

SÍNTESIS DEL ESTUDIO

Brechas para el Emprendimiento en la Alianza del Pacífico



SÍNTESIS DEL ESTUDIO

BRECHAS PARA EL EMPRENDIMIENTO 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

La síntesis que se presenta corresponde al informe general realizado 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	7
PRÓLOGO	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPÍTULO 1: ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO	13
1. INTRODUCCIÓN	14
2. METODOLOGÍA	15
2.1 Base de datos de dominio público en cada país	15
2.2 Encuesta “Tu voz sobre el Ecosistema Emprendedor en la Alianza del Pacífico”	15
2.2.1 Objetivos	15
2.2.2 Definición de tamaño de la empresa	16
3. ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO	17
3.1 Chile	18
3.1.1 Número de empresas por tamaño	18
3.1.2 Tasas impositivas	18
3.1.3 Percepción de riesgo empresarial	19
3.1.4 Exportaciones por tamaño de empresa	20
3.2 Colombia	22
3.2.1 Número de empresas por tamaño	22
3.2.2 Tasas impositivas	23
3.2.3 Percepción de riesgo empresarial	23
3.2.4 Exportaciones por tamaño de empresa	24
3.3 México	26
3.3.1 Número de empresas por tamaño	26
3.3.2 Tasas impositivas	26
3.3.3 Percepción de riesgo empresarial	27
3.3.4 Exportaciones por tamaño de empresa	28
3.4 Perú	30
3.4.1 Número de empresas por tamaño	30
3.4.2 Tasas impositivas	31
3.4.3 Percepción del riesgo empresarial	32
3.4.4 Exportaciones por tamaño de empresa	33

4. PERFIL DE EMPRENDEDORES ENCUESTADOS	34
4.1 Características Demográficas	35
4.1.1 Participación por país miembro de la Alianza del Pacífico	35
4.1.2 Participación según género	35
4.1.3 Fundadores y Estatus del Emprendedor	36
4.1.4 Exclusividad en el emprendimiento	36
4.1.5 Motivación para emprender	37
4.2 Sector económico	39
4.2.1 Fuentes de financiamiento	40
4.2.2 Factores de Cierre	42
4.2.3 Mercados	43
5. ECOSISTEMA Y BRECHAS PARA EL EMPRENDIMIENTO	45
5.1 Percepción del ecosistema a nivel regional	45
Políticas Públicas	45
Mercados	47
Financiamiento	47
Capital Humano	48
5.2 Resumen de principales obstáculos del emprendimiento a nivel regional	49
6. ASOCIATIVIDAD	50
6.1 Intensidad con que los encuestados recurren a distintos actores del ecosistema	50
6.1.1 Chile	51
6.1.2 Colombia	51
6.1.3 México	52
6.1.4 Perú	52
6.2 Conocimiento de la Asociación de Emprendedores en cada país y vinculación	53
6.2.1 Chile	53
6.2.2 Colombia	53
6.2.3 México	53
6.2.4 Perú	54
6.3 Conocimiento de la Alianza del Pacífico (AP) y de los beneficios para la región	54
7. PRIORIDADES DE POLÍTICA PÚBLICA	56
CAPÍTULO 2: PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA	61
1. INTRODUCCIÓN	62
2. PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICAS	63
2.1 Propuestas de políticas públicas - Chile	63
2.2 Propuestas de políticas públicas - Colombia	63
2.4 Propuestas de políticas públicas - México	63
2.5 Propuestas de políticas públicas - Perú	64
COMENTARIOS FINALES Y RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS	67

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		
OCMA	Organo del Poder Judicial (Perú)	SUNARP	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos.
OEAP	Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico	SUNAT	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Perú).
OIT	Organización Internacional del Trabajo	TD	Tasa de Desocupación (México)
OMPI	Organización Mundial de Propiedad Intelectual	TEA	Actividad Temprana Emprendedora
PBI	Producto Bruto Interno	TICS	Tecnologías de Información
PEA	Población Económicamente Activa	TLC	Tratado de Libre Comercio
PIB	Producto Interno Bruto	UF	Unidad de Fomento (Chile)
PQS	Programa de TV Para Quitarse el Sombrero (Perú)	UGPP	Unidad de Gestión de Pensiones y Parafiscales (Colombia)
PRODUCE	Ministerio de la Producción (Perú)	UIT	Unidades Impositivas Tributarias (Perú)
PROFO	Programas Asociativos de Fomento (Chile)	VUCE	Ventanilla Única de Comercio Exterior
PYMES	Pequeña y Mediana Empresa	VUE	Ventanilla Única Empresarial
REFEL	Registro Único de Facturas Electrónicas (Colombia)	WIPO	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
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

Los datos recolectados a través de la encuesta muestran una radiografía del ecosistema del emprendimiento en los cuatro países del bloque para el periodo en que se ejecutó la medición, entregando información importante y actualizada a los distintos agentes de interés de los países miembros de la AP, como instituciones públicas y *policymakers*.

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 y evaluar el ecosistema de emprendimiento actual, con el fin de contribuir a la formulación de políticas públicas que estimulen el emprendimiento. Ciertamente, la acción coordinada del Estado, asociaciones empresariales e inversores es indispensable para la transformación del ecosistema de emprendimiento en los países de 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

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 el Centro de Innovación - UC de la Pontificia Universidad Católica de Chile, la Universidad ICESI, Colombia, el Instituto Tecnológico de Monterrey, México, y la Universidad del Pacífico, Perú, siendo estas responsables del levantamiento y rigurosidad técnica de sus datos e información presentada.

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

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.

El estudio contempló el análisis de un total de 11 informes, cuyos contenidos incorporaban indicadores de emprendimiento a nivel global y regional; entre ellos destacan, “El Emprendimiento en América Latina” (Banco Mundial 2014), “Emprendimiento en Chile hacia un modelo de segmentación” (CORFO 2014), “*Doing Business 2017, Equal Opportunity for All*” (Banco Mundial 2017), y “*GEM - Global Entrepreneurship Monitor 2016-2017 Global Report*”. Si bien los informes difieren en periodicidad y metodología de recolección de datos, todos abordan ámbitos relevantes del ecosistema emprendedor.

A partir de los cruces de los informes se definieron las 10 principales brechas del ecosistema del emprendimiento de cada país (ver **Tabla 2.1**), las cuales fueron evaluadas por los encuestados.

2.2.2 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. La **Tabla 2.2** presenta la definición de la OCDE y las categorías definidas para este estudio, según consideraciones de los países.

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.

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.

3.1 Chile

3.1.1 Número de empresas por tamaño

En Chile 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 analizado 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.

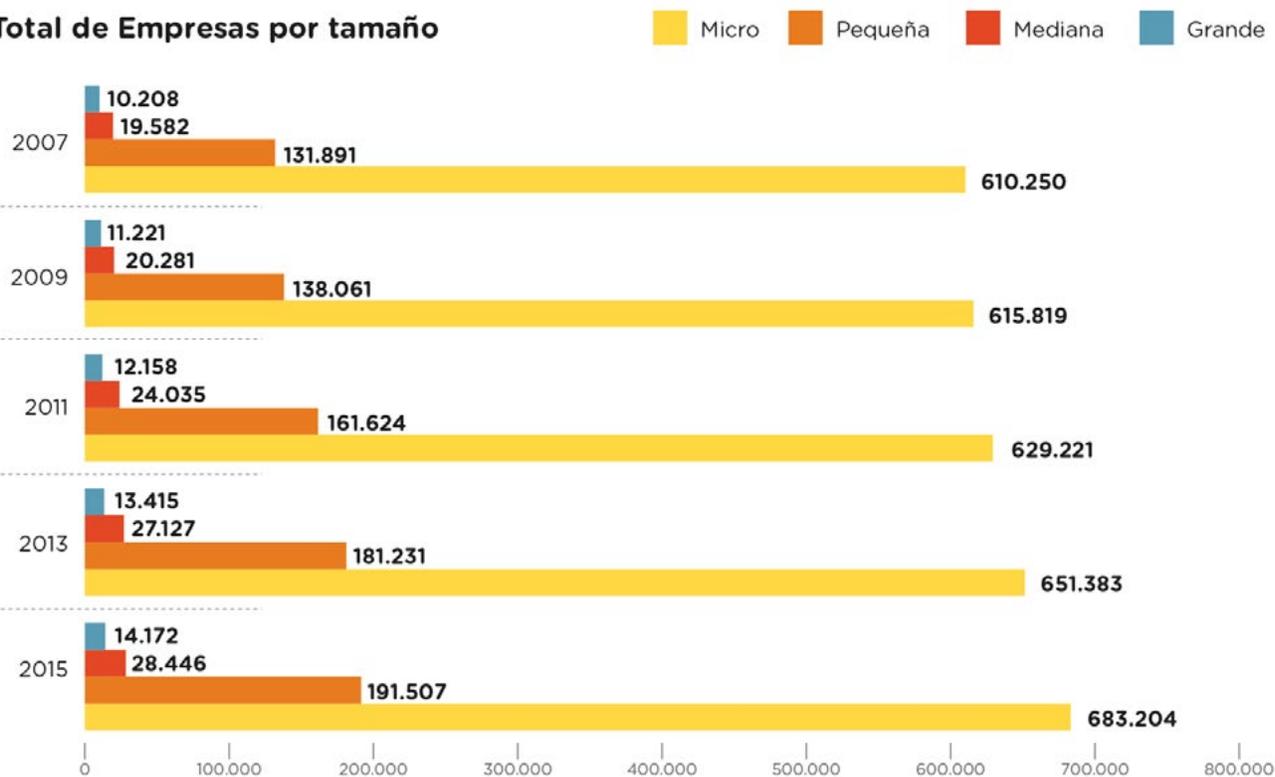
Cabe destacar que en 2013 entró en vigor en Chile la Ley N° 20.659 que simplificó los trámites para crear una empresa, haciendo que este trámite se pudiese realizar en un día. Como parte de esta iniciativa, y con el objetivo de facilitar el registro de empresas, en ese mismo período se implementó la 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 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,

Gráfico 3.1.1

Total de Empresas por tamaño



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

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*² (Banco Mundial).

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).

Es importante 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 modificó³ 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 UF⁴. 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.

3.1.3 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 miedo al fracaso. Según datos publicados por el *Glo-*

Tabla 3.1.1

Tasas impositivas

Impuesto	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Impuestos laborales y contribuciones	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.

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

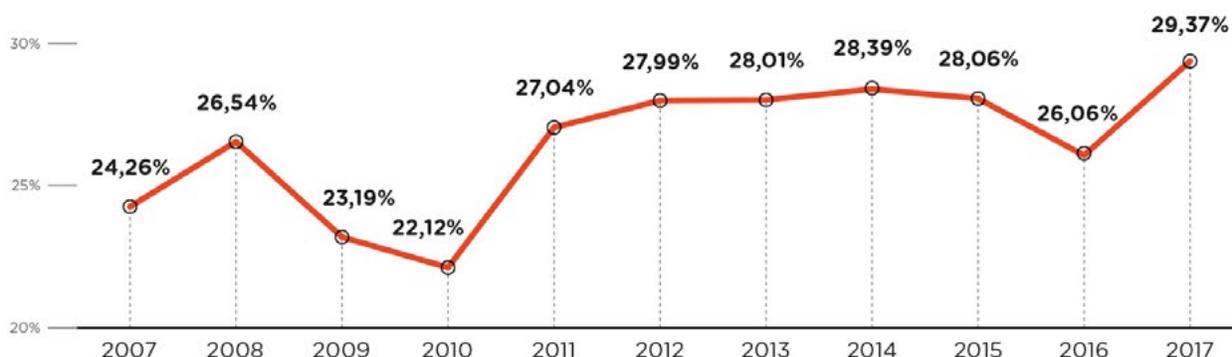
3 Ley N° 20.780 del 29 de septiembre de 2014.

4 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 3.1.4

Riesgo empresarial

(Miedo al fracaso)

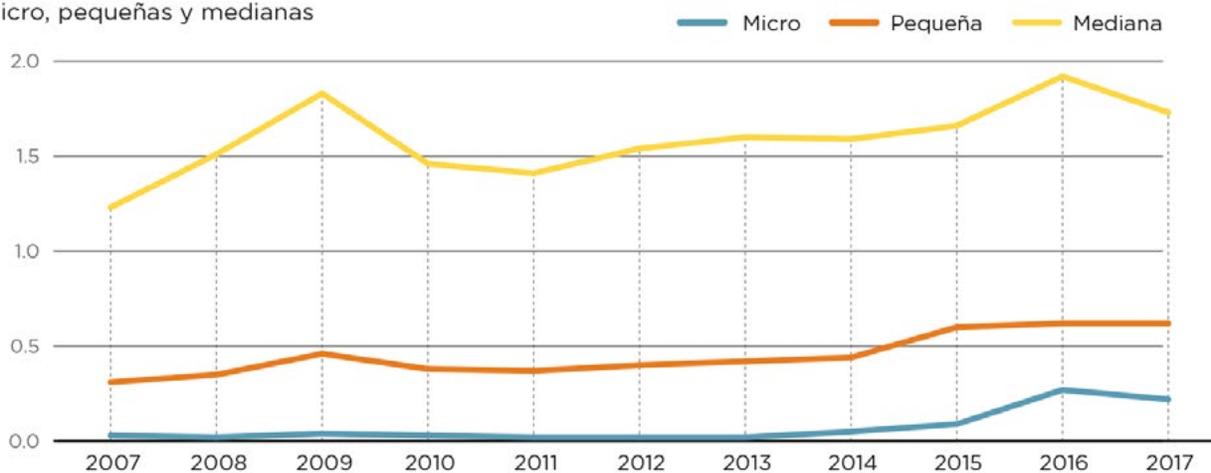


Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Elaboración propia.

Gráfico 3.1.6

Exportaciones por tamaño empresa según ventas

Micro, pequeñas y medianas



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas. Elaboración propia.

bal Entrepreneurship Monitor (GEM)⁵, 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.

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.

3.1.4 Exportaciones por tamaño de empresa

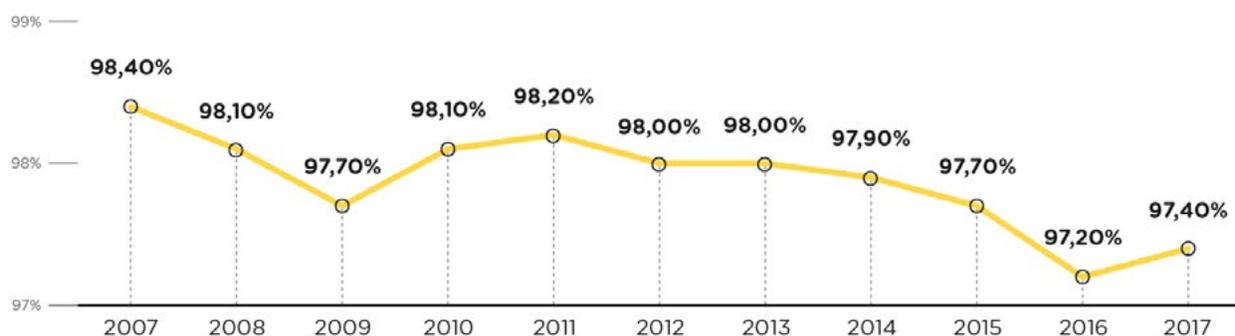
Las acciones del gobierno de Chile para incentivar empresas exportadoras se traducen en distintas iniciativas, programas o instituciones. ProChile es una institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos. A modo de ejemplo, 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 en el exterior, y todas aquellas materias relacionadas con el proceso de inserción internacional.

⁵ Global Entrepreneurship Monitor. Disponible en: <https://www.gemconsortium.org/>

Gráfico 3.1.7

Exportaciones por tamaño de empresa según ventas

Grandes empresas



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

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 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. 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.

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.

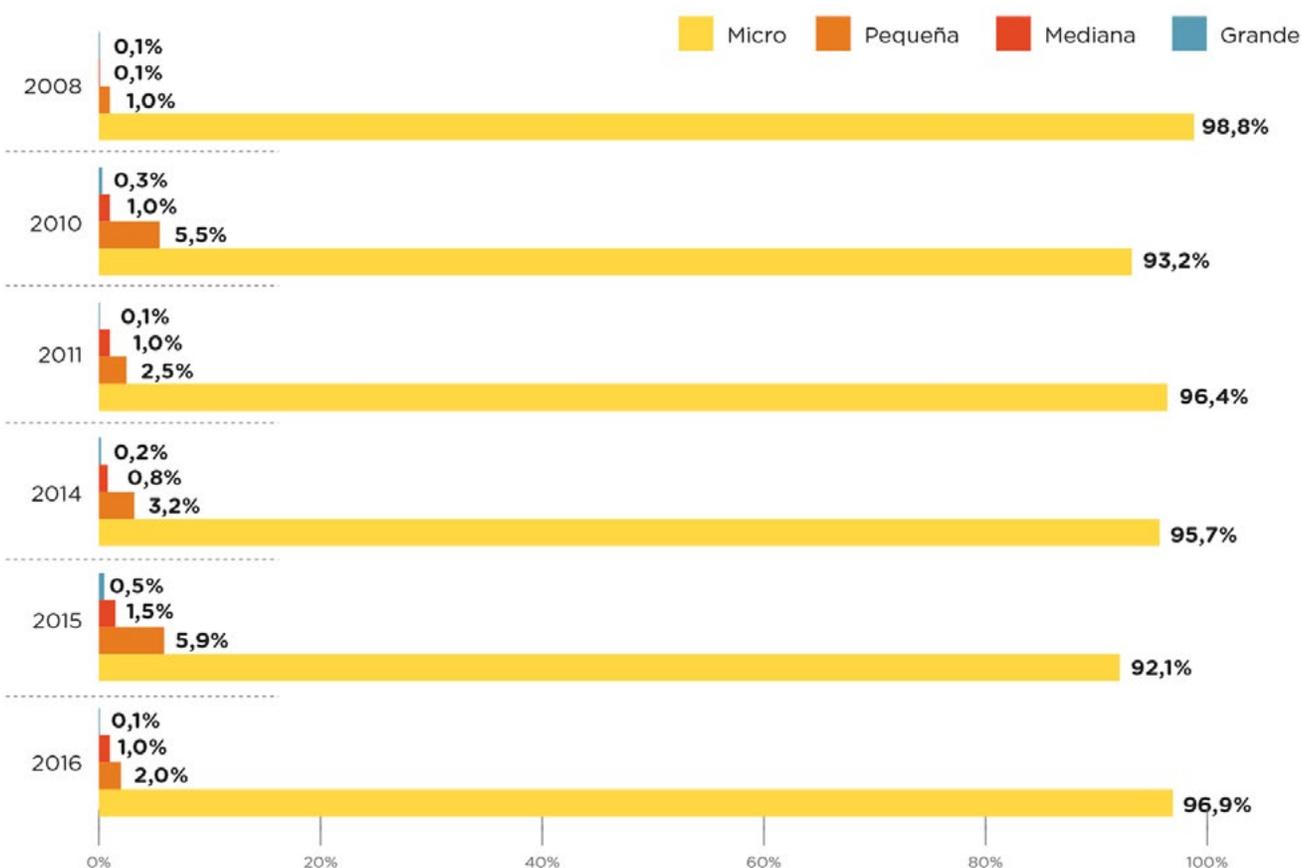
El **gráfico 3.2.1** muestra la evolución de las empresas por tamaño⁶ de 2008 a 2016.

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.

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

sas 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%, 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 Tasas impositivas

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

3.2.3 Percepción de riesgo empresarial

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

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.

Gráfico 3.2.4

Riesgo empresarial

(Miedo al fracaso)

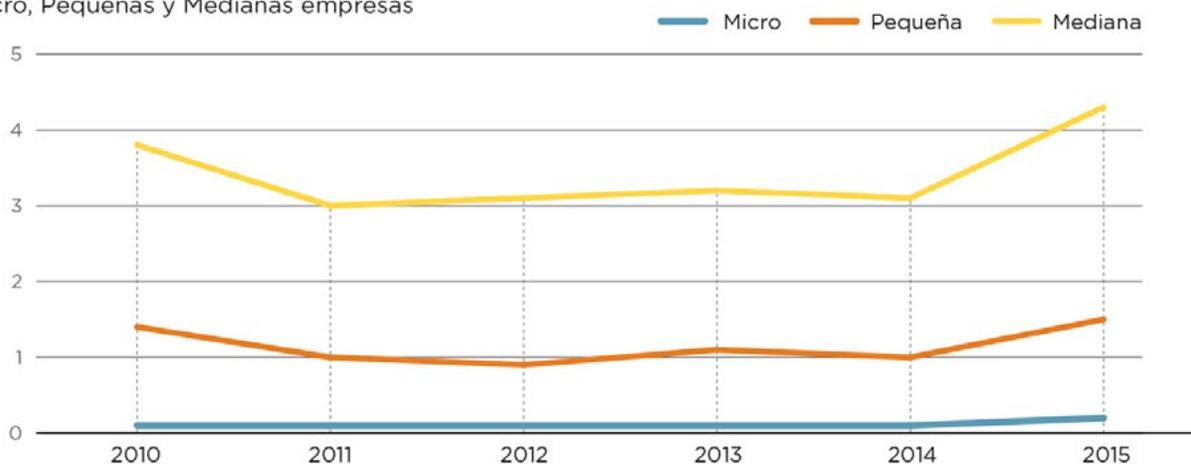


Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

Gráfico 3.2.6

Porcentaje de valor exportado según tamaño de las empresas

Micro, Pequeñas y Medianas empresas



Fuente: Dane y Confecámaras. Elaboración propia.

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 (**Gráfico 3.2.4**).

3.2.4 Exportaciones por tamaño de empresa

Para analizar las empresas exportadoras y la can-

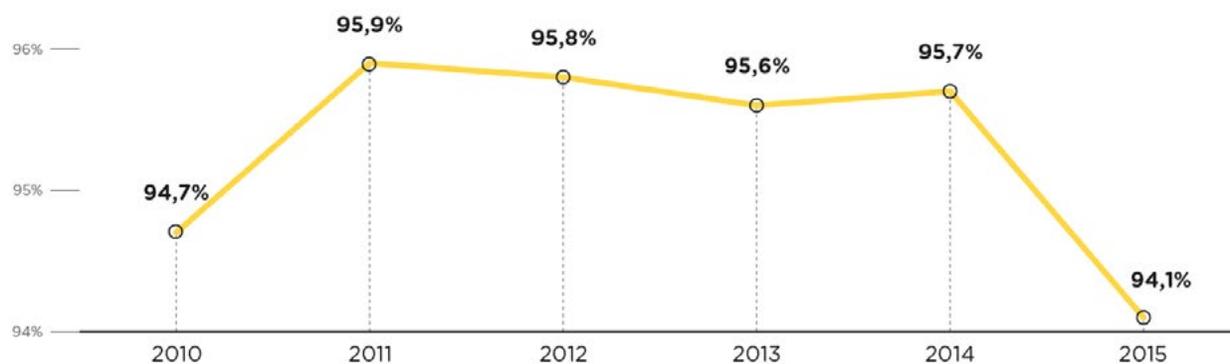
tidad de exportaciones por tamaño de empresa, a continuación se presentan dos gráficos que muestran distinta información relacionada. En los **Gráficos 3.2.6** y **3.2.7** se ve el valor exportado.

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

Gráfico 3.2.7

Porcentaje de valor exportado según tamaño de las empresas

Grandes empresas



Fuente: Dane y Confecámaras. Elaboración propia.

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.

3.3 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 empresas⁷, 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 crecimiento de empresas sugiere un entorno económico estancado.

3.3.2 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.

Tabla 3.3.1

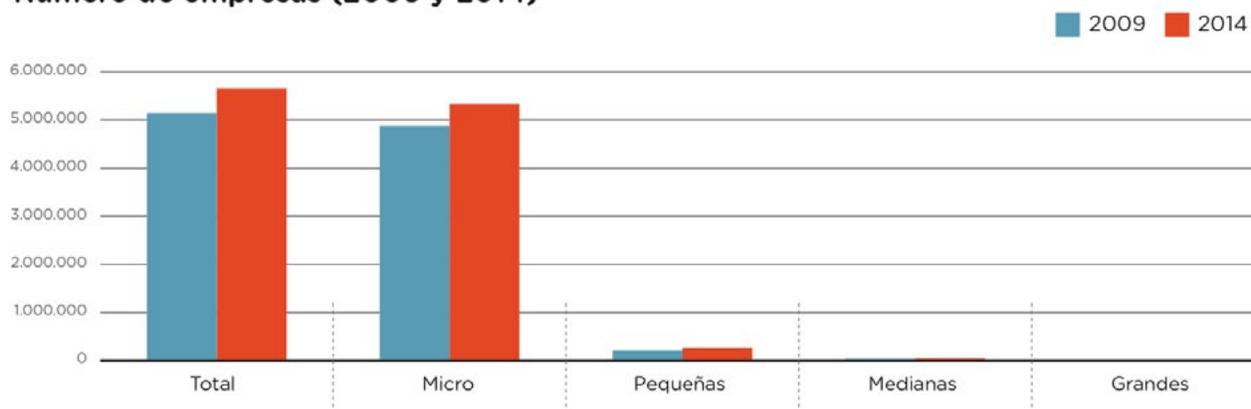
Tasas impositivas

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.

⁷ NEGI. Censos Económicos. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/Default.aspx>

Gráfico 3.3.1

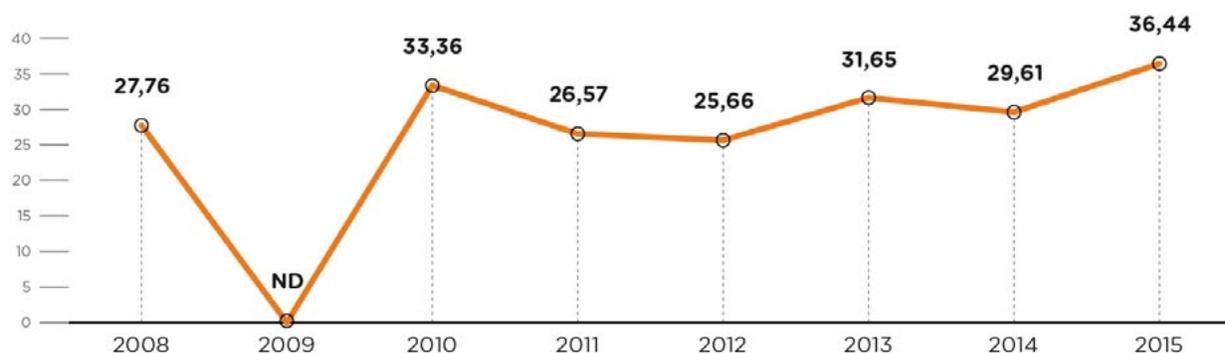
Número de empresas (2009 y 2014)

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

Gráfico 3.3.4

Evolución del riesgo empresarial

(miedo al fracaso)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

3.3.3 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.

Como información adicional a lo antes expuesto, de acuerdo al *Failure Institute*⁸, las principales causas por las que las empresas de los emprendedores mexicanos fracasan son:

- Ingresos insuficientes 65%
- Falta de indicadores 48%
- Falta de proceso de análisis 44%

- Planeación deficiente 44%
- Problemas de ejecución 43%

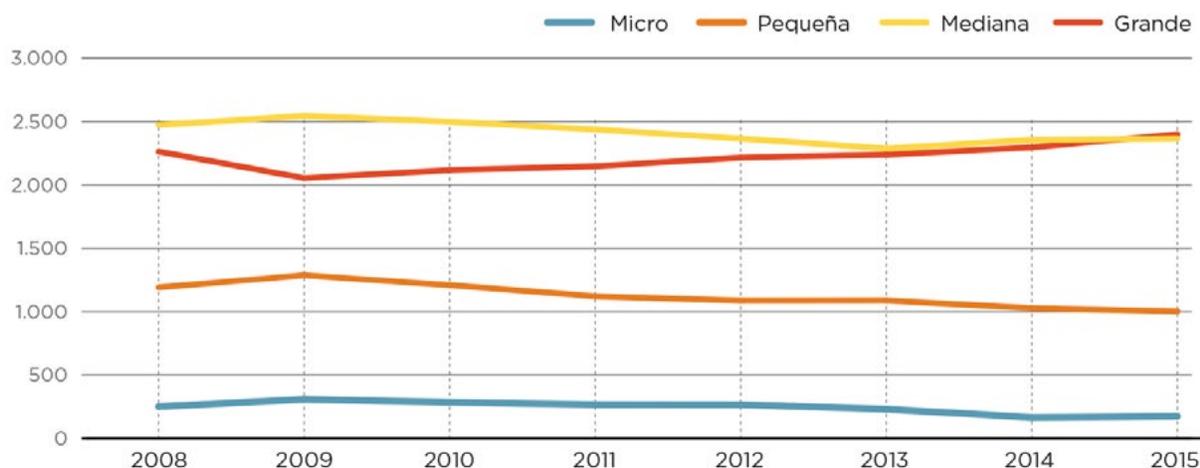
En el caso de aquellas empresas que logran su consolidación, el 14,7% no desea seguir creciendo. Las principales razones, de acuerdo a la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas⁹ (EN-APROCE), son:

- Temor a la inseguridad 28.4%
- Complicaciones administrativas 18.6%

⁸ The Failure Institute. Why do entrepreneurs fail in Mexico? Disponible en: thefailureinstitute.com/mexico-research/

⁹ 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

Gráfico 3.3.6

Número de empresas exportadoras por tamaño

Fuente: OCDE. Elaboración propia.

- Trámites más costosos 6%

3.3.4 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 del 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.

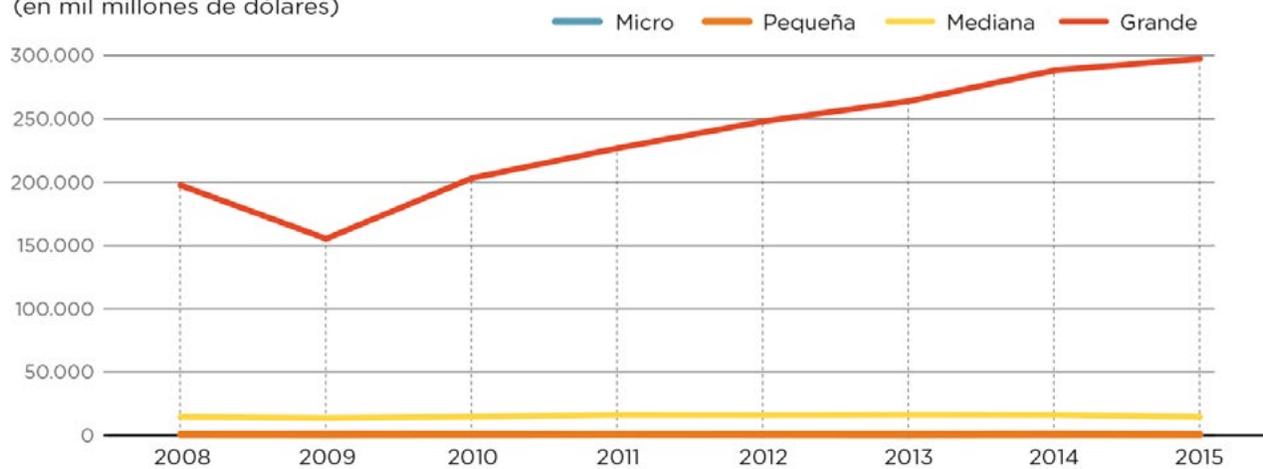
Al observar el valor comercial de las exportaciones por tamaño de empresas, se nota que, entre 2008 y 2015, éste tuvo una disminución para las micro y pequeñas empresas del 16,26% y 10,3%, respectivamente. No obstante, el valor de las exportaciones de las empresas medianas tuvo un ligero incremento de 0,3%. En este contexto y con el afán de impulsar el desarrollo de las 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%. Las exportaciones mexicanas están concentradas en grandes empresas; en 2015 las grandes empresas representaron 95% de las exportaciones de México. En cuanto a las micro empresas, estas

Gráfico 3.3.7

Valor comercial de exportaciones

(en mil millones de dólares)



Fuente: OCDE. Elaboración propia.

representaron cerca de 0,1% de las exportaciones en el mismo año.

3.4 Perú

3.4.1 Número de empresas por tamaño

Al año 2016, la mayoría de las empresas en Perú eran microempresas, ascendiendo al 95% del total, mientras que la pequeña empresa representó un 4,4% y la gran y mediana empresa un 0,6%.

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 2013¹⁰, se indica que las micro, pequeñas y medianas empresas se clasifican en función a sus niveles de ventas anuales fijados en Unidades Impositivas Tributarias (UIT)¹¹. Anteriormente, se consideraba este

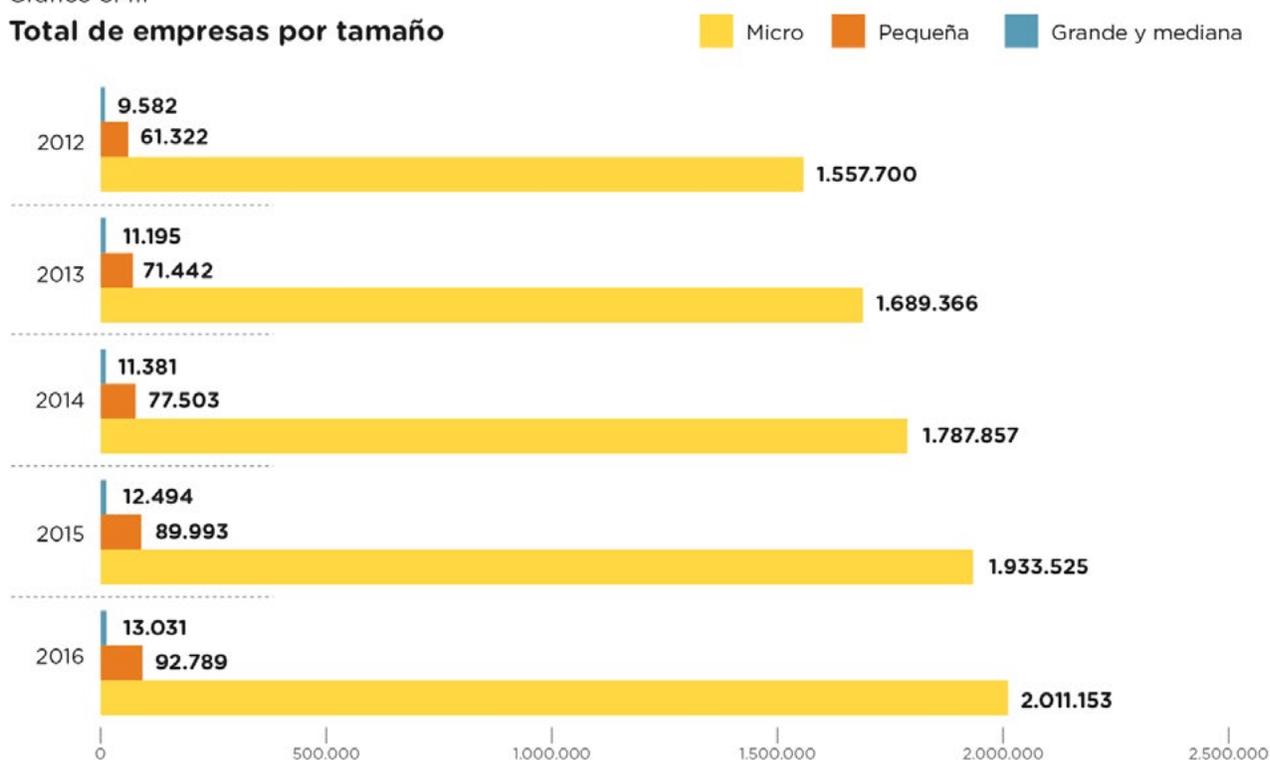
criterio, así como el número de trabajadores, limitado por cada categoría. Esto cambia con el fin de dar mayor dinamismo al crecimiento empresarial.

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

Gráfico 3.4.1

Total de empresas por tamaño



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

¹⁰ El Peruano. Disponible en: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

¹¹ 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.

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 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 empresa¹². 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).

Los emprendedores por oportunidad son lo que representan hoy al ecosistema emprendedor

¹² Banco Mundial. Perú Panorama General. Disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

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 Tasas impositivas

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 transcurridos 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

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%							
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.

Costero y el escándalo regional de Lava Jato, y las medidas tributarias, como el nuevo régimen del impuesto a la renta para las micro y pequeñas empresas¹³.

En Perú existen cuatro regímenes tributarios: (i) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) solo para persona natural. (ii) El Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), (iii) Régimen MYP¹⁴ 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 crecer¹⁵.

3.4.3 Percepción del riesgo empresarial

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’[...]”¹⁶.

“[...] 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 Perú¹⁷.

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%¹⁸. 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 Unidos y España, así como en Grecia y Portugal

¹³ Semana Económica. Sunat: recaudación tributaria cayó 1.3% en el 2017, cifra negativa por tercer año consecutivo. Enero 2018. Disponible en: <http://semanaeconomica.com/articulo/legal-y-politica/tributario/262735-sunat-recaudacion-tributaria-cayo-1-3-en-el-2017-cifra-negativa-por-tercer-ano-consecutivo/>

¹⁴ Micro y pequeñas empresas.

¹⁵ 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>

¹⁶ ESAN. (2016). Conexión Esan. <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/11/18/innovacion-temor-al-fracaso/>

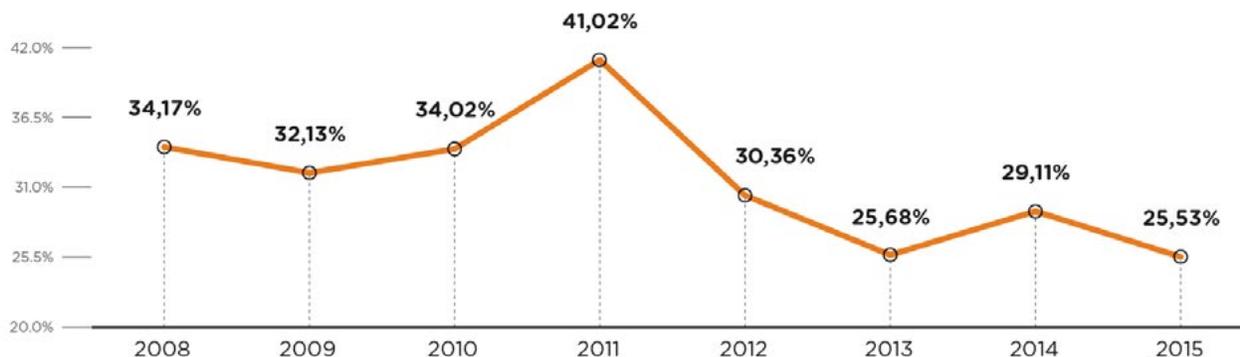
¹⁷ http://www.pqs.pe/economia/peruanos-iniciar-negocio-obstaculos-global-entrepreneurship?utm_source=Portal+PQS.pe&utm_campaign=badcafd02f-pqs_boletin_414_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_8ba6bc4664-badcafd02f-86574897

¹⁸ <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Gráfico 3.4.4

Riesgo empresarial

(Miedo al fracaso)

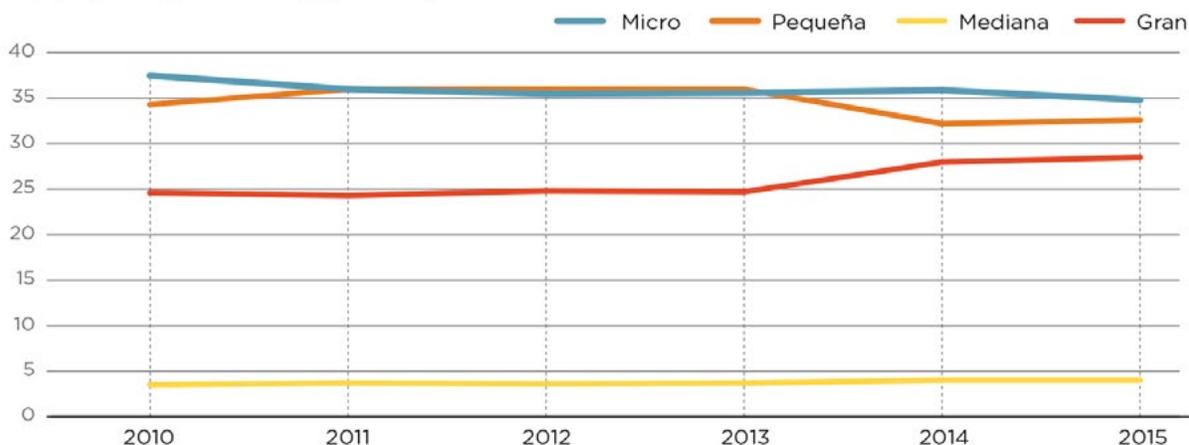


Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

Gráfico 3.4.6

Exportaciones por tamaño empresa según ventas

Micro, pequeñas, medianas y gran empresa



Fuente: Ministerio de la Producción. Elaboración propia.

en 2011. La tendencia del riesgo empresarial en Perú es hacia la baja al avanzar hacia el año 2015.

3.4.4 Exportaciones por tamaño de empresa

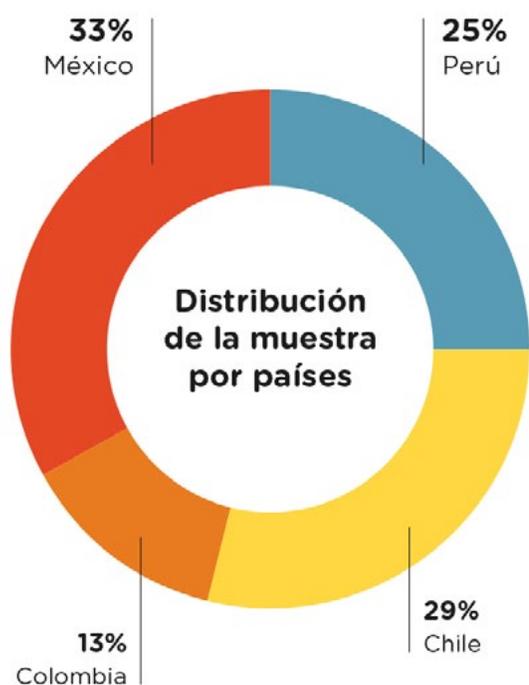
Las exportaciones en Perú se han ido incrementando a través de los años. Como se puede observar, en el **Gráfico 3.4.6**, las Mipyme (Micro y Pequeña Empresa) que exportan representan el 71,5% del total de exportadoras en el Perú, siendo un total de 5.205 empresas en 2016, a pesar del decrecimiento de 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).

4. PERFIL DE EMPRENDEDORES ENCUESTADOS

La encuesta se estructuró de forma que pudiese abarcar siete aspectos relevantes que permitirían tener una radiografía amplia de los asociados de ASELA. Las áreas abordadas en la encuesta “Tu voz sobre el ecosistema emprendedor en la Alianza del Pacífico”, fueron:

- 1. Te queremos conocer** (conocimiento del encuestado en temas de genero, país, educación, familiares emprendedores, actividad que realiza, disposición a continuar emprendiendo, entre otras variables)
- 2. Queremos conocer tu empresa** (Recurso humano que emplea, participación societaria en la empresa, fecha de creación de la empresa, rango de ventas anuales, inversión en I + D, y mercados en que participa)
- 3. Queremos conocer tus motivaciones** (motivos para emprender, obstáculos que enfrenta en la etapa actual de su negocio, fracasos anteriores con otros emprendimientos y sus factores de cierre, entre otros)
- 4. Financiamiento y fuentes de financiamiento** (principales fuentes de financiamiento, percepción sobre apoyos del gobierno (los distintos niveles de los gobiernos: departamental / regional, municipal, etc.) para el emprendimiento, redes de apoyo) vinculación a asociaciones, nivel de conocimiento de ASELA y de la Alianza del Pacífico)
- 5. Redes de apoyo** (a quien recurre cuando tiene problemas en su empresa, vinculación a asociaciones, nivel de conocimiento de ASELA y de la Alianza del Pacífico)
- 6. Ecosistema emprendedor** (percepción sobre oportunidades para el negocio, percepción de los emprendedores en cada país, conocimiento de las redes de apoyo a través de incuba-

Figura 4.1



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

doras, aceleradoras, centros de transferencia tecnológica)

7. Ranking de prioridades de políticas públicas (propuestas de políticas públicas por país)

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.

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.

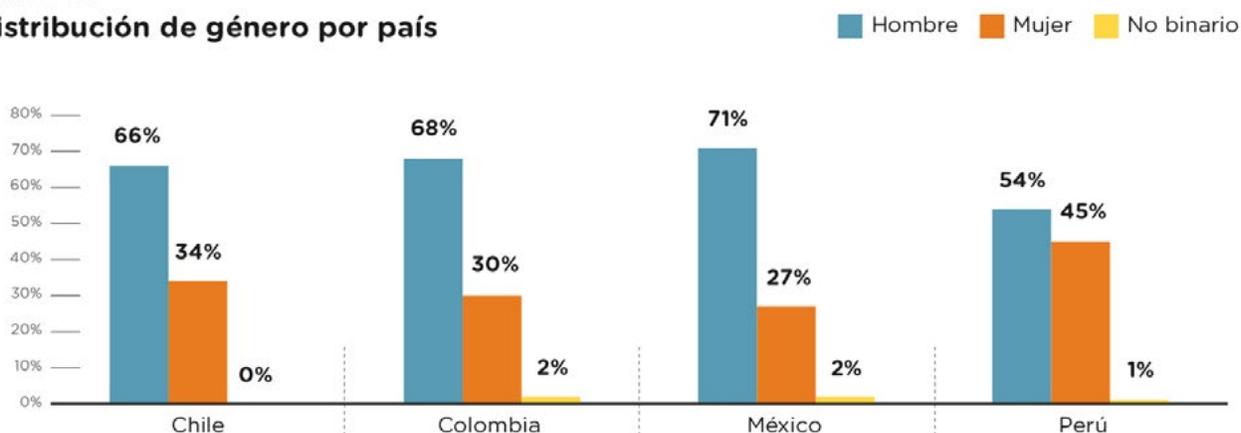
4.1.2 Participación según género

Resulta de interés poder conocer las diferencias que existen por género en el ámbito del emprendimiento, 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

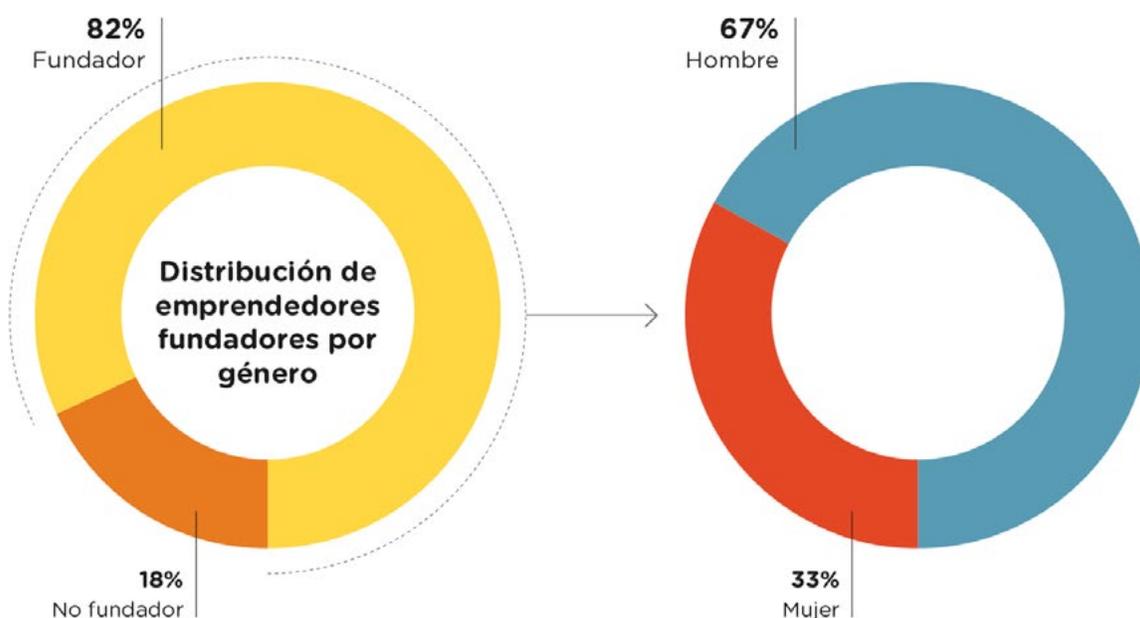
Gráfico 4.1

Distribución de género por país



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Figura 4.2



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

países tienen aproximadamente solo un 30% de 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%¹⁹. 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 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.

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.

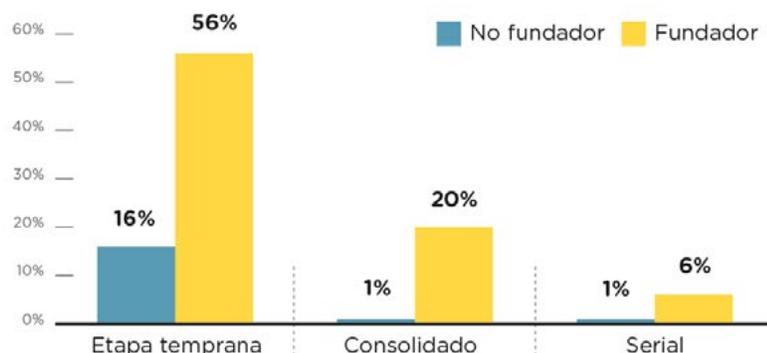
4.1.4 Exclusividad en el emprendimiento

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

¹⁹ Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2016/2017.

Gráfico 4.5

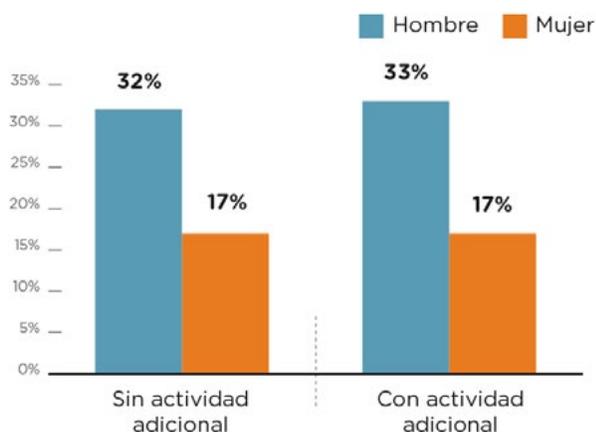
Distribución de emprendedores fundadores según estatus del emprendedor



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.6

Actividad laboral adicional por género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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.

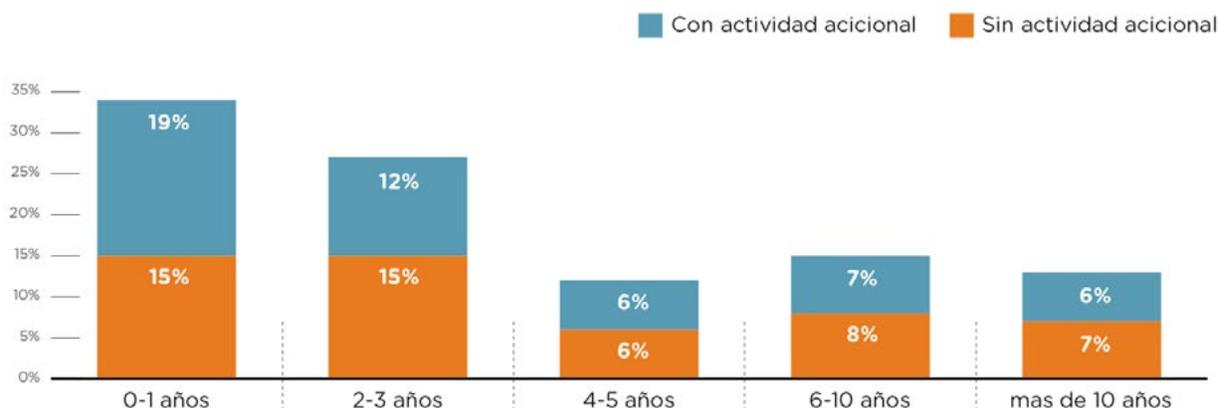
Finalmente, al analizar las principales diferencias se observa que Chile destaca como el país con mayor nivel de exclusividad laboral en el emprendimiento, con un 63% de emprendedores que no tiene una actividad laboral adicional (ver **Gráfico 4.9**). Por su parte, Colombia se asemeja más a las cifras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

4.1.5 Motivación para emprender

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

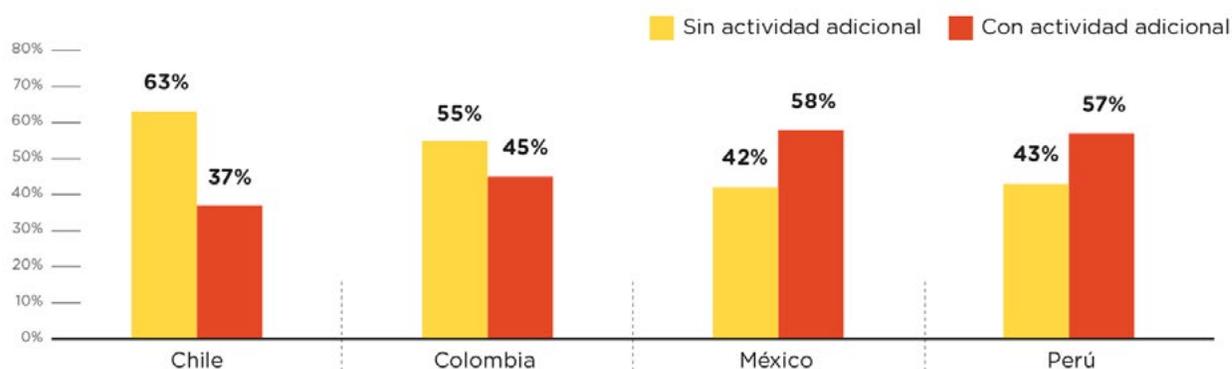
En términos generales, se observa que las prin-

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.

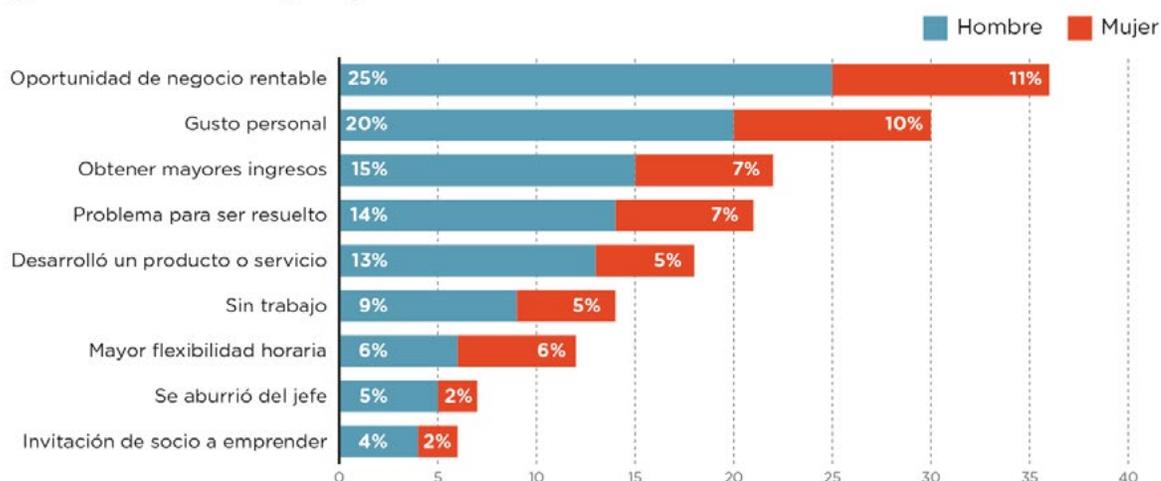
cipales motivaciones tienen que ver con obtener buena rentabilidad y gusto personal. Destaca que el motivo de flexibilidad horaria presenta la misma proporción de hombres y mujeres.

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. 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 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.

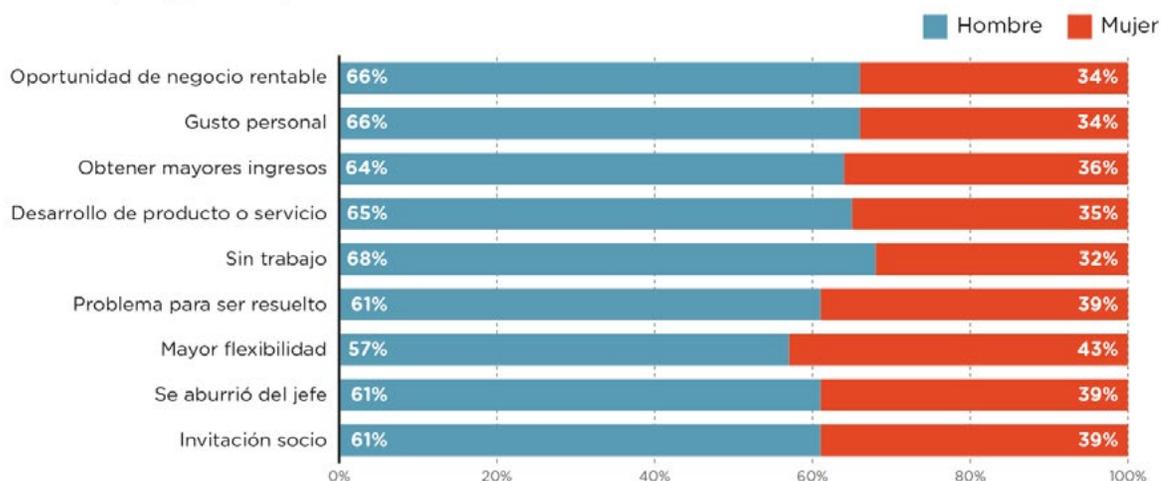
En el caso de México se observa que las motivaciones con mayor proporción de mujeres son flexibilidad horaria y gusto personal, mientras que para el caso de hombres son las de carácter financiero, como obtener mayores ingresos y oportunidad de negocio rentable, y el aburrirse del jefe/empleador.

Gráfico 4.11

Ranking de motivaciones por género

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.15

Motivaciones por género para Chile

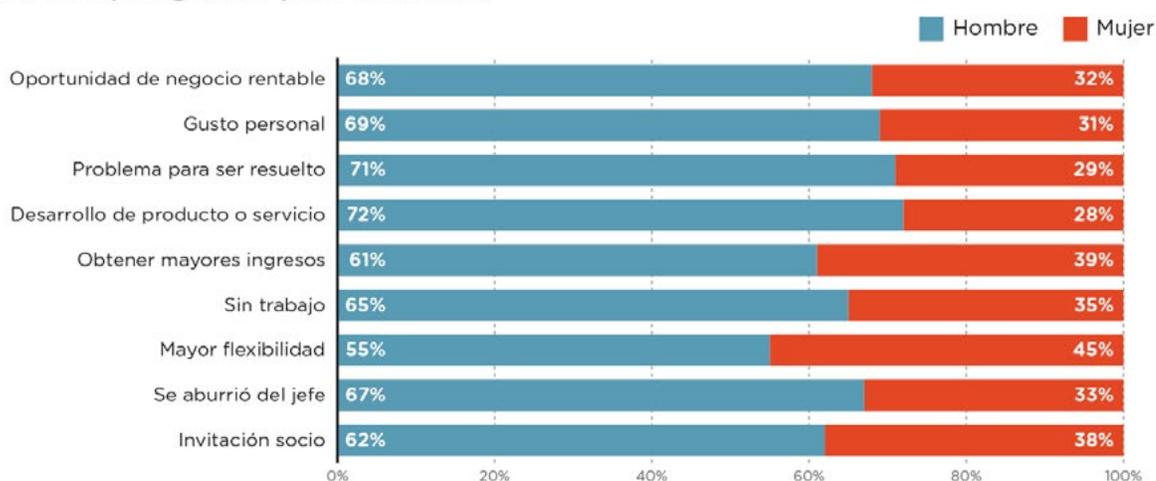
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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.

4.2 Sector económico

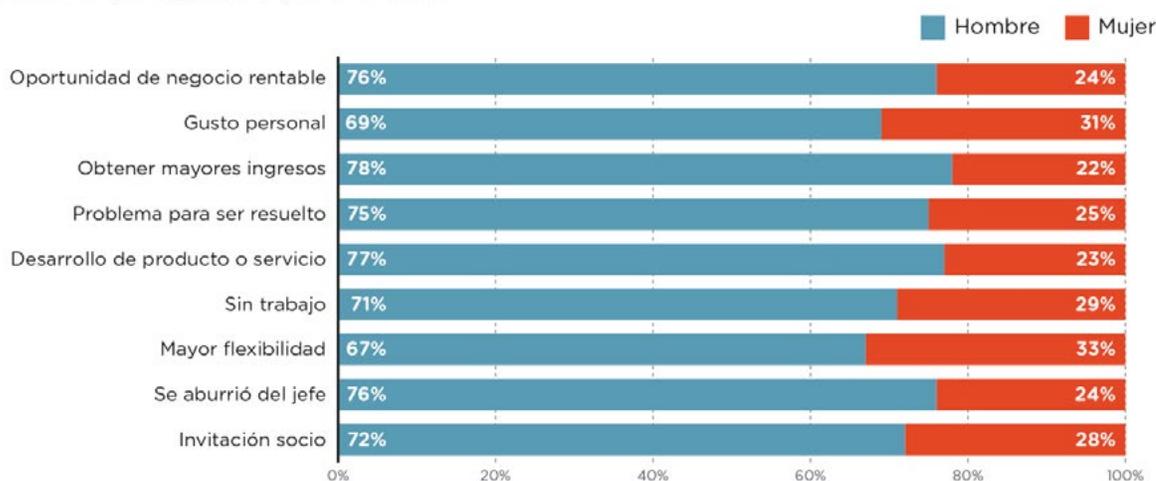
En cuanto a distribución de los encuestados por sectores económicos, se ve que la mayoría de las empresas se concentra en el sector de Servicios (19%), Consultoras (17%) y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (15%). Por otro lado, Administración Pública, Explotación y Ór-

Gráfico 4.16

Motivaciones por género para Colombia

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.17

Motivaciones por género para México

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

ganos Extraterritoriales tienen porcentajes muy cercanos al 0%.

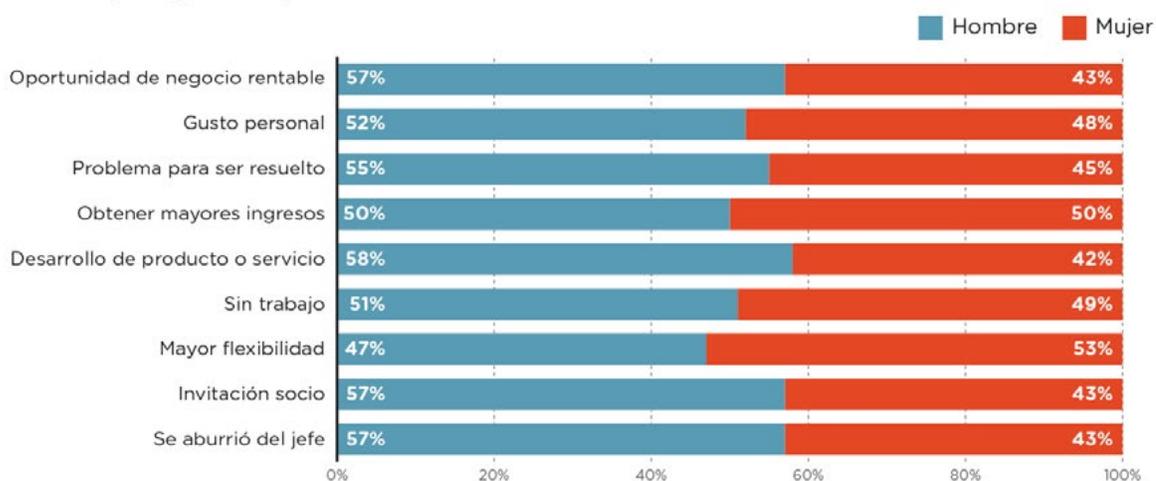
Es posible observar que el emprendimiento en la región se encuentra concentrado en los tres primeros sectores, los que en su conjunto corresponden a más del 50% de los emprendedores encuestados. Además, considerando que los países de la AP tienen ventajas comparativas en productos primarios, llama la atención que los emprendimientos

agrícolas y de explotación representan menos del 6% de los emprendimientos en la muestra.

4.2.1 Fuentes de financiamiento

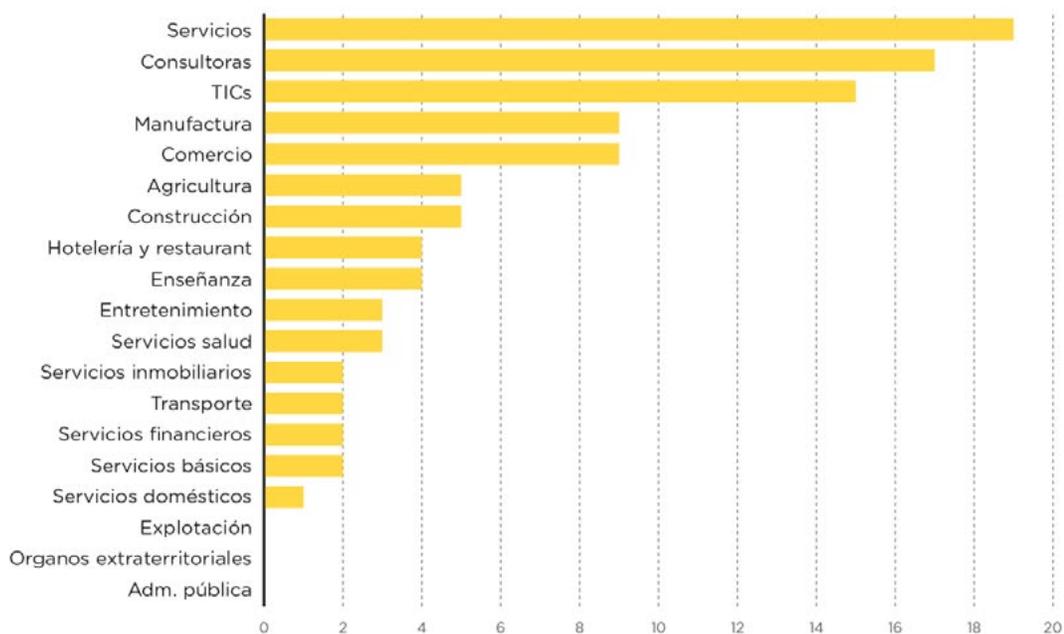
Las fuentes de financiamiento resultan fundamentales para el emprendimiento, por lo que conocer cómo estas están operando resulta un dato de interés. El **Gráfico 4.22** muestra un *ranking* de las principales fuentes de financiamiento, indicando

Gráfico 4.18

Motivaciones por género para Perú

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 4.20

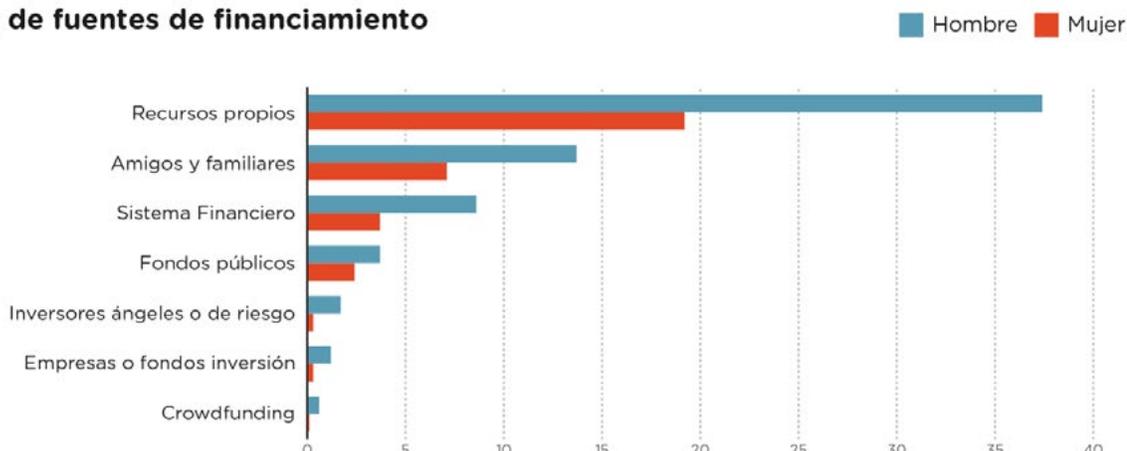
Distribución por sector económico

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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

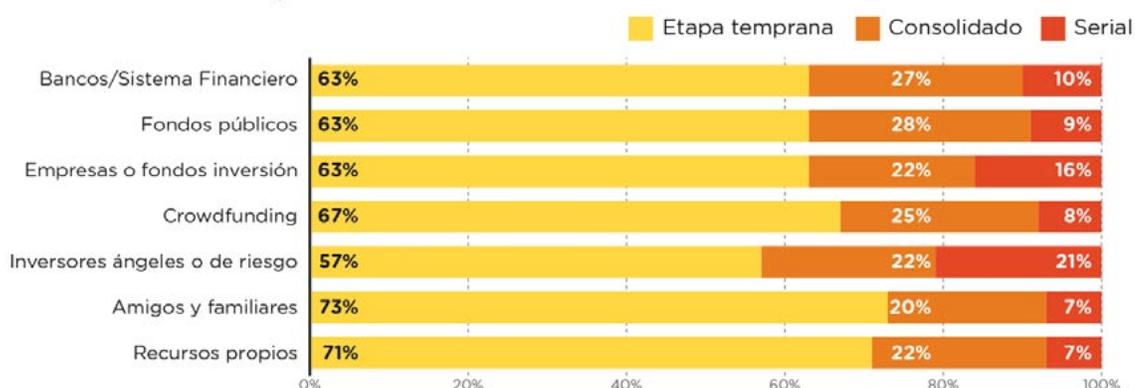
entre mujeres y hombres que mencionaron acceder a fondos públicos es menor que 2 puntos porcentuales, siendo la fuente de financiamiento más igualitaria en términos de género.

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.

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.

4.2.2 Factores de Cierre

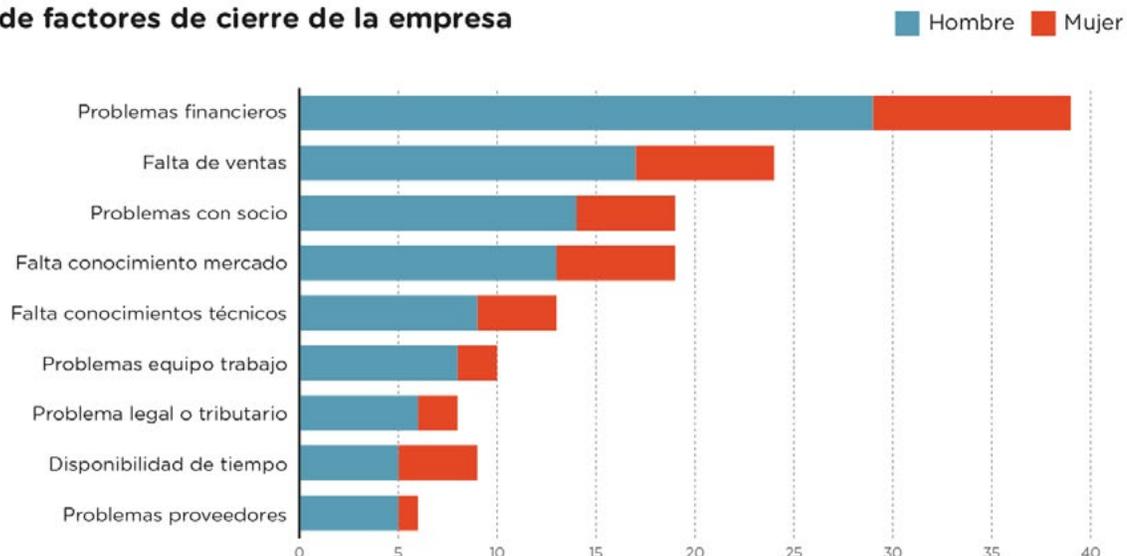
Más que identificar si el emprendedor ha cerrado o no algún emprendimiento, la encuesta captura la percepción respecto a los factores que pueden

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. Luego los siguientes tres factores de cierre presentan porcentajes similares y 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 tribu-

Gráfico 4.26

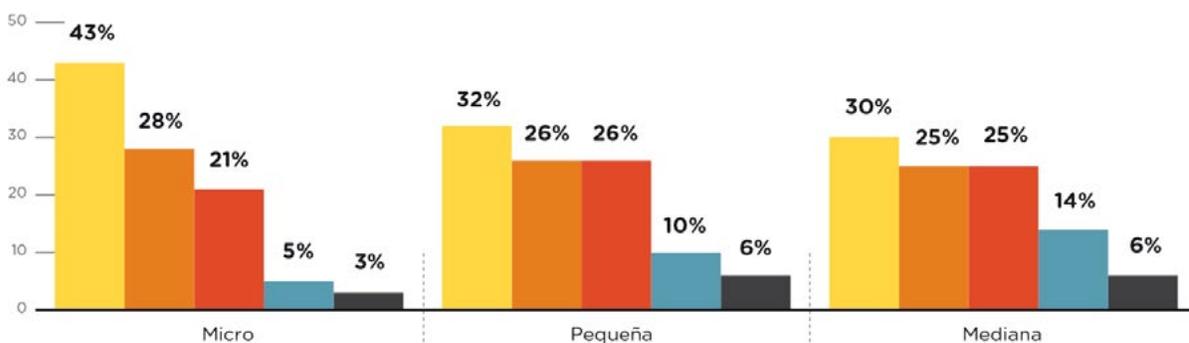
Ranking de factores de cierre de la empresa

Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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.

tarios, el cual solo agrupa un 8% de los emprendedores encuestados. Esto porque, como se verá más adelante, 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 compleji-

dad 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.

4.2.3 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 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).

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 también es abordada.

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.

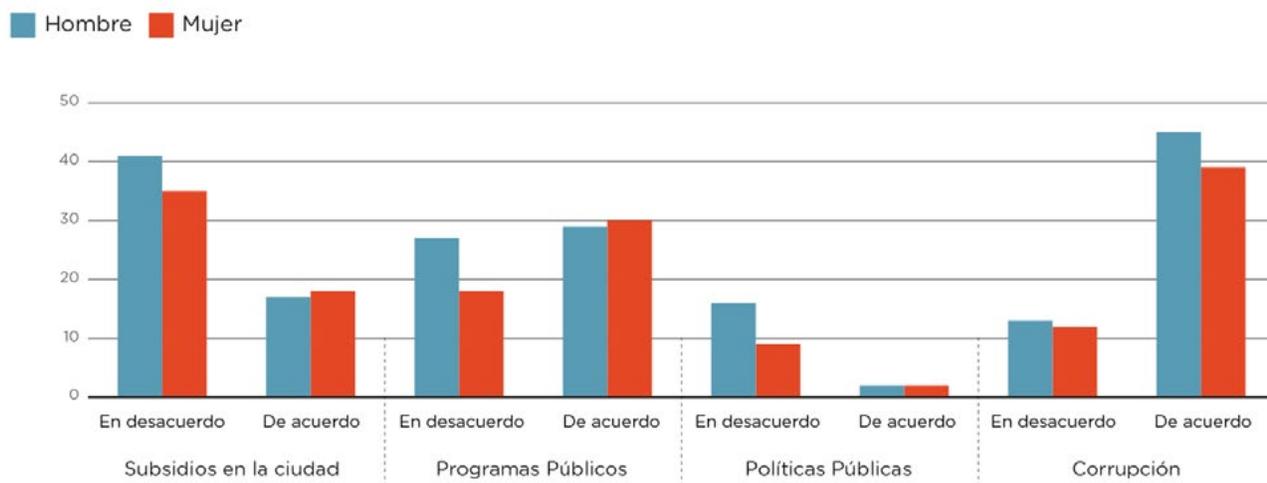
Políticas Públicas

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 financiamiento 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

Gráfico 5.1

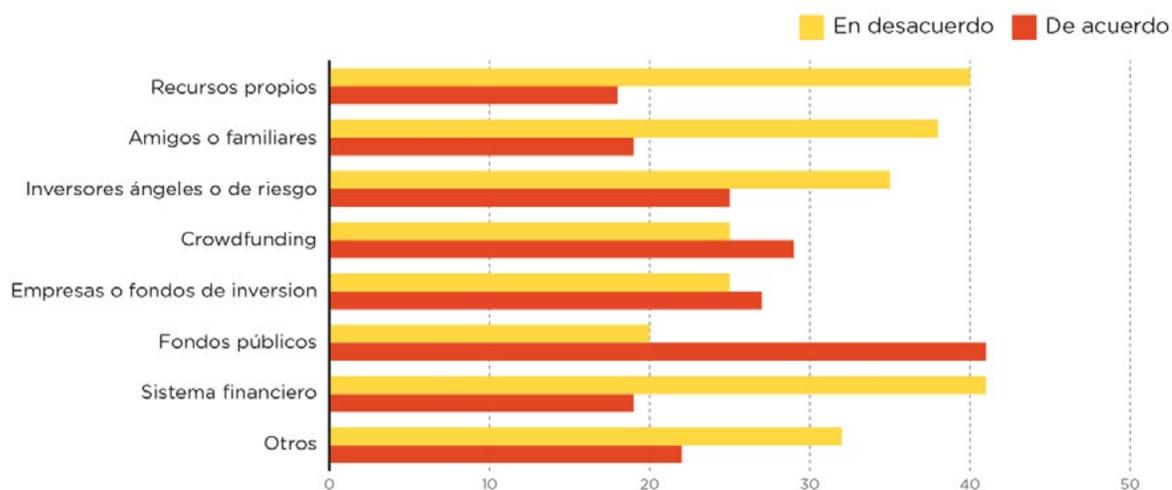
Percepción de los emprendedores sobre aspectos de políticas pública, según género



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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.

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.

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 favorable 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 se analizan 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.

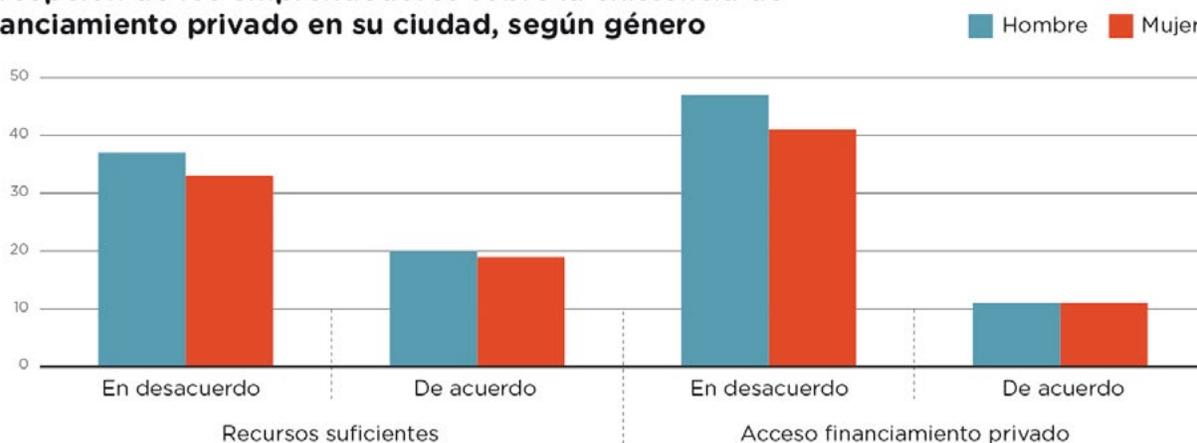
Financiamiento

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

Gráfico 5.4

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



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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.

Capital Humano

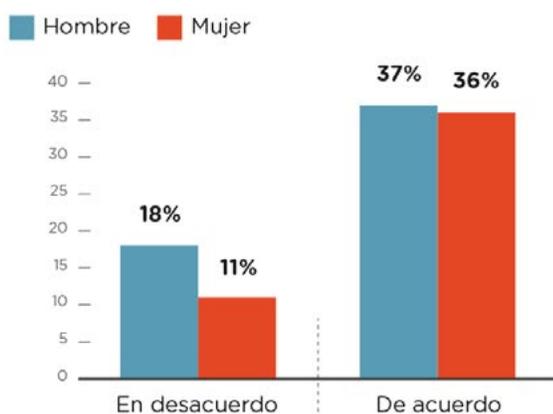
El 50% de los encuestados menciona estar de acuerdo con que el capital humano presente en su país contribuye a la creación y crecimiento de empresas, lo que se ve reflejado también a nivel de género. En el **Gráfico 5.6** (panel A) se observa que del total de hombres que contestó la encuesta, un 37% 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 em-

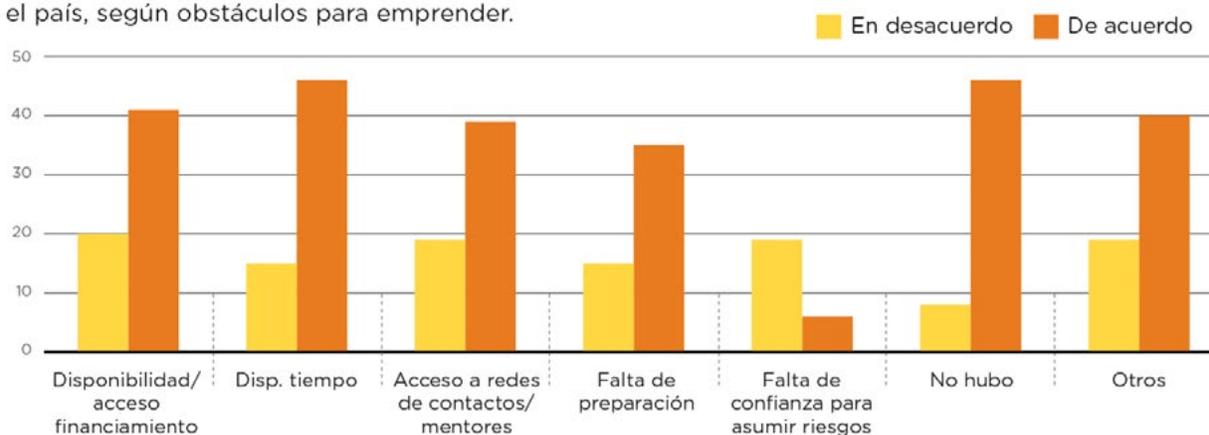
Gráfico 5.6

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.

prendedores 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 obtenidos 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%.

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.

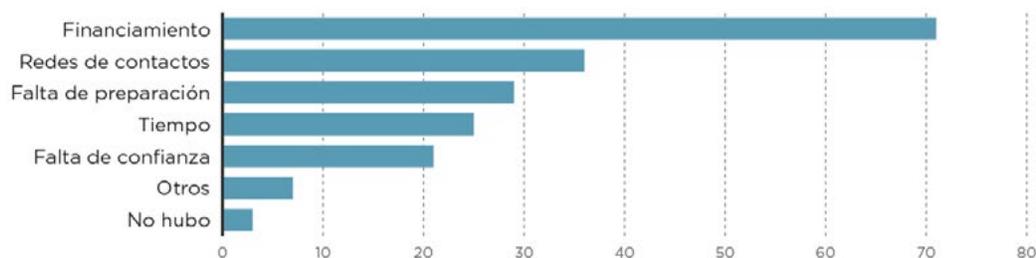
El **Gráfico 5.9** muestra que tanto hombres como mujeres declaran en el mismo orden de importancia que los tres principales obstáculos son acceso a financiamiento, acceso a redes de contactos o mentores y falta de preparación y conocimiento en la materia. Se observan diferencias en la cuarta posición,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

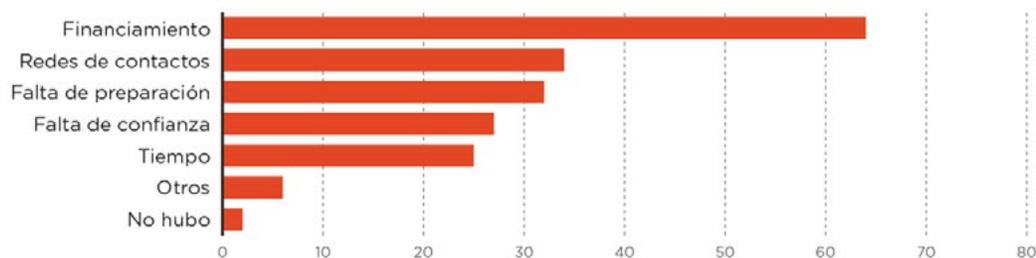
Gráfico 5.9

Ranking de obstáculos por género

A. Ranking de obstáculos - Hombres



B. Ranking de obstáculos - Mujeres



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

6. ASOCIATIVIDAD

En esta sección se analiza con mayor profundidad el elemento apoyo del ecosistema del emprendimiento. 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, a continuación 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 negocio. 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



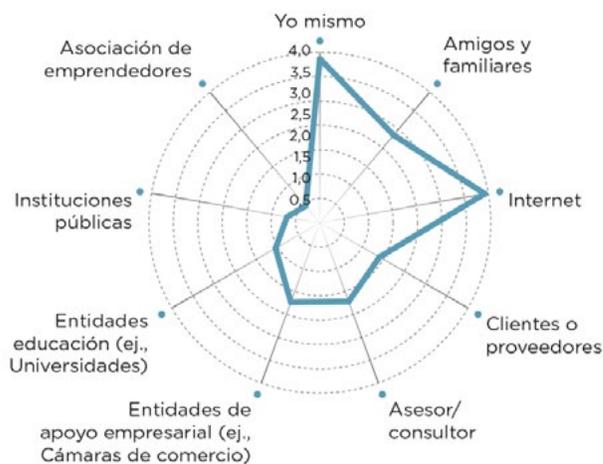
Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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.

Figura 6.1.2

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



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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 6.1.3

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

6.2.1 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 conocer-

la, lo que sugiere incrementar las actividades de difusión por parte de esta institución.

6.2.2 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.

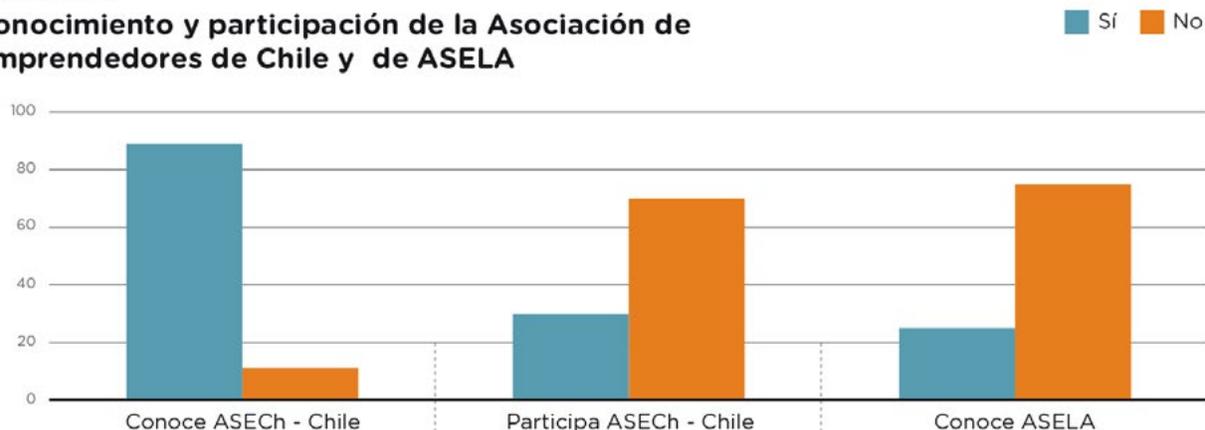
6.2.3 México

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 promo-

Gráfico 6.4.1

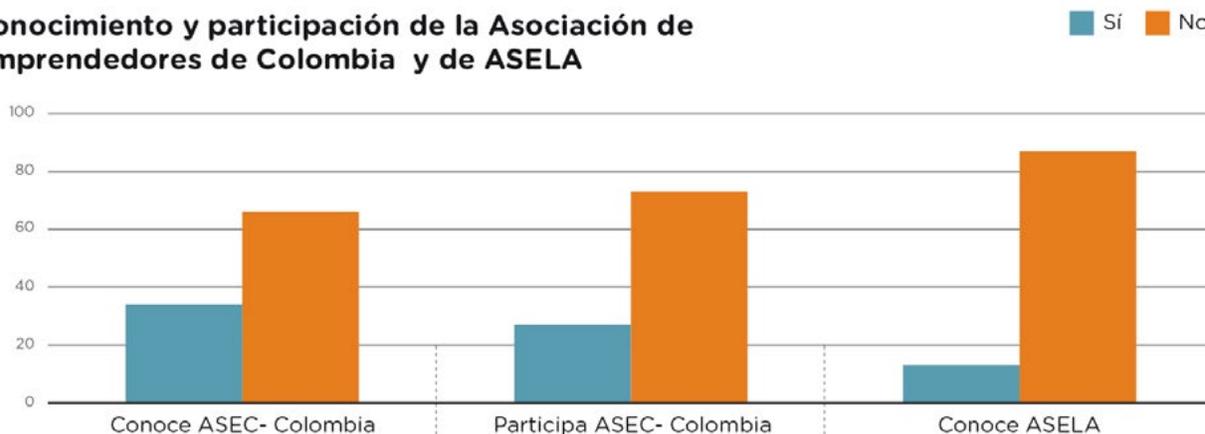
Conocimiento y participación de la Asociación de Emprendedores de Chile y de ASELA



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.4.2

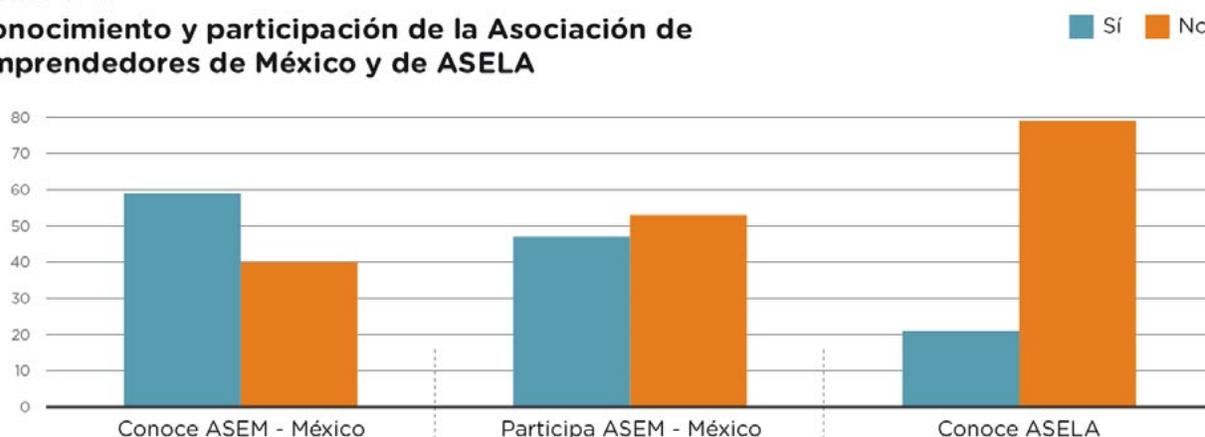
Conocimiento y participación de la Asociación de Emprendedores de Colombia y de ASELA



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

Gráfico 6.4.3

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



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

cionar 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.

6.2.4 Perú

El 72% de los emprendedores encuestados indica conocer la Asociación de Emprendedores de Perú, sin embargo, el 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.

6.3 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.

Gráfico 6.4.4

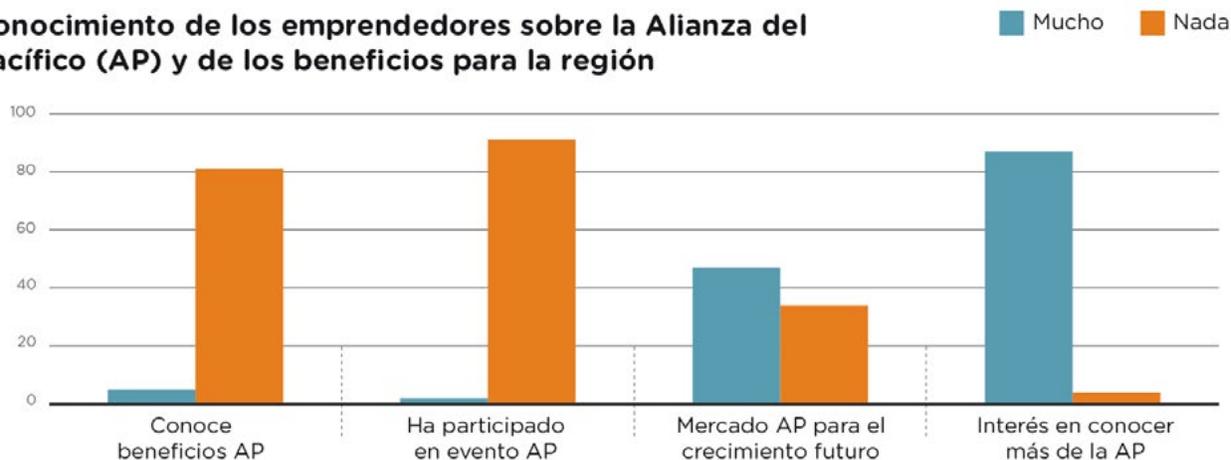
Conocimiento y participación de la Asociación de Emprendedores de Perú y de ASELA



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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.

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%).

7. PRIORIDADES DE POLÍTICA PÚBLICA

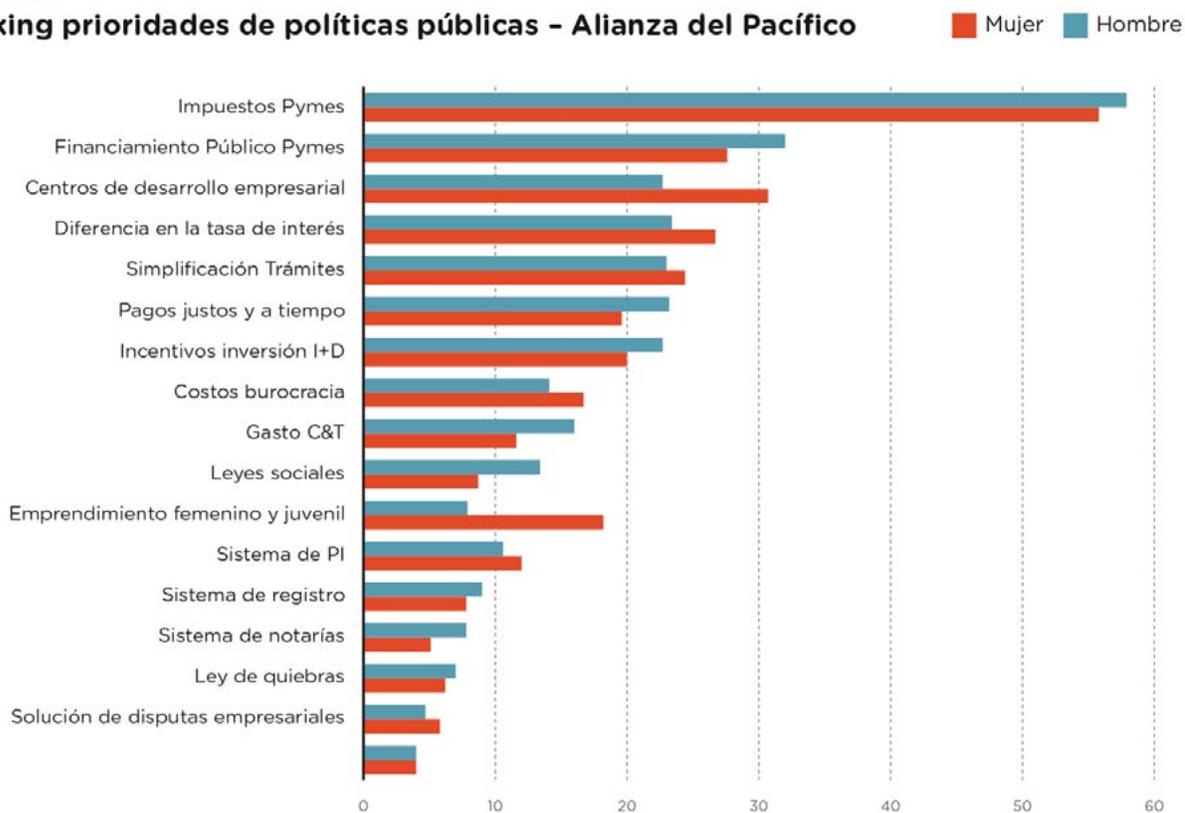
Con el fin de poder canalizar y priorizar los distintos obstáculos que enfrentan los emprendedores al momento de iniciar un negocio, se les consultó por las prioridades de política pública que ellos perciben como urgentes.

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. 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.

Gráfico 7.1

Ranking prioridades de políticas públicas - Alianza del Pacífico



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

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, 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.

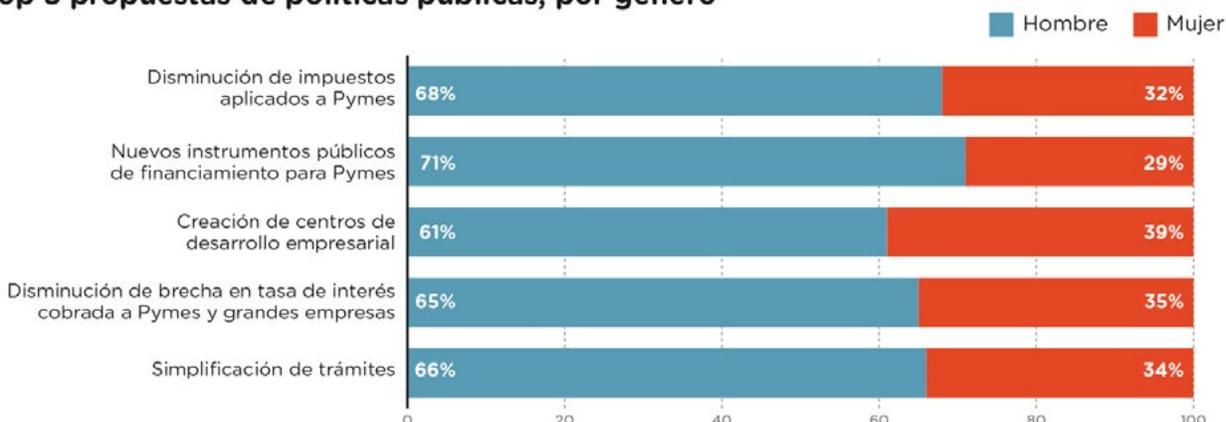
La disminución en la diferencia de la tasa de interés cobrada a Pymes y a grandes empresas es otra manera de proporcionar un entorno de negocios más favorable al emprendimiento, reduciendo incertidumbres económicas debidas a las elevadas tasas. Además, políticas que apunten a simplificar los procesos 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.

Prioridades de políticas públicas para la Alianza del Pacífico

Se presentan algunas variables demográficas para cada una de las cinco primeras prioridades de políticas públicas discutidas anteriormente. Específi-

Gráfico 7.1A

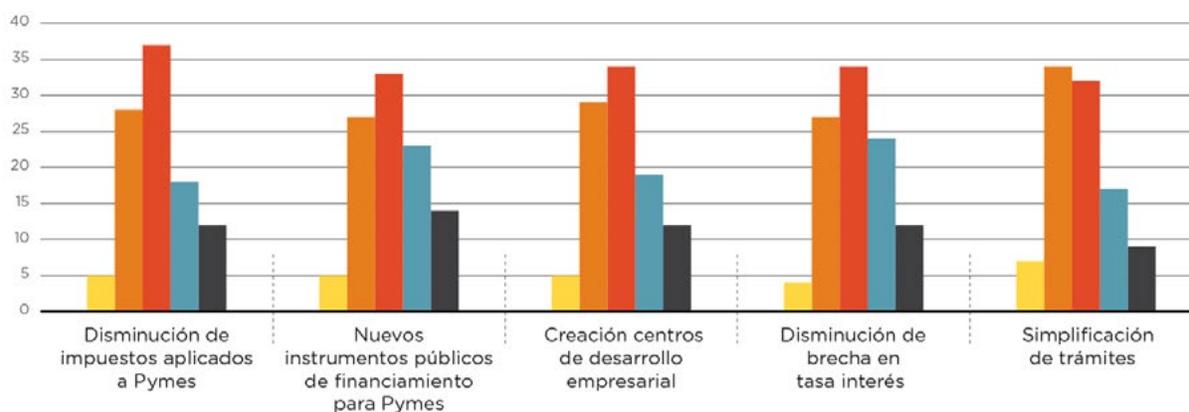
Top 5 propuestas de políticas públicas, por género

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.

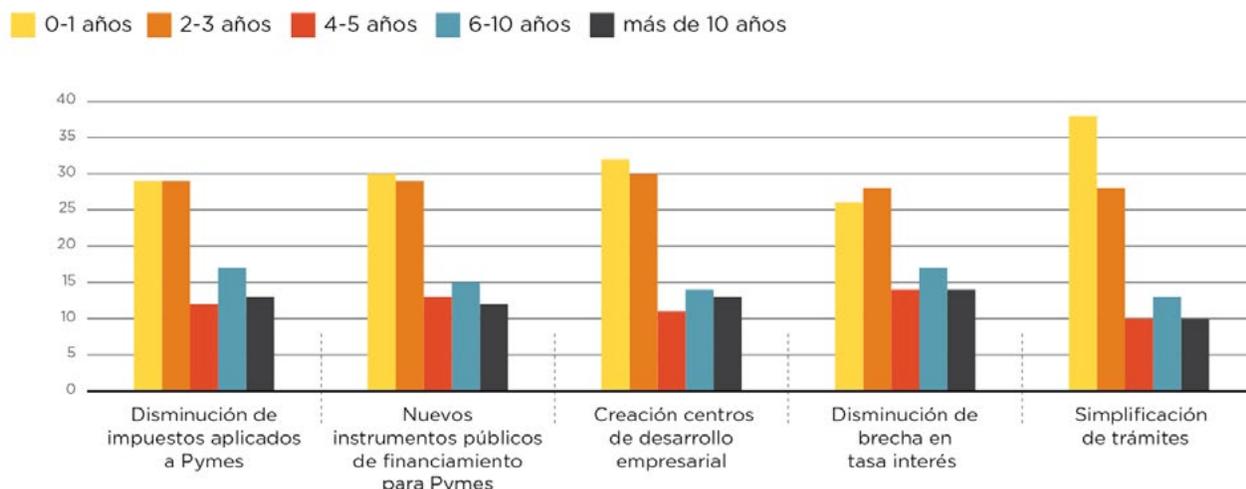
camente, se analiza cómo se distribuyen en términos de género, edad, antigüedad de la empresa y nivel educacional de aquellos que contestaron y han seleccionado alguna de estas prioridades de políticas públicas.

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, 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

Gráfico 7.1C

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



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

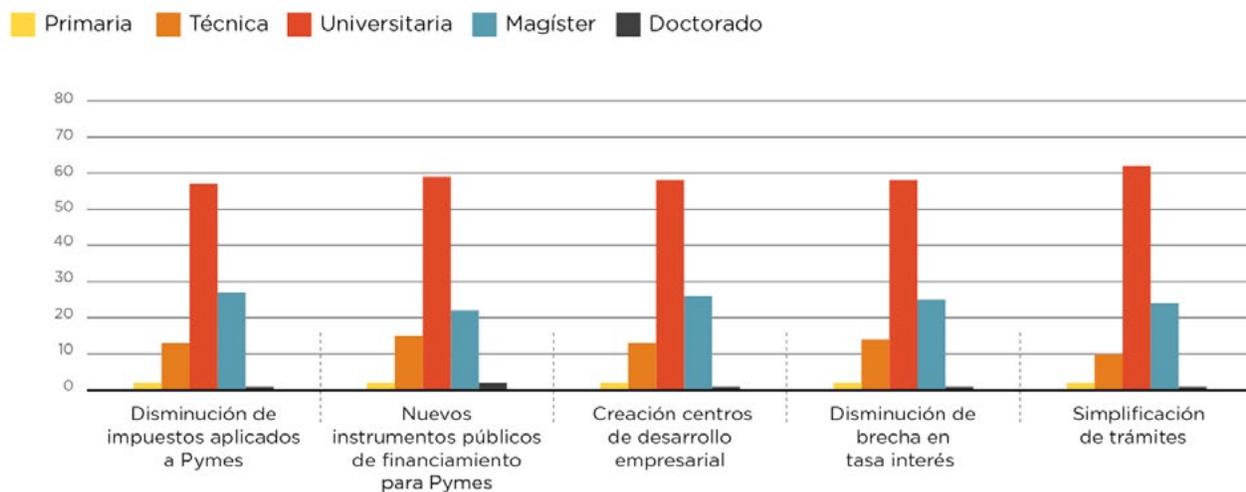
edad del emprendedor podemos ver que, para aquellos entre 36 y 45 años, la principal prioridad de política pública es la disminución de impuestos, donde el 37% de los emprendedores que están en este rango de edad votaron esta prioridad de política. Adicionalmente, se tiene que el 41% de los que han elegido 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 (me-

nos de 3 años), 58% de los que han votado por la política de reducción de impuestos, en comparación 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. 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 den-

Gráfico 7.1D

Distribución del nivel educacional según las principales prioridades de política pública



Fuente: Encuesta AP. Elaboración propia.

tro de cada grupo de escolaridad también es baja. Entre tanto, se 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%.

CAPÍTULO 2

PROPUESTAS DE POLÍTICA PÚBLICA



1. INTRODUCCIÓN

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 PÚBLICAS

2.1 Propuestas de políticas públicas - Chile

En el caso de Chile, el principal obstáculo para emprender declarado por los emprendedores en la encuesta 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 financiamiento 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.

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.

2.2 Propuestas de políticas públicas - 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 Eco-

sistema 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.

2.4 Propuestas de políticas públicas - 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 servicios²⁰.

Asimismo, en 2016, el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) elaboró un diagnóstico que

²⁰ Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2015. Disponible en: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/promo/ENAPROCE_15.pdf

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 producción²¹.

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 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.

2.5 Propuestas de políticas públicas - Perú

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 mínimo²². 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.

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,

21 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

22 El Comercio. ComexPerú: Mypes siguen aumentando pero formalización no avanza. Agosto, 2017. Disponible en: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad->

COMENTARIOS FINALES Y RECOMENDACIONES

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 entregar 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/oe/Mipyme-encifras-2016.pdf"](http://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/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/"](http://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"](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"](http://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



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.