo. Es cuantitativo por cuanto utiliza una muestra para encontrar indicadores que de alguna forma efectúan una medida sobre la actividad empresarial, pero a la vez es cualitativo en el sentido que permite obtener a partir de esta medición algunas características sobre la población de San Vicente. Como tipo de investigación, el estudio es de tipo descriptivo.

3.2 Instrumento De Recolección De Información.

La actividad empresarial de los individuos de una población puede ser estudiada a partir de una encuesta estructurada, en donde se pueda establecer la proporción de aquellos individuos que no se encuentren realizando alguna actividad empresarial, aquellos que si lo estén haciendo, y la proporción de estos últimos según el tiempo que llevan iniciando dicha actividad (Vesga & Quiroga, 2011): Para este estudio se decide utilizar la encuesta estructurada, de la cual el formato presentado en el Anexo A es una réplica.

3.2.1 Operacionalización de Variables

Como se evidenció a través de la revisión bibliográfica discutida en el marco referencial, el nivel de actividad empresarial de un grupo de personas viene asociado a diferentes aspectos

demográficos, sociales, económicos y sectoriales. Por este motivo, aunque la variable dependiente de estudio es el nivel de actividad empresarial se hace necesario obtener información sobre diversos aspectos que constituyen las dimensiones e indicadores en los cuales se puede describir de la mejor manera. Además, cada dimensión requiere un método de recolección de datos para su constatación o medición el cual se denomina en este estudio el ítem. La Tabla 2 presenta las diferentes dimensiones con las cuales se describe la variable dependiente Nivel de Actividad Empresarial, así como los ítems utilizados para la recolección de información y su localización dentro de la encuesta del Anexo A.

Tabla 2.
Operacionalización de variables

Dimensión	Indicador	Ítem en el Anexo A	Estudios que lo utilizan
Nuevas iniciativas empresariales	Disposición actual de la persona para iniciar un nuevo negocio	1a y 1b	Varela et al. (2015), Arias (2008), GEM (2012), Gómez et al. (2012), Pereira et al. (2012), Vesga (2011)
	Ejecución actual de actividades para procurar instalar un nuevo negocio	2a	
	Tiempo dedicado a iniciar un nuevo negocio	2a1	
	Relación entre el emprendedor y la propiedad	2b	
	Dimensión de la tendencia a asociarse	2c	
	Capacidad del nuevo negocio para generar un salario al emprendedor	2d	
	Capacidad del nuevo negocio para generar utilidades	2d1 y 2d1i	
	Actividad industrial del nuevo negocio	2e	
	Innovación potencial del nuevo negocio	2e1, 2e2 y 2e4	
	Capacidad del nuevo negocio para generar empleos	2f1 y 2f2	
	Motivaciones para iniciar el nuevo negocio	2g, 2gi	
	Necesidad de ingresos para la puesta en funcionamiento	2h1, 2h1a, 2h2	
	Dificultad para mantener y hacer crecer el negocio	2oa, 2ob, y 2oc	
Iniciativas empresariales que ya pasaron su etapa inicial	Relación entre la propiedad y la administración del negocio	1c, 2q y 3ª	
	Cantidad de personas involucradas en la propiedad y en la administración del negocio	3b	
	Tiempo requerido para obtener utilidades	3c, y 3c1	

Dimensión	Indicador	Ítem en el Anexo A	Estudios que lo utilizan
	Actividad industrial del negocio	3d	
	Innovación percibida por el mercado	3d1 y 3d2	
	Tendencia a la internacionalización	3d4	
	Capacidad del negocio para generar empleos	3e y 3f	
	Motivaciones para mantener el negocio	3g y 3gi	
	Dificultad para mantener y hacer crecer el negocio	3oa, 3ob y 3oc	
Emprendedores Potenciales	Expectativa para crear un negocio	1e	
	Existencia del abandono de un negocio	1f	
	Resistencia a abandonar el negocio	4a	
	Motivos para abandonar el negocio	4b	
	Dificultades encontradas cuando existía el negocio	4c	
	Expectativas del entorno para crear nuevos negocios	1g, 1h, 1i y 1j	
Información demográfica	Genero	5a	
	Edad	5b	
	Ocupación	5c	
	Núcleo familiar	5d	
	Ingresos mensuales	5e	
	Nivel de formación	5f	

Fuente. El autor a partir de la bibliografía

3.3 Delimitación Espacial Y Temporal

El estudio se desarrollará en el municipio de San Vicente (Santander).

3.4. Población Y Muestra

Para el presente estudio es inoperativo tomar a la población completa del municipio de San Vicente para aplicar la encuesta, por lo tanto se utilizará una muestra, la cual tendrá en cuenta solo a la población entre 18 y 64 años, es decir la población en edad de trabajar mayor de edad¹.

¹Aquí es importante aclarar que en otros estudios la población económicamente activa puede empezar a los 10 o 12 años, pero debido a que legalmente sólo las personas mayores de edad pueden registrarse en una Cámara de Comercio se toma la edad mínima de 18 años.

Esta muestra se calculó con base en la fórmula para poblaciones finitas siguiendo los siguientes cálculos:

$$n = \frac{z^2 p q N}{d^2 (N-1) + z^2 p q}$$

En la anterior formula:

n = tamaño de la muestra

z = valor representativo de la confiabilidad de la muestra, que para el caso presente será del 95% y por tanto $z = 1.96$

p y q son los valores de éxito y su complemento, que para cuando no se conocen toman el valor de 0,5

d = error esperado de los resultados, que para el caso presente se tomara 0,1

N = tamaño de la población

Inicialmente, para el tamaño de la muestra se tomará la fórmula planteada anteriormente con un $N = 89.935$, que corresponde a la población de San Vicente proyectada al año 2013 por parte del DANE². Entonces se tiene:

$$n = \frac{z^2 p q N}{d^2 (N-1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 0,5 89.935}{(0,1)^2 (89.935 - 1) 0,5 0,5}$$

$$n = 86373,574 / 224,835$$

²www.dane.gov.co

$n = 384,16$ aproximando, se requieren 385 encuestas

3.4 Muestreo

Para asegurar confiabilidad estadística se deben realizar las 385 encuestas establecidas en el apartado anterior. Para tomar las 385 encuestas se procedió de la siguiente manera:

- a) Dividir el municipio de San Vicente por zonas, estas zonas pueden ser barrios y veredas
- b) Asignar uno o dos encuestadores a cada zona (barrio o vereda)
- c) Dividir el número de encuestas en el número de zonas para que cada encuestador conozca cuántas encuestas debe hacer en dicha zona
- d) El encuestador debe empezar, preferiblemente, en un extremo de la zona y trazar una ruta de tal manera que transite por todas las casas y negocios de la zona asignada.
- e) para escoger la casa o negocio que va a encuestar, él debe elegir un número, puede ser 5, eso depende de cuántas casas o negocios hayan en la zona, y entonces comienza a caminar y para cada 5 casas o negocios, toca a la puerta y entrevista a la persona que salga a atenderlos, siempre y cuando tenga entre 18 y 64 años de edad.

Con el anterior procedimiento se asegura la condición de aleatoriedad de la encuesta. Este método se conoce como muestreo sistemático.

3.5 Construcción De Indicadores

Los indicadores que se construyen para caracterizar la actividad empresarial en el municipio de San Vicente se calculan de tal manera que puedan ser comparados con otro estudio en

municipalidades de la región Oriente y el orden nacional, información que es tomada de los informes de Pereira et al. (2012) y Gómez et al. (2012).

3.6 Trabajo de Campo

En la figura siguiente se presenta un esquema de la forma como se trabajó en campo para la recolección de datos.



Figura 3. Mapa descriptivo de la ruta de trabajo de encuestadores
Fuente: el autor

El trabajo inició con una división de la zona rural y urbana por zonas, las cuales obedecen a la misma división política que se utiliza en los planes de desarrollo municipales. Entonces, se

realizaron grupos de trabajo de 1 o 2 encuestadores según la disponibilidad en el momento del trabajo, ya que “muchos los convocados pero unos tantos los cumplidos”.

Las zonas fueron 33, las cuales corresponden a 27 veredas y 6 barrios. Se contó con la presencia de 12 jóvenes divididos en 7 grupos de dos o una persona, por lo tanto, cada grupo realizó encuesta a 4 o 5 zonas.

Como se requería una muestra de 385 encuestas entonces se entregó 11 encuestas por cada zona que tomó el grupo. El proceso de muestreo se procedió tal como se describió en el apartado Muestreo. Los encuestadores tomaban una esquina de su zona y como lo describe la Figura 3 se avanzaba cada 5 casas o viviendas por la ruta que se escogiera, hasta completar el número de encuestas asignadas.

4. Perfil Socioeconómico De San Vicente

4.1 Características Generales Y Cobertura De Servicios Básicos San Vicente

San Vicente tiene una extensión de 917 km², está ubicada al sur del departamento del Santander. El municipio esta subdividido en 22 corregimientos. La población calculada para el año 2013 fue de 89.935 habitantes. Su actividad económica más importante es la agropecuaria y el comercio, lo que hacen al municipio de San Vicente, un centro económico y administrativo de los Santanderes.

El municipio cuenta con la siguiente cobertura de servicios básicos, según datos para el año 2011.

Tabla 3.
Cobertura De Servicios Básicos San Vicente 2011

INDICADOR	URBANO	RURAL
Alcantarillado	74.9%	2.76%
Acueducto	87.21%	39.60%
Aseo	90%	-

Fuente: Plan de desarrollo de la mano con el pueblo. 2011.

Tabla 4.
Otros Servicios Públicos Coberturas 2011

INDICADOR	URBANO	RURAL
Energía Eléctrica	90.8%	33.20%
Teléfono	30.7%	-
Gas Natural	50.2	-

Fuente. Esteban (2012)

Tabla 5.
Porcentaje de Población con Necesidades Básicas Insatisfechas Municipio de San Vicente al año 2011

	ZONA URBANA	ZONA RURAL	TOTAL
SAN VICENTE	35.27%	72.85%	41.25%

Fuente DANE.

En las tablas anteriores se observa el regular estado de servicios básicos que se registró en San Vicente, ya que solo un 75% de la población, cuenta con servicio de alcantarillado y energía eléctrica. Igualmente en estas tablas es notoria la diferencia entre el sector rural y el sector urbano en el municipio, pues mientras los datos muestran que entre el 80% y 90% de las personas que habitan en el sector urbano tienen acceso a estos servicios, en el campo rural solo un 30% de la población lo tiene y algunos servicios no existen. el porcentaje de necesidades básicas insatisfechas en el municipio es muy alto; de igual manera para el sector rural ya que es del 75%.

4.2 Estructura De La Población Municipio De San Vicente

Tabla 6.
Estructura población San Vicente y proyección a 2017

Indicador	Censo 2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2017
Población total	80.789	85.641	86.738	87.821	88.883	89.935	90.692	94.864
Población rural	12.853	12.729	12.575	12.358	12.120	12.410	12.050	11.975
Población urbana	67.936	72.912	74.163	75.463	76.763	77.534	78.642	82.889

Fuente: DANE. Colombia. Proyecciones de población. Censo 2005.

Al analizar la estructura de su población con respecto a la información y proyecciones del DANE, utilizando como base el censo del año 2005, el 84% de su población vivía en la zona urbana, lo que aumentó al año 2011 al 86.3% de su población. Al compararlo con los datos para el departamento del Santander encontramos que el 63.9% de su población vive en la cabecera y el 36.9% en la zona rural. Para el total nacional de Colombia se tiene que el 72.1% de la población vive zona de cabeceras municipales y 27.9% en zona rural. Así entonces, San Vicente tiene mayor cantidad de su población viviendo en zona de cabecera municipal, comparado con el departamento del Santander y total nacional, lo que se prevé irá aumentando en las proyecciones a 2017.

Tabla 7.
Distribución por sexo municipio de San VicenteSantander 2011

Población	Municipio de San Vicente	Departamento del Santander	Colombia
Femenina	51.47%	49%	50.5%
Masculina	48.53%	51%	49.5%

Fuente: DANE. Proyecciones de población 2011.censo 2005.

Al analizar la población masculina y femenina en San Vicente, se encuentra que el 51.47% de su población corresponde a mujeres y un 48.53% a hombres. Para el Departamento del Santander, un 51% obedece a la población masculina y un 49% a población femenina. En el plano nacional, donde el 49.5% son hombres y 50.5% mujeres; según las proyecciones del DANE en el Censo 2005. Se prevé que la población femenina llegue al 2020 al 50.62 % de la población total colombiana.

Tabla 8.

Población según grupo de edad con proyecciones de población 2005-2020

Edad de la población	Municipio de San Vicente	Colombia
Población 0- 15 años.	34%	31%
Población 15-29 años.	26%	26.3%
Población 30-64 años.	35%	36.4%
Mayores de 65 años.	5%	5%

Fuente: DANE: Conciliación censal 1985-2005.

Al analizar la pirámide poblacional según grupos de edad, se encuentra que la población total en edades de 0 a 15 años para Colombia pasó de representar un 38% a un 31% de la población total. En San Vicente este porcentaje se ubica en un 34%. La proporción de adultos jóvenes, entre 15 a 29 años paso de 29.8 % a 26.3%. Es decir se observa una disminución entre las personas jóvenes. Y al contrario un aumento de las personas entre 30 y 64 años que pasaron del 29.2% al 36.4% y los mayores de 65 años aumentaron del 4.5% al 6.3%. En el municipio de San Vicente este porcentaje se encuentra en el 5 % de su población. Esta tendencia seguirá profundizándose en los próximos años y es un fenómeno mundial, con mayor asentamiento en países desarrollados. La tasa de crecimiento anual para el municipio de San Vicente se estima en 1.78 %.

4.3 Dinámica De La Población Municipio De San Vicente

Tabla 9.
Dinámica de la población en San Vicente 2011

	San Vicente	COLOMBIA
Tasa general de fecundidad. 2005-2010.	96.60	74.6
Tasa global de fecundidad. 2010.	3.07	2.45
Tasa bruta de natalidad 2010.	24.48	19.8

	San Vicente	COLOMBIA
Tasa bruta de mortalidad.	5.19	5.81
Esperanza vida al nacer 2010.	72.55 años	74 años
Esperanza vida al nacer hombres 2010-2015	71.08 años	
Esperanza vida al nacer mujeres 2010-2015	76.98 años	

Fuente: Ministerio de salud Republica de Colombia.

4.3.1 Análisis de Nacimientos y Fecundidad en el Municipio se San Vicente.

La tasa general de fecundidad para Colombia, se estima en 74.6 nacimientos por cada 1.000 mujeres en el periodo 2005-2010. Es más alta en el municipio de San Vicente donde está calculada en 96.6por cada mil mujeres para periodo 2005-2010 y 89.80 periodo 2010-2015,aunque ha disminuido si se compara con las décadas precedentes. El promedio de hijos que tendría una mujer a lo largo de su vida reproductiva está calculado en 2.45 para la población colombiana. Y de 3.07 en el municipio de San Vicente, esto obedece a la denominada tasa global de fecundidad. En tanto la tasa bruta de natalidad paso de 28.8 a 19.8 nacidos vivos por cada mil habitantes en el periodo de 1985 a 2010 para la población colombiana. En San Vicente los datos obtenidos para el año 2011 en cuanto a natalidad son los siguientes y se muestran en la Tabla 10.

Tabla 10.
Reporte de Nacimientos en el Municipio de San Vicente Mes a Mes Año 2011

MES	NUMERO
ENERO	242
FEBRERO	198
MARZO	201
ABRIL	230
MAYO	248
JUNIO	224

MES	NUMERO
JULIO	233
AGOSTO	216
SEPTIEMBRE	266
OCTUBRE	270
NOVIEMBRE	214
DICIEMBRE	193
TOTAL	2535

Fuente: UPGDS.

TASA BRUTA DE NATALIDAD 32.86 X 1000 HABITANTES
TASA BRUTA DE FECUNDIDAD 155.89 X 1000 Mujeres en Edad Fertil

Este cuadro de nacimientos en el Municipio para el año 2011 señala que se presentaron 2535 partos e igual número de nacidos vivos, estos partos se presentaron en los siguientes grupos Etareos, sin que se tengan los datos de los partos atendidos en las casas.

*26 _____ partos en mujeres de 14 años Y MENOS

*899 _____ partos en mujeres de 15-19 años

*1562 _____ partos en mujeres de 20-44 años

*48 _____ parto en mujeres de 45 años Y MAS

4.3.2 Análisis de Mortalidad y Morbilidad Municipio de San Vicente Santander.

Para analizar las causas y tasas de mortalidad y morbilidad en el municipio de San Vicente, se presentan los siguientes indicadores, reportados por los servicios de salud del municipio.

Las primeras tres tablas muestran los datos más representativos de causas de morbilidad en consulta externa y urgencias, y las tablas posteriores ilustran los resultados más representativos de causas de mortalidad en San Vicente.

Tabla 11.

Primeras causas de morbilidad por consulta externa, San Vicente 2012

ORDEN	CAUSAS	NÚMERO
1	DIARREA Y GASTROENTERITOS DE PRESUNTO ORIGEN INFECCIOSO	10518
2	RINOFARINGITIS AGUDA (RESFRIADO COMÚN)	9718
3	INFECCION AGUDA NO ESPECIFICADA DE LAS VIAS RESPIRATORIAS INFERIORES NO ESPECIFICADA	5216
4	INFECCION AGUDA NO ESPECIFICADA DE LAS VIAS RESPIRATORIAS SUPERIORES NO ESPECIFICADA	4701
5	INFLUENZA CON OTRAS MANIFESTACIONES RESPIRATORIAS, VIRUS NO IDENTIFICADO	4113
6	INFECCION DE VIAS RESPIRATORIAS NO ESPECIFICADO	3200
7	PARASITOSIS INTESTINAL, SIN OTRA ESPECIFICACION	2616
8	OTROS DOLORES ABDOMINALES Y LOS NO ESPECIFICADOS	2014
9	OTALGIA	1416
10	FIEBRE PERSISTENTE	1323

Fuente: Secretaría de Salud Municipal

Tabla 12.

10 Primeras Causas de Morbilidad por Consulta Externa en Grupo de Edad de 1 Año A 4 Años, San Vicente 2012

	CAUSAS	NUMERO
1	FIEBRE, NO ESPECIFICADA	9416
2	NAUSEA Y VOMITO	8132
3	RINOFARINGITIS AGUDA(RESFRIADO COMUN)	8002
4	DIARREA Y GASTROENTERITIS DE PRESUNTO ORIGEN INFECCIOSO	6543
5	PARASITOSIS INTESTINAL, SIN OTRA ESPECIFICACION	5618
6	INFECCION AGUDA NO ESPECIFICADA DE LAS VIAS RESPIRATORIAS INFERIORES	3245
7	INFECCION AGUDA NO ESPECIFICADA DE LAS VIAS RESPIRATORIAS SUPERIORES NO ESPECIFICADA	3101

CAUSAS		NUMERO
8	ASMA NO ESPECIFICADA	1318
9	AMIGDALITIS AGUDA NO ESPECIFICADA	1289
10	INFECCIONES DE VIAS URINARIAS	1114

Fuente: Secretaría de Salud Municipal

Tabla 13.

20 Primeras Causas de Morbilidad por Urgencias en Grupo de Edad de Menores de 1 Año, San Vicente 2012

ORDEN	CAUSAS	NUMERO
1	DIARREA Y GASTROENTERITIS DE PRESUNTO ORIGEN INFECCIOSO	12374
2	FIEBRE, NO ESPECIFICADA	11098
3	INFECCION VIRAL, NO ESPECIFICADA	8314
4	NAUSEA Y VOMITO	5439
5	FIEBRE PERSISTENTE	5396
6	AMIGDALITIS AGUDA, NO ESPECIFICADA	3489
7	INFECCION AGUDA NO ESPECIFICADA DE LAS VIAS RESPIRATORIAS	2005
8	TRAUMATISMO CEREBRAL DIFUSO	645
9	ASMA, NO ESPECIFICADA	524
10	INFECCION DE VIAS URINARIAS, SITIO NO ESPECIFICADO	456

Fuente: Secretaría de Salud Municipal

Las tablas anteriores analizan las principales causas de morbilidad, por la cual los habitantes de San Vicente, asisten a consulta externa o a consulta de urgencias en los centros hospitalarios y centros de salud, nos permiten concluir que los problemas gastrointestinales asociados a diarreas y vómitos, es el motivo de consulta más frecuente en todas las edades, en especial niños menores de 4 años, le sigue los problemas respiratorios y de resfriado común, con procesos infecciosos de tipo localizado en diferentes áreas anatómicas.

4.4.1 Estructura empresarial

Aunque Esteban (2012) entrega una proporción de empresas basado en estadísticas aproximadas de la secretaría de planeación del municipio, estas proporciones no permiten desglosar apropiadamente los sectores económicos participantes. Por este motivo se consultó la base de datos de Compite 360, disponible en www.compitem360.com, y los resultados de empresas registradas se reportan en la Tabla 14.

Tabla 14.
Número de empresas según sectores de actividad económica en San Vicente de Chucuri

Area	Sector Económico			
	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	Comercio al por mayor y al por menor	Servicios	Extracción y Manufactura
Rural	185	0	0	2
Urbana	0	258	92	4
Total	185	258	92	6

Fuente: Compite 360

El total de empresas registradas por la Cámara de Comercio en su página de compite 360 para el municipio de San Vicente es de 541. Se puede evidenciar como lo reportó Esteban (2012) que en el sector rural las empresas están dedicadas a la agricultura y similares trabajos del campo, y dos empresas a extracción y manufactura. El sector urbano se enfoca en el comercio y los servicios.

Se esperaba encontrar alguna fuente secundaria que describiese la estructura interna y/o nivel de desarrollo de la administración y capacidad técnica de las empresas del municipio pero no existe un estudio desarrollado, incluso en la academia. No obstante, la entrevista a manera informal con un empresario reconocido y “veterano”, conocedor por sabiduría de experiencia en

el municipio, se puede afirmar que a excepción de las empresas extractivas y las dedicadas al cacao, no existen formalidades administrativas y la organización de las empresas depende de los hábitos de sus fundadores que siempre terminan siendo sus propios administradores. En cuestión de técnicas de producción, en el sector agropecuario se ha mejorado con los proyectos del gobierno y sus instituciones como Umata, el Sena, y similares, que ofrecen capacitación e incentivos económicos para la tecnificación, en especial del cacao y el café, sectores fuertes en este segmento.

Por ejemplo, acerca del desarrollo técnico y administrativo del sector del cacao, Lombana & Diaz (2004) identificaron que efectivamente la producción del cacao se caracteriza por unidades productivas basadas en el núcleo familiar. La condición económica de este sector productivo se caracteriza por bajos precios en el grano que incide en una rentabilidad que no permite la introducción de técnicas agrícolas, excepto aquellas financiadas por organismos gubernamentales, las cuales tienen sus limitantes en recursos de tiempo y continuidad, generando problemas fitosanitarios en la producción y de productividad, y un ingreso para la supervivencia de sus campesinos.

4.4.2 Infraestructura

Las vías del municipio de San Vicente se encuentran en estado de desarrollo, las cuales incluyen en un 93% vías de conexión con otras localidades (Esteban, 2012). Cuando se habla de Estado de Desarrollo se refiere a que tan solo el 50% de esta malla vial se encuentra plenamente y en buen estado de pavimentación, el 43% se encuentra en regular estado y el 7% no está pavimentado (Aguilar, 2012). Además, existe una malla vial terciaria para el sector rural que se

caracteriza por vías en estado “destapado”. Se podría describir la infraestructura vial con mayor detenimiento pero no se desea caer en la crítica, ya que estamos hablando de vías para un municipio que no es considerado pilar económico de la región y por ende todas sus vías se encuentran en desarrollo. El parque automotor se constituye por 2286 vehículos registrados en la secretaría de inspección y tránsito, de los cuales el 91% son de propiedad privada.

Otras condiciones de infraestructura por destacar la constituyen el hospital, la casa de mercado, la planta de beneficio de animales, una plaza de ferias, el cementerio, y un refugio para animales abandonados. Todas estas edificaciones se encuentran en buen estado gracias a la administración municipal.

4.4.3 Actividades económicas en desarrollo

Esteban (2012) en su plan de trabajo como alcalde presenta dos sectores económicos como grandes potenciales de desarrollo en el municipio: el Turismo y sector Agropecuario. El turismo es una oportunidad de transformación económica mientras que el sector agropecuario es una oportunidad de consolidación y evolución.

El turismo es una actividad en desarrollo por dos motivos, el primero tiene que ver con el hecho de pertenecer al grupo de sectores de interés por el Programa de Transformación Productiva, y el segundo porque el municipio ofrece grandes oportunidades en materia de oferta paisajística, ambiental y cultura (Esteban, 2012:111), sumado al proyecto de la represa del Sogamoso, los cuales pueden ser aprovechados para la industria del ecoturismo, la recreación, el descanso, y el enriquecimiento cultural. Actualmente se cuenta con algunos sitios que pueden hacer parte de la oferta turística como: la iglesia de San Vicente Ferrer, el centro cultural

municipal, la capilla de María Auxiliadora, las piedras con petroglifos indígenas, la casa de la cultura, las ferias y fiestas, los sábados chucureños, el festival nacional del cacao, el parque natural Miraflores, el salto del tigre, la cueva de los aviones, el salto del caracolí, las cascadas de la vereda Pamplona, el camino de Lengerke, los saltos de la India y Paramera, y el Parque Nacional Serranía de los Yariguíes.

En cuanto al sector agropecuario, el 46.49% de la tierra es potencial para uso de sistemas silvoagrícolas (Esteban, 2012:114), lo cual ha sido una fortaleza para el cacao y el café, los cuales en los cultivos son intercalados con arreglos de cítricos, aguacate y plátano. Otros cultivos menores son la palma de aceite y el maíz. La producción de animales llega a un indicador de aproximadamente las 63.000 cabezas, siendo la mayor producción el ganado, el cual en un 90% de utiliza para carne y leche y solo un 10% para solo leche. Otras especies que se producen son los puercos y los peces.

4.4.4 Finanzas públicas

Las finanzas del municipio dependen fuertemente de las regalías, lo cual la hace casi que dependiente de este. Este sistema a través del Decreto 4923 del 26 de Diciembre de 2011 define su uso así: 10% para el fondo de ciencia, tecnología e innovación, 30% para el fondo ahorro y estabilización, 10% para el fondo pensional territorial, 20% para la participación de entidades territoriales, y 30% para el fondo de compensación y desarrollo regional. Según la proyección de Esteban (2012) del año 2011 al año 2021 los ingresos por regalías serán del orden de 9.000 millones de pesos anuales, con lo que se espera reducir la actual deuda de 7.825 millones al orden inferior de los 500 millones.

5. Resultados

5.1 Actividad Empresarial En San Vicente 2014

5.1.1 TEA (Emprendimiento).

La TEA es una forma de medir el esfuerzo de los pobladores de una región por propender a la construcción de propios escenarios de trabajo, algunos como auto-empleo y otros como generadores de unidades de negocio que generan empleos adicionales a los propietarios.

Tabla 15.
Comparativo de la TEA entre San Vicente y algunas ciudades de la región, y Colombia

País/Ciudad	TEA total	TEA EmpresariosNaci entes	TEA Nuevo Empresarios
San Vicente	31,3%	6,6%	24,7%
Pamplona	18,9%	14,0%	5,3%
Cucuta	25,1%	19,3%	6,1%
Zipaquirá	18,7%	12,3%	7,0%
Bucaramanga	19,6%	15,3%	5,3%
Colombia	21,4%	15,2%	6,7%

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela et al. (2014): GEM Colombia 2013/2014

En la tabla anterior se presenta un comparativo entre el indicador TEA para San Vicente y otros municipios en Colombia. Los resultados señalan que la TEA en el municipio es de 31,3%, valor superior a los registrados para Colombia y otras municipalidades. Al desagregar el TEA entre empresarios nacientes y nuevos empresarios, se encontró que existe una mayor proporción

en los empresarios nuevos (24.7%) frente a los empresarios nacientes (6.6%). Esta diferencia de proporción es contraria a la registrada en las demás municipalidades con las que se compara, donde es mayor la proporción de empresarios nacientes que la de nuevos empresarios, por ejemplo en el caso de Colombia, los nuevos empresarios están en el orden de 6.7% mientras que los nacientes en 15.2%. Estos resultados sugieren que la actividad emprendedora de San Vicente tiende a ser estable y que es una opción de vida laboral para su población, pero a la vez existen pocas iniciativas de nuevas actividades de negocio. Estos resultados pueden tener una hipótesis explicativa si se tiene en cuenta la vocación agropecuaria y comercial en la zona rural y urbana respectivamente del municipio. Las actividades agropecuarias tienden a mantenerse como opción de vida de sus microempresarios jalonando el indicador TEA de empresas nuevas y establecidas por encima de las empresas nacientes. Además, las empresas nacientes de por sí son un fenómeno de poca dinámica debido a la ausencia de jóvenes que se queden en el municipio y en su lugar migran a otras municipalidades especialmente Bucaramanga y Barrancabermeja.

5.1.2Empresarios Establecidos.

En la Figura 4 se puede observar, con claridad, que la tasa de empresarios establecidos en el municipio es de 20,3% y es ostensiblemente superior a los municipios de la región oriente y de Colombia con los cuales se compara. Para el caso de Colombia la tasa de empresarios establecidos es del 7.5%. Estas grandes diferencias son coherentes con los resultados del indicador TEA donde es superior el índice de empresas nuevas, así como en este indicador más alto que frente a los índices de otros municipios. Esta situación puede ser explicada por una mayor proporción de empleo informal (autoempleo) dentro del municipio.

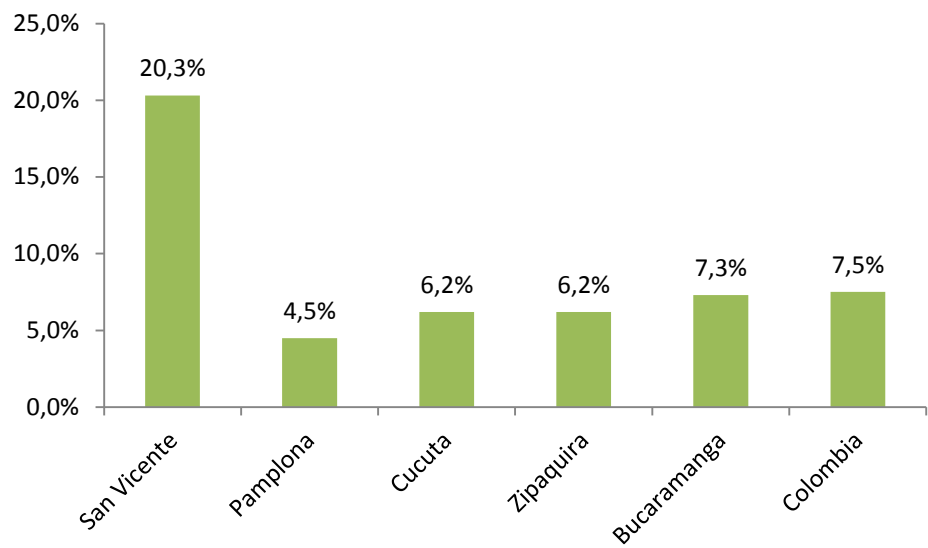


Figura 4. Tasa de empresarios establecidos – Comparación región oriente y Colombia 2013/2014
Fuente: los autores a partir de Varela (2014)

5.1.3 Empresarios discontinuos.

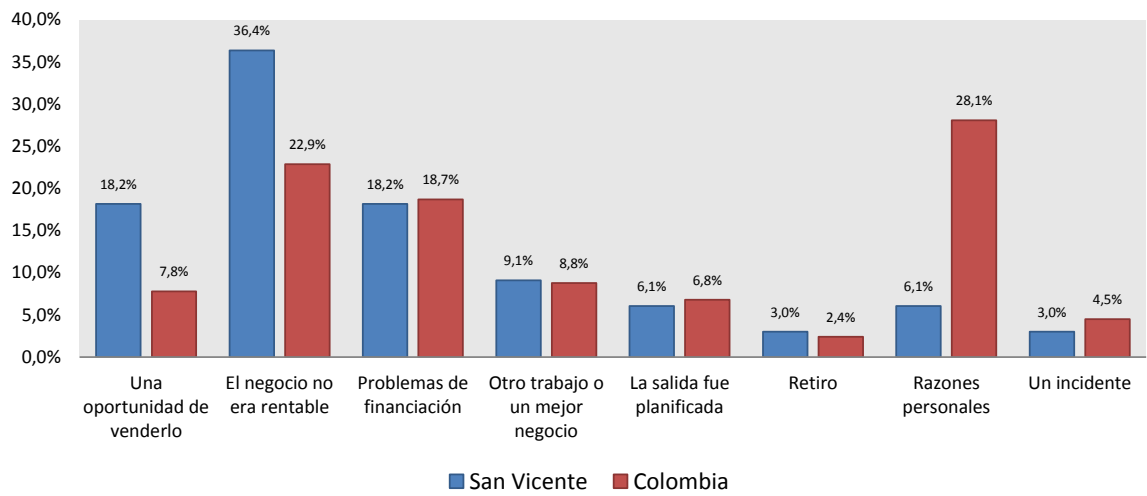


Figura 5. Razones de la salida empresarial – Comparación San Vicente y Colombia 2011/2012
Fuente: los autores

La encuesta arroja que el 18,68% de los empresarios (nuevos y establecidos) han cedido o vendido su negocio en los últimos doce meses. Este porcentaje es aceptable si se considera que en Colombia este indicador llega a los 24,2%, además la venta o cesión de negocios son un factor dinamizador de la economía.

Para conocer las verdaderas razones de la cesión de los negocios se han tabulado los resultados de éstas según la encuesta aplicada en la Figura 5. Los resultados para las razones: problemas de financiación, un mejor negocio, salida planificada, retiro y un incidente son similares estadísticamente hablando entre el municipio de San Vicente y Colombia. San Vicente presenta como razón más frecuente, la baja rentabilidad del negocio, con una diferencia de 13,5% con respecto al nacional; también se presenta una mayor oportunidad de venta de negocio en San Vicente, con el 18,2% mientras que en Colombia tan solo el 7,8%. Sin embargo, en el orden nacional es más frecuente que se vendan o cedan negocios por razones personales, el 28,1%.

Las diferencias con el orden nacional y el mayor indicador de oportunidad de venderlo pueden estar indicando una baja rentabilidad en los negocios de San Vicente que corrobora lo que se ha venido diciendo sobre la prioridad del autoempleo o de la oportunidad de tener un negocio como opción laboral.

5.1.4 Motivación para crear empresa.

En una región próspera y en desarrollo la creación de empresas debe estar ligada más a una oportunidad que a la necesidad de la persona por obtener medios de subsistencia. En los resultados de la TEA por necesidad y por oportunidad que se presentan en la Figura 6 se puede

establecer que la motivación que prima en los municipios utilizados de referente y en el de San Vicente es la oportunidad y que los resultados son similares entre las municipalidades comparadas.

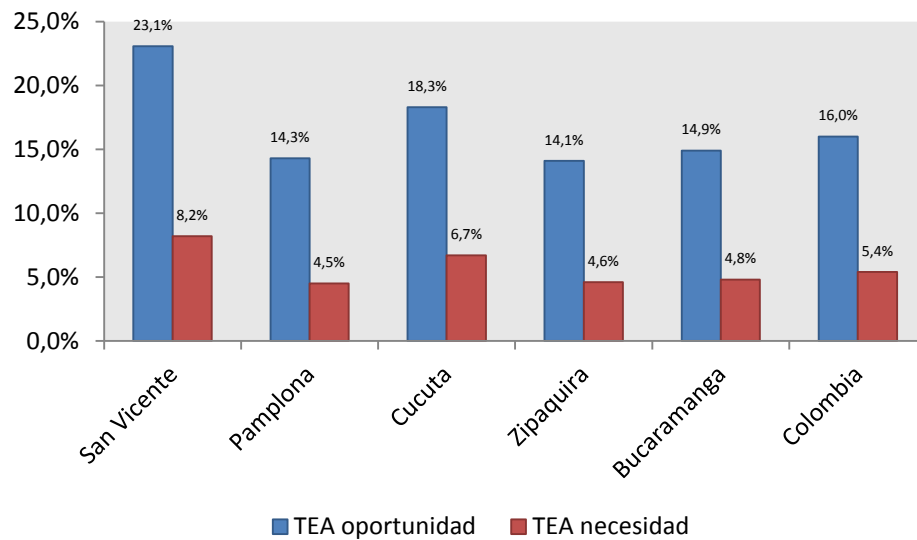


Figura 6. Motivaciones Región Oriente, San Vicente y Colombia, 2013/2014

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

El resultado de que la motivación con mayor frecuencia en la muestra a la hora de crear empresa sea la oportunidad, es un indicador sano de la economía ya que este tipo de negocios tienen mayor propensión a conseguir los recursos de capital y humanos para el desarrollo del emprendimiento.

Tal como se observará en otros resultados comparados entre hombres y mujeres en apartados subsiguientes, la TEA de oportunidad para las mujeres es considerablemente superior al mismo indicador registrado para otras municipalidades y Colombia. En contraste, otros indicadores tienden a ser similares. La mayor proporción de mujeres en el TEA señala el rol de ellas en la economía, sin embargo es curioso que el TEA de necesidad no sea tan significativo como el de

oportunidad, ya que se espera que la mujer por su rol de liderazgo familiar considere el hecho de adquirir un negocio como mecanismo de subsistencia pero la percepción de ellas es más de oportunidad para su vida personal y tal vez laboral.

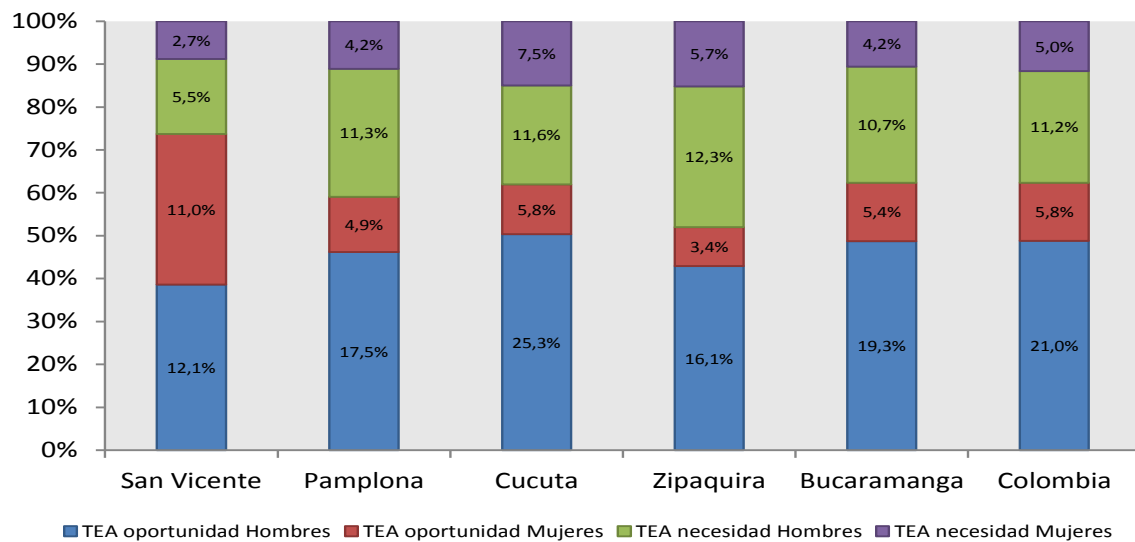


Figura 7. Motivaciones para crear empresa de hombres y mujeres en San Vicente, municipalidades del oriente y Colombia

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

En cuanto a la importancia de los motivos que llevan a los emprendedores a aprovechar una oportunidad de negocio, la Figura 8 presenta que en San Vicente el interés en mantener los ingresos no es significativo y que su población prefiere aprovechar oportunidades de negocio para aumentarlos o en su defecto obtener independencia.

Con respecto a los resultados para Colombia, el incremento de ingresos es menos significativo que en San Vicente y en cambio si lo es en mayor proporción la expectativa de obtener independencia.

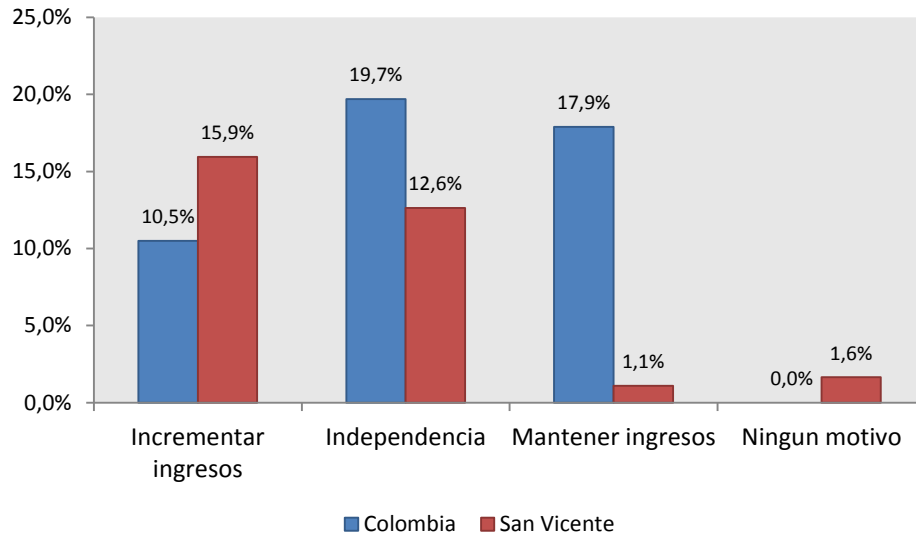


Figura 8. Importancia de los motivos para perseguir una oportunidad de negocio

Fuente: los autores a partir de la encuesta

5.2 Caracterización De Empresarios

Tal como se ha definido en el GEM, los empresarios se dividen en nacientes, nuevos y establecidos. En esta sección se presentan las características de estos individuos en San Vicente.

5.2.1 Género.

Al interpretar los datos de la Figura 9, en el municipio de San Vicente la TEA en los hombres es superior a la de las mujeres, con un 34,1% para ellos y un 29,3% para ellas. El comportamiento con respecto a Colombia es semejante con la salvedad que entre la TEA de hombres y mujeres en Colombia existe una diferente de 10,6% mientras que en San Vicente esa diferente es de tan solo 4,8%. Estas diferencias se ven reflejadas en la relación TEA hombre-mujer donde ésta es mayor en Colombia con un 1,65, frente a tan solo un 1,17 en San Vicente.

Con respecto a los empresarios establecidos (Tabla 16), sorprendentemente en San Vicente existe una mayor proporción de mujeres (25,3%) que de hombres (14,6%) en contraste con los resultados en Colombia, donde las mujeres siempre tienen menor participación.

Tabla 16.
Empresarios establecidos según género (%) en San Vicente y Colombia, 2013/2014

	San Vicente	Colombia
Empresarios establecidos HOMBRES	14,6%	9,90%
Empresarios establecidos MUJERES	25,3%	5,10%
Razón Tasa Hombre/Tasa Mujer	0,6	1,9

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

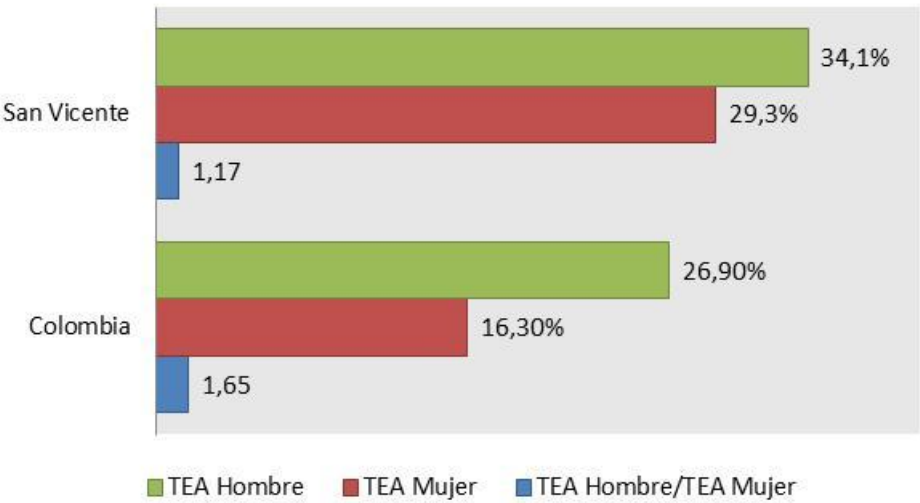


Figura 9. TEA según género – San Vicente y Colombia 2013/2014
Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

En cuanto a la razón Tasa Hombre/Tasa Mujer, efectivamente el indicador señala un valor inferior a 1, con 0,6; es decir existe casi dos mujeres ($1/0,6 = 1,66$) consideradas empresarias establecidas por cada hombre considerado empresario establecido. En Colombia la Razón Tasa Hombre/Tasa Mujer es de 1,9 es decir, casi existen dos hombres empresarios establecidos por cada mujer empresaria establecida.

5.2.2 Edad.

Realizando lectura sobre la Tabla 17 se puede observar que según el rango de edad, en edades entre 18-24 años existen más personas en actividad emprendedora (15,8%) mientras que como empresarios establecidos solo un 8,1%. Así mismo, para edades mayores, 45 a 54 y 55 a 64 años, es mayor los porcentajes de participación como empresarios establecidos (10,8% y 5,4%) que como emprendedores (7% y 1,8%).

Tabla 17.

TEA y empresarios establecidos según rangos de edad (%) en San Vicente y Colombia 2013/2014

Rango Edad	TEA		Empresarios establecidos	
	San Vicente	Colombia	San Vicente	Colombia
18-24	15,8%	nd	8,1% ↓	3,2% ↓
25-34	33,3%	nd	37,8%	14,0% ↓
35-44	42,1%	nd	37,8%	30,4%
45-54	7,0%	nd	10,8% ↑	35,2% ↑
55-64	1,8%	nd	5,4%	17,3% ↑
TOTAL	100%	nd	100%	100%

nd = información no disponible

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

Estos resultados son coherentes con el hecho que para ser empresario establecido por lo general se requiere un tiempo prudente para consolidar la empresa, conduciendo a llegar a este estado en edades mayores.

Los indicadores entre Colombia y San Vicente señalan que en cuanto a empresarios establecidos existe una mayor participación de edades entre 18 y 34 años en el municipio de San

Vicente que en Colombia (8,1% y 37,8% en San Vicente frente a 3,2% y 14% en Colombia), sin embargo hacia la edad por encima de los 45 años, al parecer los empresarios de San Vicentedesisten por alguna razón que no alcanza a ser explicada en el alcance de este estudio, y disminuye la tasa de participación de empresarios establecidos (10,8% y 5,4%) con respecto a Colombia que alcanza participaciones en las edades de 45 a 54 y 55 a 64 del 35,2% y 17,3% respectivamente. Las edades donde se presenta mayor intención emprendedora corresponden al rango 35-44 años, seguido por 25-34 años.

5.2.3 Nivel Educativo.

En la Tabla 18 se puede evidenciar que no existe diferencia significativa en el nivel de educación “bachiller” entre nuevos empresarios (43,9%) y aquellos ya establecidos (43,2%), sin embargo existen diferencias significativas en los niveles de educación primaria y pregrado. En el primer caso, la educación primaria, es mayor en empresarios ya establecidos con 21,6% frente a 12,3% de nuevos empresarios, pero en los nuevos empresarios es mayor la proporción de personas con estudios en pregrado, 21,1%, frente a tan solo 13,5% de los empresarios establecidos.

Tabla 18.
TEA y empresarios establecidos según nivel educativo – San Vicente

NivelEducativo	TEA	Empresario Establecido
Sin educación	3,5%	5,4%
Educación primaria	12,3%	21,6%

Secundaria parcialmente	19,3%	16,2%
Bachiller	43,9%	43,2%
Pregrado	21,1%	13,5%
Posgrado	0,0%	0,0%

Fuente: los autores a partir de la encuesta

5.2.4 Nivel de Ingresos.

De acuerdo a la Figura 10, los nuevos empresarios ganan menos de tres Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV). El 63% con menos de 2 SMMLV y el 20% entre 2 y 3 SMMLV, para un total de 83% con menos de 3 SMMLV. Estos resultados demuestran una baja capacidad de ingresos de la población empresarial que es coherente con el tipo de actividades empresariales desarrolladas.

Al comparar con los resultados para empresarios establecidos (Figura 11), los resultados no cambian representativamente, señalando que aun cuando un nuevo empresario paso a un estado de establecido, tal madurez en el negocio no significa mejor condición para sus ingresos.

En los empresarios establecidos el 88% tienen ingresos inferiores a los tres SMMLV. Es importante aclarar que el nivel de ingresos aquí expuesto no corresponde al nivel de ingresos por la empresa en creación o ya consolidada, sino que corresponden a los ingresos personales de los individuos y son una medida de la capacidad de autofinanciarse.

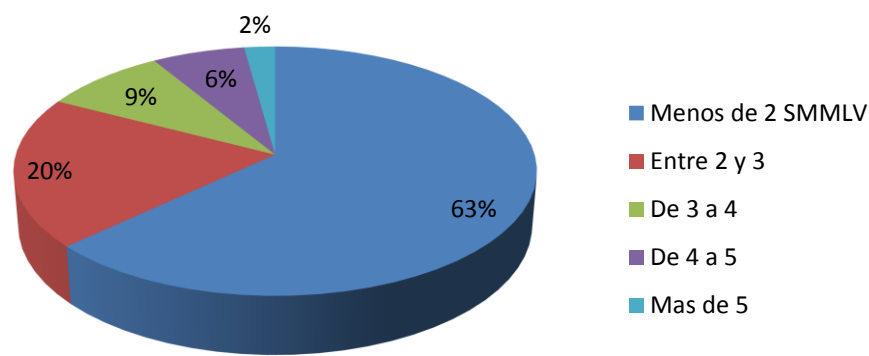


Figura 10. TEA según nivel de ingresos – San Vicente
Fuente: los autores a partir de la encuesta

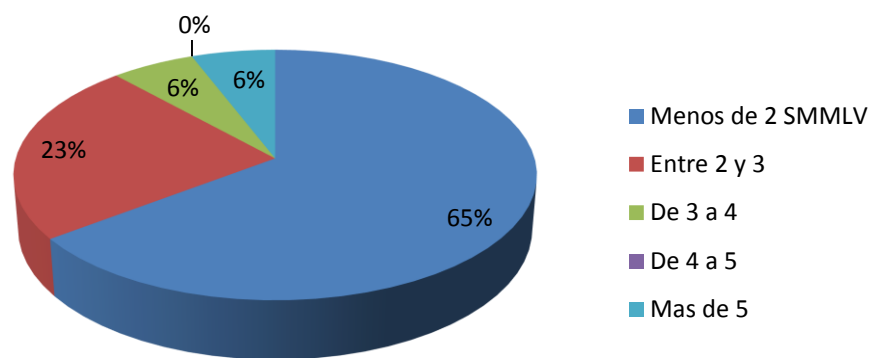


Figura 11. Empresarios establecidos según nivel de ingresos – San Vicente
Fuente: los autores a partir de la encuesta

5.2.5 Antecedentes Empresariales.

La Tabla 19 presenta el porcentaje de población que conoce al menos una persona que ha iniciado un negocio en los dos últimos años. El indicador para Colombia es del 33%, inferior al de San Vicente con 68,7%, es decir en San Vicente de cada cien personas, 68 conocen a alguien que ha iniciado un negocio. Es sorprendente el resultado, si además se contempla que el 40,1%

de la población que conoce a una persona que ha iniciado un negocio, son mujeres, y el 28,6% son hombres.

Tabla 19.

Conocimiento de la población de al menos un emprendedor en San Vicente y Colombia

	Hombre	Mujeres	Total
Colombia	nd	nd	33,0%
San Vicente	28,6%	40,1%	68,7%

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

5.3 Caracterización De Empresas

5.3.1 Sectores de actividad económica de las nuevas empresas y empresas establecidas.

A partir de los resultados comparados en la Tabla 20 se puede observar que las nuevas empresas de San Vicente se inclinan por las actividades económicas De Transformación (20,6%) y Servicios de consumo (79,4%), mientras que no existe evidencia de que se hallan instalado nuevas empresas extractivas y de servicios industriales, señalando la existencia de barreras para el montaje de este tipo de empresas, ya que requieren no solo capital financiero sino capital intelectual. No obstante, en las empresas establecidas existen aquellas dedicadas a los sectores extractivo (2,6%) y de servicios industriales (12,8%). Frente a los resultados con Colombia la tendencia se mantiene, una supremacía de los sectores de Servicios de Consumo y De transformación, tanto en las nuevas empresas como en las establecidas, con la salvedad que en

las nuevas empresas si existen para Colombia registros de la muestra para los sectores Extractivo y Servicios industriales.

Tabla 20.

Sectores productivos de las nuevas empresas y de las empresas establecidas – San Vicente y Colombia 2013/2014

	ActividadEconómica	San Vicente	Colombia
NuevasEmpresas	De transformación	20,6%	24,30%
	Extractivo	0,0%	4,2%
	Servicios de consumo	79,4%	59,4%
	Serviciosindustriales	0,0%	12,1%
Empresasestablecidas	De transformación	12,8%	41,0%
	Extractivo	2,6%	4,8%
	Servicios de consumo	71,8%	43,2%
	Serviciosindustriales	12,8%	11,0%

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

5.3.2 Nivel de inversión requerido para la puesta en marcha de una empresa.

En promedio una nueva empresa en San Vicente se inicia con \$31,2 millones, valor superior a la inversión promedio registrada en Colombia de \$23,4 millones. A pesar de que el promedio nacional es inferior al registrado en San Vicente, es también bajo con respecto a los diferentes tipos de economías, explicado por la baja inversión tecnológica que realizan. Para el emprendimiento motivado por la oportunidad en promedio se utiliza \$25 millones en Colombia y en San Vicente de 36,2 millones; para el emprendimiento motivado por necesidad \$17,6 millones de pesos en Colombia y \$16,1 millones en San Vicente. Los resultados comparados demuestran que las empresas instaladas por necesidad tienen un nivel de inversión similar con respecto al indicador nacional promedio, sin embargo en las inversiones dedicadas a empresas instaladas por

oportunidad el promedio municipal es superior al nacional, señalando que aunque existen pocas inversiones para negocios evidentes, éstas requieren un nivel de inversión considerable mientras que en el nivel nacional pueden desarrollarse con menor capital.

5.4 Actitudes De Los Individuos Frente A La Creación De Empresas

5.4.1 Percepción de oportunidades.

La Tabla 21 muestra los diversos indicadores alrededor de percepciones empresariales sobre dificultades en el inicio y mantenimiento de la empresa. Sobre las dificultades para iniciar un negocio, en San Vicente (49,1%) se presenta mayor percepción al respecto frente a tan solo un 26,9% en Colombia para los nuevos empresarios. Cuando sobre esta percepción se indaga a los Empresarios Establecidos, la percepción negativa se mantiene (51,4%).

Tabla 21.
Diferentes percepciones alrededor del ambiente de negocios

	TEA		Empresarios Establecidos	
	San Vicente	Colombia	San Vicente	Colombia
Percepción de dificultades para iniciar negocio	49,1%	26,9%	51,4%	nd
Percepción de dificultades para el crecimiento del negocio	40,4%	66,2%	21,6%	90,2%
Percepción de menores dificultades para hacer negocios	14,0%	nd	18,9%	nd

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

La percepción sobre la dificultad para el crecimiento del negocio es más acentuada en el nivel nacional que en el municipal, ya que en Colombia para los nuevos empresarios el 66,2% consideran que existen dificultades, mientras que en San Vicente solo el 40,4%. Similar sucede con los empresarios establecidos donde el 90,2% de ellos en Colombia consideran difícil el crecimiento de sus negocios mientras que en San Vicente solo el 21,6%. La percepción sobre la dificultad para hacer los negocios en San Vicente es baja, con solo un 14% en la TEA y 18,9% en los Empresarios Establecidos. Las diferencias con el orden nacional se pueden explicar, en el caso de las dificultades para el crecimiento de los negocios, por el hacinamiento empresarial que viven muchas industrias, mientras que en San Vicente se pueden considerar que la mayoría de las industrias están en crecimiento aparente; y las diferencias en las dificultades para iniciar negocios en las pocas oportunidades de negocio en el municipio debido a su economía poco diversificada.

5.4.2 Percepción de conocimientos y habilidades para la creación de empresas.

El 72,5% de la población de San Vicente considera disponer de los conocimientos y habilidades para la creación de una empresa, valor por encima del nacional que llega a 61,3%. Al parecer, en el municipio se considera que la población tiene la competencia para creación de empresas en mayor proporción que la población nacional, pero estos resultados deben ser interpretados con cuidado ya que se trata de una autoevaluación de los encuestados.

5.4.3 Temor al fracaso empresarial.

El 74.2% de la población de San Vicente considera que no tiene temor ante la posibilidad de fracasar al aventurarse en una nueva iniciativa de negocio. Este indicador es coherente con el obtenido en el orden nacional, con un 67.4%.El 64.8% de la población de San Vicente tiene la expectativa de generar su propio negocio en al menos los próximos tres (3) años, lo que es un porcentaje cercano al orden nacional con 58.5%, interpretándose como una tendencia hacia la disposición emprendedora.

5.5. Aspiraciones De Los Nuevos Empresarios En Torno A La Creación De Empresas

5.5.1 Expectativas sobre la generación de empleo.

La Tabla 22 presenta que la expectativa de nuevos empleos en las nuevas empresas con más de diez empleados es de solo 5,26% frente a un 33,8% en Colombia. Para empleos de entre uno y nueve, existe la expectativa del 66,6% de entre las nuevas empresas. Estos indicadores señalarían que las empresas no son de gran tamaño y tienden a ser de menos de 10 empleados, especialmente entre 1 y 3 empleados.

Tabla 22.
Porcentaje de la TEA que espera generar nuevos empleos en los próximos cinco años

	San Vicente	Colombia
1-9	66,6%	nd
Más de 10	5,26%	33,80%

Fuente: los autores a partir de la encuesta y Varela (2014)

5.5.2 Intensidad Exportadora.

La encuesta no arroja la existencia de clientes internacionales en ninguno de los casos, nuevos empresarios y/o empresarios establecidos. Estos resultados colocan al municipio como una entidad empresarial alejada de la globalización imperante en estos días. En el caso nacional, los emprendedores nacientes tienen una tasa de exportación del 47% con menos del 25% de los clientes en el exterior, y un 4% con más del 75% de clientes por fuera del país. Estos indicadores demuestran la amplia diferencia del municipio con el orden nacional, no obstante los resultados nacionales no son los suficientemente satisfactorios.

6. Propuesta De Política Publica Para Mejorar El Nivel De Actividad Empresarial En El Municipio De San Vicente

Luego de realizar el diagnóstico del nivel de actividad empresarial y sus factores asociados en San Vicente (Santander) y presentar los datos del estudio sobre la percepción que tienen sus habitantes, se procede a presentar la propuesta para propender por el mejoramiento de dicha actividad en este municipio. En la primera parte se presentan los pilares estratégicos o filosofía sobre los cuales se construye la propuesta de política pública. En la segunda parte se presenta una matriz diagnóstica que para su elaboración tuvo en cuenta toda la información presentada en el diagnóstico. En una tercera parte, se presenta la selección de diez metas que incluyen productos y resultados medidos por indicadores de acuerdo al diagnóstico y a su impacto en el mejoramiento de las debilidades y fortalezas encontradas mediante el diagnóstico y finalmente las acciones estratégicas que surgen de todo el ejercicio de levantamiento de información.

6.1 Pilares Estratégicos De La Propuesta

A continuación se presentan tres pilares estratégicos para la realización de esta propuesta, los cuales coinciden con los lineamientos del Plan Estratégico de Emprendimiento Santander (Gobernación de Santander, 2009) y son tomados como referentes en coherencia con los programas departamentales.

6.1.1 Fortalecimiento industrias tradicionales.

Es importante aprovechar el aprendizaje de los actuales empresarios de la región. San Vicente es fuerte en los sectores agropecuario y agroindustrial.

6.1.2 Exploración y apoyo para nuevas iniciativas industriales.

A partir de la fuerza tomada desde el gobierno nacional, la industria del Turismo encuentra raíces de apoyo en otras regiones y en San Vicente no es la excepción. Adicionalmente la explotación minera que para el municipio de San Vicente es rica.

6.1.3 Apoyo para creación de micro y pequeñas empresas.

Los dos pilares anteriores son importantes por cuanto representan la consideración de macroproyectos y actividades empresariales de alta generación de empleo, sin embargo según los resultados preliminares del estudio, la gran mayoría de la actividad empresarial es de carácter micro y pequeño, y de alta informalidad, por lo tanto, no es un desarrollo equitativo de la actividad empresarial si no se aprovecha el crecimiento de la gran empresa mediante el jalonamiento de la micro y pequeña.

6.2 Matriz Diagnóstica Del Sistema De La Actividad Empresarial En San Vicente

Para elaborarla propuesta se consolidaron los resultados del estudio de percepción, construyendo la matriz DOFA de San Vicente y que se muestra a continuación:

Tabla 23.
Matriz Diagnóstica de la Actividad Empresarial en San Vicente

	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
Individuales	- Alto porcentaje de personas que conocen a otros que son emprendedores - Alta percepción positiva sobre los conocimientos y habilidades personales para crear empresa - Bajo temor al fracaso - En promedio, la mitad de la población tiene expectativa de emprender su propio negocio	- Bajos niveles de ingresos - Poca participación de la población en nuevas propuestas de negocio
Empresariales	- Bajos niveles de inversión requeridos - Tendencia a mantener o sostener las nuevas actividades de negocio emprendidas	- Barreras para el desarrollo de nuevas empresas en el sector minero y de servicios industriales. - Pocas oportunidades de inversión basadas en la oportunidad - Negocios con baja tecnología - Bajos niveles de generación de empleo - Baja rentabilidad de los negocios - Inexistencia de actividad exportadora - Alto nivel de informalidad
De instituciones y factores macro	- Facilidad para hacer negocios - Menor dificultad con respecto al orden nacional para crecimiento de los negocios	- Alta dificultad para iniciar negocios

Fuente: Los Autores del Proyecto

Teniendo en cuenta los resultados de la matriz diagnóstica se procede a realizar el análisis para el mejoramiento, tomando en cuenta la información disponible sobre capacidades de emprendimiento del departamento del Santander y la política pública vigente, las cuales fueron introducidas en la definición de políticas que se presentan a continuación según los pilares estratégicos establecidos anteriormente.

6.3 Política Pública Para El Mejoramiento De La Actividad Empresarial

Se presenta esta política pública, en cuatro tablas, de acuerdo a los pilares estratégicos establecidos.

En la Tabla 24 se presenta cada una de las acciones definidas dentro del pilar estratégico No. 1, las cuales son acompañadas de las metas, indicadores, población objetivo y responsables de su ejecución.

Tabla 24.
Propuesta Política Publica Pilar Estratégico No 1

PILAR ESTRATÉGICO	FORTALECIMIENTO INDUSTRIAS TRADICIONALES
DIAGNOSTICO RESUMEN	PERCEPCION: La población considera que existen dificultades para iniciar nuevos negocios, en especial para acceder a los sectores industriales minero e industrial
ACCIONES.	1.Implementar programas de creación de proveedores y prestadores de servicio por outsourcing desde las grandes empresas mineras e industriales con apoyo del gobierno
ACCIONES QUE RESPONDEN AL DIAGNOSTICO	Esta Acción permite potencializar la debilidad: Barreras para el desarrollo de nuevas empresas en el sector minero y de servicios industriales, Bajos niveles de ingresos, y alta dificultad para iniciar negocios
METAS	1. Generar al menos una iniciativa exitosa de proveedores para la industria minera y/o industrial
INDICADOR	1. Número de empresas proveedoras creadas y consolidadas por año
POBLACIÓN	Empresas del sector minero e industrial. Población de San Vicente

OBJETIVO	
OPCIONES DE FINANCIACIÓN	Gobierno Nacional (Transferencias del Sistema General de Participación) Gobernación del Santander. Fondo Emprender
RESPONSABLES.	Secretaría de Desarrollo del municipio Cámara de Comercio de San Vicente.

Fuente: Los Autores del Proyecto

En la Tabla 25 se muestra la política pública para el pilar estratégico no 2. que considera el aprovechamiento de nuevas oportunidades basadas en el desarrollo de iniciativas industriales no convencionales en el municipio.

Tabla 25.
Políticas Públicas Pilar Estratégico No 2

EXPLORACIÓN Y APOYO PARA NUEVAS INICIATIVAS INDUSTRIALES	
DIAGNOSTICO RESUMEN	La percepción de los pobladores registra que la rentabilidad de sus negocios es baja y poca participación de la comunidad en iniciativas innovadoras
ACCIONES.	1. Establecer una capacitación sobre turismo para la población en general
ACCIONES QUE RESPONDEN AL DIAGNOSTICO	Estas Acciones permiten superar o aprovechar: 1. Poca participación de la población en nuevas propuestas de negocio. 2. Barreras para el desarrollo de nuevas empresas en el sector minero y de servicios industriales
METAS	1.Capacitar a 200 potenciales emprendedores en conceptos y desarrollo de negocios de turismo
INDICADOR	1. Número de personas capacitadas consideradas potenciales emprendedores.
POBLACIÓN OBJETIVO	Personas de San Vicente entre 18 y 35 años de edad
OPCIONES DE FINANCIACIÓN	Gobierno Nacional (Transferencias del Sistema General de Participación) Gobernación del Santander Organizaciones no Gubernamentales.
RESPONSABLES.	Cámara de Comercio de San Vicente
PILAR ESTRATÉGICO	EXPLORACIÓN Y APOYO PARA NUEVAS INICIATIVAS INDUSTRIALES
DIAGNOSTICO RESUMEN	Aprovechamiento de las nuevas iniciativas industriales del gobierno nacional: el turismo
ACCIONES.	1. Mejoramiento de la infraestructura municipal en pro de la mejora en los servicios

EXPLORACIÓN Y APOYO PARA NUEVAS INICIATIVAS INDUSTRIALES	
	turísticos
ACCIONES QUE RESPONDEN AL DIAGNOSTICO.	Estas Acciones permiten superar o aprovechar: 1. Poca participación de la población en nuevas propuestas de negocio. 2. Barreras para el desarrollo de nuevas empresas en el sector minero y de servicios industriales
METAS	1. Porcentaje de sitios turísticos con solución plena de vías de transporte y locación acorde para el servicio
INDICADOR	1. No. de sitios turísticos mejorados en infraestructura / No. total de sitios turísticos en San Vicente x 100%
POBLACIÓN OBJETIVO	1. Sitios turísticos del municipio de San Vicente; 2. Población en general del municipio y turistas
OPCIONES DE FINANCIACIÓN	Regalías del gobierno nacional. Capital privado
RESPONSABLES	Secretaría de Infraestructura. Alcaldía de San Vicente. Asociaciones de empresarios
PILAR ESTRATÉGICO	EXPLORACIÓN Y APOYO PARA NUEVAS INICIATIVAS INDUSTRIALES
DIAGNOSTICO RESUMEN	La población de San Vicente registra bajos ingresos
ACCIONES.	1. Programas de financiación para iniciativas de negocios en industrias nuevas como el turismo y la minería
ACCIONES QUE RESPONDEN AL DIAGNOSTICO.	1. Bajos niveles de ingreso; 2. Alta dificultad para iniciar negocios
METAS	1. cien ideas de negocio sobre turismo o minería financiadas
INDICADOR	1. No. de ideas de negocio sobre turismo o minería que han sido financiadas
POBLACIÓN OBJETIVO	Empresarios potenciales, nacientes y establecidos
OPCIONES DE FINANCIACIÓN	Fondo Emprender. Findeter. Gobernación del Santander. Alcaldía del Municipio de San Vicente
RESPONSABLES.	Universidades del Santander. Instituciones financieras. Alcaldía del Municipio de San Vicente

Fuente: Los Autores del Proyecto

Y por último, como tercera parte de esta propuesta se presenta la Tabla 26 donde se muestran las acciones a realizar para el pilar estratégico no 3 enfocado expresamente en el emprendimiento individual.

Tabla 26.
Propuesta Política Pública Pilar No 3.

PILAR ESTRATÉGICO	APOYO PARA LA CREACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DIAGNOSTICO RESUMEN	Se considera que existe un alto interés en la apertura de nuevos negocios como medio de subsistencia
ACCIONES.	1. Implementar un sistema de incubación de empresas municipal
ACCIONES QUE RESPONDEN AL DIAGNOSTICO	1. Bajo temor al fracaso; 2.Expectativa por el inicio de su propio negocio
METAS	100% de implementación del sistema de incubación de empresas municipal
INDICADOR	% de avance en la implementación del sistema de incubación de empresas
POBLACIÓN OBJETIVO	Emprendedores potenciales y emprendedores nacientes
OPCIONES DE FINANCIACIÓN	Gobierno Nacional. Regalías.
RESPONSABLES.	Universidades del Santander. Cámara de Comercio. Fundesarrollo
PILAR ESTRATÉGICO	APOYO PARA LA CREACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DIAGNOSTICO RESUMEN	La población considera que no existe la tecnología, o la capacidad de adquirirla para mejorar las oportunidades de negocio con base en nuevas adquisiciones tecnológicas
ACCIONES.	1. Capacitar sobre la importancia de un adecuado uso del recurso tecnológico dentro de la estrategia, lo que incluye a las empresas de agropecuaria
ACCIONES QUE RESPONDEN AL DIAGNOSTICO.	Negocios con baja tecnología; Bajo temor al fracaso;
METAS	Capacitar a 200 potenciales emprendedores
INDICADOR	No. de personas capacitadas con el perfil de emprendedor potencial
POBLACIÓN	Emprendedores potenciales

PILAR ESTRATÉGICO		APOYO PARA LA CREACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
OBJETIVO		
OPCIONES DE FINANCIACIÓN		Findeter. Fondo Emprender
RESPONSABLES		Sena, Alcaldía de San Vicente. Institución encargada del emprendimiento en el municipio.
PILAR ESTRATÉGICO		APOYO PARA LA CREACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DIAGNOSTICO RESUMEN		La población de San Vicente registra bajos ingresos
ACCIONES.		1. Programas de financiación para iniciativas de negocios en industrias nuevas como el turismo y la minería
ACCIONES QUE RESPONDEN AL DIAGNOSTICO.		1. Bajos niveles de ingreso; 2. Alta dificultad para iniciar negocios
METAS		1. 100 ideas de negocio financiadas
INDICADOR		1. No. de ideas de negocio financiadas
POBLACIÓN OBJETIVO		Empresarios potenciales, nacientes y establecidos
OPCIONES DE FINANCIACIÓN		Fondo Emprender. Findeter. Gobernación del Santander. Alcaldía del Municipio de San Vicente
RESPONSABLES.		Universidades del Santander. Instituciones financieras. Alcaldía del Municipio de San Vicente

Fuente: Los Autores del Proyecto

7. DISCUSIÓN

La intensión de este apartado es el de discutir los resultados de la nueva actividad empresarial en San Vicente frente a sus condiciones actuales, las políticas sugeridas y los resultados analizados para el GEM Colombia en el periodo 2006-2013 realizado por los autores Varela et al. (2015).

El interés suscitado en el emprendimiento radica finalmente como se ha venido afirmando en el desarrollo socioeconómico pero en primera instancia su consecuencia positiva esperada es el empleo, el cual para San Vicente en su último reporte conocido realizado por Esteban (2012) el indicador de desempleo llegada a la cifra extrema del 40.5%. Aunque no es un dato metodológicamente calculado como lo realiza el DANE es una aproximación que si bien no es exacta es una señal de la alarma que representa esta situación.

Sobre las posibilidades de generación de empleo a través de la nueva actividad empresarial, el estudio reporta que el 94,72% de las empresas nacientes y/o nuevas generan menos de 10 empleados durante su gestación, lo que demuestra además que el fenómeno tiene una fuerza débil y que aunque existe una alta tasa de actividad emprendedora (TEA) con el 31.3% probablemente los efectos esperados no lograrán mejoras radicales sobre la tasa de desempleo en el corto plazo. Esta poca contribución en materia de cantidad de empleos no solo es un fenómeno característico de San Vicente porque en Colombia Varela et al. (2015) reportaron que en el período 2006-2013 el 80% aproximadamente en promedio de las empresas nuevas y nacientes solo generan entre 1 y 10 empleos. La TEA no puede leerse como un porcentaje estático que en cada momento del tiempo genera esa cantidad de empresarios porque existe la posibilidad que algunos emprendedores sencillamente cambian de actividad de un tiempo al otro. Estas urgencias

de empleo son las que justifican que en la propuesta de política pública exista el énfasis en las industrias tradicionales para lograr consolidar las empresas que se van constituyendo pero a la vez se trabaja en nuevas iniciativas industriales para permitir que el indicador TEA de un valor alto sea el reflejo a la vez de nuevos empleos que disminuyan la tasa de desempleo.

La política pública propuesta debe estar en coherencia con la distribución de la actual actividad económica y de su prospectiva. En este sentido, la actividad económica del municipio contempla una diferencia importante a tener en cuenta entre la zona rural y la urbana. En la primera prima la actividad agrícola en minifundios (85% de las empresas) y, en ganadería y similares (14%), mientras que en lo urbano prima el comercio (61.2%) y los servicios (21.8%) (Esteban, 2012). Bajo esta base, la política propuesta en este trabajo busca a través de la acción “Capacitar sobre la importancia de un adecuado uso del recurso tecnológico dentro de la estrategia, lo que incluye a las empresas de agropecuaria” generar competencias organizacionales con apoyo del Sena y la Secretaría de Agricultura para los sectores económicos de la zona rural y en materia de comercialización al sector urbano.

Para el fortalecimiento de las cadenas productivas y en vísperas que el comercio es un sector fortalecido en el nivel urbano se definió dentro del pilar estratégico “Fortalecimiento de Industrias Tradicionales” la acción de “Implementar programas de creación de proveedores y prestadores de servicio de outsourcing” que intentan generar nuevas unidades empresariales que fortalezcan diferentes condiciones técnicas de las empresas ya establecidas y a su vez faciliten la inversión de grandes compañías al encontrar servicios y proveedores que generan condiciones de red empresarial, a la vez que van capacitando el recurso humano.

Para el fortalecimiento del turismo y de la minería, la cual está en auge se ha hecho un gran énfasis en la propuesta, a tal modo que se presentan varias acciones que incluyen la financiación

para empresas nuevas de este tipo, el fortalecimiento de la capacitación, y la generación de nuevas capacidades municipales a través de infraestructura para el turismo.

Aunque los estudios de Nueva Actividad Empresarial contemplan los porcentajes de empresas que se crean o se establecen con capacidad e intención exportadora, y que en Colombia Varela et al. (2015) reportan que en el periodo 2006-2013 máximo el 25% de las empresas han realizado actividades exportadoras mínimo en un 25% de sus ventas, para el caso de San Vicente no se encontró información de exportaciones, aun cuando el cacao es un producto exportable. En este sentido vale la pena aceptar que no es sano pensar que en el nivel de sofisticación empresarial en que se encuentra el municipio se pueda llegar a obtener resultados en este sentido y por lo tanto la política que se propone no muestra interés en ello. También es importante aclarar que el Turismo es una opción exportable pero que su desarrollo a la larga depende de la internacionalización del turismo en el departamento y que por lo pronto es mejor pensar en un turismo regional o nacional con ocasiones de turistas internacionales.

Como un aporte final pero seguramente el eje principal del fortalecimiento en el emprendimiento se ha propuesto en la política pública la constitución de una incubadora de empresas municipal, la cual puede recibir el apoyo de otras incubadoras reconocidas como la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica del antiguo hotel Bucarica en Bucaramanga.

8. Conclusiones

Objetivo 1: Medir el nivel de actividad empresarial en el municipio de San Vicente

La TEA en el municipio de San Vicente es del 31,3%, señalando una alta proporción con respecto a otros indicadores en municipios principales de la región oriente y la media para Colombia. El alto nivel del indicador sugiere que existe una considerable disposición hacia el emprendimiento por parte de sus habitantes, movidos por la necesidad de conseguir un oficio o actividad laboral que supla los ingresos que requieren. Así mismo, la tasa de empresarios establecidos señala que el 20,3% de la población se encuentra en una actividad empresarial de más de 42 meses, en coherencia con los resultados de la actividad empresarial naciente.

Objetivo 2: Identificar los factores asociados a los niveles municipales de actividad empresarial de San Vicente

La población de San Vicente tiende a abandonar o despreocuparse por la actividad emprendedora por encima de los 45 años y a convertirse en un empresario consolidado. Inician la actividad emprendedora en la edad adulta, entre los 25 y 44 años de edad.

La tasa de actividad emprendedora (TEA) de San Vicente, según el sexo, es superior tanto en hombres como en mujeres. En el caso de estas últimas, su participación en actividades de emprendimiento juega un rol cercano al de los hombres, sin llegar a ser superior, comportamiento que difiere del total nacional donde la mujer tiene un rol casi reducido a la mitad con respecto al de los hombres. Así mismo ocurre con los empresarios establecidos, donde

la proporción de mujeres es mayor que los hombres. Estos indicadores son el reflejo de una condición de la mujer en el municipio que la obliga a buscar mecanismos de supervivencia y sostenimiento de sus hogares.

Existe evidencia que no siempre se requieren estudios superiores para conformar empresas que hoy se consideran establecidas, sin embargo en estos tiempos, los nuevos empresarios están asumiendo sus proyectos con formaciones avanzadas, al menos hasta pregrado, pues no se evidencia caso alguno de algún empresario nuevo o establecido con estudios de posgrado.

La capacidad de ingresos de los nuevos empresarios y los establecidos es predominantemente baja, inferior a los 3 SMMLV, señalando una limitación para proyectos de emprendimiento que requieran incluso inversiones moderadas.

La actitud hacia el emprendimiento es generalizada debido a la necesidad de la población de conseguir una actividad para su sustento, en especial las mujeres que necesitan mantener sus hogares. Esto se evidencia en un mayor índice de negocios establecidos y en una supremacía de la razón “oportunidad de vender” cuando de cesión o venta de negocios se trata.

Desde la caracterización de las empresas, existe una tendencia al montaje de nuevas unidades productivas para el consumo, los servicios y las empresas manufactureras, no obstante en las empresas establecidas existe un porcentaje pequeño para empresas extractivas, especialmente del aceite a partir de la palma, y de empresas de servicios industriales que proveen a esta última industria.

Objetivo 3: Proponer políticas que puedan aumentar el nivel de actividad empresarial en el municipio de San Vicente

Las políticas para mejorar el nivel de actividad empresarial deben estar basadas en: 1. El fortalecimiento de la industria convencional o tradicional; 2. La innovación industrial mediante el desarrollo de nuevas industrias, y 3. El apoyo a la creación de micro y pequeñas empresas.

Actualmente existen programas estratégicos en el departamento del Santander que son coherentes con los pilares señalados en el párrafo anterior, y de los cuales es importante que la política del municipio sea coherente con ellos, de tal manera que sea eficaz el proceso de implementación de iniciativas para propender por un mejoramiento en el nivel de actividad empresarial.

Las políticas de financiación son útiles para cualquier iniciativa, pero deben estar acompañadas por formación para el empresario, de tal manera que se asegure un vasto conocimiento que reduzca las posibilidades de fracaso. De esta manera el gobierno debe aportar los dos recursos básicos en su política, la financiación y la capacitación. Es del empresario colocar su parte de actitudes, aptitudes y destrezas en pro del desarrollo de nuevas iniciativas de negocio.

Bibliografía

- Aguilar Richard. (2012). Plan de Desarrollo Santander en Serio. 2012-2015. En: <http://santander.gov.co/plan/files/plan.pdf> Consultado el 10 de agosto de 2015
- Alvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una Década de Investigación basada en el GEM: Logros y Retos (A Decade of GEM Research: Achievements and Challenges). *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 16-37.
- Arias S. Alberto et al. (2008). GEM Colombia 2007 Informe de resultados. *Global Entrepreneurship Monitor*. Cali (Colombia). 2008. ISBN: 978-958-8347-13-4
- Birch, D.L. (1979). The Job Generation Process, MIT Program on Neighborhood and Regional Change, Cambridge, MA. 1979
- Castel, Robert. (2015). La inseguridad social:¿ Qué es estar protegido?. Ediciones Manantial.
- Esteban Luis E. (2012). Plan de desarrollo municipal de San Vicente de Chucurí años 2012-2015. “Gobernabilidad y confianza para volver a creer”. Disponible en: http://sanvicentede-chucuri-santander.gov.co/apc-aa-files/32313630393536353362316464353139/PDM2012_2015.pdf Consultado el 05 de agosto de 2015.
- GEM. (2012). Gem Colombia 2011-2012. 2012. ISBN: 978-958-8347-70-7. En: www.gemcolombia.org consultado el 10 de diciembre de 2014
- Gerschenkron, A. (1947). The Soviet Indices of Industrial Production“, *Review of Economics and Statistics*, 1947. Vol. 29, pág. 217-26

- Gnyawali, D.R. & Fogel D.S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(4), 43-62
- GOBERNACIÓN DESANTANDER, IDESANTANDER. (2009). Plan estratégico de Emprendimiento Santander. Marzo de 2009.
- Gomez N. Liyis et al.. (2012). Reporte GEM Colombia 2011. 2012. Legis S.A. Colombia. 178 pág. ISBN: 978-958-741-141-6
- González José A. (2006). Hacia una cultura de emprendimiento productivo en comunidad. Municipios del norte del Cauca, Colombia. Revista científica Guillermo de Ockham. Vol. 04. Num. 2, Julio-Diciembre de 2006. Pp. 133-153
- Hebert R.F. y Link A. (1982). *The Entrepreneur*, New York: Praeger. 1982
- Hebert R.F. y Link A. (2006). Historical perspectives on the entrepreneur“, *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol. 2 No. 4, Pág.1-152. 2006
- Hébert, R.F. y Link A. (2009). *A History of Entrepreneurship*, Milton Park: Routledge. 2009
- Kirzner, I.M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press. 1973
- Knight, F.H. Risk, (1916). *Uncertainty and Profit*, New York: Houghton Mifflin. 1916/1921
- Lalkaka, R. (2001). Best Practices in Business Incubation: Lessons (yet to be) Learned. European Union Belgian Presidency, International Conference on Business Centers: Actors for Economic & Social Development, Brussels, 14 - 15 November 2001.
- Landes, D. (1949). French Entrepreneurship and Industrial Growth in the Nineteenth Century“, *Journal of Economic History*, 1949. Vol9, pág.45-61.

- Landström Hans, Harirchi Gouya, y Åström Fredrik. (2011). Entrepreneurship: exploring the knowledge base. Paper presented at the DIME final conference. 6-8 april 2011. Maastricht.
- Landström, H. & Benner M. (2010). Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. Historical Foundations of Entrepreneurship Research, Cheltenham: Edward Elgar, pp. 15-45.
- Landström, H. (2005). Pioneers in entrepreneurship and small business research, New York: Springer. 2005
- Lombana M. R., & Díaz S. A. (2004). Condiciones económicas del sector cacaotero en Santander: el caso de San Vicente de Chucurí. Proyecto de grado de pregrado en Economía. Universidad Industrial de Santander.
- Martínez, A. C., & Autio, E. (2013). Comparación de indicadores subjetivos y objetivos para describir el contexto nacional para emprender: las contribuciones del Global Entrepreneurship Monitor y del Índice de Competitividad Global. Investigaciones regionales, (26), 47-74.
- Mcclelland, D.C. (1961). The Achieving Society, Princeton, NJ: van Nostrand. 1961
- Muñiz, Marta. (2015). Monográfico Emprendimiento: innovación y cambio social. Revista Icade. Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, no 94, p. 5-10.
- Nogami, V. K. D. C., & Machado, H. V. (2014). Análise da atividade empreendedora dos países Ibero Latinoamericanos de acuerdo como Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Latin American Journal of Business Management, 5(1).

- Parker, S. C. (2005). The economics of entrepreneurship: what we know and what we don't. Foundations and Trends in Entrepreneurship, Vol. 1.No. 1, Pág. 1-54.
- Pereira Fernando et al. (2012). Reporte GEM Colombia 2011/2012. Ediciones Sello Javeriano. 76 pág. ISBN: 978-958-8347-7-70-7
- Plaza, Alejandro Villarraga. (2014). Redes Regionales De Emprendimiento Experiencia Red Del Oriente Colombiano Para El Emprendimiento Roce1.
- PTP. Programa de Transformación Productiva. (2015). ¿Qué es el Programa de Transformación Productiva?. En: <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=607&conID=1>. Consultado el 12 de Agosto de 2015
- Rodríguez Ramírez, A. (2008). El emprendimiento en Colombia. Entramado, 4(2), 20-37.
- Rueda et al. (2009). Plan estratégicos de emprendimiento del Santander. Marzo de 2009. Convenio Tripartita No. 309/2008.
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency", Academy of Management Review. Vol. 26.No. 2.Pág.243-63.
- Schumpeter, J. A. (1912). Theorie der WirtschaftlichenEntwicklung, Leipzig: Dunker & Humblot.
- Schumpeter, J.A. (1934). The Theory of Economic Development, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shane, S.A. y Venkataramans. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research", Academy of Management Review. Vol. 25 No. 1.Pág.217-26.

- Shaver, K.G. (2003). The Social Psychology of Entrepreneurial Behaviour“, in Z.J. Acs and D.B. Audretsch (eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers. Pag.331-57.
- Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship. The Social Science View*, Oxford: Oxford University Press.
- Torres C. Silvia & Weisz Natalia. (2005). Evaluación de la actividad emprendedora nacional. Reporte ejecutivo Argentina 2004. Centro de Entrepreneurship. Escuela de Dirección y Negocios. Universidad Austral. Argentina.
- Van Praag C.M. (2005). *Successful Entrepreneurship. Confronting Economic Theory with Empirical Practice*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Varela R., Gómez L., Vesga R., & Pereira F. (2014). *Dinámica Empresarial. GEM Colombia 2013/2014*. Universidad ICESI, Universidad del Norte, Universidad de los Andes, Pontificia Universidad Javeriana. Cali. 2014
- Varela, R., Bedoya, M., & Moreno, J. A. (2015). *Estudio GEM Colombia 2006-2013*.
- Vesga F. Rafael A. (2011). Quiroga M. Raúl F. GEM, *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Anual Bogotá 2010-2011*. Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Administración, Cámara de Comercio de Bogotá; ediciones Uniandes. 2011. P. 108; 21.5x28 cm. ISBN: 978-958
- Zahra, S.A. (2005). *Entrepreneurship and Disciplinary Scholarship: Return to the Fountainhead*“, in S.A. Alvarez, R. Agarwal and O. Sorenson (eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research. Interdisciplinary Perspectives*, New York: Springer. Pág. 253-68.

Apéndices

Apéndice A. FORMATO DE ENCUESTA

PRIMERA PARTE: EMPRENDENDORES QUE INICIAN

1. (No lea la lista de respuestas al encuestado, ingrese simplemente su respuesta)

	<u>Yes</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
1a. Se encuentra actualmente solo o con otras personas en la etapa inicial de un nuevo negocio, incluyendo cualquier actividad de auto-empleo, ventas u ofreciendo servicios?	1	2	-1	-2
1b. Actualmente se encuentra usted o con otras personas en la etapa de iniciación de un nuevo negocio para otra empresa o persona como parte de su trabajo?	1	2	-1	-2

Ruta de la entrevista: Si la respuesta es Si (1) o No sabe (-1) a cualquiera de las preguntas 1a o 1b, continúe con esta PRIMERA PARTE, de lo contrario salte a la SEGUNDA PARTE

2. (No lealas respuestas de la lista, ingrese simplemente la respuesta. En caso de que entreviste a más de un emprendedor, considere la respuesta que le parezca más acertada)

	<u>Yes</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
2a. En los últimos doce (12) meses ha realizado alguna actividad para este nuevo negocio: revisar la maquinaria o equipo, su localización, organización, elaboración del plan de negocio, consecución de la financiación, u otra actividad que le ayudará a iniciar el negocio?	1	2	-1	-2

Ruta de la entrevista: Si la respuesta es No (2) o No responde (-2), pase a la SEGUNDA PARTE, de lo contrario continúe con la encuesta.

2a1	Desde hace cuántos meses se encuentra usted intentando iniciar ese negocio? (Escriba el número de meses)	_____ meses	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>		
			-1	-2		
2b	Usted será propietario total, en parte o en nada de ese negocio?	<u>Todo</u>	<u>En parte</u>	<u>Nada</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		1	2	3	-1	-2

Ruta de la entrevista: Si la respuesta fue “Todo” o “No responde” pase a la pregunta 2d. Si la respuesta fue “Nada” pase a la SEGUNDA PARTE

		<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>		
2c	Cuántas personas, incluyéndose, serán propietarias y administrarán este negocio? (coloque un número exacto de personas)	_____ Personas	-1	-2	
2d	Alguna persona, incluyendo los propietarios, ha recibido pago salarial, en efectivo o en especie, por más de tres meses?	<u>Yes</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		1	2	-1	-2
2d1	Cuál fue el primer año en que los fundadores recibieron utilidades, en efectivo o en especie, de este negocio? (indique el año utilizando los cuatro dígitos)	_____ años	<u>Nunca</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
			-3	-1	-2

Ruta de la entrevista: Responda 2d1i solo si la respuesta anterior fue “No sabe” (-1)

		<u>Yes</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>				
2d1i	Los fundadores del negocio recibieron utilidades, en efectivo o en especie, antes del 1 de enero de 2009?	1	2	-1	-2				
2e	Qué clase de negocio es? Qué venderá?								
2e1	Todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales considerarán que este producto o servicio es nuevo?	<u>Todos</u>	<u>Algunos</u>	<u>Ninguno</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>			
		1	2	3	-1	-2			
2e2	Actualmente existen muchos, pocos o ninguna empresa que ofrezca el mismo producto o servicio a sus clientes potenciales?	<u>Muchos</u>	<u>Pocos</u>	<u>Ninguno</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>			
		1	2	3	-1	-2			
2e4	Qué proporción de clientes viven por fuera del país?	<u>>90%</u>	<u>75-90%</u>	<u>50-75%</u>	<u>25-50%</u>	<u><25%</u>	<u>Ninguno</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		1	2	3	4	5	6	-1	-2

Ruta de la encuesta: Solo responda 2f1 si la respuesta a la pregunta 2d fue “Si”, “No Sabe”, o “No responde”

2f1	Sin contar los propietarios, cuántas personas están trabajando de manera directa y única en este negocio?	_____	Personas	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>			
				-1	-2			
2f2	Sin contar los propietarios, cuántas personas trabajarán de manera directa y única en este negocio en los próximos cinco años?	_____	Personas	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>			
				-1	-2			
2g	Se involucró en este proyecto de iniciar un negocio para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tenía otra opción de trabajo?	<u>Por aprovechar la oportunidad</u>	<u>No tenía otra opción de trabajo</u>	<u>Por ambasrazones</u>	<u>Tiene un trabajo pero busca mejores oportunidades</u>	<u>Otra</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		1	2	3	4	5	-1	-2

Ruta de la encuesta: Si la repuesta fue alguna de las siguientes, pase a la pregunta 2h1: (2) (4) (5) (-1) (-2)

2gi	Cuál de los siguientes motivos, considera usted, es el más importante para perseguir esta oportunidad de negocio?	<u>Adquirir independencia</u>	<u>Incrementar los ingresos personales</u>	<u>Solo para mantener los ingresos</u>	<u>Ninguna de las anteriores</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		1	2	3	4	-1	-2
2h1	Cuánto dinero, en total, se requiere para el inicio de este nuevo negocio?		millones	<u>No requiere</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>	
				-3	-1	-2	

Ruta de la encuesta: Si la respuesta fue “No requiere” (-3), pase a la pregunta 2°

		<u>Yes</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
2h1a	El total de los recursos requeridos para este negocio fueron provistos solo por usted?	1	2	-1	-2
2h2	Cuánto es la cantidad total que usted espera invertir en este negocio? _____ millones		<u>No requiere</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
			-3	-1	-2

2. Después de leer las siguientes afirmaciones, por favor señale cuál es su apreciación más cercana

2oa. Comparativamente hablando, el inicio de su negocio con respecto a hace un año es:

Mucho más difícil	1
Algo más difícil	2
Igual de difícil	3
Algo menos difícil	4
Menos difícil	5
No aplica	-3
No Sabe	-1
No responde	-2

2ob. Comparativamente hablando, con respecto a hace un año las expectativas de crecimiento del negocio son:

Mucho menores	1
Algo menores	2
No hay diferencia	3
Algo mayores	4
Mucho mayores	5

2oc. Qué impacto ha tenido la economía global en las oportunidades para su negocio en iniciación?

Muchas más oportunidades	1
Algunas oportunidades	2
No ha impactado	3
Menos oportunidades	4
Ha eliminado las oportunidades	5
No aplica	-3
No sabe	-2
No responde	-1

SEGUNDA PARTE: ADMINISTRADOR PROPIETARIO

		<u>Si</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
1c	Actualmente, usted o con otras personas, administran un negocio, o, vende u ofrece servicios?	1	2	-1	-2

Ruta de la entrevista: Si la respuestas a las preguntas 1c y 2a fueron Si (1) entonces responda la pregunta 2q, de lo contrario salte a la pregunta 3a.

		<u>El mismo</u>	<u>Diferente</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
2q	Es el negocio que usted está ayudando a iniciar, el mismo que usted está administrando?	1	2	-1	-2

Ruta de la encuesta: Si la respuesta es “El mismo” entonces pase a la TERCERA PARTE

		<u>Todo</u>	<u>En parte</u>	<u>Nada</u>	<u>No aplica</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3a	Es usted propietario total, en parte o en nada de este negocio?	1	2	3	-3	-1	-2

Ruta de la encuesta: Si la respuesta es “Todo” pase a la pregunta 3c. Si la respuesta es “nada” o “No aplica” pase a la TERCERA PARTE

			<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3b	Cuántas personas, incluyéndose, son propietarios y administradores de este negocio al mismo tiempo?	_____ Personas	-1	-2

			<u>Nunca</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3c	Cuál fue el primer año en que los fundadores recibieron utilidades, en efectivo o en especie, de este negocio? (indique el año utilizando los cuatro dígitos)	_____ años	-3	-1	-2

Ruta de la encuesta: Si se responde alguna fecha o a las respuestas “Nunca” (-3), “No Responde” (-2), pase a la pregunta a la pregunta 3d

		<u>Si</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3c1	Los fundadores del negocio recibieron utilidades, en efectivo o en especie, antes del 1 de enero de 2009?	1	2	-1	-2

3d	Qué clase de negocio es? Qué venderá?	1	2	-1	-2
----	---------------------------------------	---	---	----	----

		<u>Todos</u>	<u>Algunos</u>	<u>Ninguno</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3d1	Todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales considerarán que este producto o servicio es nuevo?	1	2	3	-1	-2

		<u>Muchos</u>	<u>Pocos</u>	<u>Ninguno</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3d2	Actualmente existen muchos, pocos o ninguna empresa que ofrezca el mismo producto o servicio a sus clientes potenciales?	1	2	3	-1	-2

		<u>>90%</u>	<u>75-90%</u>	<u>50-75%</u>	<u>25-50%</u>	<u><25%</u>	<u>Ninguno</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3d4	Qué proporción de clientes viven por fuera del país?	1	2	3	4	5	6	-1	-2

			<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
3e	Sin contar los propietarios, cuántas personas están trabajando de manera directa y única en este negocio?	_____ Personas	-1	-2

No sabe No responde

3f Sin contar los propietarios, cuántas personas trabajarán de manera directa y única en este negocio en los próximos cinco años? _____ Personas -1 -2

3g Se involucró en este negocio para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tenía otra opción de trabajo?

<u>Por aprovechar la oportunidad</u>	<u>No tenía otra opción de trabajo</u>	<u>Por ambas razones</u>	<u>Tiene un trabajo pero busca mejores oportunidades</u>	<u>Otra</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
1	2	3	4	5	-1	-2

Ruta de la encuesta: Si la respuesta fue alguna de las siguientes, pase a la pregunta 3h: (2) (4) (5) (-1) (-2)

3gi Cuál de los siguientes motivos, considera usted, es el más importante para perseguir esta oportunidad de negocio?

<u>Adquirir independencia</u>	<u>Incrementar los ingresos personales</u>	<u>Solo para mantener los ingresos</u>	<u>Ninguna de las anteriores</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
1	2	3	4	-1	-2

3h Usted fue quién inició este negocio? o fue alguno de los primeros propietarios y administradores?

<u>Yes</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
1	2	-1	-2

3o. Después de leer las siguientes afirmaciones, por favor señale cuál es su apreciación más cercana

3oa. Comparativamente hablando con hace un año, iniciar hoy un negocio es:

Mucho más difícil	1
Algo más difícil	2
Igual de difícil	3
Algo menos difícil	4
Menos difícil	5
No aplica	-3
No Sabe	-1
No responde	-2

3ob. Comparativamente hablando con respecto a hace un año, las expectativas de crecimiento del negocio son:

Mucho menores	1
Algo menores	2
No hay diferencia	3
Algo mayores	4
Mucho mayores	5

3oc. Qué impacto ha tenido la economía global en las oportunidades para su negocio?

Muchas más oportunidades	1
Algunas oportunidades	2

No ha impactado	3
Menos oportunidades	4
Ha eliminado las oportunidades	5
No aplica	-3
No sabe	-2
No responde	-1

TERCERA PARTE: POTENCIALES EMPRENDEDORES

		<u>Si</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
1e	Esta usted solo o con otras personas esperando a tener la oportunidad para iniciar un nuevo negocio, incluyendo cualquier tipo de auto-empleo, en los próximos tres años?	1	2	-1	-2
1f	Ha abandonado, vendido o cedido, en los últimos doce meses, algún negocio de su propiedad, ya sea autoempleo, ventas u oferta de servicios?	1	2	-1	-2

Ruta de la encuesta: Si ha respondido “Si” (1) continúe en esta TERCERA PARTE de lo contrario pase a la CUARTA PARTE

		<u>Si</u>	<u>No</u>	<u>Si pero cambió de actividad</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
4a	El negocio por usted abandonado aún continua o existe?	1	2	3	-1	-2

4b. Cuál fue la principal razón por la cual usted dejó ese negocio?

Una oportunidad de venderlo	1
El negocio no era rentable	2
Problemas de financiación	3
Otro trabajo o un mejor negocio	4
La salida fue planificada	5
Retiro	6
Razones personales	7
Un incidente	8
Otro _____	9
No sabe	-1
No responde	-2

4c. Cuál ha sido la incidencia de la crisis económica global en su decisión de abandonar el negocio?

No incidió	1
Incidió parcialmente	2
Incidió totalmente	3
No sabe	-1
No responde	-2

CUARTA PARTE

		<u>Si</u>	<u>No</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
1g	Conoce usted a alguna persona que haya iniciado algún negocio en los últimos dos años?	1	2	-1	-2
1h	Cree que en los próximos seis meses habrán buenas oportunidades para empezar un negocio en el área cercana a donde usted vive?	1	2	-1	-2
1i	Usted tiene el conocimiento, la habilidad y la experiencia	1	2	-1	-2

1j	suficiente para iniciar un nuevo negocio? El miedo al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?	1	2	-1	-2
----	--	---	---	----	----

QUINTAPARTE: INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA REQUERIDA

A.	Cuál es su género?	<u>Hombre</u>	<u>Mujer</u>	<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		1	2	-1	-2

B.	Cuál es su edad?			<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		_____	Personas	-1	-2

C. Cuál de las siguientes frases describe mejor su estado actual de ocupación?

Soy un empleado de tiempo completo	1
Soy un empleado de tiempo parcial	2
Soy auto-empleado	3
Estoy buscando empleo	4
No busco empleo porque son pensionado o discapacitado	5
Soy estudiante	6
Me ocupo de la casa	7
Otra _____	8
No sabe	-1
No responde	-2

D.	Número de miembros que componen su familia permanente, incluyéndose?			<u>No sabe</u>	<u>No responde</u>
		_____	Personas	-1	-2

E. En cuál de los siguientes rangos se encuentran sus ingresos mensuales:

0 – 550.000	1
551.000 – 1'000.000	2
1'000.001 – 1'800.000	3
1'801.000 – 2'500.000	4
2'500.001- 3'500.000	5
Más de 3'501.000	6
No sabe	-1
No responde	-2

F. Cuál es su mayor nivel de educación formal?

Sin educación	0
Educación primaria	1
Secundaria parcialmente	2

Bachiller	3
Pregrado	4
Posgrado	5