

Brechas para el Emprendimiento en la Alianza del Pacífico



BRECHAS PARA EL EMPREDIMIENTO EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO



OBSERVATORIO ESTRATÉGICO DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE



CENTRO DE INNOVACION UC
ANACLETO ANGELINI



Tecnológico
de Monterrey



UNIVERSIDAD
ICESI



UNIVERSIDAD
DEL PACIFICO

Octubre del 2018

Este informe se realizó bajo la coordinación del Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP), a cargo de su Director Ejecutivo José Luis Parra, y en éste participaron María Trinidad Álvarez, Juliana Pavan Dornelles y Andrés Raurich del Laboratorio de I+D+i Empresarial del Centro de Innovación UC Anacleto Angelini de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Julio Pertuzé de la Facultad de Ingeniería UC; María Camila Franco Salazar, Jhon Alexander Moreno Barragán y Rodrigo Varela Villegas del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad ICESI en Colombia; Miguel Flores Segovia, Adriana Gallego y Rossio Miranda Oliver de la Escuela de Gobierno y Transformación Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey de México; Andrea Rivas, Javier Salinas, Ana Lucía Venegas (apoyo externo) y Martha Zúñiga del Centro de Emprendimiento e Innovación - Emprende UP de la Universidad del Pacífico de Perú.

La presente publicación fue elaborada en el marco del convenio de Cooperación Técnica RG-M1270 “Promoción de las Asociaciones de Emprendedores como Instrumento de Crecimiento y Democratización del Emprendimiento” que contó con el financiamiento de BID Lab del Banco Interamericano de Desarrollo”

investigadora responsable

María Trinidad Álvarez

Corrección

Óscar Aedo

Diseño, diagramación y portada

María Soledad Sairafi

Infografista

Juan Pablo Bravo

**Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico
Pontificia Universidad Católica de Chile**

Av. Lib. Bernardo O'Higgins 340, Piso 4
Santiago de Chile.

ÍNDICE

ACRÓNIMOS	10
PRÓLOGO	12
RESUMEN EJECUTIVO	13
CAPÍTULO 1	16
ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO	
1. INTRODUCCIÓN	17
2. METODOLOGÍA	18
2.1 Base de datos de dominio público en cada país	18
2.2 Encuesta “Tu voz sobre el Ecosistema Emprendedor...”	18
2.2.1 Objetivos	18
2.2.2 Trabajo de campo y análisis de datos	19
2.2.3 Definición de tamaño de la empresa	19
3. ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO	21
3.1 Chile	22
3.1.1 Número de empresas por tamaño	22
3.1.2 Cierre de empresas	23
3.1.3 Tasas impositivas	24
3.1.4 Creación de empleos anuales	24
3.1.5 Percepción de riesgo empresarial	25
3.1.6 Solicitudes de patentes	26
3.1.7 Exportaciones por tamaño de empresa	27
3.1.8 Concentración del intercambio comercial	29
3.2 Colombia	30
3.2.1 Número de empresas por tamaño	30
3.2.2 Cierre de empresas	31
3.2.3 Tasas impositivas	33
3.2.4 Creación de empleos anuales	33
3.2.5 Percepción de riesgo empresarial	33
3.2.6 Solicitudes de patentes	34

3.2.7 Exportaciones por tamaño de empresa	34
3.2.8 Concentración del intercambio comercial	34
3.3 México	37
3.3.1 Número de empresas por tamaño	37
3.3.2 Cierre de empresas	38
3.3.3 Tasas impositivas	38
3.3.4 Creación de empleos anuales	38
3.3.5 Percepción de riesgo empresarial	39
3.3.6 Solicitudes de patentes	40
3.3.7 Exportaciones por tamaño de empresa	41
3.4 Perú	43
3.4.1 Número de empresas por tamaño	43
3.4.2 Cierre de empresas	44
3.4.3 Tasas impositivas	44
3.4.4 Creación de empleos anuales	46
3.4.5 Percepción del riesgo empresarial	46
3.4.6 Solicitudes de patentes	48
3.4.7 Exportaciones por tamaño de empresa	49
3.4.8 Concentración del Intercambio comercial	49
4. PERFIL DE EMPRENDEDORES ENCUESTADOS	51
4.1 Características Demográficas	51
4.1.1 Participación por país miembro de la Alianza del Pacífico	51
4.1.2 Participación según género	51
4.1.3 Edad de los encuestados	52
4.1.4 Nivel de educación	53
4.2 Vínculo con el emprendimiento	54
4.2.1 Fundadores y Estatus del Emprendedor	54
4.2.2 Exclusividad en el emprendimiento	55
4.2.3 Entorno del emprendedor	56
4.2.4 Motivación para emprender	57
4.3 Características de las Empresas	63
4.3.1 Edad de la empresa	63
4.3.2 Sector económico	63
4.3.3 Fuentes de financiamiento	64

4.3.4 Factores de Cierre	68
4.3.5 Gasto de I+D por tamaño	68
4.3.6 Mercados	69
5. ECOSISTEMA Y BRECHAS PARA EL EMPRENDIMIENTO	72
5.1 Percepción del ecosistema a nivel regional	72
Políticas Públicas	72
Mercados	74
Financiamiento	75
Capital Humano	75
Cultura	76
5.2 Resumen de principales obstáculos del emprendimiento...	79
5.3 Percepción del ecosistema y obstáculos de cada país...	80
5.3.1 Percepción del ecosistema de emprendimiento...Chile	80
Obstáculos y factores de cierre	82
5.3.2 Percepción del ecosistema de emprendimiento... Colombia	83
Obstáculos y factores de cierre	86
5.3.3 Percepción del ecosistema de emprendimiento... México	89
Obstáculos y factores de cierre	91
5.3.4 Percepción del ecosistema de emprendimiento... Perú	91
Obstáculos y factores de cierre	94
6. ASOCIATIVIDAD	97
6.1 Intensidad con que los encuestados recurren a distintos...	94
6.1.1 Chile	97
6.1.2 Colombia	98
6.1.3 México	98
6.1.4 Perú	99
6.2 Intensidad de búsqueda de apoyo externo por tipo de problema	99
6.2.1 Chile	100
6.2.2 Colombia	100
6.2.3 México	101
6.2.4 Perú	101

6.3 Análisis de la relación con Universidades, Instituciones...	102
6.3.1 Chile	102
6.3.2 Colombia	102
6.3.3 México	103
6.3.4 Perú	104
6.4 Conocimiento de la Asociación de Emprendedores en cada...	104
6.4.1 Chile	105
6.4.2 Colombia	105
6.4.3 México	106
6.4.4 Perú	106
6.5 Conocimiento de la Alianza del Pacífico (AP) y de los...	107
6.5.1 Chile	107
6.5.2 Colombia	
6.5.3 México	108
6.5.4 Perú	108
7. PRIORIDADES DE POLÍTICA PÚBLICA	110
7.1 Prioridades de políticas públicas para la Alianza del Pacífico	111
7.2 Prioridades de políticas públicas por país	114
7.2.1 Prioridades de políticas públicas para Chile	114
7.2.2 Prioridades de políticas públicas para Colombia	119
7.2.3 Prioridades de políticas públicas para México	123
7.2.4 Prioridades de políticas públicas para Perú	128
8. RESUMEN	133
CAPÍTULO 2	134
PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA	
1. INTRODUCCIÓN	135
2. Chile	136
2.1 Disminución de impuestos aplicados a empresas (Pymes)	136
2.2 Pagos justos y a tiempo a proveedores emprendedores.	137
2.3 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento...	138
2.4 Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada...	139
2.5 Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial	140

3. Colombia	141
3.1 Disminución de los impuestos que aplican a las empresas Pymes	141
3.2 Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad...	142
3.3 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento...	143
3.4 Creación de centros de desarrollo empresarial para capacitar...	145
3.5 Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial	146
4. México	148
4.1 Disminución de impuestos que se aplican a las empresas (Pymes)	149
4.2 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento...	149
4.3 Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad...	151
4.4 Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar...	152
4.5 Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes...	153
4.6 Incentivos tributarios para inversión en I + D empresarial	153
5. Perú	155
5.1 Disminución de impuestos que aplican a las empresas (Pymes)	155
5.2 Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar...	156
5.3 Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad...	156
5.4 Incentivos tributarios a la inversión en I+D empresarial	157
5.5 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento...	158
COMENTARIOS FINALES Y RECOMENDACIONES	160
REFERENCIAS	162
ANEXO A	164
ANEXO B	170

ACRÓNIMOS

ACTEL	Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación		Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (México)
ACTI	Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colombia)	ENCRIGE	Encuesta Nacional de la Calidad Regulatoria e Impacto Gubernamental en Empresas (México)
ANALDEX	Asociación Nacional de Comercio Exterior (Colombia)	ENE	Encuesta Nacional de Empleo (México)
ANIF	Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Colombia)	Fintech	Empresas que combinan Financiamiento y Tecnología (Chile)
AP	Alianza del Pacífico	FOCAL	Programa de Fomento a la Calidad (Chile)
ASEC	Asociación de Emprendedores (Colombia)	FOGAIN	Fondo de Garantía de Inversiones Universal
ASECH	Asociación de Emprendedores (Chile)	FOGAPE	Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (Chile)
ASELA	Asociación de Emprendedores de Latinoamérica	FOSIS	Fondo de Solidaridad e Inversión Social (Chile)
ASEM	Asociación de Emprendedores (México)	GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i> Universal
ASEP	Asociación de Emprendedores (Perú)	GEP	Gran Encuesta a las Pymes (Colombia)
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior (México)	GIDE	Gasto Interno Bruto en Investigación y Desarrollo Experimental (México)
CCI	Corporación Colombiana Internacional	I+D	Investigación y Desarrollo
CDE	Centros de Desarrollo Empresarial (Perú)	I+D+i	Investigación, Desarrollo e innovación
CDT	Centros de Desarrollo Tecnológico (Chile)	ICA	Impuesto de industria y comercio (Perú)
COBEX	Garantías para Empresas Exportadores (Chile)	ICA	Instituto Colombiano Agropecuario (Colombia)
COMEX PERÚ	Sociedad de Comercio Exterior (Perú)	ICSEM	Índice de Competitividad Sostenible de los Estados Mexicanos
CONACYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Chile)	IGAC	Instituto Geográfico Agustín Codazzi (Colombia)
CONADI	Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Chile)	IGV	Impuesto General a las Ventas
CONAPYME	Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Chile)	IHH	Índice de Herfindahl Hirschman
CONCYTEC	Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología, e Innovación Tecnológica	IMAN	Impuesto Mínimo Alternativo
CONPES	Consejo Nacional de Política Económica y Social (Colombia)	IMAS	Impuesto Mínimo Alternativo Simple
CORFO	Corporación de Fomento de la Producción (Chile)	IMPI	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (México)
CREE	Impuesto sobre la renta para la equidad (Colombia)	INADEM	Instituto Nacional del Emprendedor (México)
CT&I	Ciencia, Tecnología e Innovación (Colombia)	INAPI	Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Chile)
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Colombia)	INDAP	Instituto de Desarrollo Agropecuario
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Colombia)	INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Perú)
DNP	Departamento Nacional de Planeación (Colombia)	INE	Instituto Nacional de Estadísticas (Chile)
ENAPROCE	Encuesta Nacional sobre Productividad y	INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México)
		INEI	Instituto Nacional de Estadística e

	Informática (Perú)	RG	Régimen General
INVIMA	Instituto Nacional para la Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Colombia)	RMT	Régimen MYPE Tributario (Perú)
ISR	Impuesto sobre la Renta	RUC	Registro Único de Contribuyentes
IVA	Impuesto Gravado sobre la Compra y Venta de Bienes y Servicios	RUES	Registro Único Empresarial (Colombia)
LegisComex	Sistema de Inteligencia Comercial para la Gestión y Análisis del Comercio Exterior (Colombia)	RUS	Nuevo Régimen Único Simplificado (Perú)
		SAS	Sociedades Anónimas Simplificadas
MACS	Modelos Agroempresariales Competitivos y Sostenibles (Colombia)	SAT	Servicio de Administración Tributaria (México)
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas (Perú)	SBDC	Small Business Development Centers
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Perú)	SE	Secretaría de Economía (México)
		SEGOB	Secretaría de Gobernación (México)
MINCIT	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Colombia)	SENA	Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (Colombia)
MIPYMES	Micro, Pequeña y Mediana Empresa	SERCOTEC	Servicio de Cooperación Técnica (Chile)
NAFIN	Nacional Financiera (México)	SII	Servicio de Impuestos Internos (Chile)
NODE	Competitividad, Tipología Plataformas de Fomento para la Exportación (Chile)	SINACYT	Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica (Perú)
NRUS	Nuevo Régimen Único Simplificado (Perú)	SNCCTI	Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (Colombia)
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico	SUNARP	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos.
OCMA	Organo del Poder Judicial (Perú)	SUNAT	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Perú).
OEAP	Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico	TD	Tasa de Desocupación (México)
OIT	Organización Internacional del Trabajo	TEA	Actividad Temprana Emprendedora
OMPI	Organización Mundial de Propiedad Intelectual	TICS	Tecnologías de Información
PBI	Producto Bruto Interno	TLC	Tratado de Libre Comercio
PEA	Población Económicamente Activa	UF	Unidad de Fomento (Chile)
PIB	Producto Interno Bruto	UGPP	Unidad de Gestión de Pensiones y Parafiscales (Colombia)
PQS	Programa de TV Para Quitarse el Sombrero (Perú)	UIT	Unidades Impositivas Tributarias (Perú)
PRODUCE	Ministerio de la Producción (Perú)	VUCE	Ventanilla Única de Comercio Exterior
PROFO	Programas Asociativos de Fomento (Chile)	VUE	Ventanilla Única Empresarial
PYMES	Pequeña y Mediana Empresa	WIPO	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
REFEL	Registro Único de Facturas Electrónicas (Colombia)		
RENIEC	Registro Nacional de Identificación y Estado Civil.		
RER	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (Perú)		

PRÓLOGO

El emprendimiento, junto a la educación, son los principales elementos de movilidad social en un país, los que permiten a una persona pasar del quintil más pobre al más rico en meses.

El emprendimiento es el motor de las economías y fuente de progreso de los Estados, por lo que éstos, junto a los actores del ecosistema, deben incentivar su desarrollo y crecimiento. Por eso realizamos el estudio “Brechas para el emprendimiento en la Alianza del Pacífico”, que esperamos sea una herramienta útil para mejorar la forma en que emprenden las personas.

En este estudio trabajamos con los países miembros de la Alianza del Pacífico, México, Chile, Perú y Colombia, pero en el futuro nos gustaría ampliarlo a otros Estados. El trabajo posee un gran valor porque exhibe una radiografía del emprendimiento de cada uno de esos países, muestra un completo perfil de sus emprendedores, identifica las barreras que deben enfrentar al emprender y revela las principales brechas entre éstos.

Esperamos que esta tarea no quede aquí. Para eso es clave continuar avanzando unidos, articulando actores y ante todo entender que el emprendimiento es tarea de todos: Estado, entidades

privadas, banca, academia y las personas. Dicha tarea no será fácil, pero seguiremos trabajando de la mano de la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA), que ya cuenta con más de 90 mil socios y que busca convertir a Latinoamérica en un polo de desarrollo e innovación de clase mundial.

Quiero agradecer especialmente a los presidentes y equipos ejecutivos de las asociaciones de emprendedores que forman parte de ASELA, México (ASEM), Colombia (ASEC), Perú (ASEP) y Chile (ASECH) por el trabajo y dedicación dispuestos en esta tarea.

Asimismo, dar las gracias al Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP), a la Pontificia Universidad Católica de Chile, a la Universidad ICESI de Colombia, al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey de México y a la Universidad del Pacífico de Perú.

Finalmente, agradecer sinceramente al Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por hacer posible todo este trabajo en pro del emprendimiento mundial.

Juan Pablo Swett

Presidente Asociación de Emprendedores de
Latinoamérica - ASELA

RESUMEN EJECUTIVO

Un ecosistema emprendedor saludable permite que las empresas puedan surgir y crecer, generando empleos y un mayor dinamismo económico. Por ello, es de interés para los países de la región entender los obstáculos para solucionarlos y potenciar aquellas políticas y programas que están generando beneficios a los emprendedores de la región. De acuerdo con Isenberg (2011), es necesario entender el contexto del país o región y no intentar imitar regiones como *Silicon Valley*.

La existencia de brechas en el ecosistema significa que el país tiene dificultades para apropiarse de los muchos beneficios generados por el capital emprendedor, como la difusión de conocimiento, la generación de empleos y el crecimiento económico (Audretsch, 2007), puesto que no están las condiciones regulatorias y culturales, entre otras, que incentiven la creación de nuevas empresas. De esta forma, el poder conocer las dificultades que enfrentan los emprendedores en el desarrollo de sus empresas, resulta fundamental para definir líneas de acción, que permitan reducir estas brechas y avanzar hacia un país más productivo y competitivo.

A partir de esta necesidad es que el presente estudio busca identificar las brechas existentes en el ecosistema del emprendimiento en los países miembros de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú), junto con proponer recomendaciones de políticas públicas, a partir de las necesidades declaradas por emprendedores de estos cuatro países.

Este estudio identifica las diez brechas más críticas para los países miembros de la Alianza del Pacífico, respecto al promedio de los países OCDE, a partir de distintos *rankings* internacionales, ta-

les como, *Doing Business* (World Bank), *World Economic Forum* (WEF), *Fraser Institute Economic Freedom*, *Financing SMEs and Entrepreneurs* (OECD), *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), entre otros. Estas brechas guardan relación con aspectos regulatorios, de financiamiento y nivel de la inversión pública y privada en investigación e innovación.

Para esta investigación se utilizaron dos tipos de fuentes: datos de dominio público y los resultados de la encuesta “**Tu voz sobre el ecosistema emprendedor en la Alianza del Pacífico**”, aplicada a principios del 2018 (2.000 respuestas válidas¹), a través de la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH), la Asociación de Emprendedores de Colombia (ASEC), la Asociación de Emprendedores de México (ASEM) y la Asociación de Emprendedores de Perú (ASEP), las cuales forman parte de la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA). Los datos de dominio público permiten caracterizar el contexto económico de cada país, mientras la encuesta muestra la percepción de los emprendedores encuestados sobre distintos aspectos claves para el desarrollo dinámico de emprendimientos. El estudio desarrollado es de tipo descriptivo y tuvo por objetivo caracterizar el ecosistema del emprendimiento en la región. Los datos corresponden a correlaciones simples, y por lo tanto, no permiten inferir causalidad.

En el análisis del contexto económico de los países estudiados, las micro y pequeñas empresas suman más del 90% del total de empresas. Sin embar-

¹ 2.000 observaciones, donde 573 (28,65%) corresponden a Chile; 261 (13,05%) a Colombia; 667 (33,35%) a México; y 499 (24,95%) a Perú.

go, a pesar de lo relevante que es su internacionalización, se observa que, tanto en Chile como Colombia y México, son las grandes empresas las que exportan el mayor volumen (sin información disponible de Perú).

El Capítulo 1, presenta características del entorno económico y los resultados de la encuesta “Tu voz sobre el ecosistema emprendedor en la Alianza del Pacífico”, con el fin de identificar las brechas del ecosistema emprendedor en la Alianza del Pacífico (AP), para luego, en el capítulo 2, presentar propuestas que respondan a las principales barreras que hoy enfrentan los emprendedores.

En el Capítulo 1, sección 2 se describe la metodología utilizada en el estudio. Luego, en la sección 3, con el fin de ofrecer un contexto comparable de la economía de cada país de la región, se presentan algunas variables macroeconómicas de dominio público como el número de empresas, tasa de creación de empleo y exportaciones por tamaño de empresas, entre otras. Junto a estas se incluye, la intensidad de la actividad innovadora en el país y la cultura en cuanto al fracaso, puesto que son características relevantes del contexto emprendedor.

Respecto al perfil de los emprendedores que contestaron la encuesta, presentado en el Capítulo 1, sección 4, la mayoría ha iniciado su negocio motivado por una oportunidad detectada. Entre tanto, los hombres mayores de 45 años destacan haber emprendido por necesidad (sin trabajo), mientras que para las mujeres de todas las edades la motivación fue la búsqueda de mayor flexibilidad horaria. Por otra parte, la mayoría de los encuestados tiene al menos un familiar emprendedor; el porcentaje de mujeres emprendedoras con algún familiar emprendedor resulta mayor que aquel correspondiente a hombres.

Adicionalmente, otra característica interesante es el hecho de que la gran mayoría de los encuestados se focaliza en el mercado local (la ciudad donde tiene su negocio); esto da cuenta de una baja actividad de internacionalización por parte de los emprendedores. Adicionalmente, la principal fuente de financiamiento mencionada corresponde a recursos propios. Por otro parte, se observa que Perú es el país con mayor participación femenina en la encuesta, mientras que Chile y Colombia

son los países con mayor porcentaje de emprendedores con dedicación exclusiva.

En el mismo capítulo, sección 5, se menciona el financiamiento dentro del ecosistema de emprendimiento. En este aspecto, un 53% de los emprendedores declara no tener suficientes subsidios gubernamentales, y un 49% percibe que no hay acceso a financiamiento privado. Este desafío se presenta en los cuatro países y representa el principal obstáculo para el emprendimiento, seguido por el acceso a redes de contacto o mentores y la falta de preparación. Respecto a las diferencias de género en cuanto a financiamiento, se observa que sólo en el caso de Chile la mayoría de las mujeres declaran que existen suficientes subsidios públicos.

En cuanto a las fuentes de información utilizadas por los emprendedores y personas a las que se recurre para enfrentar problemas del negocio, el Capítulo 1, sección 6, indica que en general la primera fuente de información utilizada por los emprendedores es el internet, y recurren principalmente a amigos y familiares. Por otro parte, el nivel de participación de los encuestados en las asociaciones de emprendedores es bajo y hay mayoritariamente desconocimiento sobre la Alianza del Pacífico. Respecto a las necesidades de capacitación, los emprendedores de los cuatro países recurren en primer lugar a las universidades (entre un 30 y 40% de las preferencias).

Tomando como base las principales brechas identificadas en el ecosistema de emprendimiento a partir de los *rankings* mencionados, los emprendedores entregaron su percepción respecto de las principales prioridades de políticas públicas para las Pymes. Como está expuesto en el Capítulo 1, sección 7, en los cuatro países, tanto hombres como mujeres, describen como la principal prioridad la necesidad de disminuir los impuestos aplicados a las Pymes. Adicionalmente, todos los países comparten la prioridad de generar políticas referentes a la creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento y la creación de incentivos tributarios para la inversión en I+D. Asimismo, las prioridades mencionadas por los emprendedores son contrastadas con las brechas identificadas a través de indicadores públicos (indicadores regionales y datos OCDE).

Otras prioridades de política pública mencionadas por los emprendedores son: simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro y exportación (Colombia, México y Perú); creación de centros de desarrollo empresarial para capacitar y asesorar a nuevas empresas (Colombia, México y Perú); disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas (Chile y México); y pagos justos y a tiempo a proveedores emprendedores (Chile).

A partir de las cinco principales prioridades de políticas públicas seleccionadas por los emprendedores a través de la encuesta, los investigadores de las cuatro universidades participantes del estudio realizaron entrevistas con representantes de entidades expertas y relacionadas con

el desarrollo e implementación de políticas de emprendimiento.

En el Capítulo 2 se realiza un contraste sobre las prioridades señaladas por los emprendedores en cada uno de los países de la AP, con los programas y políticas públicas que los países están realizando para apoyar a la Pymes. Resulta bastante alentador la coincidencia existente entre las demandas de los encuestados respecto a las políticas pro emprendimiento impulsadas desde los gobiernos. Lo anterior, es una señal de que la Alianza del Pacífico se está moviendo como bloque en la dirección correcta. Se recomienda continuar el esfuerzo de compartir al interior de la AP las mejores prácticas en políticas públicas para las Pymes y el emprendimiento.

CAPÍTULO 1

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO



1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento constituye un motor clave para el empleo, crecimiento y progreso de los países. Los emprendedores son actores fundamentales en el proceso de desarrollo y aumento de la productividad e innovación (Lederman et al., 2014). En este contexto el emprender juega un rol clave como herramienta de movilidad social e inclusive como instrumento de inclusión social².

Los países miembros de la AP han seguido un modelo de desarrollo económico basado en la apertura económica. Actualmente se ha garantizado el libre tránsito para el 92% de los productos que se comercializan entre los distintos mercados del bloque, el cual agrupa a 221 millones de personas y representa el 57% del comercio exterior de América Latina³. Sin embargo, a pesar de su exitosa consolidación como bloque comercial, los países de la Alianza del Pacífico enfrentan importantes desafíos en cuanto al perfeccionamiento de las condiciones que permitan a los emprendimientos crecer y consolidarse. Spigel y Stam (2016) afirman que la actividad emprendedora es un producto del ecosistema emprendedor, además de ser un proceso donde los emprendedores crean oportunidades innovadoras. Si bien los países de la AP se ubican por sobre el promedio latinoamericano a la Actividad Temprana Emprendedora (TEA) del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), aún persisten importantes brechas. Entre las principales detectadas, sobresale la baja protección de la propiedad intelectual, la alta carga administrativa a la hora de empezar un negocio, el bajo gasto en investigación y desarrollo, cómo el alto costo de quiebra, entendido como los costos financieros

que una empresa debe incurrir al quebrar, tales como costos legales, administrativos, entre otros.

Existen también brechas de género en cuanto al emprendimiento. Si bien las mujeres representan el 40% de la población económicamente activa en América Latina, su participación como emprendedoras no supera el 15%⁴. Esta baja participación femenina obedece a distintos factores, que pueden ser agrupados en: factores personales (ej. nivel educacional, percepción del riesgo, motivaciones, autoeficacia), factores interpersonales (ej. carga familiar, ausencia de modelos a seguir, experiencia laboral y falta de redes) y factores contextuales (ej. culturales o de acceso a financiamiento).

Afortunadamente, la tasa de emprendimiento femenino en los países miembros de la AP ha ido en aumento: en Chile el porcentaje de mujeres emprendedoras alcanza el 26%, seguido de Colombia con un 25%, Perú con un 23% y México con un 19% (GEM, 2016). Esto se debe a un fortalecimiento del ecosistema emprendedor de la región durante los últimos años, donde se ha fortalecido y se han diseñado diversos programas de fomento al emprendimiento femenino en los países miembros de la AP⁵.

A partir de estas realidades, resulta necesario apoyar la recolección de datos sobre la actividad emprendedora en la región, de manera tal de identificar la persistencia o avances en materia de brechas, evaluar el ecosistema de emprendimiento actual, con el fin de contribuir a la formulación de políticas públicas que estimulen el emprendimiento, garantizando igualdad de condiciones entre mujeres y los hombres. Ciertamente, la acción coordinada del Estado, asociaciones empresariales e inversores es indispensable para la transformación del ecosistema de emprendimiento en la región.

2 Corporación de Fomento de la Producción de Chile (Corfo) (2014). *Emprendimiento en Chile. Hacia un modelo de segmentación*.

3 Alianza del Pacífico (2018). "En 2017 cerca de 1.500 empresarios participaron en actividades comerciales de la Alianza del Pacífico". Disponible en: <https://alianzapacifico.net/en-2017-cerca-de-1-500-empresarios-participaron-en-actividades-comerciales-de-la-alianza-del-pacifico/>

4 *Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2016/17*

5 Mujeres del Pacífico (2018). *Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico*.

2. METODOLOGÍA

Para la caracterización del ecosistema de emprendimiento en la Alianza del Pacífico se consideraron dos fuentes de información: (1) datos de dominio público de cada país que forma parte de la Alianza del Pacífico (AP) y (2) datos levantados a través de la encuesta “*Tu voz sobre el Ecosistema Emprendedor en la Alianza del Pacífico*”, aplicada en estos cuatro países.

2.1 Base de datos de dominio público en cada país (Sección 3)

Esta fuente de información corresponde a bases de datos públicas o a índices internacionales que se han medido de forma periódica, lo que permite mostrar el comportamiento en el tiempo de las variables que describen la realidad de cada país. Al ser datos que no tienen el sesgo de selección de la muestra es posible considerarlos representativos a nivel nacional.

Se consideraron aquellos indicadores o bases de datos que están disponibles en los 4 países a estudiar, de manera de poder generar comparabilidad entre ellos. Solo para el caso de la descripción de empresas por tamaño se consideraron criterios diferentes para clasificar a las empresas, según lo utilizado en cada país para definir esta variable. Es importante destacar que las secciones de cada país fueron elaboradas por la universidad correspondiente a ese país (ver universidades participantes en el resumen ejecutivo), siendo estas responsables del levantamiento y rigurosidad técnica de sus datos e información presentados.

2.2 Encuesta “Tu voz sobre el Ecosistema Emprendedor en la Alianza del Pacífico” (Sección 4, 5, 6 y 7)

2.2.1 Objetivos

El objetivo general de la encuesta fue capturar la percepción que tienen los emprendedores de la Alianza del Pacífico sobre el ecosistema del emprendimiento en su respectivo país. Los objetivos específicos de la encuesta son los siguientes:

1. Caracterizar a los emprendedores de la región, junto a sus motivaciones, obstáculos y redes de apoyo (incluye perspectiva de género)
2. Medir el grado de conocimiento de las asociaciones de emprendedores de los países de la AP y el nivel de participación (o afiliación) en éstas.
3. Evaluar el estado actual del ecosistema de emprendimiento, enfocándose en la percepción de los propios emprendedores.
4. Priorizar políticas públicas de emprendimiento considerando la opinión de los emprendedores de los países de la región sobre las principales brechas que enfrentan.

Respecto al cuarto objetivo específico, se hizo una revisión de indicadores publicados en reportes tales como el *Doing Business* (Banco Mundial), *Global Competitiveness Report* (World Economic Forum), base de datos y publicaciones de la OCDE, entre otros. A partir de los valores de esos indicadores y el promedio OCDE se seleccionaron aquellos en donde la brecha era mayor en los cuatro países de la Alianza de Pacífico⁶. Estas 10 principales brechas (ver **Tabla 2.1**) fueron propuestas, junto con otras posibles iniciativas, como alternativas a la pregunta donde se solicitaba a los

⁶ Ver Anexo B.

Tabla 2.1

Principales brechas del ecosistema del emprendedor para los países del bloque

Panorama Regulatorio	<ul style="list-style-type: none"> Carga administrativa de empezar un negocio Carga administrativa para crecer (regulaciones, impuestos, etc.) Costo de quiebra como porcentaje de la deuda Altos costos de hacer cumplir contratos Baja protección de la propiedad intelectual
Condiciones de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> Poca libertad económica (excepto Chile)
Acceso a financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> Alto spread entre interés cobrado a Pymes versus Grandes Empresas
Creación y difusión de conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> Gasto de gobierno en I+D como porcentaje del PIB Inversión empresarial en I+D como porcentaje del PIB Baja colaboración universidad-empresa en I+D

Fuente: Elaboración propia a partir del datos del Banco Mundial, Foro Económico Mundial y OCDE.

emprendedores seleccionar sus tres principales prioridades de política pública.

2.2.2 Trabajo de campo y análisis de datos

La encuesta fue enviada a todos los emprendedores pertenecientes a la base de datos de la Asociación de Emprendedores de cada país: ASECh (Chile), ASEC (Colombia), ASEP (Perú) y ASEM (México). El envío fue vía correo electrónico, donde se indicaba el link para contestar la encuesta, la cual estuvo online del 12 de marzo de 2018 hasta el 15 de mayo de 2018.

Se recibió un total de 2.032 respuestas, sin embargo, luego del análisis de consistencia, algunas observaciones fueron eliminadas. Adicionales a estas, otras 25 encuestas fueron eliminadas, puesto que no fue posible identificar el país de la casa matriz de la empresa o donde vive el encuestado. Posteriormente, de las 2.005 observaciones restantes, 5 fueron eliminadas dado que los encuestados declaraban tener más de 1.000 empleados, lo que escapaba del público objetivo definido para este estudio: micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). De esta forma, la muestra definitiva utilizada en el análisis contiene 2.000 observaciones, donde 573 (28,65%) corresponden a Chile; 261 (13,05%) a Colombia; 667 (33,35%) a México; y 499 (24,95%) a Perú.

Considerando que la encuesta no contenía preguntas obligatorias, no todas las preguntas fueron contestadas por el mismo número de personas. Esto explica que en varias de las preguntas el número de observaciones por pregunta sea inferior a 2.000. Además, muchas preguntas no son excluyentes, es decir, admiten más de una alternativa por encuestado, con un máximo de 3 alternativas seleccionables por pregunta. Por eso, para calcular el porcentaje referente a cada categoría/alternativa se consideró el total de individuos que han contestado la pregunta y seleccionado esa alternativa, y no el total de respuestas de la encuesta.

2.2.3 Definición de tamaño de la empresa

Teniendo en cuenta que los países utilizan distintas definiciones para evaluar tamaño de empresa, se hizo necesario establecer un criterio común entre los países, de manera de poder lograr comparabilidad de los resultados de la encuesta. Para esto, se tomó como base la definición que clasifica a las empresas según el número de trabajadores. La **Tabla 2.2** presenta la definición de la OCDE y las categorías definidas para este estudio conforme la información obtenida de la encuesta.

Tabla 2.2

Definición de tamaño de las empresas según número de empleados

Tamaño	OCDE	Estudio AP
Micro	1-10 empleados	1-10 empleados
Pequeña	11-49 empleados	10-20 empleados 20-50 empleados
Mediana	50-249 empleados	50-100 empleados 100-500 empleados
Grande	Más de 250 empleados	Más de 1.000 empleados

3. ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

En esta sección se describe y analiza información relativa a la situación actual del ecosistema de emprendimiento en cada país miembro de la Alianza del Pacífico, con el fin de poder comprender aquellos aspectos en los que se debe avanzar para generar un espacio de fomento a la actividad empresarial. A su vez, estos datos macroeconómicos permiten introducir y contextualizar de mejor forma los resultados de la encuesta realizada a emprendedores pertenecientes a las distintas Asociaciones de Emprendedores de cada país.

Los datos fueron tomados de diversas fuentes de información, entre las cuales se encuentran los datos públicos de cada país, según su disponibilidad, y estadísticas de organizaciones internacionales, cuando estas estaban disponibles para los cuatro países de la Alianza, de manera de poder generar comparaciones de interés.

3.1 Chile

3.1.1 Número de empresas por tamaño

La **Figura 3.1.1** muestra la distribución de empresas por tamaño⁷ para el año 2015. Se observa que las pequeñas y microempresas representan 95% de las empresas, lo que indica la relevancia de este grupo para la economía del país.

El **gráfico 3.1.1** muestra la evolución del número de empresas por tamaño, desde 2007 al 2015. Se observa que, durante todo el período estudiado, el número de microempresas aumentó un 12% desde el 2007, mientras que el número de pequeñas y medianas aumentó un 45% en el mismo período. Por su parte, el número de grandes empresas creció un 38%.

Es importante señalar que durante el período ana-

Figura 3.1.1

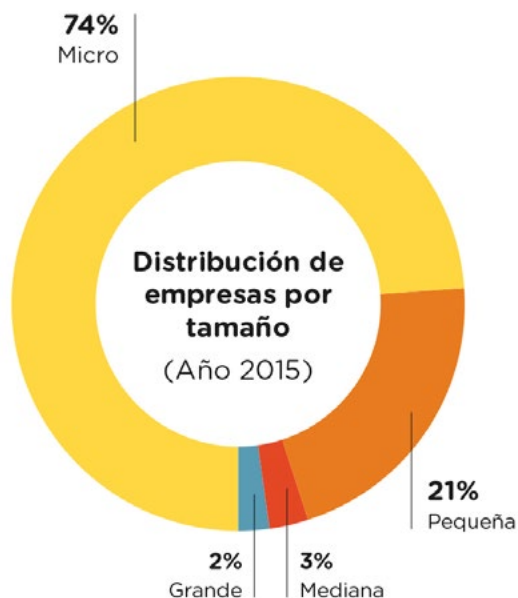
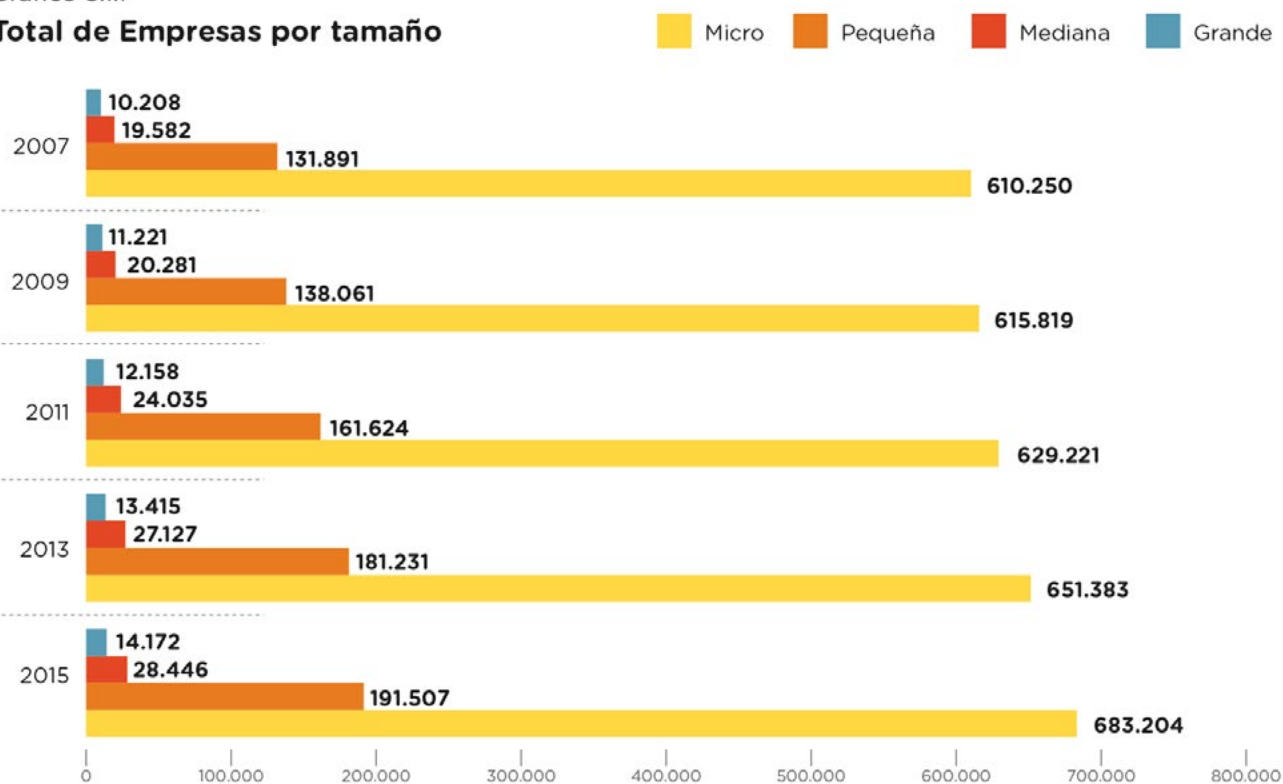


Gráfico 3.1.1

Total de Empresas por tamaño



Fuente: Servicios de Impuestos Interno (SII), Chile. Elaboración propia.

⁷ Para definir el tamaño de empresa se usa como base la clasificación del Servicio de Impuestos Internos de Chile (SII) (http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_tamano_ventas.htm)

lizado en el **Gráfico 3.1.1** algunas empresas pueden haber crecido y, por lo tanto, haber pasado a formar parte de un grupo distinto, mientras otras representan efectivamente nuevas empresas. Los datos sugieren que hay un número importante de empresas que han crecido, ya que se observa un mayor aumento porcentual en el número de medianas y grandes que en el caso de las pequeñas y micro durante el periodo observado.

Cabe destacar que en 2013 entró en vigor en Chile la Ley N° 20.659 que simplificó los trámites para crear una empresa, haciendo que este trámite se pudiese realizar en un día. Como parte de esta iniciativa, y con el objetivo de facilitar el registro de empresas, en ese mismo período se implementó la plataforma www.tuempresaenundia.cl. De acuerdo al Ministerio de Economía, el registro de nuevas empresas aumentó en promedio 6,5% entre 2014 y 2017.

3.1.2 Cierre de empresas

Dos variables que nos permiten entender el contexto económico a nivel de emprendimientos son la tasa de cierre de empresas y la tasa de personas que discontinúan su actividad empresarial. Desde el año 2014 está vigente en Chile la Ley de Reorganización y Liquidación de activos de Empresas y Personas (Ley N° 20.720). Esta ley permite a las personas y empresas que se encuentran en crisis financiera salir de su situación de endeudamiento y reemprender, a través de algunas herramientas legales.

En relación con las empresas, esta normativa establece dos herramientas que permiten: (i) evitar la disolución de aquellos emprendimientos que tienen potencial para repuntar y (ii) liquidar los bienes de aquellas empresas que se encuentren en una situación económica muy crítica y que no tengan posibilidades para revertir el proceso de cierre.

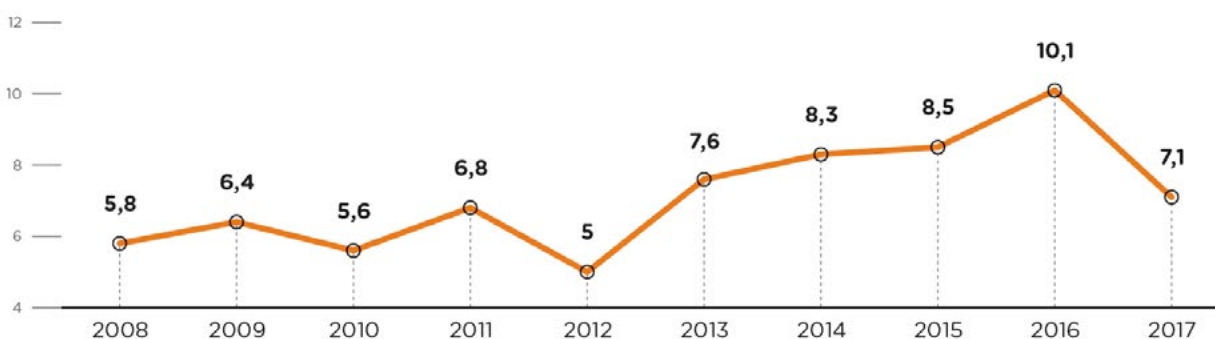
Respecto a las personas, la normativa establece dos herramientas que permiten: (i) renegociar las deudas con nuevas y mejores condiciones de pago y (ii) liquidar los bienes mediante una venta rápida y ordenada para pagar las deudas.

La tasa de discontinuidad empresarial (**Gráfico 3.1.2**) hace referencia al porcentaje de población adulta (18 a 64 años) que en los últimos 12 meses cerró una empresa. El gráfico muestra que hay una tendencia al alza. La tasa de discontinuidad empresarial aumentó desde un 5,8% en el 2008 hasta un 7,1% en el 2017, viéndose una tendencia creciente. En el 2012 se observa la menor tasa del periodo estudiado. Esto puede deberse a que entre 2010 y 2012 la economía chilena creció cerca de un 5,7% (Labrin, 2017), en promedio, lo que significó un aumento en la demanda y por lo tanto incentivos para continuar el negocio.

Cabe destacar que, aunque la tasa de discontinuidad empresarial en 2017 se encuentra a niveles mayores que en el principio de la serie de datos, en puntos porcentuales es justamente ese año el que tiene una mayor variación con respecto al año

Gráfico 3.1.2

Tasa de discontinuidad empresarial (cierre)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Elaboración propia.

Tabla 3.1.1

Tasas impositivas

Impuesto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Impuestos laborales y contribuciones	3,8%	3,8%	3,8%	3,8%	3,8%	3,8%	3,8%	5,3%	5,3%	5,1%
Impuesto a las ganancias	18,3%	18,3%	18,0%	18,0%	18,0%	21,2%	21,2%	21,0%	22,0%	23,6%
Otros impuestos	3,0%	3,0%	3,0%	2,7%	2,7%	2,7%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%
Tasa de impuestos y contribuciones total	25,1%	25,1%	24,8%	24,5%	24,5%	27,7%	27,6%	28,9%	29,9%	31,3%

Fuente: Doing Business – Banco Mundial.

anterior. Esto podría indicar el principio de un ciclo de expansión económico.

3.1.3 Tasas impositivas

Las tasas impositivas son un factor fundamental a la hora de emprender (Aidis et al., 2012), ya que agregan costos a las operaciones de la empresa, influenciando la toma de decisiones en cuanto al tamaño, al número de empleados, el porcentaje de producción interna y externa, entre otras. La **Tabla 3.1.1** analiza la evolución de los impuestos a las empresas en Chile para los últimos 10 años usando datos del *Doing Business*⁸ (Banco Mundial).

Aquí se puede ver que la tasa impositiva total muestra una tendencia al alza, aumentando 6 puntos porcentuales en los 10 años analizados, desde una tasa del 25% el primer año hasta alcanzar un 31% en 2017. Algunas diferencias entre las tasas de la **Tabla 3.1.1** y las tasas publicadas por el SII se deben a que el *Doing Business* presenta de manera agregada las tasas que deben pagar empresas medianas en todos los niveles gubernamentales (nacional, regional y local).

Lo importante aquí es explicar que en Chile el impuesto que grava a las empresas es el Impuesto a la Renta de Primera Categoría (Artículo 20 Ley de Impuesto a la Renta), ya que este impuesto grava las rentas provenientes del capital, entre otras, por las empresas comerciales, industriales, mineras, servicios, etc. Este impuesto se aplica sobre las

utilidades percibidas o devengadas en el caso de empresas que declaren su renta efectiva.

La reforma tributaria de 2014 modificó⁹ algunas tasas de impuestos, como por ejemplo la tasa máxima de impuestos personales, que se redujo del 40% al 35%. Esta ley establece un sistema integrado que tiene una tasa de impuestos, a las utilidades de empresas, que sube gradualmente de 20% a 25% en cuatro años. Además, está la opción de un sistema parcialmente integrado, donde se establecen tasas distintas, según se trate de utilidades invertidas o ahorradas, o de utilidades retiradas de las empresas. Se considera un aumento progresivo del Impuesto de Primera Categoría para las empresas desde un 20% a un 25,5% el primer año de vigencia de la reforma hasta llegar a un 27% el cuarto año.

La reforma prevé beneficios para las Pymes según el tramo de ventas que se encuentran, hasta 50 mil UF o 100 mil UF¹⁰. Los beneficios son un incentivo al ahorro en empresas, lo que les permitirá reducir su base imponible de primera categoría y ampliar el plazo para pagar el IVA.

3.1.4 Creación de empleos anuales

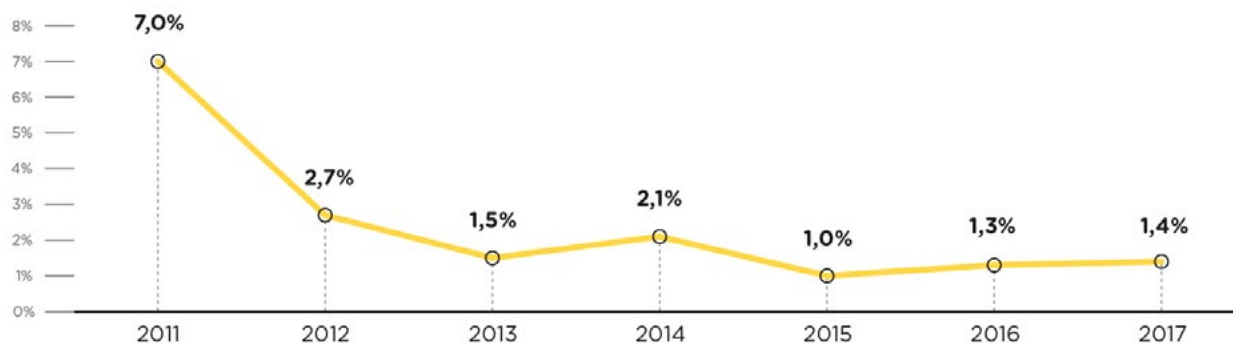
La evolución del empleo en el país es un indicador de la economía del país, por lo que es importante analizar cómo ha evolucionado la creación de

⁸ Banco Mundial. Grupos de datos históricos y datos de tendencias. Disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/custom-query#Topics>

⁹ Ley N° 20.780 del 29 de septiembre de 2014.

¹⁰ La UF (Unidad de Fomento) es un valor expresado en Pesos Chilenos, cuyo valor es reajustado mes a mes, por el Banco Central de Chile, según el Índice de Precios al Consumidor (IPC). El valor de la UF es definido los días 10 de cada mes, para los días siguientes hasta el 9 del mes siguiente.

Gráfico 3.1.3

Tasa de creación de empleos

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Elaboración propia.

empleos los últimos años. Las empresas aportan con una gran cantidad de empleos al país, en especial las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes).

Cabe destacar que uno de los aspectos que han marcado la evolución del mercado laboral en Chile los últimos 5 años, en medio una desaceleración de la actividad económica, ha sido el sostenido aumento en los trabajadores por cuenta propia. Según el informe “Estadísticas de la Fuerza Laboral de la OCDE 2006-2015” la tasa de empleo independiente de Chile registró una disminución desde el 2006 hasta el 2012, para luego comenzar a aumentar, a partir del año siguiente, viéndose una tendencia al alza para los últimos años. De hecho, según la Encuesta Nacional de Empleo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) del 2017 la cantidad de personas con un empleo por cuenta propia aumentó cerca de un 16%, en comparación al 2015 (INE, 2018).

En este sentido, información reciente del INE presentada en “Estadísticas de Informalidad Laboral 2018” muestra que uno de cada tres trabajadores, al cierre de 2017, se desempeñó en condiciones de informalidad laboral (INE, 2018). Así, según datos de la OIT, Chile se ubica cerca del nivel de informalidad de países emergentes como Sudáfrica, Turquía, y Kazajistán, y mejor posicionado que Colombia y Perú (cercanos al 70%) o México¹¹ (57%).

¹¹ Cifra del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), según sus Indicadores de Ocupación y Empleo (<https://economia.nexos.com.mx/?p=1050>).

Sin embargo, Chile está lejos de niveles como los de Alemania, Francia, Noruega o Dinamarca, los cuales presentan tasas de informalidad laboral cercana al 10% (OIT, 2018).

Para obtener la tasa de creación de empleos, se calculó la variación en el número de personal ocupado para cada año, usando datos de la fuerza de trabajo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), a partir de la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) desde el año 2010 hasta 2017 (**Gráfico 3.1.3**).

En términos generales, se puede ver que la tasa de creación de empleos disminuyó desde el 2010 al 2017, pasando de ser una del 7% a una tasa del 1,4%. Se observa que el primer año hubo una disminución de 4,3 puntos porcentuales. Sin embargo, la tendencia muestra una ligera alza en los últimos años con respecto a la creación de empleos, fenómeno que coincide con el nacimiento de empresas y la disminución en la tasa de cierre.

3.1.5 Percepción de riesgo empresarial

En relación al riesgo empresarial, la variable utilizada refleja la percepción de los empresarios respecto al riesgo. Es importante destacar que, como se trata de la percepción de los propios emprendedores, es una variable más subjetiva en comparación a los puntos anteriores. Sin embargo, refleja las distintas condiciones del mercado y riesgos percibidos.

Para su medición se utiliza como indicador el

Gráfico 3.1.4

Riesgo empresarial

(Miedo al fracaso)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Elaboración propia.

miedo al fracaso. Según datos publicados por el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*¹², el miedo al fracaso en emprendimientos se define como el porcentaje de población entre 18 y 64 años que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio, pero que el miedo a fracasar les impediría establecer un negocio (**Gráfico 3.1.4**).

Se aprecia una tendencia al alza en el riesgo empresarial a través de los años, de hecho, aumenta en 5 puntos porcentuales en 10 años. En 2017 cerca del 30% de los emprendedores dice que el miedo al fracaso los reprime al momento de querer iniciar un negocio.

El miedo al fracaso no solo refleja el riesgo percibido por el emprendedor en el sentido de incertidumbres económicas, sino también la cultura del país en que el fracaso al emprender tiene impactos sociales negativos. Dicho esto, se ve que el fracaso es parte fundamental del proceso emprendedor, lo cual debe incorporarse como una oportunidad de aprendizaje y no considerarlo una situación negativa (Amorós & Cazenave, 2011).

3.1.6 Solicitudes de patentes

En cuanto a la actividad innovadora del país, el número de solicitudes de patentes es un indicador comparable a nivel internacional y constituye además información relevante sobre la tasa de

innovación nacional. El Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi), es la institución que se encarga de las patentes de invención y propiedad intelectual en Chile. Es el organismo encargado de la administración y atención de los servicios de la propiedad industrial del país, teniendo como objetivo promover la protección que brinda la propiedad industrial y difundir el acervo tecnológico y la información de que dispone. De esta manera, Inapi busca contribuir a la estrategia de innovación impulsada por el Gobierno, promoviendo la innovación, el emprendimiento y la transferencia de conocimiento a la comunidad.

Para este análisis se usaron los datos de la OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual) respecto del total de solicitudes de patentes de invención y los datos del INE para las proyecciones de población total de habitantes. Los datos mostrados en el **Gráfico 3.1.5** representan el número de patentes solicitadas por cada millón de habitantes.

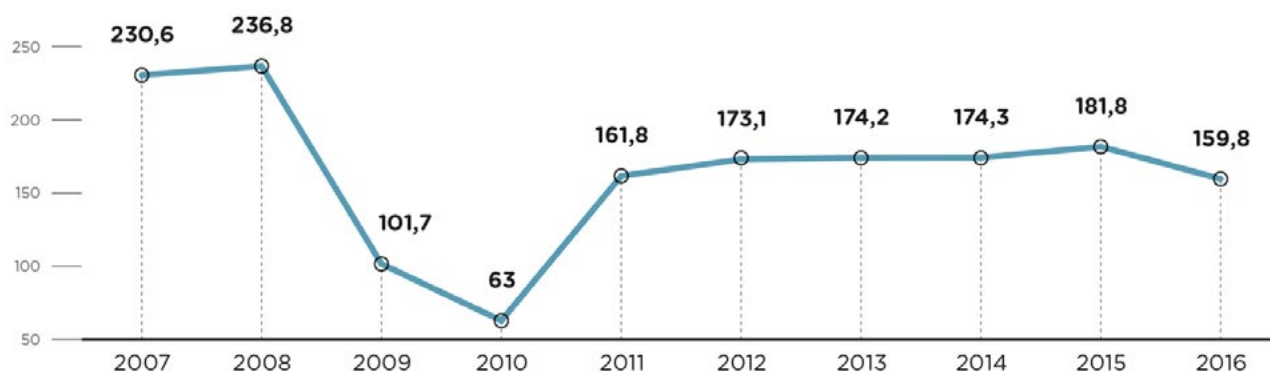
En términos generales se ve que la solicitud de patentes por millón de habitantes varió bastante los primeros 5 años, pero que a lo largo de 10 años decreció. El número de solicitudes se mantuvo entre 160 y 180 por millón de habitante en los últimos 6 años. Eso indica que no hubo crecimiento a pesar de esfuerzos en promover la protección a la propiedad intelectual y la actividad innovadora. Para el caso de muchos países en desarrollo, los

¹² *Global Entrepreneurship Monitor*. Disponible en: <https://www.gemconsortium.org/>

Gráfico 3.1.5

Solicitudes de Patentes

(por un millón de habitantes)

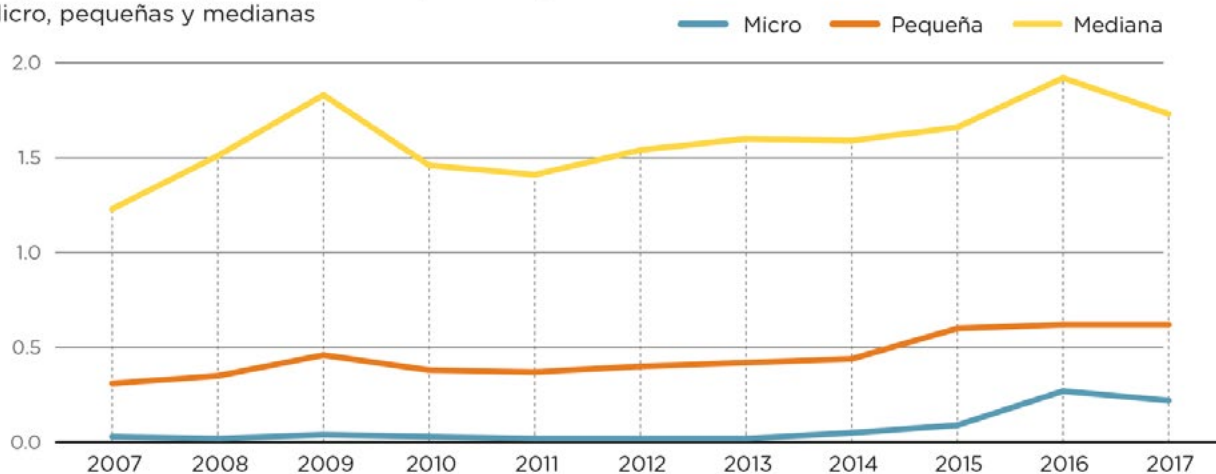


Fuente: INE y de Organización Mundial Propiedad Intelectual (OMPI). Elaboración propia.

Gráfico 3.1.6

Exportaciones por tamaño empresa según ventas

Micro, pequeñas y medianas



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas. Elaboración propia.

datos de patentes no son el mejor indicador de innovación, pudiendo ser esto reflejo de un panorama nacional donde los innovadores chilenos buscan otras formas de proteger sus innovaciones, no necesariamente mediante el uso de patentes. Además, pueden existir otros factores que desincentiven la solicitud de patentes, como trabas burocráticas al momento de hacer la solicitud, el proceso de examen de patentes y el hecho de que el registrar una patente no ofrezca suficientes beneficios, entre otros.

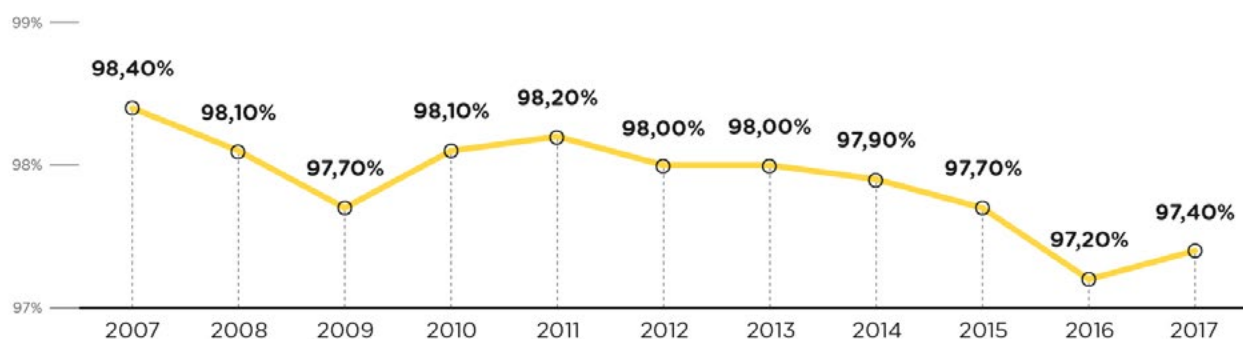
3.1.7 Exportaciones por tamaño de empresa

Las acciones del gobierno de Chile para incentivar empresas exportadoras se traducen en distintas iniciativas, programas o instituciones. ProChile es una institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos. A modo de ejemplo, uno de sus programas es PYMEXPORTA, el cual se centra en capacitar y apoyar a las Pymes para que puedan llegar a mercados extranjeros. La capacitación y el apoyo ayudarán a elaborar planes exportadores que consideren logística, estrategias comerciales avanzadas, negociaciones

Gráfico 3.1.7

Exportaciones por tamaño de empresa según ventas

Grandes empresas



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas y SII. Elaboración propia.

en el exterior, y todas aquellas materias relacionadas con el proceso de inserción internacional. Otro organismo importante es la Corporación de Fomento (Corfo), institución que está a cargo de apoyar el emprendimiento, la innovación y la competitividad en el país. La Corfo entrega capacidades y redes para exportar mediante distintos programas, como Nodos para la Competitividad, Tipología Plataformas de Fomento para la Exportación (Node), Programa de Fomento a la Calidad (Focal), Programas Asociativos de Fomento (Profo), Garantías para Empresas Exportadores (Cobex), entre otros.

Para este análisis se utilizaron datos de exportaciones del Servicio Nacional de Aduanas de Chile y datos del SII sobre las ventas de empresas para poder clasificarlas por tamaño. A continuación se presentan dos gráficos que muestran las exportaciones de empresas de distinto tamaño sobre el total de las exportaciones, para cada año respectivo.

Cabe destacar que las empresas grandes se llevan más de un 97% de las exportaciones para cualquiera de los años analizados, dejando un porcentaje muy pequeño a distribuir entre los demás tamaños de empresa. Por esta razón, hay dos gráficos separados, para poder mostrar de mejor forma los datos y poder analizar la tendencia de estos a través de los años. El **Gráfico 3.1.6** muestra las exportaciones para micro, pequeñas y medianas

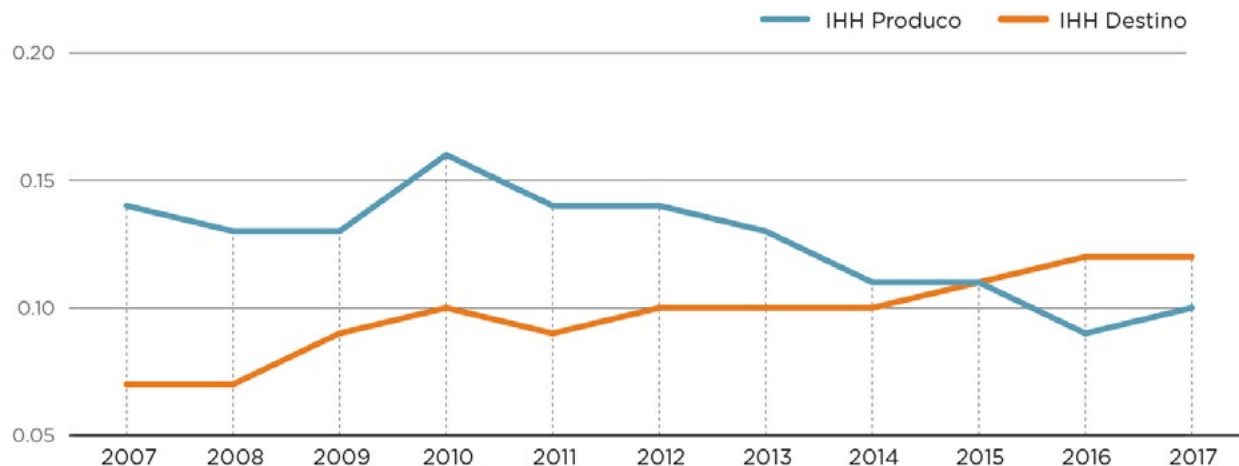
empresas, mientras que el **Gráfico 3.1.7** muestra las exportaciones para las grandes empresas.

En términos generales, se ve una tendencia al alza para los tres tamaños de empresa presentados en el **Gráfico 3.1.6**, es decir, que el porcentaje de exportaciones de las micro, pequeña y medianas empresas ha aumentado comparando el 2007 con el 2017. Sin embargo, este aumento del porcentaje de exportaciones es muy pequeño en magnitud, viéndose aumentos de menos de 1 punto porcentual.

Con base en el **Gráfico 3.1.7** se puede observar fácilmente que las grandes empresas acumulan la gran mayoría de las exportaciones, mostrando siempre una acumulación mayor al 97%, variando desde un máximo de 98,4% en 2007 hasta el valor mínimo de 97,2% recientemente en 2016.

Los **Gráficos 3.1.6** y **3.1.7** muestran una pequeña disminución en la concentración de las exportaciones en las grandes empresas, las cuales han cedido una porción de exportaciones a las medianas empresas, dejando al resto de empresas pequeñas con una participación en el volumen total de exportaciones menor al 1%. Es importante destacar que las empresas grandes tienen mayor capacidad productiva para introducir sus productos en el extranjero y, además, presentan mejores condiciones financieras para hacer frente a cambios en la economía global.

Gráfico 3.1.8

Concentración del intercambio comercial

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas. Elaboración propia.

3.1.8 Concentración del intercambio comercial

En esta sección se analiza la concentración del intercambio comercial mediante el índice de Herfindahl Hirschman (IHH), el cual mide el grado de diversificación/concentración de las exportaciones de un país, ya sea por productos o por destino. Así según los distintos valores que vaya tomando el índice, se podrá ver si el intercambio comercial de un país está diversificado o concentrado, definiéndose tres categorías: diversificado, de 0,0 a 0,10; moderadamente concentrado, 0,10 a 0,18; concentrado, más de 0,18 (Rodríguez & Gómez, 2017).

Es importante explicar que el afirmar que el intercambio comercial está más concentrado en algunos países de destino, no significa necesariamente que el número de países a los que Chile exporta ha disminuido, sino que el volumen de exportaciones se ha concentrado en un grupo de países, aunque haya más destinos a los cuales Chile exporte.

En el **Gráfico 3.1.8** se observa que en el principio de la serie el IHH por producto es más concentrado que el IHH por destino los primeros años de la serie. Luego del 2015 ambos índices se cruzan. De este año en adelante, el IHH por destino es más concentrado que el IHH por producto. Finalmente se ve para 2017 que ambos índices muestran un intercambio comercial moderadamente concentrado, mostrando valores del índice de con-

centración muy similares entre producto (0,10) y destino (0,12).

Respecto al IHH por producto, los últimos 10 años muestran exportaciones más concentradas. Particularmente para el caso de Chile, la mayoría de las exportaciones se centran en recursos naturales y productos poco procesados. Sin embargo, se puede ver para los últimos años una tendencia decreciente del índice por producto, lo que indicaría que ha habido un sutil aumento en la diversificación de los productos que se exportan. En este sentido, hay que destacar que el último año el índice muestra una tendencia al alza, es decir, un portafolio de exportación un poco más concentrado.

Por otro lado, respecto al índice por destino se ve que actualmente el volumen de las exportaciones está más concentrado que hace 10 años, pasando de estar en la categoría “diversificado” a “moderadamente concentrado”. En otras palabras, Chile ha comenzado a concentrar el volumen de sus exportaciones en ciertos países. En este sentido, pueden tomar importancia los distintos tratados de libre comercio firmado por Chile, tratado que fomentan y facilitan el intercambio comercial entre países. Diversificar las exportaciones tanto en producto como destinos torna el país menos vulnerable a cambios en la demanda externa, diversificando y por lo tanto reduciendo riesgos.

3.2 Colombia

3.2.1 Número de empresas por tamaño

En Colombia, las empresas se clasifican según el número de empleados y la cantidad de activos totales. Sin embargo, este último criterio es el más importante en la clasificación. En ese sentido, el tamaño de las empresas presentado en el **Gráfico 3.2.1** está definido con base en el volumen de activos de las empresas conforme a la Ley N° 905 de 2004 (Ley Mipyme). Dado que la información no está disponible de manera pública, fue tomada a partir de algunas publicaciones desarrolladas por Confecámaras para los años mencionados anteriormente.

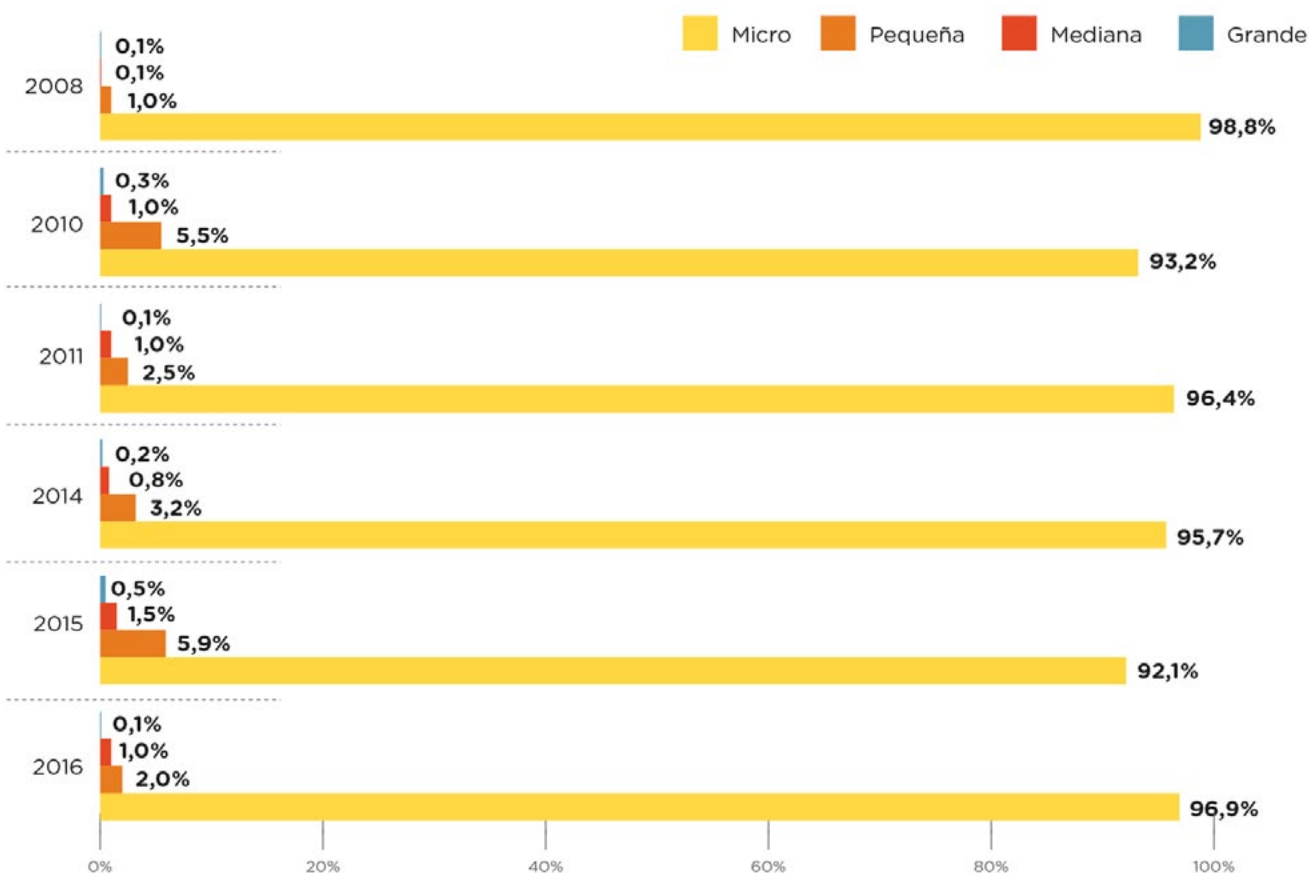
El gráfico siguiente muestra la evolución de las empresas por tamaño¹³ de 2008 a 2016.

El dato más relevante es que en Colombia más del 90% de las empresas son microempresas, seguidas por las pequeñas, medianas y las grandes empresas. En ese sentido, es muy importante que los esfuerzos del país en términos económicos no solo se centren en las Pymes sino en las Mipymes, puesto que las microempresas son muy importantes para el desarrollo económico del país.

En los últimos años, el número de microempresas y pequeñas empresas ha tenido una tendencia muy variable. Sin embargo, el número de empre-

Gráfico 3.2.1

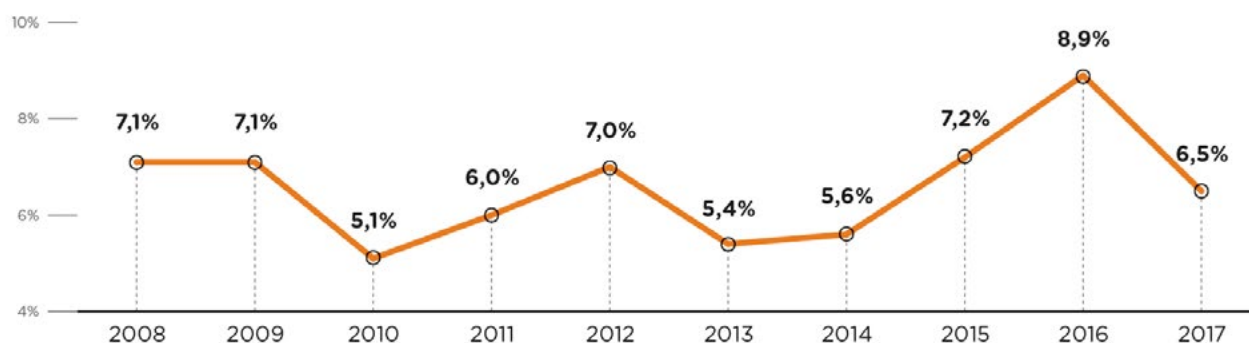
Empresas por tamaño (número de empleados)



Fuente: RUES (Registro Único Empresarial) de Confecámaras. Elaboración propia.

¹³ La definición de tamaño de empresa en Colombia según Ley MIPYME: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones/13638/descargar.php?id=42953>

Gráfico 3.2.2

Tasa de cierre empresas

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia

Las grandes y medianas ha presentado una tendencia creciente leve. Es necesario que el gobierno colombiano no solo encamine esfuerzos hacia la creación de empresa sino hacia el crecimiento y la consolidación de las empresas. No basta con tener en la economía muchas microempresas tipo ratón, en la terminología usada por Birch (1979), sino que es necesario empezar a fortalecer las empresas ya existentes para tener más empresas gacela que dinamicen la economía. Es necesario empezar a aportarle a la calidad y no tanto a la cantidad.

En este sentido, la tasa de registro de nuevas empresas también ha variado mucho en los últimos 7 años, de acuerdo a datos de la Confecámaras. Particularmente, en 2015 el número de registro de nuevas empresas presentó una caída preocupante debido a diversos hechos que afectaron la economía colombiana en este año: la economía creció en menor nivel que en 2014, el nivel de las exportaciones en 2015 se redujo en un 35,1%, el nivel de las importaciones también se redujo en un 14,2%¹⁴, el dólar aumentó, la inflación fue de 0,677% muy superior a 2014 (0,13%). Sin duda alguna, los factores económicos, sociales, políticos y culturales son cruciales a la hora de decidir crear una empresa.

3.2.2 Cierre de empresas

Según el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*,

¹⁴ http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/MICRODATOS/about_collection/31/5

la tasa de discontinuidad empresarial hace referencia al porcentaje de población adulta de 18 a 64 años que en los últimos 12 meses cerró una empresa. Sin embargo, esta discontinuidad no implica fracaso ya que, en algunas ocasiones, el cierre se convierte en una oportunidad de mejora para crear mejores empresas en el futuro. El **Gráfico 3.2.2** presenta los porcentajes de discontinuidad empresarial en Colombia de 2008 a 2017. Al igual que la tasa de creación de empresas, la tasa de discontinuidad empresarial en Colombia presenta una tendencia variable que no es clara y ha oscilado desde 5.1% (2010) hasta 8.9% (2016).

Las principales razones que ocasionaron el cierre de las empresas colombianas fueron problemas de rentabilidad y problemas con la financiación (Varela et al., 2017). De hecho, en los siguientes capítulos se observará que, para los empresarios colombianos, los problemas de acceso/disponibilidad de financiamiento representan el mayor obstáculo que tuvieron al crear la empresa. Al igual que el principal factor de cierre reportado es el correspondiente a los problemas de financiamiento. Este dato es importante, ya que evidencia una oportunidad de mejoramiento desde el tema de apoyo financiero y educación empresarial para asegurar la supervivencia de las empresas.

3.2.3 Tasas impositivas

La carga impositiva ha afectado desde siempre a los empresarios colombianos. De hecho, en Co-

Tabla 3.2.1

Tasas impositivas Colombia

Impuesto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Impuestos laborales y contribuciones	32,7%	33,4%	33,9%	33,9%	28,8%	28,8%	28,8%	30,1%	18,6%	18,6%
Impuesto a las ganancias	21,4%	19,0%	17,3%	17,3%	18,5%	18,7%	18,7%	18,6%	22,5%	22,2%
Otros impuestos	30,1%	27,7%	29,1%	29,1%	29,1%	28,5%	28,6%	28,6%	28,6%	28,9%
Tasa de impuestos y contribuciones total	84,2%	80,1%	80,3%	80,3%	76,4%	76,0%	76,1%	77,3%	69,7%	69,8%

Fuente: Doing Business - Banco Mundial.

Colombia las empresas tienen que pagar impuestos muy altos, lo que dificulta su capacidad de crecimiento y desarrollo. A continuación, se presentan diversos datos para Colombia en los últimos 10 años referente a tasas impositivas (**Tabla 3.2.1**).

En Colombia, en los últimos años, se ha estado implementando una política fiscal expansiva que no está ayudando a lograr la disminución de la carga impositiva que aumentaría el consumo, la inversión, la demanda agregada, la producción y con ello el empleo.

Dado que una de las principales brechas a analizar en el presente estudio es la carga impositiva para crear y hacer crecer una empresa, el comportamiento que presenta Colombia en este indicador está alineado con esta necesidad declarada por el gremio empresarial. Es necesario seguir disminuyendo los impuestos, optimizar el gasto público del país y seguir monitoreando otras variables económicas para fortalecer la creación y el crecimiento de más y mejores empresas y con ello, más y mejores empleos. Si la creación de empresas no aumenta, es difícil que el empleo aumente en el país.

3.2.4 Creación de empleos anuales

La tasa de creación de empleos es muy importante para el análisis del ecosistema, puesto que el empleo está directamente relacionado con la creación de empresa. Si no se crean empresas, no es posible aumentar significativamente el empleo en el país. La tasa de creación de empleos hace referencia a la proporción de personas que, estando

en edad de trabajar, se encuentran ocupadas. A continuación, se presentan las cifras para Colombia de 2008 a 2017 (**Gráfico 3.2.3**).

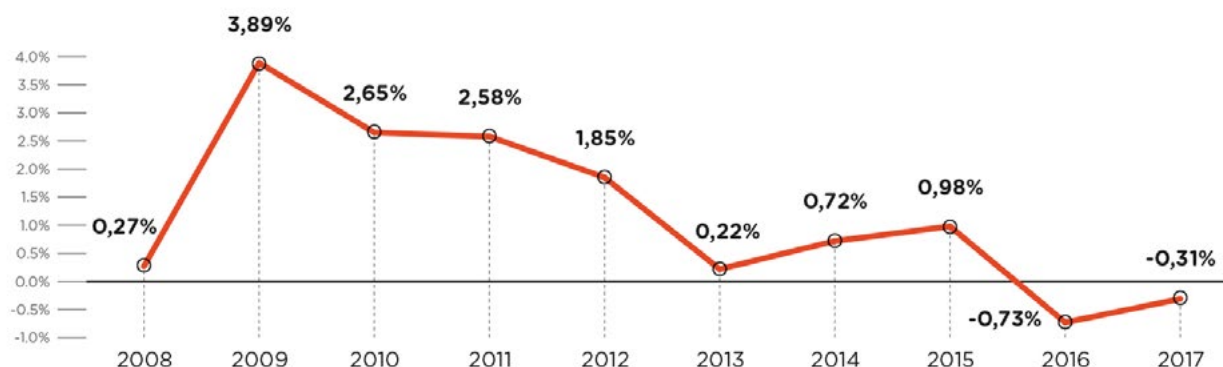
Como se observa, la tendencia para Colombia ha sido decreciente. Se debe tener en cuenta que la creación de empleo en el país se ve afectada por factores como el comportamiento de los sectores económicos, la nueva población económicamente activa, el PIB, los sectores priorizados en las apuestas estratégicas, la inversión extranjera, el comportamiento de las exportaciones y los tratados de libre comercio. Es decir, que la disminución de la tasa de creación de empleo en los últimos años con respecto a años anteriores puede estar afectada por el comportamiento desfavorable de algunos de los factores mencionados y el variante nivel de incertidumbre en la economía colombiana.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)¹⁵ en 2017 los sectores que más impulsaron la creación de empleo fueron el agropecuario y el industrial. Por su parte los sectores de comercio y construcción (tradicionalmente altos generadores de empleo) redujeron la dinámica de creación de empleo en el país, es decir que la creación de empleo se ve directamente afectada por el crecimiento/decrecimiento de los sectores económicos.

3.2.5 Percepción de riesgo empresarial

¹⁵ DANE. Empleo informal y seguridad social. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

Gráfico 3.2.3

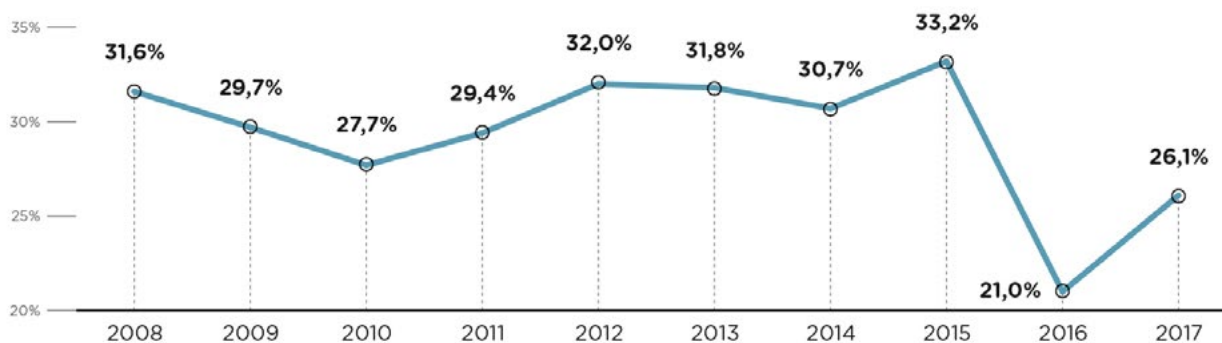
Tasa de creación de empleo

Fuente: Banco de la República de Colombia. Elaboración propia.

Gráfico 3.2.4

Riesgo empresarial

(Miedo al fracaso)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

Un elemento muy importante del ecosistema de emprendimiento es el riesgo empresarial. Este es un factor subjetivo ya que depende de la percepción de los mismos emprendedores. La variable utilizada para representar la percepción del riesgo empresarial es el miedo al fracaso, publicado por el GEM (**Gráfico 3.2.4**).

En Colombia, el miedo al fracaso presenta una tendencia decreciente, es decir, cada vez son menos los adultos colombianos entre 18 y 64 años que manifiestan que el miedo al fracaso representaría un obstáculo importante para crear una empresa. En las siguientes secciones es posible observar

que para los empresarios colombianos el miedo al fracaso se convierte en el principal obstáculo para crear empresa. Es importante fortalecer el espíritu empresarial y la innovación como pilares importantes de la cultura a través de la educación empresarial desde la infancia. De igual forma, fortalecer la difusión de historias empresariales en los medios de comunicación que inspiren a las personas para seguir disminuyendo este índice de miedo hacia el fracaso empresarial.

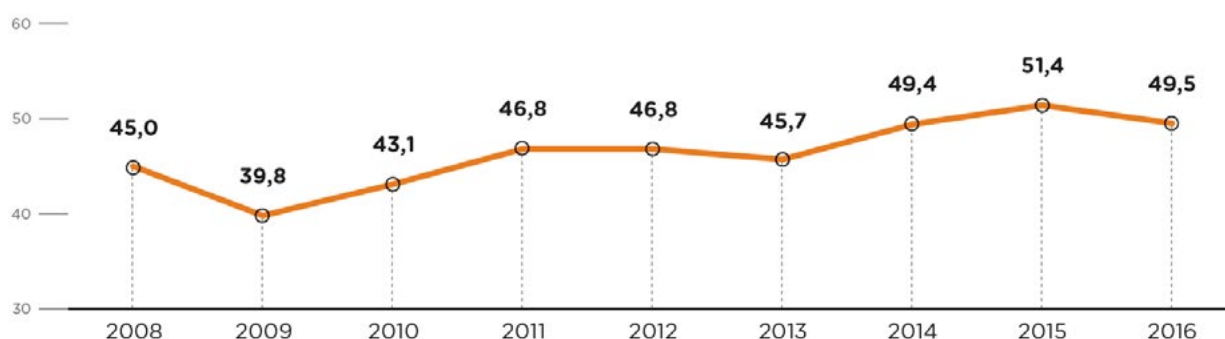
3.2.6 Solicitudes de patentes

Para calcular la tasa de registro de patentes se usaron los datos de la Organización Mundial de la

Gráfico 3.2.5

Solicitudes de Patentes

(por un millón de habitantes)



Fuente: Banco Mundial y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Elaboración propia.

Propiedad Intelectual (OMPI) sobre solicitudes de patentes de inversión y del Banco Mundial sobre población total de habitantes. La población total anual se divide por 1 millón, de forma tal que, para crear la tasa de patentes, se toma la cantidad de patentes de cada año dividido por la población del año respectivo. De esta forma, los datos mostrados en el **Gráfico 3.2.5** representan el número de patentes por cada millón de habitantes para Colombia.

En términos generales, se presenta una leve tendencia creciente. Sin embargo, el número es demasiado pequeño comparado con países como Japón y Corea del Sur. De hecho, en Colombia son muy pocas las empresas que se basan en tecnologías de punta y en innovación disruptiva, por lo que es de esperar un indicador tan bajo. Ante esta situación, desde 2015 el Gobierno de Colombia empezó a implementar el Programa Pactos por la Innovación a través del cual se han articulado varias instituciones (empresas y universidades) para que a través del modelo de triple hélice (universidades, empresas y sector público) surjan resultados importantes de innovación que ayuden a fortalecer este indicador. Sin duda alguna, es importante seguir implementando este tipo de programas para fortalecer la transferencia de investigación y desarrollo en el país.

3.2.7 Exportaciones por tamaño de empresa

Para analizar las empresas exportadoras y la can-

tidad de exportaciones por tamaño de empresa, a continuación se presentan tres gráficos que muestran distinta información relacionada. En los **Gráficos 3.2.6** y **3.2.7** se ve el valor exportado, mientras que el **Gráfico 3.2.8** presenta el número de empresas exportadoras, todo según tamaño de empresa.

Las empresas grandes exportan aproximadamente el 95% del valor total de las exportaciones en Colombia. Sin embargo, a pesar de que la participación de las microempresas no es tan grande respecto a los valores exportados, esta situación representa una oportunidad para seguir enfocando esfuerzos en el fortalecimiento de la microempresa que representa más del 95% de las empresas colombianas. Al observar el número de empresas exportadoras por tamaño, es posible observar que existe una distribución casi equitativa entre la micro y la mediana empresa con una participación cercana al 20%, lo cual implica que hay que encaminar acciones concretas tanto para crear como para fortalecer la Mipyme con orientación internacional.

3.2.8 Concentración del intercambio comercial

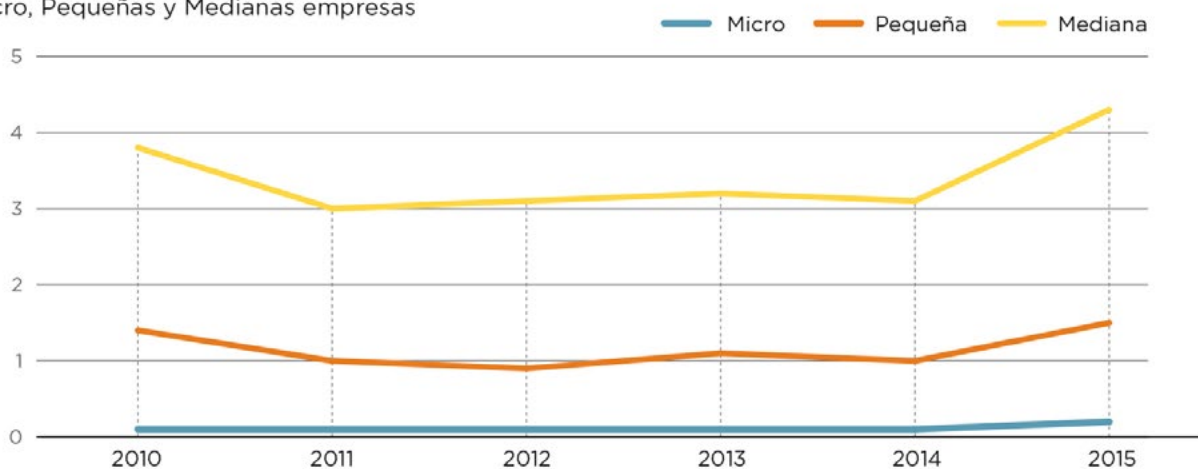
El **Gráfico 3.2.9** muestra la evolución de los últimos 6 años de la concentración del intercambio comercial. Para mostrar la concentración del intercambio se usa el Índice Herfindahl Hirschman (IHH).

El índice Herfindahl Hirschman (IHH) mide el gra-

Gráfico 3.2.6

Porcentaje de valor exportado según tamaño de las empresas

Micro, Pequeñas y Medianas empresas

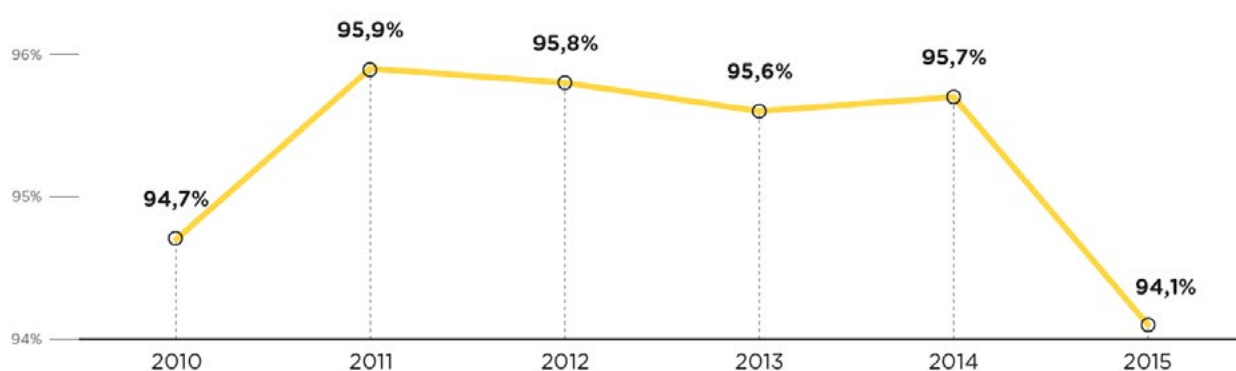


Fuente: Dane y Confecámaras. Elaboración propia.

Gráfico 3.2.7

Porcentaje de valor exportado según tamaño de las empresas

Grandes empresas



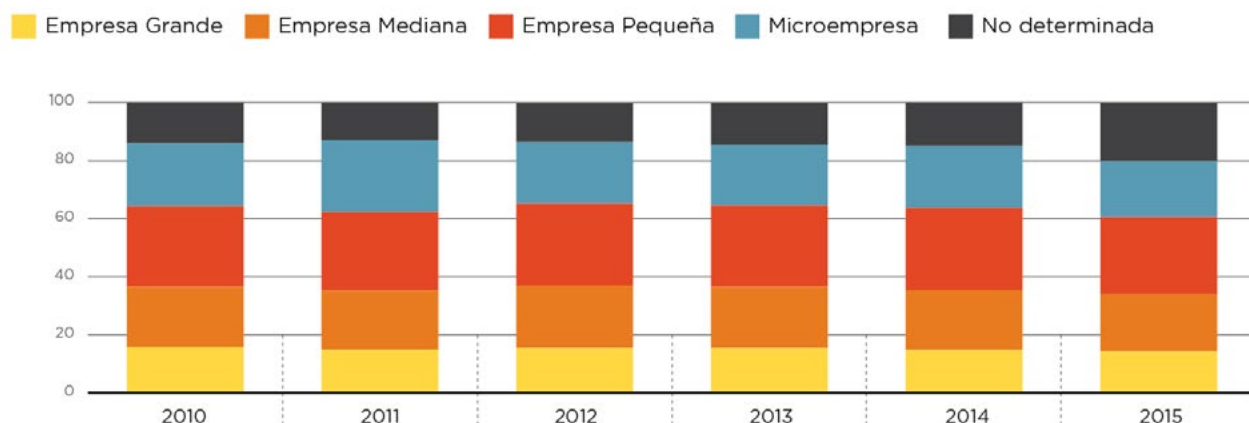
Fuente: Dane y Confecámaras. Elaboración propia.

do de diversificación/concentración de las exportaciones de un país ya sea por productos o por socios. Respecto al IHH por producto, los últimos años se presenta una mayor diversificación a pesar de que todavía hay una concentración de las exportaciones colombianas debido a la dependencia económica con el petróleo que se ha mantenido en los últimos años. Por ejemplo, según LegisComex (Sistema de Inteligencia Comercial para la Gestión y Análisis del Comercio Exterior), los combustibles minerales representaron en 2009 el 73.82% y en 2017 el 65.98% del total de bienes exportados por Colombia. De hecho, Colombia

no ha desarrollado una política que fomente la diversificación de la oferta exportadora, a pesar de que existe ProColombia, encargada de promover el comercio internacional colombiano, esta institución se concentra en exportaciones extractivas y minero energéticas, lo que ha dificultado la diversificación.

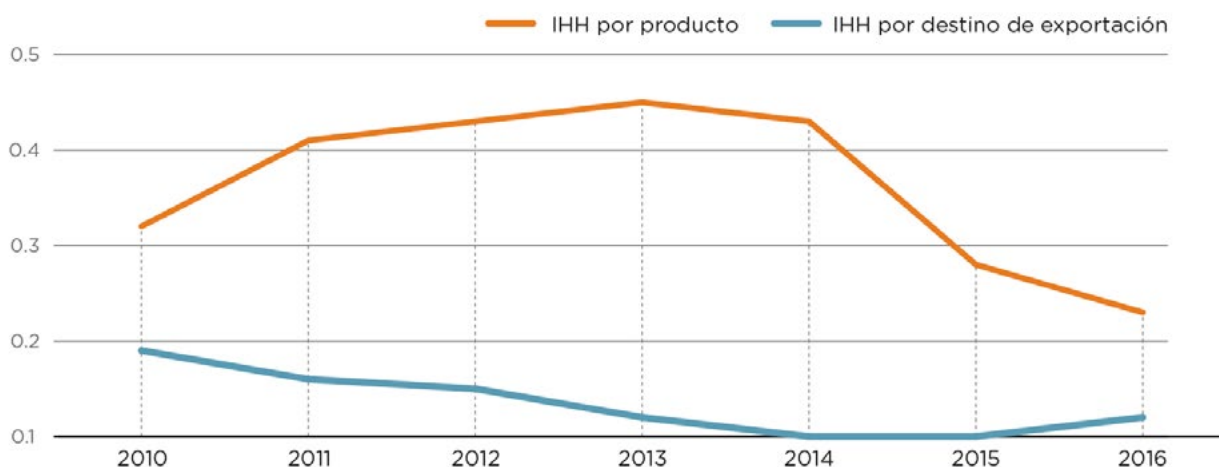
Sin embargo, por destino de exportación, los últimos años se ha presentado una evolución hacia la categoría “moderadamente concentrado” y “diversificado”. Esto quiere decir que en los últimos años Colombia ha empezado a exportar a varios

Gráfico 3.2.8

Porcentaje número de empresas exportadoras según su tamaño

Fuente: Dane y Confecámaras. Elaboración propia.

Gráfico 3.2.9

Evolución de la concentración del intercambio comercial según IHH

Fuente: Analdex. Elaboración propia.

países, lo cual es favorable para mantener la estabilidad económica. Por ejemplo, hasta 2013, el país al que más exportaba Colombia era Estados Unidos, pero con el Tratado de Libre Comercio firmado en 2014 entre Turquía y Colombia, las exportaciones a Turquía aumentaron y, actualmente, es el país al que más exporta Colombia. De igual forma, gracias al Tratado de Libre Comercio firmado en 2016 entre Corea del Sur y Colombia y al

Acuerdo Comercial firmado en 2013 entre la Unión Europea y Colombia, los destinos de exportación en los últimos años se han ido diversificando. Se espera que este índice siga la tendencia hacia la diversificación gracias a los acuerdos que firmó Colombia en 2018 con Panamá e Israel y con los acuerdos que está negociando con Australia, Nueva Zelanda y Japón.

3.3 México

3.3.1 Número de empresas por tamaño

La variación en la tasa de crecimiento de la Producción Bruta Total (PBT) de las Mipymes en 2016 con relación a 2012 fue mayor en 1,59 puntos porcentuales. Respecto al 2015, este crecimiento registró un incremento de 0,3 puntos porcentuales, al pasar de 4,3% a 4,6%.

En 2014, fecha de publicación del último Censo Económico en México, y siguiendo como criterio de clasificación el número de persona que ocupan las empresas¹⁶, se tienen las cifras presentadas en la **Figura 3.3.1**. Las micros y pequeñas empresas representan alrededor del 99% de las empresas en México.

En cuanto a la evolución en el número de empresas, entre 2009 y 2014 se crearon un total de 509.958 empresas, lo que representa un incremento de 9,9 %. Del total de empresas creadas en este período de tiempo el 89,36% fueron microempresas, el 9,42% pequeñas, el 1,16% medianas y el 1,75% grandes. Estos datos, sugieren que más que crecimiento de empresas, nuevas microempresas han surgido. Al mismo tiempo en que la creación de nuevas empresas representa una mayor confianza del emprendedor, el no cre-

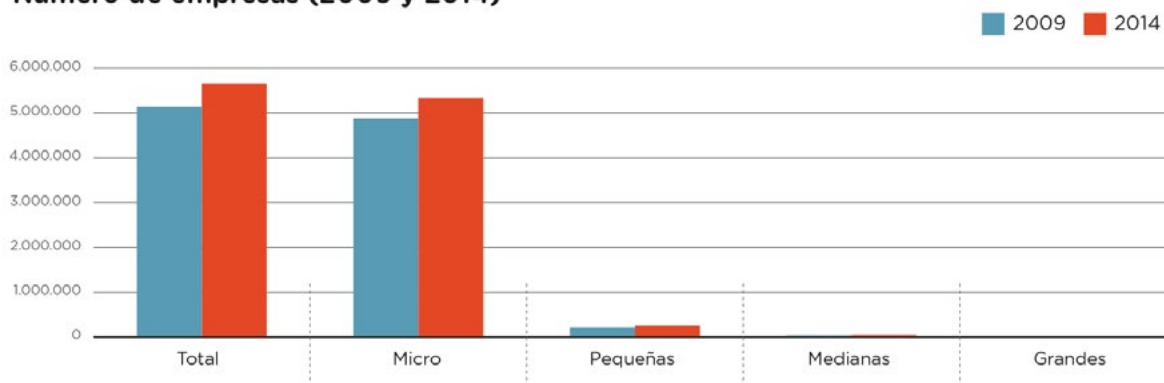
Figura 3.3.1



Fuente: INEGI. Elaboración propia.

Gráfico 3.3.1

Número de empresas (2009 y 2014)



Fuente: Censos Económicos (2009 y 2014). Elaboración propia.

16 INEGI. Censos Económicos. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/Default.aspx>

cimiento de empresas sugiere un entorno económico estancado (**Gráfico 3.3.1**).

3.3.2 Cierre de empresas

La tasa de discontinuación empresarial medido por el GEM como el porcentaje de población adulta de 18 a 64 años que en los últimos 12 meses cerró una empresa, para el caso de México no muestra datos para los años 2009 y 2016.

Lo que muestra el siguiente gráfico es que, a pesar de no contar con el dato de 2016, en 2017 la tasa de discontinuidad empresarial está, en comparación, considerablemente por debajo de las registradas entre los años 2008 y 2015 (**Gráfico 3.3.2**).

Con el propósito de contextualizar la dinámica que presenta la tasa de discontinuidad empresarial es importante mencionar que en octubre de 2017 el Senado de la República aprobó una reforma a la Ley General de Sociedades Mercantiles con el objetivo de simplificar el proceso de cierre de un negocio. De acuerdo a una encuesta realizada por la Asociación de Emprendedores de México ASEM, únicamente el 12,3% de los emprendedores que han decidido cerrar una empresa, lo ha realizado formalmente ante un notario, ya que el costo por el cierre de una empresa en México puede ascender hasta \$40.000 MXN y durar entre 3 meses y dos años concluir este proceso (ASEM, 2017).

3.3.3 Tasas impositivas

Durante el año 2017 no se registraron nuevos impuestos ni incrementos en las tasas de los ya

existentes. Tampoco se redujeron o eliminaron los beneficios fiscales, ni las exenciones vigentes, a fin de guardar congruencia con el compromiso adquirido en el Acuerdo de Certidumbre Tributaria suscrito el 27 de febrero de 2014.

Así también, durante el 2017 se impulsó el Acuerdo para el Fortalecimiento Económico y la Protección de la Economía Familiar, en el cual la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a través del Servicio de Administración Tributaria (SAT), presentó una nueva herramienta digital denominada “Mi Contabilidad”, que permite a las Mipymes calcular y declarar sus impuestos de forma más fácil y rápida, mediante un esquema de flujo de efectivo.

De acuerdo al reporte *Doing Business* del Banco Mundial, sólo se encontraron para México datos desde el 2014.

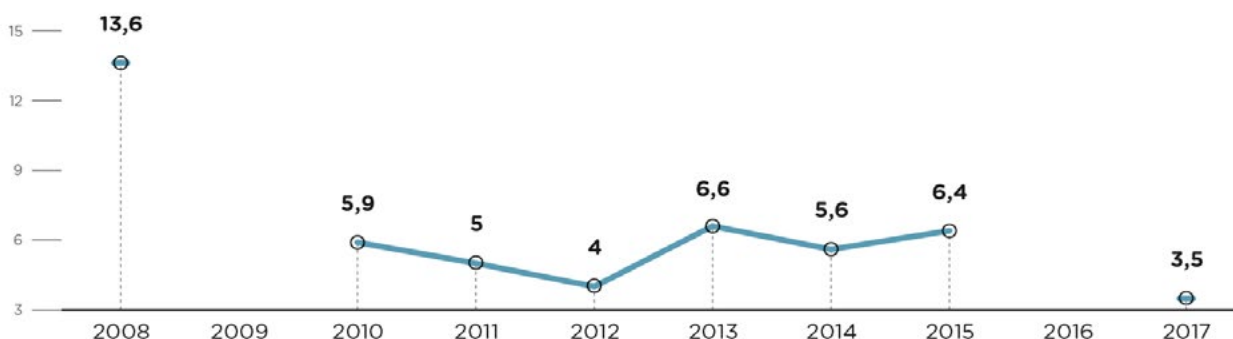
Tal como se manifiesta en el Quinto Informe de Gobierno del Presidente de México, Enrique Peña Nieto, en relación a las tasas impositivas la **Tabla 3.3.1** muestra que estas presentan ligeras variaciones, manteniéndose más bien constantes.

3.3.4 Creación de empleos anuales

Entre 2012 y 2017 se crearon en México más de 2.8 millones de empleos, o sea 2,6 veces más que los que se crearon entre 2000 y 2012. En este último período de tiempo se establecieron 1.1 millones de empleos formales. De igual manera, en 2017 la Tasa de Desocupación (TD) se situó en 3,5% viéndose 0,47 puntos porcentuales menos respecto a la tasa registrada en 2016.

Gráfico 3.3.2

Tasa discontinuidad empresarial México



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

Tabla 3.3.1

Tasas impositivas

Impuesto	2014	2015	2016	2017	2018
Impuestos laborales y contribuciones	25,8%	25,9%	25,4%	25,5%	25,6%
Impuesto a las ganancias	25,0%	24,9%	25,6%	25,6%	25,5%
Otros impuestos	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%
Tasa de impuestos y contribuciones total	51,7%	51,7%	51,9%	52,0%	52,0%

Fuente: Doing Business – Banco Mundial.

En 2014, tomando como fuente de información datos de los Censos Económicos, la población ocupada en el sector privado alcanzó 29.642.421, donde el 39% trabajaba en la microempresa, el 18% en pequeñas empresas y el 16% en la mediana empresa. Las empresas grandes emplean 7.708.385 personas, lo que equivale al 26%.

Entre 2009 y 2015 se crearon un total de 14.088.015 empleos lo que representa un incremento aproximado del 90%. De los cuales, el 41,81% fueron creados por la microempresa, el 20,77 % por la pequeña empresa, el 15,3 % por la mediana empresa. Las empresas grandes crearon 3.111.356 de empleos, lo que equivale al 22% del total (**Gráfico 3.3.3**).

Considerando los datos hasta aquí referidos, se observa que, en general, en México la dinámica de las Pymes en términos de producción, creación de nuevas empresas y creación de empleos ha evolucionado de manera positiva.

3.3.5 Percepción de riesgo empresarial

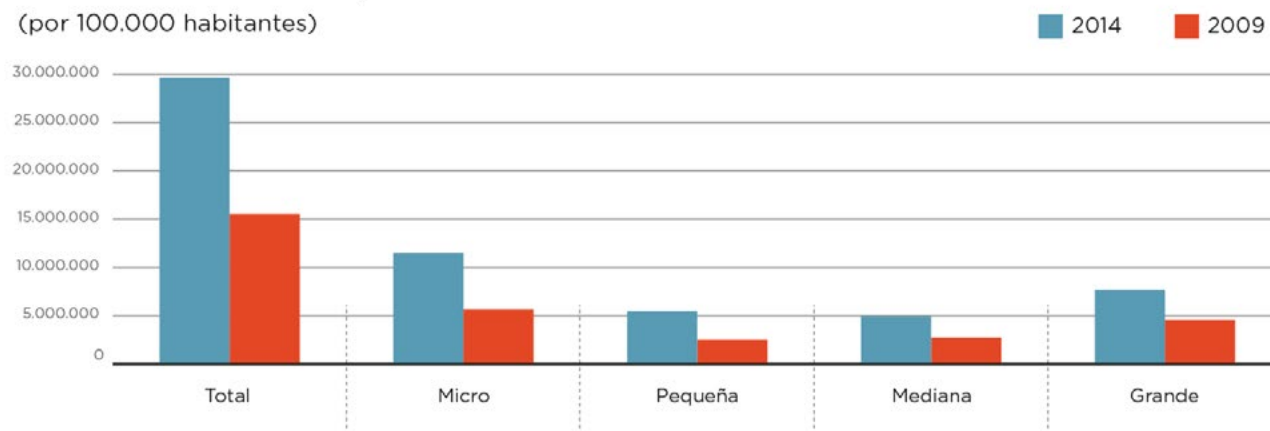
De acuerdo a la tasa de miedo al fracaso que publica el GEM, entre el 2014 y el 2015 se registra un incremento de 6.8 puntos porcentuales (**Gráfico 3.3.4**).

Como información adicional a lo antes expuesto, de acuerdo al *Failure Institute*¹⁷, las principales causas por las que las empresas de los emprendedores mexicanos fracasan son:

Gráfico 3.3.3

Creación de nuevos empleos 2009-2014

(por 100.000 habitantes)

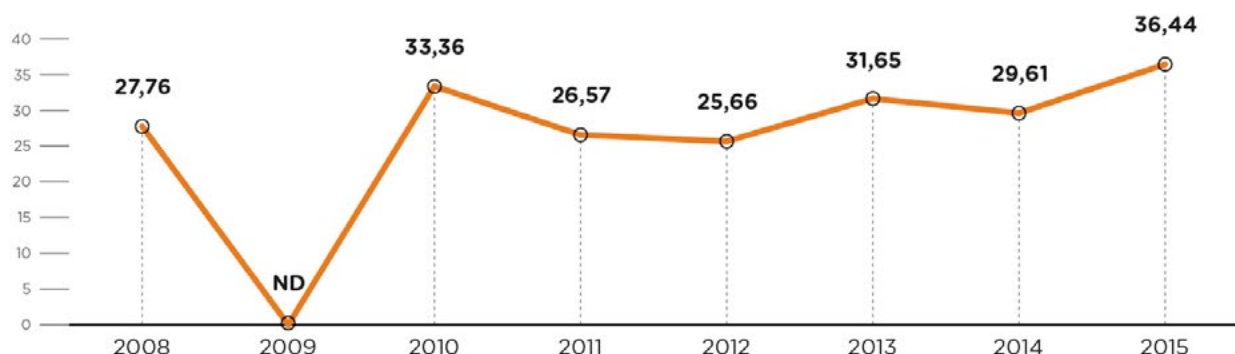


17 The Failure Institute. Why do entrepreneurs fail in Mexico? Disponible en: thefailureinstitute.com/mexico-research/

Gráfico 3.3.4

Evolución del riesgo empresarial

(miedo al fracaso)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

- Ingresos insuficientes 65%
- Falta de indicadores 48%
- Falta de proceso de análisis 44%
- Planeación deficiente 44%
- Problemas de ejecución 43%

En el caso de aquellas empresas que logran su consolidación, el 14,7% no desea seguir creciendo. Las principales razones, de acuerdo a la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas¹⁸ (ENAPROCE), son:

- Temor a la inseguridad 28.4%
- Complicaciones administrativas 18.6%
- Trámites más costosos 6%
- Pagar más impuestos 10.6%

3.3.6 Solicitudes de patentes

Entre el 2012 y el 2018 una de las cinco metas nacionales se denominó “México Próspero” y tiene los objetivos de: “Modernizar, formal e instrumentalmente, los esquemas de gestión de la propiedad industrial, con el fin de garantizar la seguridad jurídica y la protección del Estado a las invenciones y a los signos distintivos y realizar un eficaz combate a las prácticas comerciales desleales o ilegales”¹⁹.

En México, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), es el organismo encargado en garantizar el uso del sistema de propiedad industrial como un elemento de protección legal en la distinción y perfeccionamiento de sus bienes y servicios. Entre los servicios del IMPI se encuentran el registro de patentes, registro de marcas, manuales de protección, cursos y talleres para garantizar la seguridad y el respeto de la propiedad industrial. El **Gráfico 3.3.5** correspondiente a la tasa de solicitudes de patentes²⁰ sobre habitantes (millón) deja ver entre el 2008 y el 2016 un comportamiento sin variaciones muy drásticas. Si bien entre 2014 y 2015 se muestra un incremento, para el 2016 se registra un nuevo descenso.

En el 2016 se recibieron 17.413 solicitudes de patentes, 8.657 patentes fueron concedidas, 2.574 diseños industriales y 182 modelos de utilidad, además 113.018 marcas fueron registradas (IMPI, 2017). Se tiene que el número de solicitudes de patentes por millón de habitantes es similar al número de países como Israel (WIPO, 2017), mientras que el 95% de las solicitudes fueron hechas por extranjeros (IMPI, 2017).

¹⁸ INEGI. Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). Disponible en: www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx

¹⁹ Gobierno de México. Servicios que ofrece el IMPI.

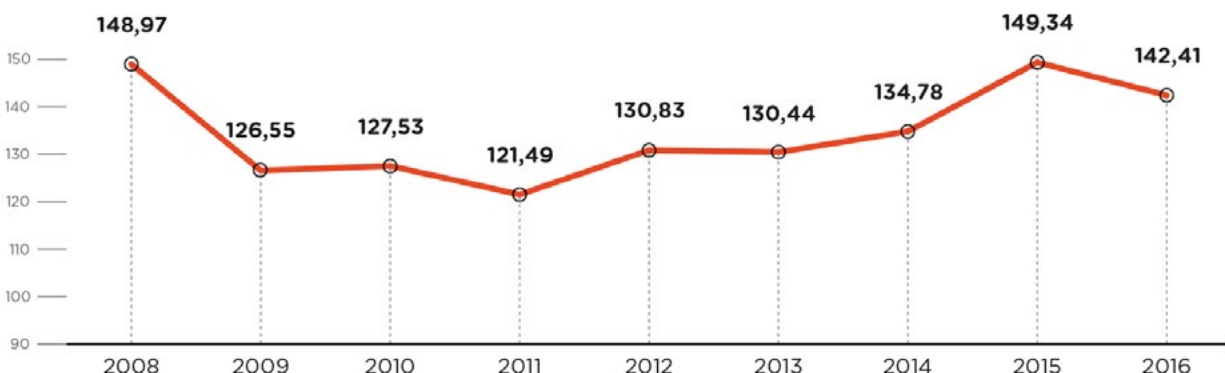
Disponible en: www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/servicios-que-ofrece-el-imp

²⁰ WIPO IP Statistics Data Center. Disponible en: <https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=patent>

Gráfico 3.3.5

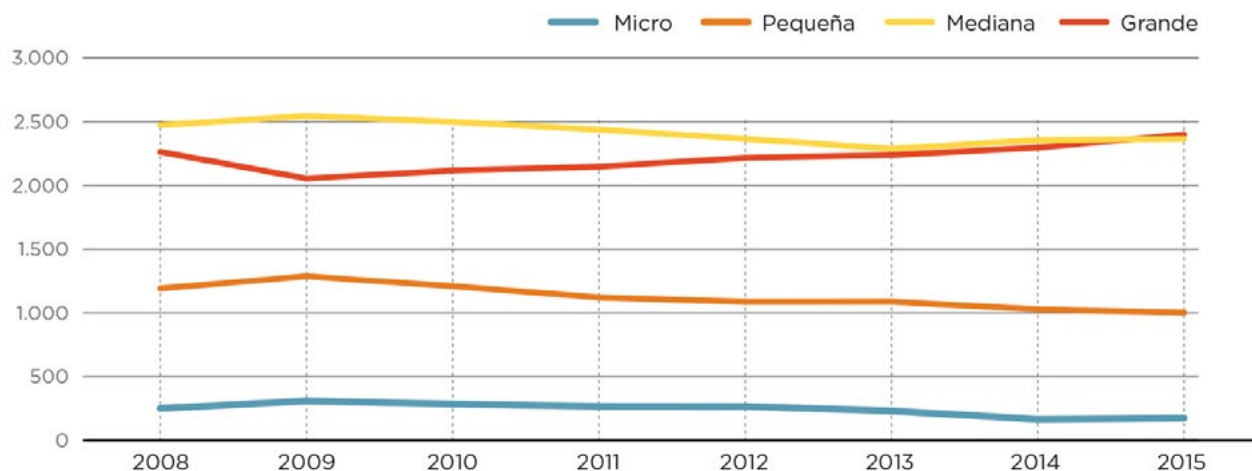
Solicitudes de Patentes

(por millón de habitantes)



Fuente: INEGI y Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI). Elaboración propia.

Gráfico 3.3.6

Número de empresas exportadoras por tamaño

Fuente: OCDE. Elaboración propia.

3.3.7 Exportaciones por tamaño de empresa

Entre los años 2008 y 2015, el número Mipymes exportadoras tuvo una tendencia decreciente. El número de microempresas exportadoras disminuyó en 33,1%. De igual manera, las pequeñas y medianas empresas que exportan disminuyeron en 16% y 4%, respectivamente. Sólo el número de grandes empresas exportadoras aumentó un 6%. El **Gráfico 3.3.6** muestra las variaciones en el número de empresas exportadoras año por año. Las acciones de gobierno para alentar a las Mipymes se manifiestan a través de apoyos para

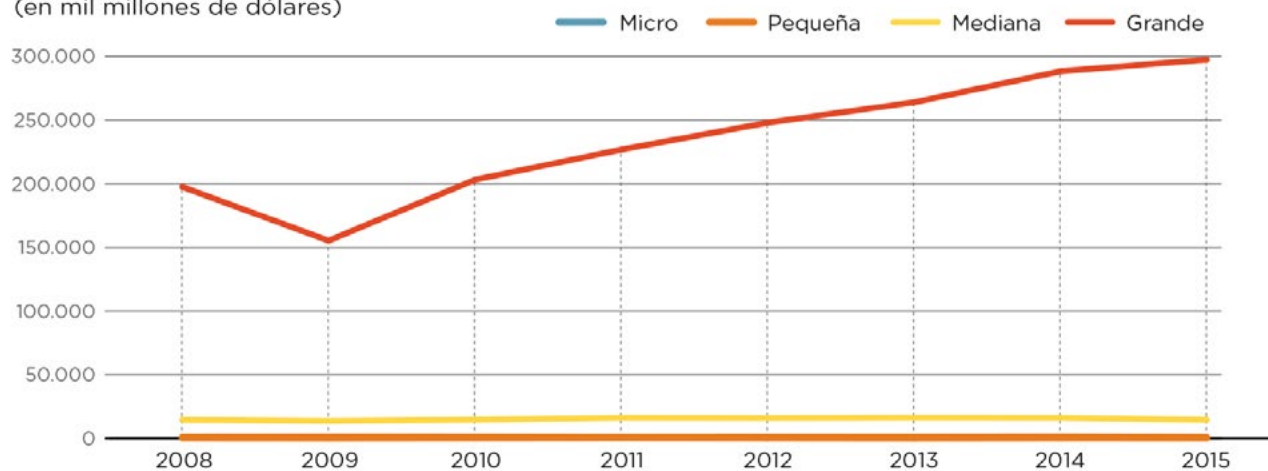
participar en ferias internacionales. Así en 2017, once empresas mexicanas estuvieron presentes en la 13a. edición de la Feria Internacional China de Pequeñas y Medianas Empresas.

Si observamos el valor comercial de las exportaciones por tamaño de empresas, notamos que, entre 2008 y 2015, éste tuvo una disminución para las micro y pequeñas empresas del 16,26% y 10,3%, respectivamente. No obstante, el valor de las exportaciones de las empresas medianas tuvo un ligero incremento de 0,3%. En este contexto y con el afán de impulsar el desarrollo de las

Gráfico 3.3.7

Valor comercial de exportaciones

(en mil millones de dólares)



Fuente: OCDE. Elaboración propia.

PYMES exportadoras, el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) cuenta con una serie de programas y servicios que ofrecen alianzas estratégicas con organismos e instituciones públicas y privadas relacionadas con el comercio exterior. De diciembre de 2012 a junio de 2017, el saldo de crédito directo e inducido al sector privado reflejó un crecimiento real de 145,3%.

El **Gráfico 3.3.7** muestra que, a partir de 2009, el valor de las exportaciones de las empresas grandes tuvo un comportamiento creciente. Entre 2008 y 2015 este valor se incrementó en aproximadamente 50%.

Es posible ver en el Gráfico 3.3.7 que, en cuanto a valor, las exportaciones mexicanas están concentradas en grandes empresas. Es decir, en 2015 las grandes empresas representaron 95% de las exportaciones de México. En cuanto a las micro empresas, estas representaron cerca de 0,1% de las exportaciones en el mismo año.

3.4 Perú

3.4.1 Número de empresas por tamaño

En la **Figura 3.4.1** se puede apreciar la distribución de empresas por tamaño al año 2016. La mayoría microempresas, con el 95%.

Las definiciones de las empresas por tamaño varían en cada país en América Latina. En el caso de Perú, de acuerdo con la Ley N° 30056, ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, promulgada en el año 2013²¹, se indica que las micro, pequeñas y medianas empresas se clasifican en función a sus niveles de ventas anuales fijados en Unidades Impositivas Tributarias²² (UIT). Anteriormente, se consideraba este criterio, así como el número de trabajadores, limitado por cada categoría. Esto cambia con el fin de dar mayor dinamismo al crecimiento empresarial.

Con respecto a la evolución del total de empresas por tamaño, de acuerdo con el **gráfico 3.4.1**, se puede observar que existe una mayor cantidad de microempresas en comparación con los demás tipos de empresas. En segundo lugar, está la pequeña empresa y al final la gran y mediana empresa.

En todos los años, se muestra crecimiento (en número), por cada tipo de empresa, siendo la de mayor crecimiento la pequeña empresa. Entre 2012 y 2016, el número de microempresas ha crecido en 29,11%, mientras que las pequeñas empresas lo han hecho en 51,31%, y las grandes y medianas empresas en 35,99%.

Sin embargo, este crecimiento es menor hacia el año 2014. Así, el número de microempresas, del año 2012 al 2013, crece en 8,45% mientras que entre 2013 al 2014 crece solo en 5,83%. Para el caso de la pequeña empresa, del año 2012 al 2013 el número de empresas crece en 16,50% mientras que del año 2013 al 2014 crece solo en 8,48%. Para

Figura 3.4.1



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática).
Elaboración propia.

la gran y mediana empresa, entre 2012 y 2013 el número de empresas aumenta en 16,83% mientras que del año 2013 al 2014 crece tan solo en 1,66%. En 2014, la economía del Perú sufrió una desaceleración, producto de la caída del precio internacional de los *commodities* como el cobre (principal producto de exportación peruano). Esta situación hizo que se tuviera menos inversión privada, que muchas empresas disminuyeran gastos, por lo que hubo reducción de personal a nivel de gran y mediana empresa²³.

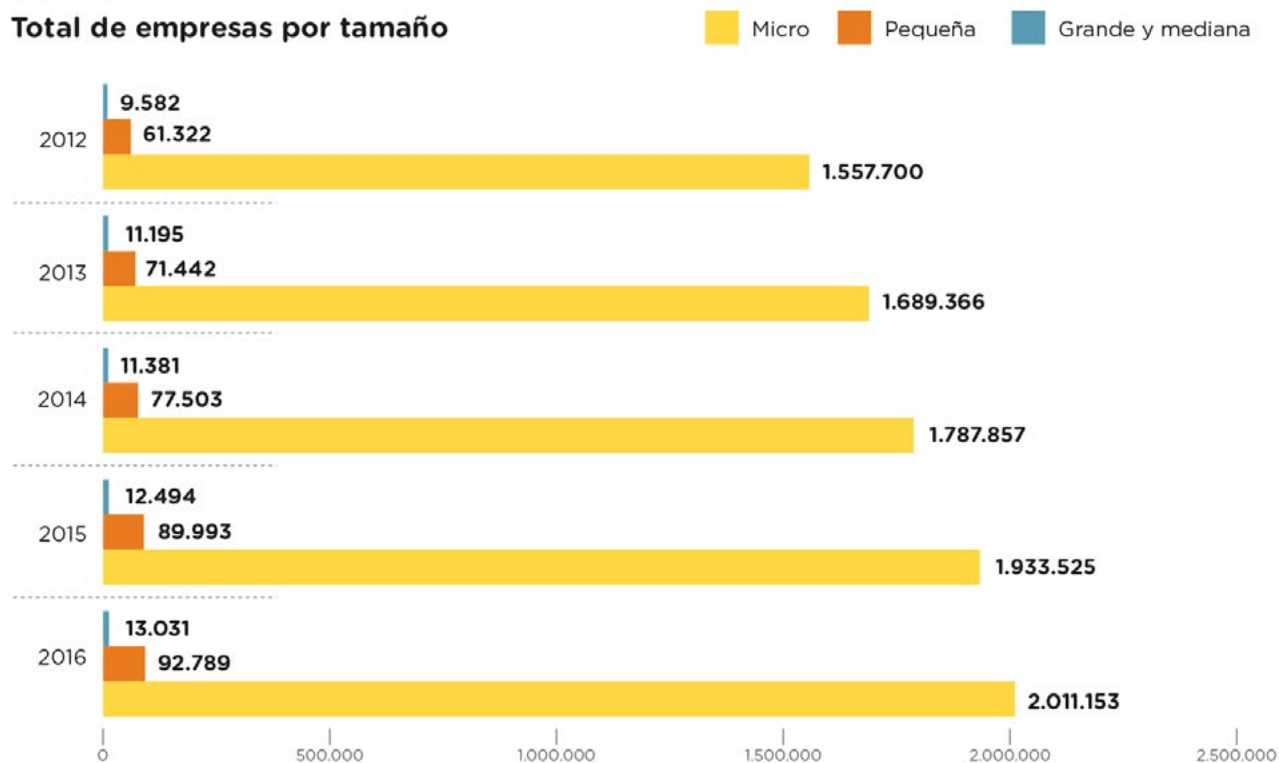
Con respecto a las microempresas en Perú, estas representan una población de emprendedores, con negocios tradicionales y disruptivos o startup, que involucran tecnología o presentan a la comunidad una nueva forma de hacer negocios (un nuevo producto o servicio o una forma de hacer las cosas de una manera innovadora).

21 El Peruano. Disponible en: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

22 UIT: Unidad Impositiva Tributaria es un valor de referencia que puede ser utilizado por normas tributarias, según el código tributario. Esta tasa tiende a cambiar todos los años. Para 2018 esta tasa es 4,150.00 soles.

23 Banco Mundial. Perú Panorama General. Disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Gráfico 3.4.1

Total de empresas por tamaño

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013, 2014, 2016). Elaboración propia.

Los emprendedores por oportunidad son lo que representan hoy al ecosistema emprendedor peruano. La tasa de emprendimiento en etapa temprana (TEA) alcanza el 25,1%. A nivel global, la economía peruana ocupa la sexta posición en cuanto a países con más emprendimientos. (GEM, 2017).

3.4.2 Cierre de empresas

Con el fin de conocer la forma en que las empresas cierran, se utiliza la tasa de discontinuidad empresarial, que mide el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que en los últimos 12 meses han cerrado o vendido su negocio o ha discontinuado su relación de propietario/gerente respecto del negocio. Como se puede apreciar en el **Gráfico 3.4.2**, Perú muestra un índice de 6,1% para el año 2016, con tendencia a la baja en los últimos diez años.

Como se mencionó anteriormente, del año 2014 hacia adelante, Perú tuvo el mayor déficit comercial en su historia, debido a la caída en los precios de los metales a nivel internacional. La exporta-

ción de metales representa para Perú el 60% de sus ventas. Por lo que se puede observar que el índice de discontinuación se duplica de 4,2% del año 2013 a 8,0% al año 2014.

Una de las razones importantes de bajas de las empresas tiene que ver con el acceso al financiamiento en el momento de dar el salto al crecimiento, el cual es caro debido a que refleja el riesgo asociado. La informalidad es una razón de cierre de empresas, ya que esta no permite que las fuentes formales de financiamiento puedan brindar facilidades crediticias y solo las fuentes no formales, que son más caras, les brindan acceso al capital de corto plazo.

3.4.3 Tasas impositivas

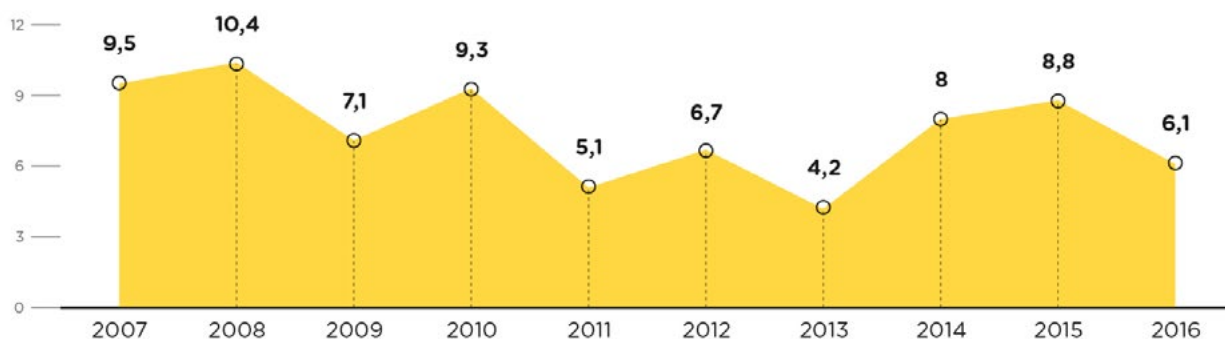
Toda empresa debe contribuir al Estado mediante el pago de sus impuestos. En la **Tabla 3.4.1** se muestra la evolución de tasas impositivas en Perú durante los últimos 10 años.

Como se puede ver, la tasa impositiva tiene una tendencia a la baja, disminuyendo en 3,2 puntos porcentuales a lo largo de los 10 años transcurri-

Gráfico 3.4.2

Tasa de discontinuidad empresarial

(cierre de empresas)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

Tabla 3.4.1

Tasas impositivas Perú

Impuesto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Impuestos laborales y contribuciones	11,8%	11,8%	11,0%	11,0%	11,0%	11,0%	11,0%	11,0%	11,0%	11,0%
Impuesto a las ganancias	24,8%	25,1%	25,1%	23,9%	23,5%	23,6%	23,2%	23,1%	23,1%	21,4%
Otros impuestos	2,2%	2,2%	2,1%	3,2%	3,1%	2,8%	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%
Tasa de impuestos y contribuciones total	38,8%	39,0%	38,2%	38,2%	37,6%	37,4%	37,4%	37,3%	37,3%	35,6%

Fuente: Doing Business - Banco Mundial.

dos desde una tasa de 38,8% en 2008 hasta una tasa de 35,6% en 2017. Con respecto a los impuestos laborales, destaca que la tasa es un poco más de la mitad de la tasa de los impuestos a las ganancias, viéndose una tendencia bastante pareja, manteniéndose en 11% en los últimos ocho años.

En relación al impuesto de ganancias también se observa una tendencia hacia la baja, siendo en un comienzo 24,8% hasta 2008 para luego bajar a 23,1% en 2015 y mantenerse igual los últimos dos años. Finalmente, otros impuestos muestran una tasa pequeña en magnitud del orden del 3,2%, manteniéndose estable durante los últimos cuatro años.

El 2017 representó el tercer año consecutivo de

caída en la recaudación tributaria en Perú. Esta caída significó una reducción del 1,3% en un marco económico marcado por el fenómeno de El Niño Costero y el escándalo regional de Lava Jato. Sin dejar de mencionar las medidas tributarias, como el nuevo régimen del impuesto a la renta para las micro y pequeñas empresas²⁴.

En Perú existen cuatro regímenes tributarios: (i) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) solo para persona natural. (ii) El Régimen Especial de

²⁴ Semana Económica. Sunat: recaudación tributaria cayó 1.3% en el 2017, cifra negativa por tercer año consecutivo. Enero 2018. Disponible en: <http://semanaeconomica.com/article/legal-y-politica/tributario/262735-sunat-recaudacion-tributaria-cayo-1-3-en-el-2017-cifra-negativa-por-tercer-ano-consecutivo/>

Impuesto a la Renta (RER), (iii) Régimen MYPE²⁵ Tributario (RMT) y (iv) Régimen General (RG) para personas jurídicas. Es importante mencionar que a finales del año 2016 se crea el nuevo Régimen MYPE Tributario (RMT), que busca beneficiar a las micro y pequeñas empresas para que tributen de acuerdo con su real capacidad financiera.

Desde hace unos años, el Estado peruano busca promover a las microempresas y emprendedores con regímenes tributarios atractivos para su mejor desempeño. Estos son: Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) y el Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS). Sin embargo, estos regímenes tributarios aún no brindan una solución a negocios relacionados con el sector informático o la asesoría empresarial. Esto muestra que aún existen algunos tipos de negocios que tienen restricciones y no gozan de beneficios tributarios que puedan ayudarlos a crecer²⁶.

Como se mencionó, el Estado peruano creó el Régimen MYPE Tributario (RMT), que es simple y permite acceder a una menor tasa de impuesto a la renta. Los contribuyentes pueden acceder a cualquiera de los regímenes mencionados, según su conveniencia y estado de desarrollo de su empresa en el mercado.

Un tema importante de mencionar es que en Perú la fiscalización de los temas tributarios es muy formal y cualquier falla de registro o formalización es penalizada. En esta línea de pensamiento, hoy los pequeños empresarios y emprendedores saben que el único camino de financiar adecuadamente su crecimiento debe ser el de contar con una contabilidad formal que debe de ser acompañado con un profesional contable.

Otro punto a considerar es la caída en la presión tributaria, que es el total de ingresos tributarios del gobierno respecto al Producto Bruto Interno (PBI). Al respecto, se tiene que desde el año 2012 ha descendido de forma continua, afectada por desaceleración económica y algunas medidas tributarias, como el Régimen Mype Tributario y el IGV Justo. Considerando que hace seis años la presión tributaria se ubicaba en 16,9%, al 2017 acu-

muló un retroceso de cuatro puntos. De acuerdo con la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat), la presión tributaria en Perú ha oscilado entre el 13% y 17%²⁷.

3.4.4 Creación de empleos anuales

La situación del empleo hoy en el Perú viene mejorando de manera sostenida, pero los conceptos de subempleo aún subsisten. Sin embargo, la actividad emprendedora viene brindando oportunidades de empleo hasta hace unos años desconocidas o inexistentes. Los trabajos asociados a tecnología se han incrementado de manera acelerada, siendo la ciudad de Arequipa la que más oferta brinda de este tipo de especialidad.

En el **Gráfico 3.4.3** se puede apreciar el comportamiento del empleo desde 2011 hasta 2016. Se puede ver que el crecimiento del empleo tiene un descendente en comparación con el año anterior, siendo el año 2014 el que menor crecimiento tuvo, 0,43%. Esto se debió a una fuerte contracción del sector pesquero y una caída de la actividad minera y de la manufactura según lo indicado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)²⁸. Por otro lado, a partir de 2015, el crecimiento del empleo en Perú ha venido creciendo sobre el 1%, siendo 2016 el que mayor crecimiento tuvo con 2,46% .

3.4.5 Percepción del riesgo empresarial

El miedo al fracaso ha venido cambiando de generación en generación y hoy los más jóvenes tienen una percepción distinta y son educados de otra manera. La gran información con la que se cuenta hace que los emprendedores actuales dispongan de más herramientas para enfrentar el reto de hacer empresa, pues, al tener mayores recursos, el temor al fracaso disminuye en la medida que se sienten acompañados de información precisa y a tiempo, disponible en la web para hacer frente a situaciones relacionadas al desarrollo de sus pequeños negocios.

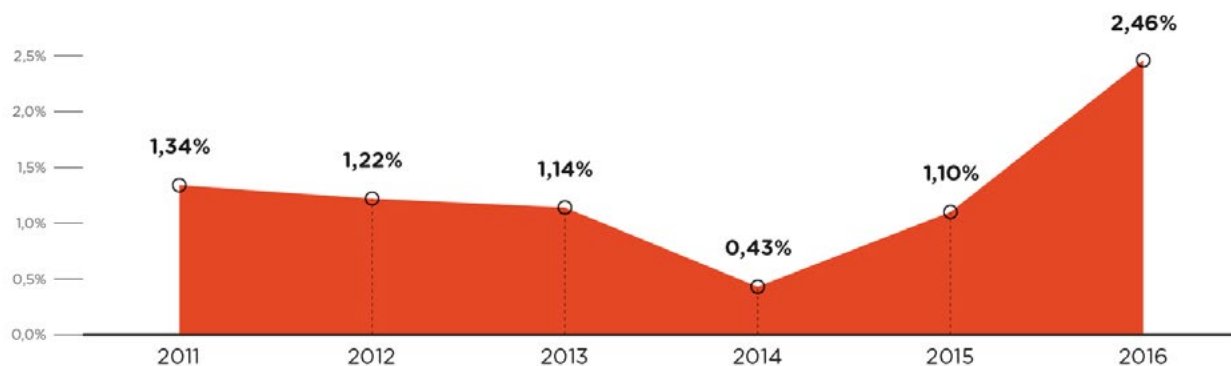
²⁵ Micro y pequeñas empresas.

²⁶ Gestión Perú. La tributación: un aspecto a tener en cuenta al momento de establecer un startup. Marzo, 2018. Disponible en: <https://gestion.pe/tecnologia/tributacion-aspecto-cuenta-momento-establecer-startup-229897>

²⁷ Semana Económica. Recaudación tributaria: cinco gráficos que explican la situación fiscal. Febrero, 2018. Disponible en: <http://semanaeconomica.com/article/legal-y-politica/tributario/265873-recaudacion-tributaria-cinco-graficos-que-explican-la-situacion-fiscal-del-peru/>

²⁸ Perú 21. Economía peruana creció 2.35% en 2014, la menor tasa en cinco años. Febrero, 2015. Disponible en: <https://peru21.pe/economia/economia-peruana-crecio-2-35-2014-menor-tasa-cinco-anos-167474>

Gráfico 3.4.3

Tasa de creación de empleos

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013, 2014, 2016). Elaboración propia.

En el caso peruano, el Estado, a través del programa Innóvate Perú, viene impulsando el desarrollo del ecosistema emprendedor al asumir un rol activo como proveedor de capital semilla. Este permite, con recursos no reembolsables, terminar de animar a emprendedores con alto potencial y escalable a salir al mercado, disminuyendo así su miedo al fracaso.

“[...] Otro elemento de carácter idiosincrático, muy ligado al anterior, es que, en Perú, a quien fracasa en un negocio no se le estimula para que vuelva a intentarlo, sino todo lo contrario, es objeto de escarnio y frecuentemente se le castiga con dureza. Hay mecanismos de castigo formales como los embargos, la inclusión en las listas de las centrales de riesgo crediticio, etc., e informales como burlas o desaprobación de parte de familiares, amigos y personas ajenas al círculo íntimo del ‘fracasado’[...]”²⁹.

“[...] El 43% de los peruanos está dispuesto a poner un negocio en los próximos tres años, pese a los obstáculos que todavía existen para emprender”, según revela el informe del *Global Entrepreneurship Monitor* y ESAN 2017-2018. De acuerdo a este estudio, Perú ocupa el primer lugar en el índice de espíritu emprendedor en América Latina y el quinto en el mundo. Así también, se indica que Perú obtuvo una puntuación de 0,37, muy

por encima del promedio de la región (0,10). Nos comenta un artículo reciente del Programa de TV Para Quitarse el Sombrero (PQS), de uno de los grupos empresariales más importantes del Perú³⁰.

La percepción de riesgo empresarial en Perú está asociada también a las tasas de inversión directa del sector privado. Esta se ha visto afectada por los recientes acontecimientos de corrupción en distintos niveles, principalmente en el sector público, pero también en las grandes empresas involucradas con el escándalo de las obras de infraestructura. Esto, sin duda, ha afectado también a los pequeños negocios, ya que al romperse la cadena de pago, estos se vieron afectados en sus proyecciones de ventas. Recién en el segundo trimestre del presente año se ha retomado el crecimiento.

Como se puede apreciar en el **Gráfico 3.4.4**, antes de 2013, Perú mostraba un alto dinamismo en América Latina, con crecimiento del PBI de 6,1%³¹. Con esta evolución, las personas avizoraban oportunidades para emprender nuevos negocios. Sin embargo, su miedo al fracaso era mayor, como se puede observar en el año 2011 con una tasa de 41%. Esto también puede responder a las crisis económicas que se iniciaron en 2008 en Estados

29 ESAN. (2016). Conexión Esan. <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/11/18/innovacion-temor-al-fracaso/>

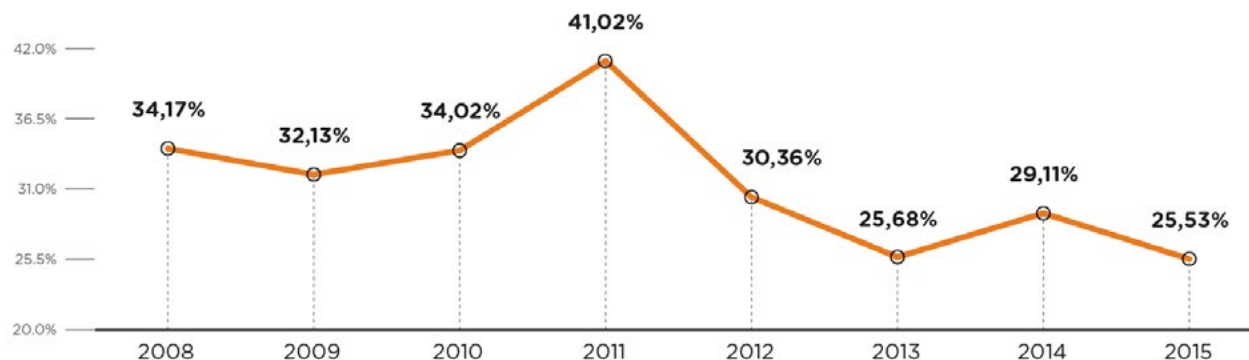
30 http://www.pqs.pe/economia/peruanos-iniciar-negocio-obstaculos-global-entrepreneurship?utm_source=Portal+PQS.pe&utm_campaign=badcafd02f-pqs_boletin_414_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_8ba6bc4664-badcafd02f-86574897

31 <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Gráfico 3.4.4

Riesgo empresarial

(Miedo al fracaso)

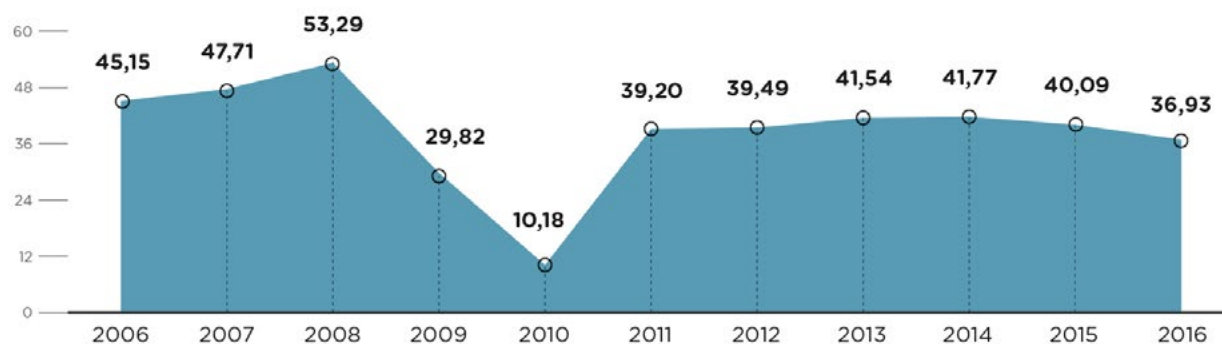


Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

Gráfico 3.4.5

Solicitudes de Patentes

(por un millón de habitantes)



Fuente: INEI y Organización Mundial Propiedad Intelectual (OMPI). Elaboración propia.

Unidos y España, así como en Grecia y Portugal en 2011. La tendencia del riesgo empresarial en Perú es hacia la baja al avanzar hacia el año 2015.

3.4.6 Solicitudes de patentes

A continuación, se analiza la evolución de la cantidad de patentes de invención solicitadas por cada millón de habitantes en Perú para los últimos 10 años.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, fue creado en noviembre de 1992. Esta entidad ha promovido un proceso de sim-

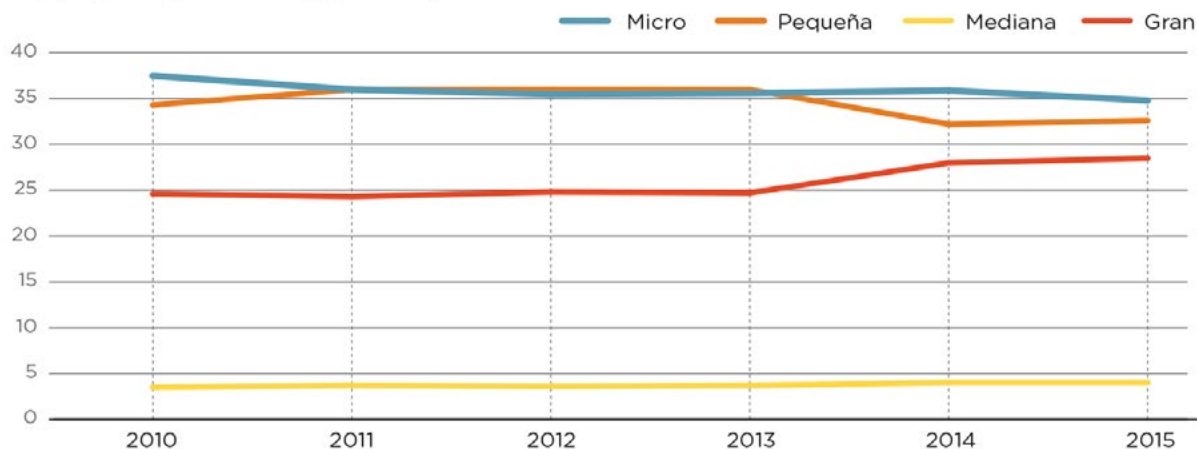
plificación de registro de patentes en 2017, facilitando de esta manera el registro de propiedad intelectual no solo en rapidez, sino también en costo. Esto sin duda en el marco de promover la innovación en los emprendedores, pequeñas empresas y corporaciones.

Para este análisis se usaron los datos de la OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual) sobre el total de solicitudes de patentes de invención. Del INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática, se usaron las proyecciones de población total de habitantes. Los datos mostrados en el **Gráfico 3.4.5** representan el número de patentes

Gráfico 3.4.6

Exportaciones por tamaño empresa según ventas

Micro, pequeñas, medianas y gran empresa



Fuente: Ministerio de la Producción. Elaboración propia.

solicitadas por cada millón de habitantes.

En términos generales, se aprecia que la solicitud de patentes por millón de habitantes varía bastante los primeros cinco años. Como se había mencionado, antes del año 2010 se presentaron crisis económicas europeas, que pueden haber afectado la creación de nuevas patentes. Desde el 2010 hasta el 2014 aumenta la solicitud de patentes notoriamente, pasando de casi 10 patentes por millón a 41 patentes por millón de habitantes. A partir del 2015, esta tendencia ha ido disminuyendo, pues en 2015 el número de patentes por millón de habitantes fue 40, mientras que en 2016 fue de 36 patentes por millón de habitantes.

Con estas disminuciones en la cantidad de patentes por año podemos apreciar que la innovación está disminuyendo en Perú. Sin embargo, INDECOPI está realizando diferentes programas para promover la innovación en el país y así incrementar este número.

3.4.7 Exportaciones por tamaño de empresa

Las exportaciones en Perú se han ido incrementando a través de los años, como se mencionó anteriormente. En esta sección se analizará el comportamiento de las exportaciones según tamaño de cada empresa.

Como se puede observar, en el **Gráfico 3.4.6**, las

Mipyme (Micro y Pequeña Empresa) que exportan representan el 71.5% del total de exportadoras en el Perú, siendo un total de 5.205 empresas en 2016, a pesar del decrecimiento de las exportaciones de las microempresas en 1,1% respecto al 2015. En cuanto a las grandes empresas, estas han tenido un crecimiento del 0,5% en comparación al año 2015. Se puede decir que la balanza comercial se viene beneficiando por el incremento de los precios de los *commodities*, del incremento de las exportaciones de los minerales, de la apertura comercial y de la firma de nuevos acuerdos bilaterales de libre comercio (Ministerio de la Producción, 2016).

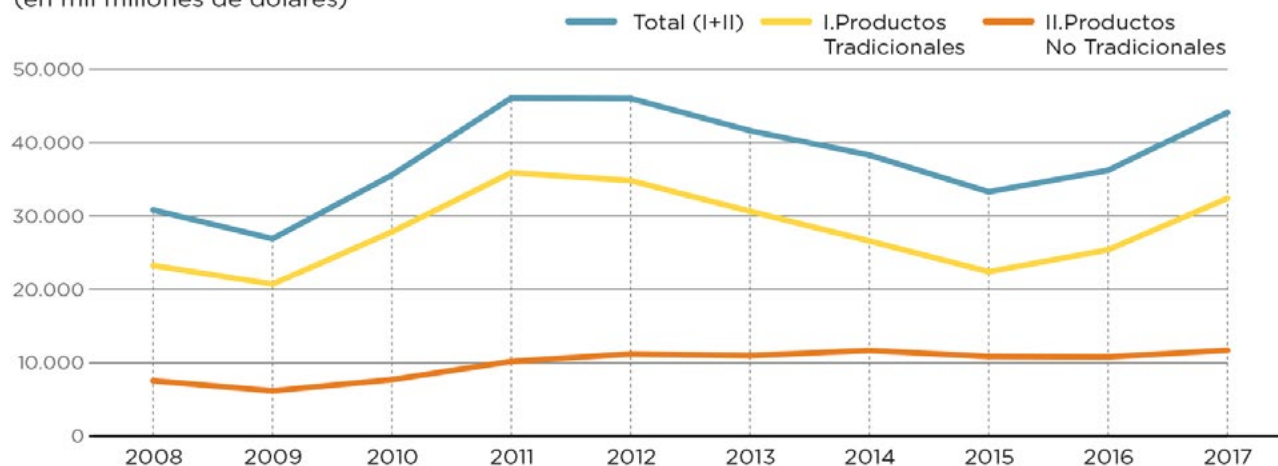
3.4.8 Concentración del Intercambio comercial

Para poder analizar cómo se componen las exportaciones de Perú, se realizará un análisis a las exportaciones que hubo desde el año 2008 al año 2017. Estas exportaciones se concentran en tres rubros: productos tradicionales, productos no tradicionales y otros. En los productos tradicionales se encuentran los productos de los sectores de minería, pesca, petróleo y derivados y agricultura. En los productos no tradicionales se encuentran los productos de los siguientes sectores: agropecuario, textil, pesca, químico, metal mecánico, siderometalúrgico, minería no metálica, artesanías, madera

Gráfico 3.4.7

Exportaciones FOB por sectores económico

(en mil millones de dólares)



Fuente: SUNAT. Elaboración propia.

y papel, pieles y cueros, entre otros. Y finalmente la categoría Otros que incluye los abastecimientos de alimentos y combustibles a naves extranjeras.

Según el **Gráfico 3.4.7**, se muestra el comportamiento de las exportaciones desde 2008 hasta 2017, siendo los años 2011, 2012 y 2017 los que muestran mejores resultados. Asimismo, se puede observar que el intercambio comercial se lleva a cabo en mayor medida en Productos Tradicionales.

A continuación, se detallan cifras importantes del año 2017³². Las exportaciones de productos tradicionales ascendieron a US\$ 32.777 millones, lo que representó un crecimiento del 29% en comparación al año 2016. Esto se debió gracias al crecimiento de las exportaciones del sector minero (27,4% en relación al 2016), del sector pesquero (40,9% en relación al 2016) y del petróleo y gas natural (51,58% en relación al 2016). Las exportaciones no tradicionales crecieron un 4,9%, lo que se debió al crecimiento con respecto al año 2016 de los siguientes sectores: agropecuario (5,8%), textil (6,3%), metal-mecánico (15%), químico (2,9%) y sidero-metalúrgico (15,7%). Los destinos de las exportaciones fueron China con una participación del 27% del total, seguido de Estados Unidos (16%), Suiza (5%), Corea del Sur (5%), India (4%), entre otros destinos.

³² http://www.sunat.gov.pe/estad-comExt/modelo_web/anuario17.html

4. PERFIL DE EMPRENDEDORES ENCUESTADOS

Para una mejor interpretación de los datos levantados a través de la encuesta “Tu voz sobre el Ecosistema Emprendedor en la Alianza del Pacífico” (encuesta AP) es necesario entender las características del emprendedor encuestado y las de su empresa. Para esto, a continuación se describen el perfil del emprendedor encuestado, su relación con el emprendimiento y algunas características de su empresa.

Es importante tener en cuenta que la encuesta fue aplicada a emprendedores que de alguna forma mantienen o tuvieron en el pasado algún contacto con la Asociación de Emprendedores de su país. Sin embargo, aunque no constituye una muestra representativa del país (no se levantó de forma aleatoria y por lo tanto pueden existir sesgos de selección), resulta una muestra interesante de emprendedores a estudiar.

4.1 Características Demográficas

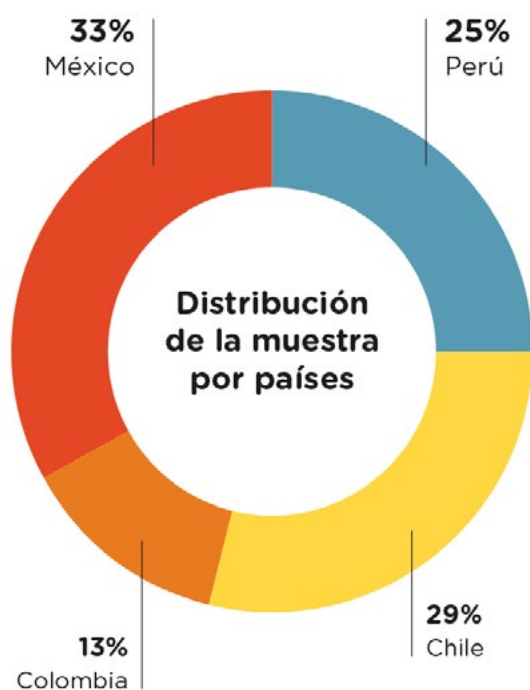
4.1.1 Participación por país miembro de la Alianza del Pacífico

La **Figura 4.1** muestra la distribución por país de los emprendedores que participaron en la encuesta. Con respecto a la distribución de los países de la muestra, se ve que México representa la mayor proporción, con un tercio de los encuestados (33%), luego Chile con un valor muy cercano a México (29%) y en tercer lugar está Perú con un cuarto de la muestra (25%). Finalmente, está Colombia que se representa la menor parte de la distribución total con solo el 13% del total de la muestra.

4.1.2 Participación según género

Resulta de interés poder conocer las diferencias que existen por género en el ámbito del empre-

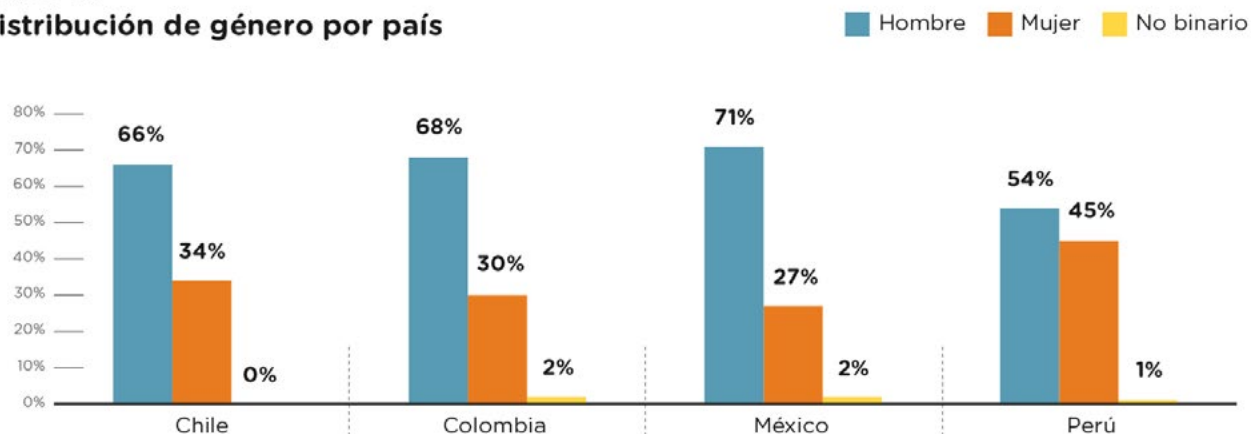
Figura 4.1



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

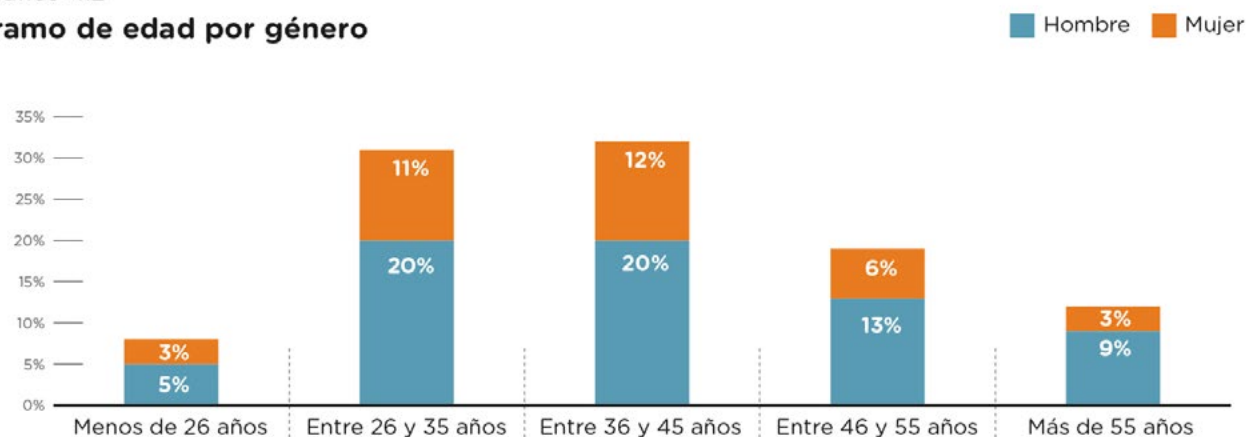
dimiento, de manera de poder comprender las principales brechas. De acuerdo a los datos levantados, se observa que el 33% (665) del total de los que contestaron la pregunta relativa al género del emprendedor (1989) corresponde a mujeres. Solo un 1,4% (28) de la muestra eligió la opción de género no binario y aquellos que marcaron la opción “no contesta” representan solo un 0,7% (15). El **Gráfico 4.1** muestra la distribución por género por país. Perú es el país que presenta una mayor equidad de género en la muestra, correspondiendo a mujeres el 45%, mientras que los demás países tienen aproximadamente solo un 30% de

Gráfico 4.1

Distribución de género por país

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.2

Tramo de edad por género

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

mujeres. México es donde se observa la menor proporción de mujeres respecto a los hombres.

A nivel latinoamericano la participación femenina emprendedora no supera el 17%³³. Sumado a esto, la diferencia en tasa de participación laboral en la mayoría de los países de la AP es bastante alta. México muestra una diferencia de 35% entre tasas de participación laboral por género (OECD, 2016) y Chile una diferencia de un 22% (INE, 2017).

La diferencia observada entre la participación femenina y masculina a nivel de emprendimiento puede originarse por distintos factores: culturales, laborales, socioeconómicos, legales, entre otros.

Adicionalmente, existen otras razones como la falta de acceso a redes de contacto, percepción de fracaso o niveles de confianza que también limitan la actividad emprendedora de las mujeres.

Por razones de simplicidad, en el análisis por género de las siguientes secciones se consideraron sólo hombres y mujeres, ya que estos representan el 98% de la muestra.

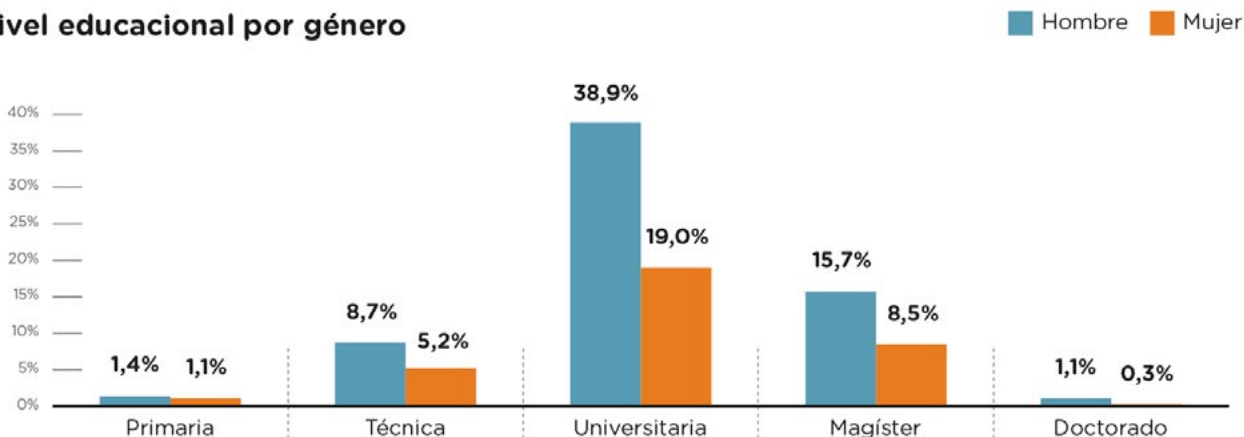
4.1.3 Edad de los encuestados

El **Gráfico 4.2** muestra la distribución etaria de los emprendedores por género.

Se observa que la mayoría de los emprendedores se ubica entre los 26 y 45 años, alcanzando el 63% del total que contestó esta pregunta. En el caso

³³ *Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2016/2017.*

Gráfico 4.3

Nivel educacional por género

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

de jóvenes emprendedores, menores de 26 años, hay que considerar que muchos no cuentan con las herramientas o requerimientos necesarios para emprender a esa edad, tales como financiamiento, contactos, aspectos legales, conocimientos técnicos o de mercado, disponibilidad de tiempo o independencia, entre otros. Por lo general, los jóvenes menores de 26 años que emprenden vienen de familias emprendedoras o de ambientes en que se fomentan fuertemente el emprendimiento, lo que les facilita este tipo de actividad (OECD, 2013). En cuanto a la distribución por género se observa que en todos los segmentos, la mayoría son hombres (67%) y que la brecha de género va aumentando a medida que avanzamos en los tramos de edad, aunque en general los hombres representan cerca del doble de mujeres.

Finalmente, al estudiar las principales diferencias por país se observa en todos ellos una distribución etaria bastante similar a la descrita en el total de la muestra. Sólo en el caso de Chile destaca el hecho de que los emprendedores encuestados se concentran en un tramo etario mayor que los demás países de la AP. En la muestra total el tramo de edad con mayor porcentaje es entre 26 y 35 años, y luego entre 36 y 45 años. Sin embargo, en Chile la mayoría de emprendedores están entre 36 y 45 años (34%) y luego entre 46 y 55 años (26%), dejando solo un 22% de menores de 36 años.

4.1.4 Nivel de educación

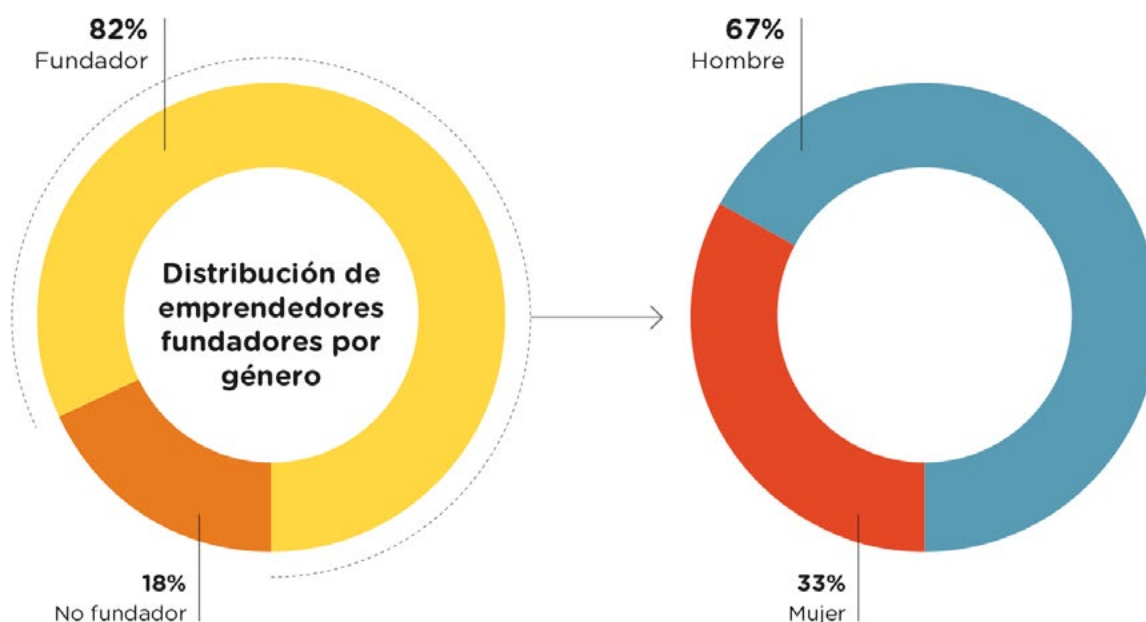
Respecto al nivel de educación de los emprendedores encuestados, este se clasificó en 5 categorías según el máximo nivel educacional alcanzado, partiendo desde primaria/colegio hasta el nivel de doctorado (**Gráfico 4.3**).

Destaca que tanto la educación primaria (2,5%) como los doctorados (1,4%) representan un porcentaje muy bajo del total, alcanzando menos de un 4% entre ambos. Así, el grueso de la distribución abarca educación técnica, universitaria y magíster, concentrándose principalmente en universitaria, con más de la mitad (58%) de los emprendedores encuestados.

Al analizar la distribución por género, se tiene que en el primer nivel educacional se encuentra bastante balanceado entre ambos géneros. Sin embargo, la brecha por género se incrementa en los siguientes niveles educacionales alcanzando su valor más alto para el nivel educacional universitario, donde los hombres doblan el porcentaje de mujeres. Aunque porcentualmente en el nivel doctorado esta brecha es aún mayor, su relevancia puede ser considerada menor dado el bajo número de emprendedores que poseen ese nivel educacional.

Respecto de las principales diferencias por país, se observa que en cada uno de ellos se sigue la misma distribución del **Gráfico 4.3**, es decir, que

Figura 4.2



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

la mayoría de los emprendedores ha alcanzado el nivel universitario y de magíster. Destaca sólo el caso de Chile, donde hay más emprendedores que alcanzaron el nivel educacional técnico (22%) versus los que alcanzaron nivel de magíster (20%).

4.2 Vínculo con el emprendimiento

4.2.1 Fundadores y Estatus del Emprendedor

La **Figura 4.2** presenta la distribución de emprendedores no fundadores y fundadores, mostrando este último grupo por género. Se tiene que el 82% de los emprendedores, (1.595), que contestaron esta pregunta, declararon ser fundadores de la empresa en la que actualmente trabajan, donde el 67% de éstos corresponde a hombres. Este comportamiento mantiene la tendencia general de distribución por género (sección 4.1.2).

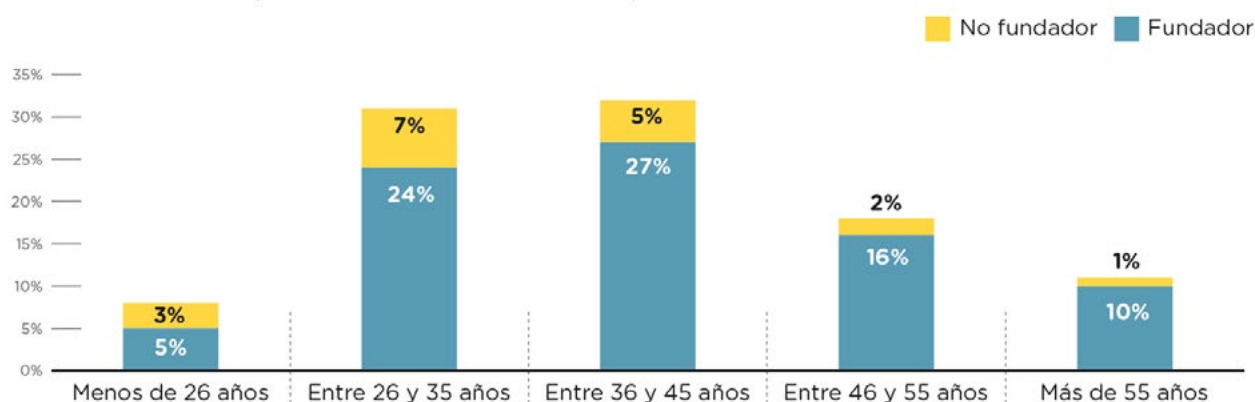
Respecto a la distribución por tramo de edad de los fundadores y no fundadores, en el **Gráfico 4.4** se observa que la proporción de fundadores respecto de los no fundadores aumenta a medida que aumenta la edad.

La distribución de fundadores por edad recién descrita se condice con los datos expuestos por

Azoulay et al. (2018), los que muestran que la edad media de los fundadores de nuevas empresas es de 42 años, independiente del tipo de empresa, y que la edad media de los fundadores de las empresas más exitosas es de 45 años. Finalmente concluyen que el riesgo es menor y la capacidad de crecimiento es mayor en empresas con fundadores experimentados, con bagaje en el mercado. Finalmente, al analizar las principales diferencias que existen entre los países de la AP, se tiene que Chile y Perú se desvían levemente de la tendencia general relativa al número de emprendedores fundadores, habiendo en Chile un 90% de fundadores, mientras que en Perú se observa un 74% de fundadores.

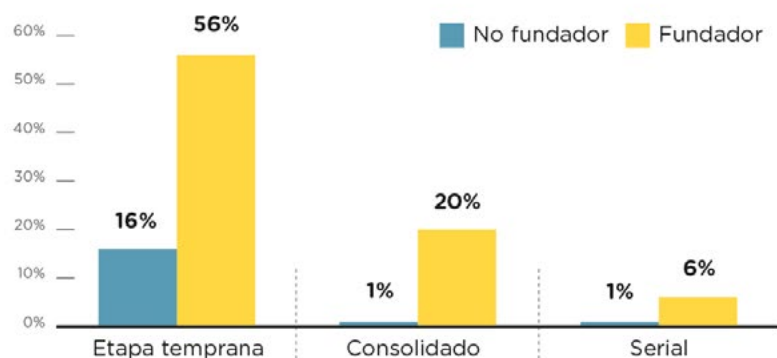
Otra perspectiva interesante de analizar para el caso de los fundadores es la etapa en que se encuentran como emprendedor. Para esto se definieron tres etapas de estatus del emprendedor: emprendedor en etapa inicial, emprendedor consolidado y emprendedor serial, las que el encuestado identifica su estatus como emprendedor. Como se observa en el **Gráfico 4.5**, un 72% de los emprendedores se considera un emprendedor en etapa temprana, un 21% se define como em-

Gráfico 4.4

Distribución de emprendedores fundadores por tramo de edad

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.5

Distribución de emprendedores fundadores según estatus del emprendedor

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

prendedores consolidados y solo un 7% dice ser emprendedor serial.

Se observa que la gran mayoría, más de la mitad, dice tener el estatus de emprendedor en etapa temprana. Ahora bien, se puede ver una clara mayoría de fundadores, para todos los estatus. En la etapa temprana es donde se aprecia un mayor porcentaje de no fundadores, comparando con las demás etapas del emprendedor.

Comparando esta realidad por país, se tiene que Chile se desvía de la tendencia general, mostrando la mayor proporción de emprendedores consolidados, alcanzando el 30%, y la menor proporción de emprendedores en etapa temprana con

un 63%. Por otro lado, destacan los emprendedores seriales en Colombia, los que alcanzan el 10%, siendo este el país donde se ve una mayor proporción de estos emprendedores.

4.2.2 Exclusividad en el emprendimiento

El **Gráfico 4.6** presenta la proporción de emprendedores encuestados, por género, que tienen alguna actividad laboral adicional a la empresa asociada al emprendimiento.

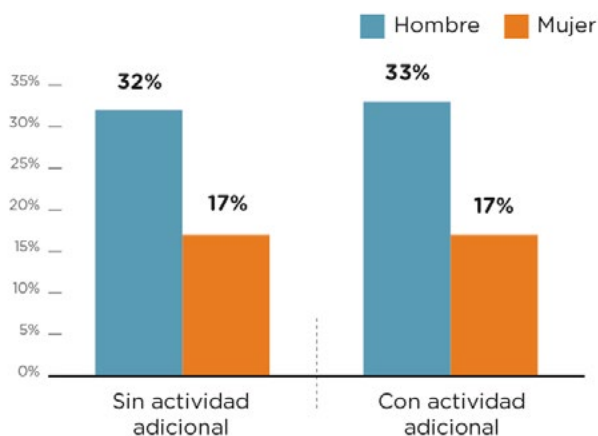
En términos generales, se observa que la mitad de los emprendedores desarrolla una actividad laboral adicional y que no existe diferencia en el comportamiento por género entre las opciones analizadas.

Por otro lado, al analizar la exclusividad laboral según el estatus del emprendedor, se observa que aquellos que tienen una actividad adicional se concentran principalmente en la categoría de emprendedores en etapa temprana, lo que se podría explicar por el nivel de riesgo y posible inestabilidad asociada a esa etapa, ya que este comportamiento disminuye considerablemente para el estatus de emprendedor consolidado y serial. Sin embargo, no se observan diferencias relevantes entre tener o no actividad adicional para cada uno de los estatus del emprendedor.

Adicionalmente, al analizar el nivel de exclusividad del emprendedor según años de la empresa, se observa que a medida que la empresa es más antigua disminuye el número de emprendedores que tienen una actividad adicional. Esto va en línea con lo sugerido sobre correlación entre mayor riesgo e inestabilidad y la existencia de una actividad adicional por parte del emprendedor (**Gráfico 4.7 y 4.8**).

Finalmente, al analizar las principales diferencias se observa que Chile destaca como el país con mayor nivel de exclusividad laboral en el emprendimiento con un 63% de emprendedores que no tiene una actividad laboral adicional (ver **Gráfico 4.9**). Por su parte, Colombia se asemeja más a las cifras generales, teniendo un 55% de emprendedores sin actividad adicional. Sin embargo, en México y Perú, la mayoría de los emprendedores

Gráfico 4.6

Actividad laboral adicional por género

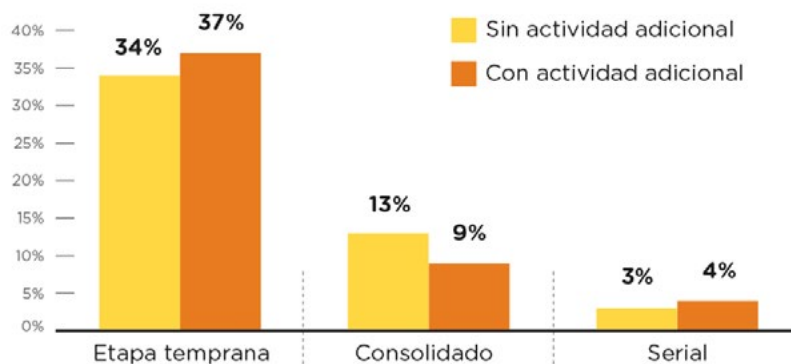
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

tiene una actividad laboral adicional al emprendimiento. Destaca en el caso de Perú la existencia de un 26% de mujeres que tienen una actividad laboral adicional.

4.2.3 Entorno del emprendedor

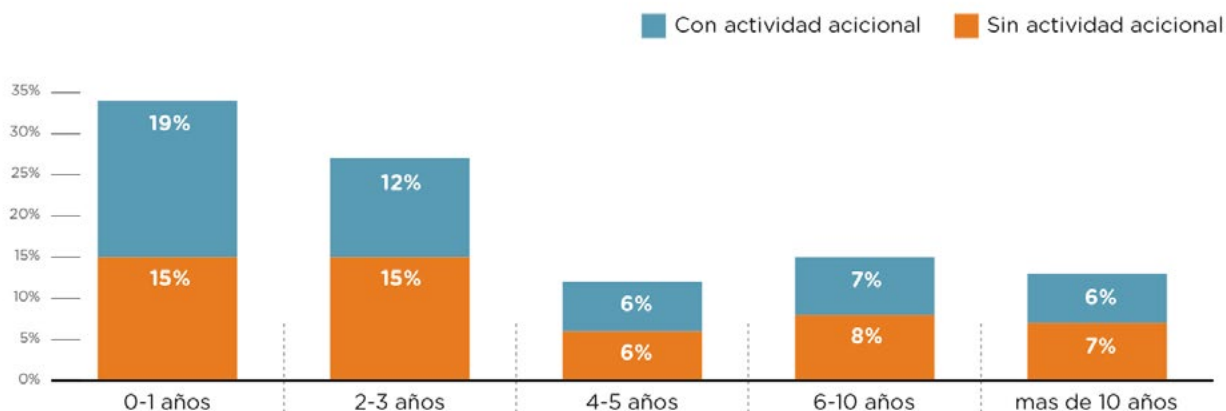
Se define como entorno del emprendedor la existencia de miembros de la familia que sean emprendedores o empresarios. Considerando el universo de los que han participado de la encuesta un 22% (444 emprendedores) dice no tener familiares emprendedores, mientras la mayoría (77%) sí tiene

Gráfico 4.7

Actividad laboral adicional por estatus del emprendedor

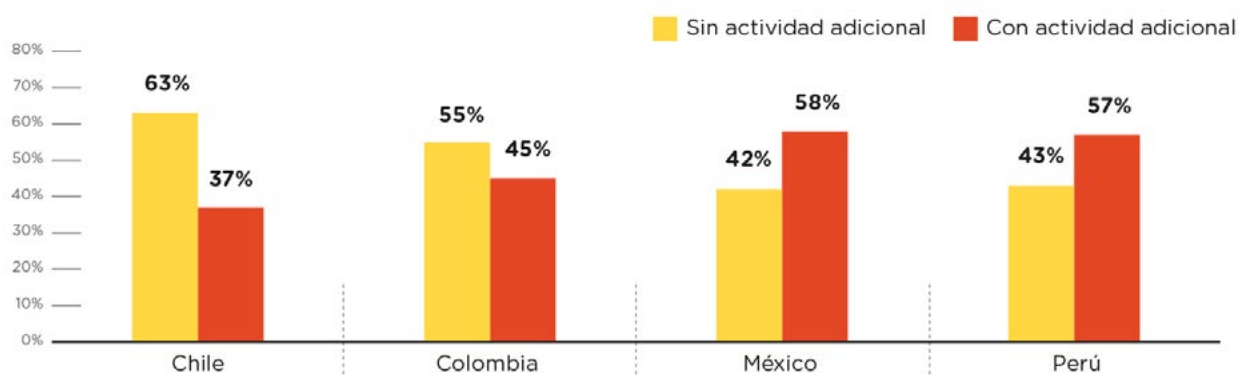
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.8

Años de la empresa por Actividad Laboral Adicional

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.9

Exclusividad en el emprendimiento por país

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

por lo menos un familiar emprendedor, ya sean padres, hermanos, tíos o abuelos, entre otros. En cuanto a diferencias que pueden haber por género, se observa que esta es mayor cuando no existen familiares emprendedores (**Gráfico 4.10**). Finalmente, al analizar las principales diferencias por país se observa que destaca el caso de Perú, donde un 85% tiene algún familiar emprendedor, lo que es 8 puntos porcentuales más alto que la distribución obtenida para el total de la muestra.

4.2.4 Motivación para emprender

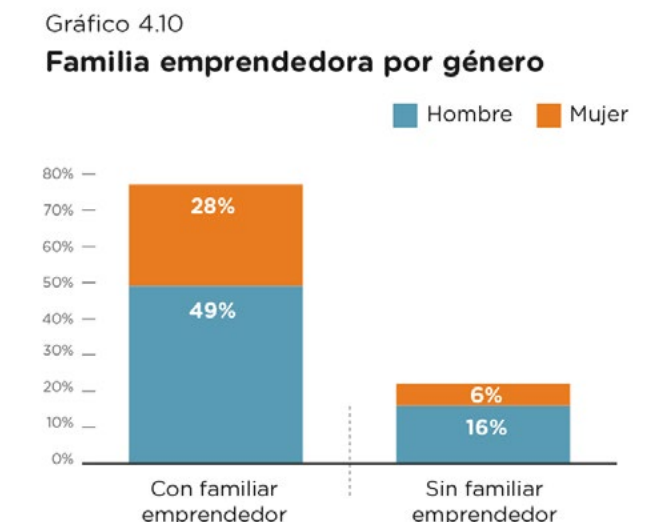
El **Gráfico 4.11** presenta un *ranking* con las principales razones que los emprendedores tuvieron para comenzar el negocio actual.

En términos generales, se observa que las principales motivaciones tienen que ver con obtener buena rentabilidad y gusto personal. Destaca que el motivo de flexibilidad horaria presenta la misma proporción de hombres y mujeres.

Otros cruces de interés, y que permiten comprender de mejor forma el perfil del emprendedor detrás de las diversas motivaciones, son la distribución de los distintos estatus del emprendedor para cada motivación y la edad de los emprendedores por motivación. Con respecto al primer cruce, el **Gráfico 4.12** muestra que las proporciones de los diferentes estatus son casi iguales para cada una de las motivaciones. Siendo el emprendedor en etapa temprana el con mayor porcentaje en todas las motivaciones planteadas. Luego se encuentra el emprendedor consolidado y finalmente están los emprendedores seriales, con alrededor de un 6% de participación en cada motivación. Se observa una participación levemente mayor de emprendedores en etapa temprana en las motivaciones relativas a la falta de trabajo, flexibilidad horaria y obtener mayores ingresos.

Los **Gráficos 4.13** y **4.14** muestran el cruce de las motivaciones y su distribución etaria, para el caso de hombres y mujeres, respectivamente.

Mientras que para los hombres entre 26 y 35 años destaca la motivación asociada a encontrar un problema de interés a resolver, para los hombres mayores de 45 el estar sin trabajo resulta su principal motivación, seguida de las motivaciones financieras como una oportunidad de negocio rentable

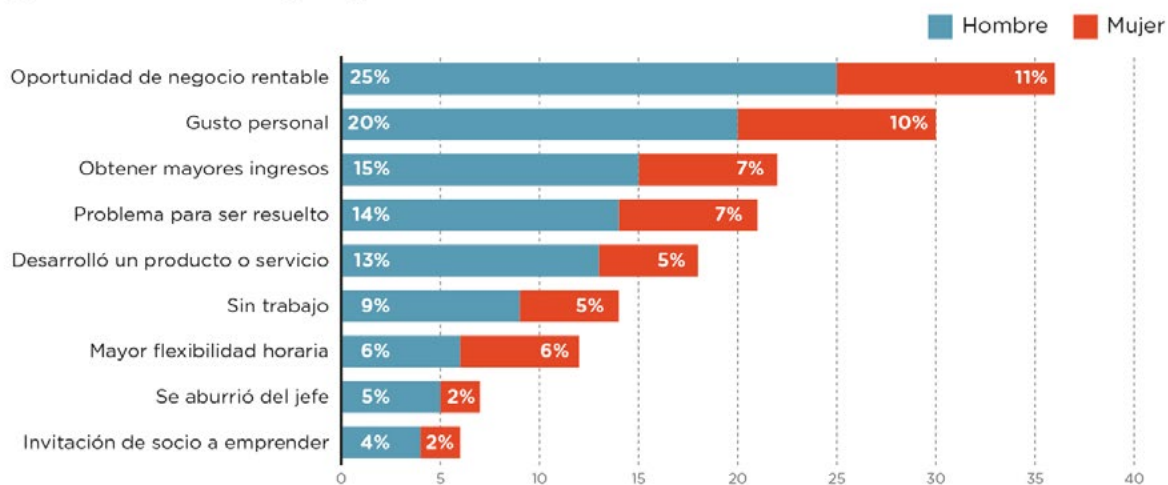


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

y obtener mayores ingresos. La importancia de falta de trabajo respecto del resto de las motivaciones se agudiza para los hombres mayores de 55 años.

Lo anterior indica que los emprendedores más jóvenes tienen un espíritu emprendedor que debe ser fomentado y ampliado a generaciones mayores, y que el emprendimiento es una alternativa

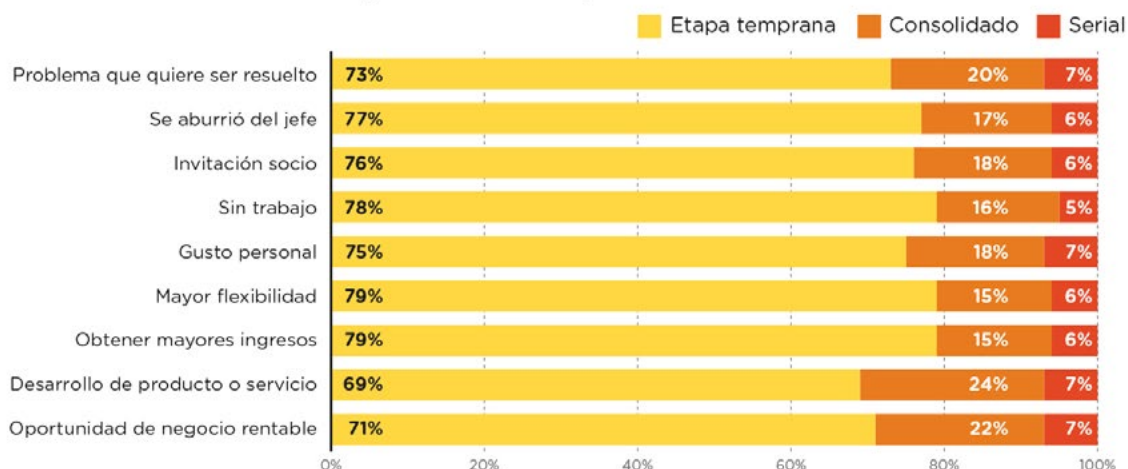
Gráfico 4.11
Ranking de motivaciones por género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.12

Distribución de Motivaciones según Estatus Emprendedor

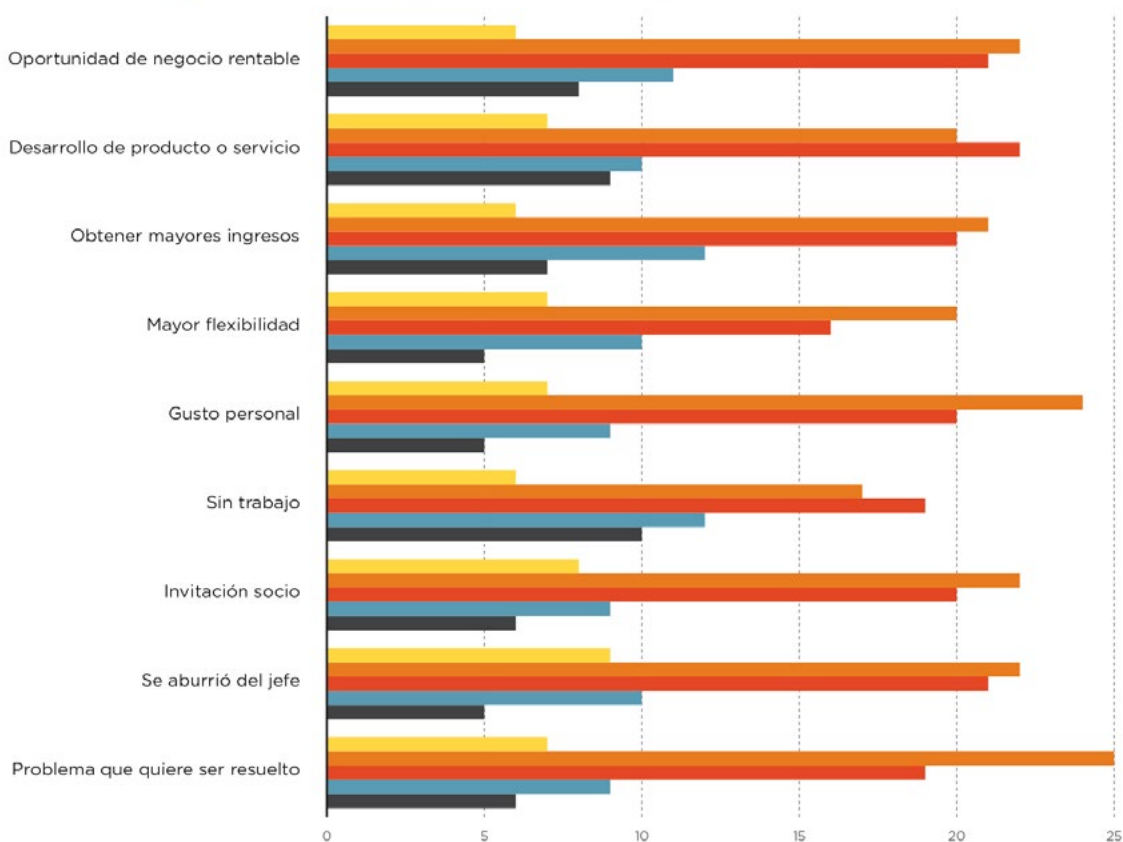


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.13

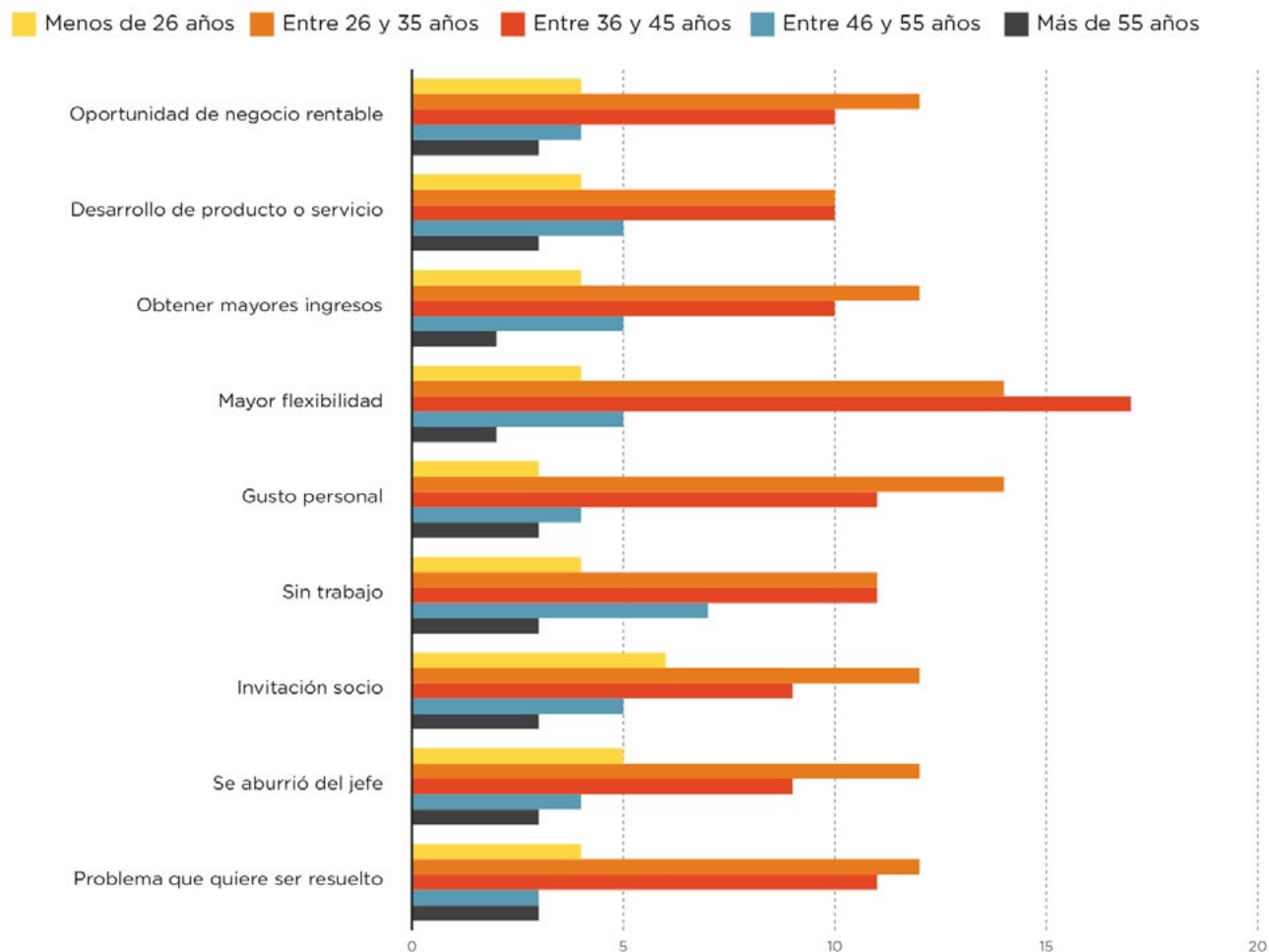
Motivaciones para emprender por tramo de edad - Hombres

Menos de 26 años Entre 26 y 35 años Entre 36 y 45 años Entre 46 y 55 años Más de 55 años



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.14

Motivaciones para emprender por tramo de edad - Mujeres

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

relevante para las tasas de desempleo en grupos etarios más avanzados.

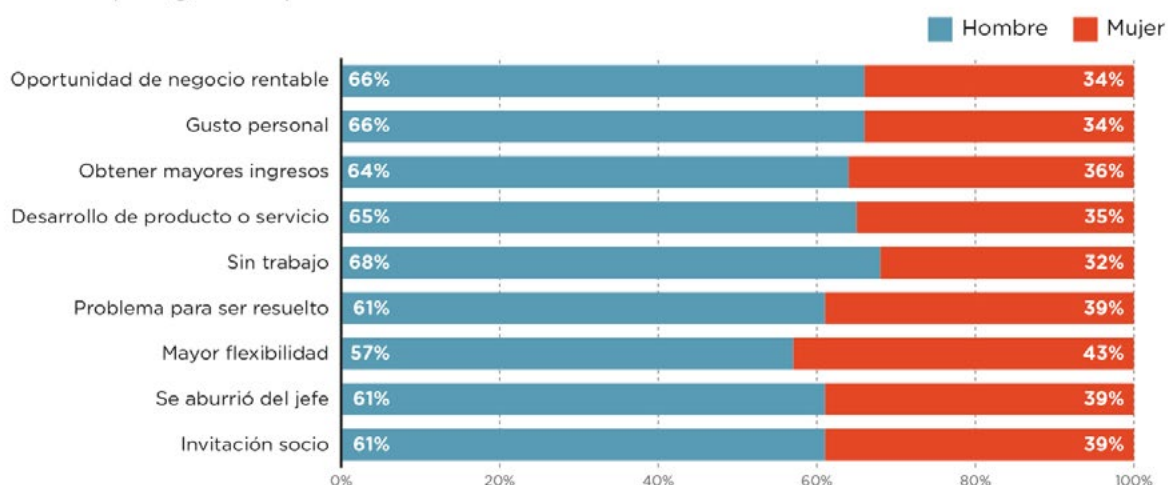
Para el caso de las mujeres emprendedoras, resulta interesante cómo la mayor flexibilidad se destaca como principal motivación para mujeres entre 36 y 45 años, sugiriendo que hay necesidades específicas de mujeres en este tramo de edad que deben ser analizadas por el sector público.

Finalmente, para el análisis de las principales diferencias por país se presentan a continuación el *ranking* de las motivaciones para cada país (ordenadas desde la más a la menos mencionada) y la distribución por género en cada uno de ellas. En general, se puede ver que los cuatro países comparten el

mismo orden de prioridad de las motivaciones para emprender, siendo la más mencionada el encontrar una oportunidad de negocio rentable y, la menos, la invitación a emprender por parte de un socio.

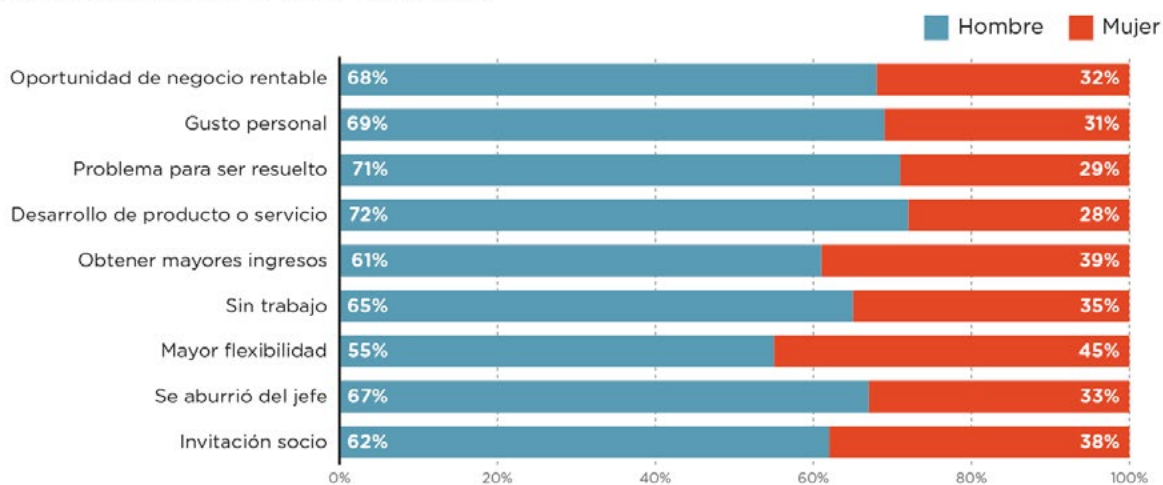
A pesar de que en cada país las diferencias entre la proporción de hombre y mujeres están en torno a la proporción de género de la muestra total de cada país (ver **Gráfico 4.1**), los siguientes gráficos buscan visibilizar la distribución de hombres y mujeres con el fin de poder visualizar qué género predomina dentro de cada motivación. Hay que recordar que el total de emprendedores en cada motivación puede ser bastante distinto, y por lo tanto un cierto porcentaje en una de las alternativas puede concentrar más emprendedores que

Gráfico 4.15

Motivaciones por género para Chile

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.16

Motivaciones por género para Colombia

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

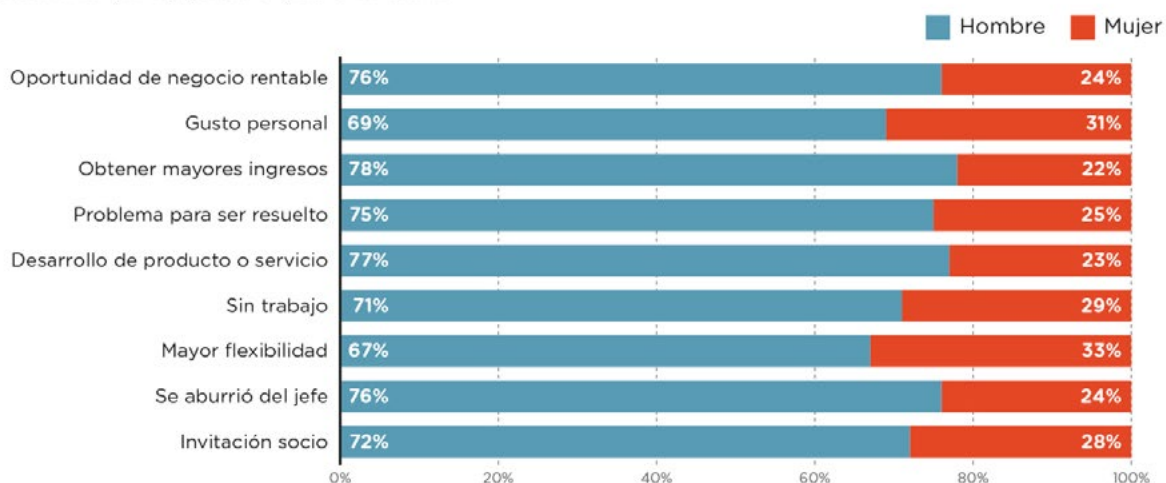
un porcentaje mayor de otra alternativa (**Gráfico 4.15**).

En el caso de Chile, se tiene que la motivación de flexibilidad horaria es donde hay una proporción mayor de mujeres. Sin embargo, el porcentaje femenino para esa opción es menor (43%) que el que tiene la misma motivación en la muestra total (51%). Para el caso de los hombres, la opción con

mayor proporción de hombres es la de estar sin trabajo (**Gráfico 4.16**).

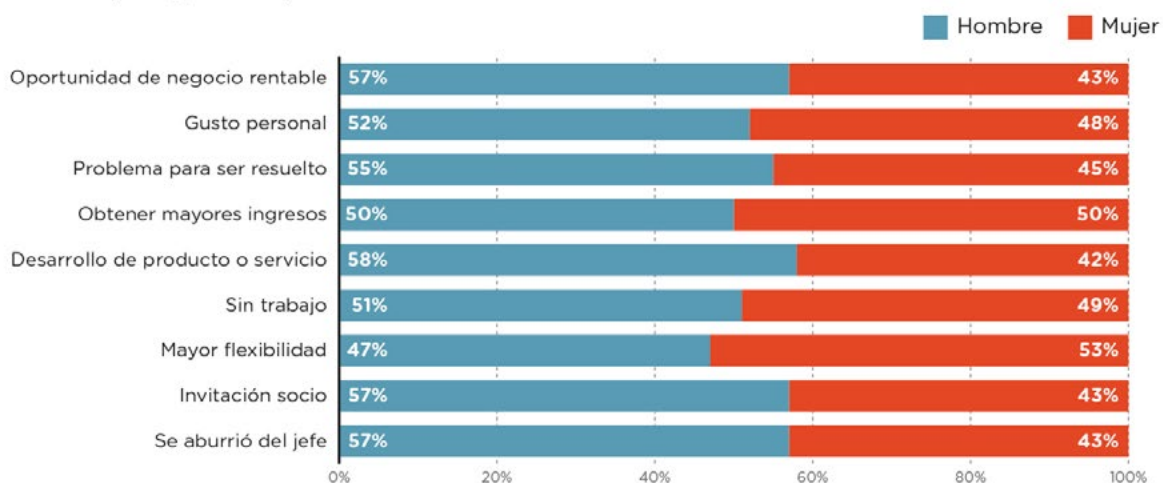
Para Colombia se observa que las motivaciones siguen la tendencia general, manteniéndose la mayoría de los porcentajes similares. Sin embargo, sí se pueden ver porcentajes de algunas motivaciones en las que la proporción de mujeres aumenta en comparación al panorama general. Este es el

Gráfico 4.17

Motivaciones por género para México

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.18

Motivaciones por género para Perú

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

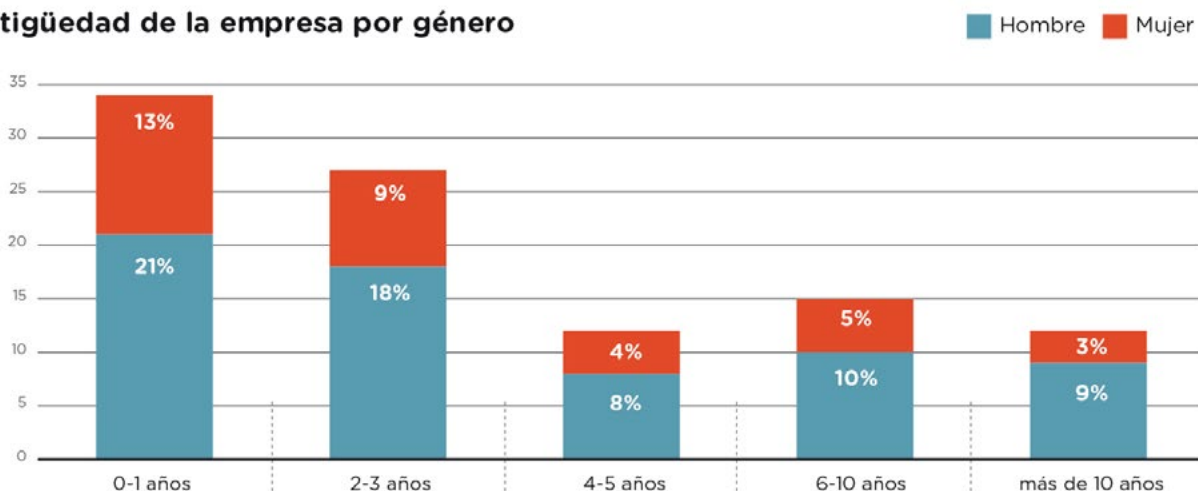
caso de “aburrirse del jefe”, “invitación de socio” y “mayores ingresos”, donde el porcentaje de mujeres aumenta alrededor de 7 puntos porcentuales respecto a la muestra total (**Gráfico 4.17**).

En el caso de México se observa que las motivaciones con mayor proporción de mujeres son flexibilidad horaria y gusto personal, mientras que para el caso de hombres son las de carácter financiero,

como obtener mayores ingresos y oportunidad de negocio rentable, y el aburrirse del jefe/empleador (**Gráfico 4.18**).

Respecto a Perú, se tiene que las motivaciones con mayor proporción de mujeres son mayor flexibilidad horaria y obtener mayores ingresos, mientras que para el caso de los hombres es desarrollo de producto o servicio.

Gráfico 4.19

Antigüedad de la empresa por género

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

4.3 Características de las Empresas

4.3.1 Edad de la empresa

El **Gráfico 4.19** presenta la distribución de emprendedores según los años de antigüedad de las empresas y su composición por género.

Se observa que la mayoría de las empresas relacionadas con los emprendedores encuestados son más bien jóvenes, habiendo más del 60% de empresas con 3 años o menos y, particularmente, un 34% de empresas de 1 año o menos. Además, vemos que solo un 12% de las empresas tiene más de 10 años de existencia.

En cuanto a distribución por género, la más significativa diferencia está en las empresas de mayor edad, sugiriendo que políticas de incentivo al emprendimiento femenino pueden estar teniendo resultados positivos, puesto que las mujeres estarían aumentando su participación como emprendedoras.

Finalmente, al analizar las principales diferencias por país, destaca el bajo número de mujeres a cargo de empresas con más de 3 años de antigüedad en comparación a los demás países.

Respecto a la distribución etaria de las empresas, en general todos los países siguen la misma tendencia que la muestra general. Solo destaca el primer tramo de edad para Chile y Perú. Considerando que en la muestra general el 34% de los emprendimientos tienen menos de 2 años de

antigüedad, Chile presenta un menor porcentaje de empresas en este tramo, llegando solo al 26%, mientras que en Perú el porcentaje de empresas en este tramo alcanza el 42%.

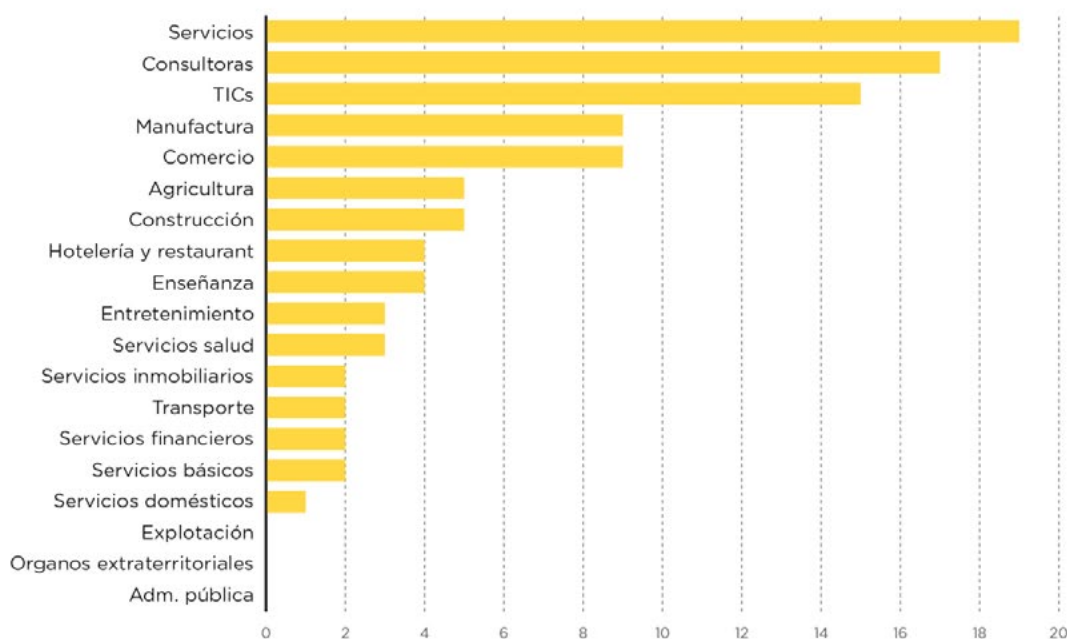
4.3.2 Sector económico

En cuanto a distribución de los encuestados por sectores económicos, se ve que la mayoría de las empresas se concentra en el sector de Servicios (19%), Consultoras (17%) y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (15%). Por otro lado, Administración Pública, Explotación y Órganos Extraterritoriales tienen porcentajes muy cercanos al 0% (**Gráfico 4.20**).

Es posible observar que el emprendimiento en la región se encuentra concentrado en los tres primeros sectores, los que en su conjunto corresponden a más del 50% de los emprendedores encuestados. Además, considerando que los países de la AP tienen ventajas comparativas en productos primarios, llama la atención que los emprendimientos agrícolas y de explotación representan menos del 6% de los emprendimientos en la muestra (**Gráfico 4.21**).

Al analizar la distribución de género por sector, se identificaron algunos sectores que presentan brechas de género bastante acentuadas, tales como Servicios donde un 61% corresponde a hombres, Consultoras con un 67% y TICs donde un 84% son hombres.

Gráfico 4.20

Distribución por sector económico

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Asimismo, los sectores con mayor presencia femenina son: Salud (50%), Hotelería (52%), Entretenimiento (55%) y Servicios Domésticos (69%), sectores que comunmente concentran una mayor participación femenina. Si bien la incorporación masiva de mujeres a la fuerza de trabajo ha alterado su composición, las transformaciones en la estructura del empleo femenino han sido moderadas y se conserva una amplia concentración en el sector terciario, principalmente Servicios y Comercio (Quintana Meléndez, 2002).

Finalmente, al analizar las principales diferencias por país, no se ven aspectos relevantes a destacar. Aquí la tendencia general se repite para cada país, observándose que los emprendedores se concentran de forma relativamente similar en los distintos sectores, destacando siempre Servicios, Consultoras y TICs como aquellos con mayor número de emprendedores.

4.3.3 Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento resultan fundamentales para el emprendimiento, por lo que conocer cómo estas están operando resulta un dato de

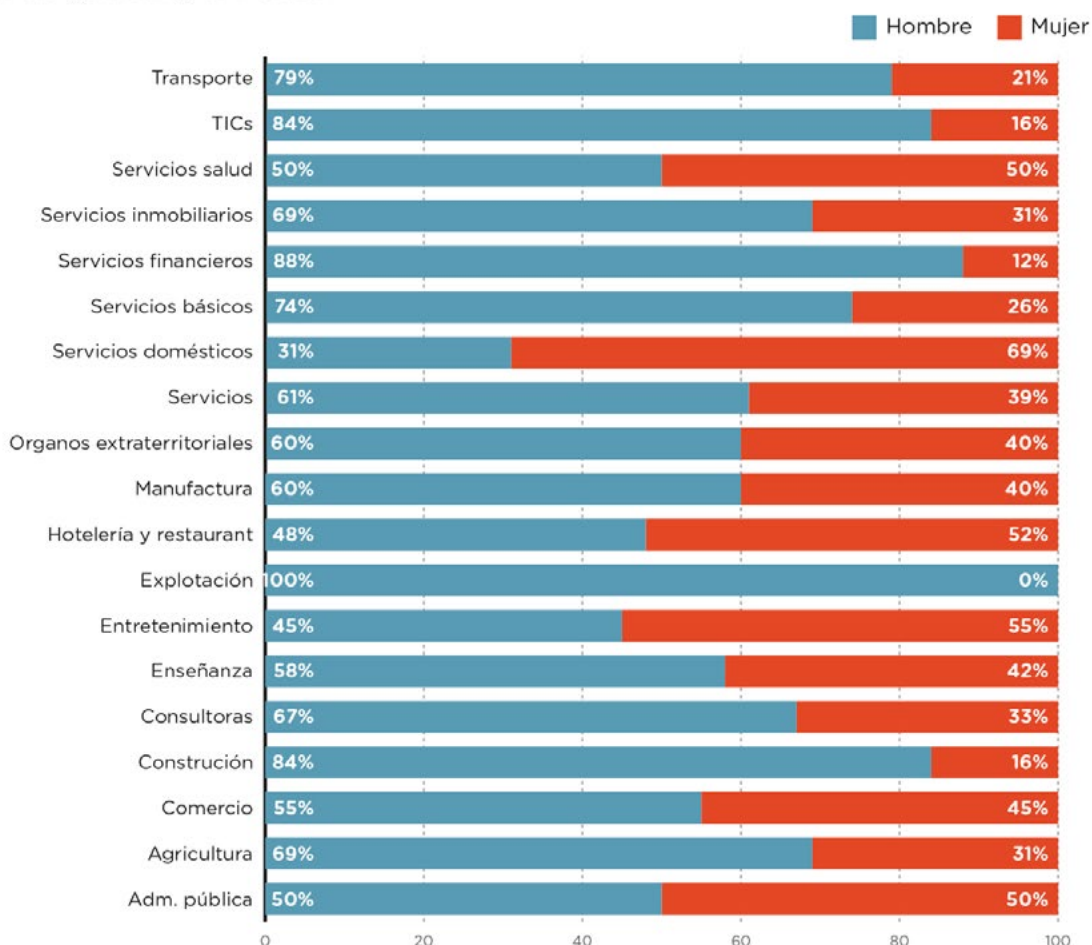
interés. El **Gráfico 4.22** muestra un *ranking* de las principales fuentes de financiamiento, indicando la composición por género de cada una de ellas. Se observa que Recursos propios constituye la principal fuente de financiamiento, seguido por amigos y familiares. Por otro lado, la diferencia entre mujeres y hombres que mencionaron acceder a fondos públicos es menor que 2 puntos porcentuales, siendo la fuente de financiamiento más igualitaria en términos de género.

El estatus del emprendedor es considerado un factor importante en relación a las fuentes de financiamiento utilizadas por el emprendedor. En el **Gráfico 4.23** es posible ver qué fondos de inversión e inversores ángeles o de riesgo son fuentes utilizadas con mayor frecuencia por emprendedores seriales. Lo que sugiere que estas fuentes son buscadas o se activan cuando el emprendedor tiene mayor experiencia y conocimiento.

El nivel educacional, como una aproximación al acceso a información, es una variable que interviene en las fuentes de financiamiento utilizadas por los emprendedores. Esto puede observarse en el

Gráfico 4.21

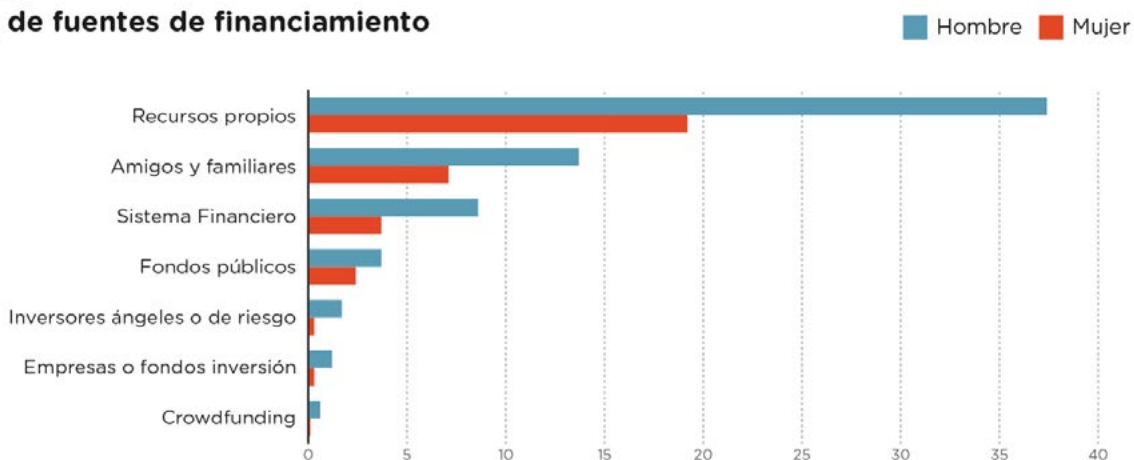
Distribución de género por sector



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.22

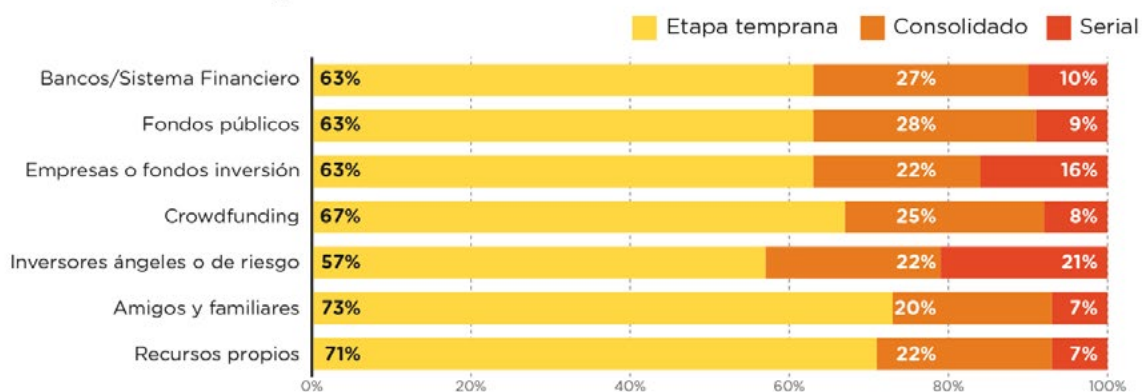
Ranking de fuentes de financiamiento



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.23

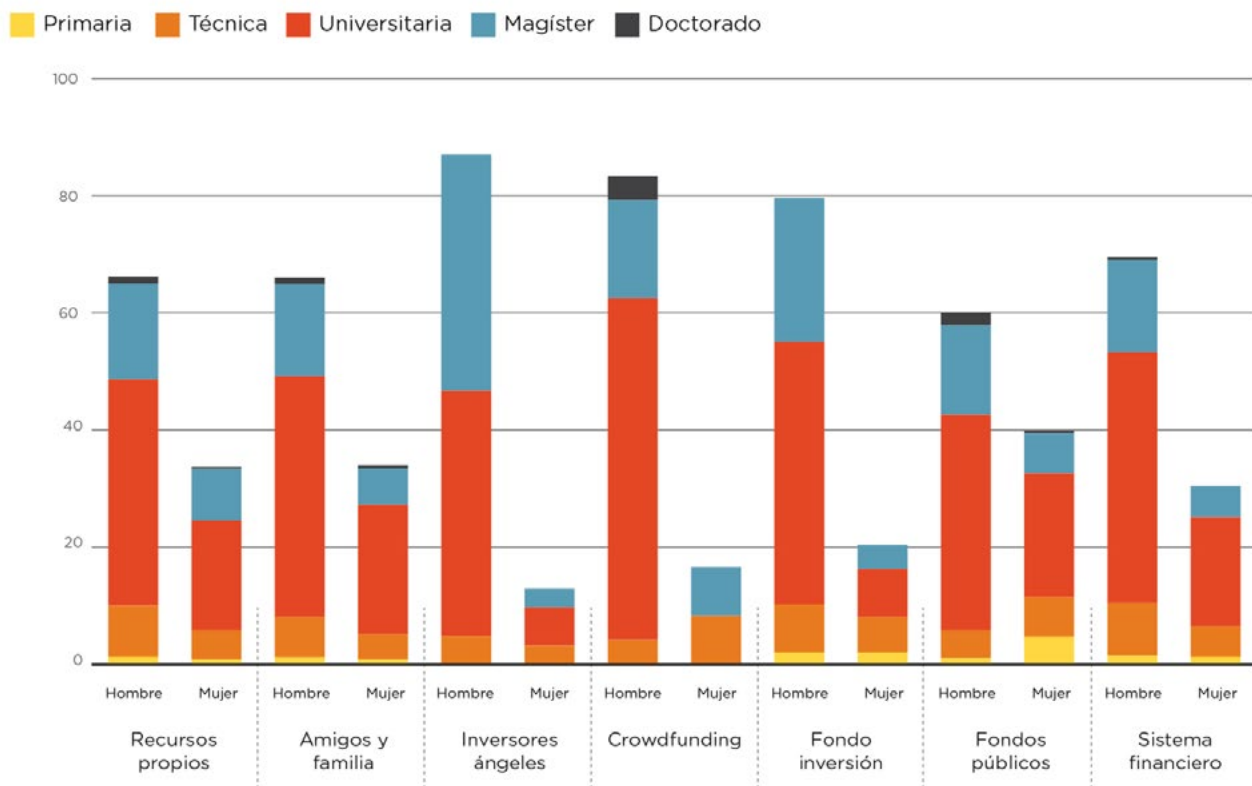
Fuentes de financiamiento por estatus



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.24

Fuentes de financiamiento por nivel educacional



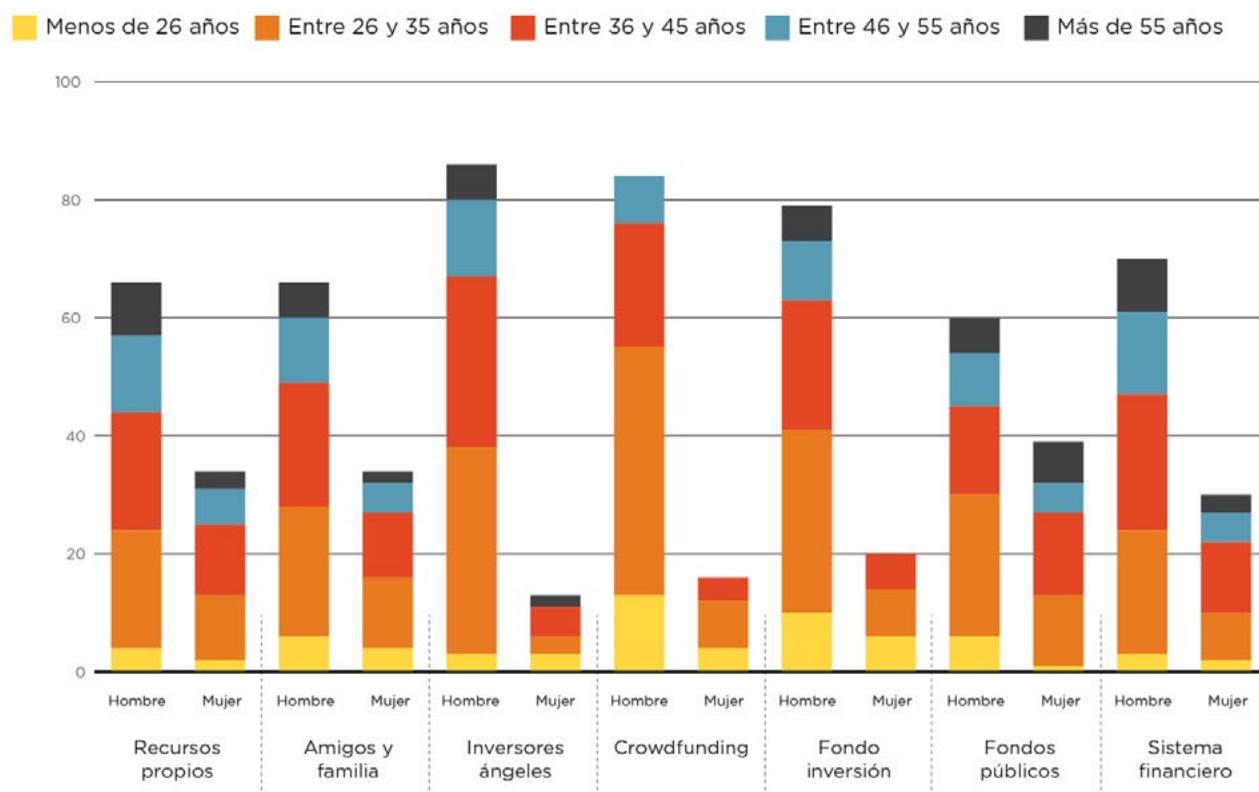
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.24, donde se presenta la distribución del nivel educacional de los encuestados por género para cada fuente de financiamiento.

En términos generales, hay muy pocos emprendedores con solo nivel primario, al igual que con doctorado. Respecto del nivel de educación prima-

Gráfico 4.25

Fuentes de financiamiento por tramo de edad



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

ria, esta tiene mayor participación en los fondos públicos, con 5,8% del total de emprendedores que utiliza esa fuente de financiamiento, siendo en su mayoría mujeres (4,7%). Para los casos con doctorado destaca el *crowdfunding* con 4,2% de emprendedores con ese nivel educacional. En las tres principales fuentes de financiamiento el mayor porcentaje de emprendedores presenta principalmente educación universitaria y luego magíster. Cabe destacar que los emprendedores que acceden a inversores ángeles en su mayoría tienen nivel universitario (48%) o magíster (44%), y solo algunos con nivel técnico (8%).

Respecto a las mujeres con magíster, el mayor porcentaje se observa en la fuente de recursos propios y *crowdfunding*, con un 8,5% en promedio. Luego las mujeres con nivel universitario representan un mayor porcentaje en las fuentes asociadas a amigos y familia y fondos públicos.

Las distintas fuentes de financiamiento, además de estar correlacionadas con el nivel de educación, se encuentran asociadas fuertemente con la edad del emprendedor. Es así como en el **Gráfico 4.25** se puede identificar a cuáles fuentes de financiamiento recurren con mayor frecuencia jóvenes y personas mayores. La mayor proporción de emprendedores menores de 26 años se encuentra asociada a *crowdfunding* y fondos de inversión, llegando al 17% y 16%, respectivamente. Por otra parte, las fuentes que presentan mayor proporción de emprendedores de más de 55 años son recursos propios (12%), sistema financiero (12%) y fondos públicos (13%). En general, se tiene que *crowdfunding* y fondos de inversión son fuentes usadas principalmente por emprendedores de menor edad. El primero destaca por ser una fuente de financiamiento utilizada solo por menores de 55 años (habiendo solo un 8% mayor de 45 años)

y para las mujeres solo menos de 45 años. El segundo agrupa un 72% de emprendedores menores de 45 años.

Por otro lado, analizando para cada país las fuentes de financiamiento y la equidad de la distribución por género se observan algunas diferencias de interés. En Chile los fondos públicos son igualmente utilizados por hombres y mujeres, mostrando una distribución de género totalmente balanceada (50%-50%). De la misma forma, en Colombia los fondos públicos también son el tipo de financiamiento con una distribución más igualitaria en cuanto a género, habiendo un 38% de mujeres entre los emprendedores que han utilizado esta fuente de financiamiento. Para el caso de México hay un empate entre la fuente de financiamiento asociada a amigos y familiares y fondos públicos, con un 28% de mujeres. Perú muestra algunas diferencias, posicionando al sistema financiero como el tipo de financiamiento más equitativo, habiendo un 48% de mujeres.

Cabe destacar, que en general, el *crowdfunding* es una fuente de financiamiento muy poco usada en los distintos países, siendo México el que muestra un mayor número de emprendedores que accede a él. Tanto Chile como Colombia muestran una distribución de género igualitaria (50%-50%), sin embargo, en ambos países son muy pocas observaciones para que este resultado sea significativo. Como se mencionó anteriormente, se puede ver que para todos los países la fuente de financiamiento más usada por mujeres es recursos propios y en segundo lugar amigos o familiares, apareciendo en tercer lugar el sistema financiero. Esto con excepción de Chile donde los fondos públicos destacan como el tipo de financiamiento más utilizado por mujeres después de los recursos propios o amigos.

Respecto a la concentración por país de los emprendedores en el uso de distintos tipos de financiamientos, se tiene que en México y Perú el uso de cada fuente de financiamiento es mucho más equitativo, estando mejor distribuido el porcentaje total entre cada fuente. Por el contrario, en Chile y Colombia los tipos de financiamiento utilizados son menos diversificados, estando concentrados en pocas fuentes: recursos propios, amigos y familiares, y sistema financiero.

Finalmente, sobre las fuentes de financiamiento menos utilizadas en cada país, se tiene en Chile que estos son *crowdfunding* e inversor ángel, los cuales generalmente se encuentran focalizados en innovación y emprendimiento con alto contenido innovador. Luego, para los demás países el financiamiento menos usado también es *crowdfunding*, pero seguido de fondos de inversión.

4.3.4 Factores de Cierre

Más que identificar si el emprendedor ha cerrado o no algún emprendimiento, la encuesta captura la percepción respecto a los factores que pueden llevar al cierre de una empresa. El **Gráfico 4.26** muestra un *ranking* con los principales factores de cierre de empresas, diferenciado por hombre o mujer.

Se observa que los problemas financieros son por lejos el principal factor de cierre de empresas, alcanzando casi el 40% de emprendedores que lo perciben como un factor clave. Los siguientes tres factores de cierre presentan porcentajes similares, variando entre un 6% y 8%. Estos son: falta de ventas, problema con socio y falta de conocimiento de mercado.

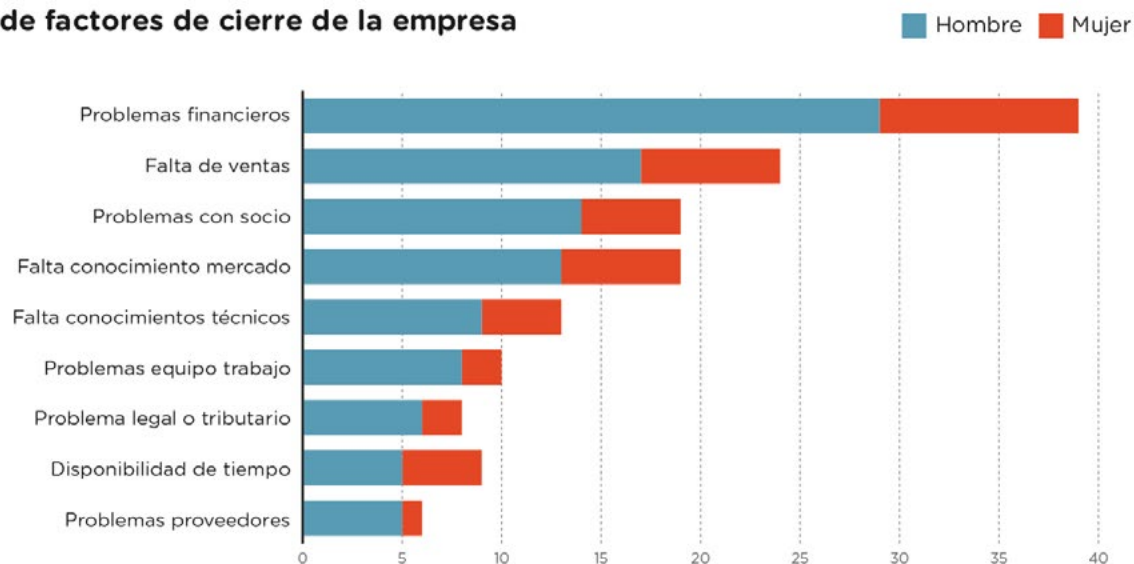
Aunque no ocupa una posición relevante en el *ranking*, resulta de interés resaltar lo ocurrido con el factor asociado a los problemas legales o tributarios, el cual solo agrupa un 8% de los emprendedores encuestados. Esto porque, como se verá más adelante (sección 7), un gran porcentaje de encuestados plantea como una de las principales prioridades de política pública la disminución de impuestos, por lo que llama la atención que el factor de cierre de problemas legales o tributarios no presente un mayor porcentaje en el **Gráfico 4.26**. Esto podría explicarse, interpretando los problemas tributarios como aquellos correspondientes a la complejidad de los trámites más que por el monto de los impuestos.

Finalmente, no se observan diferencias relevantes entre los distintos países, siguiéndose en cada país la tendencia de la muestra general.

4.3.5 Gasto de I+D por tamaño

El gasto de I+D se definió como el porcentaje de dinero respecto al ingreso anual por ventas y servicios de la empresa destinado a inversión en

Gráfico 4.26

Ranking de factores de cierre de la empresa

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

I+D+i. Los **Gráficos 4.27 y 4.28** muestran el gasto en I+D+i por tamaño de empresa³⁴, para hombres y mujeres.

En el caso de los hombres, en las tres categorías de empresa según tamaño el tramo con menor nivel de gasto en I+D+i es el que presenta un mayor porcentaje de emprendedores, concentrando en todos los casos más de la mitad del total de la muestra por tamaño. Comparando las microempresas con las pequeñas se observa un aumento de porcentajes en los tramos de mayor inversión, a excepción del más alto. Luego al observar el comportamiento de las empresas medianas, se tiene que la mayoría de los emprendedores se agrupa en los tres tramos de inversión más bajos, siendo casi nula la inversión en la categoría de más del 40%.

En el caso de las mujeres, se observa que, independiente del tamaño de la empresa, el mayor porcentaje lo ocupa el tramo con menor gasto en I+D+i. En particular, en las micro empresas más de la mitad (68%) invierte menos del 10%, mientras que en las pequeñas empresas el comportamiento es similar, pero con un porcentaje menor (47%). En este último segmento de empresas se observa que los cuatro tramos más altos poseen

igual distribución de emprendedores. Por último, en las medianas empresas los emprendedores se concentran en los dos tramos de gasto más bajos, destacando el alto porcentaje, respecto de las micro y pequeñas empresas, que invierte entre un 10% y 20% de las ventas anuales.

En general, al comparar las micro y pequeñas empresas en términos de gastos en I+D+i, se tiene que las mujeres presentan una distribución igualitaria entre tramos. Sin embargo, para el caso de las medianas las mujeres sólo llegan a invertir en I+D+i hasta el 20% de las ventas anuales.

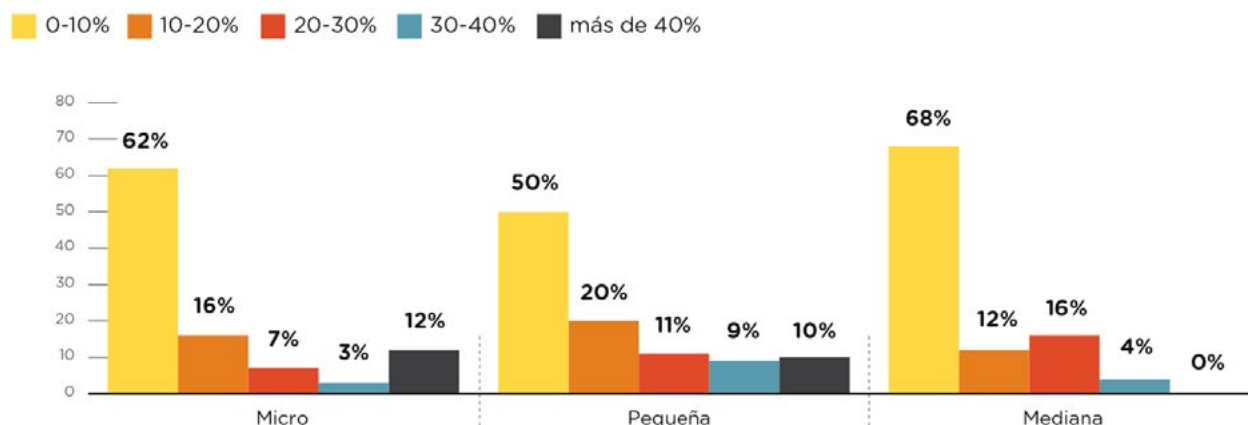
Finalmente, al comparar el comportamiento entre países, no se ven diferencias relevantes, repitiéndose la tendencia del gasto en I+D+i del total de la muestra, descrita en el **Gráfico 4.28**.

4.3.6 Mercados

Tomando en cuenta el acuerdo comercial de la Alianza del Pacífico, cobra especial relevancia entender si los emprendedores comercializan sus productos más allá de su ciudad o región. Los siguientes gráficos presentan los mercados geográficos a los cuales los emprendedores han vendido sus productos durante los últimos 3 años. El análisis se presenta por tamaño de empresa, tanto para hombre como para mujeres. Cabe destacar que el mercado local se refiere al mercado propio

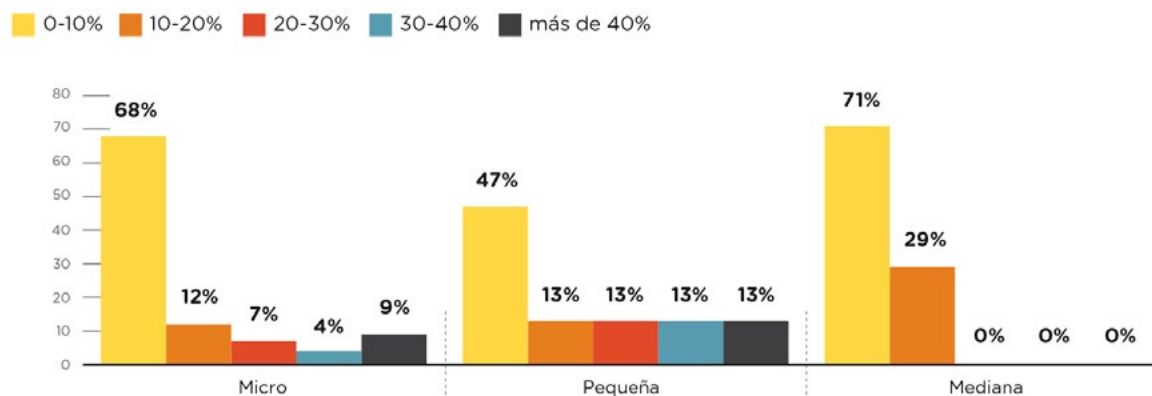
³⁴ El criterio utilizado para definir empresas según tamaño se describe en la sección 2.2.2.

Gráfico 4.27

Ventas destinadas a I+D+i por Tamaño de Empresa - Hombres

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.28

Ventas destinadas a I+D+i por Tamaño de Empresa - Mujeres

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

de la ciudad, el mercado regional hace referencia al mercado dentro del país y el mercado nacional está asociado a ventas en más de un estado o región.

Para el caso de los hombres, a medida que aumenta el tamaño de empresa el porcentaje de empresas que venden en mercados internacionales va aumentando. Independiente del tamaño de la empresa, siempre el mercado que concentra el mayor porcentaje de empresas resulta ser el local, lo que puede deberse a que las alternativas no eran excluyentes, por lo que este mercado puede ser uno de varios mercados a los que las empresas acceden. Adicionalmente, se observa que las

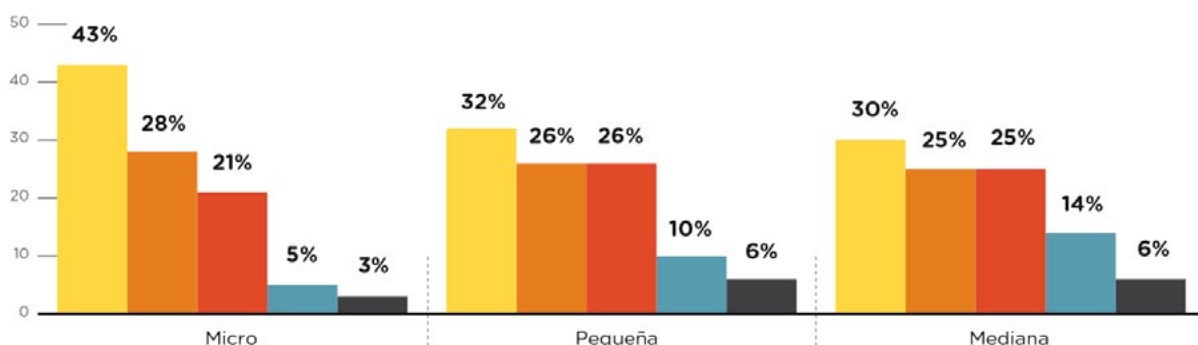
micro empresas concentran sus ventas dentro del país al que pertenecen (mercado local, regional y nacional). En las empresas pequeñas y medianas la distribución entre mercados es muy similar, existiendo entre un 16 y 20% de ventas en mercados internacionales (mercado latinoamericano (LA) o mundial).

En el caso de las mujeres emprendedoras, al igual que para los hombres emprendedores, el mercado local es el que, independiente del tamaño de la empresa, concentra el mayor porcentaje de emprendedores. Tanto para micro como pequeñas empresas, a medida que el mercado se expande el porcentaje de emprendedores va disminuyendo,

Gráfico 4.29

Mercados geográficos según Tamaño de Empresa - Hombres

■ Mercado Local
 ■ Mercado Regional
 ■ Mercado Nacional
 ■ Mercado LA
 ■ Mercado Mundial

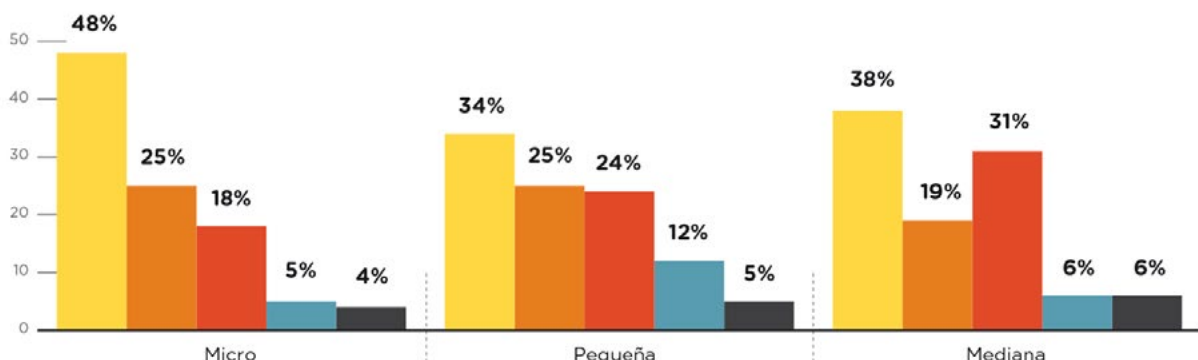


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.30

Mercados geográficos según Tamaño de Empresa - Mujeres

■ Mercado Local
 ■ Mercado Regional
 ■ Mercado Nacional
 ■ Mercado LA
 ■ Mercado Mundial



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

es decir, la proporción de empresas que vende en mercados internacionales es menor que en los mercados nacionales. Específicamente, en las empresas medianas destaca el alto porcentaje que vende en el mercado nacional (31%) mientras que el porcentaje de empresas que vende en el mercado regional resulta menor al que existe en las micro y pequeñas empresas.

Los **Gráficos 4.29** y **4.30** sugieren las dificultades

a las que los emprendedores se enfrentan al momento de querer internacionalizarse, siendo las empresas pequeñas las que logran abrirse más al mercado latinoamericano.

Finalmente, al comparar el comportamiento de cada país de la Alianza, no se observan diferencias relevantes en cuanto a la distribución de los mercados por tamaño de empresa, manteniéndose en cada país la tendencia general.

5. ECOSISTEMA Y BRECHAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

5.1 Percepción del ecosistema a nivel regional

Lo primero que se debe hacer para analizar la percepción del ecosistema a nivel regional, es definir el concepto de ecosistema de emprendimiento. Mason y Brown (p. 5, 2014) lo definen como “un conjunto de actores emprendedores interconectados (tanto potenciales como existentes), organizaciones empresariales (como empresas, capitales de riesgo, inversores informales, bancos), instituciones (financieras, universidades, sector público) y procesos empresariales (tasa natalidad empresarial, números de empresas, niveles de ‘emprendimiento exitoso’) que se unen formal e informalmente para conectar, mediar y gobernar el desempeño en el entorno empresarial local”.

Además de una definición, se hace necesario un modelo para poder evaluar el ecosistema del emprendimiento en la región. De acuerdo con el modelo propuesto por Isenberg (2011), el ecosistema de emprendimiento está compuesto por 6 elementos: políticas públicas, financiamiento, cultura, apoyo, capital humano y mercados. Tomando lo anterior, esta sección se centra en 5 de estos elementos: políticas públicas, financiamiento, cultura, capital humano y mercados. La sexta variable correspondiente al apoyo será abordada en la siguiente sección junto con las fuentes de conocimiento, puesto que se analizan desde la perspectiva de la asociatividad de los emprendedores de la región.

Los emprendedores encuestados contestaron 10 afirmaciones sobre el ecosistema emprendedor de su país, usando la escala de Likert, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo. Para poder presentar los datos de mejor forma, estas respuestas fueron agrupadas en desacuerdo (1 y

2) y de acuerdo (4 y 5). La opción 3 corresponde a estar indiferente a la afirmación. Esta opción no está representada en los gráficos, considerando que se busca comprender a quienes les afectan las distintas características del ecosistema descritas en cada afirmación. Es, por lo tanto, debido a este criterio que al sumar el porcentaje de acuerdo y desacuerdo para cada género este no suma 100%, siendo la diferencia faltante el porcentaje correspondiente a quienes se manifestaron indiferentes.

Es importante observar que en esta sección se investigan las diferentes percepciones del ecosistema entre hombre y mujeres. Por eso las proporciones representadas en los gráficos se refieren al número de mujeres (hombres) respecto del total de mujeres (hombres) que marcaron determinada opción.

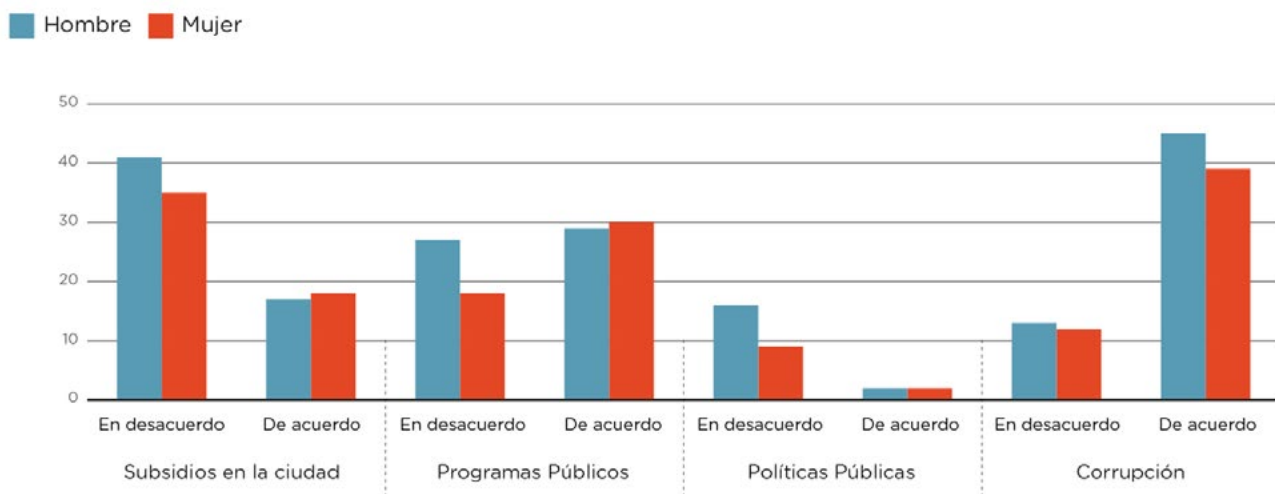
Las respuestas reflejan la percepción que declaran tener los emprendedores en base a sus necesidades, lo que es clave para identificar las brechas que existen en el ecosistema emprendedor de los países de la AP. Los resultados se presentan por género, donde el porcentaje representa la proporción de hombres, o mujeres, respecto del total de personas que seleccionó esa afirmación.

Políticas Públicas

Uno de los elementos de mayor importancia del ecosistema se relaciona con el sector público, es decir, las políticas y diversos servicios públicos dirigidos a los emprendedores (Tunčikienė y Drejeris, 2015). En cuanto a las políticas públicas, las preguntas tienen como objetivo capturar la percepción de los emprendedores sobre las políticas de fomento y apoyo al emprendimiento. Hay 4 preguntas donde se evalúan esta percepción para cada país, de las cuales 3 se centran en el finan-

Gráfico 5.1

Percepción de los emprendedores sobre aspectos de política pública, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

ciamiento y apoyo público, mientras que la otra busca capturar la percepción sobre la corrupción gubernamental.

El **Gráfico 5.1** presenta la proporción de hombres y mujeres según su percepción del sector público y sus políticas. El gráfico enseña que la gran mayoría de los encuestados no está de acuerdo con que existe acceso a subsidios gubernamentales en su ciudad para las empresas nuevas y en crecimiento. Con relación a si los programas y políticas públicas son un aporte para la creación y crecimiento de las empresas, las respuestas son opuestas. Mientras la mayoría (29% de los hombres y 30% de las mujeres) está de acuerdo con los programas públicos de fomento, para el caso de políticas públicas la mayoría está en desacuerdo con que estas sean un real aporte. Finalmente, con relación a la corrupción se observa una clara tendencia donde la mayoría percibe corrupción en organismos gubernamentales encargados de las políticas públicas de emprendimiento, lo cual aumenta la incertidumbre de los emprendedores e incrementa los costos para acceder a trámites y servicios públicos (*Doing Business*, 2017). A pesar de que se observan diferencias entre hombres y mujeres, estas tienen un comportamiento similar en los distintos aspectos de política pública evaluados. La mayor diferencia observada es respecto a los programas

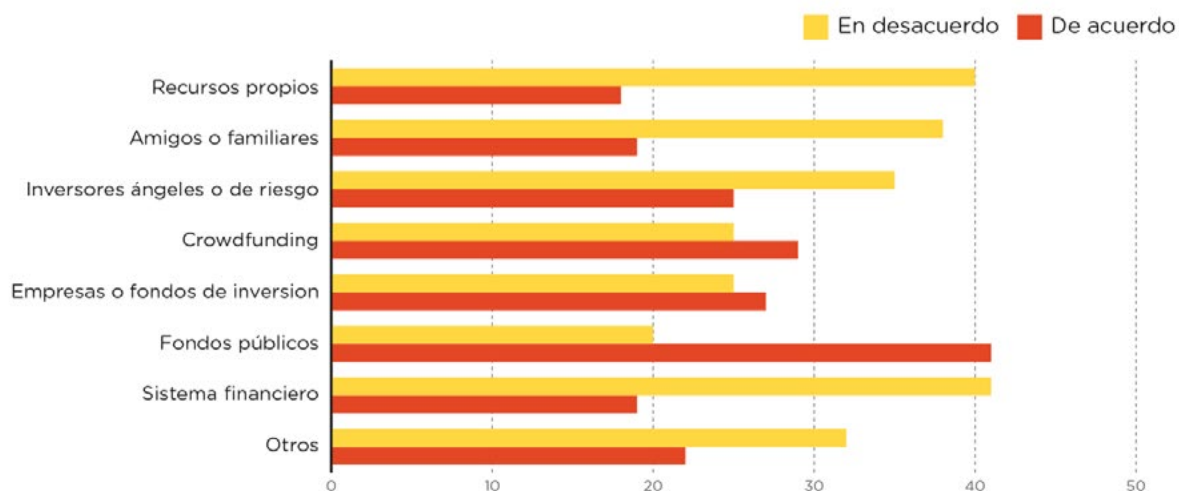
públicos, donde un porcentaje bastante menor de mujeres se declara en desacuerdo.

A pesar de que la mayor parte de los encuestados dice tener dificultades en acceder a subsidios gubernamentales (el 53% del total de emprendedores encuestados), el **Gráfico 5.2** muestra que la percepción sobre acceso a subsidios gubernamentales es favorable para aquellos emprendedores que acceden a financiamiento público, *crowdfunding* o fondos de inversión. Es decir, la mayoría de los que obtuvieron acceso a *crowdfunding* o fondos de inversión no declara tener problemas para acceder a subsidios gubernamentales. En cuanto a los que tuvieron financiamiento público, un 40% está de acuerdo con que en su ciudad existe acceso a subsidios gubernamentales para las empresas nuevas y en crecimiento, siendo el único grupo de emprendedores donde la opción de acuerdo destaca significativamente sobre la opción en desacuerdo. Finalmente, a partir de los **Gráficos 5.1** y **5.2**, se puede inferir que hay una brecha en el acceso a subsidios públicos para aquellos que tuvieron financiamiento por otras fuentes.

En cuanto a los programas públicos de fomento a la creación y crecimiento de empresas, el **Gráfico 5.3** muestra la percepción que los emprendedores (hombres y mujeres) tienen sobre estos progra-

Gráfico 5.2

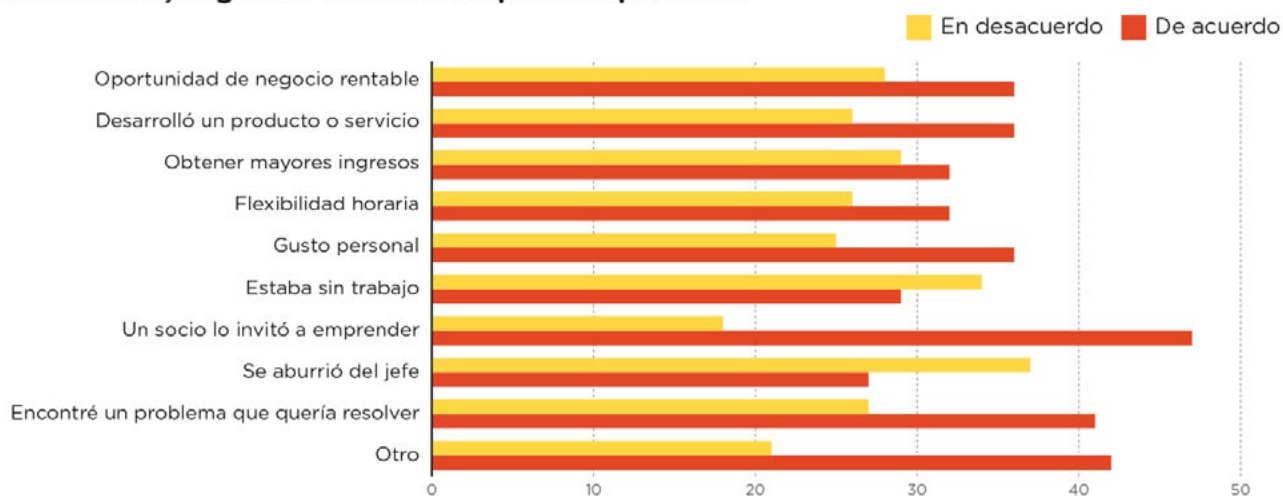
Percepción de los emprendedores sobre la existencia de subsidios gubernamentales en su ciudad, según la fuente de financiamiento que utilizan



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3

Percepción de los emprendedores sobre los programas públicos de fomento, según su motivación para emprender.



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

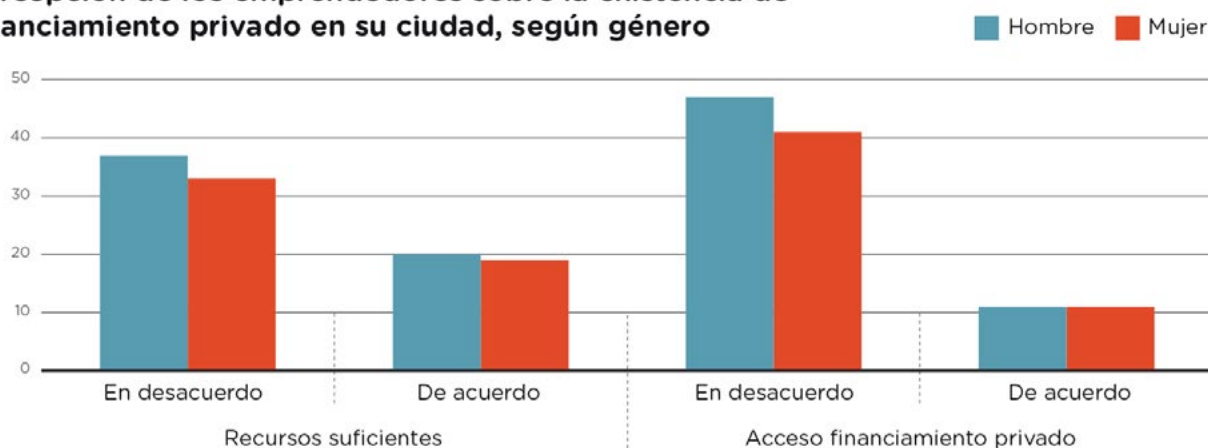
mas según la motivación que declaran tener para emprender. Se observa que aquellos que han emprendido por necesidad (sin trabajo) o por estar en desacuerdo con el jefe (se aburrió de su jefe) son aquellos que están en desacuerdo con esta afirmación, independientemente del género. Esto sugiere que es este segmento de emprendedores es el que percibe mayores barreras para acceder a este tipo de programas públicos.

Mercados

Isenberg (2011) define el elemento mercado del ecosistema como los factores que posibilitan una interacción entre los emprendedores, además de una mejor producción y distribución de los productos/servicios. La percepción de que en el corto-plazo nuevas oportunidades se abrirán, indica que los emprendedores perciben una situación fa-

Gráfico 5.4

Percepción de los emprendedores sobre la existencia de financiamiento privado en su ciudad, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

vorable para sus actividades empresariales. A partir de esto, a través de la encuesta se buscó capturar la percepción de los emprendedores de la AP en cuanto a la apertura de nuevas oportunidades de negocio, específicamente en los próximos 6 meses en la región. El 50% de los emprendedores encuestados y que se refirieron a los aspectos de mercado han manifestado que están de acuerdo con la afirmación sobre la apertura en el futuro de nuevas oportunidades de negocios en su región, de estos 34% son mujeres y 16% hombres. Este resultado es relativamente similar si lo analizamos para las motivaciones, estando en torno al 45% y los obstáculos para emprender en torno al 44%. Respecto a la comparación entre países, en el caso de México y Colombia la diferencia entre los que están de acuerdo y los que está en desacuerdo es menor que la diferencia que existe al considerar el total de todos los encuestados en la AP.

Financiamiento

La escasez de financiamiento es el mayor problema que enfrentan los emprendedores (OCDE, 2015). El **Gráfico 5.4** presenta la percepción que los emprendedores tienen sobre el acceso al financiamiento privado, específicamente si en su ciudad existe acceso suficiente a financiamiento privado para empresas nuevas y en crecimiento. Se observa que la mayoría de los encuestados,

tanto hombres como en mujeres, están en desacuerdo con esta afirmación.

Respecto de la percepción de los emprendedores sobre tener recursos suficientes para producir su producto o servicio, se observa que un total 49% de emprendedores manifiesta estar en desacuerdo con esta afirmación. El **Gráfico 5.4** muestra que del total de mujeres que contestaron la pregunta alrededor del 33% están en desacuerdo, mientras que para el caso de los hombres este porcentaje asciende a un 37%.

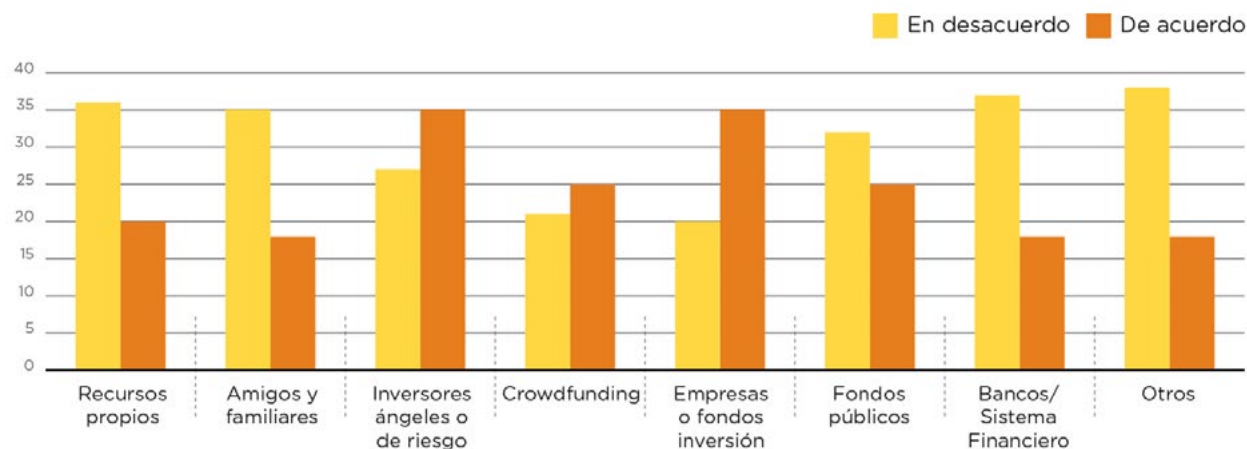
Es interesante observar que aquellos que tuvieron acceso a recursos privados -inversionistas de riesgo o ángeles, *crowdfunding* y empresas o fondo de inversión- declaran, en su mayoría, estar de acuerdo con la afirmación de haber tenido recursos suficientes. Esto sugiere que para los que tienen acceso a financiamiento privado los recursos existentes son suficientes para sus emprendimientos. Sin embargo, cabe destacar que, tal como se indicó en la sección anterior (Sección 4.3), son pocos los emprendedores que accedieron a estas fuentes de financiamiento, por lo que sólo para un grupo pequeño el financiamiento privado estaría siendo suficiente (**Gráfico 5.5**).

Capital Humano

Gran parte de los encuestados (50% del total de emprendedores que contestaron esta pregunta)

Gráfico 5.5

Percepción de los emprendedores sobre contar con recursos suficientes para producir su producto o servicio, según fuentes de financiamiento



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

dice estar de acuerdo con que el capital humano presente en su país contribuye a la creación y crecimiento de empresas, lo que se ve reflejado también a nivel de género. En el **Gráfico 5.6** (panel A) se observa que del total de hombres que contestó la encuesta, un 37% está de acuerdo con la afirmación, mientras que en el caso de las mujeres lo está un 36%.

Por otro lado, el **Gráfico 5.6** (panel B) presenta cuán de acuerdo o en desacuerdo están los emprendedores respecto de la contribución del capital humano según los obstáculos que declaran haber tenido al momento de iniciar el negocio. Esto permite comprender cuán relevante es el capital humano dependiendo de los obstáculos que se enfrentan. Se observa que para aquellos que declaran haber tenido falta de confianza, el porcentaje de emprendedores que está de acuerdo con la importancia del capital humano es muy bajo respecto de los niveles de aprobación obtenido en el resto de los obstáculos, y respecto de aquellos que desaprueban esa afirmación. Esto sugiere que la falta de confianza para asumir el riesgo de emprender puede estar vinculada o deberse a la falta de un equipo idóneo para el negocio o a la falta de personas con el conocimiento específico que la empresa requería.

El comportamiento correspondiente al resto de los

obstáculos mencionados es más o menos similar, estando en desacuerdo en torno al 40% de los emprendedores y de acuerdo alrededor del 20%.

Cultura

La cultura emprendedora de una región o país es fundamental para el emprendimiento, sobre todo cuando existe una gran tolerancia al fracaso y se entiende que emprender es señal de éxito (Spigel, 2017). Adicionalmente, emprendedores y emprendimientos exitosos sirven de modelo para los demás, siendo ejemplos de caminos a seguir dentro del ecosistema local. Por esta razón es que en un ecosistema saludable existe un reconocimiento al éxito del emprendedor.

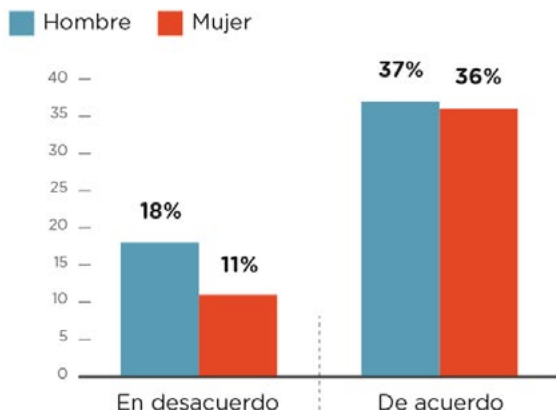
A partir de lo anterior, se definen dos variables para captar la percepción de los emprendedores con relación a la cultura del emprendimiento existente en su país: (i) temor a fracasar como principal impedimento para crear una empresa, y (ii) reconocimiento en la región a los emprendedores exitosos, lo que entrega prestigio social. El **Gráfico 5.7** presenta la percepción de los emprendedores, por género, de estas variables.

En relación con el temor al fracaso, un 58% de los emprendedores que respondieron esta pregunta está de acuerdo con esa afirmación. Al analizarlo por género, se tiene que un 42% del total de hom-

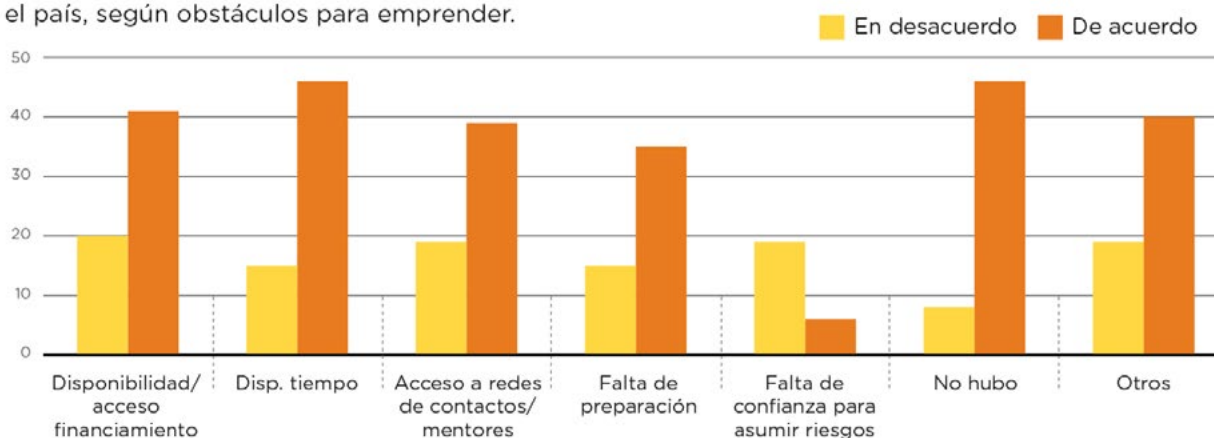
Gráfico 5.6

Percepción sobre la contribución del capital humano disponible en el país a la creación y crecimiento de las empresas, según género y obstáculos para emprender

A. Percepción sobre la contribución del capital humano disponible en el país, por género.



B. Percepción sobre la contribución del capital humano disponible en el país, según obstáculos para emprender.



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

bres está de acuerdo, mientras que para el caso de las mujeres es un 43%.

Respecto a la afirmación sobre la existencia de reconocimiento a los emprendedores, un 33% de los emprendedores declara estar de acuerdo, siendo la proporción entre acuerdo y desacuerdo muy similar si se analiza por género (**Gráfico 5.7**).

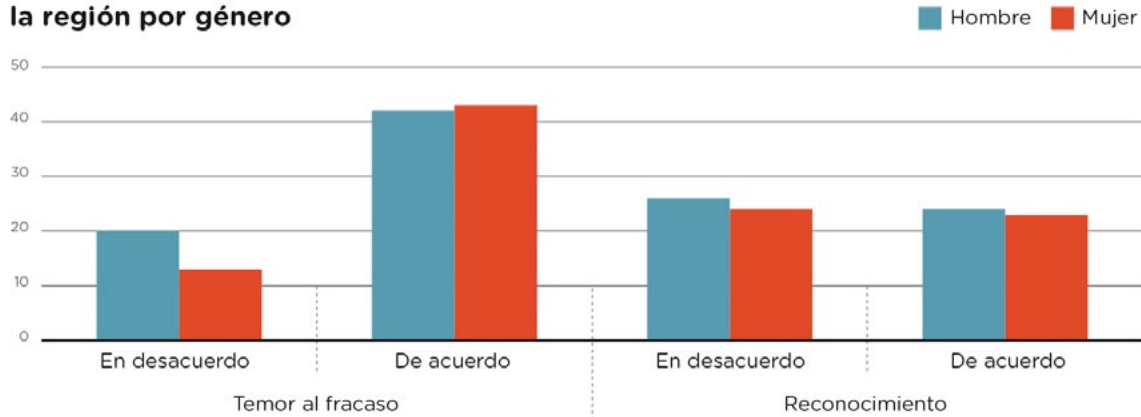
Al analizar la percepción del emprendedor en relación con el reconocimiento según la motivación que se tiene para emprender se tiene que el 37% de los emprendedores que iniciaron su actividad por invitación de un socio están de acuerdo con la existencia de este reconocimiento en su región

(**Gráfico 5.8** panel A), siendo la motivación con mayor proporción de emprendedores que está de acuerdo. Por el contrario, los emprendedores que iniciaron un negocio por falta de trabajo son el conjunto con mayor proporción que está en desacuerdo con la existencia de reconocimiento. En general, no se observan muchas otras diferencias entre quienes están de acuerdo y en desacuerdo a lo largo de las motivaciones descritas.

Acerca de la relación entre la percepción sobre la existencia de reconocimiento y prestigio social y los obstáculos para emprender, no se observan diferencias relevantes para cada uno de estos

Gráfico 5.7

Características de la cultura emprendedora en la región por género

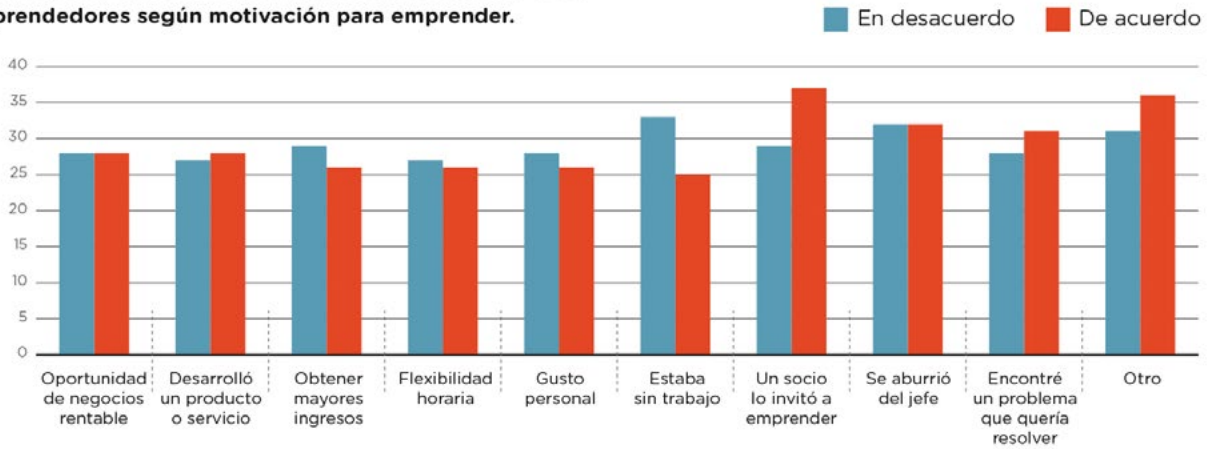


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

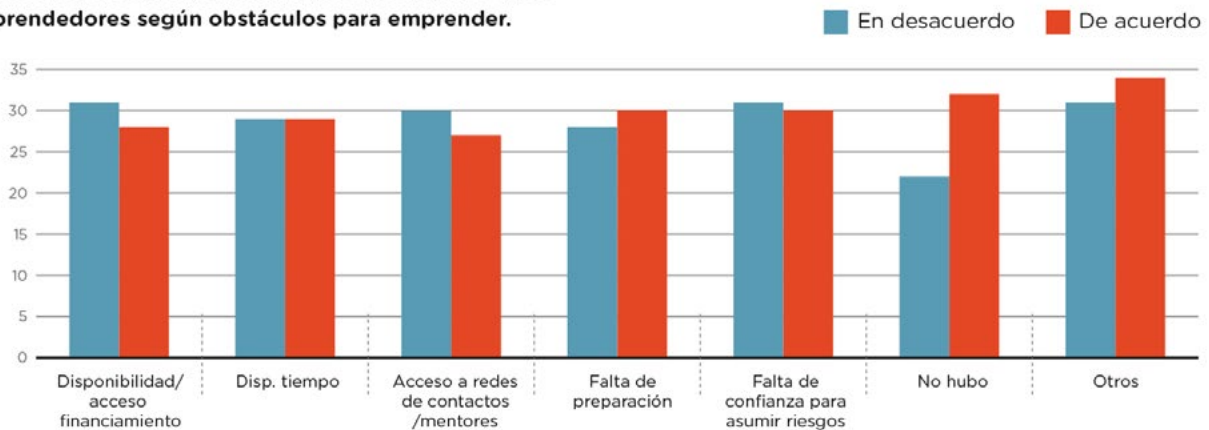
Gráfico 5.8

Percepción sobre el reconocimiento de emprendedores exitosos, según motivación y obstáculos para emprender

A. Percepción sobre la existencia de reconocimiento a los emprendedores según motivación para emprender.



B. Percepción sobre la existencia reconocimiento a los emprendedores según obstáculos para emprender.

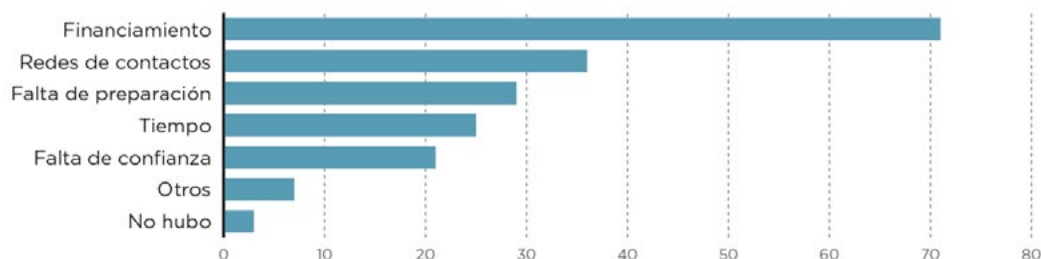


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

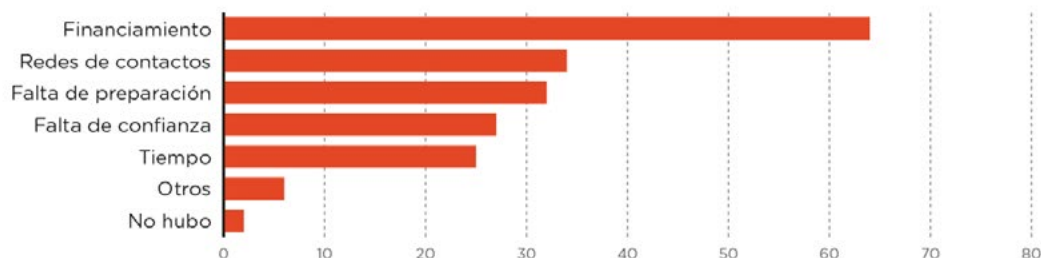
Gráfico 5.9

Ranking de obstáculos por género

A. Ranking de obstáculos - Hombres



B. Ranking de obstáculos - Mujeres



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

obstáculos. De hecho, la mayor diferencia entre quienes están de acuerdo y en desacuerdo con esta afirmación se tiene para el conjunto de emprendedores que declaran no haber tenido obstáculos al momento de emprender, donde un 32% está de acuerdo con que existe reconocimiento a emprendedores exitosos, mientras que sólo un 22% se muestra en desacuerdo.

5.2 Resumen de principales obstáculos del emprendimiento a nivel regional

El estudio del ecosistema del emprendimiento en una región o país tiene por objetivo identificar los factores que llevan a emprendedores a prosperar o fracasar. Por lo tanto, parte importante del proceso para comprender el estado del ecosistema es identificar la percepción de los emprendedores respecto a los obstáculos que existen para emprender y los factores que causan el cierre de empresas.

El **Gráfico 5.9** muestra que tanto hombres como mujeres declaran en el mismo orden de importancia que los tres principales obstáculos son acceso a financiamiento, acceso a redes de contactos o mentores y falta de preparación y conocimiento

en la materia. Se observan diferencias en la cuarta posición, donde las mujeres declaran la existencia de falta de confianza para asumir riesgos, mientras que para los hombres esa posición la ocupa la disponibilidad de tiempo.

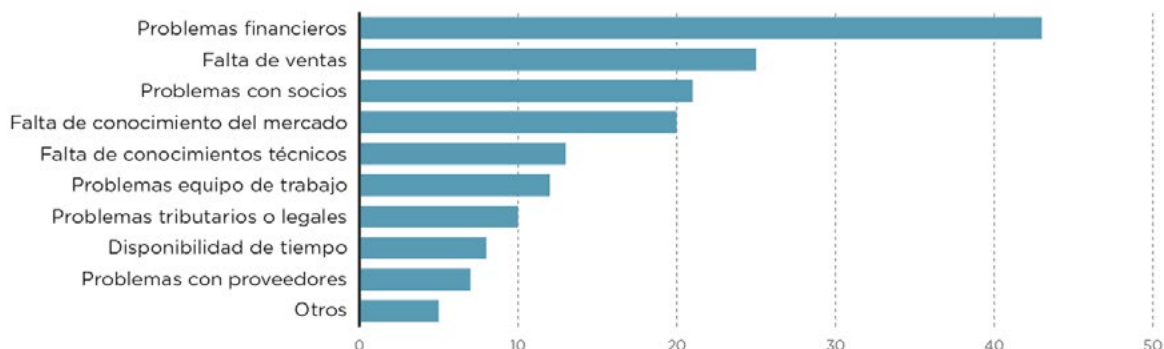
Acceso a financiamiento es el obstáculo más mencionado. Del total de hombres emprendedores, un 71% declara haber enfrentado este obstáculo al comenzar su actual negocio, mientras que para el caso de las mujeres lo hace un 64%. Esta dificultad de acceder a financiamiento puede ser consecuencia de la brecha entre la tasa de interés bancaria para las Pymes y la que acceden las grandes empresas.

Por otro lado, cuando se analiza el *ranking* de los factores de cierre por género, se ven diferencias entre hombres y mujeres a partir del tercer factor de cierre. Mientras que para hombres tener problemas con socios ha sido más relevante, para mujeres la falta de conocimiento del mercado aparece como el tercer factor de cierre más importante. Adicionalmente se observa que la falta de conocimientos técnicos es igual para hombres como para mujeres y que la disponibilidad de tiempo juega un rol más relevante para las mujeres que para los hombres (**Gráfico 5.10**).

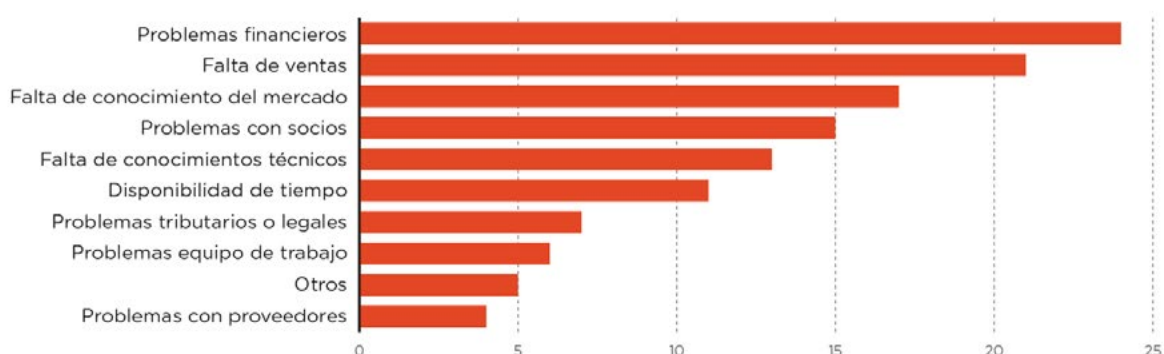
Gráfico 5.10

Ranking de factores de cierre por género

A. Ranking de factores de cierre - Hombres



B. Ranking de factores de cierre - Mujeres



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Tanto para el caso de los obstáculos para emprender como para los factores de cierre, la distribución de características como la edad del empresario y el nivel máximo de escolaridad siguen la distribución general de la muestra descrita en la sección 4.1

5.3 Percepción del ecosistema y obstáculos de cada país miembro de la AP

Esta sección presenta un análisis del ecosistema del emprendedor para cada país miembro de la Alianza del Pacífico a partir de los diversos datos recolectados en la encuesta AP.

5.3.1 Percepción del ecosistema de emprendimiento y principales obstáculos para Chile

El primer elemento considerado para describir el ecosistema de emprendimiento en Chile, políticas públicas, muestra que la percepción de hombres y mujeres al respecto es divergente. En lo que se re-

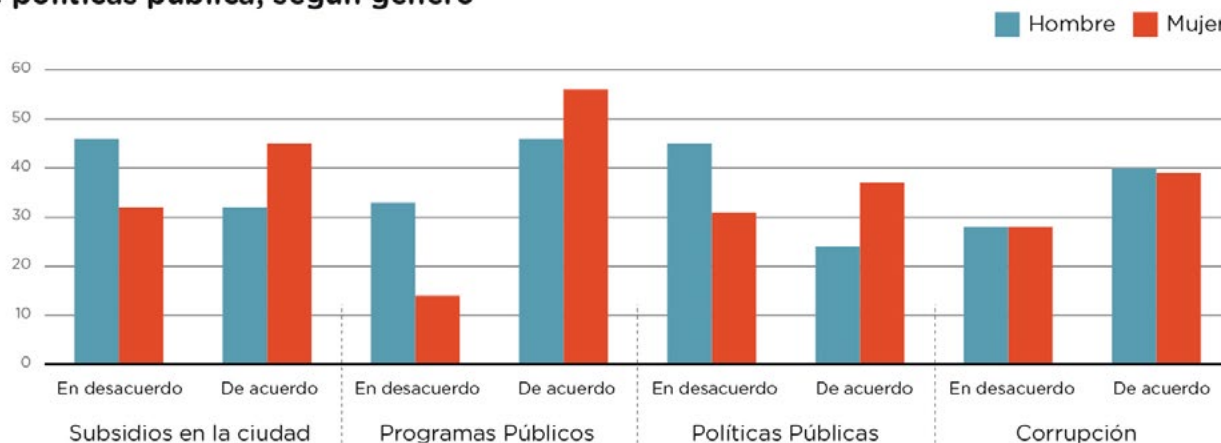
fiere a la existencia de subsidios gubernamentales en su ciudad, del total de emprendedores chilenos encuestados, el 43% está en desacuerdo con esta afirmación. Al analizar por género se ve, en el **Gráfico 5.3.1A**, que una proporción importante de las mujeres (45%) está de acuerdo, mientras en el caso de los hombres el 46% están en desacuerdo.

En cuanto a los programas y políticas públicas de fomento a la creación y crecimiento de empresas, el 49% está de acuerdo con relación a los programas mientras que el 40% está de acuerdo con relación a las políticas. Al analizar por género, con relación a los programas públicos de fomento, 56% de las mujeres y el 46% de los hombres están de acuerdo con que son un aporte para la creación y crecimiento de empresas. Para el caso de las políticas públicas, el 37% de las mujeres y el 24% de los hombres están de acuerdo de que son un aporte.

Finalmente, el 40% del total de emprendedores

Gráfico 5.3.1A

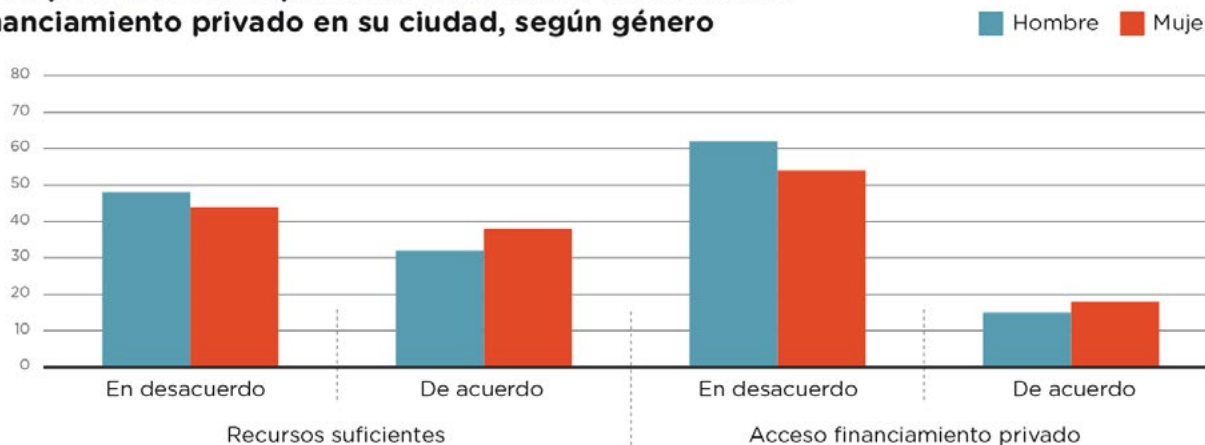
Percepción de los emprendedores sobre aspectos de políticas pública, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.1B

Percepción de los emprendedores sobre la existencia de financiamiento privado en su ciudad, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

encuestados perciben corrupción en organismo gubernamentales encargados de políticas públicas de emprendimiento.

Con respecto al financiamiento, el 47% declara estar en desacuerdo con haber tenido suficientes recursos para emprender y el 59% en desacuerdo con la afirmación referente a haber tenido suficiente financiamiento privado. Entre tanto, se observa que para ambas afirmaciones las mujeres declararon estar de acuerdo, con mayor frecuen-

cia que hombres (38% y 18% de las mujeres). Así se puede ver que los emprendedores chilenos han tenido dificultades de financiamiento. Esto puede deberse a que las mujeres de la muestra podrían ser un grupo que tuvo menos dificultades en financiar su emprendimiento (**Gráfico 5.3.1B**).

El **Gráfico 5.3.1C** presenta el porcentaje de emprendedores que están de acuerdo o en desacuerdo con la afirmación de que el capital humano presente en el país contribuye a la creación y cre-

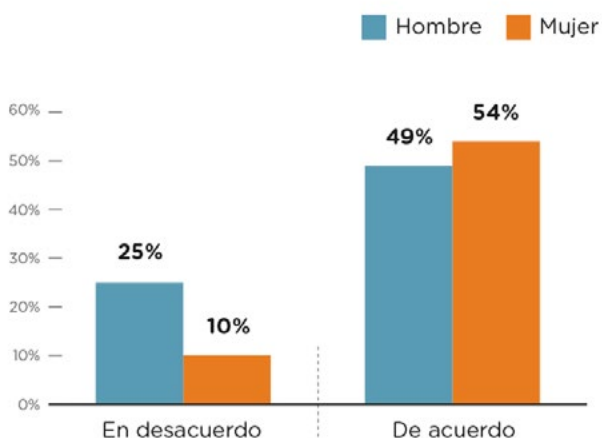
cimiento de las empresas. En Chile, 51% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación. De las mujeres, 54% está de acuerdo, mientras 49% de los hombres están también de acuerdo.

Otro elemento importante para analizar son los mercados, elemento que hace referencia a las condiciones existentes para emprender, producir y distribuir. De la misma forma que para el análisis regional, el 61% de los encuestados chilenos tiene una visión positiva en cuanto a las oportunidades de negocio para los próximos 6 meses.

El último elemento del ecosistema emprendedor se refiere al aspecto cultural del país en cuanto a emprender. En este sentido, 60% de los encuestados creen que el temor al fracaso es el principal impedimento para que surja un emprendimiento, el 64% de las mujeres y el 60% de los hombres. Con relación al reconocimiento de emprendedores exitosos, 35% de los emprendedores chilenos están en desacuerdo con relación a que existe reconocimiento de emprendedores exitosos. Dentro las mujeres las que están de acuerdo (34%) y desacuerdo (31%) presentan distribución similar, la diferencia está en que el 37% de los hombres está en desacuerdo mientras el 29% está de acuerdo. El **gráfico 5.3.1D** enseña la percepción sobre la cultura emprendedora de los emprendedores chilenos. En cualquier caso, el aspecto cultural es muy importante para mantener un ecosistema saludable.

Gráfico 5.3.1C

Percepción sobre la contribución del capital humano disponible en el país a la creación y crecimiento de las empresas, según género



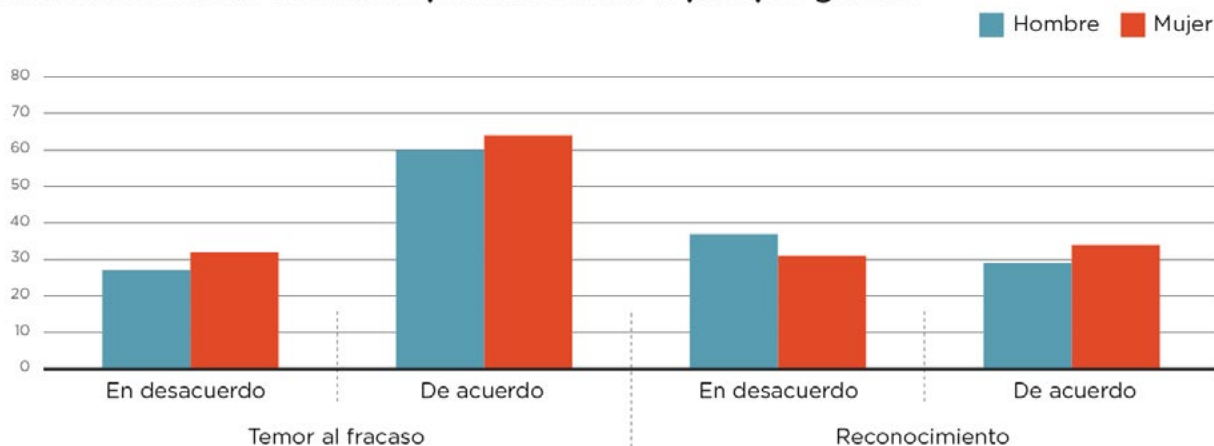
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Obstáculos y factores de cierre

En cuanto a los obstáculos mencionados por los emprendedores chilenos, aparece primero el acceso a financiamiento. A pesar de que hombres y mujeres coinciden en el primer obstáculo, no es así para los demás. Por ejemplo, la falta de preparación aparece en segundo lugar para mujeres

Gráfico 5.3.1D

Características de la cultura emprendedora en el país por género

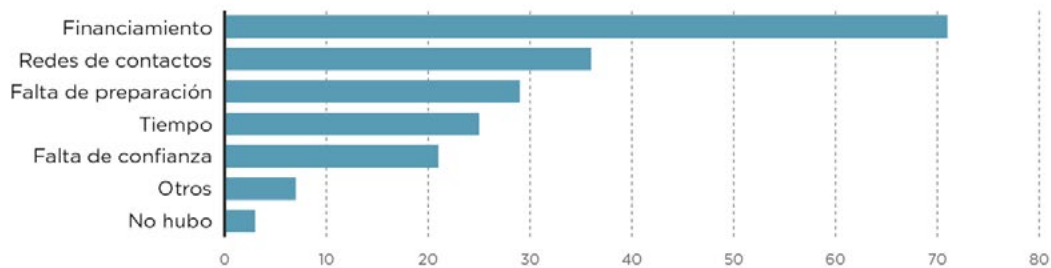


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

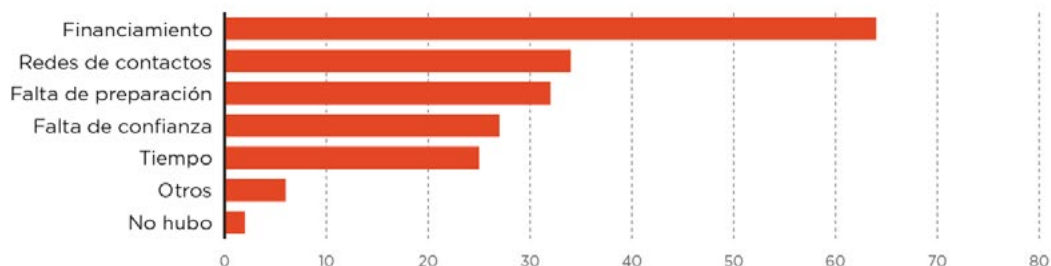
Gráfico 5.3.1E

Ranking de obstáculos por género

A. Ranking de obstáculos - Hombres



B. Ranking de obstáculos- Mujeres



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

mientras que para hombres ese obstáculo está en tercer lugar. Lo contrario se puede ver con respecto al acceso a redes de contacto. Analizando los obstáculos presentados, la baja colaboración entre universidades-empresas en I+D que es una brecha en los países de la región, puede ser una de las razones por las que hombre y mujeres mencionan obstáculos relacionados al conocimiento y preparación. El **Gráfico 5.3.1E** presenta el *ranking* de los obstáculos para emprender por género según la frecuencia en que fueron mencionados.

El **Gráfico 5.3.1F** presenta el *ranking* de los factores de cierre para hombre y mujeres. Ambos gráficos muestran que los factores de cierre chilenos tienen un orden similar a los factores de cierre de la región en general. Por lo tanto, así como sucede en la región, los emprendedores en Chile destacan las siguientes dificultades: problemas financieros, falta de ventas, falta de conocimiento y problemas con socios. En base a estos resultados, cerrar brechas del acceso al crédito (disminuir el *spread* bancario) y promover cada vez más la creación y difusión de conocimiento están directamente relacionados con resolver factores que pueden llevar al cierre de empresas.

5.3.2 Percepción del ecosistema de emprendimiento y principales obstáculos para Colombia

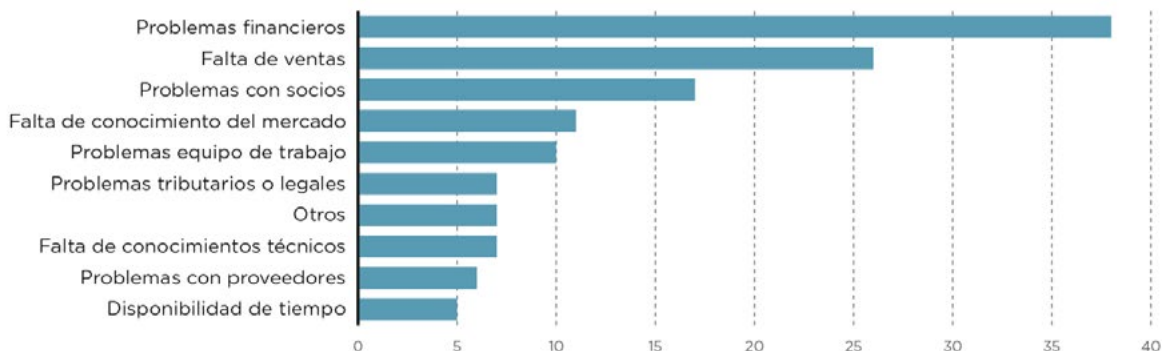
Con relación al elemento de políticas públicas, mientras el 33,8% de los empresarios en Colombia considera que los programas públicos de fomento son un aporte para la creación y el crecimiento de las empresas, sólo el 14,6% percibe que las políticas públicas aportan para la creación y el crecimiento de las empresas. Igualmente, mientras el 37,3% de las mujeres emprendedoras en Colombia considera que los programas públicos de fomento son un aporte para la creación y el crecimiento de las empresas, sólo el 11,8% percibe que las políticas públicas sí representan un aporte para la creación y el crecimiento de las empresas. Esta situación evidencia que hay una gran proporción de emprendedores colombianos que perciben negativamente las políticas, pero a su vez, muchos que perciben positivamente los programas. Es posible que los empresarios no comprendan que todo programa nace a partir de un plan que está amparado en una ley.

En cuanto a los subsidios en la ciudad, más del 75% de los emprendedores en Colombia consideran

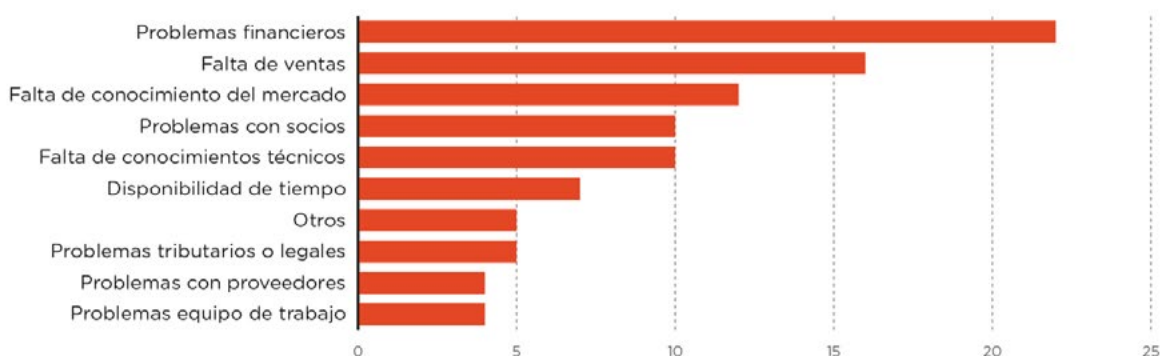
Gráfico 5.3.1F

Ranking de factores de cierre por género

A. Ranking factores de cierre - Hombres



B. Ranking factores de cierre - Mujeres



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

que en su ciudad no existen acceso a subsidios para las empresas nuevas y en crecimiento. De las mujeres, 73% están en desacuerdo, mientras que en el caso de los hombres esto asciende a 76%. De hecho, esta situación es comprensible cuando se analizan las fuentes de financiación utilizadas por los empresarios en Colombia, ya que cerca del 80% utilizan fuentes tradicionales, como el sistema bancario, la familia y los amigos y recursos propios.

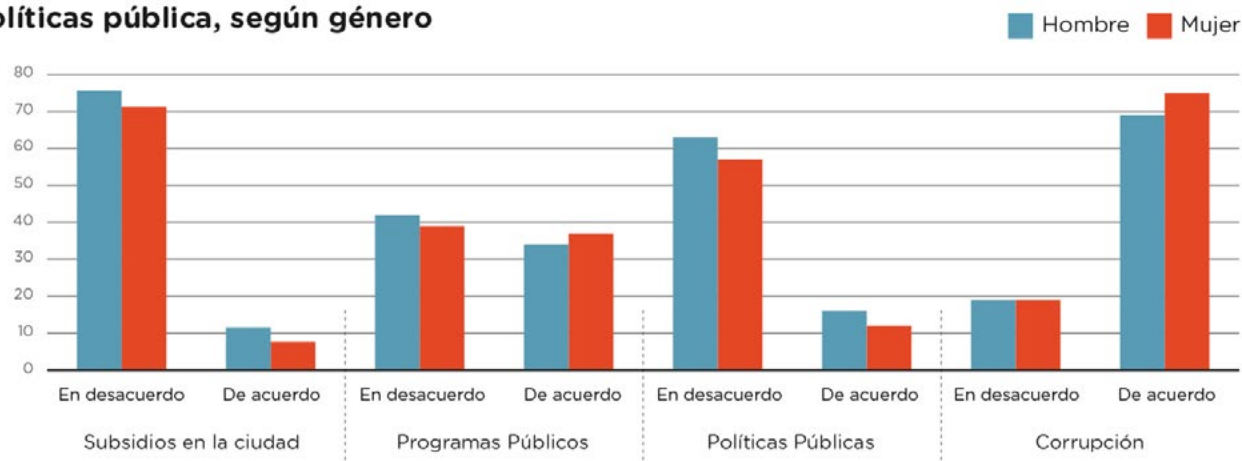
Finalmente, la mayoría de los emprendedores en Colombia, 71% del total, perciben corrupción en organismos gubernamentales encargados de las políticas públicas de emprendimiento (**Gráfico 5.3.2A**).

De acuerdo con los datos presentados en el **Gráfico 5.3.2B** respecto al financiamiento, el 70,2% de los hombres y el 61,5% de las mujeres en Colombia consideran que sus empresas no han tenido recursos suficientes para producir su producto o servicio y, de manera similar, el 76,3% de los em-

presarios y el 73,1% de las empresarias en Colombia consideran que en su ciudad no existe acceso a suficiente financiamiento privado para empresas nuevas y en crecimiento. En general, el 68% está en desacuerdo en cuanto a haber tenido recursos suficientes y el 76% de los emprendedores encuestados están en desacuerdo sobre el acceso a suficiente financiamiento privado. Esta situación demuestra que los empresarios colombianos presentan una percepción pesimista del tema de financiación. Sin embargo, es importante explorar si la percepción está basada en la realidad o en ideas preconcebidas. Por ejemplo: si la mayoría de los empresarios colombianos se han financiado principalmente con recursos propios o de socios, préstamos de bancos o recursos de amigos y familiares, entonces, la mayoría de los empresarios en Colombia desconocen o poco acceso tienen a fuentes de financiación como ángeles inversionistas, *crowdfunding*, capital de riesgo, subsidios públicos, u otras fuentes de financiamiento privado.

Gráfico 5.3.2A

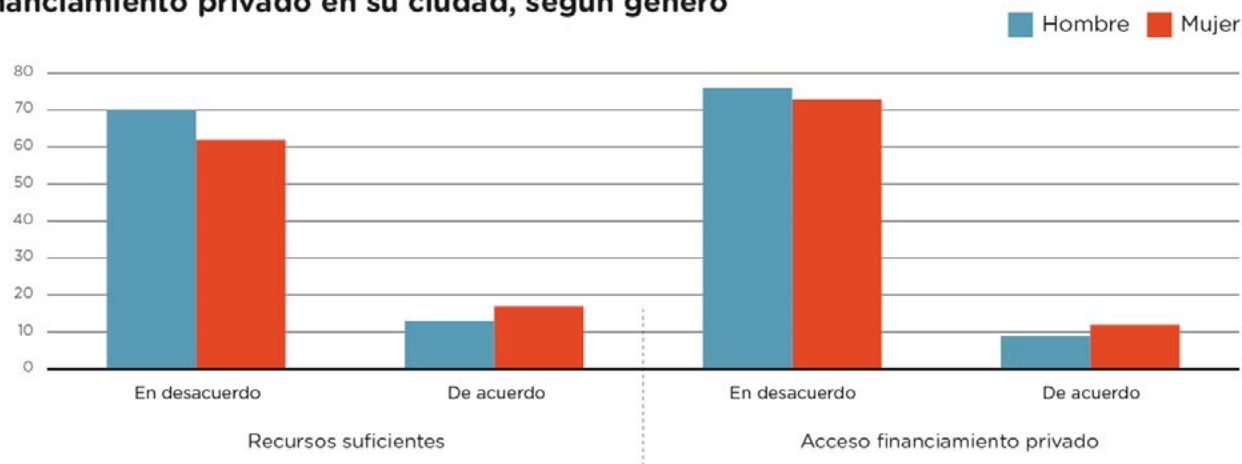
Percepción de los emprendedores sobre aspectos de política pública, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.2B

Percepción de los emprendedores sobre la existencia de financiamiento privado en su ciudad, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

En el **Gráfico 5.3.2C** se observa que un número importante de mujeres y hombre emprendedores consideran que el capital humano presente en Colombia contribuye a la creación y crecimiento de las empresas (49% de las mujeres y el 43% de los hombres). En total, se tiene que el 44% de los emprendedores colombianos encuestados está de acuerdo con esa afirmación.

Otro elemento del ecosistema empresarial es el mercado, que es entendido como las condiciones

existentes para emprender, producir y distribuir. Para el caso Colombia, mientras el 37,7% de los hombres no considera que en los próximos 6 meses se abrirán nuevas oportunidades de negocio en la región, sólo el 30,8% de las mujeres tiene esta visión pesimista. Es decir que, en Colombia las mujeres tienen una percepción más optimista que los hombres. La poca diferencia (en general 36,2% en desacuerdo y 39,4 de acuerdo), principalmente en el caso de los hombres, como se puede observar en el **Gráfico 5.3.2D**, entre los que

están de acuerdo y en desacuerdo con la afirmación referente a futuras oportunidades de negocio, pone en manifiesto la importancia de seguir fortaleciendo la actividad empresarial al interior de las empresas. En un ecosistema saludable, las empresas en etapas más avanzadas del desarrollo siguen identificando nuevas oportunidades de negocio (productos, servicios, unidades estratégicas de negocio, *spin off*, etc.).

El último elemento del ecosistema empresarial es la dimensión cultural, en donde el 52% de los emprendedores encuestados en Colombia considera que el principal impedimento para crear una empresa es el temor por fracasar, en especial las mujeres, donde el 67% de las mujeres está de acuerdo con esa afirmación. Sin embargo, el 42% de los emprendedores considera que los empresarios exitosos no reciben suficiente reconocimiento ni prestigio social, lo que según el total por género corresponde al 47% de las mujeres y el 40% de los hombres. Es necesario cambiar el paradigma en la comunicación social para que los medios de comunicación (tradicionales y no tradicionales) empiecen a darle importancia y cubrimiento a historias de empresarios exitosos. Los testimonios empresariales pueden ayudar a inspirar a personas que quieran crear empresa, pero no se atreven por miedo a fracasar.

Obstáculos y factores de cierre

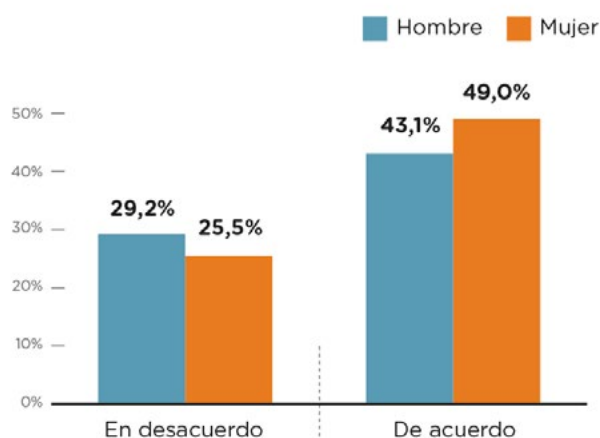
El **Gráfico 5.3.2F** presenta los obstáculos que los empresarios tuvieron que superar cuando comenzaron su negocio.

El obstáculo principal que enfrentaron los empresarios y las empresarias colombianas fue la falta de disponibilidad o acceso a financiamiento, seguida por la falta de acceso a redes de contacto/mentores (en el caso de los hombres) y la falta de confianza para asumir riesgos (en el caso de las mujeres).

El principal obstáculo de acceso a financiamiento puede estar relacionado con brechas como: carga administrativa para crecer (regulaciones, impuestos, etc.) y el alto *spread* entre interés cobrado a Pymes y a grandes empresas. Es importante que los procesos de creación y crecimiento de las empresas no sean costosos y sean simples. La

Gráfico 5.3.2C

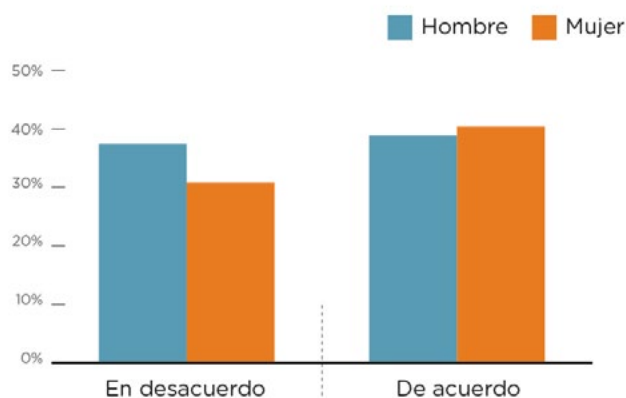
Percepción sobre la contribución del capital humano disponible en el país a la creación y crecimiento de las empresas, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.2D

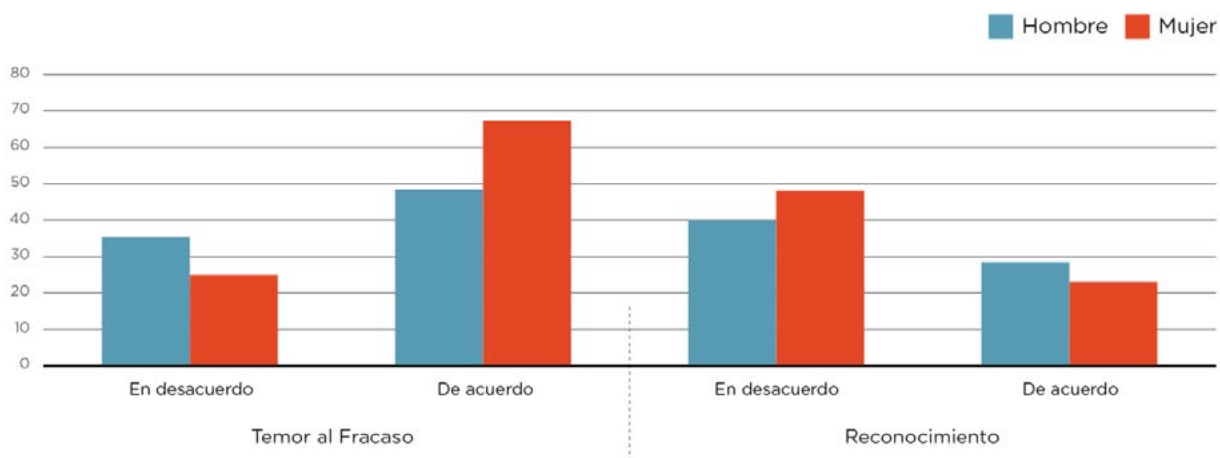
Percepción sobre futuras oportunidades de negocio en la región, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.2E

Características de la cultura emprendedora en el país por género

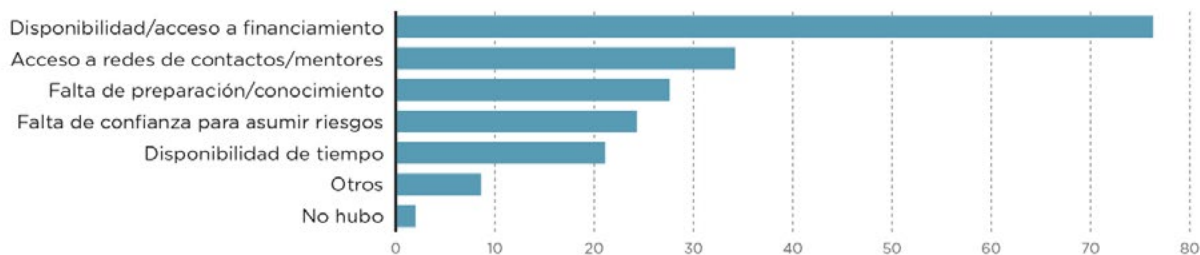


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

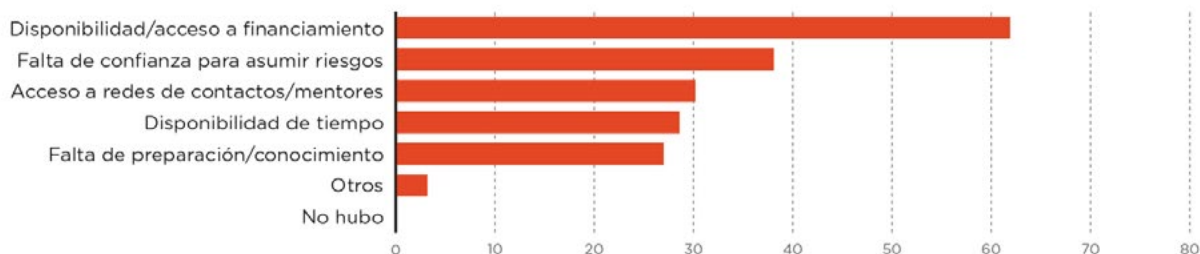
Gráfico 5.3.2F

Ranking de obstáculos por género

A. Ranking de obstáculos - Hombres



B. Ranking de obstáculos - Mujeres



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

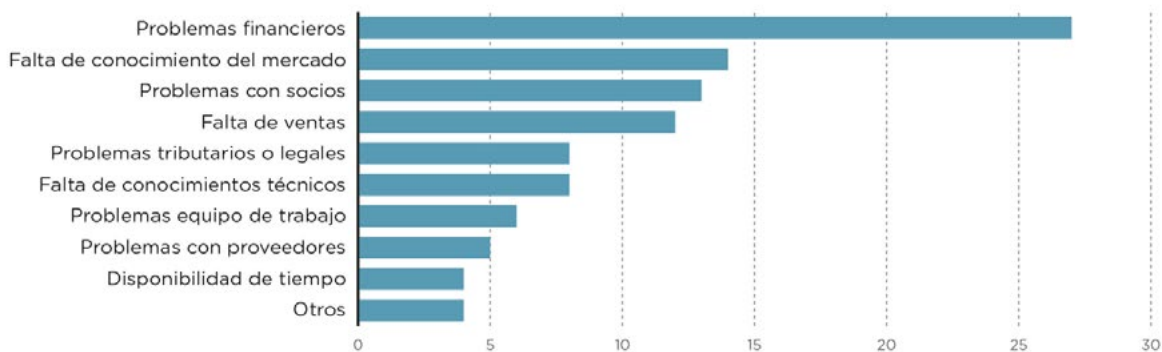
idea en una economía próspera es que los empresarios nacientes y nuevos logren consolidarse e igualmente que los empresarios micro, pequeños y medianos logren crecer y consolidarse, de tal forma que esto se convierta en más generación de empleos y más generación de valor a la socie-

dad. A pesar de que en Colombia en los últimos 10 años se ha presentado una disminución de la carga impositiva a las empresas, es importante seguir avanzando en este tema para que en un futuro Colombia y la región tengan más y mejores empresarios y empresas.

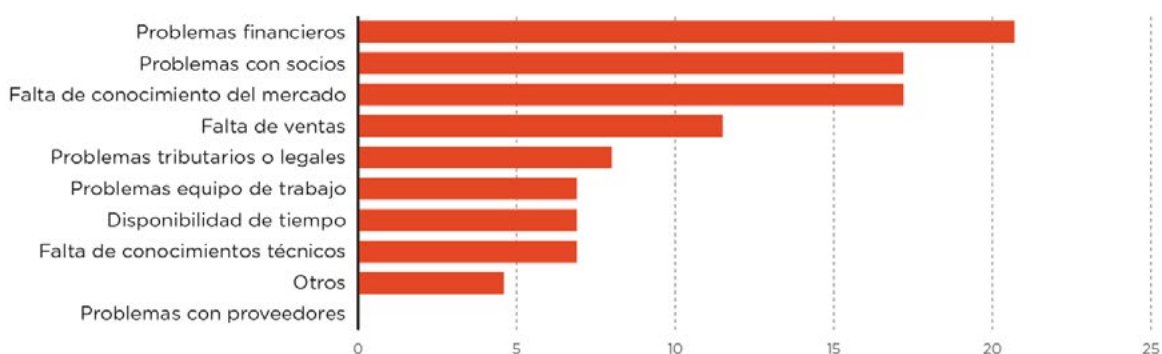
Gráfico 5.3.2G

Ranking de factores de cierre por género

A. Ranking de factores de cierre - Hombres



B. Ranking de factores de cierre - Mujeres



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

El segundo obstáculo para los hombres y el tercero para las mujeres (falta de acceso a redes de contacto/mentores) está relacionado con la brecha de baja colaboración universidad - empresa en I+D. Sin embargo, en Colombia se están dando grandes avances a través de programas públicos como Pactos por la Innovación de Colciencias³⁵ y APPS. CO del Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación, que fomentan la colaboración entre empresa - universidad y Estado.

El **Gráfico 5.3.2G** presenta la percepción de los empresarios colombianos acerca de los factores de cierre.

La mayoría de los empresarios colombianos (tanto hombres como mujeres) percibe como principales factores de cierre los problemas financieros, la falta de conocimiento del mercado (relacionado directamente con el cuarto factor sobre falta de

ventas y con el principal factor de problemas financieros) y problemas con socios.

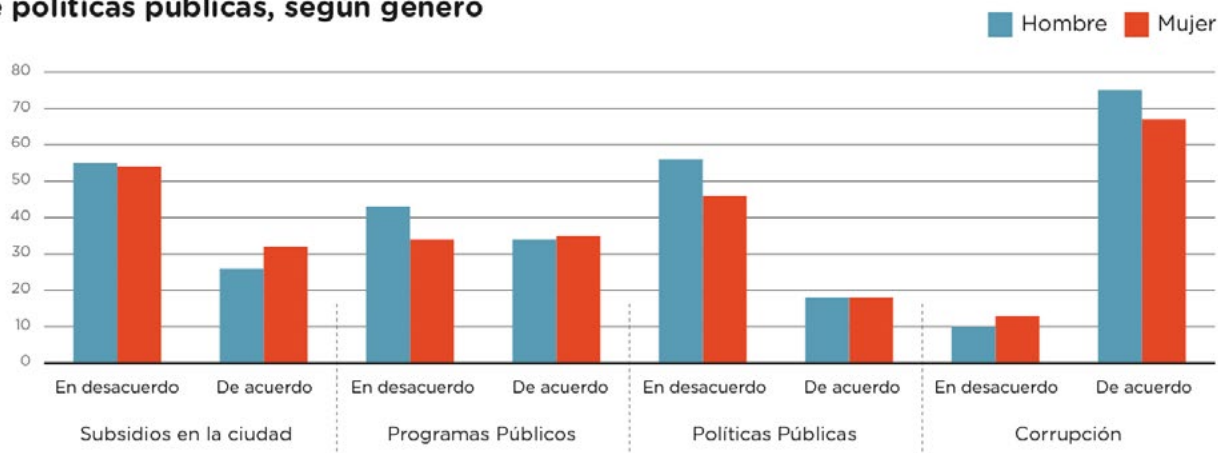
Comparando obstáculos con factores de cierre, es posible identificar que el principal factor de cierre en ambos géneros fueron los problemas financieros; y de igual forma, el principal obstáculo que los emprendedores colombianos (tanto hombres como mujeres) enfrentaron al inicio de su actividad fue el acceso o disponibilidad de financiación. Esta situación pone en manifiesto la importancia de asegurar mecanismos de financiación que permitan a los empresarios asegurar la sobrevivencia de sus iniciativas empresariales, de tal forma que este factor deje de ser un obstáculo y un factor de cierre empresarial.

Igualmente es importante poner énfasis en el tema educativo, ya que la mayoría de los empresarios colombianos sólo usa las fuentes de financiación tradicional (sistema financiero, amigos y familiares, ahorros propios) por lo que sus oportunidades de

³⁵ Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Gráfico 5.3.3A

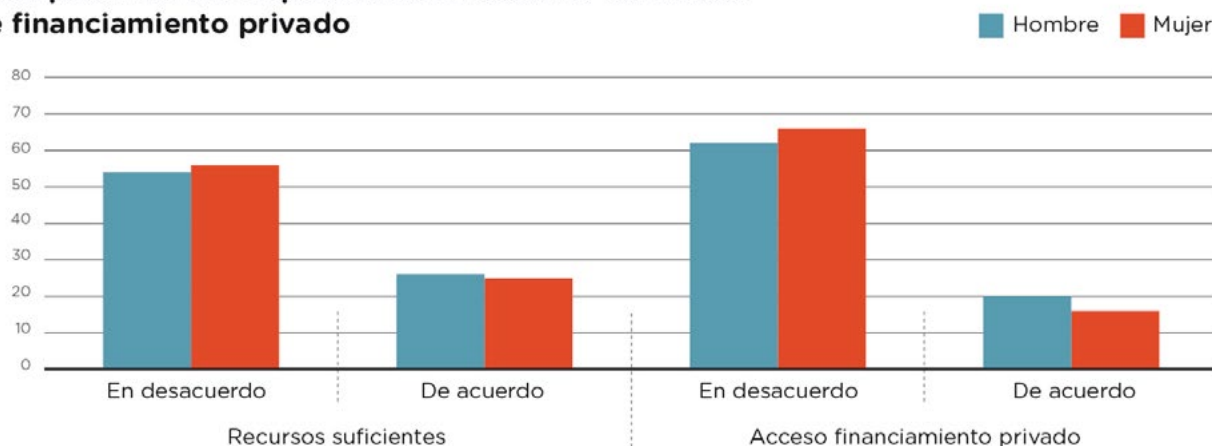
Percepción de los emprendedores sobre aspectos de políticas públicas, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.3B

Percepción de los emprendedores sobre la existencia de financiamiento privado



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

financiación se ven limitadas. En la misma línea, uno de los tres obstáculos principales planteados por los empresarios colombianos es la falta de preparación, por lo cual, es importante que los empresarios aprendan estrategias que les permitan conocer mejor el mercado para que no tengan falta de ventas y disminuyan los riesgos de tener problemas financieros (principales factores de cierre). Cabe resaltar que, según los datos de la encuesta, la mayoría de los emprendedores que mencionan haber cerrado empresas afirman que la prioridad

política más importante para Colombia es la disminución de impuestos para Pymes, es decir, hacen especial hincapié en la brecha de carga administrativa para crecer (regulaciones, impuestos, etc.).

5.3.3 Percepción del ecosistema de emprendimiento y principales obstáculos para México

En el análisis del ecosistema de emprendimiento en México, primero hay que observar que no existen grandes diferencias entre géneros. Por esta ra-

zón, los siguientes gráficos presentarán los datos separados por género sólo cuando sea pertinente, es decir, cuando se vean diferencias relevantes. Hay que recordar que México es el país con menor número relativo de mujeres que han participado en la encuesta.

Con relación al elemento políticas públicas, el **Gráfico 5.3.3A** presenta las respuestas de los emprendedores mexicanos, por género. En relación al “acceso a subsidios gubernamentales para empresas nuevas y en crecimiento”, siendo un mayor porcentaje de hombres emprendedores que está en desacuerdo con esa realidad (55%). Por su parte el 32% de las mujeres emprendedoras dice estar de acuerdo con esta afirmación.

Con respecto a los programas públicos de fomento, el 41% de los emprendedores encuestados afirman estar en desacuerdo de que son un aporte para la creación y crecimiento de empresas. De la misma forma, el 54% declaró estar en desacuerdo con que las políticas públicas son un aporte para la creación y crecimiento de empresas. En relación a la presencia de corrupción gubernamental en encargados de políticas de emprendimiento, el 74% de los emprendedores encuestados percibe corrupción, siendo por género el 75% de los hombres y el 67% de la mujeres quienes perciben que esa es la realidad.

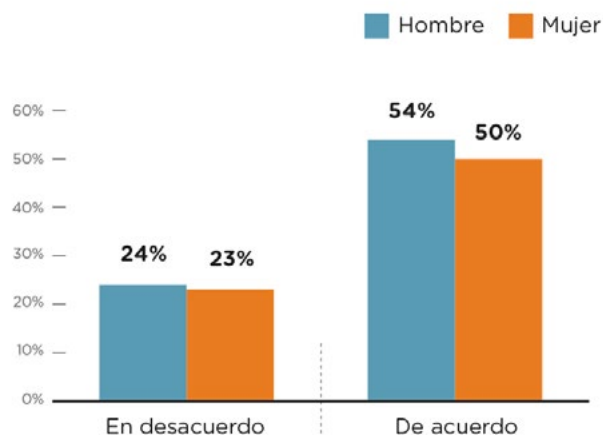
Con relación al financiamiento, analizando particularmente aspectos como recursos suficientes y acceso al financiamiento privado, el 55% del total de emprendedores mexicanos encuestados declara estar en desacuerdo con ambas afirmaciones. Respecto a los totales por género (**Gráfico 5.3.3B**), se tiene que el 54% de los hombres y el 56% de las mujeres manifiestan no haber “tenido recursos suficientes para producir un producto o servicio. En relación al acceso al financiamiento privado, 62% de los hombres y 66% de las mujeres están en desacuerdo con tal afirmación.

Comparando los **Gráficos 5.3.3B** y **5.3.3C**, se puede concluir que las mujeres emprendedoras que participaron en la encuesta perciben que el acceso a subsidios gubernamentales es más factible que el acceso a recursos financieros que ofrece el sector privado.

Respecto al capital humano presente en el país,

Gráfico 5.3.3C

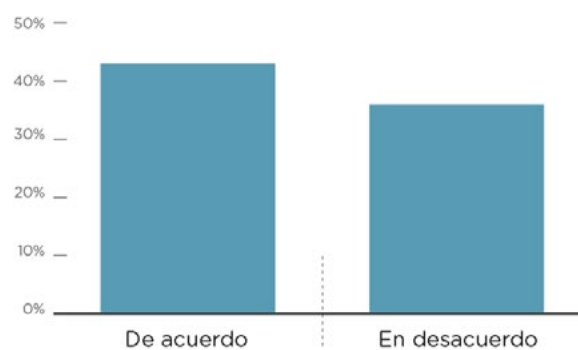
Percepción sobre la contribución del capital humano disponible en el país a la creación y crecimiento de las empresas, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.3D

Percepción sobre futuras oportunidades de negocio en la región



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

el 53% de los encuestados en México cree que es un aporte para la creación de empresas en el país, el 54% de los hombres y el 50% de las mujeres (**Gráfico 5.3.3C**).

En cuanto a la percepción de los encuestados sobre los mercados, o sea, la existencia de condiciones para emprender, producir y distribuir sus

productos, los mexicanos en general tienen una percepción positiva (43%). Mientras tanto, la diferencia entre los que no están de acuerdo y los que sí no es muy grande, como se puede ver en el **Gráfico 5.3.3D**.

En términos de la cultura del emprendimiento en México (**Gráfico 5.3.3E**), 61% está de acuerdo con la afirmación de que “el principal impedimento para crear una empresa es el temor para fracasar”. En ese sentido y corroborando la falta de cultura de emprendimiento, la mayoría (38%) de los encuestados afirman que no hay reconocimiento de los emprendedores exitosos en el país.

Obstáculos y factores de cierre

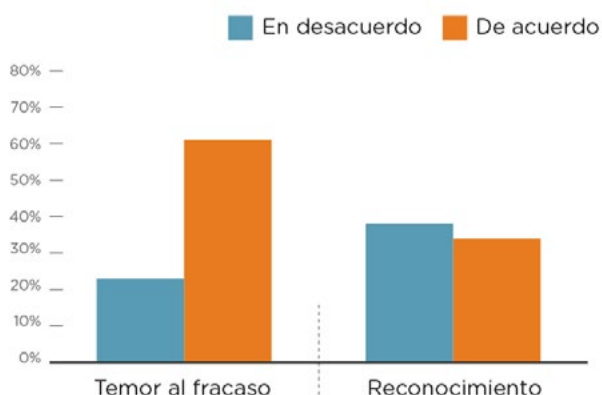
En cuanto a los obstáculos para abrir un negocio en México, los encuestados priorizaron la “Disponibilidad y/o acceso a financiamiento” (74% hombres y 69% mujeres), seguido por “Acceso a redes de contactos” (32% hombres y 29% mujeres) y “Falta de preparación y conocimiento en la materia” (33% mujeres y 28% hombres). Sin ser menos, cabe destacar temas como “Disponibilidad de tiempo” (27% hombres y 16% mujeres) y “Falta de confianza para asumir los riesgos involucrados” (26% mujeres y 21% hombres).

El **Gráfico 5.3.3G** muestra la priorización de obstáculos por género. Si bien se observa una tendencia similar entre hombres y mujeres, al momento de seleccionar los principales obstáculos, es interesante observar que para las mujeres emprendedoras cobran mayor relevancia aspectos como “la falta de preparación y conocimiento” o la “falta de confianza para asumir riesgos”. Estos factores van en línea con lo ya descrito en la literatura sobre la mayor aversión al riesgo que tiene las mujeres. Respecto a los principales factores de cierre según la percepción de los entrevistados, estos son los “Problemas financieros”, “la Falta de ventas”, “Falta de conocimiento del mercado”, “Problemas con socios” y la “Falta de conocimientos técnicos”. Dicho lo anterior, queda claro que tanto el principal obstáculo para la apertura de un negocio, como el factor de cierre más mencionado, están relacionados con la disponibilidad o acceso a financiamiento.

En relación a los factores de cierre se ve una ten-

Gráfico 5.3.3E

Características de la cultura emprendedora en el país



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

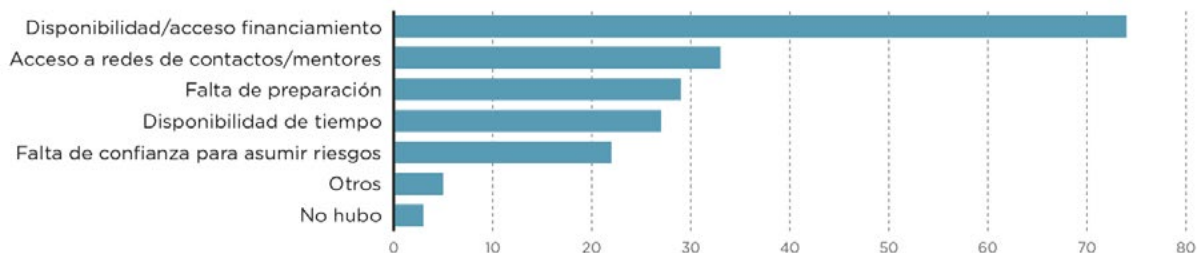
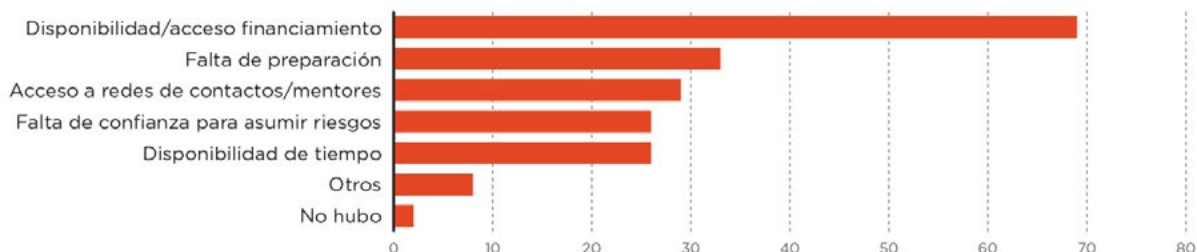
dencia muy similar entre hombres y mujeres emprendedores. Sin embargo, los hombres suelen tener más problemas con socios que las mujeres, en términos relativos.

5.3.4 Percepción del ecosistema de emprendimiento y principales obstáculos para Perú

Para el caso de Perú, el **Gráfico 5.3.4.A** muestra resultados interesantes desde el punto de vista de política pública. En cuanto a la corrupción, el 68% de los emprendedores peruanos encuestados están de acuerdo en identificarlo como un factor importante para el ambiente de negocios, en el cual se desempeñan. Desde una perspectiva de género, se tiene que el 72% de los hombres y el 65% de las mujeres están de acuerdo con esta afirmación. La confianza y la buena fe son la base para iniciar nuevos negocios y los episodios recientes de las grandes empresas de infraestructura en el Perú no han contribuido a fortalecer estos conceptos en el ecosistema.

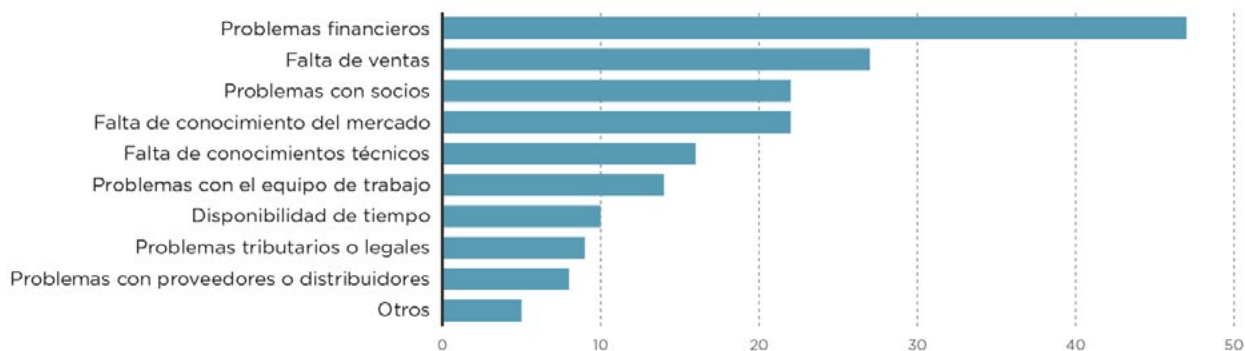
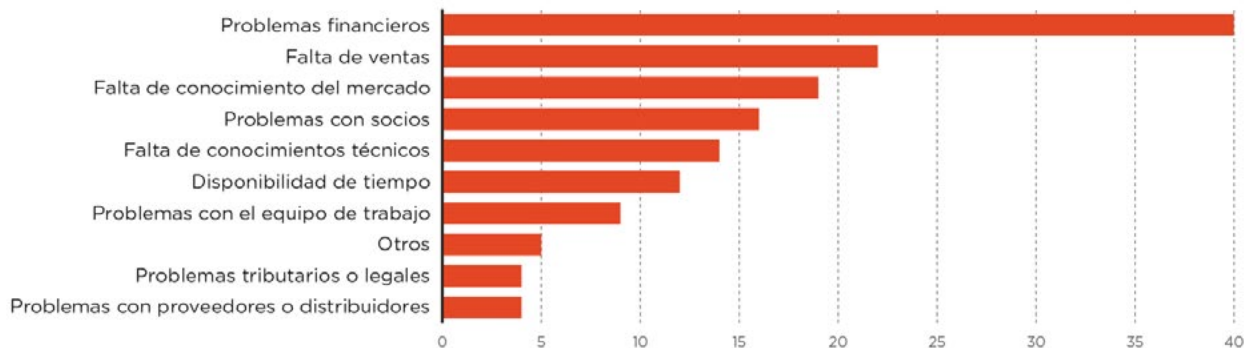
Sobre los subsidios en la ciudad, existe una diferencia entre hombres y mujeres. Las mujeres expresan un menor desacuerdo (63% de las mujeres y el 64% de los hombres están en desacuerdo), ya que, a la fecha, en Perú, se vienen orientando programas de apoyo de género (esto muestra una preferencia de apoyo a los esfuerzos de las mujeres por el inicio de nuevos negocios). El aspecto

Gráfico 5.3.3G

Ranking de Obstáculos por género**A. Ranking de obstáculos - Hombres****B. Ranking de obstáculos- Mujeres**

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

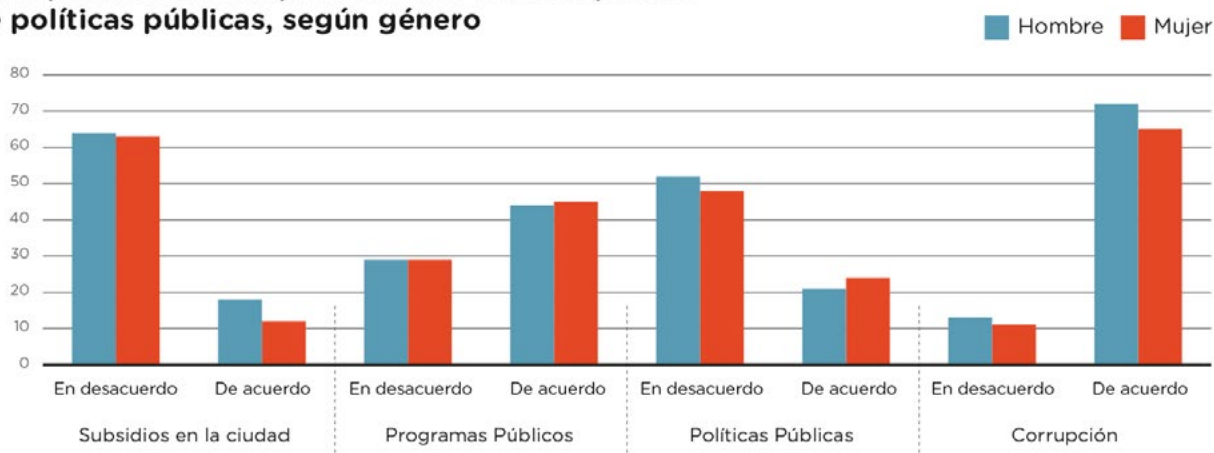
Gráfico 5.3.3H

Ranking de factores de cierre por género**A. Ranking de factores de cierre - Hombres****B. Ranking de factores de cierre - Mujeres**

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.4A

Percepción de los emprendedores sobre aspectos de políticas públicas, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

de políticas públicas no es bien percibido en Perú: el 50% de emprendedores encuestados no está de acuerdo de que las políticas públicas son un aporte a las empresas, por la gran rotación en los cargos de alta dirección en los ministerios. En los últimos años esto se ha reforzado con el relevo del Presidente de la República del Perú. Sin embargo, a nivel de programas públicos (ejecución de las políticas del Estado) se tiene una buena percepción, el 44% de los hombres y el 45% de las mujeres están de acuerdo. Así existen programas como Innóvate Perú y Startup Perú, que son ejemplos claros de cómo el Estado puede brindar apoyo de manera efectiva además de ser eficiente en el uso de los recursos para fortalecer el ecosistema sin su intervención directa.

El **Gráfico 5.3.4B** muestra la percepción de hombres y mujeres sobre el acceso al financiamiento. A la pregunta si se tuvo recursos suficientes, en ambos géneros, la mayoría contestó estar en desacuerdo. Respecto del total de emprendedores que contestó la pregunta, se tiene que el 40% está en desacuerdo. Esto podría explicarse por el rápido desarrollo que sufren las startups o emprendedores y microempresas al inicio de su actividad, por lo que la demanda de capital se incrementa y los recursos asignados, por lo general, no sustentan el crecimiento del negocio.

Del total de emprendedores que contestaron la pregunta se tiene que el 63% está en desacuerdo

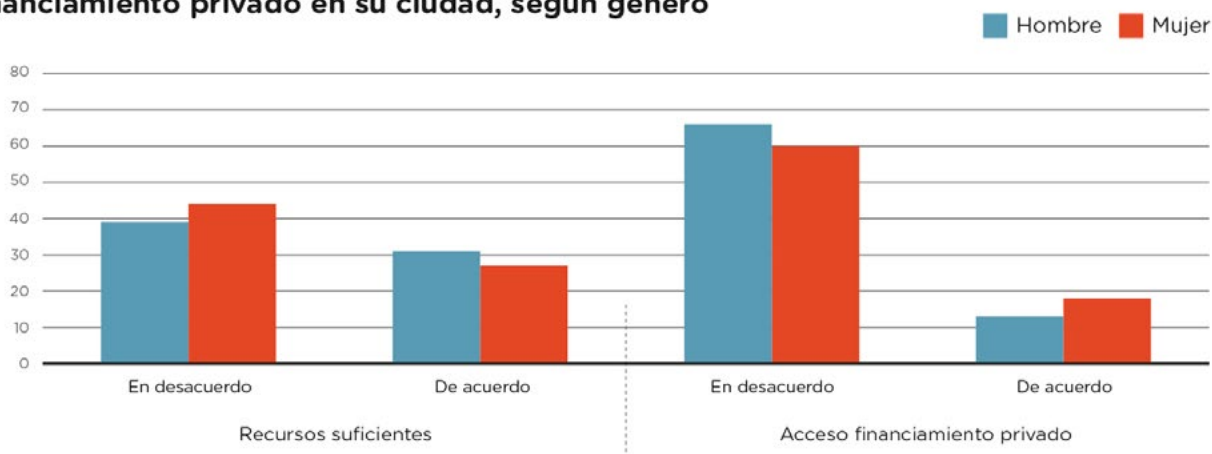
respecto al acceso a financiamiento privado. Visto por género, se tiene que el 66% de los hombres y el 60% de las mujeres están en desacuerdo. Actualmente existe una Asociación Peruana de Capital Semilla (PECAP) que agrupa a las principales redes de inversores privados e inversionistas organizados en pequeños fondos privados. Esta actividad, si bien está creciendo todavía, su desarrollo viene siendo insuficiente para atender el gran flujo de emprendimientos y pequeños negocios que se generan en el ecosistema peruano. Entonces la percepción indicada en el **Gráfico 5.3.4B** es correcta. Un aspecto importante que considerar es que el Estado, a través del Programa Innóvate Perú del Ministerio de la Producción, está incentivando vía recursos no reembolsables, la creación de fondos de Venture Capital en el Perú.

En el **Gráfico 5.3.4C** hay un gran consenso, entre hombres (50%) y mujeres (58%), con respecto a la importancia del Capital Humano en el desarrollo de los pequeños negocios y emprendimientos de alto impacto. No cabe duda de que la percepción responde a una necesidad en el mercado peruano de jóvenes calificados para atender a estos nuevos puestos de trabajo que requieren los negocios disruptivos. Esto hace que el mercado de nuevos programas de capacitación se dinamice y la necesidad de nuevo talento siga creciendo.

Aunque el 57% de los emprendedores peruanos encuestados es optimista respecto a futuras

Gráfico 5.3.4B

Percepción de los emprendedores sobre la existencia de financiamiento privado en su ciudad, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

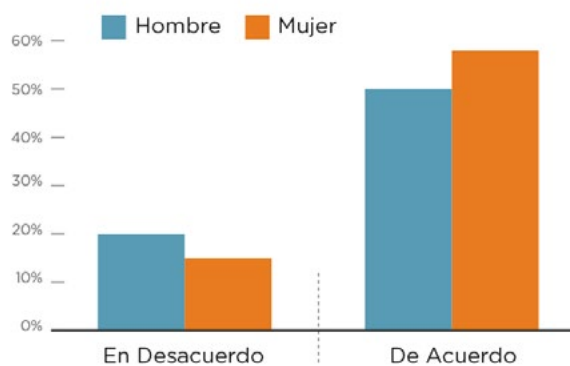
oportunidades para su negocio en su región, en el **Gráfico 5.3.4D** se muestra el resultado sobre aspectos culturales de los emprendedores en ambos géneros, siendo señalado el temor al fracaso como una barrera importante para el desarrollo de nuevos negocios y de nuevas pequeñas empresas. Proporcionalmente el temor al fracaso es mayor (62% del total de emprendedores) que el reconocimiento del éxito emprendedor (38%). En el caso peruano, la sociedad no premia necesariamente al que fracasa, por lo general lo estigmatizan y lo señalan como un “apostador”, no incentivando de esta manera conductas innovadoras en el ecosistema. Sin embargo, hay que mencionar un componente adicional, como lo es la SUNAT. Si una empresa no llega a funcionar del todo bien, por lo general, deja un rastro de incumplimiento tributario que persigue al fundador de la empresa o al emprendimiento por el resto de su vida económicamente activa; este elemento, ligado a la férrea supervisión bancaria en el Perú, dificulta el camino de un financiamiento sostenible a medida que el negocio crece en el ecosistema.

Obstáculos y factores de cierre

Con respecto a los obstáculos por parte de los emprendedores peruanos, en el **Gráfico 5.3.4E** se observa que ambos géneros identifican, una vez más, la disponibilidad/acceso al financiamiento

Gráfico 5.3.4C

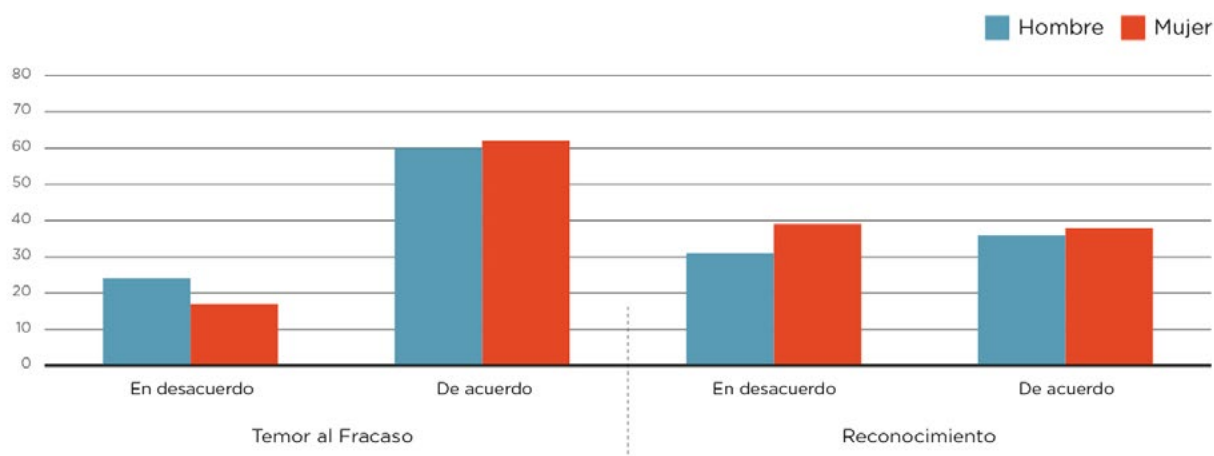
Percepción sobre la contribución del capital humano disponible en el país a la creación y crecimiento de las empresas, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

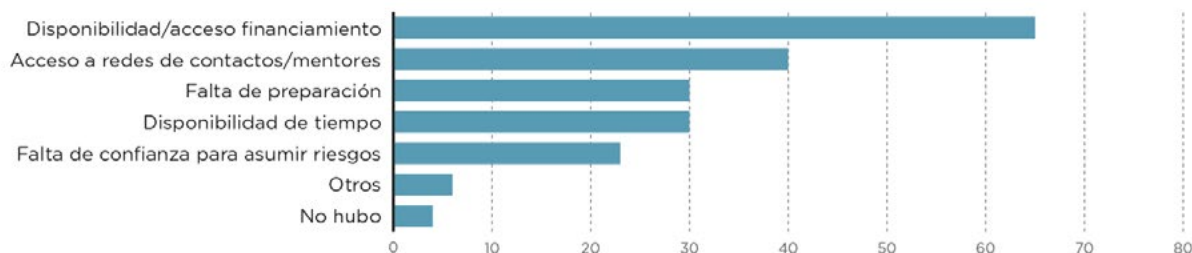
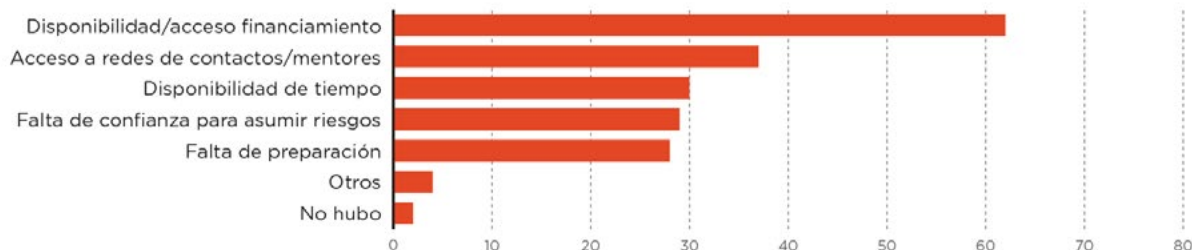
como uno de los obstáculos más importantes, que puede ser considerado tanto en lo formal como informal. En el ámbito formal, la disponibilidad de líneas de crédito por la propia regulación que dificulta tomar riesgos o si los toman significan tasas de interés muy altas. En cambio, la financiación informal ya recoge este riesgo y también son tasas de interés muy altas de más fácil acceso; sin embargo, no permiten la generación suficiente

Gráfico 5.3.4D

Características de la cultura emprendedora en el país por género

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 5.3.4E

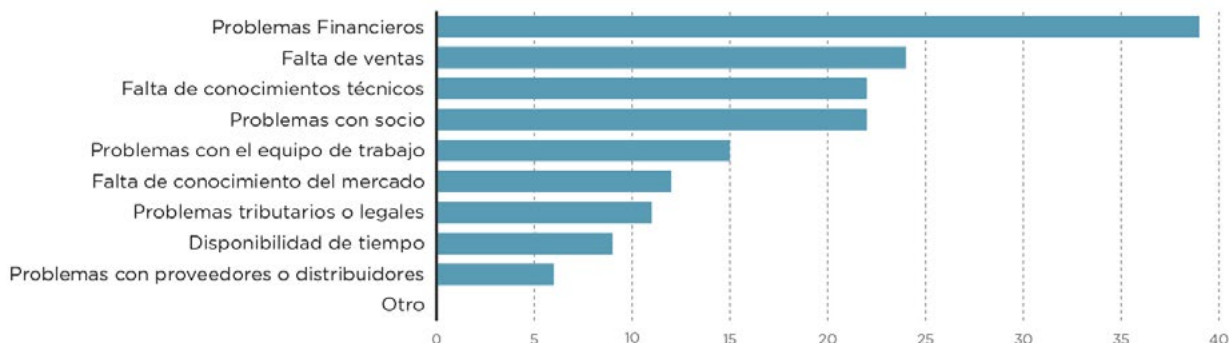
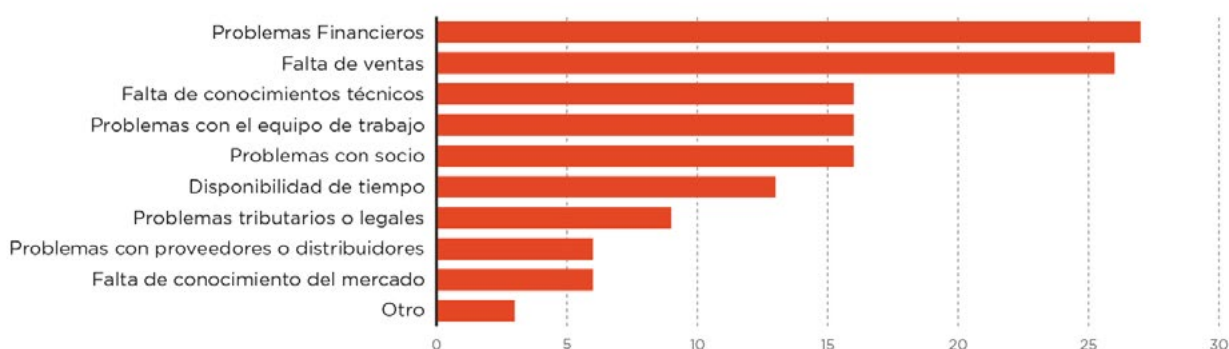
Ranking de obstáculos por género**A. Ranking de obstáculos - Hombres****B. Ranking de obstáculos - Mujeres**

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

de recursos destinados el crecimiento del propio negocio. Es interesante ver que, en Perú, la segunda razón es la disponibilidad de tiempo en ambos géneros. Esto puede significar que además del pequeño negocio o emprendimiento, el emprendedor tenga un trabajo como dependiente u otros pequeños negocios que atender. Es común

encontrar a emprendedores por necesidad que además cuentan con ocupaciones alternativas para completar la canasta familiar de una manera constante y asegurar así su bienestar familiar. Como tercer componente aparece el desacuerdo entre hombres y mujeres. Los primeros señalan la falta de confianza para asumir riesgos, lo que se

Gráfico 5.3.4F

Ranking de factores de cierre por género**A. Ranking de factores de cierre - Hombres****B. Ranking de factores de cierre - Mujeres**

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

puede traducir en la responsabilidad de mantener el hogar como primera prioridad. En el caso de las mujeres, el tercer obstáculo es acceso a redes de contactos o mentores. En el caso peruano, se puede tener dos puntos de vista según el rango de edad. Inicialmente es un tema de acceso a instituciones de apoyo a los emprendedores, como universidades o espacios de *coworking*, aceleradoras, eventos, etc. Luego pasa a ser un factor de tiempo si ya tiene familia o hijos, que ocupan su prioridad para acceder a los espacios en instituciones o eventos destinados a estos fines. Este último punto podría también explicar el otro factor en el caso de las mujeres, como es la falta de preparación: el tiempo escaso.

El **Gráfico 5.3.4F** muestra el *ranking* de los factores de cierre y una vez más las coincidencias empiezan por problemas financieros, lo que significa no contar con más dinero para atender las necesidades del nuevo negocio o emprendimiento. El siguiente factor de cierre, similar para hombres y mujeres, es la falta de ventas, lo que está asociado a los problemas financieros ya que la falta de ventas significa pocos ingresos. El tercer factor de cierre es el de la falta de conocimiento técnico. En la siguiente sección es posible ver que los emprendedores peruanos tienden a recurrir a conocimientos propios o a internet para solucionar problemas de su negocio, lo que explica en parte la falta de conocimiento técnico. Es decir, aunque los emprendedores mencionen este problema, les falta estar más involucrados con instituciones que les puedan brindar conocimiento e información.

6. ASOCIATIVIDAD

En esta sección se analiza con mayor profundidad el elemento apoyo del ecosistema del emprendimiento (ver sección 5). En específico, se describen cuáles son las fuentes de información para los emprendedores de los distintos países de la Alianza y con quién buscan asociarse. Entendiendo que la proximidad geográfica es un factor importante cuando el emprendedor busca apoyo e información, el análisis se enfoca en cómo son consideradas las redes y asociaciones de emprendedores por los encuestados en cada uno de los países miembros de la Alianza del Pacífico.

6.1 Intensidad con que los encuestados recurren a distintos actores del ecosistema

Con relación a las fuentes de información y a quien se recurre para enfrentar problemas del negocio, esta sección presenta la intensidad con que los emprendedores recurren a algún actor o institución (el mismo emprendedor, amigos y familiares, internet, clientes o proveedores, asesor o consultor, entidades de apoyo empresarial, de educación, instituciones públicas, y asociación de emprendedores) para solucionar un problema específico relacionado con su negocio³⁶. El indicador de intensidad es calculado a partir del promedio de veces que los encuestados recurren a un actor determinado, es decir, el número de problemas distintos por los que se recurre a los distintos actores.

6.1.1 Chile

En Chile, la mayoría de las veces los emprendedores encuestados no buscan ayuda de terceros y cuando buscan solucionar un problema lo que

más usan es internet, seguido de amigos y familiares (Figura 6.1.1). Es interesante notar que mientras los encuestados chilenos apuntan a la falta de conocimiento o preparación como problemas que pueden llevar al cierre de las empresas, estos no recurren a los actores que pueden ofrecer conocimiento e información, como asociaciones de emprendedores, entidades de educación y/o de apoyo empresarial como las cámaras de comercio. Esto sugiere que existe una brecha entre las necesidades de los emprendedores y el contenido ofrecido por las asociaciones de emprendedores, entidades de educación, entidades de apoyo e instituciones públicas, desincentivando a los emprendedores a buscar apoyo en las estas fuentes.

Figura 6.1.1
Intensidad con que los encuestados recurren a distintos actores del ecosistema - Chile



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

³⁶ Los problemas para los cuales los emprendedores buscan apoyo se detallan en la sección 6.2.

6.1.2 Colombia

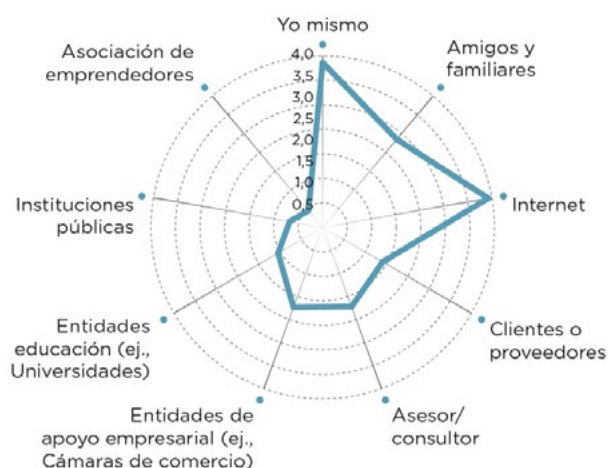
En Colombia, el actor del ecosistema al que más acuden los emprendedores es internet, seguido de ellos mismos y los amigos o la familia. Es importante analizar las razones de esta situación, ya que las asociaciones, instituciones y demás entidades pueden presentar problemas relacionados con la confianza que el empresariado percibe hacia ellos en caso de necesitar resolver algún problema. En Colombia, los datos sugieren que los pequeños empresarios tienden a buscar ayuda de asesores y consultores con mayor frecuencia que los microempresarios y los medianos, los que acuden principalmente a solicitar la ayuda de clientes o proveedores, entidades de educación y/o entidades de apoyo empresarial. Pareciera ser que a medida que aumenta el tamaño de la empresa, los empresarios tienen más conocimiento del ecosistema empresarial y recurren a actores que van más allá de su zona de comodidad.

6.1.3 México

En general, en México, ante diferentes circunstancias los emprendedores tratan de resolver diversas situaciones por ellos mismo. Le sigue en intensidad el internet, amigos o familiares y asesores y consultores. También los resultados dejan ver que, entre las opciones menos atractivas en cuanto a solución de sus problemas referentes al emprendimiento, están las instituciones públicas, las asociaciones de emprendedores y las entidades educativas.

Figura 6.1.2

Intensidad con que los encuestados recurren a distintos actores del ecosistema - Colombia



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Figura 6.1.3

Intensidad con que los encuestados recurren a distintos actores del ecosistema - México



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.1.4 Perú

En Perú, la mayoría de las veces los emprendedores encuestados recurren a internet, a amigos o familia y a ellos mismos para buscar ayuda en temas relacionados al emprendimiento. Como se puede observar, a lo que menos recurren los emprendedores son a instituciones públicas, entidades de educación y asociaciones de emprendimiento, siendo los dos primeros los que vienen impulsando a través de distintos programas como Innóvate Perú o distintos programas de capital semilla el emprendimiento en el país. Estos datos pueden indicar la falta de conocimiento de los programas públicos y privados.

Figura 6.1.4

Intensidad con que los encuestados recurren a distintos actores del ecosistema - Perú



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.2 Intensidad de búsqueda de apoyo externo por tipo de problema

El indicador de intensidad es calculado como el promedio de actores externos (amigos y familiares, internet, clientes o proveedores, asesor o consultor, entidades de apoyo empresarial, entidades de educación, instituciones públicas, y asociación de emprendedores) a los cuales recurre el emprendedor para cada problema planteado. Dentro de estos se considera:

1. Necesidad de ajustar el modelo de negocio (propuesta de valor)
2. Necesidad de conseguir más clientes o darse a conocer (ventas y marketing)
3. Necesidad de comercializar su producto (canal de distribución)
4. Necesidad de contratar gente adecuada (recursos humanos)

5. Necesidad de reducir costos o mejorar eficiencia (operaciones)
6. Necesidad de nueva tecnología
7. Necesidad de buscar socios o inversionistas (financiamiento)
8. Necesidad de capacitarse y/o aprender.

La intensidad de búsqueda de apoyo externo mide la cantidad de actores distintos a los cuales un emprendedor recurre para solucionar cada uno de sus problemas. Esto implica que en el caso de un emprendedor que recurre a un solo actor o institución para resolver un problema, a pesar de que estar muy involucrado con él, logra una baja intensidad de apoyo externo, mientras que otro emprendedor que recurre a distintos actores, pero no se involucra profundamente con cada uno de ellos, alcanza una alta intensidad de apoyo externo.

6.2.1 Chile

Existen diversos problemas que pueden surgir al momento de querer iniciar un negocio. La **Figura 6.2.1** presenta el indicador de intensidad de búsqueda de apoyo externo para solucionar problemas del emprendimiento según lo declarado por emprendedores chilenos. Se observa que los problemas relacionados con el modelo de negocio, venta y marketing, canal de distribución, nuevas tecnologías y capacitación son los problemas con mayor intensidad de búsqueda de ayuda externa. No obstante, el nivel de intensidad en cada uno de ellos es bajo, estando en torno 1, 8 actores por problema, lo que reafirma los resultados anteriores (**Figura 6.1.1**) referentes a que los emprendedores están más dispuestos a buscar soluciones por sí mismos.

Figura 6.2.1

Intensidad de apoyo externo - Chile



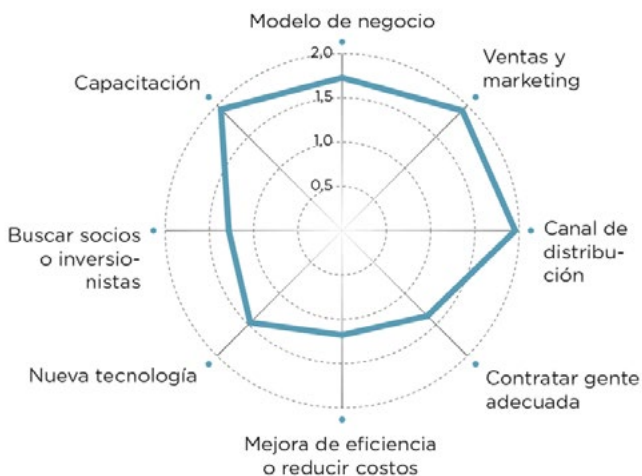
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.2.2 Colombia

En términos generales, los empresarios colombianos recurren con mayor frecuencia a ayuda externa cuando tienen problemas relacionados con: necesidad de comercializar su producto (canal de distribución), necesidad de conseguir más clientes o darse a conocer (ventas o marketing) y necesidad de capacitarse y/o aprender algo. Entre tanto, en promedio los emprendedores recurren a pocos actores por problema, menos de 2. Sin embargo, el hecho de recurrir a pocos actores puede significar que el emprendedor colombiano invierte su tiempo en menos actores, pero puede que esta relación sea más fuerte.

Figura 6.2.2

Intensidad de apoyo externo - Colombia



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.2.3 México

Problemas relacionados con ventas y marketing son los que más llevan a emprendedores mexicanos a buscar ayuda externa, seguido de la necesidad de capacitación, la identificación de canales de distribución y la elaboración del modelo de negocio. No obstante, en relación a la intensidad de búsqueda de apoyo externo los emprendedores mexicanos siguen la misma tendencia que los demás emprendedores de la Alianza. Es decir, en promedio cada emprendedor recurre a menos de 2 actores distintos por “problema”.

Figura 6.2.3

Intensidad de apoyo externo - México



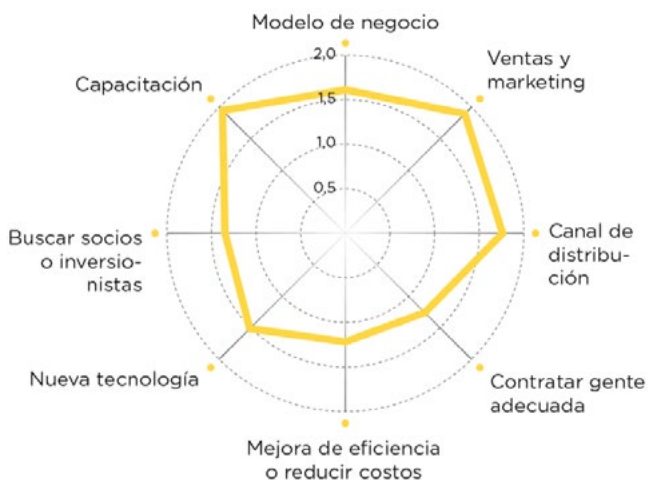
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.2.4 Perú

Como se puede apreciar en la **Figura 6.2.4** existen diferentes problemas para los emprendedores, sin embargo, aquellos que llevan a los emprendedores peruanos a buscar ayuda externa con más frecuencia son los asociados a: ventas y marketing, canal de distribución, modelo de negocio y capacitación. Los tres primeros temas son cruciales para éxito del emprendimiento, sobre todo el modelo de negocios, pues este es la base del emprendimiento. Sin embargo, como se observa en la figura los niveles de apoyo externo son bajos, lo cual puede implicar que exista una falta de difusión de programas de apoyo en estos temas esenciales o también que los emprendedores no buscan de manera eficiente el apoyo que necesitan.

Figura 6.2.4

Intensidad de apoyo externo - Perú



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.3 Análisis de la relación con Universidades, Instituciones Públicas, Asociación de Emprendedores y Entidades de apoyo empresarial por problema existente al momento de emprender

Universidades, instituciones públicas, asociación de emprendedores y entidades de apoyo son actores relevantes en el ecosistema de los emprendedores y que actúan de forma a intervenir directamente en ese ecosistema, a través de sus políticas y programas. Las entidades expertas en materias de emprendimiento y temas específicos asociados a productos, procesos o servicios cumplen el rol de ofrecer conocimiento e información de interés para los emprendedores y empresarios. Esta sección presenta cuáles son los problemas que llevan los emprendedores a recurrir a estas instituciones y entender mejor qué rol están sirviendo en el ecosistema.

6.3.1 Chile

En Chile, el 34% de los emprendedores encuestados dice recurrir a entidades de educación (universidades) para capacitación. En cuanto a la Asociación de Emprendedores de Chile, el 24% recurre a la asociación para capacitarse, luego el 15% lo hace para solucionar problemas de ventas

y marketing. Cuando el problema dice respecto a la necesidad de adoptar nuevas tecnologías solamente el 10% recurre a las universidades, siendo ese el mayor porcentaje entre las cuatro fuentes seleccionadas para ese problema. Entidades de apoyo empresarial aparecen como importantes fuentes de información cuando el problema corresponde a conocer nuevos clientes y buscar nuevos socios (**Gráfico 6.3.1**).

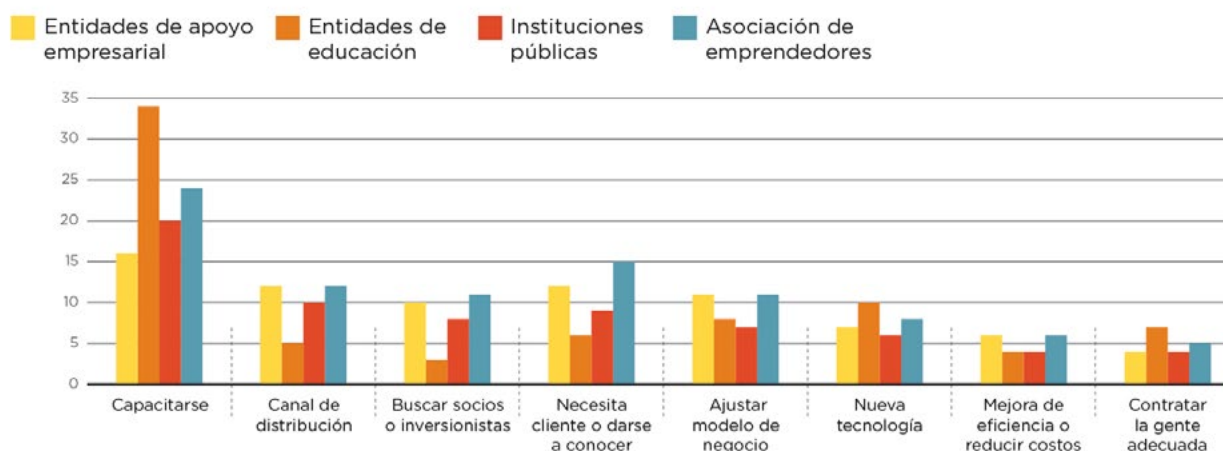
6.3.2 Colombia

La necesidad de capacitarse es el principal problema de los empresarios colombianos por el que solicitan ayuda a instituciones públicas, entidades de educación, entidades de apoyo empresarial y la asociación de emprendedores del país. En cuanto a capacitación, el 35% de los emprendedores que han participado de la encuesta afirma recurrir a entidades de educación, el 27% a las instituciones públicas y el 22% a la asociación de emprendedores.

Por otro lado, menos de 10% recurre a alguna de estas instituciones o entidades por temas relacionados a necesidad de nueva tecnología o contratación de personal. Lo que podría sugerir falta de incentivos para generar el vínculo entre universidad y empresa.

Gráfico 6.3.1

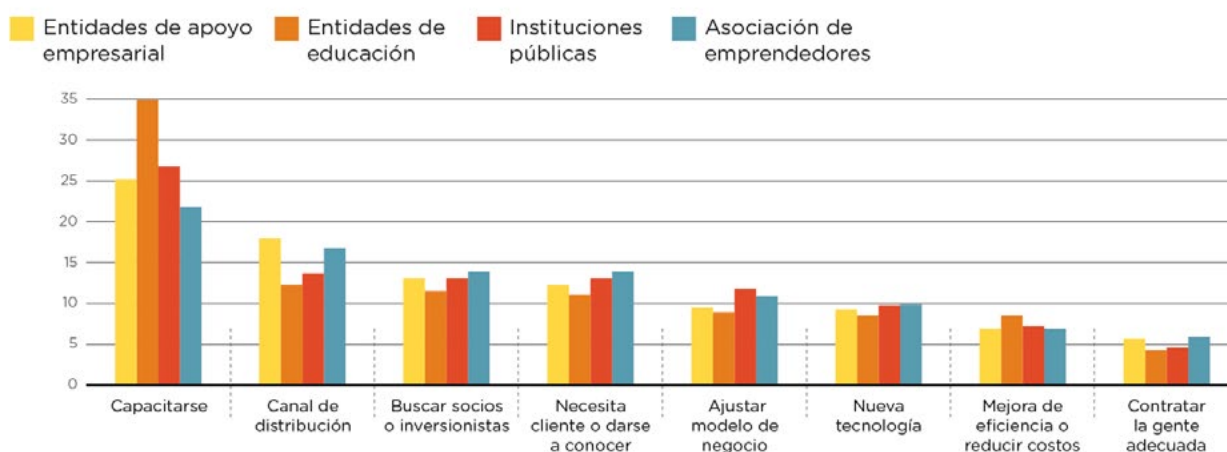
Porcentaje de emprendedores que recurren a distintos actores según problema - Chile



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.3.2

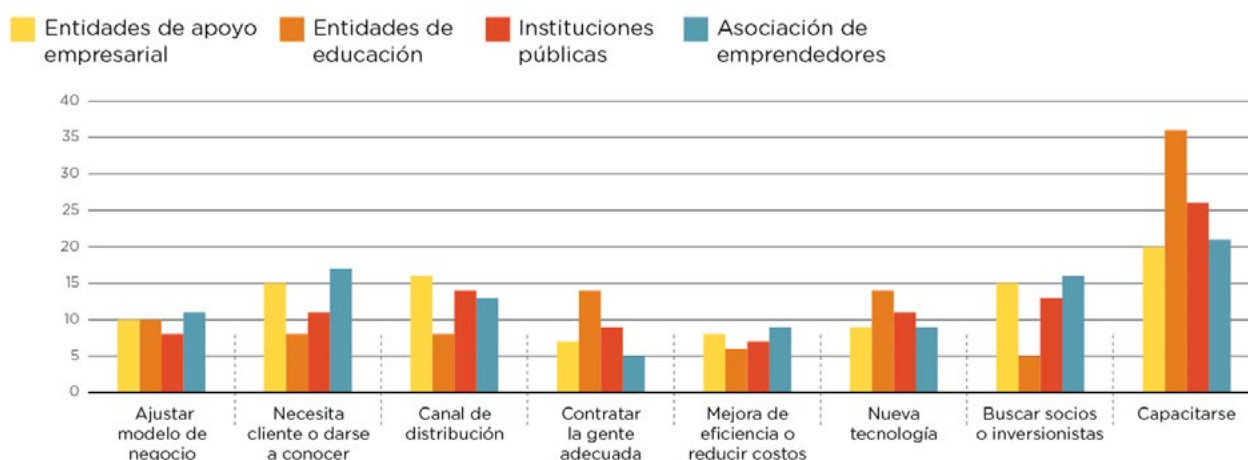
Porcentaje de emprendedores que recurren a distintos actores según problema - Colombia



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.3.3

Porcentaje de emprendedores que recurren a distintos actores según problema - México



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Finalmente, el otro motivo que lleva a los emprendedores a buscar a la asociación de emprendedores es el ajuste a modelo de negocio, con un 17% (Gráfico 6.3.2).

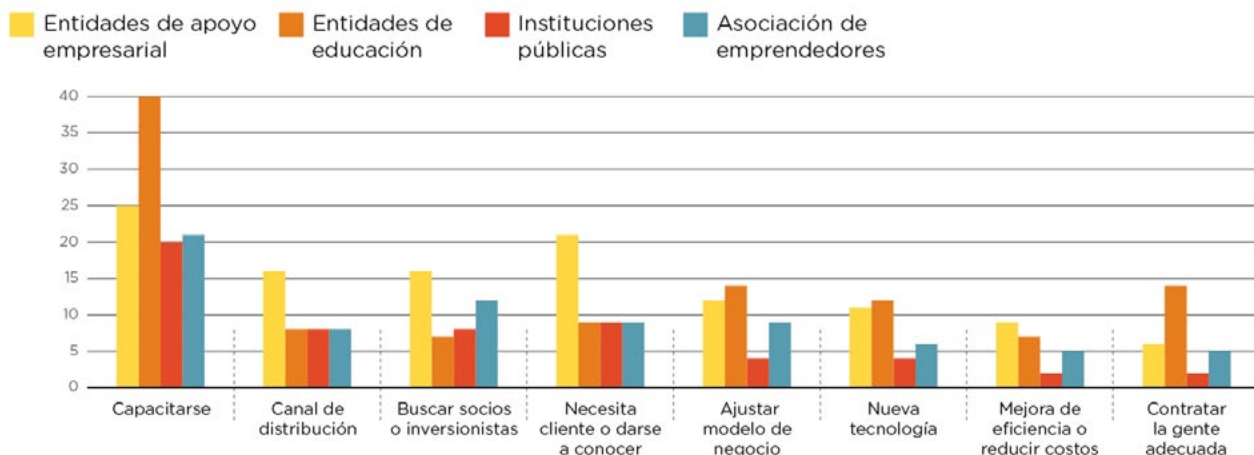
6.3.3 México

Al analizar el vínculo con actores como universidades, instituciones públicas, asociaciones de emprendedores y entidades de apoyo, se observa (Gráfico 6.3.3) que, para enfrentar la falta de

capacitación, como podría esperarse, se recurre principalmente a entidades de educación como universidades (30% de los emprendedores). Sin embargo, las entidades de apoyo empresarial también cobran un rol importante al momento de querer enfrentar este problema, puesto que el 19% de los emprendedores declara acercarse a este de tipo de institución para intentar resolverlo. Es más, si la necesidad es identificar canales de distribución (15% de los emprendedores), buscar

Gráfico 6.3.4

Porcentaje de emprendedores que recurren a distintos actores según problema - Perú



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

inversionistas o nuevos socios (14% de los emprendedores), o darse a conocer (14% de los emprendedores) se tiene un mayor acercamiento a entidades de apoyo empresarial, respecto de los otros actores analizados.

Las instituciones públicas son requeridas principalmente cuando la necesidad está asociada a capacitación o búsqueda de nuevos socios o inversionistas, concentrando estas necesidades un 15% y 8% de los emprendedores encuestados, respectivamente. Respecto de las asociaciones de emprendedores, el 15% de los emprendedores declara recurrir a ellas cuando la necesidad es capacitarse y mientras que un 12% lo hace para darse a conocer o buscar socios o inversionistas.

6.3.4 Perú

Si bien en Perú existen diferentes entidades que fomentan el emprendimiento y brindan distintos programas de capacitación y difusión, los emprendedores recurren en mayor medida a entidades de educación y entidades de apoyo empresarial para temas como buscar socios, capacitarse, validar el modelo de negocio, entre otros. Sin embargo, el 40% acude a las entidades educacionales para capacitarse. La baja demanda por las otras entidades, en lo que se refiere a capacitación cuando se compara con entidades educativas, sugiere que estas no dan a conocer de manera directa

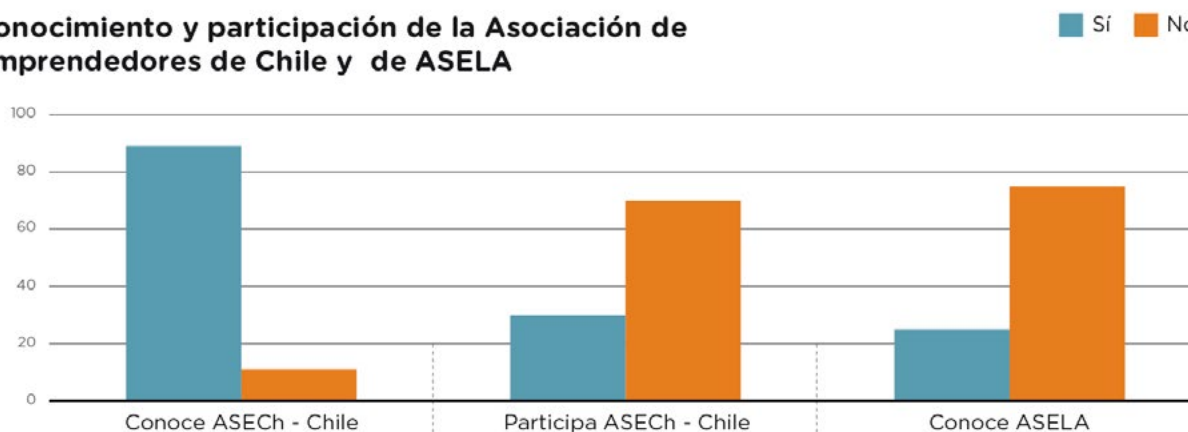
que tienen diferentes tipos de programas para emprendedores, o los emprendedores no confían en dichas entidades que fomentan el emprendimiento. En el **Gráfico 6.3.4** se destaca que el 21% de los emprendedores encuestados en Perú recurre a entidades de apoyo empresarial para darse a conocer o por necesitar nuevos clientes. Con respecto a la asociación de emprendedores, 21% recurre a esta para la capacitación y el 12% lo hace en búsqueda de un nuevo socio o inversionista.

6.4 Conocimiento de la Asociación de Emprendedores en cada país y vinculación

Teniendo en cuenta que la Asociación de Emprendedores (ASE) de cada país y la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA) son actores importantes para el desarrollo del ecosistema del emprendimiento a nivel nacional y regional, esta sección investiga el grado de conocimiento y participación de los encuestados en estas instituciones. Aunque la muestra analizada presente un sesgo de selección (ver sección 2), es posible notar que existen espacios para acciones que fomenten más la participación de los emprendedores en este tipo de instituciones. Además, en base a estos datos se pueden proponer y diseñar estrategias para dar a conocer y visibilizar de mejor forma este tipo de asociaciones, apuntando a lograr un

Gráfico 6.4.1

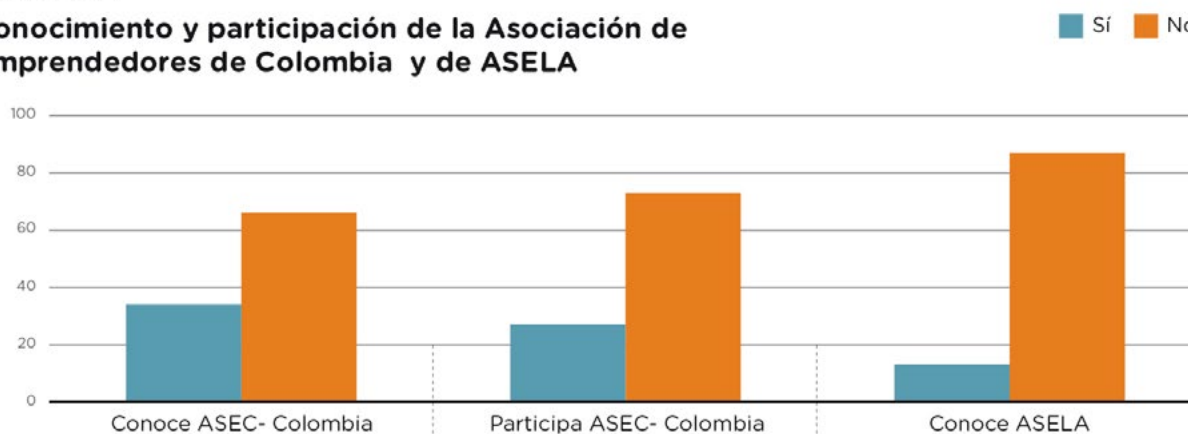
Conocimiento y participación de la Asociación de Emprendedores de Chile y de ASELA



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.4.2

Conocimiento y participación de la Asociación de Emprendedores de Colombia y de ASELA



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

mayor nivel de colaboración en el ecosistema de emprendimiento. Los gráficos en esta sección suponen el total de encuestados, para cada uno de los géneros considerados, que han contestado las preguntas referentes a las ASEs y ASELA.

6.4.1 Chile

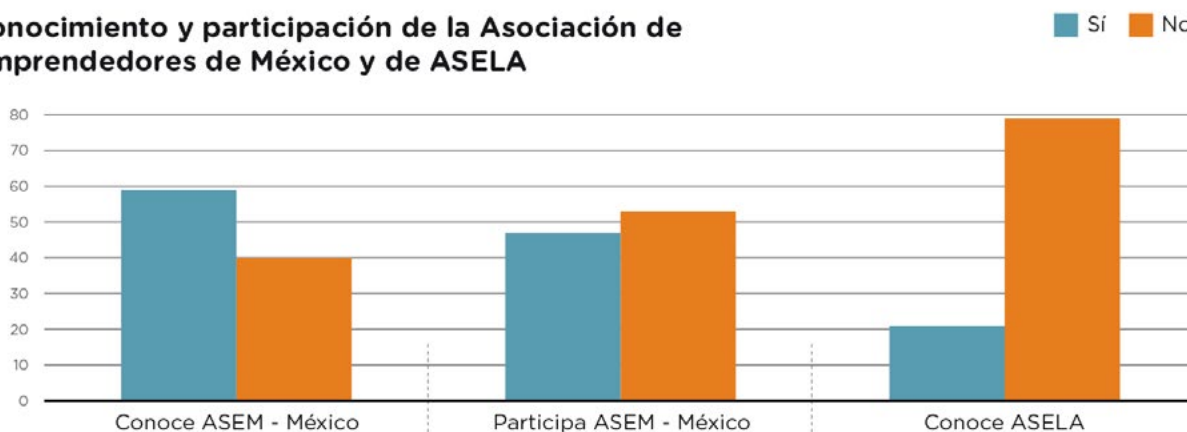
En Chile la mayoría de los encuestados, casi el 90%, reporta conocer a la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECh), tal como se observa en el **Gráfico 6.4.1**. Sin embargo, los que declaran participar son menos de la mitad (31%). Respecto al nivel de conocimiento de la ASELA, el 75% de los emprendedores chilenos declara no conocerla, lo que sugiere incrementar las actividades de difusión por parte de esta institución.

6.4.2 Colombia

En el caso de Colombia, sólo el 34% de los emprendedores que han participado de la encuesta conoce la ASEC, mientras que el 27% declara participar de sus actividades. Esto indica que falta una mayor difusión a través de los diversos medios de comunicación para que los empresarios conozcan los beneficios que les puede ofrecer la asociación. Respecto a la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA) la mayoría de los encuestados desconoce a la ASELA (87%), lo que nuevamente sugiere profundizar el trabajo de promoción de la asociación regional y los beneficios que esta puede ofrecer al emprendedor (**Gráfico 6.4.2**).

Gráfico 6.4.3

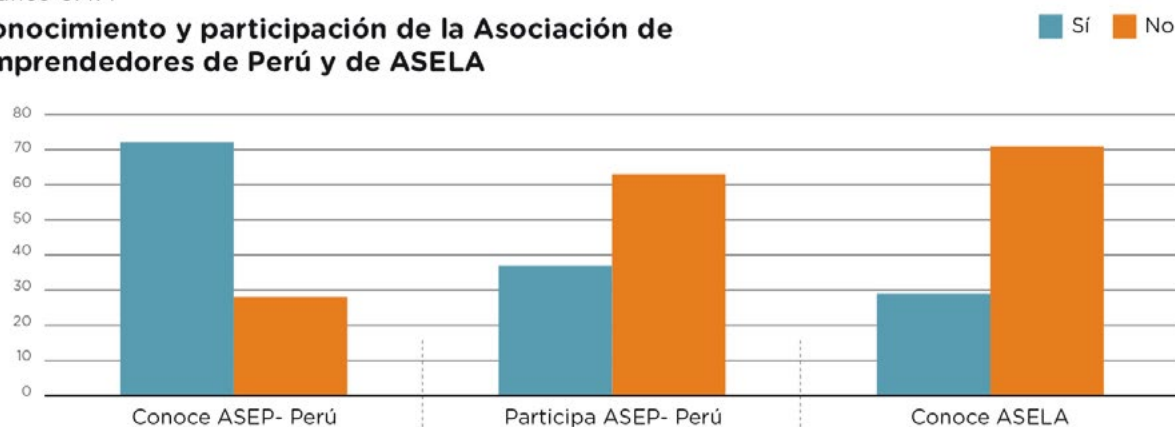
Conocimiento y participación de la Asociación de Emprendedores de México y de ASELA



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.4.4

Conocimiento y participación de la Asociación de Emprendedores de Perú y de ASELA



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.4.3 México

Se observa que la Asociación de Emprendedores de México (ASEM) es conocida por el 59% de los emprendedores que respondieron la pregunta. Sin embargo, sólo 257 encuestados (47%) dicen participar en la Asociación. Es importante reconocer que entre los que dicen participar en la ASEM se encuentran principalmente los emprendedores en etapa temprana, seguidos de aquellos que ya alcanzaron una consolidación.

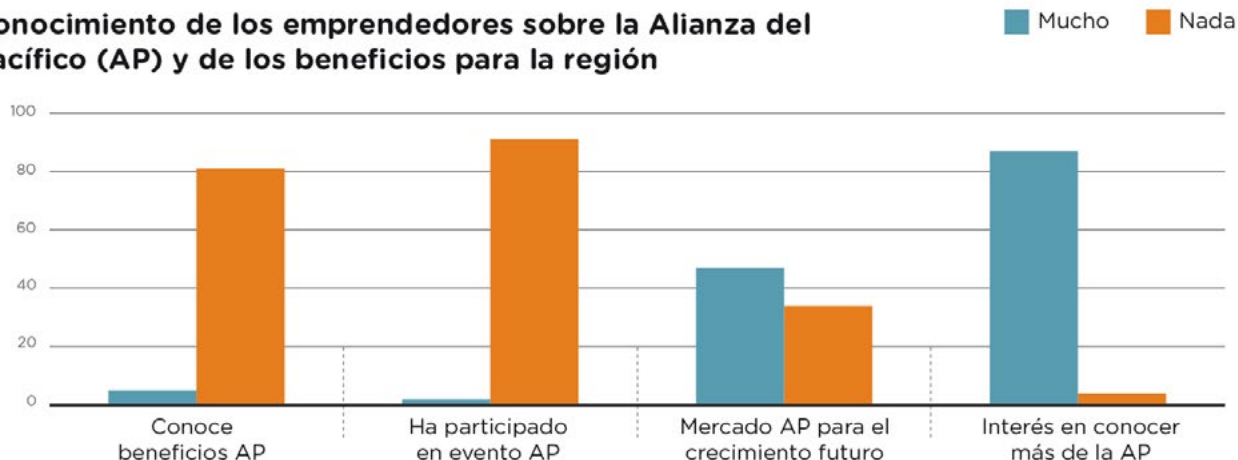
Por otro lado, una gran parte de los emprendedores mexicanos (79%) manifiesta no conocer a la ASELA. Esto sugiere la necesidad de promocionar la Asociación Latinoamericana a través de la ASEM ya que 47% del total de emprendedores mexicanos encuestados sí participan en la asociación de emprendedores de su país (**Gráfico 6.4.3**).

6.4.4 Perú

El 72% de los emprendedores encuestados indica conocer la Asociación de Emprendedores de Perú, sin embargo, en cuanto al porcentaje de emprendedores que participan corresponde sólo al 37%. Esto se puede deber a la falta de conocimiento de los emprendedores de las asociaciones o entidades que promueven el emprendimiento, así como también de la falta de comunicación para difundir los diversos programas que la asociación realiza. En cuanto al desconocimiento de la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA), este asciende al 71%. En este sentido, se deberían tomar acciones para difundir a nivel nacional a ambas asociaciones y a los programas que brindan a los emprendedores para que estos se vean interesados en asistir y en conectarse (**Gráfico 6.4.4**).

Gráfico 6.5

Conocimiento de los emprendedores sobre la Alianza del Pacífico (AP) y de los beneficios para la región



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.5 Conocimiento de la Alianza del Pacífico (AP) y de los beneficios para la región

Dentro de las iniciativas para promover el emprendimiento y la innovación en la región, la AP tiene tres proyectos para apoyar a emprendedores: AcelerAP, ÁngelesAP y InnovaAP. Estos proyectos tienen como objetivo proporcionar apoyo a emprendedores y fortalecer los cinco principales pilares a desarrollar definidos por la Alianza del Pacífico (AP): capital humano, generación y transferencia de conocimiento, mentalidad y cultura, financiamiento y marco regulatorio.

En este sentido, se desea saber si los emprendedores de la región conocen las iniciativas impulsadas por la AP. Para esto se definieron cuatro afirmaciones sobre la AP, donde las dos primeras tienen relación con el grado de conocimiento y participación de los encuestados sobre beneficios y eventos de la AP. Las otras dos afirmaciones indagan sobre si los emprendedores consideran que el mercado de la AP podría contribuir al futuro crecimiento de la empresa y sobre el interés por saber más sobre la Alianza.

Cada afirmación se evaluó a través de una escala de Likert, siendo 1 nada y 5 mucho. Para poder mostrar de mejor manera los datos, las respuestas fueron agrupadas en nada (1 y 2) y mucho (4 y 5). La respuesta algo (3) no es presentada, dado el bajo número de respuestas en esta categoría.

Para cada pregunta fue considerado el total de emprendedores que han contestado la pregunta. El **Gráfico 6.5** presenta las respuestas de los emprendedores. En general, se observa que los emprendedores encuestados en su mayoría mencionan no conocer (81%) ni participar de eventos de la AP (91%). Sin embargo, se observa que gran parte de los encuestados considera que el mercado de la AP podría contribuir al crecimiento futuro de la empresa (47%) y que existe interés en conocer más acerca de la AP (87%).

6.5.1 Chile

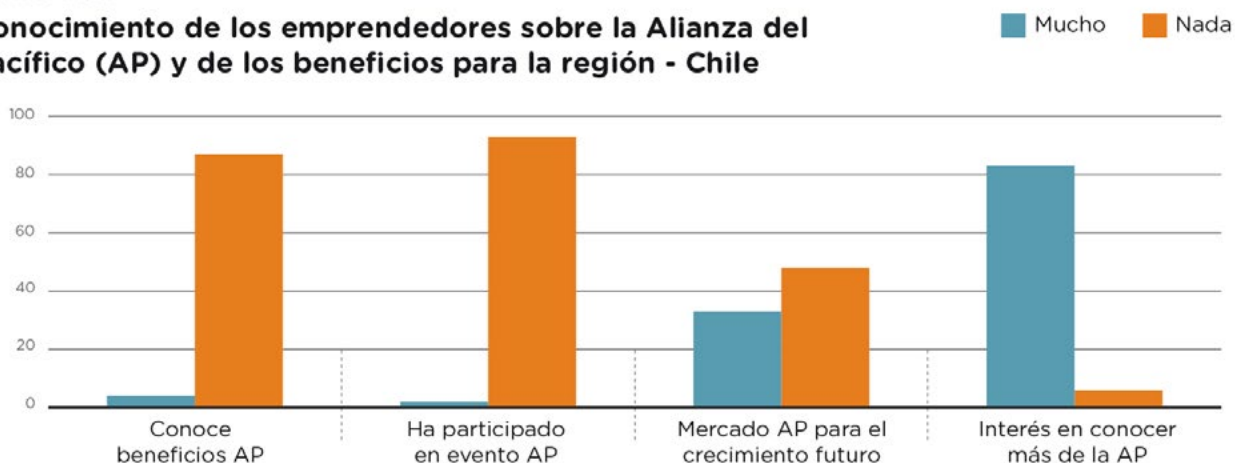
Es importante analizar el grado en que cada país ha logrado difundir este importante acuerdo y los beneficios que los empresarios pueden tener gracias a los acuerdos y proyectos de la AP.

De la misma forma que para el total de la muestra (sección 6.5), el **Gráfico 6.5.1** presenta las respuestas para el subgrupo de encuestados chilenos. A pesar de que el 87% declara no conocer los beneficios de la AP, lo más interesante es que 48% no considera que el mercado de la AP pueda contribuir al crecimiento futuro de la empresa.

Sin embargo, si miramos solamente aquellos emprendedores chilenos que ya están vendiendo para países latinoamericanos y otros países del mundo, el mercado de la AP resulta atractivo para el crecimiento futuro de sus empresas. Adicionalmente, respecto al interés en conocer sobre la AP,

Gráfico 6.5.1

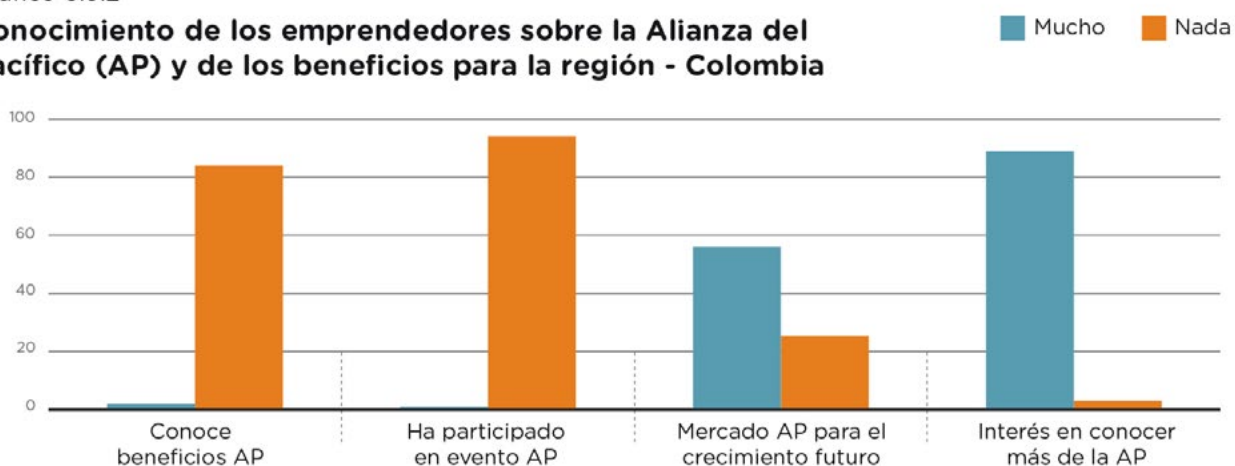
Conocimiento de los emprendedores sobre la Alianza del Pacífico (AP) y de los beneficios para la región - Chile



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.5.2

Conocimiento de los emprendedores sobre la Alianza del Pacífico (AP) y de los beneficios para la región - Colombia



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

83% de los emprendedores chilenos declararon tener interés en conocerla y en sus beneficios.

6.5.2 Colombia

Actualmente, los empresarios colombianos que contestaron la pregunta sobre la AP no conocen los beneficios (84%) ni han participado en eventos (94%) de la Alianza del Pacífico. Sin embargo, manifiestan interés en conocer más acerca de la Alianza del Pacífico (89%) y consideran que el mercado de la AP puede contribuir al crecimiento futuro de la empresa (56%). Un reto importante

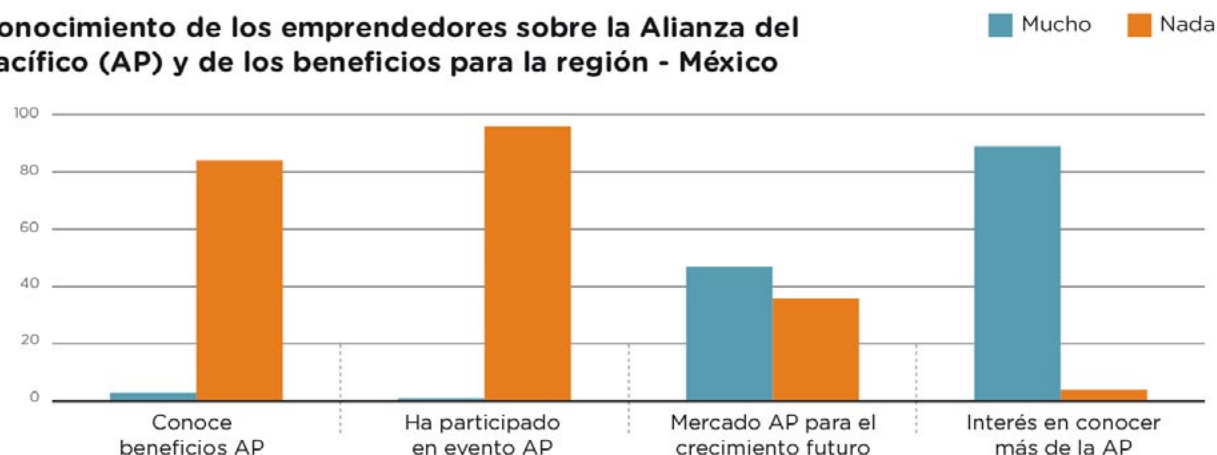
es la difusión de todo tipo de actividades de la AP entre los empresarios del bloque (**Gráfico 6.5.2**).

6.5.3 México

En general, los emprendedores no perciben los beneficios que aporta la Alianza del Pacífico (AP) como protocolo comercial (84%), ni han participado en eventos organizados por ella (96%). Sin embargo, a la mayoría les gustaría mucho conocer más al respecto (89%) ya que considera el mercado de la AP podría contribuir al crecimiento de su empresa (47%) (**Gráfico 6.5.3**).

Gráfico 6.5.3

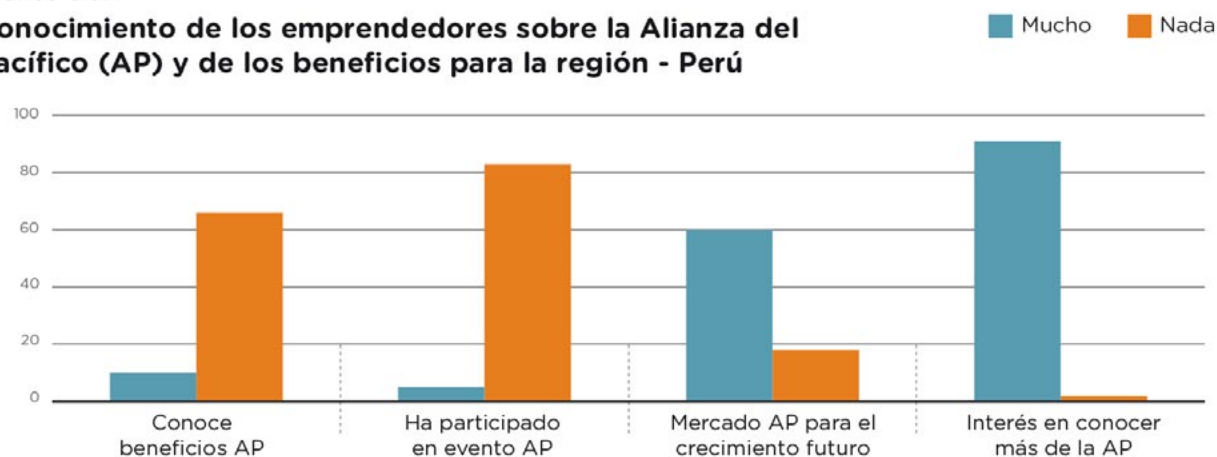
Conocimiento de los emprendedores sobre la Alianza del Pacífico (AP) y de los beneficios para la región - México



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.5.4

Conocimiento de los emprendedores sobre la Alianza del Pacífico (AP) y de los beneficios para la región - Perú



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6.5.4 Perú

El 66% de los encuestados indicó no conocer los beneficios de la Alianza del Pacífico. Además, el 83% de los emprendedores que participaron en la encuesta manifiesta que no han asistido a los eventos de la AP. Sin embargo, se percibe gran interés en conocer más sobre la misma (91%). Adicionalmente, 60% declara considerar que el mercado de la AP podría contribuir al crecimiento futuro de su empresa. De esta forma, para contrarrestar los resultados observados se debería reforzar el acercamiento a los emprendedores y la difusión de lo qué es la AP y los eventos que realiza (**Gráfico 6.5.4**).

7. PRIORIDADES DE POLÍTICA PÚBLICA

Con el fin de poder canalizar y priorizar los distintos obstáculos que enfrentan los emprendedores al momento de iniciar un negocio, se les consultó por las prioridades de política pública que ellos perciben como urgentes.

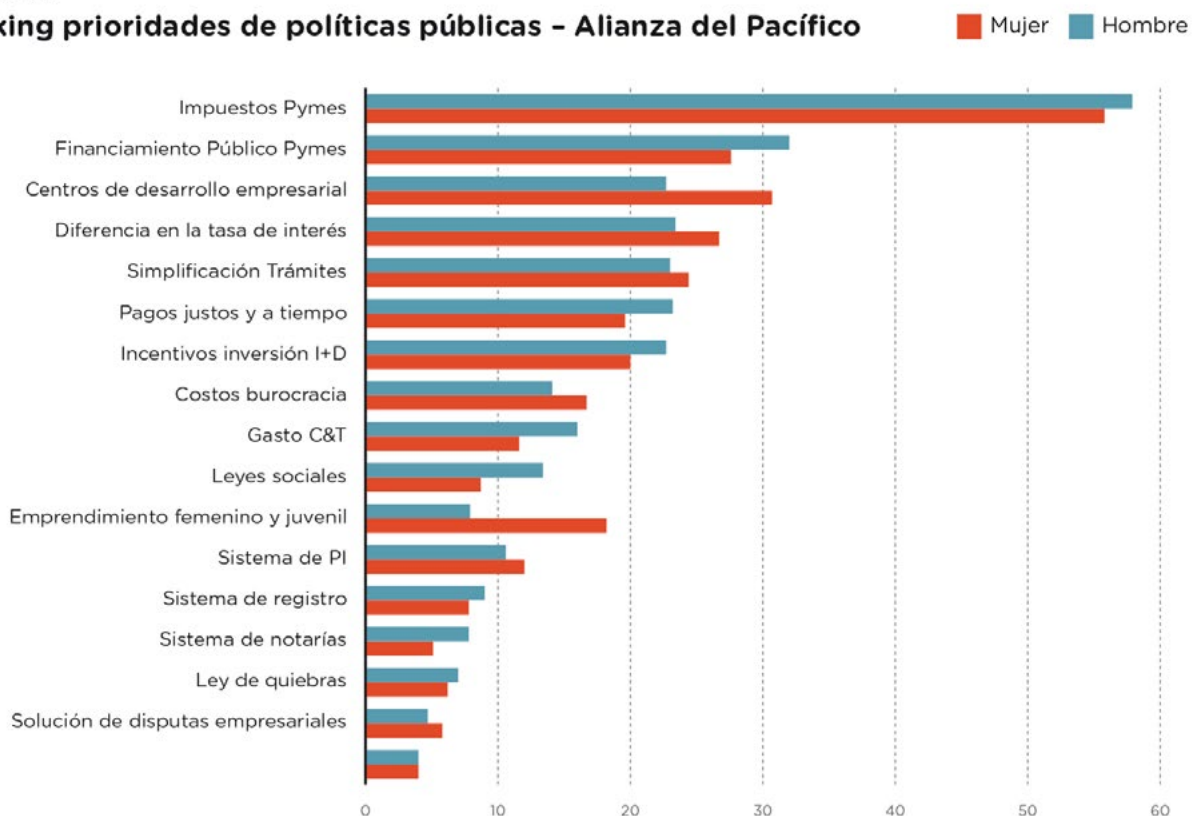
El **Gráfico 7.1** presenta el *ranking* de las políticas públicas más marcadas por los emprendedores encuestados. Cabe señalar que para equiparar el nivel de representatividad de cada prioridad se ponderó por el nivel de participación en la encuesta en cada país. En la pregunta las alternativas propuestas de políticas públicas se basaron en su mayoría en las 10 principales brechas existentes a

nivel de la Alianza (ver sección 2.2). Las alternativas propuestas no fueron excluyentes, pudiendo cada encuestado seleccionar hasta tres prioridades. Es por esta razón que el porcentaje que se indica en el gráfico muestra la proporción de encuestados, por género, que ha marcado cada prioridad. No obstante, el *ranking* de las prioridades presentado en el **Gráfico 7.1** está ordenado según el *ranking* total, sin considerar el comportamiento por género.

Con respecto a los resultados a nivel de Alianza, destaca la gran votación que tiene la alternativa relativa a la reducción de impuestos a las Pymes,

Gráfico 7.1

Ranking prioridades de políticas públicas - Alianza del Pacífico



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

siendo mencionada por el 57% del total de encuestados. Desde la perspectiva de género, se tiene que el 58% del total de hombres que contestó la pregunta piensa en esa alternativa como una prioridad, mientras que para el caso de las mujeres lo hace un 56%.

Según los emprendedores de la región, las cinco primeras prioridades de políticas públicas son:

- 1º Disminución de los impuestos que aplican a las empresas (Pymes).
- 2º Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes.
- 3º Creación de centros de desarrollo empresarial para capacitar, asesorar y acompañar a nuevas empresas.
- 4º Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas.
- 5º Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro y exportación.

La primera prioridad está relacionada con las brechas del marco regulatorio, en específico sobre la carga administrativa para crecer (regulaciones, impuestos, etc.). En este sentido, se ve que hay una percepción general de los emprendedores sobre la importancia de la disminución de impuestos. La 2ª y 4ª prioridades están relacionadas con la brecha de acceso a financiamiento, principal obstáculo mencionado por las micro, pequeñas y medianas empresas. Con relación a la 3ª prioridad, esta reafirma la inquietud que tienen los emprendedores sobre la capacitación y conocimiento para emprender y hacer crecer la empresa. La 5ª prioridad muestra que, más allá de una brecha identificada por estudios comparativos con otros países y regiones, el gran número de trámites y obstáculos para registrar una empresa y exportar también es una preocupación declarada por los emprendedores encuestados.

El *ranking* presentado en el **Gráfico 7.1** muestra que las prioridades de política pública varían por género, lo que indica que algunas políticas debiesen tener un enfoque distinto, dependiendo de esta variable. Dentro de las cinco primeras prioridades, la proporción relativa de mujeres es mayor en políticas asociadas a: la “creación de centros de desarrollo empresarial” para capacitar, asesorar y acompañar nuevas empresas, siendo la principal

prioridad para el 31% de las mujeres, “disminución de la diferencia en la tasa de interés” cobrada a Pymes y grandes empresas (27%) y “simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro y exportación” (24%). Es importante tener en cuenta que estas proporciones reflejan las prioridades según género (porcentaje sobre el total de mujeres) y no el total de encuestados. Esta apertura se explica porque dado que el número de hombres que participaron en la encuesta es el doble del número de mujeres, el mostrar las diferencias entre géneros considerando el total de emprendedores puede llevar a conclusiones erradas, creyendo que no se basan en la conformación de la muestra según género cuando sí se deben a esa razón.

El hecho de que las mujeres sean más adversas al riesgo (Jianakoplos & Bernasek, 1998) sugiere que las políticas de mayor interés para mujeres son motivadas por los impactos que estas pueden tener en la reducción de los riesgos que ellas perciben. Por esto, las políticas diseñadas específicamente para atender el manejo del riesgo representan un buen camino para disminuir el miedo a emprender.

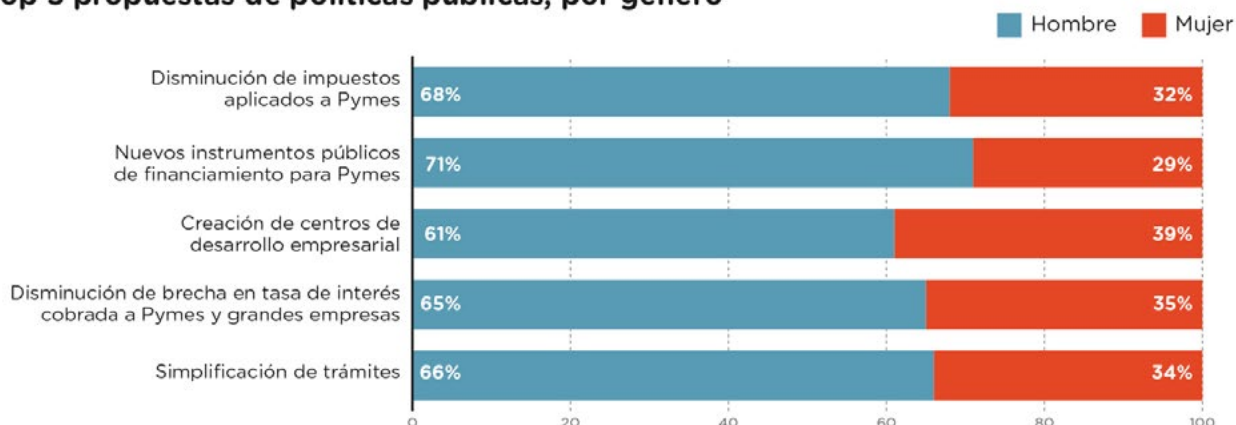
La disminución en la diferencia de la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas es otra manera de proporcionar un entorno de negocios más favorable al emprendimiento, reduciendo incertidumbres económicas debidas a las elevadas tasas. Además, políticas que apunten a simplificar los procesos y trámites permiten a su vez a los emprendedores tener mayor tiempo disponible para la mejora del negocio.

A continuación, se detallan las cinco prioridades de política pública a nivel de Alianza del Pacífico y por cada país, indicando ciertas características que resultan de interés para explicar el tipo de emprendedor que está detrás de cada prioridad.

7.1 Prioridades de políticas públicas para la Alianza del Pacífico

En esta sección se presentan algunas variables demográficas para cada una de las cinco primeras prioridades de políticas públicas discutidas en la sección anterior. Específicamente, se analiza cómo se distribuyen en términos de género, edad, antigüedad de la empresa y nivel educacional de

Gráfico 7.1A

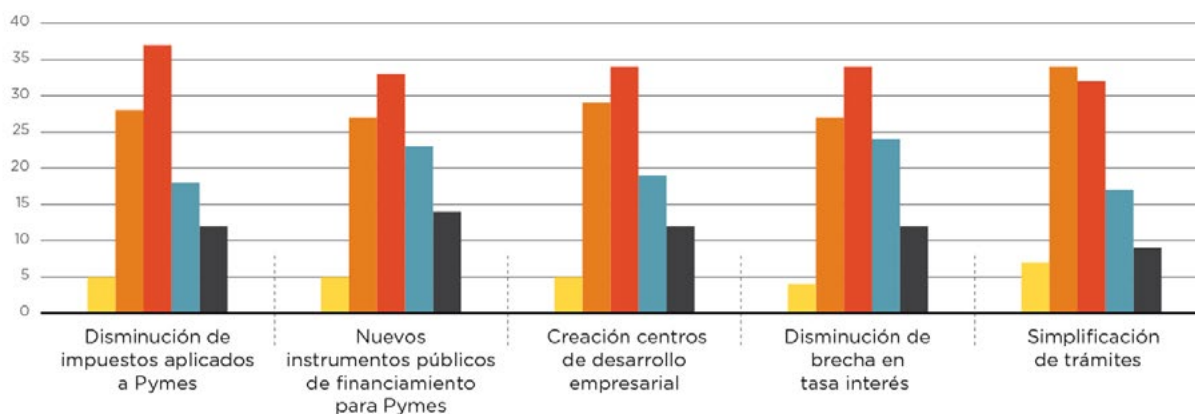
Top 5 propuestas de políticas públicas, por género

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 7.1B

Distribución de la edad del encuestado según las principales prioridades de política pública

Menos de 26 años Entre 26 y 35 años Entre 36 y 45 años Entre 46 y 55 años Más de 55 años



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

aquellos que contestaron y han seleccionado alguna de estas prioridades de políticas públicas.

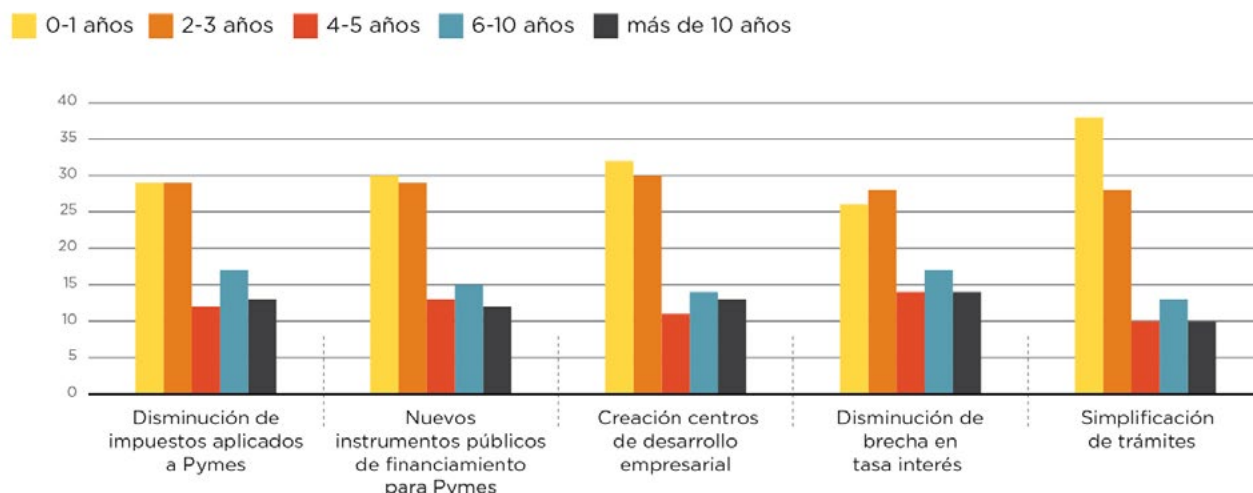
El **Gráfico 7.1 A** presenta la distribución, por género, para las cinco primeras prioridades más citadas. En general, la distribución por género de estas prioridades es muy similar a la distribución global de la muestra (ver sección 4.1), es decir, que casi todas las prioridades siguen proporciones parecidas que repiten la proporción general de hombres y mujeres (64% de hombre y 33%

de mujeres). Destaca la política con respecto a la creación de centros de desarrollo empresarial, en donde el 39% de los que votaron por esa política corresponden a mujeres.

En los **Gráficos 7.1 B** y **7.1 C** se presentan la distribución de la edad del encuestado y de la empresa según cada una de las cinco principales prioridades de políticas públicas. En la caracterización por edad del emprendedor podemos ver que, para aquellos entre 36 y 45 años, la principal prioridad

Gráfico 7.1C

Distribución de la edad del emprendimiento según las principales prioridades de política pública



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

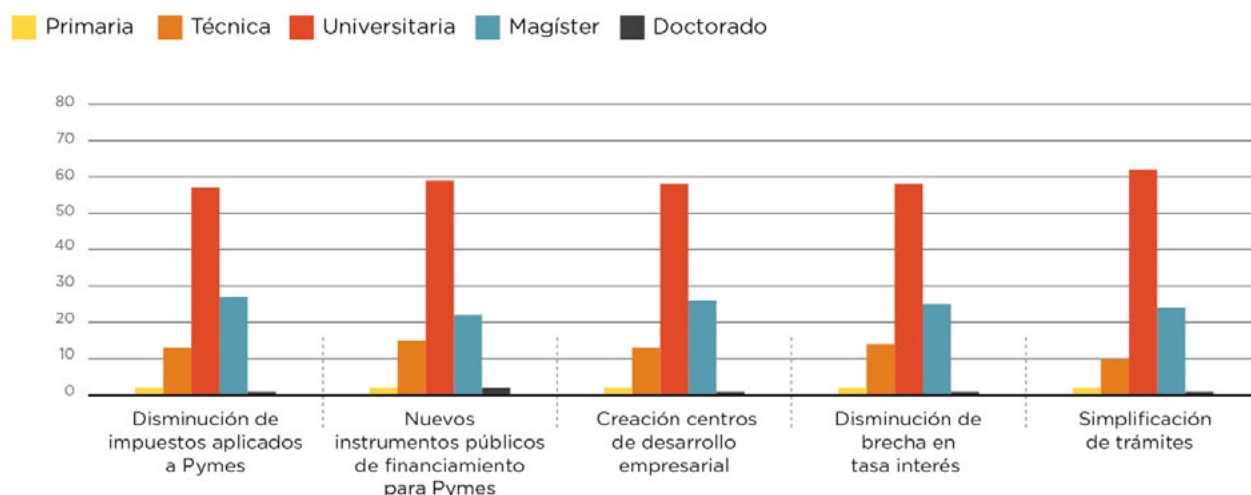
de política pública es la disminución de impuestos, donde el 37% de los emprendedores que están en este rango de edad votaron esta prioridad de política. Adicionalmente, se tiene que el 41% de los que han elegido como una de sus prioridades la “simplificación de trámites” son menores de 36 años. Para aquellos entre 46 y 55 años destaca la disminución de la brecha en la tasa de interés cobrada a Pymes y grandes empresas. Para los mayores de 55 años sobresale también la creación de nuevos instrumentos públicos para financiamiento de las Pymes, representando el 14% de los que han votado por esa prioridad de política. Cabe señalar que el análisis por género sigue el mismo comportamiento que el total de la muestra. En el **Gráfico 7.1 C** se observa la distribución de la edad de la empresa según cada una de las cinco principales prioridades de políticas públicas. Empresas con más tiempo de existencia, que han sobrevivido el período inicial de mayor incertidumbre, tienen diferentes necesidades de apoyo público, financiamiento y acceso al crédito, que empresas que tienen menos tiempo de vida. Esta diferencia se observa en que temas de regulación (impuestos, por ejemplo) son más importantes para empresarios de empresas más jóvenes (menos de 3 años), 58% de los que han votado por la política de reducción de impuestos, en compara-

ción a otras empresas que han seleccionado esta opción. Considerando todos los que han votado por la política con respecto a la brecha en la tasa de interés, el 14% de los emprendimientos tiene entre 4-5 años. Con relación a los trámites y costos, es una prioridad relativamente más importante para empresas que están empezando sus actividades (0-1 años), siendo que 38% de los que han elegido esta opción tienen emprendimientos nacientes. El primer año de una empresa es un momento en el cual estas tienen que hacer frente a trámites y costos iniciales que pueden desincentivar los emprendimientos.

Finalmente, en el **Gráfico 7.1 D** se presenta la distribución por nivel educacional para cada una de las cinco principales prioridades de políticas públicas. Primero, es necesario recordar que la mayor parte de los encuestados (cerca de 60%) tiene educación universitaria (ver sección 4.1). Por eso, en todas las prioridades de política pública, la mayoría son emprendedores con nivel de educación universitaria. Los encuestados con menor nivel educacional (educación primaria y/o secundaria) tienen proporcionalmente una participación muy baja en cualquiera de las cinco principales prioridades de políticas públicas. La diferencia entre las prioridades de política dentro de cada grupo de escolaridad también es baja. Entre tanto, se

Gráfico 7.1D

Distribución del nivel educacional según las principales prioridades de política pública



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

destaca la prioridad relacionada con la simplificación de trámites para el grupo de encuestados con educación universitaria, donde el 62% de los que votaron en esa prioridad tienen educación universitaria, seguido por los instrumentos de financiamiento público con un 59%.

7.2 Prioridades de políticas públicas por país

Aspectos de caracterización general, como entender las motivaciones, obstáculos y la percepción de los encuestados sobre factores que pueden llevar una empresa a cerrar, son un insumo importante para poder entender mejor quiénes son los emprendedores que tienen las distintas demandas de políticas públicas. Los datos levantados son una imagen actual de la percepción de los encuestados en relación a las principales prioridades de políticas públicas planteadas, siendo un insumo interesante para decisiones de política.

7.2.1 Prioridades de políticas públicas para Chile

El **Gráfico 7.2.1A** presenta el *ranking* de las principales prioridades de políticas públicas de acuerdo a la percepción de los emprendedores chilenos (orden en que se presentan las alternativas en el

eje y del gráfico) y la distribución de hombres y mujeres en cada una de las prioridades respecto del total de emprendedores de ese género³⁷. Las cinco prioridades de política más mencionadas son:

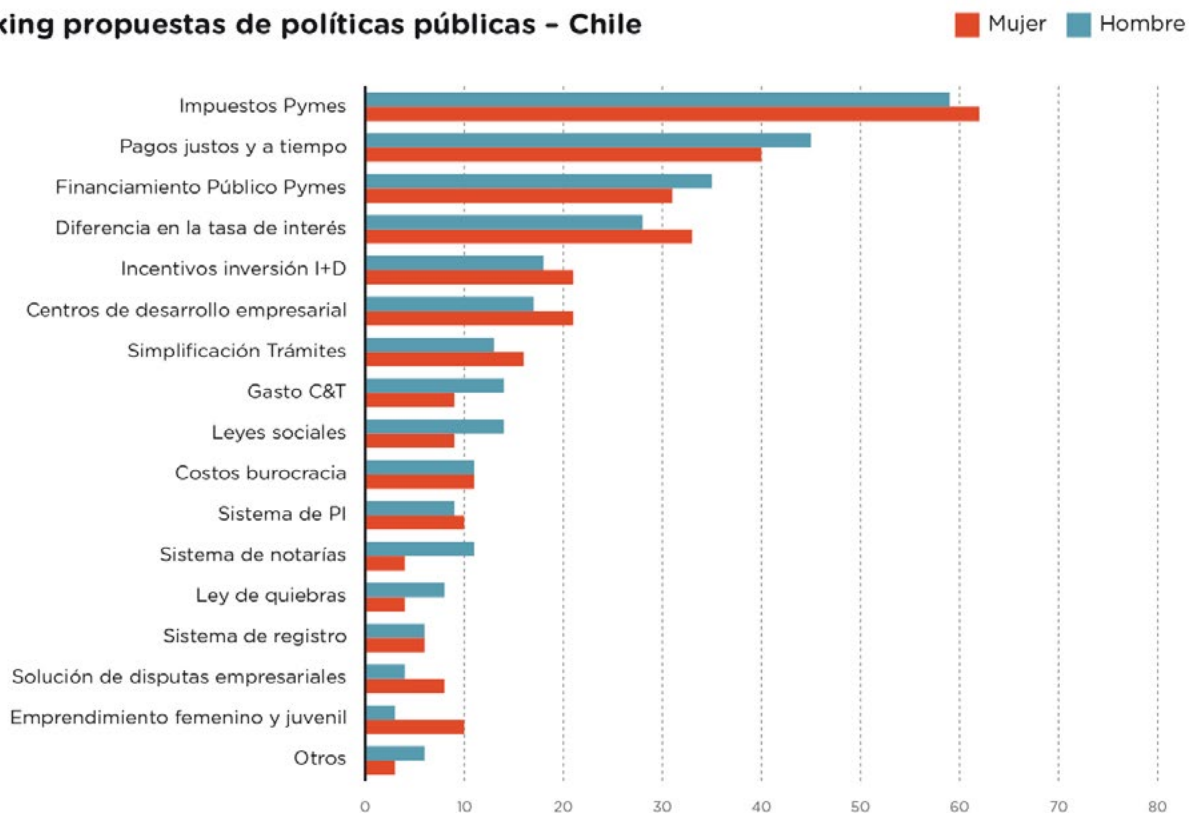
- 1º Disminución de impuestos aplicados a empresas (Pymes) (257 encuestados)
- 2º Pagos justos y a tiempo a proveedores emprendedores (188 encuestados)
- 3º Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes (146 encuestados)
- 4º Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas (128 encuestados)
- 5º Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial (81 encuestados)

Centrándose en las cinco principales prioridades de política pública, vemos que en Chile estas se relacionan con las siguientes brechas, respectivamente: i) marco regulatorio, ii) acceso al financiamiento y iii) creación y difusión del conocimiento (ver sección 2.1.1). Chile ha hecho muchos avances para mejorar el acceso de emprendedores

³⁷ El gráfico fue construido tomando por separado el grupo de mujeres y hombres para identificar las prioridades por género, además de presentar el orden del *ranking* general. En Chile, 294 hombres y 137 mujeres.

Gráfico 7.2.1A

Ranking propuestas de políticas públicas - Chile



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

al financiamiento, principalmente a través de su agencia de fomento a la producción (Corfo) que promueve el emprendimiento en sus diversas etapas. Sin embargo, de acuerdo con la percepción de los encuestados hay una brecha en el financiamiento público para iniciativas emprendedoras. De hecho, en un reciente estudio sobre innovación en las Pymes chilenas, estas declaran como una de las principales barreras para innovar la falta de financiamiento (Doebbel & Álvarez, 2018).

Analizando la distribución por edad de los que han seleccionado cada una de las cinco principales prioridades de política pública, el **Gráfico 7.2.1B** muestra cómo las prioridades cambian según la edad del emprendedor. Para cada una de las cinco prioridades, más del 34% de los emprendedores pertenecen al grupo entre 36 y 45 años. Con relación a la prioridad de disminución de impuestos, el grupo entre 46 y 55 años representa el 23% de los que votaron por esa política.

En 2014 fue aprobada una reforma tributaria que entró en vigor en enero de 2015, con algunos as-

pectos que podrían ser adoptados y/o modificados hasta 2017, disminuyendo en parte la carga tributaria de las Pymes. En especial, esta ley concede la posibilidad de eximirse de algunos impuestos. Sin embargo, los impuestos pagados por las Pymes siguen siendo una preocupación para los emprendedores, lo que contribuye a explicar que la falta de financiamiento y los problemas financieros sean considerados como obstáculos y factores de cierre, respectivamente. Además, los impuestos agregan costos administrativos que tienen un impacto en las empresas, haciendo que tengan que dedicar más tiempo para adecuarse a la regulación, tiempo que podría ser dedicado a otras actividades directamente relacionadas con el negocio.

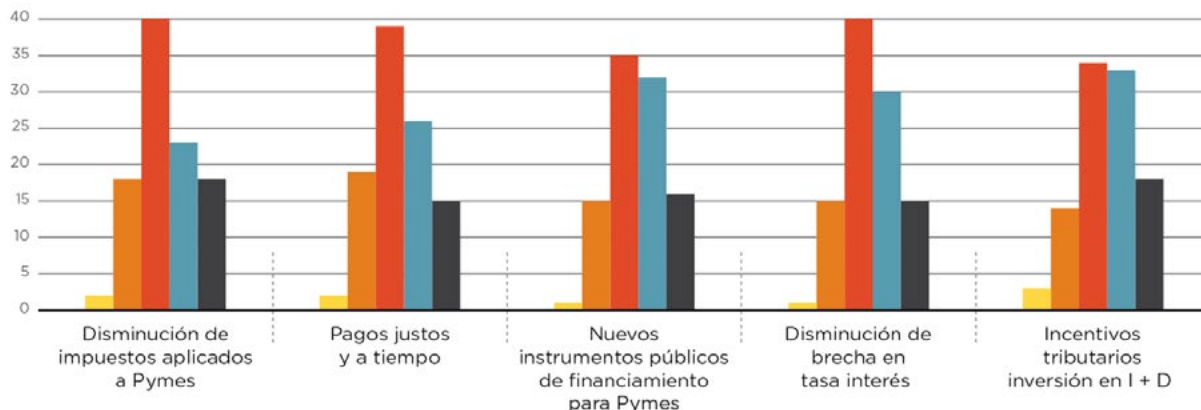
A su vez, los incentivos tributarios en I+D es una preocupación donde destacan los emprendedores mayores (más de 46 años), que representan el 33% de los que han votado por esa política.

Cuando miramos la edad de la empresa (**Gráfico**

Gráfico 7.2.1B

Distribución de la edad del encuestado según las principales prioridades de política pública en Chile

Menos de 26 años Entre 26 y 35 años Entre 36 y 45 años Entre 46 y 55 años Más de 55 años

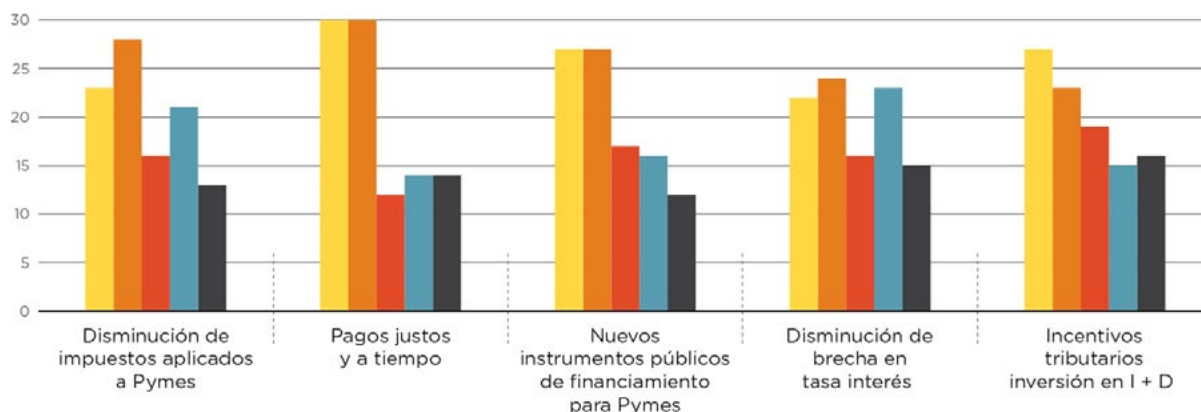


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 7.2.1C

Distribución del emprendimiento según las principales prioridades de política pública en Chile

0-1 años 2-3 años 4-5 años 6-10 años más de 10 años



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

7.2.1C) se aprecia que los emprendimientos más jóvenes, menores a cuatro años, son los que tienen mayor preocupación sobre financiamiento público, representando el 54% de los emprendedores que seleccionaron esta prioridad. Sin embargo, como se observa en el gráfico, las Pymes necesitan instrumentos de financiamiento en todas las

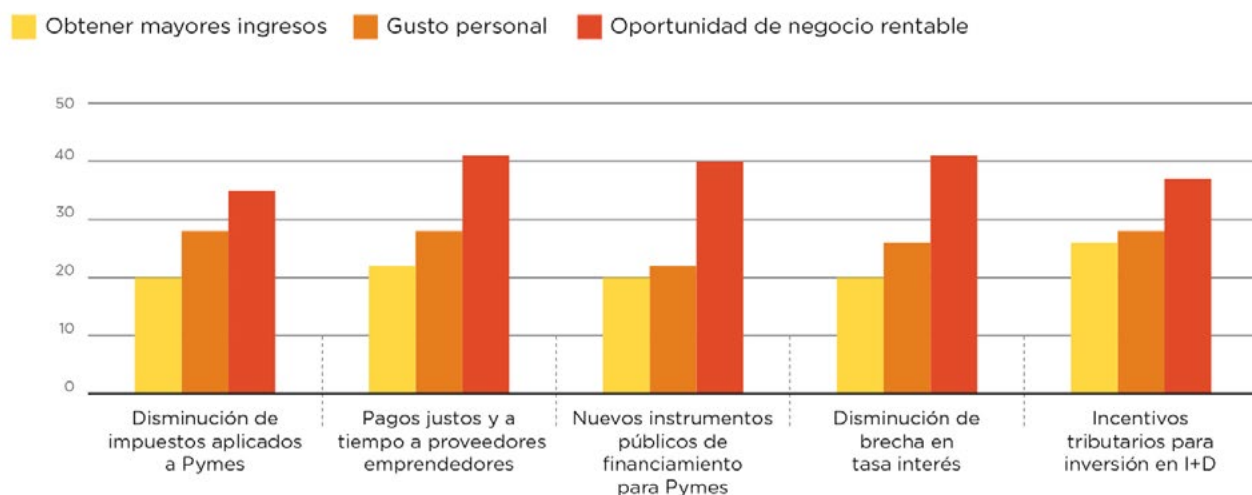
fases del ciclo de vida³⁸, aunque posiblemente dirigidos a distintos aspectos del negocio.

Adicionalmente, este mismo grupo de emprendedores, con emprendimientos menores a cuatro

38 OECD. Enhancing SME access to diversified financing instruments Plenary session 2. Disponible en: <https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-Plenary-Session-2.pdf>

Gráfico 7.2.1D

Principales motivaciones para emprender según las principales prioridades de política pública en Chile



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

años, representa el 60% de los que votaron por pagos justo y a tiempo como prioridad de política pública. En este sentido, el gobierno de Chile ha lanzado un proyecto de ley que contempla la reducción en los plazos de pago y también el cumplimiento de los plazos establecidos entre proveedores y compradores³⁹. Sin embargo, todavía existe una brecha en los plazos de pago, en especial en cuanto a los pagos por parte del Estado⁴⁰.

A su vez, considerando los empresarios de empresas entre 4 y 5 años, estos representan el 19% de los que han mencionado como prioridad los incentivos tributarios en I+D. La prioridad de política sobre incentivos tributarios para la inversión en I+D coincide con las brechas referentes a los gastos públicos y empresariales en I+D. En Chile los gastos en I+D suman cerca de 0,4% del PIB, siendo que los gastos privados en I+D corresponden a menos del 40% del total de la inversión (OCDE, 2018, datos del 2015). Esas cifras dejan a Chile como el miembro de la OCDE que menos invierte en I+D, lo que resulta preocupante para el desarrollo del país.

39 En el capítulo 2, sección 2.2 se detalla este proyecto de ley.

40 El Mercurio. Editorial. Abril, 2018. Pago oportuno a las pequeñas empresas. Disponible en: <http://www.elmercurio.com/blogs/2018/04/16/59536/Pago-oportuno-a-las-pequenas-empresas.aspx>

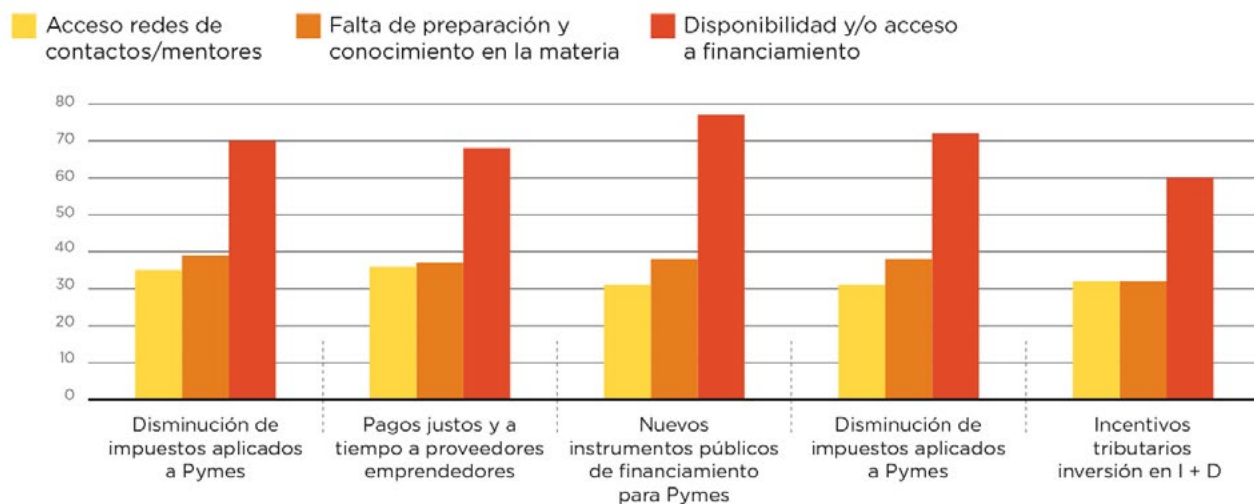
La ley de I+D del 2008, reformada en 2012, presenta incentivos para las empresas chilenas a invertir en I+D, ofreciendo créditos tributarios a empresas que certifican que realizan I+D. La reforma de 2012 facilitó el acceso a los créditos tributarios, incluyendo I+D intramuros (interno), aumentando el límite máximo para el crédito, simplificó requerimientos administrativos y facilitó la colaboración internacional y nacional (OCDE, 2018). Sin embargo, desde 2012 hasta 2016 sólo 341 empresas postularon al beneficio de esta ley de I+D, habiendo sólo 288 seleccionados⁴¹. Esto sugiere que falta un mayor conocimiento por parte de los emprendedores sobre los beneficios que pueden obtener a través de esta ley.

Respecto a la brecha entre tasas de interés, se ve que es una preocupación muy frecuente entre empresarios más establecidos (empresas entre 6 y 10 años, 23% de los que han votado por esa prioridad de política pública). El tema del *spread* o brecha entre la tasa de interés cobrada a las Pymes y a las grandes empresas se hace aún más relevante cuando las Pymes carecen de otras formas de financiamiento, como emisión de deuda o acceso

41 INTELIS. Estudio de la evaluación de la Ley de incentivo tributario a la inversión en I+D. Disponible en: <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/04/Informe-final-Evaluaci%C3%B3n-Ley-ID.pdf>

Gráfico 7.2.1E

Principales obstáculos según las principales prioridades de política pública en Chile



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

a mercados internacionales. Esta es la razón por la que este tema se plantea como prioridad de política pública.

Al analizar en conjunto las motivaciones de los emprendedores y las prioridades de política pública que mencionan, aparece en primer lugar en las 5 prioridades planteadas el hecho de encontrar una oportunidad rentable. Es decir, para cualquiera de las cinco principales prioridades de política pública, más de 35% de los emprendedores chilenos que han votado por la política empezó su negocio motivado porque encontró una oportunidad rentable. Sin embargo, la falta de financiamiento y problemas financieros son los obstáculos y factores de cierre más citados.

Los **Gráficos 7.2.1D, 7.2.1E y 7.2.1F** muestran la distribución de las tres principales motivaciones, tres principales obstáculos y cuatro principales factores de cierre, para cada una de las cinco principales prioridades de política pública.

Además de las principales motivaciones, obstáculos y factores de cierre, es interesante comentar algunas particularidades observadas en los datos. Una motivación importante de los que han votado respecto al incentivo tributario a la I+D es el desarrollo de un producto o servicio, lo que puede ser considerado como emprender porque

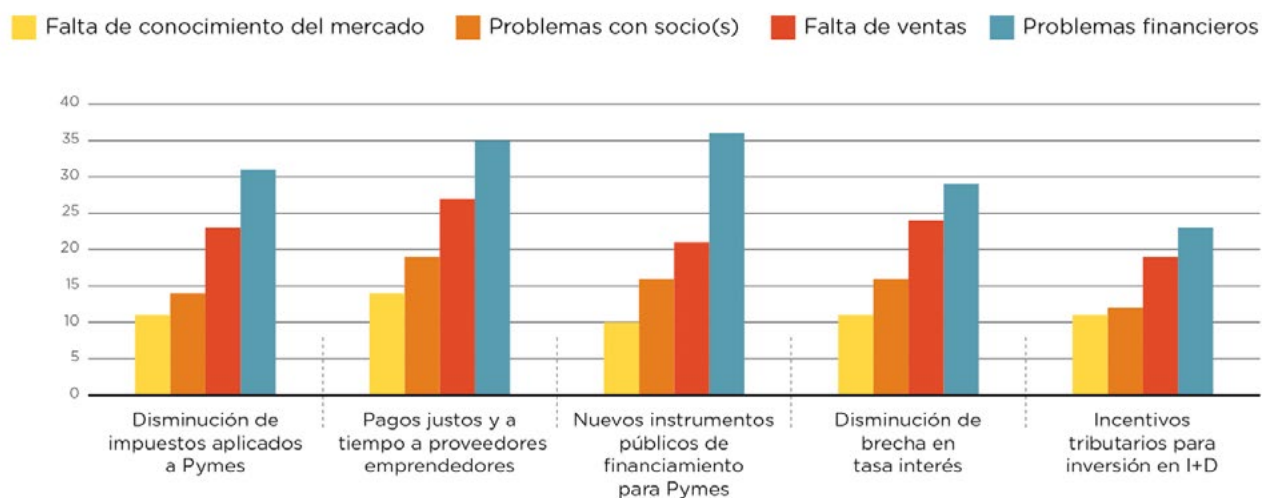
ha innovado. Además, los datos revelan que para el caso de las mujeres se destaca como factor de cierre la falta de conocimiento técnico entre las que han votado por la política de incentivos tributarios a la I+D empresarial.

Los hombres que declaran como una prioridad de política pública la carga de impuestos, fueron motivados a emprender por falta de trabajo más frecuentemente que las mujeres. Emprendedores motivados por esta realidad también tienen una participación importante entre los que en Chile han elegido prioridad pagos justos y a tiempo. Por lo tanto, eso sugiere que la necesidad de emprender asociada a la escasez de recursos tiene relación con que la tardanza en los pagos sea una preocupación importante para los emprendedores.

A su vez, la motivación asociada a encontrar un problema que se quería resolver es importante para los encuestados que eligen nuevos instrumentos de financiamiento como una prioridad de política pública, lo que sugiere que aquellos que han emprendido con el fin de solucionar un problema, se han enfrentado a problemas de financiamiento, como la mayoría de los emprendedores. En este sentido, la creación o reformulación de instrumentos de financiamiento a las Pymes resulta importante para apoyar emprendedores

Gráfico 7.2.1F

Principales factores de cierre según las principales prioridades de política pública en Chile



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

que tengan ideas innovadoras para la solución de problemas.

7.2.2 Prioridades de políticas públicas para Colombia

Las cinco prioridades de política más importantes para los empresarios colombianos son:

- 1º La disminución de los impuestos que se aplican a las empresas (Pymes) (137 encuestados)
- 2º La creación de centros de emprendimiento (58 encuestados)
- 3º La creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes (54 encuestados)
- 4º Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial (46 encuestados)
- 5º Simplificación de trámites y costos de procesos de calidad, registro y exportación (43 encuestados) (**Gráfico 7.2.2A**)

Respecto a la disminución de impuestos, Colombia ha dado un gran paso en los últimos años disminuyendo la carga impositiva de las empresas. Sin embargo, es necesario seguir trabajando en ese aspecto y hacer un mayor énfasis en las Mipymes que representan casi el 95% de las empresas en Colombia. Respecto a los instrumentos públicos

de financiamiento para Pymes, es necesario difundir de manera efectiva los concursos públicos y privados de financiamiento para las empresas y, de igual forma, trabajar para lograr tener un fondo financiero nacional para apoyar a las micro, pequeña y mediana empresas.

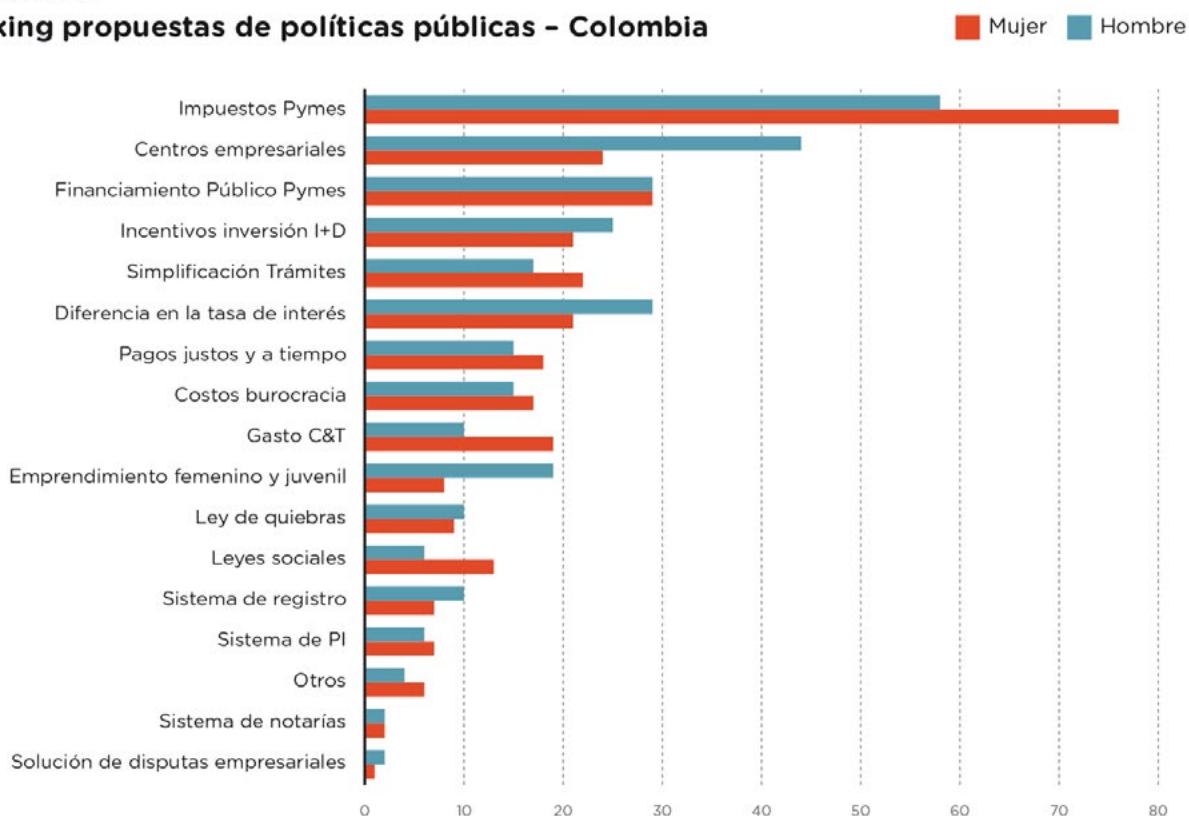
Respecto a la simplificación de trámites, Colombia ha avanzado en la creación de ventanillas únicas para los procesos notariales de registro y para los procesos de exportación. Respecto a la creación de centros de desarrollo empresarial, Colombia ha dado un gran paso al adaptar el modelo de los SBDC⁴² de Estados Unidos. Sin embargo, dado que el servicio que se ofrece en estos centros es gratuito, es difícil asegurar su sostenimiento. Por ello, es clave que alguna parte del gasto público se destine a apoyar la creación y el fortalecimiento de los centros de desarrollo empresarial para ayudar a los empresarios en las diferentes etapas de su proceso empresarial.

Con relación a la priorización de políticas públicas según el género de los encuestados colombianos, tanto para los hombres como para las mujeres, la disminución de impuestos que se aplican a las empresas Pymes es la principal prioridad de política pública, siendo que el 77% del total de hombres

42 Small Business Development Center

Gráfico 7.2.2A

Ranking propuestas de políticas públicas – Colombia



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

y el 58% del total de mujeres que han contestado la pregunta referente a las prioridades de políticas públicas han votado por esa prioridad. Sin embargo, la segunda prioridad para los hombres es la creación de nuevos instrumentos públicos de financiamientos (29% del total de hombres); mientras que para las mujeres es la creación de centros de desarrollo empresarial (44% del total de mujeres)⁴³.

La prioridad de política pública para el emprendimiento colombiano varía según el grupo etario. Por ejemplo, 50% de los que han votado por incentivos tributarios para la inversión en I+D empresarial tienen entre 26 a 35 años. El mayor porcentaje de los que han votado por la prioridad referente a la disminución de impuestos a las Pymes, 37%, corresponde al grupo de emprendedores entre 36 y 45 años. Esta situación tan diversa, de las prioridades de política pública para el emprendimiento

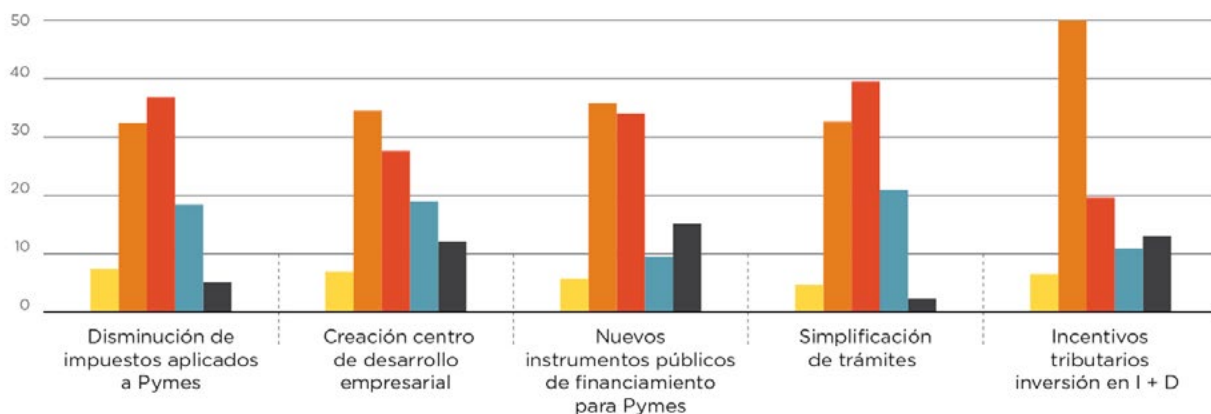
analizadas por edad de los empresarios, es un buen indicador de las necesidades tan diferenciadas que tiene cada grupo etario, dependiendo de su nivel de desarrollo empresarial (**Gráfico 7.2.2B**). Por otro lado, las prioridades de política pública para el emprendimiento colombiano varían según la edad de la empresa (**Gráfico 7.2.2C**). Los colombianos dueños de empresas que tienen menos de dos años en el mercado representan 35% de los emprendedores que han elegido prioridad de política pública la creación de instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes. Dueños de emprendimientos que tienen entre 6 y 10 años son el tercer grupo más importante en cualquiera de las cinco prioridades. Al igual que el **gráfico 7.2.2B**, es posible identificar que los empresarios necesitan apoyos diferenciados, dependiendo de la etapa de desarrollo en la que se encuentren, es decir, no se pueden formular políticas iguales para todos sino políticas públicas diferenciadas,

⁴³ En Colombia 131 hombres y 52 mujeres han contestado la pregunta respecto a las prioridades de política pública.

Gráfico 7.2.2B

Distribución de la edad del encuestado según las principales prioridades de política pública en Colombia

Menos de 26 años Entre 26 y 35 años Entre 36 y 45 años Entre 46 y 55 años Más de 55 años

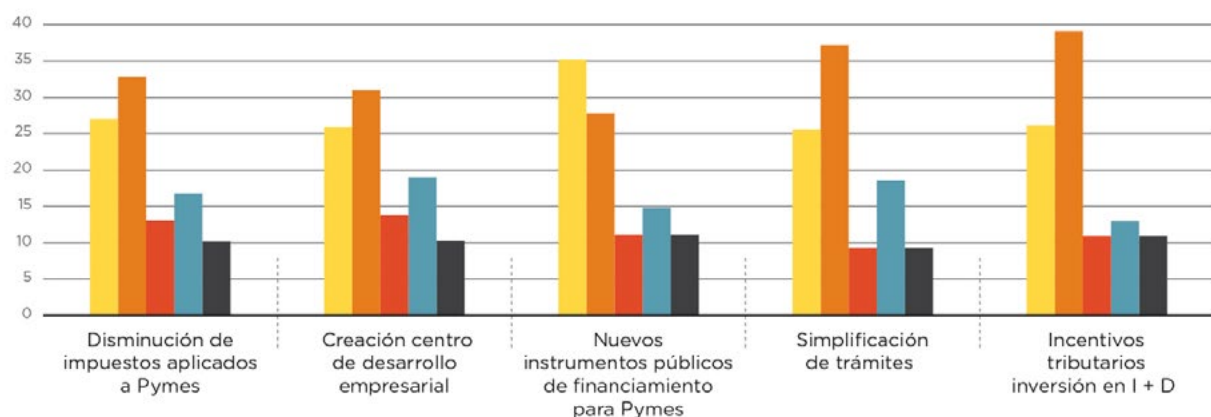


Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 7.2.2C

Distribución de la edad del emprendimiento según las principales prioridades de política pública en Colombia

0-1 años 2-3 años 4-5 años 6-10 años más de 10 años



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

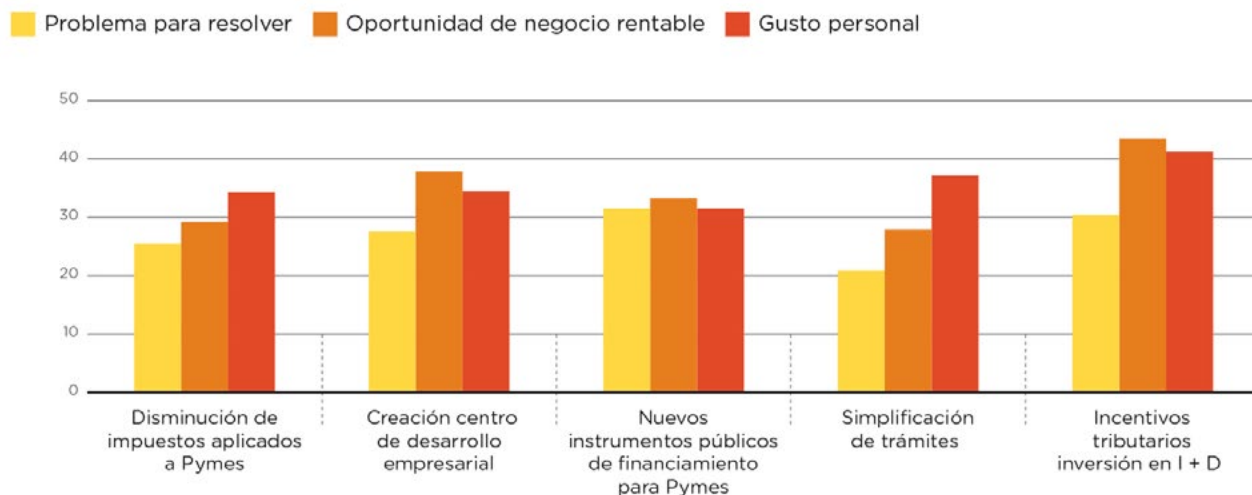
focalizadas en determinados grupos.

Las tres principales razones que motivaron a los colombianos a crear empresa son: gusto personal, encontrar una oportunidad de negocios rentable y encontrar un problema para resolver. Los colombianos que manifiestan que la disminución de impuestos para Pymes (34%) y la simplificación de trámites (37%) son prioridades de política pública,

crearon la empresa motivados por el gusto personal. Mientras que los colombianos que consideran como principal prioridad de política pública, la creación de centros de emprendimiento (38%), los incentivos tributarios para la inversión en I+D empresarial (43%) y la creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes (33%) crearon la empresa debido a que encontra-

Gráfico 7.2.2D

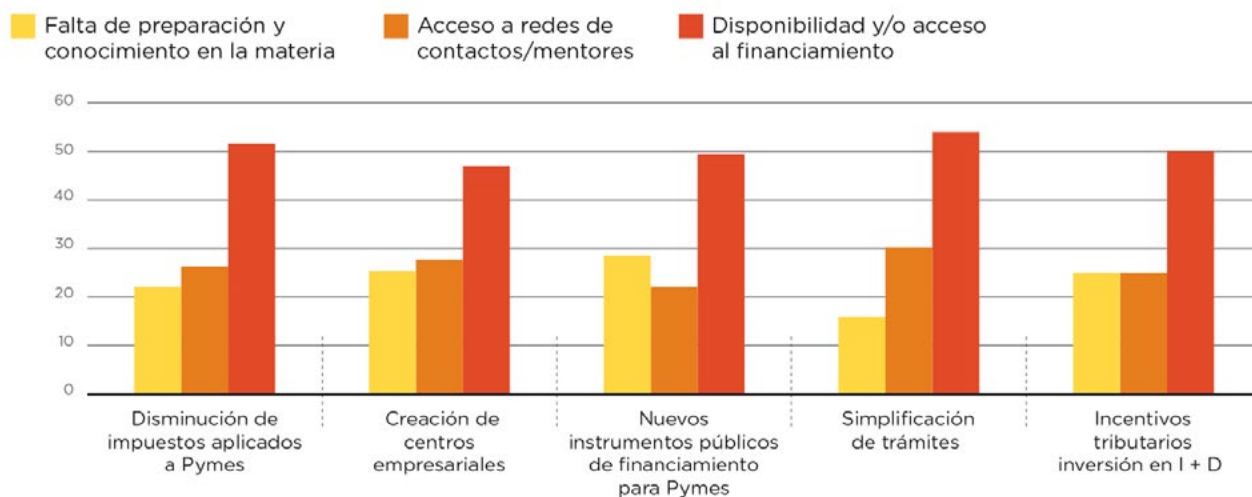
Principales motivaciones para emprender según las principales prioridades de política pública en Colombia



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 7.2.2E

Principales obstáculos según las principales prioridades de política pública en Colombia



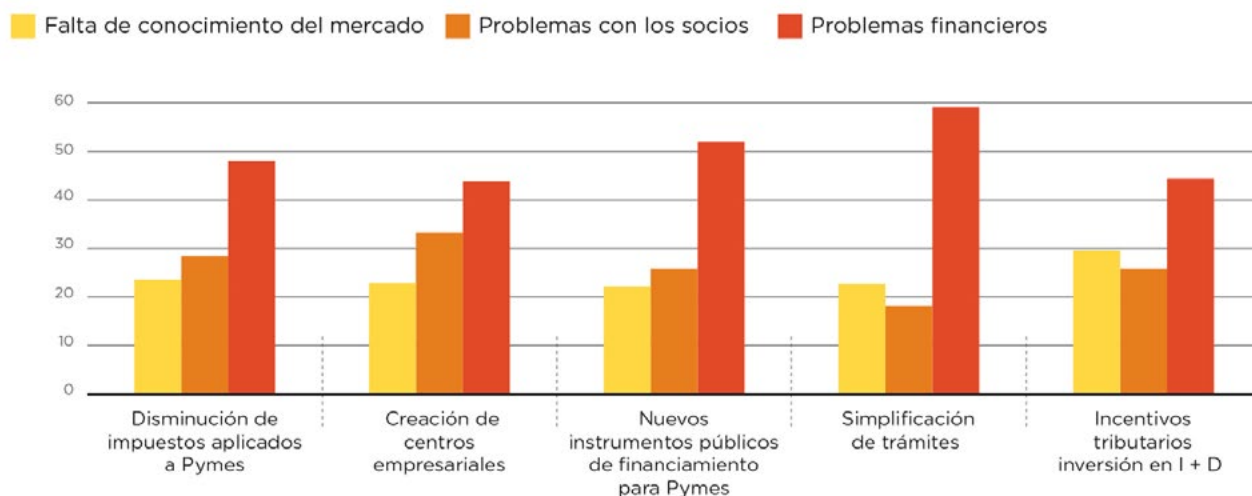
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

ron una oportunidad de negocios rentable. Es muy interesante observar que los principales motivos de los colombianos para crear una empresa son el gusto personal y la identificación de oportunidades de negocio (Gráfico 7.2.2D, 7.2.2E y 7.2.2.F). Los principales obstáculos que enfrentaron los

empresarios colombianos en la etapa inicial de sus negocios fueron: la disponibilidad y/o acceso al financiamiento, el acceso a redes de contactos/mentores y la falta de preparación y conocimiento en la materia. Independientemente de la prioridad de política pública, todos los empresarios colom-

Gráfico 7.2.2F

Principales factores de cierre según las principales prioridades de política pública en Colombia



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

bianos manifiestan que la falta o difícil acceso a financiamiento representó el obstáculo más importante al crear la empresa. Por esta razón, el tema del financiamiento para nacer, crecer y consolidarse debería ser más considerado por parte del Estado y de las instituciones privadas.

Según los encuestados, los principales factores de cierre de las empresas colombianas son: los problemas financieros (acceso, flujos, etc.), la falta de conocimiento del mercado y los problemas con los socios. Independientemente de la prioridad de política pública, todos los empresarios colombianos perciben que los problemas financieros son el principal factor de cierre de las empresas, es decir, parece que los problemas financieros afectan a las empresas colombianas desde su nacimiento hasta su cierre. Por ello, una de las estrategias posibles para evitar el fracaso empresarial debido a problemas financieros es la creación y fomento de nuevas fuentes de financiamiento.

7.2.3 Prioridades de políticas públicas para México

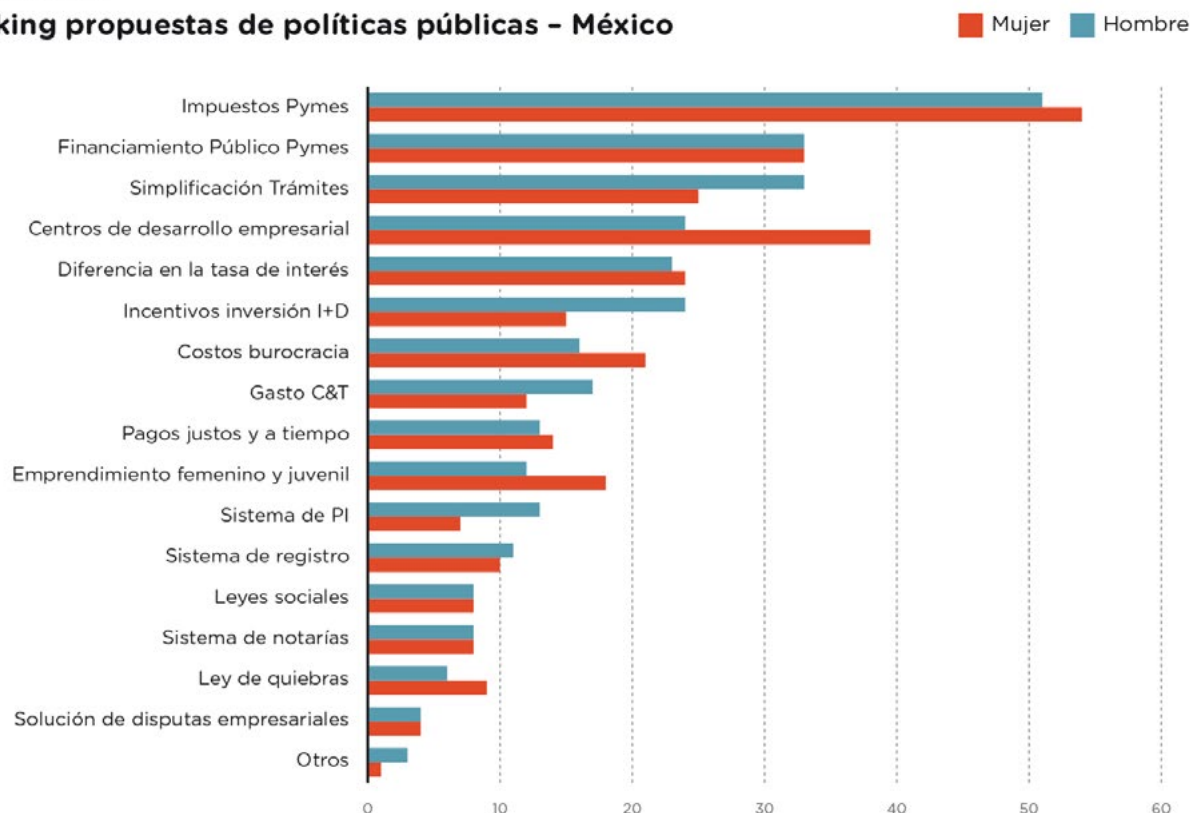
Los emprendedores mexicanos seleccionaron las siguientes principales prioridades de políticas públicas:

- 1º Disminución de impuestos que se aplican a las empresas (Pymes) (237 encuestados)
- 2º Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes (149 encuestados).
- 3º Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro, y exportación (140 encuestado).
- 4º Creación de centros de desarrollo empresarial (126 encuestados).
- 5º Diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas (105 encuestados).
- 6º Incentivos tributarios para inversión en I+D (99 encuestados).

El **Gráfico 7.2.3A** muestra el *ranking* de acuerdo con las prioridades de política pública declarada por los encuestados mexicanos según género. Es importante observar que la política pública referida a impuestos fue seleccionada, relativamente, por una mayor proporción de mujeres emprendedoras, 54% de las mujeres y 51% de los hombres. De igual manera, para las mujeres en México, 38% ha votado por la “creación de centros de desarrollo empresarial”, mientras que el 25% eligió la

Gráfico 7.2.3A

Ranking propuestas de políticas públicas - México



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

“simplificación de trámites y costos” como prioridad de política pública⁴⁴.

Para los hombres, el 24% seleccionó la política de “incentivos tributarios para la inversión en I+D empresarial”, igualmente el 24% eligió la “creación de centros de desarrollo empresarial” como una prioridad de política pública⁴⁵.

Considerando las principales prioridades de políticas públicas mencionadas por los encuestados mexicanos, es importante destacar algunas medidas gubernamentales que acogen las preocupaciones de los emprendedores. En 2013 se creó el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) como parte de la política económica de apoyo a los emprendedores y las Mipymes. El organismo tiene el propósito de dar apoyo en diversos trá-

mites administrativos, educación emprendedora, financiamiento y redes de apoyo.

En relación a los impuestos y estímulos fiscales, en 2017 se firmó un decreto que otorga un estímulo fiscal en materia de Deducción Inmediata de Bienes Nuevos de Activo Fijo para las Micro y Pequeñas Empresas, el cual permite la reducción del Impuesto sobre la Renta (ISR) de manera inmediata para las inversiones que se realicen sobre los activos fijos nuevos (SEGOB, 2017).

En cuanto a la simplificación de trámites y costos, de acuerdo a la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) realizada en 2015, figuran entre las principales razones por las que las Pymes no desean crecer, las complicaciones administrativas, trámites más costosos y mayor pago de impuestos.

No obstante, en 2014, el gobierno de México creó el portal tuempresa.gob.mx con el objetivo de

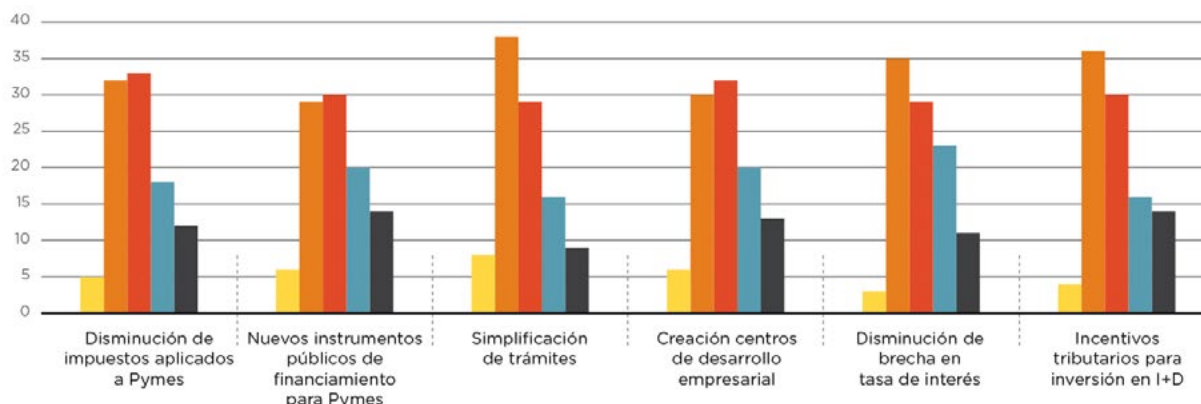
44 El total se considera los emprendedores que han contestado la pregunta referente a las prioridades de política pública. Para el caso de México, 319 hombres y 112 mujeres.

45 Ídem.

Gráfico 7.2.3B

Distribución de la edad del encuestado según las principales prioridades de política pública en México

Menos de 26 años Entre 26 y 35 años Entre 36 y 45 años Entre 46 y 55 años Más de 55 años



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

simplificar los trámites federales para la apertura de una empresa bajo el régimen de Sociedad Anónima y Sociedad de Responsabilidad Limitada. Una de las ventajas que ofrece el portal, es que transmite automáticamente la información a las diversas dependencias involucradas en el proceso de apertura de una empresa y una vez terminado el mismo, se generan los estatutos de ley de la empresa. Finalmente el ciudadano debe formalizar la constitución de su empresa ante un notario o corredor público⁴⁶.

Otro de los servicios que ofrece tuempresa.gob.mx tiene el objetivo de simplificar los procesos de pago de impuestos y trámites administrativos, sin embargo, aún no existe alguna política pública que atienda estas problemáticas.

El INADEM tiene bajo su tuición el Fondo Nacional del Emprendedor que tiene el propósito de incentivar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fomento a la productividad e innovación de las Mipymes ubicadas en sectores económicos estratégicos identificados. Las principales fuentes de financiamiento del gobierno son los fondos de la Secretaría de Economía (SE), Nacional Financiera (Nafin) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

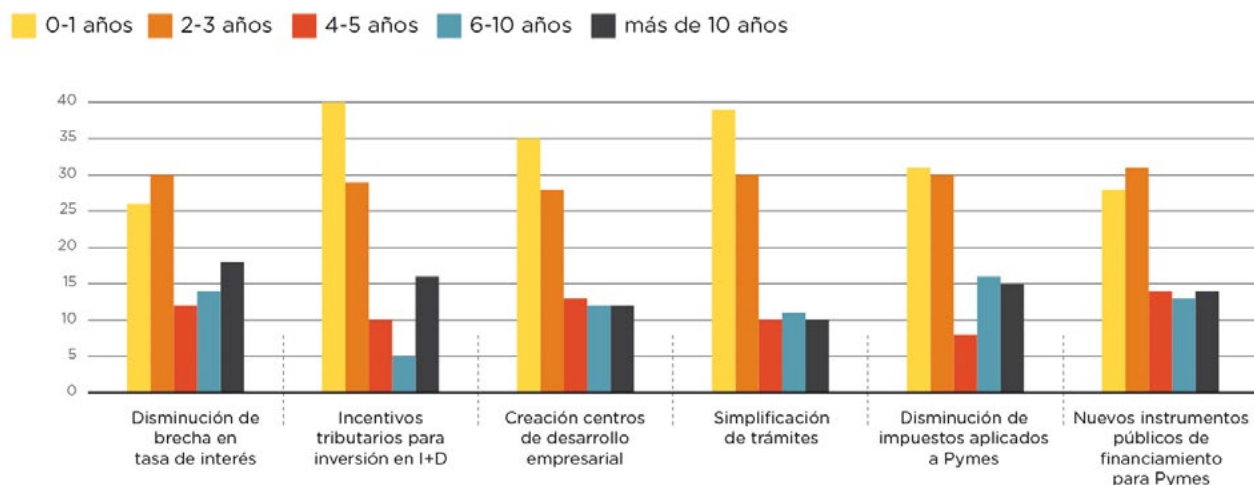
⁴⁶ OECD. Facilidad y rapidez en la creación de empresas en México. Disponible en: <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/43843217.pdf>

El **Gráfico 7.2.3B** presenta la distribución de la edad de los emprendedores mexicanos para cada una de las seis principales prioridades de políticas públicas. Considerando la edad del empresario para la priorización de políticas públicas se observa que 38% de los emprendedores que han votado por la prioridad de política “simplificación de trámites” se encuentran en el rango de 26 a 35 años. Emprendedores en el tramo entre 46 y 55 años representan el 23% de los que han votado por la disminución de la diferencia en la tasa de interés. A su vez, mayores de 55 años representan el 14% tanto de los que votaron por la creación de nuevos instrumentos de financiamiento público para Pymes como incentivos tributarios para la inversión en I+D. No obstante, los emprendedores mexicanos que tienen entre 26 y 45 años representan la mayoría de los que han votado por las prioridades de política pública destacadas.

El **Gráfico 7.2.3C** muestra que la política prioritaria para las empresas más jóvenes la constituyen los incentivos tributarios para inversión en I+D. En segundo lugar, destaca la simplificación de trámites, mientras que para las empresas de 10 años o más la segunda política es el incentivo tributario para la inversión en I+D, seguido de la disminución de la diferencia en la tasa de interés entre Pymes y grandes empresas.

Gráfico 7.2.3C

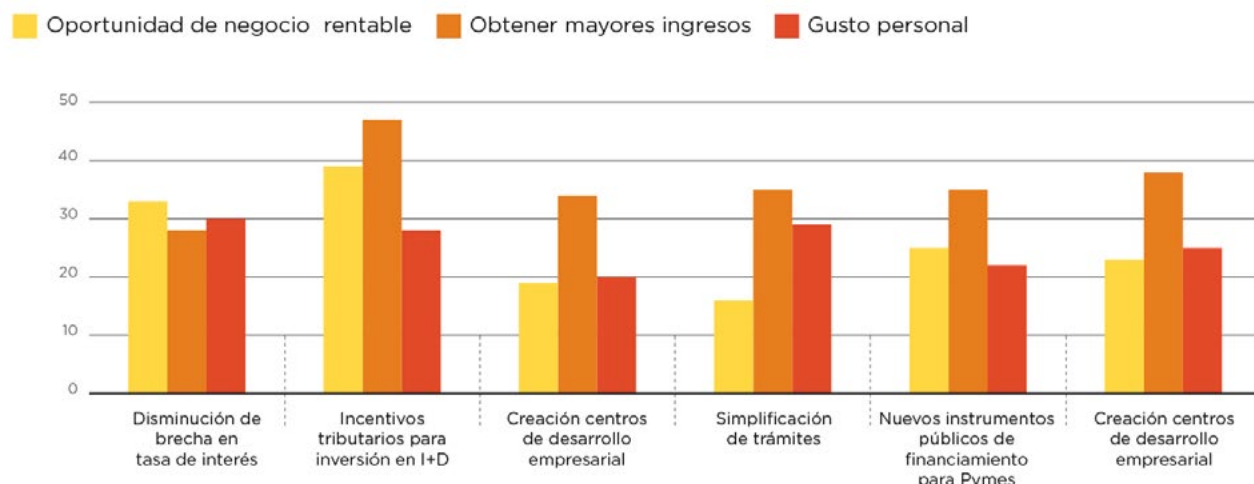
Distribución de la edad del emprendimiento según las principales prioridades de política pública en México



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 7.2.3D

Principales motivaciones para emprender según las principales prioridades de política pública en México



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

La creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento fue la segunda política pública que seleccionaron los emprendedores de empresas de 6 a 10 años y para aquellas de 4 a 5 años.

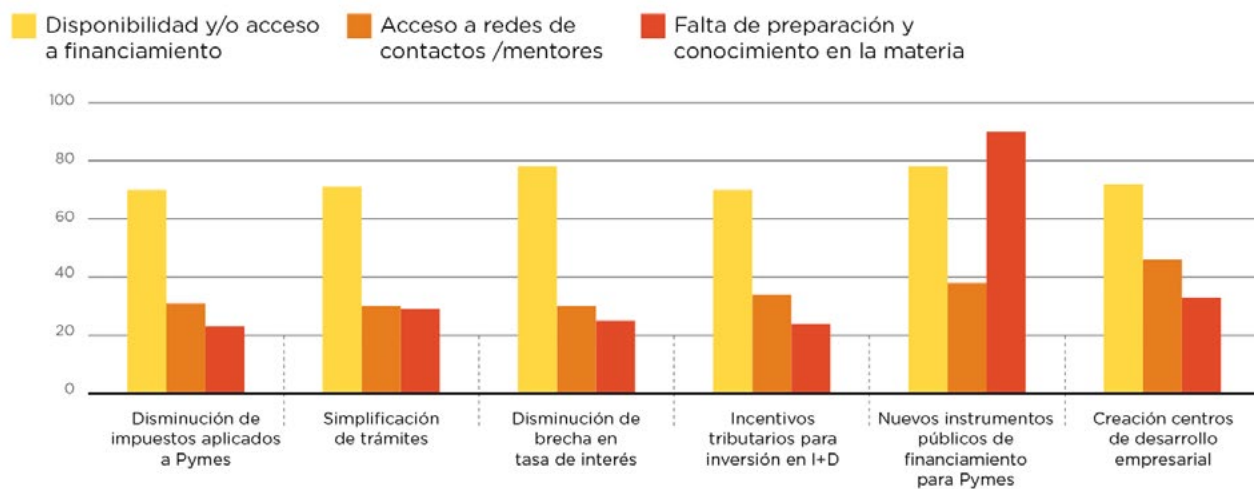
Para aquellas empresas que apenas llevan un año de vida, el área de política pública que ocupa el

tercer lugar es la creación de nuevos centros de desarrollo.

Las diferencias observadas cuando consideramos la edad del encuestado y la edad de la empresa sugieren que se hace necesario establecer políticas públicas que tomen en cuenta la edad del

Gráfico 7.2.3E

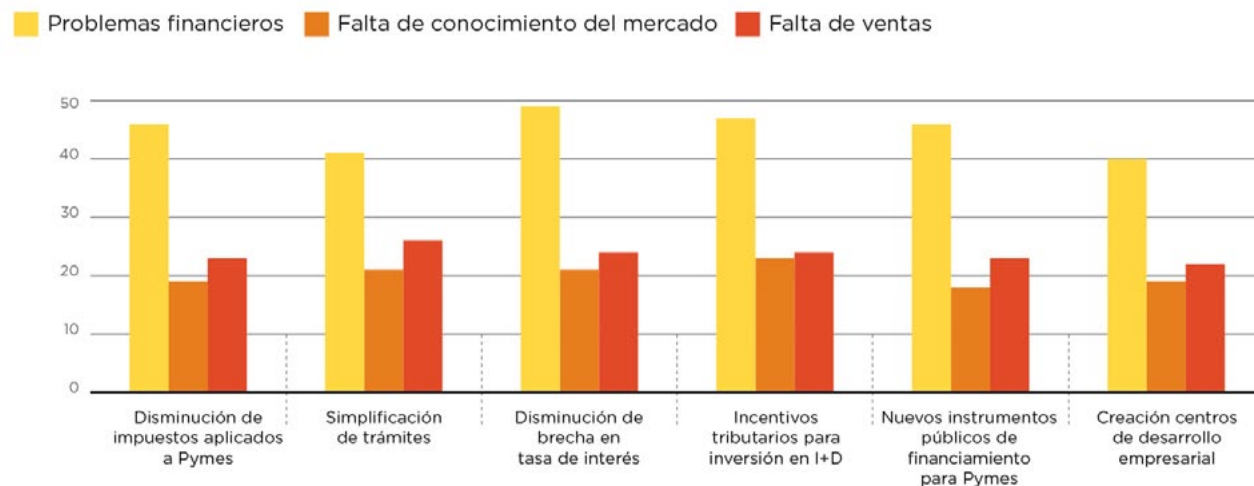
Principales obstáculos según las principales prioridades de política pública en México



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 7.2.3F

Principales factores de cierre según las principales prioridades de política pública en México



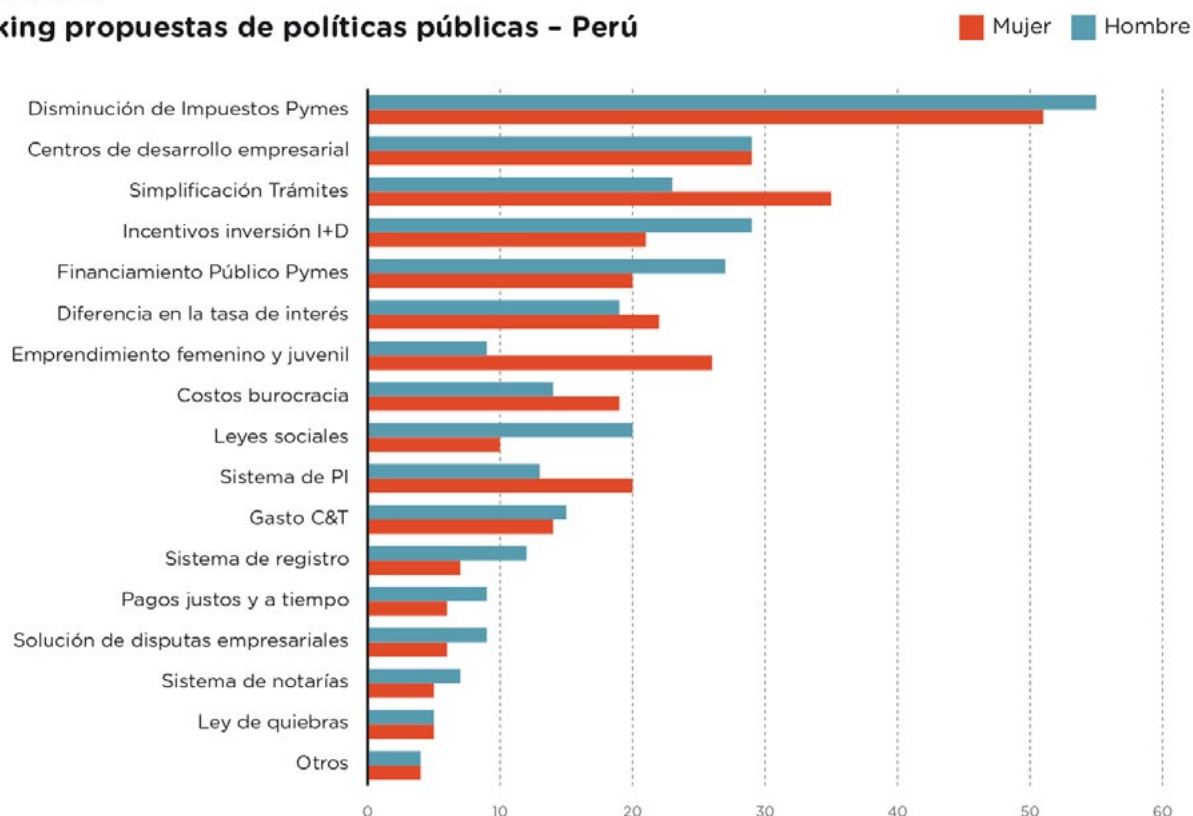
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

emprendedor y del emprendimiento. Por ejemplo, empresas en etapa temprana tienen mayor disposición para adoptar nuevas tecnologías, razón por la cual las políticas que incentiven la inversión en I+D son más relevantes en esa etapa.

El **Gráfico 7.2.3D** presenta las principales prioridades de políticas públicas según las principales motivaciones de los emprendedores mexicanos.

Es posible ver que las cinco primeras prioridades fueron mencionadas por emprendedores motivados por una oportunidad de negocio rentable. En cuanto a los obstáculos y factores de cierre (**Gráficos 7.2.3E** y **7.2.3F**), aspectos ligados a dificultades de financiamiento son los mencionados con más frecuencia, independientemente de las prioridades de políticas. Sin embargo, el 90%

Gráfico 7.2.4A

Ranking propuestas de políticas públicas - Perú

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

de los que han votado por la política pública respecto a la creación de instrumentos públicos de financiamiento a las Pymes declararon principal obstáculo la falta de preparación y conocimiento de la materia.

7.2.4 Prioridades de políticas públicas para Perú

El **Gráfico 7.2.4.A** muestra el resultado del *ranking* de prioridades de políticas públicas por parte de los emprendedores peruanos por género.

Las políticas públicas, en orden de prioridad para el emprendedor peruano, son:

- 1º Disminución de impuestos que aplican a las empresas (Pymes) (181 encuestados)
- 2º Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar, asesorar a nuevas empresas (99 encuestados).
- 3º Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro y exportación (94 encuestados).

4º Incentivos tributarios para inversión en I + D empresarial (87 encuestados).

5º Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes (81 encuestados).

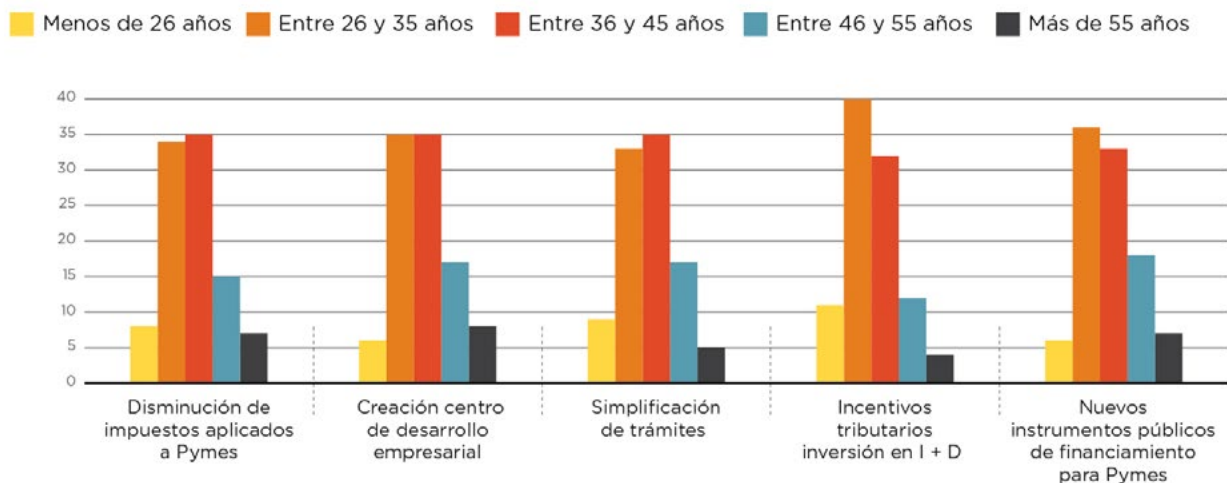
Como principal política pública que buscan los emprendedores, se encuentra la disminución de impuestos para Pymes, 51% de las mujeres y 55% de los hombres⁴⁷. En el Perú, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de micro y pequeñas empresas. Esta cantidad, de acuerdo a la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú), aumenta año tras año, mientras que el número de medianas y grandes empresas se ha reducido frente al 2016 (ver sección 3.4.1). Sin embargo, el gran obstáculo es la informalidad⁴⁸. Así se puede observar la gran importancia que tiene el segmento de micro y pequeñas empresas en el Perú, que genera empleo masivamente, pero

47 En Perú los que contestaron la pregunta referente a las prioridades de política pública fueron 191 hombre y 147 mujeres.

48 <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>

Gráfico 7.2.4B

Distribución de la edad del encuestado según las principales prioridades de política pública en Perú



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

la informalidad responde a los altos costos de ser formal. Pagar los impuestos, contribuciones sociales, arbitrios municipales, etc. explican el hecho de la gran tasa de informalidad en el Perú.

En este sentido, la gradualidad en las tasas impositivas como, por ejemplo, el impuesto a la renta y el impuesto general a las ventas (IGV), debiese estar acorde a la etapa de desarrollo de la empresa en el proceso emprendedor en el que se encuentre. Si bien se trata de un postulado que recoge el clamor de las micro y pequeñas empresas, en la práctica ha sido difícil su consideración.

Por el lado de la creación de centros empresariales, ambos géneros han coincidido en la misma medida, el 29% de los hombres y el 29% de las mujeres, y esto se debe a que a ambos les sería más útil contar con estos centros donde puedan encontrar en un solo lugar todos los servicios necesarios para que puedan llevar a cabo un buen desempeño de sus emprendimientos y/o Pymes. Referente al tema de la simplificación de trámites, es más valorado por las mujeres, lo que podría deberse a que ellas suelen realizar más actividades durante el día que sólo velar por su emprendimiento, ya que también tienen que estar pendientes de sus temas personales, familiares y del hogar.

Asimismo, los hombres están interesados en mayor medida que las mujeres (29% de los hombres y

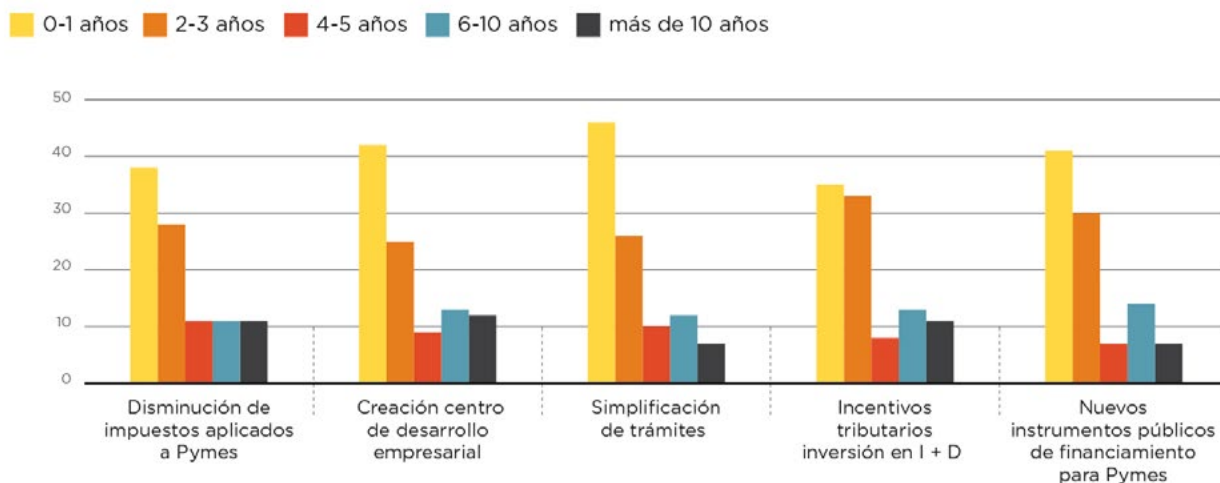
21% de las mujeres) en los incentivos tributarios en inversión de I+D. Esto podría deberse a que en el Perú este tipo de áreas están lideradas por ingenieros, una carrera por la que optan pocas mujeres, aunque esto con el pasar de los años está cambiando.

Finalmente, el financiamiento público también es más valorado por los hombres (el 27% de los hombres y el 20% de las mujeres), pues éstos en mayor medida lideran los emprendimientos. Cabe mencionar que tanto la academia como entidades privadas vienen incentivando el emprendimiento femenino para contrarrestar la brecha existente entre los emprendimientos liderados por hombres y los que lo lideran las mujeres.

Los **Gráficos 7.2.4B** y **7.2.4C** nos muestran un resultado interesante en la medida que las percepciones sobre las prioridades de política pública cambian según rangos de edad de los encuestados y de la empresa. Como se observa en el **Gráfico 7.2.4B**, los menores de 26 se encuentran preocupados por la innovación, representando 11% de los que han votado por la política respecto a los incentivos tributarios a la inversión en I+D. El siguiente rango, entre 26 y 35 años, representa el 40% de los que han votado por la política respecto a los incentivos a la inversión en I+D. Los emprendedores con edades entre 26 y 45 años represen-

Gráfico 7.2.4C

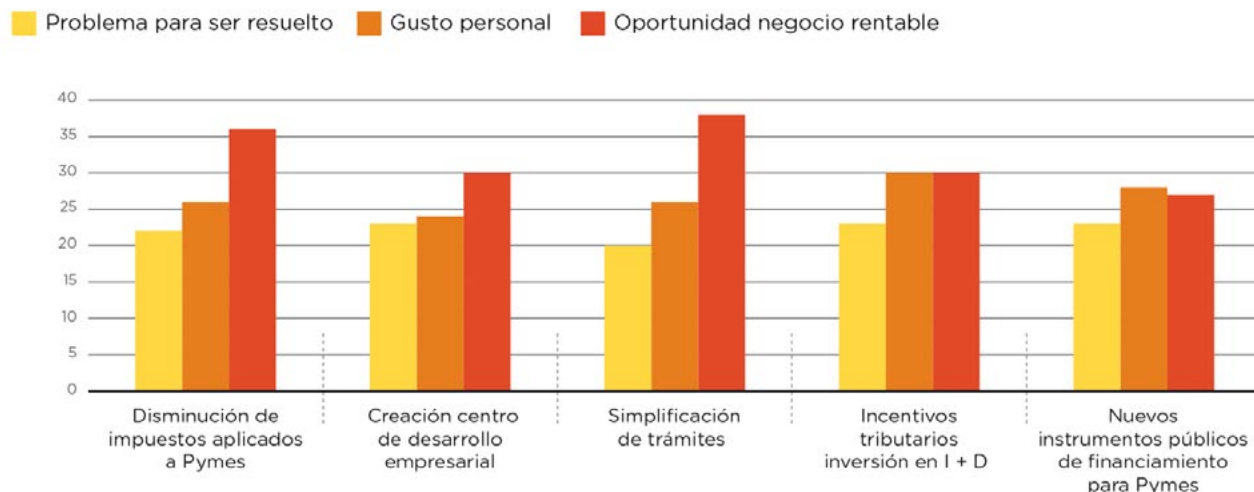
Distribución de la edad del emprendimiento según las principales prioridades de política pública en Perú



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 7.2.4D

Principales motivaciones para emprender según las principales prioridades de política pública



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

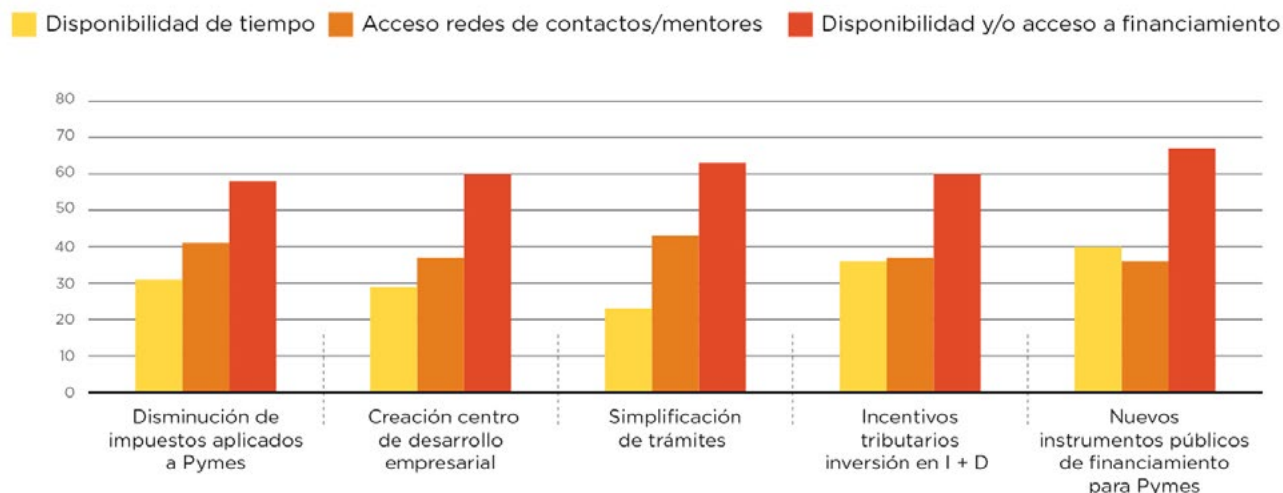
tan el 70% de los que han votado por la política referente a la creación de centros empresariales. De los emprendedores entre 36 y 45 años, estos representan el 35% de los que indican como prioridades de política la simplificación de trámites y la disminución de impuestos a las Pymes. Esto sin duda nos muestra una demanda que refleja el costo del tiempo para profesionales o personas

que tienen algo más de experiencia y donde el tiempo es un factor escaso.

En el **Gráfico 7.2.4C** se ve que las prioridades de política son distintas según el tramo de edad de la empresa. En todas las prioridades de política pública las empresas nacientes (0-1 años) son las que tienen mayor participación, seguido por empresas entre 2-3 y en tercer puesto las empresas

Gráfico 7.2.4E

Principales obstáculos según las principales prioridades de política pública



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

entre 6-10 años. Empresarios dueños de empresas con más de 10 años representan el 12% de los que han votado por la prioridad de política pública respecto a la creación de centros empresariales y el 11% de los que han elegido prioridad los incentivos tributarios a la inversión en I+D. Para las empresas entre 4-5 años las prioridades son la disminución de impuestos (11%) y la simplificación de trámites (10%).

En el **Gráfico 7.2.4D** encontramos el *ranking* de motivaciones. En el aspecto de disminución de impuestos se impone la motivación de un negocio rentable, que supera las otras opciones referidas al gusto personal o a un problema para ser resuelto. En el caso de centros de desarrollo empresarial y simplificación de trámites, sucede una figura similar: en ambos casos la oportunidad de negocio rentable supera las otras opciones referidas al gusto personal o a un problema para ser resuelto. En el caso de incentivos para la inversión en I+D, ya aparece como motivación el ámbito personal, el gusto personal, seguramente por hacer algo novedoso en la propuesta de valor de la empresa. Aún se mantiene al mismo nivel la oportunidad de negocio rentable, compartiendo con el gusto personal el primer puesto en este concepto. Finalmente, en el caso de financiamiento público la motivación representada por el gusto personal tiene el primer lugar en la preferencia, seguido por

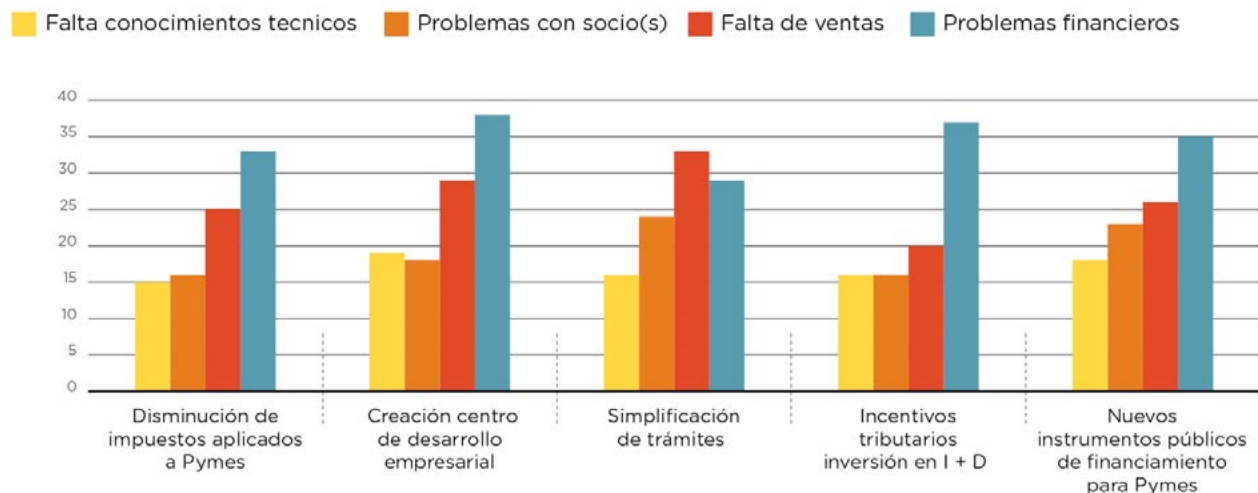
el de oportunidad de negocio rentable.

En el **Gráfico 7.2.4E** referido a los obstáculos, podemos observar lo siguiente: sobre la disminución de impuestos, la disponibilidad y/o acceso a financiamiento es un tema importante; ya que, el cumplimiento tributario al comienzo compite con la necesidad de caja de la nueva empresa, un tema de asignación de recursos. El segundo concepto referido a centros empresariales sugiere que no sólo sirvan para agilizar trámites, sino también para tomar contacto con posibles financiadores, como programas del Estado, bancos, inversionistas, etc., una visión más financiera en su concepción. En todos los demás casos, como simplificación de trámites, incentivos a la inversión en I+D, y al financiamiento público, está presente como primer obstáculo identificado la disponibilidad y/o acceso al financiamiento, reflejando la necesidad de las Pymes de contar con los recursos necesarios provenientes de distintas fuentes acorde a su nivel de desarrollo y necesidad en sus etapas de crecimiento y expansión, respectivamente.

En el **Gráfico 7.2.4F**, referida a factores de cierre, se aprecia una clara tendencia a identificar a los problemas financieros como unos de los primeros factores de cierre. Para 33% de los emprendedores que han mencionado como prioridad de política pública la simplificación de trámites, la falta de ventas serían los principales factores de cierre.

Gráfico 7.2.4F

Principales factores de cierre según las principales prioridades de política pública



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

La disminución de impuestos para las Pymes encuentra como factor de cierre los problemas financieros como resultado del cumplimiento tributario, el mismo que se torna impostergable y eventualmente impagable. En los centros empresariales quizás sea necesario tener consejeros o asesores para tratar temas como el referido de problemas financieros en general. En el caso de simplificación de trámites la falta de ventas significa caja para atender las necesidades del día a día de la empresa. Por ello, una simplificación de trámites lleva necesariamente a una reducción de costos y mayores eficiencias. En incentivos a la inversión I+D, los programas del Estado no necesariamente son suficientes y la búsqueda de recursos luego del apoyo estatal es muy difícil y una vez más para

darle continuidad a un programa de I+D son necesarios los recursos financieros.

Finalmente, en el tema de financiamiento público, este resultado puede significar que los montos que se asignan a ganadores no son suficientes, y que la cadena de financiación para los emprendedores y Pymes no está completa, se ha roto, y hay que corregir esta demanda de recursos de los emprendedores con nuevas políticas públicas, que puedan atender estas nuevas demandas, aún más específicas de los nuevos emprendedores y pequeños empresarios. Quizás no todo es subsidio para el Estado, la implementación del *crowdfunding*, por ejemplo, puede aliviar al Estado de cargas financieras innecesarias cuando puede ser sustituido de manera más eficiente por las plataformas.

8. RESUMEN

En los países miembros de la Alianza del Pacífico, las micro y pequeñas empresas representan más de 95% del total de empresas –95% (Chile), 99% (Colombia, México y Perú). En este escenario, investigar la percepción de los emprendedores es de gran importancia ya que estos conforman gran parte de la economía de la región.

Asimismo, los países de la AP tienen similitudes y desafíos conjuntos en cuanto a tener una economía basada en la producción y exportación de materias primas, intensiva en mano de obra. La transición para una economía más intensiva en capital y tecnología demanda políticas por parte de los gobiernos, acceso a financiamiento y capacitación. Las variaciones en la tasa de creación de empleo observada en la sección 3 tienen al menos tres explicaciones:

- (i) factores internos,
- (ii) a demanda externa, y
- (iii) un lento proceso de cambio hacia una economía más tecnológica, o sea, la sustitución del trabajo por capital.

Es importante tener en cuenta el perfil de los emprendedores que contestaron la encuesta. La mayoría son hombres, con nivel universitario, dueños de microempresas y que tienen actividades iniciadas recientemente (hasta 1 año). Además, los emprendedores encuestados en su mayoría se declaran emprendedores en etapa temprana.

Cuando profundizamos en los resultados de la encuesta, en los cuatro países los emprendedores desconfían de sus gobiernos y la mayoría declara

percibir corrupción en organismos gubernamentales. Entre tanto, en general los emprendedores son optimistas en cuanto a oportunidades para expandir su negocio, aunque la cultura de esos países tiende a penalizar socialmente el fracaso y no reconocer el éxito emprendedor. En este sentido cobran relevancia las redes y fuentes de información donde pueden acceder los empresarios. Sin embargo, la mayoría se apoya en sus propios conocimientos o en lo que está disponible en internet, siendo pocos los que buscan solucionar sus problemas acudiendo a actores del ecosistema como Asociaciones de Emprendedores, Instituciones Públicas, Entidades de Educación y Entidades de Apoyo Empresarial.

En este contexto, los empresarios han declarado sus percepciones en cuanto las prioridades de política pública. La principal prioridad es la reducción de impuestos cobrados a las Pymes. Una característica de las Pymes de la región es que es difícil crecer y dejar de ser Pymes. En este sentido, facilidades tributarias, nuevos instrumentos de financiamiento, así como el acceso a financiamiento privado son puntos que deben ser trabajados a fin de que las empresas puedan tener éxito. Mucho más cuando en los cuatro países el acceso a financiamiento y los problemas financieros son los más mencionados como obstáculos y factores de cierre, respectivamente.

En el siguiente capítulo son presentadas propuestas relacionadas a las prioridades mencionadas por los encuestados en cada uno de los países miembros de la Alianza del Pacífico.

CAPÍTULO 2

PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA



1. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo contiene propuestas de política públicas para cada uno de los países de la región, las cuales fueron elaboradas a partir de las principales prioridades de políticas públicas mencionadas por los emprendedores encuestados y explicadas con mayor detalle en la sección 7.2 del capítulo anterior.

El objetivo de este capítulo es proporcionar a los responsables de las políticas de emprendimiento de cada país luces y sugerencias para desarrollar un ecosistema del emprendimiento más dinámico y saludable.

Para la construcción de las propuestas presentadas cada universidad entrevistó a gestores de instituciones gubernamentales, organizaciones del sector público o asociaciones gremiales que están directamente involucrados en temas relacionados con el emprendimiento. Estas entrevistas fueron realizadas con el objetivo de validar las propuestas con la visión que estos actores tienen respecto del ecosistema del emprendimiento en el país. Los entrevistados en cada país fueron los siguientes:

Chile

- Tadashi Takaoka (Gerente de Emprendimiento – Corporación de Fomento a la Producción, CORFO).
- Cristóbal Leturia (Gerente General – Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC).

Colombia

- Mario Suárez Melo (presidente de Bancóldex).
- Alejandro Vera Sandoval (vicepresidente de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, ANIF).
- Nelson Vera Concha (jefe de Investigaciones Macro-financieras y Pyme de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, ANIF).
- Daniel Beltrán (investigador Económico de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, ANIF).
- Juan Diego Londoño (investigador Económico de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, ANIF).

México

- Itzel Villa Salinas (directora general de Programas de Emprendedores y Financiamiento. Instituto Nacional del Emprendedor en México - INADEM).
- Jorge Corral (director ejecutivo. Asociación de Emprendedores de México - ASEM).

Perú

- Pamela Antonioli De Rutté (directora de Innovación, Ministerio de Producción – PRODUCE).
- Rosa María Josefa Nolte Maldonado (directora general de Artesanía, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo).
- Karen Weinberger (Universidad del Pacífico).

2. PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA - CHILE

En el caso de Chile, el principal obstáculo para emprender declarado por los emprendedores en la encuesta “Tu voz sobre el Ecosistema Emprendedor en la Alianza del Pacífico” es la falta de financiamiento, aspecto que también fue declarado como relevante en los factores de cierre. A partir de esto, es posible comprender el hecho de que las cuatro primeras prioridades de política pública propuesta por los emprendedores encuestados se encuentren directamente relacionadas con las finanzas de las empresas. Sin embargo, hay que señalar que estas prioridades tienden a variar en importancia según la edad y etapa de desarrollo en que se encuentra la empresa, como se señala en la sección 7.2.1 del capítulo 1.

Las cinco principales prioridades de política pública declaradas por los emprendedores chilenos son las siguientes:

- 1º Disminución de impuestos aplicados a empresas (Pymes).
- 2º Pagos justos y a tiempo a proveedores emprendedores.
- 3º Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes.
- 4º Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas.
- 5º Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial.

2.1 Disminución de impuestos aplicados a empresas (Pymes)

De acuerdo con el *Tax Executive Institute* Chile es el 12º país con mayor tasa de impuesto a las empresas entre los países de la OECD¹. De acuerdo a los emprendedores encuestados, la principal

prioridad de política pública debe ser la disminución de impuestos a las Pymes, la que toma mayor relevancia para emprendedores entre 36 y 45 años. No obstante, la reforma tributaria realizada en 2014² buscó ofrecer algunas ventajas a Pymes, y promover la disminución de la desigualdad en el país, aunque según Valdés y Llodrá (2015) la ley no logra sus objetivos.

Mientras algunos países declaran no tener impuestos o beneficios tributarios especiales para Pymes, como Dinamarca, Noruega y Suecia, otros sí han creado mecanismos que permitan a las Pymes pagar menos impuestos, como España y Portugal. Para esto existen diversas maneras, desde menores tasas de impuesto directo, créditos tributarios hasta otras formas de registrar los costos y gastos para disminuir el total imponible (OCDE, 2009).

El 21 de agosto de 2018, el Presidente Sebastián Piñera anunció un proyecto de modernización tributaria. Con relación a las Pymes, el proyecto prevé una baja en los impuestos de 27% a 25%, integrar el sistema tributario y el fortalecimiento del régimen para las Pymes. Entre tanto, el beneficio de una tasa menor se focaliza en un subconjunto de Pymes: empresas con ventas anuales de hasta 50 mil UF, dejando fuera de estos beneficios las medianas empresas con ventas anuales hasta 100 mil UF (según clasificación del SII).

Además de los impuestos directos cobrados a las Pymes, adecuarse a los requerimientos tributarios actuales, tales como rellenar los distintos formularios, declaración de renta mensual y anual, implica costos fijos muy elevados que también son una barrera para que los pequeños y medianos empresarios sean formales (OCDE, 2009). De hecho, Valdés y Llodrá (2015) afirman que adecuarse a

¹ Tax Executive. Disponible en: <http://taxexecutive.org/oecd-corporate-tax-rates/>

² Ley N° 20.780 del 29 de septiembre de 2014.

las reglas tributarias (reforma tributaria de 2014) impone un costo administrativo que, en términos relativos, resulta mayor para las pequeñas y medianas empresas que para las grandes empresas.

En este sentido, disminuir los impuestos aplicados a las Pymes no necesariamente debe significar disminuir la tasa de impuestos, pero sí una simplificación de los trámites y procedimientos administrativos que estos obligan. Esto, a su vez, permitiría facilitar que los nuevos emprendedores salgan de la informalidad. La modernización tributaria propuesta por el gobierno prevé la inclusión automática al régimen tributario de las Pymes de empresas con ventas anuales hasta 50 mil UF, simplificando este proceso para estas empresas.

No obstante, la disminución de trámites para el caso de las Pymes tiene algunas limitaciones o barreras. Estas son principalmente dos: (i) la dificultad de implementación al exigir una reforma en el sistema nacional tributario, instituciones y mecanismos involucrados (SII, notaría, plataforma web); y (ii) la dificultad política y económica que puede generar establecer el grupo de empresas que pueden recibir tales beneficios, es decir, el establecer el tamaño (ventas anuales) límite para cada segmento. Para esto se hace necesario un análisis de costo-beneficio, en el sentido de evaluar el efecto sobre el monto recaudado y costos generados por una reforma, además de los distintos grupos de interés afectados.

Por último, una política que favorezca la formalización y adecuación al sistema tributario por parte de las Pymes debe generar un incremento en el registro de nuevas empresas y, por lo tanto, en los ingresos fiscales. Por eso, es de extrema importancia avanzar hacia la simplificación de trámites legales y tributarios para constituir una empresa, fomentando un ecosistema más dinámico para los emprendedores. Una importante herramienta para facilitar la conformidad a los tributos por parte de las Pymes es ofrecer asesoría a través de expertos de los órganos responsables. Muchos países, como Bélgica, Italia, España y Alemania, tienen como política de apoyo a las pequeñas empresas ofrecer cursos y seminarios en la materia, además de enviar consultores a las empresas a fin de enseñar cómo pagar los tributos de forma correcta (European Commission, 2007). En cuanto a Chi-

le, existe un esfuerzo gubernamental que va en línea con el manifestado por los emprendedores encuestados.

2.2 Pagos justos y a tiempo a proveedores emprendedores.

El plazo concedido por los proveedores a compradores es una forma de crédito, puesto que los compradores tienen un plazo para reinvertir sus ingresos con ventas antes de pagar al proveedor. Entre tanto, pequeñas empresas tienen poco poder de negociación y acaban aceptando plazos muy largos hasta recibir el pago, generando problemas de liquidez. Además, en el esfuerzo por recuperar el pago retrasado las empresas invierten tiempo y recursos que podrían ser utilizados en la actividad productiva. Esta realidad es la que se ve reflejada en la encuesta, donde el pago justo y a tiempo es una de las principales prioridades de política pública mencionada por los emprendedores. Esta prioridad es particularmente relevante para emprendedores entre 26 y 35 años con emprendimientos en etapa temprana, período en donde resulta más difícil obtener financiamiento y se hace fundamental tener dinero en caja para mantener las operaciones y crecer.

A partir de este obstáculo manifestado por los emprendedores, el actual gobierno ha impulsado la ley de Pago Oportuno³, que establece reglas para el pago a proveedores en un plazo de treinta días a contar del día en que el comprador recibe la factura. Después de este período el comprador pasa a pagar intereses que se incorporarán en la deuda de la empresa. Además, la ley incluye sanciones a los malos pagadores como el no poder utilizar créditos fiscales (ej. IVA) hasta que hayan pagado a sus proveedores. Sin embargo, el hecho de que el plazo se defina a partir de la facturación oculta el tiempo real que transcurre hasta que se puede emitir la factura.

Políticas que regulen el plazo de pago a proveedores existen en diversos países. En 2011 la Comisión Europea estableció un plazo hasta marzo de 2013 para que los países miembros adopten la regla de pago a proveedores hasta treinta días después del

³ Ley que fija normas especiales para el pago oportuno de productos y servicios (Boletín N°10.785-03).

envío de la factura. En caso de incumplimiento, después de treinta días el deudor pasa a pagar intereses. Entre tanto, las iniciativas en este tema no fueron aplicadas en estricto rigor y por eso los efectos no han sido mayores.

La Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH) y la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Chile (CONAPYME) reconocen como un gran avance la iniciativa presentada por el actual gobierno en dirección a disminuir la desigualdad de condiciones entre Pymes y grandes empresas. Sin embargo, según la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) la ley falla al ser homogénea, no diferenciando por sectores económicos, tamaños de las empresas o sector público y privado, lo que puede resultar en un aumento de la informalización de intercambios comerciales, además de producir incentivos perversos y transferencia de precios al actor más débil. No obstante, si la ley cumple con su objetivo, los resultados se verían reflejados principalmente en la supervivencia y crecimiento de las Pymes, reduciendo las barreras declaradas por los emprendedores respecto a este tema.

2.3 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para Pymes

La participación del sector público en el financiamiento de las Pymes se explica debido al riesgo y la asimetría de información que existe asociado a este tipo de empresas, aspectos que encarecen el financiamiento privado, o incluso dan pie para que en algunos casos simplemente no exista. Adicionalmente, el sector público cumple con el rol de direccionar el mercado cuando privilegia a un sector, industria o tecnología (Mazzucato and Semieniuk, 2017), lo que hace a través de programas focalizados. Todo lo anterior, explica que la creación de nuevos instrumentos de financiamiento público haya sido declarada en la encuesta⁴ como una prioridad de política pública, siendo esta prioridad aún mayor para emprendedores mayores de 35 años.

En Chile, la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO) es la principal agencia responsable

de los programas de apoyo al financiamiento al emprendimiento. Entre tanto, otras instituciones públicas como el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS), el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) y la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI), también ofrecen instrumentos de financiamiento y subsidios, con énfasis en distintos tipos de empresa. Considerando que existen varios instrumentos de financiamiento y que los encuestados han manifestado como prioridad de política pública nuevos instrumentos de financiamiento público, se percibe la existencia de una divergencia entre la necesidad de los emprendedores y los instrumentos existentes, además de un posible problema de difusión y, por lo tanto, de conocimiento de estos instrumentos por parte de los emprendedores. También se observa que los programas públicos de apoyo al financiamiento tienen un marcado foco en la etapa temprana del emprendimiento, siendo que los empresarios necesitan distintos mecanismos de apoyo dependiendo de la etapa de desarrollo o madurez del emprendimiento en la que se encuentran. En este sentido, la propuesta es revisar los instrumentos existentes y diseñar líneas de apoyo al emprendimiento asociadas a cada una de las etapas, de manera de responder de mejor forma a las necesidades o desafíos que cada una de estas conlleva.

Se sugiere tener especial atención en el apoyo a la autosustentabilidad o supervivencia de los emprendimientos, escalabilidad e internacionalización. Más que financiar los emprendimientos es fundamental capacitar a los emprendedores en las capacidades y conocimientos necesarios para que sus empresas logren crecer y alcancen estabilidad sin financiamiento público, es decir, que sea posible la obtención de financiamiento privado o el autofinanciamiento. Esto porque se tiene el riesgo de que las políticas públicas dirigidas al financiamiento de los emprendimientos generen incentivos que no son los esperados. Por ejemplo, en cuanto a financiamiento en las distintas etapas de madurez de la empresa, se puede llegar a una dependencia de los subsidios públicos y al “acomodamiento” por parte del emprendedor para adjudicarse los distintos subsidios públicos.

⁴ Encuesta “Tu voz sobre el Ecosistema del Emprendedor en la Alianza del Pacífico”.

Es importante señalar, que en el diseño de la capacitación es necesario incluir mecanismos que permitan controlar y regular el tipo de capacitación elegida por el emprendedor, de manera de asegurar su pertinencia en cuanto a tema y nivel de profundidad.

2.4 Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas

La diferencia en la tasa de interés bancaria cobrada a Pymes y a grandes empresas es un factor que preocupa a los emprendedores chilenos, siendo a su vez una de las principales prioridades de política pública declarada en la encuesta, con especial énfasis en el grupo de mujeres encuestadas. El *spread* bancario es una gran preocupación, especialmente cuando la empresa tiene más tiempo de existencia y el acceso a financiamiento privado cobra mayor importancia. Sin embargo, la justificación para una tasa de interés más elevada para las Pymes radica en que las empresas de menor tamaño tienen mayor riesgo de quiebra o impago, hay una mayor asimetría de información y también tienen menos activos para respaldar sus préstamos.

Desde 1982 el Estado garantiza el financiamiento privado de pequeñas empresas a través del Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (FOGAPE). Adicionalmente, existe el Programa Garantía CORFO, el cual tiene por objetivo facilitar el acceso al crédito privado para micro, pequeñas y medianas empresas, respaldando la operación de 11 programas, tales como FOGAIN, COBEX, Clúster del Salmón, entre otros.

Así mismo, para responder a la demanda por financiamiento de las Pymes, el Gobierno de Chile desde 2017, a través de CORFO, ha desarrollado el programa Crédito CORFO MIPYME para ofrecer financiamiento por medio de instituciones no bancarias a tasas menores. El mecanismo utilizado consiste en entregar un subsidio a instituciones no bancarias, de manera que estas ofrezcan tasas de interés más bajas. El espíritu de ese programa es facilitar al pequeño empresario el acceso al crédito a través de instituciones que tienen ma-

yor acercamiento con las Mipymes. Dado que el principal público de este tipo instituciones son los pequeños emprendedores, evalúan el riesgo de una forma según requerimientos distintos que la banca privada. Aun así, los emprendedores revelan que todavía existe una brecha entre la oferta y demanda por financiamiento privado.

A la luz del incipiente desarrollo y uso de otros fondos privados, como inversores ángeles, capital de riesgo y *crowdfunding*, la AP viene trabajando para ampliar la red de inversores, para que los emprendedores tengan acceso a estas formas de financiamiento. En una primera etapa, la Red de Ángeles inversionistas de la AP se está estructurando y haciendo un catastro de distintos inversionistas, para luego impulsar la participación de estos dentro de la red. En Italia, iniciativas públicas han impulsado la formación de un mercado privado de financiamiento a Pymes innovadoras, a través del cofinanciamiento de fondos de capital de riesgo. Según Bertoni et al. (2006) se espera que el financiamiento a través del capital de riesgo tenga un efecto positivo en el crecimiento y en la salud financiera de nuevas empresas basadas en tecnología.

Como se mencionó anteriormente, en Chile el Estado ha desarrollado diversos programas para promover el emprendimiento y apoyar las empresas de menor tamaño. Sin embargo, la participación del Estado corre el riesgo de estar actuando como una barrera para establecer un sector privado fuerte, capaz de responder a la demanda por financiamiento. A raíz de esto, se propone que el sector público debiese regular y apoyar el surgimiento de inversores de riesgo y la cultura del *crowdfunding*. Sin embargo, existe el riesgo de que una regulación excesiva genere incentivos perversos y reduzca el acceso al financiamiento por parte de las Pymes. En otras palabras, la regulación con requerimientos muy estrictos puede restringir el acceso, desincentivando un rol más masivo por parte de capitales de riesgo. Es importante apoyarse en experiencias internacionales, ya que en muchos países (principalmente países desarrollados como EE.UU. y Reino Unido) esas fuentes de financiamiento están en etapa de maduración.

2.5 Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial

La creación/aumento de incentivos tributarios para inversión en I+D fue la quinta prioridad de política pública declarada por los emprendedores encuestados, y especialmente por emprendedores menores de 26 años y mayores de 46 años. En cuanto a la edad de sus empresas, esta propuesta de política aparece como la más importante para aquellas que tienen más de 4 años de existencia.

La Ley N° 20.241 publicada en 2008 y modificada el 2012 (Ley N° 20.570) establece incentivos tributarios a la inversión en I+D. Los principales puntos de esta ley es que establece incentivos como la posibilidad de deducir 35% del gasto en I+D del Impuesto de Primera Categoría y poder considerar el restante 65% de los gastos en I+D como gasto necesario para producir la renta (MINECON, 2013). Esta Ley considera tanto proyectos de I+D desarrollados internamente (intramuros) como en conjunto con terceros (extramuros). No obstante, las empresas han sido reacias a utilizar los beneficios de la ley, habiendo entre 2012 y 2015 sólo 341 postulaciones al programa, siendo sólo 288 aprobados. Cabe destacar que, a pesar de ser poco utilizada, más de 60% (216) de las postulaciones fueron hechas por empresas grandes. Eso indica que esta ley no es atractiva y que no favorece a los emprendimientos. Esto porque el beneficio tributario es aplicado sobre las utilidades de la empresa y, en general, los emprendimientos toman más tiempo en lograr resultados positivos.

La subutilización de la ley y el bajo número de proyectos aprobados puede ser explicado por la burocracia del proceso de rendición y seguimiento técnico, donde los costos pueden ser muy elevados. Además, tales procesos acaban por imponer barreras a las Pymes, muchas veces elevando los costos, haciendo que sean mayores que los beneficios.

Actualmente, CORFO se encuentra trabajando la forma de solucionar este problema y por eso está elaborando una propuesta para modificar la ley de I+D. Uno de los aspectos más importantes de esta reforma es reconocer como gasto en I+D la adquisición de nuevas empresas que estén realizando I+D. El objetivo es promover un canal de salida para empresas cuyo principal negocio involucra I+D e innovación (I+D+i). De hecho, la literatura clasifica la adquisición tecnológica como una forma de innovar (Ahuja y Katila, 2001), adquiriendo capacidades para hacer I+D+i y fomentando en Pymes las actividades de I+D, una vez que es adquirida es más atractiva y ofrece un retorno satisfactorio de la inversión.

Sin embargo, fomentar la adquisición de empresas puede generar incentivos perversos al hacer el I+D intramuros menos atractivo. En ese sentido, sería de gran utilidad hacer un piloto en forma de un programa con subsidios, que permitiera entender mejor la efectividad de estos mecanismos y cuáles son los límites para una ley en este ámbito.

Adicionalmente, se observa la falta de algún mecanismo en la ley de I+D que genere incentivos específicos para las Pymes. Reino Unido, por ejemplo, tiene créditos fiscales especiales para Pymes donde se puede deducir hasta un 130% de los costos en I+D de los beneficios anuales obtenidos por la empresa. En este sentido, la reforma en la ley podría incluir un crédito fiscal más grande para Pymes.

En definitiva, la eficacia de la implementación de tales reformas en la ley de I+D debería generar en un principio un aumento en el número de empresas/proyectos postulados. Luego, a medida que las empresas se acogen a la ley, debería haber un incremento del gasto en I+D total.

3. PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA - COLOMBIA

La importancia del análisis de las Mipymes radica en que representan la mayoría de las empresas en Colombia, así: el 94,7% son microempresas, el 4,9% son pequeñas y medianas empresas, y sólo el 0,4% son grandes empresas (Confecámaras, 2018). Según la encuesta “Tu voz sobre el Ecosistema Emprendedor en la Alianza del Pacífico”, en Colombia, las cinco principales prioridades de políticas públicas relacionadas con las necesidades de los empresarios Mipymes en Colombia son:

- 1º La disminución de los impuestos que se aplican a las empresas (Pymes)
- 2º La creación de centros de emprendimiento
- 3º La creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes
- 4º Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial
- 5º Simplificación de trámites y costos de procesos de calidad, registro y exportación

3.1 Disminución de los impuestos que aplican a las empresas Pymes

Según la encuesta, en Colombia la prioridad de política pública más apremiante entre los empresarios, con un 71%, es la carga impositiva que tienen las empresas Mipymes. En coherencia con esto, según el *Doing Business 2017* (World Bank, 2017) en los últimos tres años, en Colombia se han aumentado los impuestos que las empresas pagan como porcentaje de sus ganancias, lo cual no es positivo para el desarrollo del país dado que el empleo⁵ y la creación de empresa (Confecámaras, 2018) en los últimos años ha presentado una tendencia decreciente.

De hecho, la Asociación Nacional de Empresarios

de Colombia (ANDI)⁶ plantea que casi el 70% de las utilidades de las empresas colombianas se va para el Estado, representadas en los siguientes impuestos⁷:

- Impuesto anual de renta (impuesto gravado sobre la totalidad de las utilidades)
- IVA (impuesto gravado sobre la compra venta de bienes y servicios)
- ICA (impuesto de industria y comercio)
- Retención en la fuente (pago anticipado de impuesto de renta)
- Gravamen a los movimientos financieros (impuesto gravado en todas las transacciones financieras)
- Impuesto al patrimonio (impuesto gravado en la riqueza o patrimonio líquido anual).

En los últimos 8 años se han realizado varias reformas tributarias que han afectado a los empresarios colombianos con la creación de nuevos impuestos y el aumento de los ya existentes. Por ejemplo, en 2012, la creación del impuesto sobre la renta para la equidad (CREE); en 2013, la creación del Impuesto Mínimo Alternativo (IMAN), el Impuesto Mínimo Alternativo Simple (IMAS) y el Impuesto al Consumo⁸; y en 2017, el aumento del IVA del 16% al 19%⁹.

Dado que los empresarios colombianos manifies-

6 www.vanguardia.com/economia/nacional/410130-casi-el-70-de-las-utilidades-de-las-empresas-va-al-estado

7 www.cwasesoretributarios.com/novedades/60-cuanto-pagan-en-impuestos-las-empresas-en-colombia

8 Dinero. Las 12 tributarias de Colombia. Febrero, 2015 Disponible en: <https://www.dinero.com/economia/articulo/cuantas-reformas-tributarias-ha-tenido-colombia/206248>

9 Dinero. Esta es la reforma tributaria que regirá desde el primero de enero de 2017. Diciembre, 2016. Disponible en: <https://www.dinero.com/economia/articulo/resumen-de-reforma-tributaria-aprobada-y-texto-completo/240455>

5 www.banrep.gov.co/es/tasas-empleo-desempleo

tan una decidida preocupación por la alta carga impositiva, es necesario que el Estado tome decisiones relacionadas con el gasto público y los impuestos, con la ayuda de una reforma tributaria que fomente el crecimiento económico y dinamice la economía del país a través de la creación de empresas, el aumento del consumo, el aumento de la inversión y el crecimiento del empleo (Baca, 2007). Esta reforma debe estar orientada en varios frentes: reducir el impuesto de renta (el más alto de todos los impuestos, cercano al 30% de las utilidades de las empresas); hacer una diferenciación de los impuestos dado el ciclo de vida de la empresa, antigüedad y tamaño; facilitar los procesos tributarios de las empresas; modificar el régimen del IVA; y eximir del pago del impuesto a la riqueza a empresas nacientes y nuevas.

Una gran desventaja en la reducción del impuesto a la renta aplicado a las empresas es la necesidad de realizar un mayor recaudo por parte del impuesto a la renta de las personas naturales (mediante la ampliación de la base tributaria), es decir, disminuir impuestos a las empresas implicaría un aumento en los impuestos de las personas naturales. Por ello, es importante asegurar la disminución de impuestos en empresas Mipymes, pero no en las grandes empresas, que gozan de gran capacidad adquisitiva.

De hecho, la disminución de impuestos para los empresarios Mipymes colombianos está contemplada en algunas propuestas clave del programa de gobierno 2018-2022 del Presidente de Colombia, Iván Duque, tales como realizar una diferenciación de cargas impositivas en la que se considere el tamaño de las empresas, ya que las Mipymes no tienen la misma capacidad de pago que las grandes empresas, como reducir las cargas impositivas y contributivas excesivas para permitir que se puedan generar más y mejores empleos (Duque, 2018a).

Finalmente, el indicador necesario para medir la eficacia de la reforma para la disminución de impuestos se debe enfocar en dos indicadores principales: el crecimiento del número de empresas y crecimiento del número de empleos formales.

3.2 Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro y exportación

Según la encuesta, en Colombia una de las principales prioridades de política pública más importantes para los empresarios es la simplificación de trámites y costos en varias etapas del proceso empresarial. En coherencia con esto, según el *Doing Business 2017* (World Bank, 2017), a pesar de que abrir una empresa en Colombia es dos veces más rápido y un 60% menos costoso que en el promedio de los países de América Latina, este proceso de registro empresarial demanda el doble de tiempo y es 4 veces más costoso que en el promedio de los países de altos ingresos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Sin embargo, algo más preocupante a nivel nacional, es que en las ciudades pequeñas de Colombia se presenta un mayor nivel de trámites que en las ciudades grandes (World Bank, 2017), lo cual implica una desigualdad y un impacto desproporcionado de las medidas regulatorias que se toman desde el Estado central.

En Colombia existe una política de racionalización de trámites que empezó a operar a través de la ley antitrámites aprobada en 2005 y con el decreto antitrámites aprobado en 2012¹⁰, que buscan generar ahorro de dinero y tiempo, propender por la utilización de tecnologías y asegurar el acceso de todos los colombianos a los servicios públicos de forma ágil y efectivo, a través de la simplificación, eliminación o modificación de trámites.

En los últimos años se han ejecutado proyectos concretos para la simplificación de trámites a nivel empresarial. Por ejemplo, la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) como instrumento informático que permite el trámite electrónico de permisos, requisitos o autorizaciones previas exigidos por las respectivas entidades del Estado para la realización de operaciones de comercio exterior¹¹, y la Ventanilla Única Empresarial (VUE) para la simplificación de trámites en la constitución de nuevos negocios en cámara de comercio.

10 República de Colombia. Decreto 0019. Disponible en: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2012/Documents/Enero/10/Dec1910012012.pdf>

11 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. La ventanilla única del comercio exterior. Disponible en: <http://www.mipymes.gov.co/loader>.

Sin embargo, en Colombia se está avanzando lentamente en la simplificación de trámites de otros procesos relacionados con la creación y gestión de la empresa en entidades como: Instituto Nacional para la Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), Superintendencia de Sociedades, Datacrédito, Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC), Unidad de Gestión de Pensiones y Parafiscales (UGPP), entre otras.

El alto nivel de trámites es una limitante para la formalización empresarial. Varela et al. (2017) identificaron que en Colombia el 19% de los empresarios nacientes y nuevos no han registrado su empresa debido a la existencia de muchos trámites y requisitos.

La política pública debe enfocarse en simplificar los trámites en todas las instituciones para todos los empresarios durante todas las etapas del proceso empresarial. A través de los siguientes lineamientos:

- Analizar los trámites que los empresarios realizan actualmente en todas las instituciones involucradas en los procesos de creación y crecimientos de las empresas.
- Determinar qué tipo de trámites se pueden unificar, simplificar o eliminar, de tal forma que sea más fácil para el empresario.
- Permitir que todos los trámites empresariales y pagos se puedan realizar a través de internet.
- Establecer Centros de Atención Empresarial y Ventanillas Únicas en todos los municipios de Colombia (rurales y urbanos).
- Crear más quioscos “Vive Digital” del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en todos los municipios (áreas rurales y urbanas) de Colombia.
- Asegurar que la ley antitrámites se cumpla de manera efectiva en todos los rincones de Colombia.

De hecho, parte de esta propuesta está alineada con el programa de gobierno 2018-2022 del Presidente Duque, en donde es claro el compromiso para simplificar el sistema tributario para empresas con tarifas competitivas, mínimas distorsiones

y digitalización total de las plataformas tributarias, con automatización de procesos de devolución (Duque, 2018b).

Finalmente, el indicador necesario para medir la eficacia de la política antitrámites es la disminución de trámites en todas las instituciones involucradas en el proceso empresarial.

3.3 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes

El financiamiento empresarial es un tema de interés para gran parte de los empresarios colombianos. De hecho, según la encuesta, el 73% de los empresarios colombianos manifiestan que el principal obstáculo que enfrentaron cuando comenzaron su empresa fue la poca disponibilidad y la dificultad en el acceso a fuentes de financiamiento. Asimismo, el 53,9% de los encuestados colombianos perciben a los problemas financieros relacionados con el difícil acceso y con las dificultades en el flujo de efectivo como el principal factor para cerrar una empresa.

Del mismo modo, según la encuesta, los empresarios colombianos se financian principalmente con recursos propios y/o de socios (58,7%), préstamos de bancos (12,8%) y recursos de amigos y familiares (22,7%), dejando de lado otra variedad de fuentes de financiamiento público y privado para las empresas nuevas y en crecimiento como: subsidios públicos, inversionistas informales, ángeles inversionistas, capital de riesgo, oferta pública de venta o financiamiento a través de la bolsa de valores, y *crowdfunding* (Varela et al., 2017).

De igual forma, la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) (2018) en su Gran Encuesta a las Pymes (GEP) reveló que cerca de un 40% de los empresarios accede al crédito formal y la mayoría de las Pymes se encuentran en un círculo vicioso de baja formalidad-productividad, lo cual los deja muchas veces marginados del crédito. Allí también se tiene el agravante de resistencia de las mismas Pymes a emprender acciones de innovación y mejoramiento apalancadas en crédito formal. Ello implica que gran parte de los empresarios están concentrados en sus preocupaciones del día a día (capital de trabajo), mu-

chas veces financiándose mediante sus propios recursos o sus proveedores.

Por otro lado, las Mipymes presentan mayores dificultades de financiamiento (mayores intereses) respecto a las grandes empresas, ya que las instituciones financieras imponen más restricciones y exigen mayores garantías a las Mipymes. Debido a que estas empresas tienen una menor capacidad de endeudamiento, las condiciones del crédito no se ajustan a sus necesidades, y los bancos no confían al no disponer de información suficiente para hacer un adecuado análisis de riesgo (Ferraro et al., 2011).

Bancóldex¹² y el Fondo Nacional de Garantías¹³ son dos actores importantes en la formulación de la política pública para el financiamiento empresarial. De igual forma, actualmente existe una serie de programas de apoyo público para el financiamiento empresarial como el Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) que brinda apoyo en etapas iniciales, iNNpulsa Mipyme del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que ofrece capital semilla y Bancóldex con su fondo de capital de riesgo y ángeles inversionistas.

A pesar de todos los esfuerzos realizados en Colombia en el tema de financiamiento empresarial a través de las instituciones nombradas anteriormente, los empresarios perciben que dichos esfuerzos no son suficientes. Por ello, se recomienda formular una política que aborde este tema varios frentes:

- Asegurar el acceso de más empresarios Mipymes a los instrumentos de financiamiento público existentes.
- Desarrollar más líneas de financiamiento para Mipymes, de acuerdo a sus necesidades y situaciones especiales.
- Implementar tasas de colocación diferenciadas por parte de las instituciones financieras de tal

forma que favorezcan a las Mipymes.

- Fomentar la creación de líneas de crédito para capital de trabajo y no sólo para maquinaria. Al igual que líneas especiales para el financiamiento de nuevas tecnologías y patentes.
- Promover la existencia de productos financieros innovadores como el factoring, a través de la materialización del Registro Único de Facturas Electrónicas (REFEL), después de la aplicación obligatoria de la Factura Electrónica a partir de 2019 (según lo mandado en la Ley 1819 de 2016). De tal manera, que le permita al empresario Mipyme tener más liquidez en el corto plazo. De hecho, Bancóldex está propiciando la oferta de otros productos financieros como el leasing y el factoring, además de incursionar en la promoción de fondos de capital privado para diversificar las modalidades de financiamiento.
- Otorgar a los empresarios Mipyme, periodos de gracia amplios para el pago de intereses y de capital, de tal forma que la obligación financiera no afecte la liquidez a corto plazo.
- Apoyar el surgimiento y consolidación de la oferta de instrumentos de financiamiento no convencionales como el *crowdfunding*, fuente de financiamiento que está respaldada en el programa de gobierno 2018 - 2022 del Presidente de Colombia. En dicho programa, se observa el compromiso del nuevo gobierno en “apalancar la inversión con un régimen que libere el potencial de plataformas tecnológicas para el *crowdfunding* y otros mecanismos de financiamiento alternativos” (Duque, 2018c).
- Fortalecer el *crowdfunding* que está impulsando la Bolsa de Valores de Colombia mediante la eventual plataforma de emisión de Bonos para Pymes “Ascenso”.
- Crear una Ruta del Financiamiento empresarial en Colombia en donde, por todos los medios de comunicación, los empresarios puedan conocer qué instrumentos de financiamiento existen en el país, dependiendo de la etapa de desarrollo, y cómo pueden acceder a estas fuentes.

La métrica para conocer si esta política está funcionando debe ser el crecimiento del número de empresarios Mipyme que accedan efectivamente a todas las variedades de financiamiento dispo-

12 Bancóldex es el banco de desarrollo para el crecimiento empresarial en Colombia, apalancando compañías de todos los tamaños, todos los sectores y todas las regiones de Colombia indistintamente de su tiempo de existencia, con servicios de conocimiento e instrumentos financieros.

13 El Fondo Nacional de Garantías (FNG) tiene como misión “facilitar el acceso de la Mipyme colombiana al financiamiento, mediante el otorgamiento de garantías a través de diferentes líneas de garantía para permitir que las entidades financieras como: Bancos, Fundaciones, Cooperativas, entre otras, realicen préstamos a los empresarios”.

nibles, la disminución del tiempo que transcurre entre la solicitud de la ayuda financiera y el desembolso, y la satisfacción de los empresarios antes, durante y después del proceso.

3.4 Creación de centros de desarrollo empresarial para capacitar, asesorar y acompañar a nuevas empresas

Según la encuesta, el 30% de los empresarios en Colombia afirman que la creación de centros de desarrollo empresarial (CDE) para capacitar, asesorar y acompañar a nuevas empresas debe ser una prioridad política. Desde 2010 se pueden reconocer esfuerzos de algunas instituciones para incentivar la creación de centros empresariales a través de la adaptación del modelo de los *Small Business Development Centers* (SBDC). Este modelo nace en Estados Unidos como una iniciativa para apoyar e incrementar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas; y actualmente se está implementando en algunas ciudades de Colombia como en el caso del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi a través de su Centro Empresarial Alaya. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, “los Centros de Desarrollo Empresarial son un instrumento para desarrollar capacidades al interior de las empresas e impulsar la creación de nuevas unidades productivas, ofreciendo asesoría, acompañamiento gratuito y capacitación específica que responda a sus necesidades”¹⁴.

A partir de 2013, el gobierno colombiano decidió expandir dicha metodología en el país. El plan de trabajo para la implementación de este programa comprendido entre 2013- 2016 abarcó actividades como: consulta y socialización de la adaptación de la metodología del modelo SBDC, diplomado de transferencia de la metodología SBDC, sistematización del modelo, transferencia del software a los CDE, certificación de los CDE, internacionalización, consolidación de la Red de Centros Colombia, participación de los Red de CDE de Colombia en Mesoamérica y Red de Pequeños Negocios de las Américas. Las convocatorias de participación al programa vincularon a aliados de

cámaras de comercio, iNNpulsa, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA,) cajas de compensación, centros empresariales existentes y centros especializados en todo el país. Hoy se cuenta con 117 centros distribuidos por todo el país, iniciativa liderada por el SENA que responde al 100% del objetivo planteado por el programa.

De igual forma, existen otras iniciativas que buscan promover el desarrollo y crecimiento empresarial bajo la figura de asesorías y capacitación a empresarios, como: la Corporación Colombiana Internacional (CCI) que presta servicios de estructuración y desarrollo de proveeduría integral por medio de la implementación de Modelos Agroempresariales Competitivos y Sostenibles (MACS); los Centros de Desarrollo Tecnológico (CDT), un programa orientado a organizar empresas de un mismo clúster para mejorar la gestión de manera sostenida, elevar la productividad y competitividad; y los Centros Regionales de Productividad que contribuyen al incremento de la productividad de la economía colombiana, mediante la adaptación, desarrollo, promoción y masificación del uso de las tecnologías de gestión en las organizaciones y la participación en la formulación de la política pública, sobre calidad, productividad y competitividad¹⁵.

Uno de los desafíos más grandes que enfrentan estos centros de desarrollo empresarial es la sostenibilidad financiera, es decir, la falta de claridad sobre el mecanismo de generación de ingresos que asegure la creación, el desarrollo y la consolidación de estos centros. De igual forma, una de las principales problemáticas según Gómez y Mitchell (2014) es “la evidente falta de articulación y duplicidad de funciones entre entidades públicas; falta de información; poca interacción de estas con las empresas y las universidades; y la carencia de un liderazgo que priorice y dirija la ejecución de la estrategia de ciencia, tecnología e innovación como el motor de desarrollo del país en el largo plazo”, lo cual tiene una afectación directa sobre la creación de centros de desarrollo empresarial en el país.

¹⁴ www.mipymes.gov.co/publicaciones/9785/centros_de_desarrollo_empresarial

¹⁵ <http://www.cnp.org.co/inicio/quienes-somos>

Las políticas públicas deben enfocarse en:

- Asegurar la existencia de recursos públicos para crear y sostener los centros.
- Fomentar convenios con el sector privado para complementar el financiamiento.
- Capacitar al capital humano especializado en las áreas requeridas en los centros.
- Desarrollar cursos de formación profesional de asesores empresariales a nivel universitario, es decir, una profesionalización del asesor/consultor.
- Implementar metodologías de acompañamiento empresarial como parte de la formación profesional al interior de las universidades.
- Desarrollar sistemas de información en los centros de desarrollo empresarial.
- Establecer centros para el desarrollo del espíritu empresarial en todas las regiones de Colombia para proveer servicios de apoyo a los empresarios Mipyme. La experiencia de los Centros Alaya en Cali, Cedezo en Medellín y otras instituciones similares deberían ser expandidas para proveer una cobertura amplia. La iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) para adaptar la experiencia del modelo Americano *Small Business Development Centers* (SBDC) en Colombia es un paso en la dirección correcta.

Finalmente, los indicadores necesarios para medir la efectividad en estos frentes de política pública son: el número de centros de desarrollo empresarial creados, el número de empresas y empresarios asesorados por los centros, el número de empresas creadas por los empresarios que se capacitan en los centros, el número de empresas en procesos de expansión en los centros y apropiación social de conocimiento.

3.5 Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial

El 23,7% de los empresarios afirman que la creación de incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial debe ser una prioridad política. En Colombia existe una baja inversión histórica en temas de inversión I+D como porcentaje del PIB, la cual sólo ha tenido un incremento del 10% en

los últimos 10 años (Banco Mundial, 2018). Cabe decir, que la inversión en I+D (investigación básica, aplicada y desarrollo experimental) no es lo mismo que en inversión en ACTel (Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación que incluye formación y servicios que ofrecen bibliotecas, museos, periodismo científico, entre otros). No obstante, ambos indicadores están por debajo de los propuestos por el gobierno y ambos requieren de la intervención de políticas prioritarias.

Con respecto a lo anterior, la directora del Observatorio de Ciencia y Tecnología, Clara Pardo¹⁶, señaló que la inversión en actividades CTel llegó sólo hasta el 0,67%, pero más del 50% ha sido aportado por el sector privado (incluye universidades y centros de investigación privados). El actual Presidente electo Iván Duque propone llevar la inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación hasta el 1,5% del PIB.

En 2015 se aprobó la Política de I+D+i en Colombia (CONPES, 2015a) cuyo propósito es lograr la generación de un clima de innovación en el marco del Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTI), acorde con lo establecido en el artículo 186 de la Ley 1753 de 2015. Esta política permite fomentar las inversiones empresariales en investigación, desarrollo e innovación a través de la colaboración entre empresa y grupos de investigación de tal modo que los empresarios puedan afrontar nuevos retos y aprovechar nuevas oportunidades de mercado. A través del programa Pactos por la Innovación se busca, mediante un acuerdo voluntario, promover la colaboración efectiva entre Universidad, Empresa y Estado¹⁷, es decir, facilitar el modelo propuesto por Etzkowitz y Leydesdorff (2000) llamado triple hélice. Otra de las acciones concretas de la política son las deducciones tributarias para las empresas que faciliten procesos de transferencia de I+D.

Gómez y Mitchell (2014) proponen una serie de recomendaciones como resultado de su análisis a las políticas actuales en lo que respecta a la inversión en CT&I:

¹⁶ www.cteiarauca.com/index.php?option=com_docman&view=download&alias=6-indice-departamental-de-innovacion-2017-en-colombia&category_slug=archivos&Itemid=279

¹⁷ www.colciencias.gov.co/innovacion/empresarial/pactos

- Simplificar los procesos para obtener beneficios tributarios por inversiones en CT&I
- Promover la creación y certificación de grupos de investigación al interior de las empresas
- Modificar la disposición de la ley que determina que los proyectos deben ser presentados en coordinación con universidades, o centros y grupos de investigación acreditados por Colciencias
- Incluir un esquema multitasas, con una deducción básica de 150%, que aumentaría a 175% en los casos de empresas que se presenten con grupos de investigación, y a 200% en los casos en que se presenten inversiones realizadas como parte de una alianza de dos o más empresas, y con el apoyo de una o varias universidades o centros de investigación acreditados
- Incluir a Bancóldex, representado por iNNpulsa, en el Consejo de Estímulos Tributarios y transferir el rol de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), en este proceso, a la etapa previa de aprobación del cupo presupuestal
- Implementar una instancia previa en el Departamento Nacional de Planeación, en la cual las empresas, en caso de duda, presenten proyectos de inversión en actividades de ciencia, tecnología e innovación que aún no han sido presentados al Consejo de Estímulos Tributarios, y que el Departamento Nacional de Pla-

neación (DNP) evalúe si los proyectos cumplen con los requisitos para acceder a los beneficios tributarios estipulados en la norma.

Además, es vital seguir fortaleciendo los vínculos entre los centros de investigación, universidades y el sector privado para facilitar la transferencia y comercialización de investigación y desarrollo, e incrementar el nivel de recursos para apoyar proyectos de investigación con potencial. Al igual que aumentar el uso del beneficio tributario por inversiones en I+D+i por parte de las empresas ya que este es un instrumento vigente desde hace más de 20 años, pero es aún lejano o desconocido para la mayoría de las compañías. Al utilizarlo, las empresas pueden descontar hasta el 25% de su impuesto de renta, lo cual incentiva mayores inversiones este tipo de actividades, porque se les reconoce el esfuerzo y lo pueden monetizar.

Finalmente, los indicadores que pueden medir el impacto de las políticas son: Financiamiento de la I+D por tipo de recurso, gasto en investigación y desarrollo (% del PIB); inversión nacional en I+D por tipo de entidad ejecutora; financiamiento de la I+D por tipo de institución; distribución de la inversión en ACTI por tipo de actividad; inversión en ACTI de las entidades gubernamentales; inversión en ACTI de las empresas; inversión en ACTI de las instituciones de educación superior; e inversión en ACTI de los centros de investigación y desarrollo tecnológico.

4. PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA - MÉXICO

Los resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE, 2015) ponen en evidencia que las principales razones que limitan el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas son las siguientes: i) altos impuestos, ii) competencia de empresas informales y iii) baja demanda por sus bienes y servicios. Mientras que, para las microempresas, las principales causas que limitan su crecimiento tienen que ver con la dificultad para acceder a financiamiento, la competencia de empresas informales y la baja demanda por sus bienes y servicios.

Asimismo, en 2016, el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) elaboró un diagnóstico que identifica como principales obstáculos para incrementar la productividad de las micro y pequeñas empresas: 1) las restricciones para acceder a capital físico y financiero, 2) las carencias en el capital humano, 3) el entorno institucional y ambiente para hacer negocios poco favorable, 4) la falta de capacidad para innovar y desarrollo tecnológico y 5) las carencias de infraestructura y servicios que faciliten la producción.

De manera coincidente a los resultados que exponen la ENAPROCE y el INADEM, los emprendedores mexicanos que fueron encuestados seleccionaron las siguientes necesidades como prioritarias. A diferencia del resto de los países de la Alianza, en esta sección se consideraron seis prioridades, dado que la sexta es una temática relevante a nivel nacional junto con el hecho de que existía muy poca diferencia con la quinta prioridad:

1º Disminución de impuestos que se aplican a las empresas (Pymes).

- 2º Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes.
- 3º Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro, y exportación.
- 4º Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar, asesorar a nuevas empresas.
- 5º Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas.
- 6º Incentivos tributarios para inversión en I + D empresarial.

Al realizar el análisis con enfoque de género, es importante destacar que tanto hombres como mujeres emprendedoras coinciden en la prioridad número uno. Sin embargo, para las mujeres la “creación de centros de desarrollo empresarial para capacitar, asesorar a nuevas empresas” constituye el segundo ámbito de política pública prioritario. Siguiendo la línea de análisis, los hombres ubican en una cuarta posición a los “incentivos tributarios para la inversión en I + D empresarial”. Lo antes descrito permite concluir la importancia de desarrollar políticas públicas diferenciadas por género para incentivar el emprendimiento de manera equitativa y equilibrada. Lo cual debe ir acompañado de un análisis de los principales sectores en los que se desarrollan las mujeres emprendedoras en contraste con los hombres.

A continuación, se presentan algunas recomendaciones a las políticas públicas y programas de emprendimiento vigentes en México, siguiendo el orden de las áreas de oportunidad priorizadas por los encuestados. Para cada caso se resume la situación actual, se describen las iniciativas de gobierno vigentes y se plantean algunas recomendaciones de mejora.

4.1 Disminución de impuestos que se aplican a las empresas (Pymes)

En el *Doing Business*, que mide la facilidad para hacer negocios en 190 economías considerando diez indicadores, entre ellos uno relacionado al “pago de impuestos”, México se ubicó en la posición 112 el en 2016; en la 114 el en 2017; y el en 2018 en el peldaño 115. Sin embargo, en términos de calificación en una escala de 1 al 100, en 2018 México obtuvo 73,67, lo que es, 7,87 puntos más que en 2017. Lo que en términos relativos muestra que en el rubro de “pago impuestos” tuvo una mejora considerable (World Bank, 2018).

Para abordar esta problemática, el Gobierno de México ha desarrollado algunas iniciativas en dos direcciones principalmente. Por una parte, la incorporación de Tecnologías de Información (TICs) para que los emprendedores puedan declarar y pagar impuestos de una manera ágil, pero además como “un paso adicional” en el manejo de su contabilidad. Por otra parte, se han realizado reformas al Régimen de Incorporación Fiscal.

De esta manera, el programa “Mi contabilidad” está orientado a facilitar el proceso de pago de impuestos y permite un mejor monitoreo. Sin embargo, de voz del Director Ejecutivo de la ASEM, esta herramienta es considerada por algunos emprendedores como un mecanismo de vigilancia o fiscalización por parte del Gobierno.

Desde 2017 está vigente la política de Régimen de incorporación fiscal para persona físicas únicamente. En este caso el emprendedor está exento de pagar impuesto el primer año de funcionamiento, el siguiente año paga el 10 % y así de manera progresiva hasta llegar a pagar el 100%. La aspiración es que esta política también se aplique a empresas. Actualmente las personas jurídicas sólo están exentas el primer año.

Esta medida, además de impulsar políticas fiscales progresivas y de seguridad social, persigue aumentar la formalidad, ya que la mayoría de los emprendedores no están registrados en el seguro social. Actualmente las empresas pagan aproximadamente el 30% sobre la renta y si la empresa cuenta con personal registrado en el seguro social, los costos de contratación de una persona se incrementan casi en 40%.

A partir de lo anterior se sugieren las siguientes propuestas para mejorar las políticas públicas en torno al emprendimiento:

- Los impuestos deben ser diferenciados por tamaño de empresa.
- Es necesario impulsar diferentes estrategias de difusión y comunicación para dar a conocer la Ley de impuestos sobre la renta, ya que muchos pequeños emprendedores desconocen las posibilidades que tienen para deducir impuesto de acuerdo con el giro de su empresa.
- Creación de una política pública transversal en incentivos fiscales para quienes busquen emprender.

Los resultados de la implementación de políticas públicas en la dirección de las recomendaciones propuestas pueden ser medidos a través del número de empresas de reciente creación bajo el Régimen de Incorporación Fiscal respecto al número total de empresas creadas en el mismo periodo de tiempo, de la esperanza de vida de las empresas creadas bajo el Régimen de Incorporación Fiscal y finalmente a través de un indicador de la cobertura de la seguridad social (Afiliados a la seguridad social/ Población total)*100¹⁸.

4.2 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes

El segundo ámbito de política pública priorizado por los emprendedores hace referencia a la creación de nuevos instrumentos de financiamiento para Pymes. De acuerdo con la encuesta, el 73% de ellos identificaron la “disponibilidad y/o acceso a financiamiento” como principal obstáculo para abrir un negocio. En concordancia con esta percepción, el diagnóstico realizado por INADEM también expone que la principal limitante de la productividad de las Mipymes es el acceso a capital.

No obstante, los resultados de la ENAPROCE 2015 dejan ver que la principal fuente de financiamiento para las empresas es el sistema financiero formal (46%), le siguen los créditos de proveedores o clientes (29%), recursos propios y utilidades reinvertidas (19%), recursos de inversionistas privados (3%), prestamistas particulares (2%) y tarjetas

18 ICSEM. Disponible en: <https://icsem.tec.mx/>

de crédito (1%). Los resultados de la ENAPROCE también señalan que las principales razones por las cuales las empresas no reciben créditos de los bancos tienen que ver con la falta de comprobación de ingresos, falta de aval, mal historial crediticio y falta de colaterales o garantías prendarias. Así mismo, el diagnóstico elaborado por el INADEM destaca que la garantía requerida en México por los bancos suele equivaler a más de dos veces el valor del crédito solicitado, nivel alto en comparación con los estándares del resto de los países miembros de la OCDE¹⁹.

“Históricamente, las micro, pequeñas y medianas empresas han sido percibidas por las instituciones financieras como agentes de alto riesgo, dado que en su mayoría no cuentan con planes de negocios, estimaciones adecuadas de crecimiento, suficiente infraestructura, fortalezas patrimoniales y en algunos casos carecen de formalidad. Por esta razón el sistema financiero, principalmente el bancario, no las consideraba sujetos de crédito, y en otros casos les otorgaba el apoyo financiero con un incremento en la tasa de interés. Por esta razón la Secretaría de Economía ha instrumentado el programa de “Garantías”²⁰ que privilegia el acceso al crédito y financiamiento de la micro, pequeña y mediana empresa”²¹.

Desde otra perspectiva, y considerando los factores culturales de emprendimiento, se cree que los nuevos emprendedores buscan preferentemente recursos a fondo perdido o no reembolsables. En este contexto el Gobierno de México a través del INADEM ha creado el Fondo Nacional del Empren-

dedor²² y está buscando de manera permanente formas para hacer más eficiente el uso de los recursos a través de la diversificación del presupuesto. Con este propósito, se ha dividido el país en tres regiones distintas dependiendo del nivel de desarrollo para garantizar la igualdad de oportunidades para los proyectos y, adicionalmente, se han creado productos sectoriales para buscar la apertura de créditos como son: Crédito joven, Ven a comer y Mujer Pyme.

De acuerdo con la directora general de Programas de Emprendedores y Financiamiento del INADEM, actualmente esta institución es co-inversionista de 42 fondos de inversión aportando el 49% del fondo de capital.

Otra iniciativa con mucho potencial es la de “Ángeles Inversionistas”. En ésta una persona invierte sus ahorros en una empresa y puede participar orientando la gestión de la misma. El INADEM protege a los ángeles inversionistas regresando el 30% de lo que perdió en caso de que la empresa no prospere.

A partir de lo anterior se sugieren las siguientes propuestas para mejorar las políticas públicas en torno al emprendimiento:

- El gobierno debe dar mayor difusión acerca de ciertos financiamientos en los que en la etapa inicial del proyecto los recursos serán a fondo perdido, pero en una etapa más avanzada se debe pedir mayor rendición de cuentas y el pago del crédito otorgado.
- Avanzar en la reforma a la Ley de Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. La intención es que el INADEM cuente con mayor capital para garantizar la permanencia de un organismo que pueda llevar a cabo la política pública en temas de financiamiento.
- Perfeccionar los procesos de evaluación de los proyectos con criterios diferenciados.

19 Diagnóstico 2016 del Fondo Nacional del Emprendedor. Disponible en: https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2017/02/Diagno%CC%81stico_FNE-2016.pdf

20 “Este programa fue creado por la Secretaría de Economía en coordinación con los gobiernos estatales y municipales, banca de desarrollo, banca múltiple, intermediarios financieros especializados y otros organismos. Tiene el propósito de inducir el otorgamiento de crédito por parte de la banca en favor de las micros, pequeñas y medianas empresas. Este programa permite fortalecer financieramente los esquemas de garantía, mediante la aportación de recursos dirigidos a cubrir el riesgo crediticio, y a la vez ha ayudado para que las instituciones financieras cuenten con una serie de respaldos tangibles que les garantice, en un eventual caso de suspensión de pago, la recuperación total o parcial de la deuda”. (<http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende-en/se-programs/120-sistema-nacional-de-garantias>)

21 Secretaría de economía México. Disponible en: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/casos-de-exito/19-mexico-emprende/6706-sistema-nacional-de-garantias>

22 Se creó en 2014 como resultado de la fusión entre el Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo Pyme) y el Fondo Emprendedor. Tienen el objetivo de “fomentar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como impulsar la consolidación de una economía innovadora, dinámica y competitiva que se sustente crecientemente en Mipymes más productivas ubicadas en sectores estratégicos. (<https://www.inadem.gob.mx/fondo-nacional-emprendedor/>)

- Fortalecer el Sistema Nacional de Garantías, dotándole de más recursos (capital) en función a su desempeño.
- Fortalecer el marco regulatorio que rige a la inversión de capital de riesgo en México.

Finalmente, los indicadores que pueden medir el impacto de las políticas son:

- Impulso a Pymes (Crédito Pymes/Total de empresas Pymes)*100
- Número de establecimientos que obtuvieron financiamiento (Empresas del sector privado y paraestatal que accedieron a financiamiento y realizaron actividades).
- Incremento en el número de mujeres y jóvenes emprendedores que accedan a crédito público.
- Recursos colocados por el INADEM por tamaño de empresa, por sector y región.

4.3 Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro, y exportación

Según la Encuesta Nacional de la Calidad Regulatoria e Impacto Gubernamental en Empresas, ENCRIGE (INEGI, 2016). Se estima que las empresas gastaron 115,7 millones de pesos equivalentes a 0,56 % del Producto Interno Bruto PIB nacional, en el cumplimiento de las regulaciones existentes en el país. En promedio cada empresa gastó 48.871 pesos por cargas administrativas en un año²³.

De acuerdo con la misma ENCRIGE, “se estima que las empresas del sector privado realizaron 76,5 millones de trámites, pagos o solicitudes de servicios ante autoridades municipales, estatales o federales durante 2016. Esto representa en promedio 19,5 trámites por empresa al año (76.558.237 trámites realizados por 3.917.517 empresas)”. En promedio, en un año las Microempresas realizaron 18,2 trámites, pagos y solicitudes de servicios; las pequeñas 42,4, las medianas 53,8 y las grandes 66,7²⁴.

En esta línea de análisis, de acuerdo con el *Doing Business*, México ocupó en 2017 la posición 93 en el indicador “apertura de un negocio”, mientras que en 2018 se encuentra en el peldaño 40 de ese

mismo indicador. Lo cual demuestra una mejora sustancial de algo más de cincuenta posiciones en un año (World Bank, 2018).

De acuerdo con el director ejecutivo de ASEM, esta problemática se abordó incorporando el uso de tecnologías a los procesos establecidos para iniciar una empresa. La iniciativa “empresa en un día”²⁵ constituye una experiencia de éxito. Si bien la misma en la actualidad sólo aplica para las Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS), ya se dejan ver algunos resultados positivos.

Desde el 15 de septiembre de 2016, fecha en que entró en vigor esta política, se crearon bajo este régimen 20.000 empresas. Anteriormente el costo de constituir una empresa con estas características oscilaba entre 15.000 y 30.000 pesos mexicanos. Hoy este trámite no tiene costo. Otro aspecto positivo es que antes, para constituir una SAS era requisito la participación de al menos dos personas. La medida abrió la posibilidad de crear SAS unipersonales. A la fecha el 70% de las empresas que se beneficiaron de esta reforma son unipersonales. Lo que demuestra que este requisito constituía más bien un obstáculo para algunos que deseaban emprender.

En el portal “tuempresa.gob.mx” el gobierno pone a disposición de los emprendedores un sitio que integra información para la creación, operación y cierre de empresas. Asimismo, ofrece herramientas para que las empresas puedan digitalizar sus actividades en forma ágil y segura.

A partir de lo anterior se sugieren las siguientes propuestas para mejorar las políticas públicas en torno al emprendimiento:

- Aprovechar la experiencia de tu empresa en un

25 “Al final del proceso se obtendrá el contrato social de la sociedad, el cual tendrá los mismos efectos legales que un acta constitutiva. A su vez, la Secretaría de Economía (SE) inscribirá a la empresa (S.A.S.) en el Registro Público de Comercio y devolverá vía electrónica a los accionistas tanto el contrato social como la boleta de inscripción al Registro en un plazo no mayor a 24 horas. Cabe señalar que es la primera sociedad que permite la constitución de empresas de manera unipersonal, lo que representa una ventaja clave para los emprendedores que anteriormente manejaban sus negocios como personas físicas. Ahora podrán constituir empresas y responder hasta el monto de sus aportaciones a capital. Anteriormente debían responder con todo su patrimonio” (http://asem.mx/entro-en-vigor-la-ley-para-crear-empresas-en-un-dia-y-sin-costo/?gclid=CjwKCAjw5ZPcBRBkEiwA-avvk7SjZYrOyujcApSNzCYq1CbmJksicb2Y9lRTqGW0cJEhJC_InkDoBoCKfIQAvD_BwE).

23 ICSEM. Disponible en: <https://icsem.tec.mx/>

24 Ibid.

- día y aplicar también a las Sociedad Mercantiles.
- Ampliar esta experiencia a los tres niveles de gobierno.
- Crear estadísticas para evaluar de manera periódica la implementación de la política “empresa en un día” y retroalimentación permanente.
- Vincular los resultados de esta experiencia con indicadores de percepción de corrupción.

El éxito de políticas que faciliten los trámites para abrir una empresa se puede medir a través del número de empresas que iniciaron su negocio en un día como porcentaje del total de empresas creadas en determinado período.

4.4 Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar, asesorar a nuevas empresas.

De los resultados de la ENAPROCE 2015, el 61% de las pequeñas y medianas empresas capacitaron a sus trabajadores en 2013 o 2014, mientras que únicamente el 13% de las microempresas proporcionaron capacitación. En promedio, las pequeñas y medianas empresas gastan \$2.400 anuales por persona en capacitación. En promedio, el 40% del total de las personas capacitadas en 2014 fueron mujeres. Entre las causas por las que las Mipymes no proporcionan capacitación a sus trabajadores se encuentran las siguientes: i) consideran que el conocimiento y las habilidades técnicas son adecuadas, ii) creen que la capacitación tiene un costo elevado, iii) se interrumpe la producción, iv) no hay beneficios palpables y v) no encontraron capacitadores.

Del diagnóstico realizado por el INADEM se extrae la siguiente afirmación: “La mayoría de los empresarios mexicanos comienzan sus negocios con limitados conocimientos en cuanto a la puesta en marcha y en términos de habilidades gerenciales. Muchos empresarios no cuentan con experiencia en gestión empresarial y aprenden a través de ensayo y error. Esta falta de conocimiento es una barrera para la supervivencia de las empresas y puede ser uno de los factores de la predominancia de las microempresas”²⁶.

26 Documento de trabajo: “Actualización de la productividad de las pequeñas empresas tradicionales: el papel de las habilidades y prácticas de gestión” para la Conferencia Internacional El Desarrollo de Políticas Públicas para

En conversación con el director ejecutivo de la ASEM, este hizo referencia a los resultados del The Failure Institute en México, el cual publica las principales razones por las que las empresas fracasan en México²⁷:

1. Recursos insuficientes, 89% de las empresas inició con recursos propios, de amigos o familiares
2. Falta de claridad en los objetivos (planificación)
3. Análisis de mercado
4. Plan de negocios
5. Problemas en la ejecución

Todas tienen que ver con las habilidades blandas que requiere un empresario. De acuerdo al director ejecutivo de la ASEM, los programas de capacitación más sofisticados son muy caros y muchos empresarios desconocen siquiera la existencia y utilidad de algunas herramientas o programas de capacitación. Dando respuesta a esta necesidad latente el INADEM incluyó en su portal la “Universidad del emprendedor”²⁸.

A partir de lo anterior se sugieren las siguientes propuestas para mejorar las políticas públicas en torno al emprendimiento:

- Habrá que gestionar el acceso de emprendedores a programas especializados, estableciendo convenios de colaboración con establecimientos de educación superior con prestigio para facilitar el acceso a programas educativos a un costo más accesible.
- Es necesario agregar en el portal del INADEM los beneficios que brindan cada uno de los cursos y herramientas que ofrecen, así como en qué aspectos de su negocio les serán de utilidad.
- Las iniciativas de formación deben ser de calidad y en consecuencia promover algún tipo de certificación.
- En todos los casos la difusión de lo ya existente sigue siendo un desafío.

la modernización de la productividad en las pequeñas empresas tradicionales, Puerto Vallarta México, noviembre 2016.

27 <https://www.mexico.mx/es/articulos/instituto-fracaso-exito>

28 Es una plataforma gratuita creada por el Instituto Nacional del Emprendedor, ofrece cursos y herramientas en línea para fortalecer los conocimientos, habilidades y capacidades de los emprendedores (<https://www.inadem.gob.mx/educacion-emprendedora/>).

- El nivel educativo de los emprendedores por tamaño de empresa debiera ser una pauta para integrar y ofrecer programas educativos de calidad.

Finalmente, los indicadores que pueden medir el impacto de las políticas son:

- Número de emprendedores que tomaron un curso en línea en un año, respecto al total del personal ocupado en Mipymes.
- Mujeres emprendedoras que tomaron cursos en línea.
- Inversión pública en programas de capacitación a emprendedores entre el total de personal ocupado en Mipymes.

4.5 Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Emprendimiento ENAPROCE 2015, las razones por las que las Mipymes no buscan crédito bancario para financiar sus actividades son en orden de importancias: 1) el alto costo de los créditos (60%), 2) la falta de confianza en las instituciones bancarias (18%), 3) no lo necesitan (17%), 4) No están seguros de calificar como agentes crediticios (3%) y 5) los montos son pequeños y el plazo es muy corto (1%).

Impulsar políticas públicas que conlleven a que la banca privada baje intereses tiene poca probabilidad de éxito. Sin embargo, en este contexto han surgido las empresas denominadas “Fintech” que combinan Financiamiento y Tecnología. Entre algunas empresas mexicanas de este tipo están “Kubo” (kubofinanciero.com) y “Konfio” (konfio.mx) que ofrecen préstamos con intereses muy bajos, cuentan con sistemas muy ágiles para el análisis de riesgos o no piden garantía hipotecaria. En relación a esta nueva modalidad de financiamiento, el gobierno aprobó Ley Fintech el 9 de marzo del 2018. Las Fintech están certificadas por la Comisión Nacional Bancaria de Valores (CNBV). Esta ley surge por una iniciativa del Ejecutivo de la federación en octubre de 2017. La misma, entre otros aspectos, autoriza a las Fintech el uso de “activos virtuales” previa autorización del Banco de México, establece la obligación que tienen las

empresas de publicar claramente los riesgos a los que se exponen sus clientes en caso dado, así como las sanciones administrativas y penales a los que se exponen ante diferentes circunstancias²⁹.

A partir de lo anterior se sugieren las siguientes propuestas para mejorar las políticas públicas en torno al emprendimiento:

- Alentar la innovación en instrumento de financiamiento de este tipo.
- Diversificar las alternativas de financiamiento, con cierta especialización en sectores estratégicos. Por ejemplo, desarrollo de nuevas tecnologías.
- Vincular estas iniciativas a los programas de fomento al desarrollo de la economía digital.

El éxito de políticas de promoción al uso de fuentes alternativas de financiamiento, como las Fintech, pueden verse en un incremento del número de Empresas que emplearon internet para operaciones bancarias y financieras³⁰, así como en la tasa de participación de los recursos provenientes de las Fintech para Pymes sobre total del capital puesto a disposición de emprendedores como crédito de financiamiento.

4.6 Incentivos tributarios para inversión en I + D empresarial

A nivel mundial, el fomento a la investigación y desarrollo en ciencia y tecnología ha cobrado relevancia y constituye una apuesta para incrementar el desarrollo socioeconómico del país. Esta temática constituye una política pública prioritaria en México. Sin embargo, se advierte que los recursos humanos, materiales y financieros no son suficientes.

En 2015 el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, publicó que el Gasto Interno Bruto en Investigación y Desarrollo Experimental (GIDE) en México fue 0,5% del Producto Interno Bruto (PIB) en 2013, lo que equivale a 80.297 millones de pesos. “Este monto representa un incremento de 20% respecto al GIDE del año anterior (66.719 millones) y es aproximadamente 1,5 veces el GIDE

²⁹ El Financiero. 10 puntos para entender la nueva Ley Fintech. Marzo, 2018. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/diez-puntos-para-entender-la-nueva-ley-fintech>

³⁰ ICSEM. Disponible en: <https://icsem.tec.mx/>

registrado una década atrás (50.329 millones de pesos)”. Si bien el avance es importante, comparativamente con otros países todavía existe una brecha importante entre la inversión que realiza México en la materia y la que de otras economías similares (CONACYT, 2015).

Las Pymes cuentan con el apoyo del Gobierno mexicano en temas relacionados a la innovación y nuevas tecnologías a través de incentivos fiscales³¹. Sin embargo, aún existe controversia acerca de si este tipo de política pública tiene un impacto efectivo en la Investigación y Desarrollo. Hay quienes consideran que la inversión directa en este rubro ofrece mejores resultados y hay quienes consideran que este tipo de beneficios se deben orientar a empresa emergentes de base tecnológica³².

A partir de lo anterior se sugieren las siguientes propuestas para mejorar las políticas públicas en torno al emprendimiento:

- Es necesario que esta medida impulsada para incrementar la productividad y el desarrollo económico sea diferenciable por sector y edad de las empresas. La propuesta es identificar dónde está el potencial para detonar un mayor impacto.
- Podría ser recomendable visualizar esta medida no sólo por empresa sino por clústeres estratégicos y un análisis de insumo producto.

- Así mismo es recomendable tener un enfoque sistémico en diseño de incentivos para este rubro. Se trata de reconocer a través de la evidencia empírica cada uno de los componentes de la investigación y desarrollo y asignar de manera estratégica los recursos disponibles en aquellos espacios que en el mediano y largo plazo reditúan un mayor beneficio.

Para medir el impacto de esas medidas se sugiere el uso de los siguientes indicadores:

- Aumento en la inversión en investigación y desarrollo medido como “Gasto o inversión en investigación y desarrollo para la innovación/ Total de empresas con innovación”³³.
- Presupuesto asignado a estímulos fiscales por tamaño de empresa.
- Empresas que recibieron estímulos fiscales respecto al número de patentes solicitadas por año.
- Inversión en invenciones (Gasto o inversión en patentes, marcas y paquetes tecnológicos/ Empresas con actividades de innovación)³⁴.
- Empresas innovadoras (Empresas con actividades de innovación/ Total de empresas) *100³⁵.

³¹ Tiene el propósito de incrementar la inversión privada en la investigación científica y desarrollo tecnológico en México. Se aplica a todos los contribuyentes del impuesto sobre la renta que efectúen proyectos de investigación y desarrollo tecnológico al menos por tres años. Este estímulo se otorga a través de un crédito fiscal al contribuyente que realice gastos e inversiones en investigación y Desarrollo de Tecnología (IDT), es acreditable contra el Impuesto sobre la Renta y puede ser ejercido en un periodo de 10 años (<https://www.conacyt.gob.mx/index.php/fondos-y-apoyos/estimulo-fiscal-a-la-investigacion-y-desarrollo-de-tecnologia-efidt>)

³² Revista Pesquisa. Edición 256. Junio, 2017. Disponible en: <http://revistapesquisa.fapesp.br/es/2018/05/14/las-razones-para-conceder-estimulos/>

³³ ICSEM. Disponible en: <https://icsem.tec.mx/>

³⁴ Ibid

³⁵ Ibid

5. PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA - PERÚ

Las 5 principales prioridades de política pública declaradas por los emprendedores peruanos son las siguientes:

- 1º Disminución de impuestos que aplican a las empresas (Pymes)
- 2º Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar, asesorar a nuevas empresas
- 3º Simplificación de trámites y costos para los procesos y calidad, registro y exportación
- 4º Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial
- 5º Creación de nuevos instrumentos públicos financiamiento para las Pymes

5.1 Disminución de impuestos que aplican a las empresas (Pymes)

Si bien el gobierno ha creado recientemente el Régimen MYPE Tributario, especialmente para las micro y pequeñas empresas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias, aún la tasa de informalidad se mantiene en niveles elevados. Se tiene conocimiento que cerca del 80% de las micro y pequeñas empresas son informales y dan trabajo a 8,13 millones de personas como mínimo³⁶. Esto debido a que aún faltan más incentivos y que la regulación sigue siendo compleja para que motive a un emprendedor a formalizar su negocio. El objetivo de esta política sería crear nuevos tipos de impuestos tributarios (impuesto a la renta, impuesto general a las ventas) para las empresas o modificar los actuales, para que sean más coherentes con la

etapa en la que se encuentre el emprendimiento. De esta manera se debería proponer un paquete para las Pymes, que incluya beneficios para la formalización de empresas, régimen tributario más acorde al nivel de estado del emprendimiento o en el sector en el que se encuentren, mejoras en costos sociales para contratar personal a tiempo parcial, reducción de impuestos por inversión en I+D+i, reducción fiscal anticipada para startups por inversión en la empresa, reducción en tasa impositiva para reinversiones, simplificar y digitalizar el cumplimiento fiscal. Más allá, que sólo medirlo por el nivel de ventas. Así también que los pagos de multas por presentar declaraciones erradas sean más flexibles al inicio (Universidad del Pacífico, 2015).

Sin embargo, esta propuesta podría incentivar a que las empresas que están más establecidas y que pagan impuestos más altos, opten por crear nuevas empresas con diferentes RUC³⁷ con el fin de pagar menos impuestos. Esto generaría menor recaudación fiscal para el gobierno. Así también, se tendría que mejorar el tiempo en realizar los trámites, pues las entidades de gobierno aún presentan procesos muy burocráticos, pocos flexibles y de largo tiempo, así como regulación compleja.

Para que se pueda medir el desarrollo de la política, se deberían considerar los siguientes indicadores:

- Número de empresas incorporadas al nuevo régimen, de acuerdo con su nivel de estadio del emprendimiento o sector.
- Número de empresas formalizadas
- Importe de impuestos recaudado bajo este nuevo régimen

³⁶ El Comercio. ComexPerú: Mypes siguen aumentando pero formalización no avanza. Agosto, 2017. Disponible en: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>

³⁷ Registro Único de Contribuyentes.

5.2 Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar, asesorar a nuevas empresas.

En el año 2017, el Ministerio de la Producción crea los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE), instituciones públicas o privadas, autorizadas por el Ministerio de la Producción, para brindar servicios de desarrollo empresarial para la promoción del crecimiento, la productividad y la rentabilidad de las empresas bajo un enfoque de digitalización y competitividad, así como orientación y apoyo a los ciudadanos en el proceso de formalización de una persona jurídica para la actividad empresarial. La autorización también puede otorgarse a los notarios.

Los CDE tuvieron gran acogida, reflejándose en la alta demanda de sus servicios, por lo que este año PRODUCE autorizó la creación de 20 CDE y 10 CDE agentes más a los ya existentes, ampliando su presencia ya a 18 de las 24 regiones del país³⁸. Si bien el Estado peruano está realizando mayores acciones para fomentar el emprendimiento y la innovación, también debería ver que estos programas puedan lograr una sostenibilidad a largo plazo. Por lo que se propone fortalecer y ampliar los servicios brindados por los CDE capacitando a emprendedores y acompañándolos, no sólo en su formalización sino también en su crecimiento vinculando, herramientas ya ideadas por PRODUCE como el Kit Digital, que es una solución de gestión y de software que se brinda desde la nube, promoviendo la digitalización de los empresarios de la micro empresa.

Todo esto estaría regido bajo un modelo de negocio fácil e incluye una cuota de paga del emprendedor para mayor rapidez y acceso a herramientas como el kit digital. Esta medida incentivará al sector privado, cámaras de comercio, institutos, notarias u otras organizaciones, a constituirse como CDE, haciendo que la apertura de nuevas sedes sea de manera más orgánica y rápida, promoviendo la competencia y mejorando la infraestructura actual. Así también, es importante realizar un plan de

38 Ver: <https://www.produce.gob.pe/index.php/k2/noticias/item/446-ministerio-de-la-produccion-autoriza-la-creacion-de-30-nuevos-centros-de-desarrollo-empresarial-para-impulsar-competitividad-y-formalizacion>

marketing para lograr mayor difusión de los programas que realiza en pro del emprendimiento e innovación. Junto con que el Estado tenga una serie de criterios de evaluación para la implementación de mayores CDE en regiones, en función a la demanda de emprendedores, así como del interés de las entidades privadas, pues podría pasar que no se tenga un match entre ambos.

Para que se pueda medir el desarrollo de la política, se deberían considerar los siguientes indicadores:

- Variación anual de CDE en el país.
- Transacciones realizadas mediante estos CDE.
- Número de empresas constituidas mediante estos centros

5.3 Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro, y exportación

Como se mencionó en el Capítulo 1 del presente estudio, la política de simplificación de trámites es de suma importancia. Si bien el procedimiento para abrir una empresa en Perú puede durar hasta dos semanas, el proceso de cierre de una empresa puede demorar, según sea el caso, hasta 12 meses.

Con la finalidad de simplificar el trámite de los emprendedores para constituir una empresa, la Asociación de Emprendedores del Perú (ASEP) creó el proyecto “Empresas en un día a costo cero”, que proponía que las personas puedan crear empresas en un día y a costo cero a través de una plataforma web. La ASEP presentó el proyecto de crear una plataforma online que interconecte Sunarp³⁹, Sunat⁴⁰ y Reniec⁴¹, entidades que se encargan del proceso de la constitución de una empresa. Esta web le podía permitir al emprendedor seguir los pasos del proceso para crear una empresa⁴². Sin embargo, este proyecto de ley fue rechazado por el Parlamento y de acuerdo a las declaraciones de la ASEP, la causa fue la evasión de conflictos con los notarios⁴³.

39 Superintendencia Nacional de los Registros Públicos.

40 La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

41 Registro Nacional de Identificación y Estado Civil.

42 Gestión. OCMA: Cinco jueces fueron suspendidos por escándalo de audios, entre ellos Walter Ríos. Julio, 2017. Disponible en: <https://gestion.pe/peru/ocma-cinco-jueces-peruanos-son-suspendidos-escandalo-audios-238397>

43 Gana Más. “Volverá a debatirse proyecto de ley “Creación

Esta política aspira a crear una alianza estratégica entre los emprendedores y los notarios permitiendo que estas nuevas empresas cumplan con las propias estrategias del mercado, pues se les exige formalización, ya sea en la parte tributaria, financiera, laboral y municipal. Esta alianza estratégica se logrará a través de la confianza que encuentran los emprendedores en los notarios pues permitirá a los emprendedores acceder a créditos para capital de trabajo, a una vivienda digna a través de créditos hipotecarios, entre otros.

Además, se eliminará la barrera de desconfianza por parte de los emprendedores. Actualmente, en Perú, se vive una crisis de corrupción a nivel de jueces que origina desconfianza en los jóvenes⁴⁴. Así también, al establecer profesionales específicos para la formalización de estos emprendimientos, se buscará estandarizar los procesos, simplificando así los trámites.

De acuerdo a la opinión de las profesionales consultadas en las entrevistas, queda confirmado que el notario, como profesional del Derecho a nombre de la Nación, se convierte en un promotor de la formalización de empresas y/o sociedades, por lo que daría mayor confianza y los emprendimientos podrían crecer. Además, se conoce que los emprendedores agrupan a la mayor cantidad de empleados en Lima y promueven que la economía del Perú vaya en movimiento a un ritmo acelerado y constante (Garavito, 2008).

Como propuesta de política, debería crearse una Agencia de Promoción para la Formalización de los Emprendedores (Tuccio, 2017). Así, el Estado estará garantizando, además de la inserción de los empresarios en la tributación; también, de manera indirecta, la promoción de empleo digno, con garantía de beneficios sociales, vacaciones, seguridad social, entre otros.

La creación de esta Agencia aprovechará del capital humano, mediante la creación de redes de conocimientos entre los profesionales y técnicos.

de empresas en un día a costo cero". Noviembre, 2017. Disponible en: <https://revistaganamas.com.pe/volvera-a-debatirse-proyecto-de-ley-creacion-de-empresas-en-un-dia-a-costo-cero/>

⁴⁴ Gestión. OCMA: Cinco jueces fueron suspendidos por escándalo de audios, entre ellos Walter Ríos. Julio, 2018. Disponible en: <https://gestion.pe/peru/ocma-cinco-jueces-peruanos-son-suspendidos-escandalo-audios-238397>

Se debe aprovechar la riqueza del emprendimiento a partir de experiencias que se ve a diario y que suplen de manera extra formal las carencias de atención en un Estado que no aplica de manera eficiente las políticas de promoción de las microempresas y de su inserción en el sistema financiero nacional.

Esta Agencia deberá celebrar convenios con los notarios del Perú, con Sunarp, con Sunat, con el Ministerio de Trabajo y con las Municipalidades en un afán de darles permanencia a los emprendedores en el tiempo, y a la vez promover empleos estables y dignos.

El reto que tendrá esta Agencia será el de promover al empleo adecuado. Así, en un informe de INEI (INEI, 2016), que indica que la Población Económicamente Activa (PEA) crece casi en 300.000 personas al año, debido al aumento de la población en edad para trabajar, así como la mayor participación femenina. Generar trabajo de calidad para más de un cuarto de millón de personas por año se vuelve un reto muy grande para el mercado laboral y para las políticas de empleo para las próximas décadas.

Para que se pueda medir el desarrollo de la política, se deberían considerar los siguientes indicadores:

- Número de emprendimientos formalizados mediante esta alianza estratégica.
- Número de profesionales contratados para brindar asesoría en legalización de emprendimientos.
- Número de notarías que forman parte de la Agencia.

5.4 Incentivos tributarios a la inversión en I+D empresarial

En 2015 se promulgó la Ley N° 30.309, que promueve la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica. Como se mencionó el Capítulo 1 del presente estudio, se trata de un incentivo tributario a la innovación empresarial⁴⁵.

El objetivo de dicha normativa fue lograr una mayor inversión privada en I+D+i. Sin embargo, según resultados del I Censo Nacional de Investigación y Desarrollo, de 2016, Perú destinó un 0,08% de su

⁴⁵ Innóvate Perú. Disponible en: www.innovateperu.gob.pe

PBI a gastos en investigación y desarrollo, mientras que, en promedio, América Latina y el Caribe destinó un 0,75% (CONCYTEC, 2016). Asimismo, los países de la Alianza del Pacífico invirtieron en promedio un 0,3%, siendo México y Chile quienes están a la cabeza, con un 0,54% y un 0,4%, respectivamente.

Pese al aparente atractivo de dicha regulación, en 2016 sólo se alcanzó la postulación de 80 proyectos, de los cuales apenas 8 fueron aprobados; mientras que en 2017 se registraron 120 postulaciones, de las cuales 22 fueron aprobadas. Según Comex Perú, la poca respuesta del empresariado en torno a esta ley se explicaría por tres aspectos: i) la aún corta vigencia de la norma, ii) la dificultad de conseguir financiamiento para invertir en innovación y iii) la cultura del statu quo empresarial, pues aún existen algunos empresarios que se resisten al cambio y apuestan por un desarrollo tradicional de sus negocios (Comex Perú, 2018). Así también, en dicha encuesta se reveló que en Perú por cada 5,000 personas en la población económicamente activa (PEA) hay solo 1 investigador⁴⁶.

Además de fomentar este tipo de regulación, el Estado ha realizado otras iniciativas como nuevas modalidades de fondos concursables, fondos para el retorno de investigadores, entre otros. Sin embargo, se debe promover aún más la formación de investigadores, así como mayores incentivos para que el sector privado invierta en I+D+i. A nivel internacional, según el Índice Global de Innovación, el Perú tiene la posición 71 de 128 países, posición que se mantiene desde el año 2013⁴⁷.

Si bien es cierto que el Estado ha realizado esfuerzos para mejorar la inversión en I+D+i, a través de CONCYTEC⁴⁸, se debería realizar mayores acciones para “Promocionar el vínculo universidad- empresa-estado”, de tal manera que trabajen de forma articulada, según palabras de

Karen Weinberger, docente de la Universidad del Pacífico, experta en temas de ecosistemas de emprendimiento.

Por lo que se tendrá que trabajar, sobre todo, en mejorar la poca cultura existente de innovación en las empresas que fomentan la poca voluntad de los empresarios por la investigación.

Para que se pueda medir el desarrollo de esta política, se deberían considerar los siguientes indicadores:

- Número de empresas beneficiadas, cada año, con esta ley de promoción de la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica
- Cantidad invertida del estado a la promoción de I+D+i
- Número de actividades realizadas en conjunto entre la universidad, empresa y estado con el fin de promover la inversión en I+D+i.
- Variación anual de investigadores calificados por CONCYTEC

5.5 Creación de nuevos instrumentos públicos de financiamiento para las Pymes

Desarrollar una adecuada política de instrumentos de financiamiento es clave para el desarrollo del ecosistema de emprendimiento y para el ambiente de negocios de las Mipymes. El objetivo es asegurar el escalamiento y desarrollo de los pequeños negocios en el Perú, a partir de una adecuada disponibilidad de recursos financieros en sus etapas de evolución, tomando en cuenta la importancia de financiar las etapas tempranas, donde el Estado juega un rol fundamental a través del otorgamiento de capital semilla y de recursos no reembolsables. En Perú estas actividades las lidera el Ministerio de la Producción, sin embargo, el desarrollo de instrumentos financieros va a requerir la participación de otros sectores y en especial del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

Innovate Perú es una plataforma de financiamiento para la innovación y emprendimiento por medio de instrumentos públicos de PRODUCE. El objetivo es incrementar la productividad empresarial a través del fortalecimiento de los actores del ecosistema de la innovación (empresas, emprendedores y entidades de soporte) y facilitar su

46 Ley N30056. Disponible en: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

47 Gestión. Investigación y Desarrollo: ¿Dónde nos ubicamos en el mundo? Junio, 2016. Disponible en: <https://gestion.pe/tecnologia/investigacion-desarrollo-ubicamos-mundo-137498>

48 Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología, e Innovación Tecnológica (CONCYTEC). Es la institución rectora del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica (SINACYT), integrada por la Academia, los Institutos de Investigación del Estado, las organizaciones empresariales, las comunidades y la sociedad civil.

interrelación. Los instrumentos más importantes que maneja son:

- Mejora de la calidad: certificaciones para aumentar la productividad y llegar a nuevos mercados.
- Misiones y pasantías tecnológicas: acceso a “*know how*” y absorción tecnológica específica.
- Innovación para empresas: desarrollo de pilotos antes de su puesta en el mercado.
- Validación de la innovación: validaciones técnicas y comerciales para pasar de prototipo a comercialización.
- En cuanto instrumentos de emprendimiento innovador, Startup Perú es un concurso del programa Innóvate Perú cuyo objetivo es fortalecer el ecosistema de emprendimiento innovador y facilitar el nacimiento, desarrollo y expansión de emprendimientos dinámicos y de alto impacto (startups).
- Los programas mencionados, sin duda, cubren gran parte de las necesidades del ecosistema y de los pequeños negocios. Sin embargo, aún es insuficiente este esfuerzo para atender la creciente demanda de recursos para etapas tempranas. En el caso de los artesanos peruanos, es fundamental el financiamiento por los altos niveles de riesgo que pueden tener ante un préstamo o financiamiento. Si las organizaciones públicas brindaran financiamiento con intereses menores, se podría fomentar a que los microempresarios se capitalizaran.
- El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) desarrolla el programa “Turismo Emprende”, que es un programa de capital semilla para el sector turismo. Sin embargo, se debe buscar facilitar créditos con intereses menores que los intereses bancarios. Estos mismos préstamos motivarían al empresario a generar mayores ingresos, para recuperar lo prestado y hacerse de capital. Una vez más la oferta de fondos por sectores especializados asegura el mejor seguimiento y supervisión de los fondos entregados por el Estado.
- Como política es necesario dinamizar la actual oferta de productos y servicios financieros que satisfagan las necesidades de los emprendedores, tomando en consideración el sector en el

que operan y la etapa del proceso emprendedor en el que se encuentra. Además, se debe brindar una adecuada educación financiera –tanto para los startups como para los inversionistas en emprendimientos innovadores y dinámico– así como contar con un marco regulatorio acorde. También es importante contar con una participación multisectorial por parte de los diferentes ministerios como PRODUCE y el MEF.

De las entrevistas a expertos realizadas, se pueden observar las siguientes debilidades:

- La liquidez en el mercado de capitales no llega a la base de la pirámide empresarial.
- La falta de una regulación (que incentive la formación y conformación de fondos y estructuras de financiamiento innovadoras), no permite a inversores privados y públicos canalizar esta liquidez a los emprendedores en el Perú.
- El flujo de proyectos que cumplan con las condiciones para ser “financiables” aún es muy pequeño.
- El poco conocimiento sobre cómo valorizar un emprendimiento dinámico e innovador.
- La aversión al riesgo de inversionistas tradicionales o *family offices* por invertir en startups.
- La falta de formación financiera de muchos emprendedores sobre los términos y condiciones que se emplean en los mercados financieros (emprendedores no sofisticados) y la falta de alternativas para garantizar los aportes como, por ejemplo, en el caso de préstamos.

Para que se pueda medir el desarrollo de una política de financiamiento público con nuevos instrumentos y tomando en cuenta lo mencionado, se deberían considerar los siguientes indicadores:

- Número de programas nuevos de capital semilla y concursos no reembolsables, de nuevas instituciones públicas.
- Número de emprendimientos participantes, beneficiados y ganados en estos nuevos concursos y/o programas.
- Variación anual del monto de inversión total de cada nuevo programa de capital semilla.
- Número de capacitaciones en financiamiento para emprendedores e inversionistas por parte de instituciones públicas.

COMENTARIOS FINALES Y RECOMENDACIONES

El presente estudio fue elaborado a partir de datos públicos referentes al entorno económico en cada país miembro de la AP y de la información levantada a través de la encuesta “Tu Voz sobre el Ecosistema Emprendedor en la Alianza del Pacífico”, la cual fue contestada por emprendedores de los cuatro países miembros del bloque: Chile, Colombia, México y Perú. A partir de estos datos, en el primer capítulo se expone la percepción de los emprendedores de la región, sus obstáculos para emprender y los aspectos donde perciben mayor urgencia desde el ámbito de las políticas públicas.

Considerando estas urgencias, en el segundo capítulo se presentan propuestas de política pública asociadas a la realidad del ecosistema emprendedor de cada país. Resulta interesante que la primera prioridad de política pública según los encuestados es la misma para los cuatro países: la disminución de impuestos para Pymes. A pesar de esto, cada país tiene una estructura económica distinta y, por lo tanto, cada respuesta debe considerar las particularidades tanto económicas como sociales de cada país. Ciertamente el financiamiento resulta fundamental para los emprendedores de países de la Alianza, lo que se refleja en que en los 4 países las tres primeras prioridades están en torno a esta materia. Luego de la reducción de impuestos, aparecen como prioridades la creación de nuevos instrumentos de financiamiento público y la creación de incentivos para la inversión en I+D.

Basándose en los resultados arrojados por el estudio, se observa que los emprendedores presentan demandas similares en los cuatro países de la Alianza, lo que, además de sugerir un trabajo colaborativo en los países donde se compartan distintos análisis y buenas prácticas, permite en-

tregar algunas recomendaciones, como las detalladas a continuación:

- 1. Instrumentos de financiamiento público.** Además de los instrumentos de financiamiento que están disponibles en cada país, la creación de instrumentos que involucren al bloque es un camino para impulsar la cooperación entre los países y promover el emprendimiento. A modo de ejemplo, se sugiere crear instrumentos similares a los existentes en la Unión Europea.
- 2. Alternativas de financiamiento.** La iniciativa ÁngelesAP tiene por objetivo fortalecer una red de inversores ángeles, o de riesgo, conectando inversores ángeles y emprendedores en la región. De la misma forma, se recomienda que estos esfuerzos sean dirigidos a otras formas de financiamiento, tales como las *fintechs* y plataformas de *crowdfunding*.
- 3. Trabajo conjunto entre el Grupo Técnico PYME y el Grupo Técnico de Innovación de la Alianza del Pacífico.** Para superar la brecha de inversión en I+D y la baja tasa de innovación es necesario que ambos grupos puedan trabajar en conjunto, de forma que las iniciativas que se desarrollen generen sinergias, tanto para quienes emprenden como para quienes innovan. Esto debido a la estrecha relación que existe entre estas actividades. Esta propuesta nace al observar la necesidad declarada por los emprendedores sobre contar con una política de beneficio tributario de I+D para Pymes.
- 4. Simplificación de trámites.** Se ha avanzado en disminuir la burocracia a la que se ven enfrentados los emprendedores al momento de emprender o realizar trámites relativos al negocio. Específicamente, Chile y México han realizado cambios regulatorios con el fin de hacer posible

la creación de empresas en un día. La experiencia de estos países puede servir de inspiración para que los otros países (Colombia y Perú) también puedan implementar esta norma. De esta forma, se sugiere fomentar el intercambio de buenas prácticas en torno al emprendimiento entre los países del bloque.

5. **Cultura.** El miedo al fracaso y la falta de reconocimiento a los emprendedores exitosos son dos características de la cultura de emprendimiento en la región. Acciones conjuntas de los cuatro países del bloque para desarrollar y difundir programas y cursos de capacitación pueden contribuir a avanzar en un cambio cultural, respecto al miedo al fracaso. Se cree necesario implementar políticas que aceleren este proceso cuando el modelo y características del negocio no van en línea con las demandas del mercado. Con esto se espera minimizar la pérdida en caso de fracaso, y por lo tanto, llevar este tipo de situaciones a ser parte de un ejercicio que no elimine por completo la intención de emprender. En lo que respecta al reconocimiento, se sugiere la creación de premios a emprendedores e innovadores a nivel de Alianza del Pacífico como herramientas para la promoción y reconocimiento de los emprendedores en la región. Esta iniciativa se puede trabajar en conjunto con las agencias de promoción de cada país.
6. **Asociación de Emprendedores.** Con el propósito de incrementar la participación de los emprendedores en la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA), se sugiere un trabajo de difusión sostenido en el tiempo sobre las actividades y posibilidades de apoyo. Esta necesidad se ve reforzada por la falta de actividad asociativa de los emprendedores, lo que puede deberse a un desconocimiento de los distintos actores del ecosistema. En paralelo, se propone establecer una coordinación directa con el grupo técnico PYME y el grupo técnico Innovación, de manera de que las asociaciones de emprendedores sirvan de canal para conocer las actividades/acuerdos referentes a la Alianza del Pacífico y, a su vez, los grupos técnicos de la AP puedan conocer aspectos de la realidad observada por las asociaciones y sus miembros.

7. **Avanzar en niveles de asociatividad.** La Alianza del Pacífico ha llevado a cabo iniciativas con el objetivo de promover la innovación y el emprendimiento en la región. Un ejemplo de esto es el “Foro de Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacífico”, el cual tiene por objetivo promover el encuentro entre inversores, emprendedores, y exportadores de los cuatro países del bloque y de terceros mercados para que estos puedan intercambiar experiencias y generar nuevas oportunidades. Sin embargo, los resultados del presente estudio arrojan un bajo nivel de asociatividad, por lo que se propone realizar un esfuerzo conjunto entre los países del bloque para que los emprendedores entiendan la importancia de la asociatividad y el valor de trabajar junto a otras instituciones con distintas capacidades y conocimientos. En específico, se recomienda la creación de una plataforma donde el emprendedor encuentre información clara y actualizada sobre a quien recurrir según las distintas necesidades, ya sea en su país o en el resto de los países de la Alianza.

8. **Incentivos a la demanda.** La baja demanda o falta de ventas es mencionada como uno de los principales factores de cierre. Es preciso fortalecer la demanda de los productos producidos por emprendedores; para lograr lo anterior sería de gran utilidad contar con políticas que incentiven la compra de proveedores de la AP. A modo de ejemplo, se recomienda seguir promoviendo plataformas digitales que integren en solo lugar a proveedores y compradores.

Los datos presentados en este estudio corresponden a la realidad percibida por los emprendedores al momento de ser encuestados respecto al ecosistema del emprendimiento. Los resultados y propuestas presentadas reflejan las brechas y los puntos donde es necesaria la intervención del sector público para que los emprendedores tengan mejores condiciones para desarrollarse. Finalmente, a partir de este estudio, se propone profundizar en como la Alianza del Pacífico y sus iniciativas en temas relacionados con el emprendimiento están teniendo efecto concreto en los emprendedores de la región.

REFERENCIAS

- Ahuja, G., & Katila, R. (2001). Technological acquisitions and the innovation performance of acquiring firms: A longitudinal study. *Strategic management journal*, 22(3), 197-220.
- Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. M. (2012). Size matters: entrepreneurial entry and government. *Small Business Economics*, 39(1), 119-139.
- Amorós, J. E. & Cazenave, C. P. (2011). GEM: Reporte Nacional de Chile 2011. Santiago, Chile.
- ANIF (2018). La Gran Encuesta Pyme. "anif.co/sites/default/files/publicaciones/gepnacional_i-18.pdf"
- ASEM (2017) Ejecutivo aprueba Ley de Reemprendimiento. Asociación de Emprendedores de México. "https://asem.mx/ejecutivo-aprueba-ley-reemprendimiento-logro-asem/"
- Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship capital and economic growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(1), 63-78.
- Azoulay, P., Jones, B., Kim, J. D., & Miranda, J. (2018). Age and High-Growth Entrepreneurship (No. 24489). National Bureau of Economic Research.
- Baca, W. (2007). La política fiscal en Colombia: ¿Procíclica o anticíclica? "ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/documentos_ieec/27/Documento_IEEC_27.pdf"
- Banco Mundial (2018). Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB). "https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS"
- Bertoni, F., Colombo, M.G., Croce, A., & Piva, E. (2006). A review of the venture capital industry in Italy. In: Gregoriou, G.N., Kooli, M., Kraeusl, R.(Eds.), *Venture Capital in Europe* (pp. 129-141). Elsevier, Amsterdam.
- Birch, D. (1979). "The Job Generation Process". MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- Castillo, J. C. (2006). Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (57), 103-118.
- CONACYT (2015). Diagnóstico del Programa Presupuestario Investigación Científica Desarrollo e Innovación. México.
- CONCYTEC (2016). I Censo Nacional de Investigación y Desarrollo a Centros de Investigación 2016. Lima: Oficina de Comunicaciones y Proyecciones de Ctel
- Confecámaras (2018). Informe de Dinámica Empresarial en Colombia. "www.confecamaras.org.co/phocadownload/2017/Informe_dinamica_empresarial/Informe_de_Dinamica_Empresarial_2017.pdf"
- Doebbel, H. & Álvarez, M. T. (2018) Capacidades para innovar en Chile: Radiografía de la innovación en Pymes. Centro de Innovación UC Anacleto Angelini. Laboratorio de Estudios de I+D+i Empresarial.
- Duque, I. (2018a). Menos impuestos y contribuciones para mejores salarios. "https://www.ivanduque.com/propuestas/6/207/empleo/menos-impuestos-y-contribuciones-para-mejores-salarios"
- Duque, I. (2018b). Realizaremos diferenciación de cargas impositivas. "https://www.ivanduque.com/propuestas/6/110/empleo/realizaremos-diferenciacion-de-cargas-impositivas"
- Duque, I. (2018c). Simplificaremos el sistema tributario para empresas y personas naturales. "https://www.ivanduque.com/propuestas/6/82/empleo/simplificaremos-el-sistema-tributario-para-empresas-y-personas-naturales".
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research policy*, 29(2), 109-123.
- European Commission (2007). Simplified tax compliance procedures for SMEs (personal income tax, corporate income tax, payroll tax). Final Report of the Expert Group. "https://ec.europa.eu/growth/content/final-report-simplified-tax-compliance-procedures-smes-0_en"
- Ferraro, C., Glodstein, E., Zuleta, L., Garrido, C. (2011). Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina. CEPAL, Santiago de Chile. "https://www.cepal.org/es/publicaciones/35358-eliminando-barreras-financiamiento-pymes-america-latina"
- Garavito, C. (2008). Responsabilidad Social Empresarial y Mercado de Trabajo. *Revista Economía PUCP*, Vol. XXXI Número 61, 81-104.
- Gavilanes, R. (2009). Hacia una nueva definición del concepto "política pública". *Desafíos*, 20, 149-187.
- Gómez, H. & Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018. Cuadernos de Desarrollo, Numero 50.
- IMPI (2017) Informe Anual 2016. "https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/244825/4_Informe_IMPI_8.8MB.pdf"
- INEGI (2016). Encuesta Nacional de la Calidad Regulatoria e Impacto Gubernamental en Empresas ENCRIGE. México.
- INE (2018). Estadísticas de Informalidad Laboral 2018. Informalidad Trimestral N° 1 - Boletín Informativo INE. Instituto Nacional de Estadística, 1 Ed. enero 2018, Chile.
- INEI. (2016). Situación del Mercado Laboral. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Lima.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the Institute of International and European Affairs.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard business review*, 88(6), 40-50.
- Jianakoplos, N. A., & Bernasek, A. (1998). Are women more risk averse? *Economic inquiry*, 36(4), 620-630.
- Labrín, F. (2017) Series históricas del PIB y componentes del gasto, 1986-2013. Banco Central de Chile. Estudios Económicos Estadísticos N° 123.
- Lederman, Messina, Pienknagura & Rigolini (2014). El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación. Resumen. Washington, DC: Banco Mundial.
- Mason, C. & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris, 30(1), 77-102.
- Mazzucato, M. & Semieniuk, G. (2017). Public financing of innovation: new questions. *Oxford Review of Economic Policy*, 33(1): 24-48.
- MINECON (2013). Ley sobre Incentivos Tributario a la I+D: principales resultados. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Gobierno de Chile.
- Ministerio de la Producción. (2016). Las Mipyme en cifras

- “<http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oee/Mipyme-encifras-2016.pdf>”.
- OCDE. Publishing, & Organisation for Economic Cooperation and Development Staff. (2009). Taxation of SMEs: Key Issues and Policy Considerations. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- OECD (2013) Youth Entrepreneurship. Disponible en: https://www.oecd.org/cfe/leed/youth_bp_finalt.pdf
- OCDE (2015) New approaches to SME and entrepreneurship financing: Broadening the range of instruments. OECD report.
- OECD (2016). Start-up Latin America 2016: Building an Innovative Future. Assesment and recomendations. Disponible en: <https://www.oecd.org/dev/americas/Startups2016-Assessment-and-Recommendations.pdf>
- OCDE (2018). OECD Economic Surveys: Chile 2018.
- OIT (2018). Mujeres y hombres en la economía informal: un panorama estadístico (tercera edición) / Organización Internacional del Trabajo – Ginebra: OIT, 2018
- Quintana Meléndez, Paula (2002). Estructura del empleo por género y análisis de la concentración del empleo femenino en el sector terciario, Estudio de caso N°67, Universidad de Chile.
- Rodríguez, D., & Gómez, G. (2017). Análisis del grado de concentración de las exportaciones colombianas. “www.analdex.org/2017/08/31/analisis-del-grado-de-concentracion-de-las-exportaciones-colombianas/”.
- SEGOB, (2017). Decreto por el que se otorga un estímulo fiscal en materia de Deducción Inmediata de Bienes Nuevos de Activo Fijo para las Micro y Pequeñas Empresas. Diario Oficial de la Federación. “http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5469285&fecha=18/01/2017”.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.
- Stam, E. (2018). Measuring entrepreneurial ecosystems. In: *Entrepreneurial Ecosystems* (pp. 173-197). Springer, Cham.
- Stam, F. C., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. *USE Discussion paper series*, 16(13).
- Stangler, D., & Bell-Masterson, J. (2015). Measuring an entrepreneurial ecosystem. *Kauffman foundation research series on city, metro, and regional entrepreneurship*, 1-16.
- Tuccio, J. (2017). Los notarios y los emprendedores: una alianza estratégica para la formalización. Lima: PUCP.
- Tunčičienė, Ž., & Drejeris, R. (2015). New Attitude to Functions Reviews of Public Institutions.
- Universidad del Pacífico. (2015). Consultoría para el Diseño de la Política Nacional de Emprendimiento de Perú, solicitada por PRODUCE y CAF. Lima.
- Valdés, S. & Llodrá, José-Ignacio. (2015). Effects of the 2014 Tax Reform on Small and Medium-sized Enterprises (In Spanish: Efectos de la Reforma Tributaria en la PYME), Working Paper No. 18 Clapes UC, July, “www.clapesuc.cl”.
- Varela, R., Moreno, J., Franco, C., et al. (2017). *Actividad Empresarial Colombiana*. Cali, Colombia: Ediciones Icesi.
- WIPO (2017). *World Intellectual Property Indicators 2017*. Geneva: World Intellectual Property Organization.
- World Bank. 2018. *Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs*. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-1-4648-1146-3.
- World Bank. 2017. *Doing Business 2017: Equal Opportunity for All*. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-1-4648-0948-4
- Zapata, O. (1995). Algunos elementos conceptuales y metodológicos en torno a las políticas públicas. Antioquia: Escuela de Gobierno y Políticas Públicas de Antioquia, Universidad de Antioquia

ANEXO A: ENCUESTA

La Asociación de Emprendedores (ASELA) y el Observatorio de la Alianza del Pacífico (OEAP) te invita a participar voluntariamente en esta encuesta, que tiene como objetivo determinar prioridades a nivel de políticas públicas de emprendimiento y de desarrollo empresarial, así como indagar en cómo mejorar el ecosistema de apoyo a los emprendedores(as) y empresarios(as) de los países de la Alianza del Pacífico.

Tus respuestas serán tratadas con toda la confidencialidad y sólo se usarán como datos agrupados al momento de presentar los resultados. La información que ustedes provean será de gran utilidad para determinar planes de acción para ASELA y esperamos pueda beneficiar a todos los empresarios(as) y emprendedores(as) de la región.

1. Te queremos conocer

1. ¿Con qué género te identificas?

- Femenino
- Masculino
- No contesta

1.1. Año de nacimiento

(Scroll)

1.2. País de nacimiento

(Scroll)

1.3. País donde actualmente vives

(Scroll)

1.4. ¿Cuál es el máximo nivel educacional alcanzado?

- Educación Primaria y/o Secundaria
- Formación Técnica
- Educación Universitaria
- Máster o Magíster
- Doctorado

1.5 ¿Algún otro miembro de su familia es (o ha sido) emprendedor(a)/empresario(a)? (indique todos los que correspondan)

- a. Su padre
- b. Su madre
- c. Su hermano
- d. Su hermana
- e. Sus abuelos
- f. Sus tíos
- g. Su pareja

1.6. ¿Es usted el/la fundador(a) de la empresa donde actualmente trabaja?

- Sí
- No

1.7. ¿Tiene usted una actividad laboral adicional a esta empresa?

- Sí
- No

1.8. ¿En cuántas empresas ha estado involucrado(a) previamente (contando ésta), como empresario(a)?

Nº __ (Scroll) ____

1.9. ¿Qué tan satisfecho(a) está usted con la labor que desarrolla en su negocio actualmente?

1 Muy poco satisfecho (a)	2	3	4	5 Muy satisfecho (a)
---------------------------------	---	---	---	----------------------------

1.10. Lea las siguientes preguntas y conteste de la forma más precisa posible (1: Muy poco competente y 5: Muy competente).

	1	2	3	4	5
¿Qué tan competente se siente para poder identificar nuevas oportunidades de creación de empresas?					
¿Qué tan competente se siente para crear un nuevo producto?					
¿Qué tan competente se siente para pensar creativamente?					
¿Qué tan competente se siente para poder comercializar una idea o un nuevo desarrollo?					

1.11. Si le ofrecen ganar \$US 1.000 con seguridad, o US\$ 2.000 con un 50% de probabilidad. ¿Con qué seguridad elegiría la primera opción? ¿Cuál sería la probabilidad de que usted escoja la primera opción?
Scroll 0-100% (en intervalos de 10%)

2. Queremos conocer tu empresa

2.1. ¿Cuántas personas incluyéndose a usted son socios o dueños actualmente de su empresa?

N_____

2.2. ¿Cuál es su % de participación en la propiedad de la empresa?

Scroll con rangos (0% a 100% en intervalos de 10%)

2.3. Fecha de creación de la empresa actual:

Mes_____

Año_____

2.4. ¿En qué país está ubicada la casa matriz de su empresa?

(Scroll)

2.5. ¿En qué sector económico clasificaría su empresa actual?

2.6.

(Scroll, incluir categoría social)

2.7. ¿Cuántas personas tiene contratadas en su empresa?

(Rango según clasificación de tamaño empresa INE)

2.8. ¿Está usted considerando contratar personal adicional en los siguientes seis meses?

Sí

No

2.9. ¿Cuál fue el ingreso anual por ventas y servicios totales de su empresa para los años 2014 y 2016?

	2014	2016
Menos de US\$50.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De US\$50.000 a US\$100.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De US\$100.000 a US\$200.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De US\$200.000 a US\$400.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De US\$400.000 a US\$1.000.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De US\$1.000.000 a US\$2.000.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De US\$2.000.000 a \$4.000.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Más de US\$4.000.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.10. ¿Qué porcentaje, con respecto al ingreso anual por ventas y servicios de su empresa, destina para la inversión en I+D+i (Investigación & Desarrollo & Innovación)

	2014	2015
0%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
0% - 2%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2% - 5%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5% - 10%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mayor a 10%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.11 ¿En qué mercados geográficos vendió productos o servicios su empresa durante los últimos 3 años?

	SÍ	NO
Mercado Regional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado Nacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado Latinoamericano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado Mundial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.12 ¿Qué porcentaje de las ventas anuales corresponde a mercados internacionales?

Scroll con rangos (0% a 100% en intervalos de 10%)

3 Queremos conocer tus motivaciones

3.11 ¿Cuál de las siguientes opciones se acerca más a la razón por la que comenzó su actual negocio?

- Encontró una oportunidad de negocios rentable
- Porque desarrolló (o mejoró) un producto o servicio
- Para obtener mayores ingresos
- En búsqueda de mayor flexibilidad horaria
- Por gusto personal
- Porque estaba sin trabajo
- Porque un socio lo invitó a emprender
- Porque se aburrió de su jefe/empleador
- Otro

3.12 ¿Cuál de los siguientes fue el principal obstáculo que tuvo que superar cuando comenzó su actual negocio?

- Disponibilidad y/o acceso a financiamiento
- Disponibilidad de tiempo (balance trabajo y familia)
- Acceso a redes de contactos / mentores
- Falta de preparación y conocimiento en la materia
- Falta de confianza para asumir los riesgos involucrados
- No hubo obstáculo
- Otro

3.13 A lo largo de su carrera como empresario(a) ¿ha tenido usted que cerrar empresas porque éstas no eran viables?

Sí

No

En caso afirmativo cuantas veces:

__ (Scroll 1,2,3,4,5+)

3.14 ¿Cuáles considera que son los 3 principales factores que ocasionaron dicho cierre(s)?:

- Problemas financieros (acceso, flujos, etc.)
- Falta de conocimientos técnicos
- Problemas con socio(s)
- Falta de conocimiento del mercado
- Disponibilidad de tiempo (balance trabajo y familia)
- Problemas de gestión
- Problemas tributarios o legales
- Otras razones

4 Financiamiento y fuentes de financiamiento

4.11 Indique las tres principales fuentes de financiamiento que usted utilizó para lanzar su negocio actual

- Recursos propios de socios
- Amigos y familiares
- Inversionistas de riesgo o ángeles
- Crowdfunding*
- Empresas o fondos de inversión
- Gobierno / Fondos públicos
- Sistema Financiero / Banca
- Otro

4.12 Señale qué tan de acuerdo está con las siguientes frases sobre su empresa y el financiamiento en su región (departamento) (1: Totalmente en desacuerdo, 5: Totalmente de acuerdo).

	1	2	3	4	5
Su empresa ha tenido recursos suficientes para producir su producto o servicio					
Su empresa ha tenido recursos abundantes para entrenar y premiar a sus empleados por innovaciones en el negocio					
En su región existe acceso a fuentes de financiamiento internas (ej. recursos de socios y familiares) para financiar empresas nuevas y en crecimiento					
En mi región existe acceso a subsidios gubernamentales para las empresas nuevas y en crecimiento					
En mi región existe acceso a suficiente financiamiento de privados (ej. fondos de inversión, corporaciones) para financiar empresas nuevas y en crecimiento					
En mi región, hay suficiente capital de riesgo para financiar empresas nuevas y en crecimiento					

5 Redes de Apoyo

5.11 ¿A quién acude usted cuando se enfrenta alguno de los siguientes problemas en su negocio? (Indique todos los que corresponde).

	A mí mismo / internet	Amigos o familia	Proveedor o clientes	Asesor / Consultor	Entidades de apoyo empresarial (ej. Cámaras de Comercio)	Entidades de Educación (ej. Universidades)	Instituciones Públicas	Asociación de emprendedores
Necesita ajustar su modelo de negocio (propuesta de valor)								
Necesita conseguir más clientes o darse a conocer (ventas y marketing)								
Necesita comercializar su producto (canal de distribución)								
Necesita reducir costos o mejorar eficiencia (operaciones)								
Necesita reducir costos o mejorar eficiencia (operaciones)								
Necesita nueva tecnología								
Necesita buscar socios o inversionistas (financiamiento)								
Requiere capacitarse y/o aprender								

5.12 ¿Conoce usted a la Asociación de Emprendedores de su región/país?

Sí

No

5.13 ¿Participa usted (o es socio) de la Asociación de Emprendedores de su región/país?

Sí

No

5.14 ¿Conoce usted a la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (ASELA)?

Sí

No

5.15 La Alianza del Pacífico (AP) es un acuerdo comercial y de integración regional en el que participan los países de Chile, Colombia, México y Perú. Al respecto (1:Nada; 2: Casi Nada; 3: Algo; 4: Bastante; 5: Mucho)

	1	2	3	4	5
¿Conoce los beneficios que aporta el protocolo comercial de la AP?					
¿Ha participado en algunos eventos de la AP?					
¿Considera que el mercado de AP podría contribuir al crecimiento futuro de su empresa?					
¿Le interesaría conocer más acerca de la AP?					

6. Ecosistema emprendedor

6.1. Señale qué tan de acuerdo está con las siguientes frases sobre factores culturales asociados al emprendimiento en su país (1: Totalmente en desacuerdo y 5: Totalmente de acuerdo).

	1	2	3	4	5
Percibe que se abrirán nuevas oportunidades de negocio en su región, en los próximos 6 meses					
El principal impedimento para crear una empresa es el temor a fracasar					
Los emprendedores(as) exitosos(as) reciben en su región gran reconocimiento y prestigio social					
Las personas de su región consideran que ser un emprendedor(a) es una opción profesional deseable					
En su región, los medios de comunicación presentan en forma positiva los logros de y de emprendedores(as) exitosos(as)					

6.2. Señale qué tan de acuerdo está con las siguientes frases sobre factores del ecosistema de su país (1: Totalmente en desacuerdo, 2: Totalmente de Acuerdo).

	1	2	3	4	5
Los parques tecnológicos e incubadoras son un aporte para la creación y crecimiento de empresas					
Los programas públicos de fomento son un aporte para la creación y crecimiento de empresas					
El capital humano presente en mi país es adecuado para la creación y crecimiento de empresas					
Las políticas públicas de mi país son un aporte para la creación y crecimiento de empresas					

7. Ranking de prioridades de Políticas Públicas

7.1. Seleccione, a su juicio, cuáles debiesen ser las 3 principales prioridades a nivel de políticas públicas de emprendimiento para su país.

	1 ^a	2 ^a	3 ^a
Reforma al sistema de registro de propiedades empresariales (conservador de bienes)			
Reforma al sistema de notarías			
Disminución de los impuestos que aplican a las empresas (Pymes)			
Altos costos relacionados a las leyes sociales			
Mejorar la eficiencia de los sistemas de solución de disputas empresariales (ej. cumplimiento de contratos)			
Mejora el sistema de protección de la propiedad intelectual (ej. combate a la piratería, registros de patentes)			
Simplificación de trámites y costos para los procesos de calidad, registro, y exportación			
Aumento en el gasto en ciencia y tecnología a nivel país			
Disminución de la diferencia en la tasa de interés cobrada a pymes y a grandes empresas			
Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial			
Disminución de número de procedimientos y costos asociados a iniciar y cerrar empresas			
Reforma a la ley de quiebras y fomento al reemprendimiento			
Creación de nuevos instrumentos públicos financiamiento para las Pymes			
Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar, asesorar y acompañar a nuevas empresas			
Creación de políticas que estimulen el emprendimiento femenino y juvenil			

7.2. En caso que considere que existe alguna prioridad relevante que no fue mencionada, descríbala en el siguiente espacio.

Si le gustaría recibir un reporte con los resultados agregados de este estudio por favor deje sus datos de contacto:

Nombre: _____

Dirección de correo electrónico: _____

Teléfono: _____

<<<AGRADECEMOS SU PARTICIPACIÓN >>>

ANEXO B: INDICADORES PARA EL ANÁLISIS DE BRECHAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

Categorías de Indicadores del Emprendimiento	Brechas para el Emprendimiento	Indicadores Seleccionados
Panorama Regulatorio	Carga administrativa de empezar un negocio	Número de procedimientos para comenzar un negocio (Doing Business Database - World Bank)
	Carga administrativa para crecer (regulaciones, impuestos, etc.)	Carga Administrativa para iniciar un negocio (Doing Business Database - World Bank)
	Costo de quiebra como porcentaje de la deuda	Costo de quiebra como porcentaje de la deuda (Doing Business Database - World Bank)
	Altos costos de hacer cumplir contratos	Costo promedio para hacer cumplir un contrato como porcentaje del valor demandado (Doing Business Database - World Bank)
	Baja protección de la propiedad intelectual	Protección de propiedad intelectual (World Economic Forum, Global Competitiveness Report)
Condiciones de Mercado	Poca libertad económica (excepto Chile)	Índice de libertad económica (Fraser Institute, Economic Freedom <i>ranking</i>)
Acceso a financiamiento	Alto spread entre interés cobrado a Pymes versus Grandes Empresas	Spread del costo de deuda entre la gran empresa y la Pyme (OECD publishing, Financing SMEs and Entrepreneurs, 2016)
Creación y difusión de conocimiento	Gasto de gobierno en I+D como porcentaje del PIB	Gasto del gobierno en investigación y desarrollo como porcentaje del PIB (OECD publishing, Main Science and Technology Indicator, Volume 2015)
	Baja colaboración universidad-empresa en I+D	Inversión empresarial en investigación como porcentaje del PIB (OECD publishing, Main Science and Technology Indicator, Volume 2015)
	Baja colaboración universidad-empresa en I+D	Índice de colaboración del sector privado-universidad en investigación y desarrollo (World Economic Forum, Global Competitiveness Report)

BRECHA 1: Carga administrativa para comenzar un negocio



Descripción del índice: Mide 5 dimensiones asociadas al registro de una propiedad: Confiabilidad de la infraestructura, Transparencia de información, Cobertura geográfica, Resolución de disputas, y el Acceso igualitario a derechos de propiedad.
Unidad: Índice de 0 a 30.

Fuente: Doing Business 2017. Datos al 2016.



Unidad: Medición por número de procedimientos.
Fuente: DoingBusiness 2017. Datos al 2016.

Descripción: Este factor se refiere a la cantidad de procedimientos para comenzar un negocio. A mayor número de procedimientos, más complejo y mayores desincentivos para comenzar y formalizar una empresa o negocio, lo que incide de manera negativa en el ecosistema emprendedor. Los datos analizados corresponden a la suma del número de procedimientos realizados por hombres y mujeres.

Análisis: El promedio de los países analizados es de 9.8 procedimientos. Destaca la mejora de Chile y Perú entre los años 2010 y 2012. Por su lado, México tuvo una discreta mejora entre los años 2010 y 2011. Finalmente, Colombia tuvo una mejora reduciendo el número de procedimientos entre 2016 y 2017.

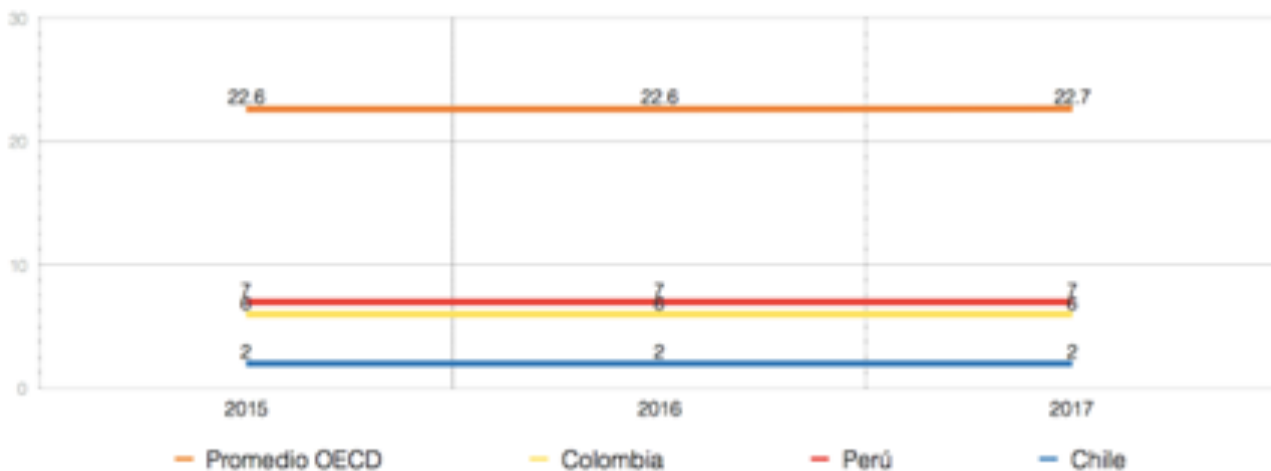
BRECHA 2: Carga administrativa para crecer



Descripción del índice: Mide 5 dimensiones asociadas al registro de una propiedad: Confiabilidad de la infraestructura, Transparencia de información, Cobertura geográfica, Resolución de disputas, y el Acceso igualitario a derechos de propiedad.
Unidad: Índice de 0 a 30.

Fuente: *Doing Business 2017*. Datos al 2016

Evolución indicador de calidad de administración propiedad inmobiliaria



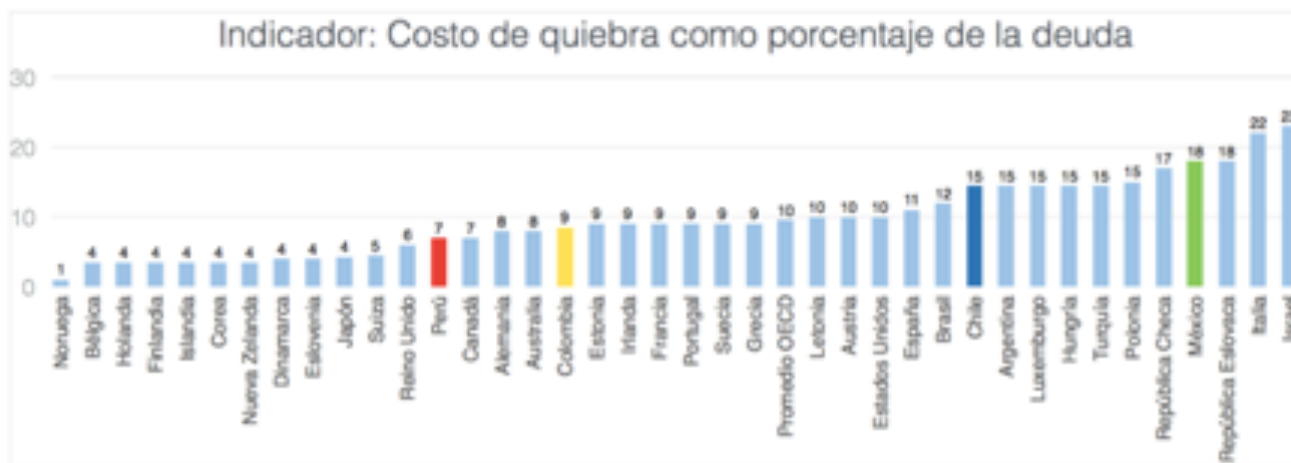
Unidad: Índice de 0 a 30.

Fuente: *DoingBusiness 2017*. Datos al 2016.

Descripción: La Carga administrativa para crecer se refiere a las barreras que las empresas tienen que sortear para hacer crecer su negocio, como por ejemplo aquellas relacionadas con la administración de propiedades inmobiliarias, entendido como los pasos, tiempo y costos involucrados en el registro de propiedad.

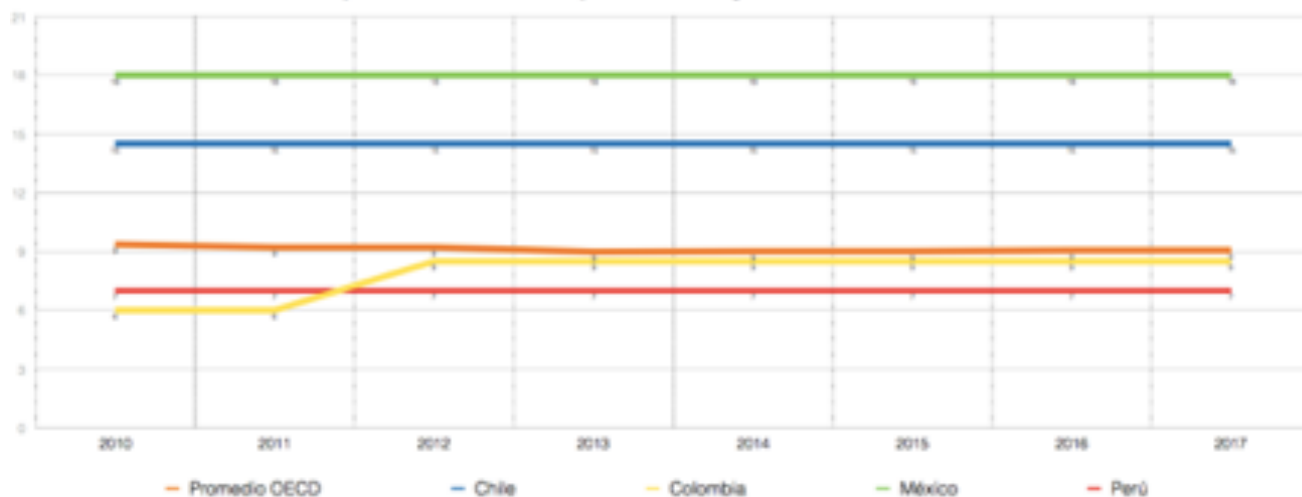
Análisis: El índice promedio de los países analizados es de 22.5. Los países de la Alianza del Pacífico presentan una brecha considerable frente a los de la OCDE, ocupando Chile la posición más baja entre las cuatro naciones.

BRECHA 3: Costo de quiebra



Unidad: Costo como porcentaje de la deuda
 Fuente: *Doing Business 2017*. Datos al 2016

Costo de quiebra como porcentaje de la deuda - Evolución

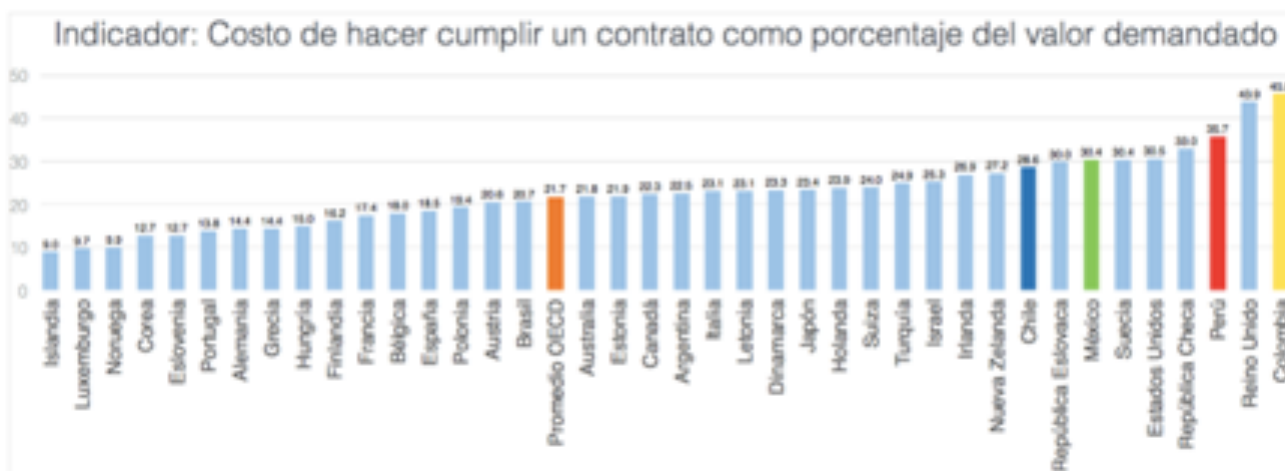


Unidad: Costo como porcentaje de la deuda.
 Fuente: *DoingBusiness 2017*. Datos al 2016.

Descripción: La regulación de quiebra se refiere a la legislación que norma el proceso de quiebra de las empresas en las economías. Costo de quiebra como porcentaje de la deuda examina los costos financieros que una empresa debe incurrir cuando tiene que enfrentar un proceso de quiebra tales como costos legales, gastos administrativos, asesores legales y otros costos.

Análisis: Dentro de los países miembros de la Alianza del Pacífico destaca el caso de Perú y Colombia que se ubican por sobre el promedio de los países de la OCDE. Este último además incrementó el costo entre los años 2010 y 2012, al contrario de la tendencia más constante de los otros países del bloque.

BRECHA 4: Costo de hacer cumplir contratos



Unidad: Porcentaje del valor demandado
 Fuente: Doing Business 2017. Datos al 2016

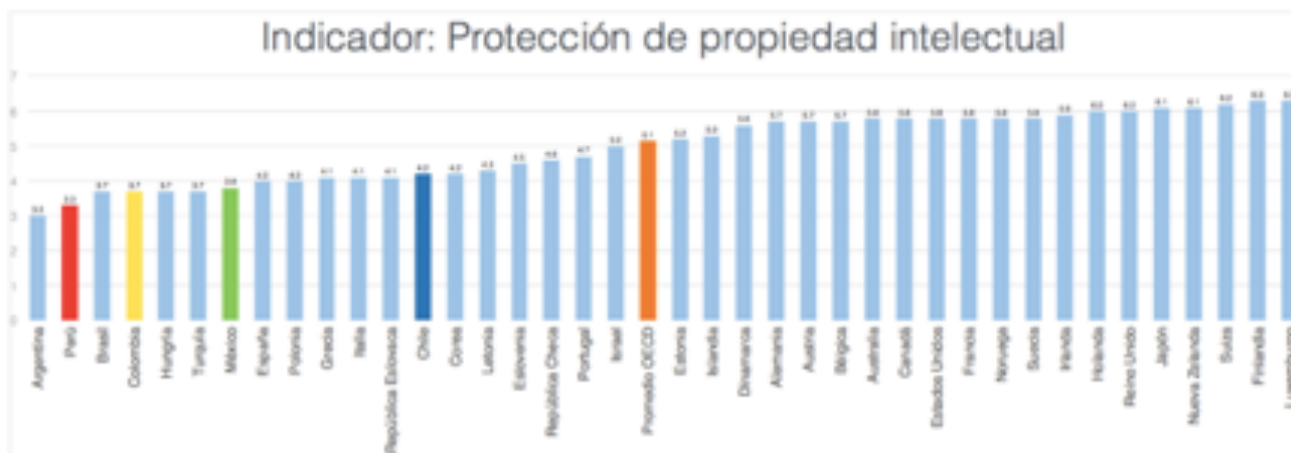


Unidad: Porcentaje del valor demandado.
 Fuente: DoingBusiness 2017. Datos al 2016.

Descripción: El cumplimiento de contrato se refiere al costo en tiempo y financiero en resolver una disputa comercial a través de una primera instancia de corte y de la calidad de los procedimientos judiciales que están involucrados en el proceso.

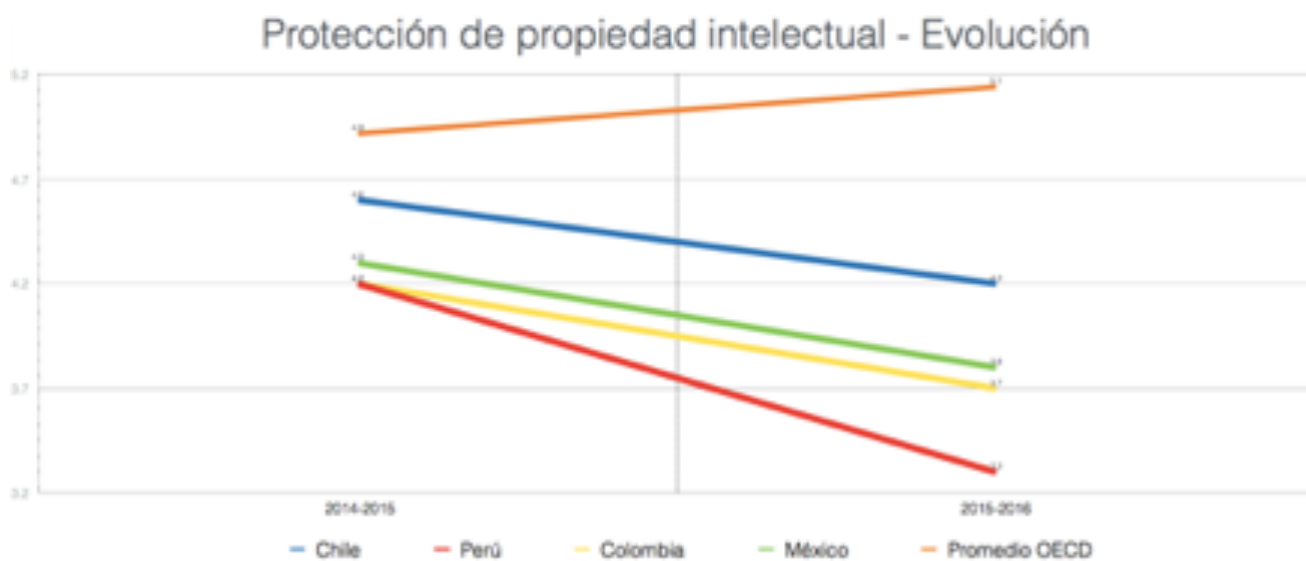
Análisis: Colombia es el país que presenta el mayor costo, con un 45.8% del tamaño del valor demandado. Le siguen Perú en el tercer lugar con un 35.7% de costo, México en el sexto lugar con un 30.4% de costo y finalmente Chile en la novena posición con un 28.6% de costo.

BRECHA 5: Baja protección de la propiedad intelectual



Unidad: índice de 1 a 7.

Fuente: World Economic Forum, Global Competitiveness Report 2015-2016.



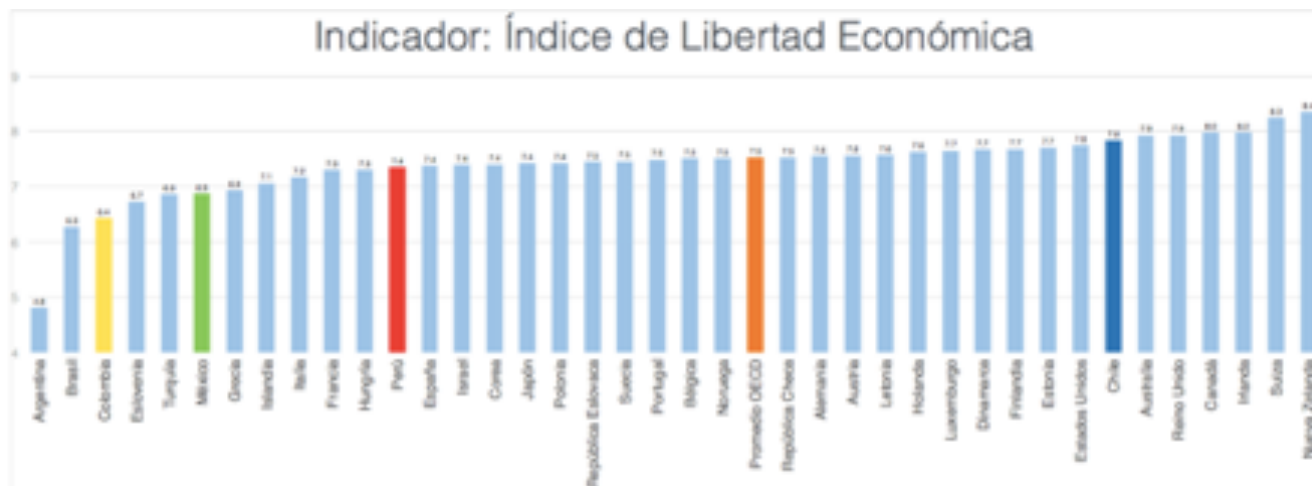
Unidad: Índice de 1 a 7.

Fuente: World Economic Forum, Global Competitiveness Report 2015-2016.

Descripción: El sistema de patentes y estándares guarda relación con el nivel general de la calidad de las instituciones de una economía para resguardar el derecho de propiedad. A mayor nivel de sistema de patentes y estándares, mayor es el emprendimiento y el crecimiento económico. Gráficos guardan relación con la nota al sistema de protección de propiedad intelectual de los países.

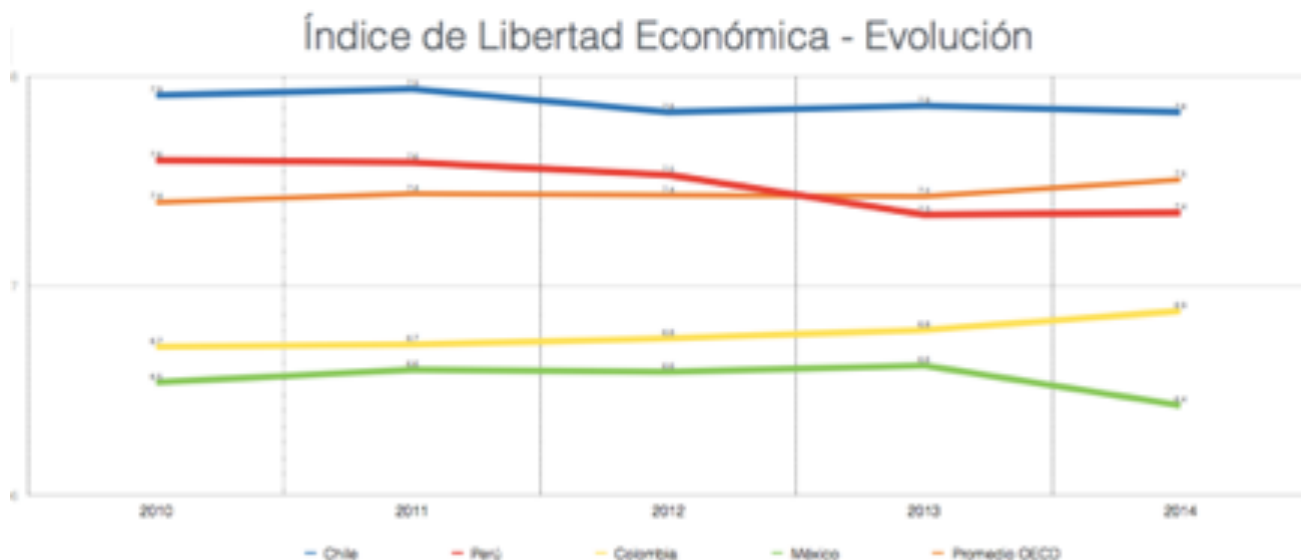
Análisis: Los países de la Alianza del Pacífico presentan una brecha considerable frente a los de la OCDE (promedio alcanza los 5.1 puntos) siendo Perú el con el nivel más bajo de los países del bloque.

BRECHA 6: Condiciones de mercado



Unidad: índice de 0 a 10.

Fuente: Fraser Institute, Economic freedom, ranking 2014.



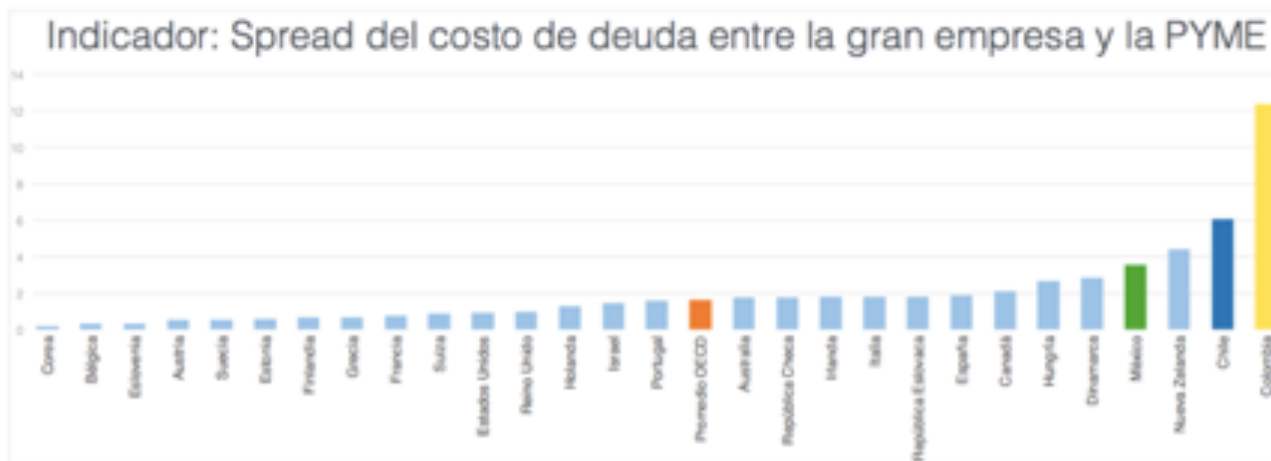
Unidad: Índice de 0 a 10.

Fuente: Fraser Institute, Economic freedom ranking 2014.

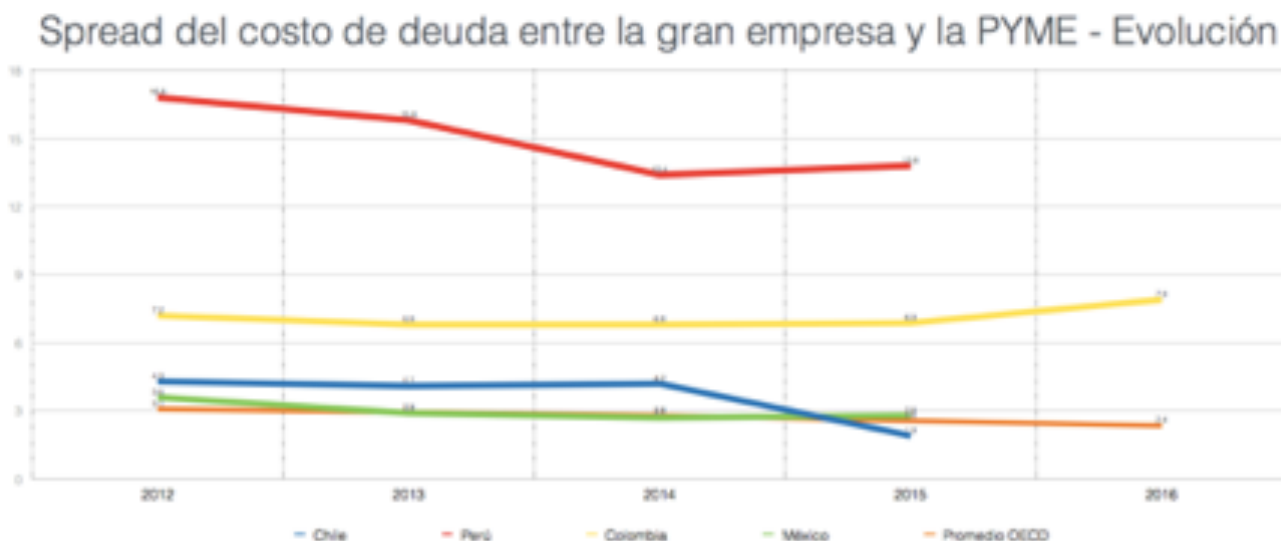
Descripción: EWF Index mide (1) el tamaño del gobierno, (2) el sistema legal y la seguridad al derecho de propiedad, (3) la estabilidad y calidad de la moneda local, (4) la libertad de comercial internacionalmente, y (5) la regulación.

Análisis: Destaca el lugar que ocupa Chile que se ubica de los países de la Alianza del Pacífico con la mejor ubicación en el Índice de libertad económica en el lugar 34 con un índice de 7.8, sobre el promedio de los países de la OCDE de 7.5, en contraste con el resto de los países de la Alianza.

BRECHA 7: Acceso a financiamiento



Unidad: En puntos porcentuales.



Unidad: En puntos porcentuales.

Fuente: OECD Publishing, Financing SMEs and Entrepreneurs 2016.

Descripción: El *spread* o diferencial de costo de deuda entre la gran empresa y la PYME indica que a mayor nivel de *spread* de tasa de interés por un crédito entre la pequeña y mediana empresa frente a la gran empresa es más complejo para las primeras crecer y poder competir frente a la gran empresa.

Análisis: El país del bloque con mayor nivel de *spread* es Colombia, que se ubica en el primer lugar con un diferencial de costo de deuda de 12.36 puntos porcentuales, de un promedio de 1.6 puntos porcentuales.

BRECHA 8: Creación y difusión de conocimiento a nivel país



Descripción: El factor Gasto de gobierno en investigación y desarrollo como porcentaje del PIB representa cuánto el sector público de cada país invierte a través de subsidio o cofinanciamiento en investigación y desarrollo.

Análisis: Chile representa el menor nivel de gasto de gobierno en investigación y desarrollo como porcentaje del PIB con un valor de 0.15%, en cuarto lugar, está México con un 0.38% del PIB. Como referencia, el promedio de los países de la OECD con información disponible tiene un valor de del estado relativo al PIB de 0.62%.

BRECHA 9: Creación y difusión de conocimiento del sector privado



Unidad: Inversión como porcentaje del PIB (Producto Interno Bruto).
Fuente: OECD Publishing, Main Science and Technology Indicators, Volume 2015 Issue.



Unidad: Inversión como porcentaje del PIB (Producto Interno Bruto).
Fuente: OECD Publishing, Main Science and Technology Indicators, Volume 2015 Issue.

Descripción: El factor en Inversión empresarial en investigación ajustado por PIB representa cuánto el sector privado de cada país gasta en innovación para mantenerse competitivo y agregar valor a los productos y servicios que producen impactando el desarrollo económico y al ecosistema emprendedor.

Análisis: De los 39 países analizados, sólo 29 presentan información. Chile ocupa el primer lugar con el menor nivel de inversión en investigación y desarrollo como porcentaje del PIB con un valor de 0.13%.

BRECHA 10: Articulación universidad-empresa



Descripción: El índice de colaboración del sector privado-universidad en investigación y desarrollo se obtiene a partir de una encuesta aplicada a ejecutivos(as) donde se les pregunta en una escala de 1 a 7 el grado en que las empresas y las universidades colaboran en investigación y desarrollo.

Análisis: El país con el menor nivel de colaboración es Perú con una nota de 3.1. Posteriormente, en el lugar duodécimo se ubica Colombia con un índice de 3.9, le sigue México en el lugar decimotercero con una nota de 4, y finalmente está Chile en la ubicación número 15 con una nota de colaboración de 4.2.



Copyright © 2018 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.