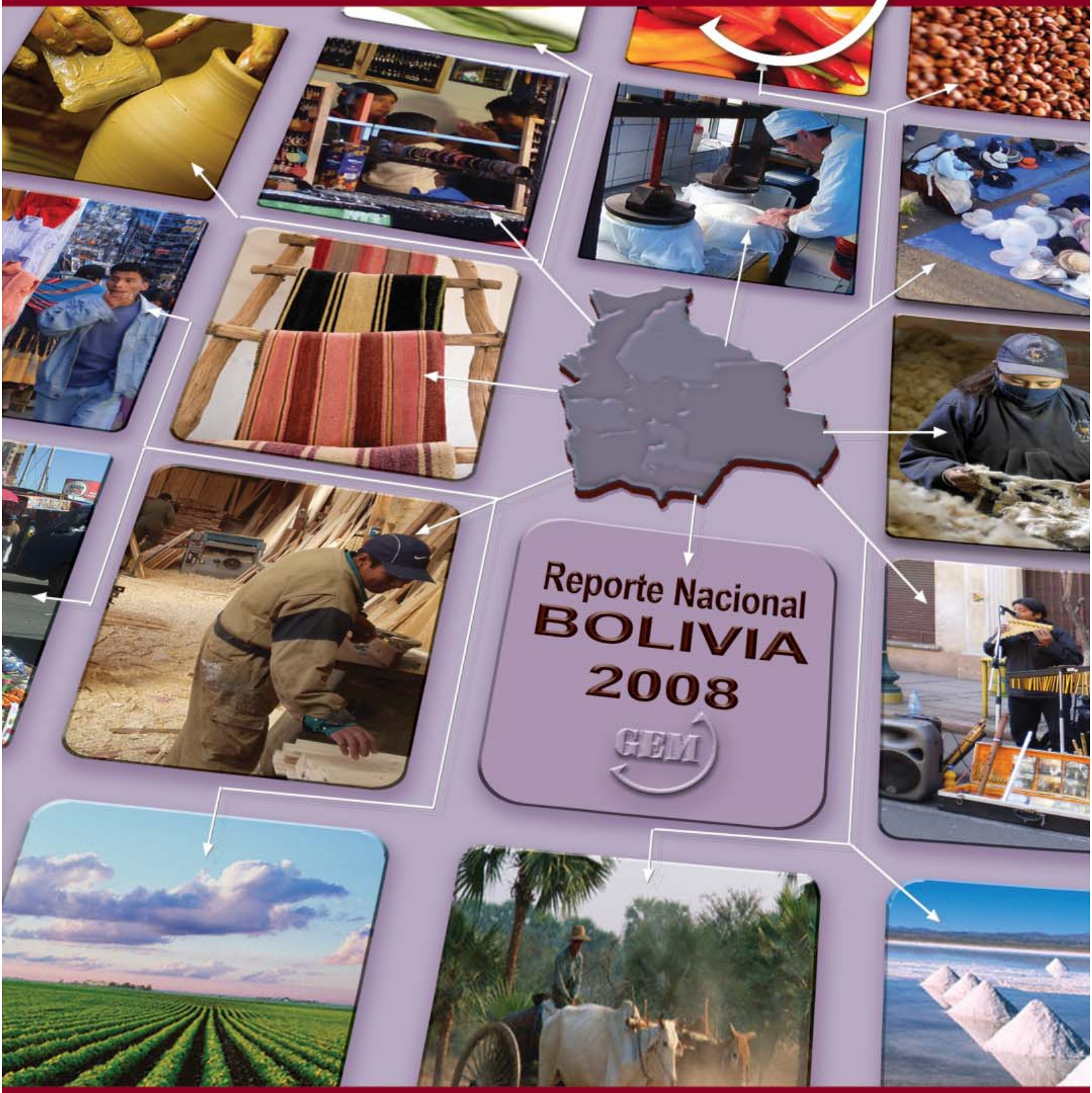
MpD

MAESTRÍAS *para* *el* DESARROLLO

establecido con la cooperación técnica de
HARVARD INSTITUTE FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA SAN PABLO
VERITAS IN CARITATE
MCMLXVI

Global Entrepreneurship Monitor GEM



Reporte Nacional BOLIVIA 2008

GEM

MAESTRÍAS *para* el DESARROLLO

establecido con la cooperación técnica de
HARVARD INSTITUTE FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA SAN PABLO
VERITAS IN CARITATE
MCMLXVI

Global Entrepreneurship Monitor GEM

Reporte Nacional Bolivia 2008

EQUIPO GEM BOLIVIA

DIRECTOR

Marco Antonio Fernández C.

INTEGRANTES

Gover Barja

Mario Ávila

Patricia Murillo

AGRADECIMIENTO POR SU PARTICIPACIÓN EN EL EQUIPO

Henry Oporto (Nuevo Norte)

AUSPICIADORES

nuevonorte
Desarrollando oportunidades para La Paz

USAID DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Bolivia Competitiva en Comercio y Negocios

AVINA
RED BOLIVIA EMPRENDEDORA
UN PUENTE A SU FUTURO

FUNDA·PRÓ
FUNDACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Reporte Nacional de Bolivia 2008
Primera Edición
Universidad Católica Boliviana “San Pablo” - UCB
Maestrías para el Desarrollo - MpD

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Deposito Legal: 4 - 1 - 1080 - 09
La Paz - Bolivia
ISBN: 978-99954-740-0-3
Diseño de portada: Tatiana Benitez Rossel

Imprenta Soipa SRL.
La Paz, Bolivia.
Fecha impresión: junio de 2009.

Impreso en Bolivia / Printed in Bolivia

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2008 contó con la participación de los equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Colombia, Chile, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, India, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, México, Noruega, Perú, Reino Unido, Rumania, República de Corea, República Dominicana, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía, Uruguay. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros, están publicados en el Global Entrepreneurship Monitor 2008 Report, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Aún cuando los datos utilizados en este reporte son generados a partir de la metodología del consorcio GEM, su análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad de los autores.

© 2008 Universidad Católica Boliviana “San Pablo” - Maestrías para el Desarrollo
© 2008 Global Entrepreneurship Research Association

Índice

Presentación **1**
Resumen ejecutivo **3**

1. Introducción al GEM **5**
1.1. Descripción del modelo del Global Entrepreneurship Monitor-GEM 5
1.2. Países participantes en el año 2008 5
1.3. El Modelo GEM revisado 5
1.4. Definición de la actividad emprendedora 9
1.5. Metodología del GEM 10
1.6. Glosario de las principales medidas y terminología 12

2. Actitud y percepción del emprendedor **13**
2.1. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento 13
2.2. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento: Bolivia y Sudamérica 18
2.3. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento: hombres y mujeres 18
2.4. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento: emprendedores y no emprendedores 20

3. Actividad emprendedora **22**
3.1. Motivacion para emprender 26

4. Aspiración del emprendedor **29**
4.1. Actividad emprendedora y expectativas de alto crecimiento 29
4.2. Actividad emprendedora orientada a la innovación 30
4.3. Actividad emprendedora y utilización de nuevas tecnologías 32
4.4. Potencial de expansión de mercado 33

5. Perfil del emprendedor **35**
5.1. Género 35
5.2. Edad 38
5.3. Nivel educativo 39
5.4. Nivel de ingresos 41
5.5. Situación laboral de los emprendedores 43

6. Perfil del emprendimiento **45**
6.1. Sectores de actividad económica 45
6.2. Oferta de nuevos productos 49
6.3. Nivel de competencia 51
6.4. Tecnología 53

6.5. Exportación 55
6.6. Nivel de inversión requerido para la creación de empresa 57
6.6.1. Necesidad de inversión y aporte propio 57
6.6.2. La inversión informal 60
6.7. Cierre o culminación de la actividad emprendedora 63

7. Educación y capacitación para el emprendimiento 66
7.1. Capacitación para el emprendimiento por países 66
7.2. Proveedores de los programas de capacitación 69
7.3 Capacitación para el emprendimiento en Bolivia 69
7.4. Capacitación en iniciar un nuevo negocio a nivel de la población boliviana por género 72
7.5. Capacitación para iniciar un nuevo negocio entre emprendedores y no emprendedores 74
7.6. Capacitación en iniciar un nuevo negocio a nivel de emprendedores por oportunidad y emprendedores por necesidad 75
7.7. Capacitación para el emprendimiento y su efecto sobre la percepción y la aspiración emprendedora 76

8. El entorno emprendedor en Bolivia 80
8.1. Descripción de la metodología 81
8.2. Evaluación general de las variables 81
8.2.1. Acceso a la infraestructura física 82
8.2.2. Mercado interno 82
8.2.3. Servicios comerciales y profesionales 82
8.2.4. Educación para el emprendimiento 82
8.2.5. Normas sociales y culturales 83
8.2.6. Entorno financiero relacionado con la actividad emprendedora 83
8.2.7. Políticas públicas 83
8.2.8. Programas de Gobierno 84
8.2.9. Transferencia de Investigación y Desarrollo (I+D), derechos de propiedad e innovación 84
8.3. Oportunidades del emprendedor y capacidad emprendedora 84
8.3.1. Oportunidades disponibles 84
8.3.2. Capacidades para el emprendimiento 85
8.3.3. Impulso a los negocios de rápido crecimiento 85
8.3.4. Visión sobre la mujer emprendedora 85
8.4. Factores relevantes que potencian o limitan el papel de los emprendedores 85

9. Reflexiones finales 88

Bibliografía 90

Índice de Figuras

		Páginas
Figura 1.1	El Modelo Revisado del GEM	9
Figura 1.2	El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.	10
Figura 2.1	Percepción de oportunidades, percepción de capacidades, temor al fracaso e intención de iniciar un negocio en países según fase de desarrollo económico.	15
Figura 2.2	Percepción del emprendimiento como carrera y en los medios de comunicación según países por fase de desarrollo económico.	17
Figura 2.3	Percepción de oportunidades, percepción de capacidades, temor al fracaso, intención de emprendimiento y conocimiento de modelos de rol de países que se encuentran en países de Sudamérica.	18
Figura 2.4	Percepción del emprendimiento como carrera y atención en los medios de comunicación en países de Sudamérica.	18
Figura 2.5	Actitudes y percepciones para iniciar un negocio de la población adulta de 18 a 64 años de edad según género en Bolivia.	19
Figura 2.6	Actitudes y percepción de la población adulta de 18 a 64 años según género y estado en la actividad emprendedora en Bolivia.	19
Figura 2.7	Actitudes y percepción individualmente según género y estado en la actividad emprendedora en Bolivia.	20
Figura 2.8	Actitudes y percepción de población adulta de 18 a 64 años según estado en la actividad emprendedora en Bolivia.	21
Figura 2.9	Actitudes y percepción individual según estado en la actividad emprendedora en Bolivia.	21
Figura 3.1	Tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales - TEA para los 43 países en el 2008, por fase de desarrollo económico, con un intervalo de confianza del 95%.	22
Figura 3.2	Actividad emprendedora en etapas iniciales y PIB per cápita en el 2008.	24
Figura 3.3	Porcentaje de propietarios de negocios establecidos para los 43 países según fase de desarrollo económico en el 2008.	25
Figura 3.4	Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora en el 2008.	25
Figura 3.5	Motivación para emprender en la Actividad en etapas iniciales (TEA) en los 43 países según fase de desarrollo económico, en el 2008.	26
Figura 3.6	Motivación de los emprendedores de Bolivia y países GEM según fase de desarrollo económico.	28
Figura 4.1	Emprendedores en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento en los próximos cinco años, en Bolivia, Ecuador y Colombia.	29
Figura 4.2	Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, con expectativas de alto crecimiento en los próximos cinco años en Bolivia.	30
Figura 4.3	Porcentaje de población emprendedora según combinación mercado-producto nuevo de Bolivia y de países según fase de desarrollo económico.	30
Figura 4.4	Porcentaje de población emprendedora según combinación mercado-producto nuevo, en Bolivia, Ecuador y Colombia.	31
Figura 4.5	Innovación en etapas iniciales de acuerdo a la actividad económica del emprendimiento en Bolivia.	31
Figura 4.6	Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a combinación mercado-producto nuevo en Bolivia.	32
Figura 4.7	Promedio de emprendedores en etapas iniciales de países según fase de desarrollo económico que informan realizar su actividad económica con el uso de tecnología (alta o media) en Bolivia.	32
Figura 4.8	Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios que informan realizar su actividad económica con el uso de tecnología (Alta o Media) en Bolivia.	33
Figura 4.9	Expectativa de expansión de mercado de la actividad emprendedora inicial de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	33
Figura 4.10	Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la expectativa de expansión de mercado, en Bolivia.	34
Figura 5.1	Distribución de emprendedores según motivación y género en Bolivia.	35
Figura 5.2	Distribución de emprendedores nacientes según motivación y género, en Bolivia.	36
Figura 5.3	Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación y género, en Bolivia.	36

Páginas

Figura 5.4	Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según género, en Bolivia.	36
Figura 5.5	Tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA), de países según fase de desarrollo económico y género.	37
Figura 5.6	Distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países por fase de desarrollo económico según rango de edades.	38
Figura 5.7	Distribución de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países por fase de desarrollo económico según rango de edades.	38
Figura 5.8	Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación y edad, en Bolivia.	38
Figura 5.9	Distribución de emprendedores nacientes según motivación y edad, en Bolivia.	39
Figura 5.10	Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación y edad, en Bolivia.	39
Figura 5.11	Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación y educación, en Bolivia.	39
Figura 5.12	Distribución de emprendedores nacientes según motivación y educación, en Bolivia.	40
Figura 5.13	Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación y educación, en Bolivia.	40
Figura 5.14	Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según nivel educativo, en Bolivia.	40
Figura 5.15	Diferencias en las motivaciones para emprender según educación y género, en Bolivia.	41
Figura 5.16	Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación e ingreso, en Bolivia.	41
Figura 5.17	Distribución de emprendedores nacientes según motivación e ingreso, en Bolivia.	42
Figura 5.18	Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación e ingreso, en Bolivia.	42
Figura 5.19	Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según nivel de ingreso, en Bolivia.	43
Figura 5.20	Distribución de emprendedores en etapas iniciales según nivel de ingreso y género, en Bolivia.	43
Figura 5.21	Distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales según tipo de empleo, en Bolivia.	43
Figura 5.22	Distribución de propietarios de negocios establecidos según tipo de empleo, en Bolivia.	43
Figura 6.1	Distribución de sectores de la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	45
Figura 6.2	Distribución de sectores productivos de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	46
Figura 6.3	Relación de la actividad emprendedora en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios en sectores de la actividad económica en Bolivia.	46
Figura 6.4	Tipo de actividades de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.	47
Figura 6.5	Motivación de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo al sector económico en Bolivia.	47
Figura 6.6	Emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la actividad económica según género, en Bolivia.	48
Figura 6.7	Emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la actividad económica según educación, en Bolivia.	48
Figura 6.8	Novedad de los productos/servicios en la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	49
Figura 6.9	Novedad de los productos/servicios de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	49
Figura 6.10	Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.	50
Figura 6.11	Emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la novedad del producto/servicio según el sector económico, en Bolivia.	50
Figura 6.12	Intensidad de la competencia esperada de emprendedores en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	51
Figura 6.13	Intensidad de la competencia esperada de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	51

Páginas

Figura 6.14	Intensidad de la competencia esperada en emprendimientos en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.	52
Figura 6.15	Uso de las tecnologías en la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	53
Figura 6.16	Uso de las tecnologías de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	53
Figura 6.17	Uso de nuevas tecnologías o procesos por los emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.	54
Figura 6.18	Uso de nuevas tecnologías o procesos por emprendimientos en etapas iniciales según el sector económico, en Bolivia.	54
Figura 6.19	Actividad de exportación en la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	55
Figura 6.20	Actividad de exportación de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	55
Figura 6.21	Actividad exportadora de los emprendimientos en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.	56
Figura 6.22	Actividad exportadora de los emprendimientos en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios según sectores de actividad económica, en Bolivia.	56
Figura 6.23	Número de emprendedores nacientes según inversión necesaria para iniciar su negocio, en Bolivia.	57
Figura 6.24	Número de emprendedores nacientes que financiarán su emprendimiento únicamente con aporte propio, en Bolivia.	57
Figura 6.25	Porcentaje de emprendedores nacientes de acuerdo a la inversión necesaria para iniciar su negocio, según motivación y rango de montos, en Bolivia.	58
Figura 6.26	Porcentaje de emprendedores nacientes de acuerdo a la inversión necesaria para iniciar su negocio según actividad económica, en Bolivia.	58
Figura 6.27	Expectativa de retorno de la inversión realizada por emprendedores nacientes dentro de los próximos 10 años, en Bolivia	59
Figura 6.28	Expectativa de retorno de la inversión realizada por emprendedores nacientes dentro de los próximos 10 años según la inversión necesaria para iniciar el emprendimiento, en Bolivia	59
Figura 6.29	Inversión informal en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	60
Figura 6.30	Inversión informal en Bolivia, Ecuador y Colombia.	60
Figura 6.31	Porcentaje de beneficiarios de la inversión informal, en Bolivia.	61
Figura 6.32	Porcentaje de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales, en Bolivia.	62
Figura 6.33	Población que ha cerrado algún negocio en los últimos 12 meses, en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	63
Figura 6.34	Población que ha cerrado algún negocio en los últimos 12 meses, en Bolivia Ecuador y Colombia.	63
Figura 6.35	Población que se retiró de algún negocio pero éste siguió funcionando (en los últimos 12 meses), en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	63
Figura 6.36	Población que se retiró de algún negocio pero este siguió funcionando (en los últimos 12 meses), en Bolivia Ecuador y Colombia.	63
Figura 6.37	Principal motivo del cierre de negocios en Bolivia, Ecuador y Colombia.	64
Figura 6.38	Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales (TEA) que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	64
Figura 6.39	Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales (TEA) que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia Ecuador y Colombia.	64
Figura 6.40	Porcentaje de propietarios de negocios establecidos que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.	65
Figura 6.41	Porcentaje de propietarios de negocios establecidos que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia Ecuador y Colombia.	65
Figura 7.1	Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió capacitación en iniciar un negocio voluntaria u obligatoriamente durante su educación escolar en países de Sudamérica.	68

Páginas

Figura 7.2	Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar en países de Sudamérica.	69
Figura 7.3	Porcentaje de la población adulta que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio durante y después de su educación escolar según género, en Bolivia.	71
Figura 7.4	Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar según tipo de proveedor, en Bolivia.	71
Figura 7.5	Detalle de otras fuentes de capacitación de la población adulta que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar, en Bolivia.	72
Figura 7.6	Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio según género y en los países de Sudamérica.	72
Figura 7.7	Porcentaje de la población adulta que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio según género, durante y despues de su educación escolar en Bolivia.	73
Figura 7.8	Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio según género y tipo de proveedor, en Bolivia.	73
Figura 7.9	Porcentaje de emprendedores y no emprendedores que se capacitaron en iniciar un negocio, en Bolivia.	74
Figura 7.10	Relación de emprendedores y no emprendedores que han recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio durante y después de su educación escolar en Bolivia.	74
Figura 7.11	Relación de emprendedores y no emprendedores que han recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar, según tipo de proveedor, en Bolivia.	75
Figura 7.12	Porcentaje de la población emprendedora que recibió capacitación en iniciar un negocio según motivación, en Bolivia.	75
Figura 7.13	Relación de la población emprendedora: emprendedores en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos, que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio según motivación en Bolivia.	76
Figura 8.1	Evaluación del contexto emprendedor en Bolivia, según opinión de los expertos.	81
Figura 8.2	Factores que potencian el emprendimiento en Bolivia, según opinión de los expertos.	86
Figura 8.3	Factores que limitan el emprendimiento en Bolivia, según opinión de los expertos.	86
Figura 8.4	Acciones prioritarias para fomentar el emprendimiento en Bolivia, según opinión de los expertos.	87

Índice de Cuadros

Páginas

Cuadro 5.1	Sectores económicos de los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según género en Bolivia.	37
Cuadro. 5.2	Distribución de emprendedores según motivación y situación laboral en Bolivia.	44
Cuadro 6.1	Expectativa de retorno de la inversión realizada por emprendedores nacientes dentro de los próximos 10 años según motivación, en Bolivia.	60
Cuadro 6.2	Porcentaje de inversores informales por rango de inversión en Bolivia.	61
Cuadro 6.3	Actitud y percepción del Inversor Informal en Bolivia.	62

Índice de Tablas

		Páginas
Tabla 1.1	Glosario de las principales medidas y terminología.	12
Tabla 2.1	Actitudes y Percepción de la población en los 43 países del GEM 2008 según fase de desarrollo económico (Porcentaje).	14
Tabla 3.1	Tasa de actividad emprendedora inicial (TEA) y propietarios de negocios para los 43 países, en el 2008, por fase de desarrollo económico.	23
Tabla 3.2	Proporción de emprendimientos en etapas iniciales motivados por reconocimiento de oportunidad.	27
Tabla 7.1	Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió capacitación en iniciar un negocio voluntaria u obligatoriamente durante ó después de su educación escolar de los países GEM según desarrollo económico.	67
Tabla 7.2	Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio después de su educación formal, según proveedor.	70
Tabla 7.3	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que no realiza ningún emprendimiento, según tipo de capacitación recibida y percepción por países de acuerdo a fase de desarrollo económico.	77
Tabla 7.4	Porcentaje de la población de 18 a 64 años con expectativa de iniciar un negocio en los próximos tres años ó involucrado en emprendimientos en etapas iniciales, según tipo de capacitación por países de acuerdo a fase de desarrollo económico.	79

Presentación

Desde principios de los años 80 se ha intensificado en el mundo la preocupación por fortalecer el desarrollo del espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas, en el entendido que son estas las que aportan en forma genuina y de manera sostenible al crecimiento económico de los países mediante su capacidad de generación de fuentes de trabajo, impulso a las exportaciones, crecimiento de las recaudaciones fiscales y el mejoramiento general de la productividad del país (Low y Macmillan, 1998). No existe prácticamente ningún foro económico en el cual no se destaque el aporte que la actividad emprendedora significa para los países. La propia comunidad científica coincide sobre el papel clave que desempeñan los emprendimientos y la creación de nuevas empresas sobre la competitividad y el desarrollo económico de una región.

Por esta razón hoy más que nunca se hace imprescindible conocer y entender la dinámica emprendedora que se genera al interior de un país. Por ello se crea, en 1999, el proyecto de investigación The Global Entrepreneurship Monitor –GEM, liderado por el Babson College, con el apoyo de la London Business School. El proyecto se inició con el estudio de 10 países, hasta llegar a 43 en el 2008; en algunos de éstos el estudio se hace, incluso, por regiones. Actualmente, ya son más de 100 universidades o centros de investigación y cerca de 224 personas, entre investigadores y personal de apoyo, las involucradas en la realización del estudio GEM. Hoy en día, GEM es la más grande red de colaboración intelectual y de investigación en el mundo enfocada al tema de creación de empresas.

En Bolivia, gracias a la iniciativa de Maestrías para el Desarrollo de la Universidad Católica Boliviana y en el marco de las actividades del Instituto para el Desarrollo del Emprendimiento y la Competitividad de esta universidad, se comienza con esta investigación el año 2008. Esta investigación tiene como fin profundizar en el estudio de las variables, asociadas al proceso de creación y a la dinámica de las nuevas empresas en el país. Analiza información primaria que recoge a través de una encuesta a la población adulta nacional, seleccionada de una muestra estadísticamente significativa.

En esta ocasión, se presenta al país los resultados del GEM Bolivia 2008, con la convicción que la información aquí proporcionada contribuirá a la formulación de políticas que, por una parte promuevan y faciliten la creación de empresas exitosas, sostenibles y de alto impacto y, por la otra, fortalezcan y apoyen el desarrollo de los emprendimientos por necesidad que son los más numerosos en el país.

También queremos agradecer la participación de Nuevo Norte en el proyecto y el importante soporte recibido por nuestros auspiciadores: Nuevo Norte, USAID/Bolivia a través del proyecto BCCN, Fundación AVINA a través de la Red Bolivia Emprendedora y Fundación para la Producción, todos ellos comprometidos en fortalecer la actividad emprendedora en Bolivia.

Invitamos a autoridades nacionales, regionales, empresarios, académicos, políticos, directores de fundaciones y organismos no gubernamentales y miembros de la cooperación internacional a estudiar esta información, investigar sobre ella y trabajar con nosotros para incrementar el conocimiento sobre este fenómeno crucial para el desarrollo económico y social del país.

Marco Antonio Fernández C.
Director GEM-Bolivia
Reporte GEM Bolivia 2008

Resumen ejecutivo

Este informe presenta los resultados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que por primera vez se ha realizado en Bolivia, bajo la conducción de Maestrías para el Desarrollo de la Universidad Católica Boliviana y en el marco de las actividades que realiza el recientemente creado Instituto para el Desarrollo del Emprendimiento y la Competitividad (IDEC). El GEM es un consorcio de investigación liderado por Babson University (USA) y el London Business School (RU) y constituido por las principales universidades del mundo, el cual ha admitido la postulación de MpD de la UCB para realizar en exclusiva esta investigación en Bolivia. A continuación se presenta un resumen de los principales resultados obtenidos a partir de una muestra nacional representativa de 2.000 encuestas realizadas a adultos entre 18 y 64 años en todo el territorio de Bolivia, tanto en el sector urbano como en el sector rural y una encuesta a treinta y seis expertos sobre el entorno para el emprendimiento en el país.

1. En relación a la población de los otros 42 países que participaron en el estudio, la población boliviana posee actitudes y percepciones favorables hacia el emprendimiento, destacándose la elevada autopercepción sobre las capacidades y habilidades requeridas para emprender. Sin embargo, también se destaca el alto nivel del temor al fracaso, posiblemente por la carencia de un entorno nacional que apoye a la actividad emprendedora. Con excepción de esta última variable, no existe mayor diferencia entre hombres y mujeres respecto de las favorables percepciones hacia el emprendimiento. Finalmente, quienes emprenden poseen una actitud y percepción hacia la creación de empresas mucho más positiva que quienes no lo hacen.

2. Bolivia registra un 29.8% de personas entre 18 y 64 años involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales, siendo el más alto entre los 43 países participantes del GEM 2008. Por otra parte, la proporción de personas que poseen un negocio establecido (más de 3.5. años de antigüedad) alcanza al 19.1%. Por tanto, el 45.6% de la población boliviana entre 18 y 64 años se encuentra realizando algún emprendimiento. Cuando se indaga sobre las motivaciones que los llevaron a emprender, prevalecen los emprendedores por necesidad, aunque la proporción de los que mencionan la oportunidad como principal motivación es también importante. En todo caso, el GEM estima que existe una sobreestimación en la cantidad de respuestas que afirman que es la oportunidad el motivador para emprender.

3. Las expectativas de crecimiento de la mayoría de los emprendimientos en etapas iniciales son muy modestas: el 36% no aspira a tener empleados en los próximos cinco años; el 44.8% cree que su emprendimiento generará entre uno a cinco empleos; tan sólo el 4.3% afirma que en los próximos cinco años generará más de 20 empleos. En el aspecto referido a innovación, los resultados muestran una muy baja proporción de emprendedores que aspiran en sus emprendimientos iniciales o establecidos a introducir innovaciones de producto o servicio: 12%. De igual manera se registra una baja utilización de nuevas tecnologías o de procesos, pues tan sólo un 4.8% incorpora este tipo de tecnologías. Ello incide en su participación y competitividad en el mercado. Finalmente, considerando la combinación oferta de nuevos productos, nivel de competencia que enfrenta el negocio y uso de nueva tecnología, su potencial de expansión de mercado es mínimo.

4. El perfil del boliviano emprendedor en promedio es el de una persona que es ligeramente más probable que sea un hombre de poco más de 34 años de edad, con un máximo de 12 años de educación (tan sólo el 9% de los emprendedores posee educación superior), con ingresos menores a Bs. 2.000 mensuales y que está desempeñando sus actividad económica principalmente en el sector de los servicios al consumidor. La proporción de mujeres en este sector es mayor a la de los hombres.

5. El perfil del emprendimiento muestra los siguientes indicadores: el 67% de los emprendimientos en Bolivia se concentra en el sector de servicios al consumidor, en el cual predomina el comercio al por menor; el 64% no ofrece innovaciones para el consumidor, el 78% utiliza tecnología con más de 6 años de antigüedad y hasta el 78.4% de los emprendedores se concentra únicamente en el mercado interno antes que el externo. Los montos de inversión requeridos son pequeños e inclusive muy pequeños, y el 55.3% de los emprendimientos tiene requerimientos de inversión menores a US$ 2.100, en promedio. La inversión propia más frecuente está entre 200 y 600 US$. La tasa de cierre de negocios en el último año es de 6.1% y está por encima del promedio de países con economías basadas en recursos, y es mucho más que la tasa de países similares, como Ecuador y Colombia. Por otra parte, la experiencia acumulada en emprender es una cualidad importante que se observa en 36% de los actuales emprendedores iniciales y 32.4% de los actuales propietarios establecidos. En ambos casos el país se encuentra por encima de los promedios observados en los países de economías basadas en recursos, en general, y de países comparables, como Ecuador y Colombia.

6. Respecto a la capacitación recibida en iniciar y gestionar un negocio, a pesar de tener una población menor que la de otros países sudamericanos, Bolivia muestra que sólo el 19% de su población entre 18 y 64 años de edad declara haber recibido este tipo de capacitación. Además, la mayor parte de estas personas afirman que lo hicieron en forma voluntaria, posiblemente por la inexistencia de instancias obligatorias de capacitación al respecto. En esta línea, el autoaprendizaje y las universidades son los mayores proveedores de esta capacitación. Respecto a los emprendedores, sólo un 30% declara haber recibido capacitación, aunque ésta proviene no sólo de las instancias formales de educación (escuela, institutos técnicos y universidades) sino también y en una proporción relevante de instancias no formales de educación (Internet, fundaciones, otras entidades, asociaciones de empresarios, agencias de gobierno), predominando siempre la opción voluntaria de capacitación. Los emprendedores por oportunidad declaran haber recibido más capacitación que los emprendedores por necesidad. A ello hay que agregar que estos últimos han recibido esta capacitación en mayor medida en instancias no formales de educación (Internet, asociaciones de empresarios, fundaciones, agencias de gobierno).

7. Además se realizó una encuesta a expertos sobre las diferentes variables que constituyen el marco crítico para promover emprendimientos. La encuesta a los expertos ha recogido la percepción de un entorno emprendedor particularmente crítico y adverso, pues de las nueve variables estudiadas sólo una registra una evaluación positiva. En este sentido, la opinión de dichos expertos considera como uno de los mayores obstáculos la falta de políticas y programas gubernamentales de fomento al emprendimiento, así como un contexto institucional, político y social adverso. También se les ha consultado sobre los factores que más bien impulsan la actividad emprendedora, y ellos consideran que la educación, el financiamiento y la propia capacidad emprendedora de la población boliviana son los tres principales factores. Finalmente mencionan, en el plano de las recomendaciones, que los principales factores para promover una mejor cultura del emprendimiento son la generación de políticas gubernamentales, los programas de educación y el financiamiento específico de emprendimientos.

1. Introducción al GEM
(Tomado del GEM Reporte Ejecutivo 2008)

1.1. Descripción del modelo del Global Entrepreneurship Monitor - GEM

El Global Entrepreneruship Monitor (GEM) es un proyecto de investigación que se inicio en 1999, por iniciativa conjunta de Babson College (Estados Unidos) y London Bussines School (Reino Unido). Busca principalmente contribuir al conocimiento de la actividad emprendedora en etapas iniciales, para lo cual recopila información pertinente y armonizada en forma anual.

Los tres objetivos principales que persigue el GEM son:

- Medir las diferencias de nivel de actividad emprendedora en los diferentes países.
- Explorar los factores que determinan los niveles nacionales de actividad emprendedora.
- Proporcionar insumos que permitan identificar políticas que fortalezcan el nivel de actividad emprendedora en cada país.

1.2. Países participantes en el año 2008

En el año 2008 han participado 43 países en la investigación del GEM. Para ello se diferenció a los países de acuerdo a su desarrollo económico, en base al Informe Global de Competitividad del mismo año. Se ha tomado en cuenta esta clasificación debido a que se ha evidenciado, durante investigaciones previas del GEM, que la relación entre emprendimiento y desarrollo económico difiere en las distintas fases del desarrollo económico.

Economías basadas en recursos

Angola, Bolivia, Bosnia y Herzegovina[1], Colombia[1], Ecuador[1], Egipto, India, Irán[1].

Economías basadas en la eficiencia

Argentina, Brasil, Chile, Croacia[2], República Dominicana, Hungría[2], Jamaica, Letonia, Macedonia, México, Perú, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía, Uruguay

Economías basadas en la innovación

Alemania, Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Islandia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Noruega, República de Corea, Reino Unido.

1.3. El Modelo GEM revisado

A continuación se presenta un modelo conceptual revisado que será usado para ampliar la exploración del rol de la actividad emprendedora en la economía. El modelo ha sido actualizado de acuerdo a los enfoques más recientes en emprendimiento y crecimiento económico.

Hay un amplio acuerdo en la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico (Carree y Thurik, 2003). Los emprendedores impulsan la innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía y fuerzan a las viejas empresas instaladas a actualizarse, generando por lo tanto una contribución indirecta a la productividad. Es también ampliamente aceptado que, en particular, los emprendedores de alto impacto realizan una contribución sobresaliente a la creación de empleos (Acs, Parsons y Tracy, 2008) .

Si bien la contribución de los emprendedores a la economía siempre es importante, su aporte varía en relación a la etapa de desarrollo económico nacional en que se encuentren (Gries y Naude, 2008). Así, la actividad de autoempleo impulsado por la necesidad es alta, particularmente cuando los niveles de desarrollo económico son bajos y la sociedad no es capaz de sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad.

[1] País en transición: de economía basada en recursos a economía basada en eficiencia
[2] País en transición: de economía basada en eficiencia a economía basada en innovación

A medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad declinan gradualmente, debido a que los sectores productivos crecen y generan más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, la actividad emprendedora por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto. Esta disminución en el emprendimiento por necesidad seguida por un aumento en el emprendimiento por oportunidad es conocida como la hipótesis de la curva en "U", que se analizará posteriormente.

En el informe del GEM 2008 se introduce en el modelo una distinción sobre las etapas del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter de "economías basadas en recursos", "economías basadas en la eficiencia" y "economías basadas en la innovación" (Porter, 2002).

El emprendimiento en las economías basadas en recursos

El desarrollo económico consiste en los cambios en la calidad y la intensidad del valor económico agregado (Lewis, 1954). Estos cambios tienen por efecto una productividad mayor y un aumento de los ingresos per cápita, y frecuentemente coinciden con la migración de la fuerza de trabajo entre los diferentes sectores económicos de una sociedad, por ejemplo, de los sectores primarios y extractivos al sector manufacturero, y eventualmente, al de servicios (Gries y Naude, 2008). Países con bajos niveles de desarrollo económico tienen típicamente un gran sector agrícola, que provee subsistencia para la mayoría de la población, que a su vez vive aún mayoritariamente en las áreas rurales.

Esta situación cambia en la medida en que la actividad industrial comienza a desarrollarse, frecuentemente en torno a la explotación de recursos naturales. A su vez, el desarrollo de la industria extractiva impulsa el desarrollo económico, estimulando a la población agrícola excedente a migrar hacia los sectores extractivos y sectores emergentes de escala intensiva, los cuales están frecuentemente localizados en regiones específicas. La sobreoferta de trabajo resultante alimenta la generación de emprendimientos de subsistencia en las aglomeraciones regionales, en la medida en que los trabajadores excedentes buscan alternativas de auto-empleo como una vía para ganarse la vida.

Emprendimiento en economías basadas en la eficiencia

A medida que el sector industrial se sigue desarrollando, comienzan a surgir instituciones que apoyan una mayor industrialización, en la búsqueda de una mayor productividad por medio de las economías de escala. Típicamente, las políticas económicas nacionales en los sectores económicos intensivos en escala diseñan sus emergentes instituciones económicas y financieras para apoyar la gran actividad empresarial. A medida que la productividad económica creciente contribuye a la formación de capital financiero, se pueden abrir nichos en las cadenas de suministro industrial que sirven a esas empresas nacionales instaladas. Esto, combinado con el surgimiento de fuentes independientes de capital financiero por parte del sector bancario emergente, podría expandir las oportunidades para el desarrollo de un sector manufacturero de pequeña y mediana escala. Así, en una economía intensiva en escala, uno podría esperar que la actividad basada en necesidad bajase gradualmente y dejara lugar a un emergente sector manufacturero de pequeña escala.

Emprendimiento en economías basadas en la innovación

A medida que una economía madura y la riqueza aumenta, el énfasis en la actividad industrial gradualmente pasa hacia una expansión del sector de servicios, que atiende las necesidades de una población pudiente creciente y que suministra los servicios que son normalmente requeridos por una sociedad de alto nivel de ingresos. El sector industrial evoluciona y experimenta progresos en variedad y sofisticación. Un desarrollo así está típicamente asociado con una creciente actividad en investigación y desarrollo, y en la intensidad en el uso de los conocimientos, a medida que las instituciones generadores de conocimientos de la economía ganan impulso.

Este desarrollo abre el camino para el surgimiento de una actividad emprendedora innovadora, en búsqueda de oportunidades. Frecuentemente, las empresas pequeñas e innovadoras disfrutan de una ventaja productiva basada en la innovación sobre las grandes empresas establecidas, permitiéndoles actuar como "agentes de destrucción creativa". En la medida en que las instituciones económicas y financieras creadas durante la fase basada en economías de escala son capaces de adaptarse y apoyar la actividad emprendedora basada en la búsqueda de oportunidades, nuevos emprendimientos innovadores pueden emerger, actuando como los impulsores principales del desarrollo económico y la creación de riqueza (Henrekson, 2005).

Emprendimiento: actitudes, actividad, y aspiraciones.

En la literatura a lo largo del tiempo pueden encontrarse diferentes enfoques y, por lo tanto, diferentes definiciones sobre emprendimiento. Estas visiones históricas son interesantes porque reflejan el rol que juega el emprendimiento en cada una de las tres fases económicas que se han esbozado.

Se cree que fue Cantillon, en 1755, el primer estudioso que definió el concepto de emprendimiento, al calificar al emprendedor como "alguien dispuesto a soportar el riesgo financiero personal de emprender un negocio". Esta definición refleja el rol del emprendedor en la Europa del siglo 18. Está más relacionada con una noción estática del emprendedor y se refiere más al dueño de un negocio que al creador dinámico de empresas tal como lo entendemos hoy.

Al final del siglo 19, la visión de Marshall estaba centrada en la clase empresarial y su importancia para la economía de mercado (Marshall, 1890). Él enfatizó el papel de los emprendedores como impulsores del proceso de producción y distribución, coordinando oferta y demanda, en el mercado, y capital y trabajo, en la empresa. La visión de Marshall se relaciona bien con la idea de los emprendedores en sectores intensivos en escala, como un reflejo de la etapa basada en la eficiencia. Schumpeter (1934;1942) fue pionero en vincular el aspecto dinámico del emprendimiento a la innovación y el desarrollo económico. Su concepto de la "destrucción creativa" puede ser relacionado directamente con el rol del emprendedor en las economías basadas en la innovación. Los emprendedores introducen nuevos productos y abren nuevos mercados, mueven la frontera tecnológica hacia adelante y destruyen la actividad económica basada en las tecnologías más antiguas.

Las visiones actuales sobre el emprendimiento varían, y esto subraya la naturaleza multifacética de éste. Davidsson (2004) lista siete fenómenos asociados con el emprendimiento, mientras que Wennekers y Thurik (1999) aportan trece diferentes conceptos del mismo. En un estudio reciente, Godin y colegas (2008) identifican seis elementos comunes al emprendedor.

Analizando en detalle las construcciones propuestas, los tres principales componentes que pueden ser identificados son: actitudes emprendedoras, actividades emprendedoras y aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2008). Estos componentes están interrelacionados en un conjunto complejo de circuitos de retroalimentación. Por ejemplo, las actitudes positivas hacia el emprendimiento pueden incrementar la actividad y las aspiraciones emprendedoras, lo que a su vez afecta positivamente las actitudes, en la medida en que aparecen más modelos positivos que imitar. Del mismo modo, las aspiraciones positivas pueden cambiar la naturaleza de la actividad y, a su vez, cambiar las actitudes.

El grado en que las personas piensan que hay buenas oportunidades para comenzar un negocio, o el grado en que asignan un alto status a los emprendedores, son, entre otros, indicadores de actitudes emprendedoras. Otras actitudes relevantes podrían incluir el nivel de riesgo que la persona está dispuesta a soportar y la propia percepción que el individuo tenga de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.

Las actitudes emprendedoras pueden influenciar a las actividades pero pueden a su vez ser influenciadas por éstas. Por ejemplo, la legitimidad del emprendimiento en una sociedad puede ser influenciada por el hecho de que la gente conozca a alguien que ha iniciado un emprendimiento recientemente. Esto puede darse tanto por el nivel de la actividad emprendedora como por la actividad de redes sociales existentes en la sociedad. Las personas que conocen otras personas que recientemente han empezado un emprendimiento podrían, a partir de la familiarización con el proceso, considerar el emprender como algo legítimo.

Las actitudes emprendedoras son importantes porque expresan el sentimiento general de la población hacia los emprendedores y el emprendimiento. Es importante para los países tener personas que puedan reconocer oportunidades de negocio valiosas, y que perciban poseer las habilidades requeridas para explotar esas oportunidades. Más aun: si las actitudes hacia el emprendimiento son positivas, esto generará apoyo cultural, ayuda a través de diversas instancias, recursos financieros y beneficios de red para aquellos que ya son emprendedores o quieren comenzar un negocio.

La actividad emprendedora es multifacética, pero un aspecto importante es el grado en que las personas crean nuevos negocios pero también el grado en que se cierran los negocios. En la variedad de diferentes tipos de emprendimientos que pueden gestarse se puede distinguir el sector industrial en que nacen, el tamaño del equipo fundador y las características demográficas del fundador (género, edad o educación).

La actividad emprendedora es mejor vista como un proceso, más que un acontecimiento (Gartner, 1985). Ésta es la razón por la cual el GEM mide las intenciones emprendedoras, así como la actividad de empresas nacientes, nuevas y ya establecidas. El examen de múltiples componentes de la actividad emprendedora también permite explorar las diferencias entre los procesos emprendedores a lo largo de las tres fases principales del desarrollo económico nacional. Por ejemplo, se espera que la actividad de negocios nacientes y nuevos sea mayor en economías basadas en recursos, fundamentalmente porque gran parte de ella es motivada por necesidades económicas. En cambio, en economías basadas en la innovación, la proporción de emprendimientos por oportunidad es generalmente mayor que en las economías basadas en recursos o en eficiencia.

Las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad emprendedora. Por ejemplo, los emprendedores difieren en sus aspiraciones de introducir nuevos productos o procesos productivos, procurar acceso a mercados externos, desarrollar una organización competitiva o financiar su crecimiento con capital externo. Estas aspiraciones, si se realizan, pueden afectar significativamente en el impacto económico de las actividades. La innovación de producto y proceso, la internacionalización y las ambiciones por procurar altos niveles de crecimiento son consideradas el sello del emprendimiento impulsado por la necesidad de logro o las altas aspiraciones. El GEM ha creado mediciones para capturar esas aspiraciones.

Las condiciones de marco para el emprendimiento

El Informe Global del GEM del año 2007 discutió la relevancia de las denominadas “Condiciones de Marco para el Emprendimiento” (EFC’s, por sus siglas en inglés) como un indicador del potencial de un país para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y colegas, 2008). Las EFC’s reflejan las principales características del ambiente socioeconómico del país y se estima que tienen un impacto significativo en el sector emprendedor.

Como el modelo original del GEM, el modelo revisado sostiene que, a nivel nacional, las condiciones de marco relevantes para la actividad de negocios establecidos difieren de la que lo son para la actividad de los nuevos emprendimientos. Lo que es nuevo en el modelo revisado es que se ha relacionado esas condiciones a la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país. Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en recursos y/o en eficiencia se han adoptado del Informe Global de Competitividad (GCR, por su sigla en inglés) del año 2008 (Porter y Schwab 2008). Con respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM revisado hace una contribución a la perspectiva del Informe Global de Competitividad respecto al desarrollo económico al identificar las condiciones de marco que son específicas a la innovación y el emprendimiento. Como Acs, Parsons y Tracy (2008) proponen, es el mecanismo del emprendimiento el que transforma la innovación en resultado económico. Una falta de emprendimiento puede entonces ser vista como un cuello de botella en los países con economías impulsadas por innovación para el logro de sus ambiciones de crecimiento.

Es importante reconocer que los tres principales tipos de actividad económica: basada en recursos, basada en eficiencia y basada en innovación, están presentes en todas las economías nacionales. Pero su prevalencia relativa –y su contribución al desarrollo económico- varía. La proposición del GCR es que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación óptima diferente de estas tres actividades. Así, la importancia relativa de las condiciones del marco emprendedor para un país pueden variar de acuerdo a la fase de desarrollo económico.

El Modelo GEM revisado se presenta en la Figura 1.1. para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: desarrollo de las instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria. Estos requerimientos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero pueden contribuir poco para facilitar el emprendimiento por oportunidad. En la medida en que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más y más relevantes, otras condiciones, que son denominadas reforzadores de la eficiencia y que aseguran un funcionamiento adecuado del mercado, se vuelven más importantes. Aun cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que a este término dio Schumpeter, lo están indirectamente en tanto el desarrollo de los mercados atraerá también más emprendimientos. En los países cuyo desarrollo económico está impulsado principalmente por la innovación, las EFC’s se vuelven más importantes para apalancar el desarrollo económico que los requisitos básicos o los reforzadores de la eficiencia.

Figura 1.1. El Modelo revisado del GEM

Fuente: Reporte GEM 2008.

1.4. Definición de la actividad emprendedora

La sección previa mostró que el emprendimiento es un fenómeno complejo que se extiende a una variedad de contextos. En línea con sus objetivos, el GEM adopta una visión amplia del emprendimiento y se focaliza en el rol jugado por las personas en el proceso emprendedor. A diferencia de la mayoría de las bases de datos sobre el tema que miden las empresas pequeñas y nuevas, el GEM estudia el comportamiento de las personas con respecto a comenzar y gestionar un negocio. Esto lo diferencia de otras bases de datos, muchas de las cuales recopilan información específicamente a nivel de la empresa. Las nuevas empresas son, en la mayoría de los casos, iniciadas por individuos. Aun en el caso de organizaciones establecidas, las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras varían de acuerdo a las personas. Por ello el foco de análisis en el GEM está en las personas.

Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM necesita hacer mucho más que comparar actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos en emprender. Necesita registrar las actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del emprendimiento, desde las intenciones generales hasta una fase temprana o “naciente”, cuando los negocios están en gestación, siguiendo con aquéllos otros que ya han comenzado sus operaciones, terminando con los negocios ya establecidos, e incluso llegando a los casos en que se produce una discontinuación del negocio.

Un emprendedor individual que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo ese proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes de que la empresa esté operando. Alguien que recién comienza un emprendimiento y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de no tener aspiraciones de gran crecimiento.

Por otra parte, una persona puede ser dueña de un negocio establecido que ya funciona por un buen número de años, pero que todavía innova, es competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento. Esta persona es también un emprendedor. El GEM suministra un paraguas bajo el cual una amplia variedad de características emprendedoras, tales como motivación, orientación a la innovación, competitividad, y aspiraciones de alto crecimiento, pueden ser estudiadas sistemática y rigurosamente.

Dentro de este contexto, la recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y observa a la persona a partir del momento en el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio, habiendo pagado salarios por más de tres meses pero por no más de 42 meses (propietarios de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operaciones por más de 42 meses (propietarios de negocios establecidos). La Figura 1.2 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

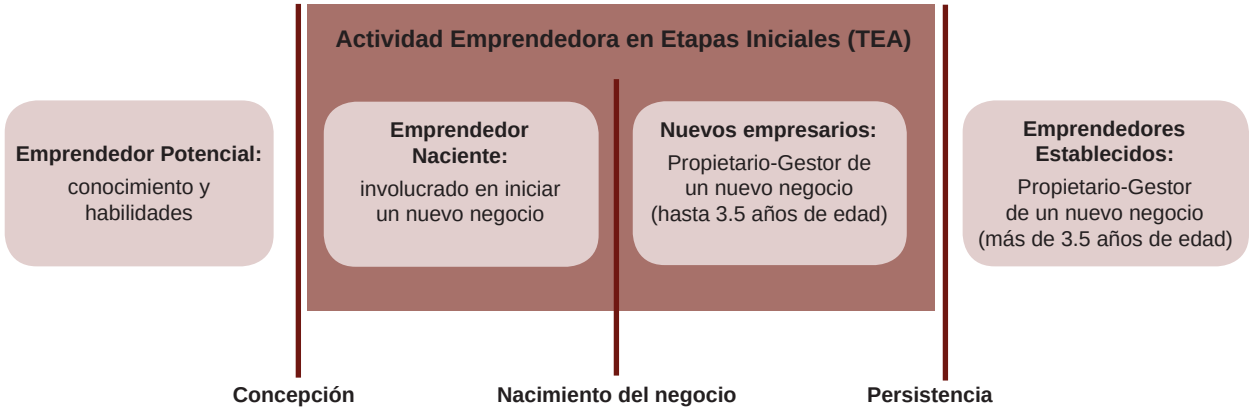
Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses a cualquiera, incluyendo los dueños, es considerado el "momento del nacimiento" de un negocio verdadero. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad del negocio. Los negocios que han pagado salarios y sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden se considerados nuevos. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos . La tasa prevaleciente de emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios tomados en su conjunto puede ser vista como un indicador de actividad emprendedora de etapa iniciales en un país. Representa la dinámica de la actividad de las nuevas empresas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus acciones pueden tener un efecto beneficioso en la economía en tanto la amenaza de nuevos ingresos y más competencia pueden poner presión en las firmas establecidas para que mejoren su desempeño.

Los propietarios de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como "propietarios de negocios establecidos". Una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. De cualquier manera, éste no es necesariamente el caso. Si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora de etapa inicial, esto indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

1.5. Metodología del GEM

En cada uno de los 43 países participantes, una encuesta fue realizada entre una muestra representativa de por lo menos 2.000 adultos. Más de 150.000 adultos fueron entrevistados entre mayo y octubre del 2008 y contestaron preguntas sobre su actitud e involucramiento en actividad emprendedora.

Figura 1. 2. El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM



Fuente: Reporte GEM 2008.

[3] Muchos emprendimientos no sobreviven más de tres o cuatro años.

El GEM utiliza tres instrumentos para obtener la información requerida en la descripción y medición de las variables de su modelo conceptual, los cuales son:

1. Encuesta a la población adulta de 18 a 64 años de edad (Adult Population Survey - APS)

   Incluye preguntas que recogen información acerca de los adultos que están en proceso de crear una empresa o son propietarios parciales o totales de alguna. Se consideran tres situaciones:

   - Emprendedores nacientes (quienes han decido emprender o ya están en operación hasta tres meses), ya sea como auto empleados o en combinación con otro trabajo.

   - Empresarios de nuevas empresas (quienes tienen entre tres y 42 meses de funcionamiento), ya sea como auto empleados o en combinación con otro trabajo.

   - Empresarios de empresas establecidas (quienes tienen más de 42 meses de funcionamiento), ya sea como auto empleados o en combinación con otro trabajo

   Para este informe, a las dos primeras situaciones se les denomina “actividad emprendedora en etapas iniciales” y a la última “propietarios de negocios establecidos”.

2. Encuesta Nacional de Expertos (Nacional Expert Survey - NES)

   El modelo GEM incluye además la opinión de expertos nacionales en la creación de empresas. Cada país aplica por lo menos treinta y seis encuestas a expertos escogidos por su conocimiento en los siguientes temas: normas sociales y culturales, financiamiento, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, transferencia de investigación y desarrollo y apertura del mercado interno.

3. Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (Secondary Variables - SV).

   La metodología del GEM recurre a datos recopilados en los organismos más reconocidos mundialmente en temas relacionados con la demografía, el desarrollo económico, la educación, la competitividad, la innovación, la transferencia de I+D y otros temas considerados relevantes en relación al análisis de la actividad emprendedora. Las fuentes más consultadas son: Banco Mundial, FMI, World Economic Forum, OCDE, ONU, USA Census, UE y Unesco.

1.6. Glosario de las principales medidas y terminología.

Tabla 1.1. Glosario de las principales medidas y terminología

Medida	Descripción
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Oportunidades percibidas.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que ven buenas oportunidades de iniciar una firma en el área donde viven
Capacidades percibidas.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que creen que poseen las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que tienen intenciones de iniciar un negocio dentro de los próximos tres años.
Tasa de miedo al fracaso	Porcentaje de la población de 18 a 64 que han percibido la existencia de oportunidades (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que indican que el miedo al fracaso los disuadiría de constituir una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que concuerdan con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que concuerda con la afirmación que, en su país, verán con frecuencia historias en los medios de comunicación sobre nuevos negocios exitosos.
Actividad emprendedora	
Tasa de emprendimientos nacientes.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que es actualmente un emprendedor naciente, i.e., activamente involucrados en crear un negocio del cual serán dueños o copropietarios; este negocios tiene que no haber pagado sueldos, salarios, o cualquier otra retribución a los dueños por más de tres meses.
Tasa de dueños de nuevos negocios.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que es actualmente dueña de un nuevo negocio, i.e., poseen y gestionan un negocio en marcha que ha pagado sueldos, salarios, o cualquier otra retribución a los dueños por más de tres meses, pero menos de 42 meses.
Actividad emprendedora de etapa inicial (TEA).	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que son un emprendedor naciente o un dueño y gestor de un nuevo negocio (tal como fue antes definido).
Tasa de dueños de negocios establecidos.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que son actualmente dueños y gestores de negocios establecidos, i.e., poseen y gestionan un negocio en marcha que ha pagado salarios, sueldos, u otras formas de retribuciones a los dueños por más de 42 meses.
Tasa total de actividad emprendedora.	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que están actualmente involucrados en actitidad emprendedora de fase inicial o son dueños y gestores de un negocio establecido (tal como fue antes definido).
Tasa de discontinuación de negocios	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que han discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea que los vendieron, cerraron, o discontinuaron la relación de dueños y gestores con el negocio. Nota: Esto NO es una medida de la tasa de fracasos de negocios.
Actividad emprendedora impulsada por oportunidades: prevalencia relativa.	Porcentaje de aquellos involucrados en actividad emprendedora de fase inicial (como fue definido antes) que (i) afirman ser guiados por oportunidades en oposición a aquellos que no han encontrado ninguna otra opción de trabajo, y que (ii) expresan que la motivación fundamental para estar procurando explotar esa oportunidad es ser independientes o incrementar sus ingresos, más que sólo mantener el mismo.
Aspiraciones emprendedoras	
Actividad emprendedora de fase temprana con altas expectativas de crecimiento (HEA).	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que son emprendedores nacientes o dueños y gestores de un nuevo negocio (como fue antes definido) y esperan emplear por lo menos 20 personas para dentro de cinco años, a partir de ahora.
Actividad emprendedora de fase temprana con altas expectativas de crecimiento: prevalencia relativa.	Porcentaje de emprendedores de fase temprana (como fueron antes definidos) que esperan emplear al menos 20 personas para dentro de cinco años, a partir de ahora.
Actividad emprendedora de fase temprana, orientada al mercado, de nuevos productos.	Porcentaje de emprendedores de fase temprana(como fue antes definido) que indican que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes y que sostienen que no hay muchos negocios que ofrezcan el mismo producto o servicio.
Actividad emprendedora de fase temprana en sectores tecnológicos: prevalencia relativa.	Porcentaje de emprendedores de fase temprana (como fue antes definido) que son activos en el sector de la “alta tecnología” o “medio alta”, de acuerdo a la clasificación de la OECD (2003).

Fuente: Reporte GEM 2008.

2. Actitud y percepción emprendedora

2.1. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento

Es conocido que la actitud y el comportamiento de los individuos están directamente influenciados por las percepciones que poseen (Brief, 1998). Estas percepciones condicionan además en gran medida la realidad que las personas viven. y a su vez, explican en gran medida sus comportamientos y expectativas. Debido a ello, la literatura sobre el tema de la actitud emprendedora busca explorar los temas de percepción y actitud de las personas vinculadas al mundo del emprendimiento, con el objeto de entender mejor esta dimensión y su relación directa con el comportamiento emprendedor.

El estudio de cómo las percepciones pueden afectar la actividad emprendedora se lo puede realizar tanto desde la perspectiva de la oferta como de la demanda de emprendimiento. Por el lado de la oferta, es decir, de los emprendedores potenciales, las percepciones incluyen tanto el deseo como la habilidad percibida para transformarse en un emprendedor (Davisson, 1991). Desde la perspectiva de la demanda, es decir, del "espacio disponible para emprender", existen diversas variables que influyen, tales como la existencia de oportunidades y las posibilidades de que los emprendedores perciban que éstas existen. La cantidad y calidad de las oportunidades percibidas pueden ser reforzadas por condiciones nacionales tales como el crecimiento económico, el crecimiento de la población, la cultura y la política nacional en materia de emprendimiento.

Pero adicionalmente existen otras variables que afectan la percepción que se tiene del emprendimiento. Por ejemplo, en la medida en que las personas en un país conocen numerosos emprendedores exitosos en su entorno cercano, pueden reforzar su percepción sobre sus propias capacidades para emprender, sin que haya sido necesario un reforzamiento directo de éstas.

Por otra parte, tener una percepción positiva sobre el emprendimiento no significa que necesariamente la persona se involucrará en una actividad emprendedora. Existen numerosos factores que son evaluados, en forma consciente o no consciente, antes de emprender, tales como el "costo de oportunidad", el grado de aversión al riesgo, la edad o salud, o el apoyo institucional disponible. Por ejemplo, respecto al costo de oportunidad, las personas comparan los retornos posibles del emprendimiento con los retornos que proporciona un empleo seguro. Aun en el caso en que los retornos esperados del emprendimiento sean mayores, el grado de riesgo que éste parezca implicar puede llevar a no asumir la decisión de emprender. En este sentido se ha encontrado que el grado de aversión al riego puede ser un factor significativo en la decisión de emprender (Khilstrom y Laffont, 1979). La edad y los costos asociados al cuidado de salud también pueden afectar en la consideración de premios o riesgos a la decisión de emprender.

Estos factores de evaluación son particularmente válidos para los emprendimientos basados en oportunidad, pues cuando, en cambio, se los realiza por necesidad, no existe otra opción para ganarse la vida, y los factores de evaluación dejan de tener la relevancia anotada.

La Tabla 2.1 muestra varios indicadores del GEM relacionados a las actitudes y percepciones de las personas con relación al emprendimiento en cada uno de los 43 países del GEM, en el año 2008.

Algunos países tienen percepciones favorables del emprendimiento combinadas con bajas tasas de intenciones de emprender. Es el caso de muchos países europeos con economías basadas en la innovación. Es decir, a pesar de que las actitudes y las percepciones favorables hacia el emprendimiento son bastante altas, el atractivo de convertirse en un emprendedor parece ser bajo para muchos europeos, en comparación con otras fuentes posibles de ingreso.

Tabla 2.1. Actitudes y percepción de la población en los 43 países del GEM 2008, según fase de desarrollo económico (porcentaje).

	Observa buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos 6 meses (A)	Temor al fracaso podría impedir iniciar un negocio (B)	Conoce alguna persona que ha iniciado un nuevo negocio en los últimos 2 años (A)	Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un nuevo negocio (A)	Espera empezar un nuevo negocio en los próximos 3 años (A)	**Actitudes percibidas individualmente**	
						Las personas consideran que iniciar un negocio es una buena opción de carrera (C)	Atención de los Medios de Comunicación al emprendimiento (C)
Economías basadas en recursos							
Angola	74	45	71	44	27	49	72
Bolivia	52	49	38	67	38	81	60
Bosnia y Herzegovina	50	26	39	62	25	82	60
Colombia	65	41	34	54	60	92	78
Ecuador	50	35	33	66	37	79	57
Egipto	40	25	40	53	35	73	57
India	58	46	56	45	33	67	81
Irán	35	22	45	58	36	57	53
Promedio	**53**	**36**	**45**	**56**	**36**	**72**	**65**
Economías basadas en la eficiencia							
Argentina	48	40	30	53	15	69	80
Brasil	44	43	44	49	26	68	78
Chile	30	34	41	54	29	79	43
Croacia	53	36	51	56	10	70	61
Hungría	26	47	26	43	6	48	19
Jamaica	52	26	46	65	17	81	71
Letonia	37	37	33	23	7	75	71
Macedonia	47	35	46	52	39	80	66
México	59	31	50	55	26	66	52
Perú	60	38	50	66	34	82	71
República Dominicana	58	31	54	70	30	92	64
Rumania	45	52	36	21	9	.	56
Rusia	39	66	33	14	3	60	50
Servia	56	28	52	60	31	72	67
Sud Africa	60	38	41	31	13	65	69
Turquía	47	39	27	44	21	72	63
Uruguay	57	33	40	58	17	71	67
Promedio	**48**	**38**	**41**	**48**	**20**	**72**	**62**
Economías basadas en la innovación							
Alemania	35	49	29	30	4	56	50
Bélgica	23	30	28	34	6	47	38
Dinamarca	69	43	43	30	5	57	32
España	32	52	36	43	5	68	43
Eslovenia	55	33	50	44	7	58	67
Estados Unidos	44	28	33	48	7	63	73
Finlandia	54	32	46	30	5	46	71
Francia	34	53	33	25	13	63	48
Grecia	35	55	35	46	13	76	55
Islandia	38	36	60	45	12	61	81
Irlanda	35	37	33	42	6	55	65
Israel	39	43	35	35	14	58	57
Italia	35	48	30	35	7	68	40
Japón	13	44	21	9	4	26	59
Noruega	46	28	34	33	7	61	71
Países Bajos	54	33	32	30	4	85	61
Reino Unido	41	38	23	45	5	52	54
República de Corea	20	32	32	23	17	69	67
Promedio	39	40	35	35	8	59	57

(A) Población adulta de 18 a 64 años que no se encuentra en actividad emprendedora
(B) Población adulta de 18 a 64 años que no se encuentra en actividad emprendedora pero que además observa buenas oportunidades para iniciar un nuevo negocio
(C) Población adulta de 18 a 64 años

Una variedad de características nacionales pueden ser las causas subyacentes de este fenómeno. Podría ser que existe una cantidad de trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa, las cuales están reduciendo el atractivo de emprender. Podría también ser el caso de que la protección del empleo sea alta, lo cual podría desanimar a los empleados con percepciones emprendedoras positivas a pasar a ser emprendedores. Un efecto distinto a la protección severa del empleo es que los potenciales emprendedores puede pensar cuidadosamente antes de contratar empleados, dadas las pérdidas sustanciales en las que incurrirían si éstos terminan siendo inadecuados para el trabajo.

Sin embargo, muchas de estas consideraciones dejan de ser relevantes en la medida en que la dinámica emprendedora responde a una necesidad. Esto último se constituiría en un impulsor categórico, aunque la percepción acerca del emprendimiento no fuese tan alta.

También en este análisis las percepciones parecen tener una significativa influencia sobre la intenciones para emprender, pues los países cuyas poblaciones tienen percepciones más favorables sobre sus capacidades para emprender y sobre las oportunidades existentes son los que a su vez muestran mayor intención de hacerlo.

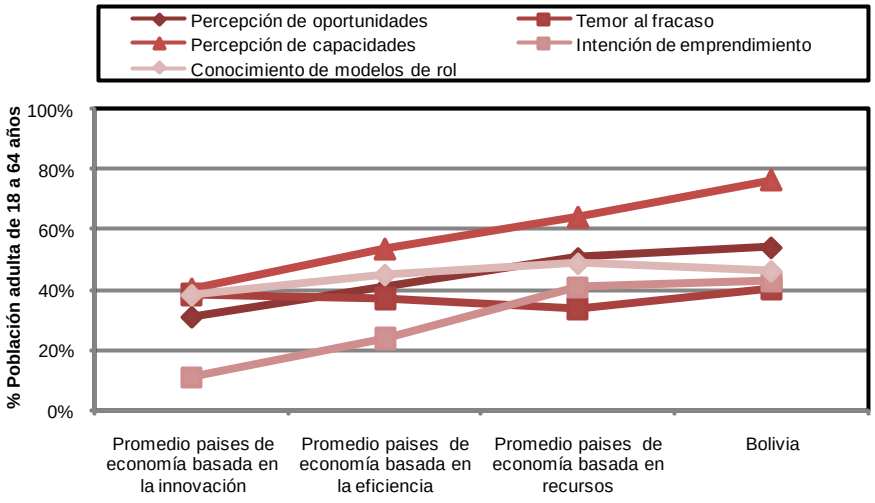
En el caso de países con economías basadas en recursos y en eficiencia se observa que la diferencia entre las percepciones y las intenciones emprendedoras es relativamente pequeña. Esto sugiere que existen bajos costos de oportunidad para la actividad emprendedora y altos grados de emprendimiento basado en necesidad.

En el lado derecho de la Tabla 2.1 se presentan los resultados de dos indicadores que miden las actitudes hacia el emprendimiento a nivel de país. El primero evalúa el porcentaje de habitantes que sienten que en su país el emprendimiento es considerado una opción de carrera deseable. El segundo indicador se refiere a la popularidad del emprendimiento y pregunta por la opinión sobre la cobertura que los medios de comunicación del país brindan a la actividad emprendedora. Los países con economías impulsadas por recursos y por eficiencia en general muestran una mejor actitud hacia el emprendimiento que los países con economías impulsadas por innovación.

Con el objeto de analizar con mayor precisión la información de la tabla mencionada, en la Figura 2.1. se observa, en promedio para los países según fase de desarrollo económico y Bolivia, la percepción que la población entre 18 y 64 años tiene respecto a las oportunidades para iniciar un nuevo negocio, las capacidades y habilidades para iniciarlo, el temor al fracaso y la intención de iniciarlo.

En general se observa que para estas cuatro variables, los países con menores indicadores son aquéllos que tienen economías impulsadas por innovación. En cambio, los países con economías basadas en recursos muestran mayores niveles. Comparativamente, Bolivia presenta los más altos niveles.

Figura 2.1. Percepción de oportunidades, percepción de capacidades, temor al fracaso e intención de iniciar un negocio en países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Es interesante observar en este gráfico que, con excepción de los países con economías basadas en innovación, la variable que registra el mayor nivel se refiere a la percepción de capacidades y habilidades para iniciar un nuevo negocio, aunque en proporciones muy diferentes. Así, los países con economías impulsadas por recursos son los que alcanzan los mayores niveles.

Bolivia muestra el mayor porcentaje de población que percibe tener las capacidades y habilidades para iniciar un nuevo negocio. Contrariamente, son los países de las economías impulsadas por innovación en los que dichas variables, no sólo son mucho más bajas comparadas a otros países, sino que la variable "temor al fracaso" es la más alta.

Percepción de capacidades para emprender

Las capacidades percibidas para emprender un negocio que está comenzando en economías basadas en eficiencia están –en promedio- por encima que en las economías basadas en innovación. Es probable que esto se deba a que la percepción de lo que es un "negocio promedio" es diferente en los dos tipos de país. Por lo tanto, los conocimientos y habilidades requeridos para iniciar un negocio generalmente asociados con ese "negocio promedio" no son completamente comparables. Si el negocio promedio en México, por ejemplo, es asociado con habilidades requeridas que están por debajo de las requeridas en Noruega, el número de personas que afirman poseer dichas habilidades obviamente será mayor en el primer país.

Son los países con economías basadas en recursos los que registran, en promedio, los más altos niveles en la percepción de capacidades para emprender. De todos los países participantes en esta investigación, Bolivia tiene el indicador más alto y seguramente esto tiene que ver con el tipo de emprendimiento que en Bolivia predomina y que no parece requerir mayores exigencias en cuanto a los conocimientos y habilidades necesarias para emprender.

Temor al fracaso

La variable que claramente muestra un comportamiento dispar cuando se comparan los países es la referida al temor al fracaso. Esta variable alcanza un nivel alto, incluso por encima de la percepción de oportunidades e intención de emprender, en los países con economías impulsadas por innovación.

El miedo al fracaso es frecuentemente considerado como un componente cultural importante que va en detrimento de la actividad emprendedora. Cada año, el GEM le pregunta a una muestra aleatoria de individuos si el miedo al fracaso podría disuadirlos de comenzar un negocio. A efectos de comprender el efecto del miedo al fracaso, tiene sentido considerar esta pregunta sólo para aquellos que no están actualmente involucrados en un emprendimiento pero perciben que existen buenas oportunidades de iniciar un negocio. Si el miedo al fracaso prevalece entre aquéllos que en principio ven buenas oportunidades de iniciar un negocio, esto podría justificar intervenir para reducir el miedo al fracaso.

En la Figura 2.1. se observa que, en promedio, los países con mayor temor al fracaso son los que tienen economías impulsadas por innovación, y los que lo tienen en menor medida son los que tienen economías basadas en recursos. Sin embargo, se observa que, de estos países, Bolivia tiene el indicador de temor al fracaso más alto (ver Tabla 2.1.).

Expectativas de empezar un nuevo negocio

Para averiguar más sobre las expectativas futuras, desde el año 2002 el GEM ha preguntado las intenciones de iniciar un negocio en algún momento dentro de los próximos tres años. La Tabla 2.1. muestra los estimados por país para este indicador en el año 2008. En el segmento de ingresos más bajos de las economías basadas en la eficiencia, las buenas alternativas de trabajo están generalmente más escasamente disponibles. Esto implica que más personas procurarán iniciar un negocio. Efectivamente, observamos en la figura 2.1. que las tasas de intención son consistentemente más altas en economías basadas en la eficiencia que en aquéllas que se basan en innovación.

Pero son los países con economías basadas en recursos los que muestran los niveles más altos -y con bastante distancia respecto principalmente a los países con economías basadas en innovación- en cuanto a las expectativas de empezar un nuevo negocio. De ellos, Bolivia muestra, después de Colombia, la más alta expectativa para iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años. Es probable que los altos niveles de temor al fracaso sean el factor que finalmente desalienta las intenciones de emprender.

Conocimiento de otras personas emprendedoras

La influencia que ejercen los "modelos de rol" sobre la población y sobre la propia cultura son muy importantes para a su vez influenciar en la actitud emprendedora. En este sentido, el GEM indaga en qué medida la población de un país conoce personalmente a algún emprendedor que en los dos últimos años empezó algún negocio. Aunque con menor distancia que en las otras variables, los países con economías impulsadas por recursos son los que en mayor grado declaran conocer a otras personas que hayan iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años, seguidos de los países con economías impulsadas por eficiencia y luego por los impulsados por innovación. Ésta es una de las pocas variables en las que Bolivia muestra un nivel de indicador menor al promedio de los países con economías impulsadas por recursos.

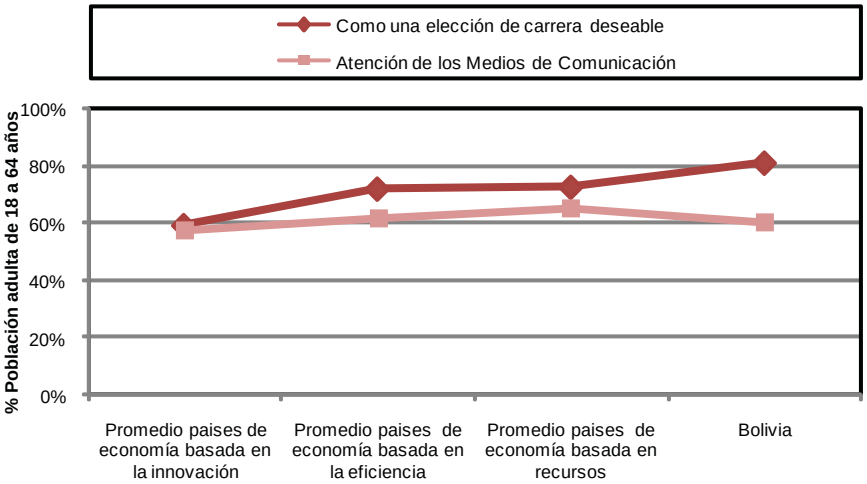
Popularidad del emprendimiento

En los países que tienen economías basadas en recursos estas actitudes no deberían ser la principal preocupación del gobierno (Figura 2.2.). En cambio, en aquéllos cuyas economías se basan fundamentalmente en eficiencia se debería comenzar a prestar atención a las actitudes. La Tabla 2.1. sugiere, por ejemplo, que las actitudes en Hungría podrían mejorar, mientras que en el caso de los países de América Latina las actitudes son en general favorables. En Bolivia la actitud hacia el emprendimiento como una elección de carrera deseable muestra un valor incluso mayor al que se registra en los países con economías basadas en recursos. Sin embargo, respecto a la atención que los medios de comunicación brindan al emprendimiento, la situación muestra una posición más baja que en las economías basadas en recursos o que el promedio de los países de Sudamérica.

Analizando a los países con economías basadas en innovación, algunas anomalías son ostensibles. Esto podría aportar pistas a los gobiernos sobre qué podrían hacer para estimular la actividad emprendedora. Por ejemplo, en Japón la mayoría de las personas concuerdan que existe una gran atención por parte de los medios de comunicación al emprendimiento, si bien iniciar un negocio no es considerado una buena opción de carrera. El caso de Dinamarca es el contrario. Holanda muestra las tasas más altas de aprobación del emprendimiento como carrera, si bien sólo el 4% de la población adulta (luego de excluir a los emprendedores de etapa temprana y a los propietarios de negocios establecidos) esperan iniciar un negocio dentro de los tres próximos años. Holanda es un ejemplo de un país donde hay un gran apoyo al emprendimiento, pero el mercado de trabajo es también favorable.

La población que se encuentra en actividades emprendedoras tiene una percepción más alta sobre sus capacidades para emprender que la población no emprendedora. Sin embargo, quienes no se desenvuelven en este tipo actividades perciben más oportunidades que la población que se encuentra emprendiendo, con excepción de Bolivia. Por otro lado, quienes se encuentran emprendiendo tienen mayor intención de emprender que quienes no lo están haciendo. En todos los casos, en comparación con los otros países, la población de Bolivia

Figura 2.2. Percepción del emprendimiento como carrera y en los medios de comunicación según países por fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

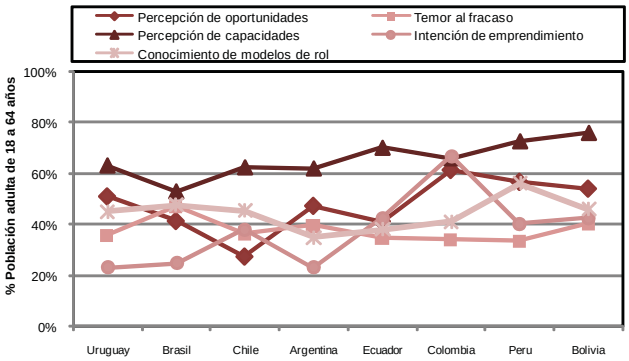
muestra una percepción e intención más positiva ante el emprendimiento. Finalmente, parece que la percepción de las capacidades para emprender pesan tanto o aun más que las percepciones sobre las oportunidades para hacerlo.

De manera general se observa que en Bolivia las personas consideran que tienen altas capacidades, habilidades y experiencias para emprender, pero su intención de hacerlo es semejante al del promedio de la región. Tal vez ello debido a que a pesar de que observa oportunidades de negocio comparables a los países con economías basadas en recursos, el temor al fracaso en mucho más alto.

2.2. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento: Sudamerica y Bolivia

Comparativamente con los otros países sudamericanos (Figura 2.3), Bolivia muestra que tiene los niveles más altos en percepción sobre las capacidades para emprender, seguido de Perú, Ecuador y Colombia. En cambio, Brasil, Argentina y Chile son los que muestran los niveles más bajos respecto a esta variable. En cuanto a percepciones de oportunidades, los tres países principales son Colombia, Perú y Bolivia. En cambio, los países que perciben menos oportunidades para emprender son Chile y Ecuador. En relación a las intenciones de emprendimiento, los países que registran los mayores niveles son Colombia, Bolivia y Ecuador, mientras que los que muestran los menores son Argentina, Uruguay y Brasil.

Figura 2.3. Percepción de oportunidades, percepción de capacidades, temor al fracaso, intención de emprendimiento y conocimiento de modelos de rol, en países de Sudamérica.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Por otra parte, los países sudamericanos con mayor temor al fracaso para iniciar un negocio son Brasil, Bolivia y Argentina. En cambio, donde hay menos este tipo de temor es en Perú, Colombia y Ecuador. Finamente, respecto al conocimiento de otros emprendedores Perú, Brasil y Bolivia muestran las principales posiciones.

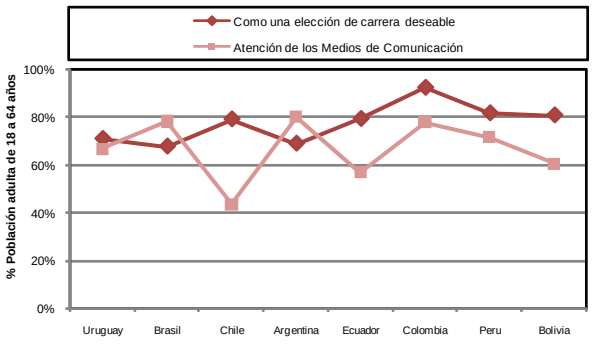
En otro orden y como se observa en la Figura 2.4., los países que registran mejores niveles respecto a la percepción del emprendimiento como una elección de carrera deseable son Colombia, Perú y Bolivia. En el otro extremo están Argentina, Brasil y Uruguay.

En cuanto a la atención de los medios de comunicación al emprendimiento (Figura 2.4), resalta la posición de Argentina y Brasil, estando Bolivia entre los tres últimos.

2.3. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento: hombres y mujeres

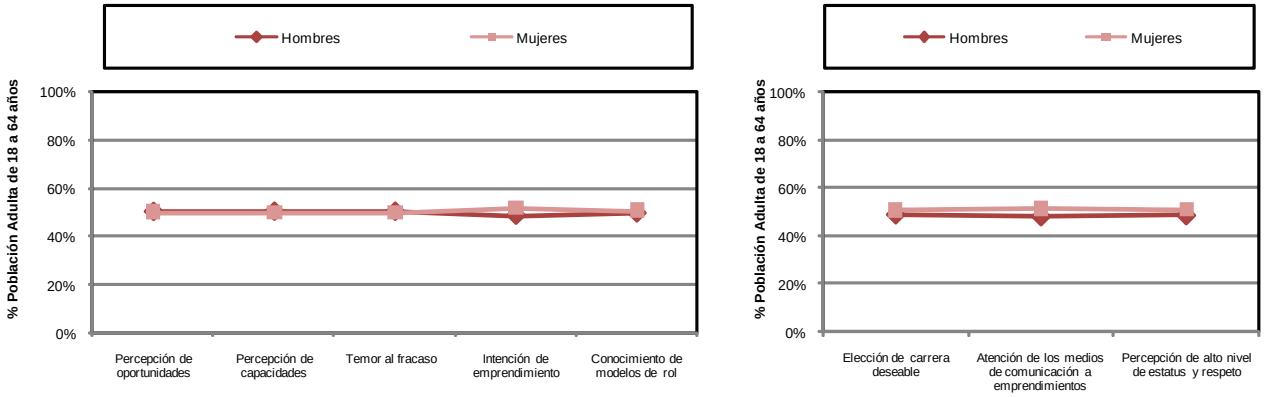
¿Existen diferencias de percepción y actitud entre hombres y mujeres respecto al mundo del emprendimiento? La Figura 2.5 (gráfico de la izquierda) muestra que no existen mayores diferencias entre hombres y mujeres de Bolivia respecto a las actitudes y percepciones sobre el emprendimiento, con excepción de la variable temor al fracaso, en la cual las mujeres superan a los hombres.

Figura 2.4. Percepción del emprendimiento como carrera y atención en los medios de comunicación en países de Sudamérica.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 2.5. Actitudes y percepciones para iniciar un negocio de la población adulta de 18 a 64 años de edad según género en Bolivia.

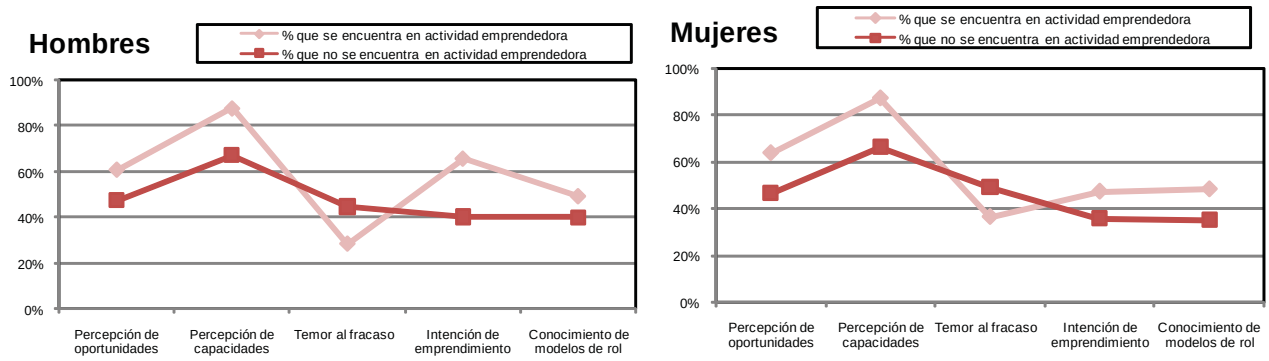


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

En el gráfico de la derecha (Figura 2.5) también se observa que las mujeres superan a los hombres en cuanto su percepción sobre la atención de los medios de comunicación a los emprendimientos y al tema del emprendimiento como una elección de carrera deseable. Solo en relación al conocimiento de otros emprendedores (modelos de rol) los hombres superan a las mujeres.

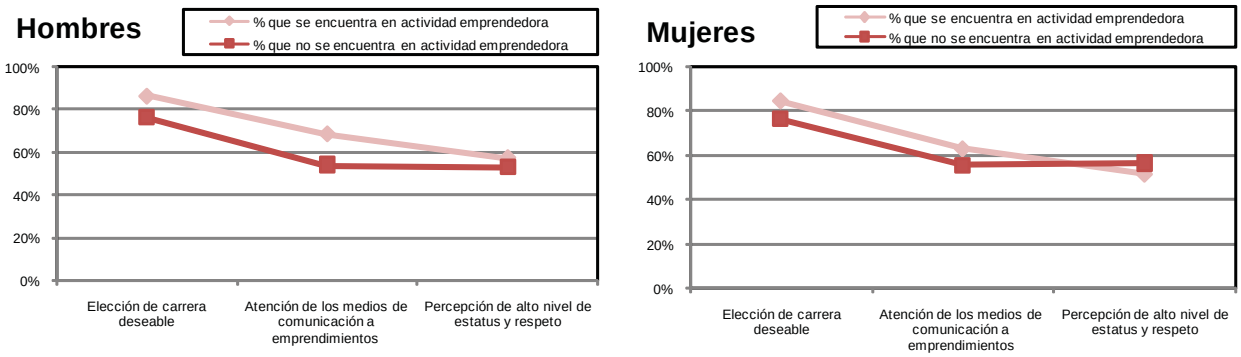
Entre la población de hombres y mujeres que emprenden y que no emprenden, si se observan diferencias interesantes. En la Figura 2.6., en ambos gráficos, se observa que el patrón de percepciones es similar para hombres y mujeres. Quienes emprenden, sean hombres o mujeres, tienen percepciones más favorables que quienes no emprenden. Destaca sin embargo que el temor al fracaso es mayor para las mujeres (emprendan o no) y consiguientemente sus intenciones de emprender son tambien más bajas.

Figura 2.6. Actitudes y percepción de la población adulta de 18 a 64 años según género y estado en la actividad emprendedora en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 2.7. Actitudes y percepción individualmente según género y estado en la actividad emprendedora en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

En cuanto a las otras variables de percepción, como se observa en la Figura 2.7., una vez más la percepción de quienes emprenden (hombres y mujeres) es más favorable que la de quienes no emprenden. La única diferencia tiene que ver con el hecho de que las mujeres que no emprenden perciben más positivamente el nivel de estatus y respeto que brinda la actividad emprendedora.

2.4. Actitudes y percepciones ante el emprendimiento: emprendedores y no emprendedores

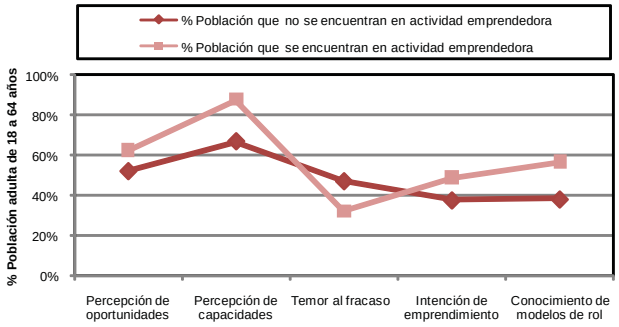
Por otra parte, interesa conocer las diferencias de percepciones y las actitudes que pueden existir entre la población que emprende y quienes no lo hacen. En la Figura 2.8. se observan las diferencias en las primeras cinco categorías de percepción ante el emprendimiento.

En principio se observa que las percepciones y actitudes de las personas que emprenden, en la mayoría de las variables, están situadas por encima de las que no lo hacen, con excepción de la variable referida al temor al fracaso. De todas las variables consideradas para ambos grupos, la que registra los mayores niveles es la de percepción de capacidades para emprender, es decir que tanto emprendedores como no emprendedores perciben que poseen las suficientes capacidades para hacerlo. En resumen, las personas que emprenden en Bolivia tienen más favorables percepciones sobre oportunidades y capacidades para emprender, mayores intenciones de hacerlo, menor temor al fracaso y mayor conocimiento de otros emprendedores.

Respecto a las otras variables de percepción y actitudes, en la Figura 2.9. se observan también las diferencias existentes entre población emprendedora y población no emprendedora.

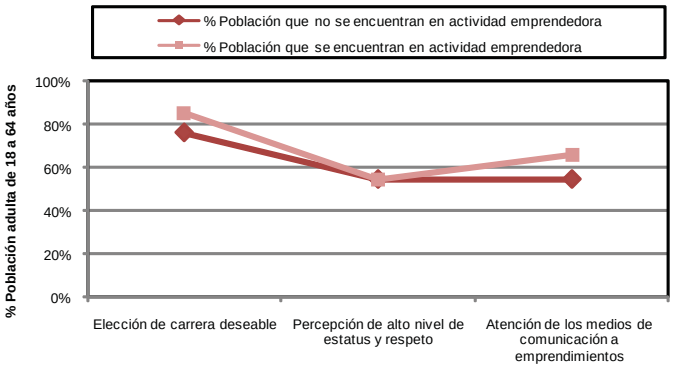
De igual forma que en las anteriores variables, la población que emprende muestra percepciones y actitudes más positivas que la que no lo hace, con excepción de la variable “Percepción de alto nivel de estatus y respeto”, pues en este caso es la misma en los dos grupos. De todas estas variables, la que muestra un menor valor es la referida a la percepción de alto nivel de estatus y respeto, mientras que la de mayor valor es la que considera el emprendimiento como una elección de carrera deseable. Esta última variable refleja que la población en general tiene una amplia apertura al emprendimiento. En síntesis, quienes emprenden en Bolivia conocen en mayor medida a otros emprendedores no solo personalmente sino también a través de los medios de comunicación; aunque coinciden con la población que no emprende en una percepción relativamente baja sobre el estatus y respeto que se brinda a los emprendedores. A pesar de ello, tanto emprendedores como quienes no emprenden, en comparación con las otras variables, dan una alta valoración al emprendimiento como una elección de carrera deseable, aunque nuevamente son quienes emprenden los que ponderan en mayor medida esta variable.

Figura 2.8. Actitudes y percepción de población adulta de 18 a 64 años según estado de la actividad emprendedora en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 2.9. Actitudes y percepción individual según estado de la actividad emprendedora en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

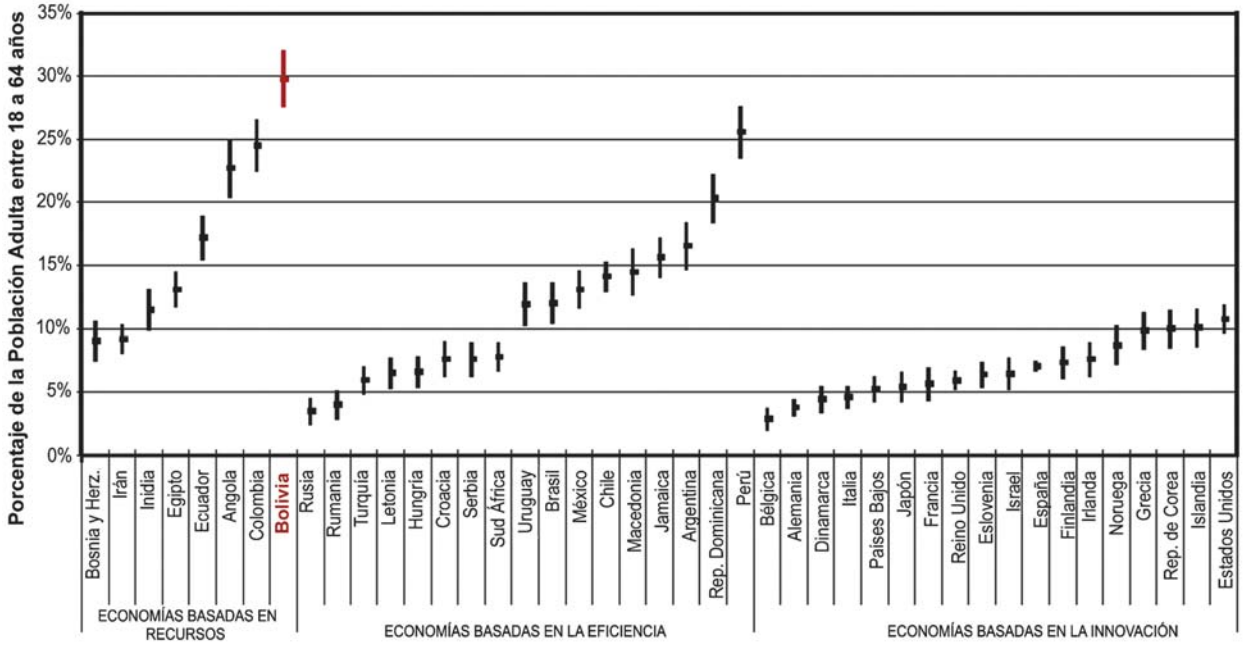
3. Actividad emprendedora

Éste es el indicador fundamental en la investigación del GEM, pues mide la proporción de la población adulta entre 18 a 64 años, activamente involucrada en la fase inicial de la actividad emprendedora en el año de estudio. La fase inicial, como se observó en el proceso de creación de empresas, comprende tanto a los emprendedores nacientes como a los recientemente establecidos.

La Figura 3.1. muestra la Tasa de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) para los 43 países que participaron en la investigación, clasificados de acuerdo a la fase de desarrollo económico. Este indicador representa el porcentaje de la población entre 18 a 64 años que está involucrada en alguna actividad emprendedora inicial, sea que esté en la gestación o que ya haya arrancado el emprendimiento, aunque recientemente (con una antigüedad menor a 3.5. años de existencia). La barra vertical sobre cada país representa el intervalo de confianza, considerando que la encuesta del GEM sólo alcanza a un porcentaje de la población.

En dicha figura se observa, en forma general, que los países que tienen una mayor tasa TEA son aquéllos cuyas economías compiten en base a recursos, seguidos por los países con economías impulsadas por eficiencia y, finalmente, por los países con economías impulsadas por innovación. De todos ellos, los países que registran una mayor TEA son los latinoamericanos más Angola. Particularmente destacan los países de la Comunidad Andina. El país que registra el más alto indicador de población económicamente activa involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales es Bolivia, con una 29.8%. En cambio se observa que los países de la Unión Europea y Japón son los que tienen menor TEA. En la siguienteTabla se detallan los niveles de actividad emprendedora en cada uno de los países participantes.

Figura 3.1. Tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales - TEA para los 43 países en el 2008, por fase de desarrollo económico, con un intervalo de confianza del 95%.



Fuente: Reporte GEM 2008.

Tabla 3.1. Tasa de actividad emprendedora inicial (TEA) y propietarios de negocios establecidos para los 43 países, en el 2008, por fase de desarrollo económico.

	Emprendedores Nacientes	Propietarios de Nuevos Negocios	Actividad emprendedora en Etapas Iniciales (TEA)	Propietarios de Negocios Establecidos	Actividad Emprendedora Total
Economías basadas en recursos					
Angola	19.3	4.1	22.7	4.1	26.0
Bolivia	17.4	14.3	29.8	19.1	45.6*
Bosnia y Herzegovina	6.4	2.7	9.0	8.7	17.1
Colombia	13.8	11.7	24.5	14.1	36.7
Ecuador	8.7	9.1	17.2	11.9	28.1
Egipto	7.9	5.5	13.1	8.0	20.2
India	6.9	4.9	11.5	16.5	27.6
Irán	5.9	3.4	9.2	6.8	15.7
Economías basadas en la eficiencia					
Argentina	8.5	8.5	16.5	13.5	29.6
Brasil	2.9	9.3	12.0	14.6	26.4
Chile	8.2	5.0	13.0	6.9	19.2
Croacia	4.9	2.8	7.6	4.8	12.3
Hungría	3.8	2.8	6.6	5.3	11.8
Jamaica	9.0	7.1	15.6	9.1	24.3
Letonia	3.9	2.8	6.5	3.0	9.4
Macedonia	7.2	7.7	14.5	11.0	24.8
México	9.3	4.0	13.1	4.9	17.8
Perú	19.7	6.8	25.6	8.3	32.7
República Dominicana	11.7	9.8	20.4	8.2	27.9
Rumania	2.5	1.6	4.0	2.1	5.9
Rusia	1.7	2.0	3.5	1.1	4.4
Serbia	4.0	3.6	7.6	9.3	16.5
Sud África	5.7	2.1	7.8	2.3	9.9
Turquía	3.2	3.0	6.0	4.8	10.7
Uruguay	7.7	4.4	11.9	7.9	19.3
Economías basadas en la innovación					
Alemania	2.4	1.5	3.8	4.0	7.7
Bélgica	2.0	0.9	2.9	2.6	5.3
Dinamarca	2.3	2.3	4.4	4.4	8.4
Eslovenia	4.1	2.4	6.4	5.6	11.8
España	3.3	3.9	7.0	9.1	14.8
Estados Unidos	5.9	5.0	10.8	8.3	18.7
Finlandia	4.1	3.3	7.3	9.2	16.0
Francia	3.8	1.9	5.6	2.8	8.2
Grecia	5.3	4.6	9.9	12.6	22.0
Islandia	6.5	3.6	10.1	7.1	16.7
Irlanda	3.3	4.3	7.6	9.0	16.3
Israel	3.5	3.1	6.4	4.5	10.6
Italia	2.0	2.7	4.6	6.5	11.0
Japón	3.2	2.3	5.4	7.9	12.7
Noruega	5.0	4.0	8.7	7.7	15.8
Países Bajos	2.1	3.2	5.2	7.2	12.3
Reino Unido	3.1	2.9	5.9	6.0	11.7
República de Corea	3.5	6.5	10.0	12.8	22.6

*Este total no es igual a la suma pues se registra una sola vez al emprendedor, que puede tener más de un emprendimiento.

Fuente: Reporte GEM 2008.

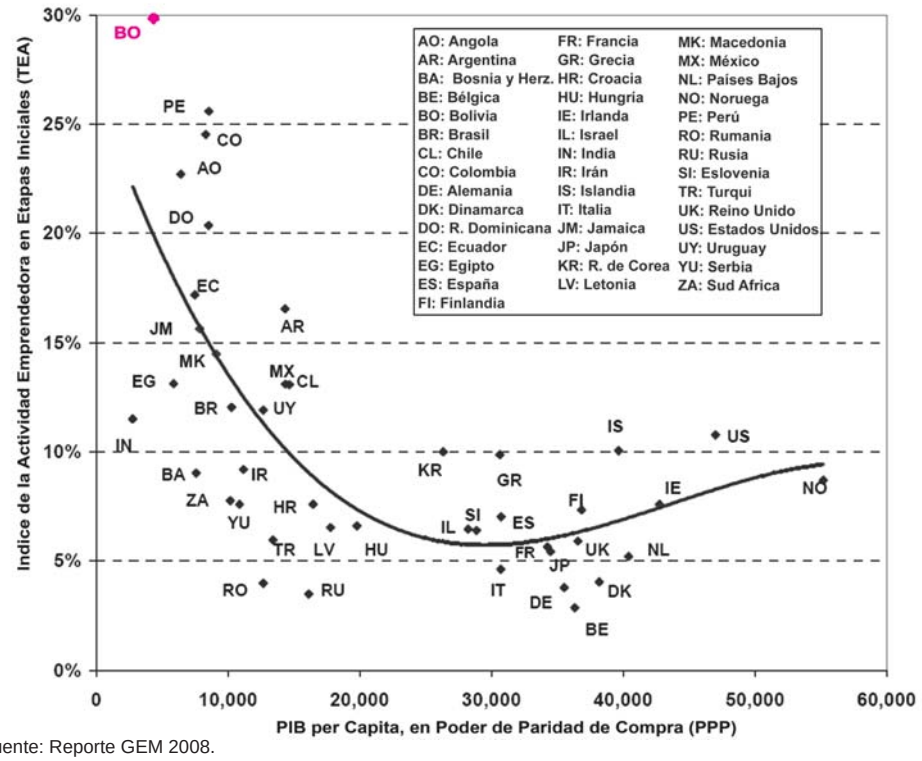
Por otra parte, el proyecto GEM ha analizado, para los países participantes en esta investigación, el tipo de relación que se presenta entre el nivel de desarrollo económico y la actividad emprendedora en etapas iniciales. Al respecto, la principal conclusión a la que se ha llegado es que, en general, los países con similares niveles de desarrollo económico, medido por el PIB per cápita ajustado por el poder de compra, tienen también un nivel similar de actividad emprendedora. De esta manera el GEM demuestra en forma sistemática una relación en forma de "U" entre el nivel de desarrollo económico y la actividad emprendedora inicial, tal como se observa en la Figura 3.2.

Los países con mayores niveles de actividad emprendedora en etapas iniciales a su vez son países con bajos niveles de ingreso per cápita y cuyas economías principalmente están impulsadas por recursos, aunque algunos tienen economías impulsadas por eficiencia. A medida que aumenta el ingreso per cápita en un país, la población involucrada en emprendimientos iniciales tiende a disminuir, aunque en los países que tienen mayores niveles de ingreso y sus economías están impulsadas por la innovación, nuevamente se registra un repunte de la población que emprende.

Una explicación que surge de esta relación es que los países con menor desarrollo económico (economías impulsadas por recursos) tienen una buena parte de su población emprendiendo como forma de autosostenerse y, por tanto, la actividad emprendedora refleja el autoempleo o empresas muy pequeñas. En la medida en que aumenta el nivel de ingreso, las empresas se van consolidando y logran generar empleos para las personas, que ya no se ven obligadas a emprender. Inclusive en los países de mayores ingresos existen seguros de desempleo. Finalmente, los países que tienen un entorno estable y mejores condiciones generales propicias para emprender permiten que nuevamente el emprendimiento sea atractivo aún si los potenciales emprendedores poseean empleos estables.

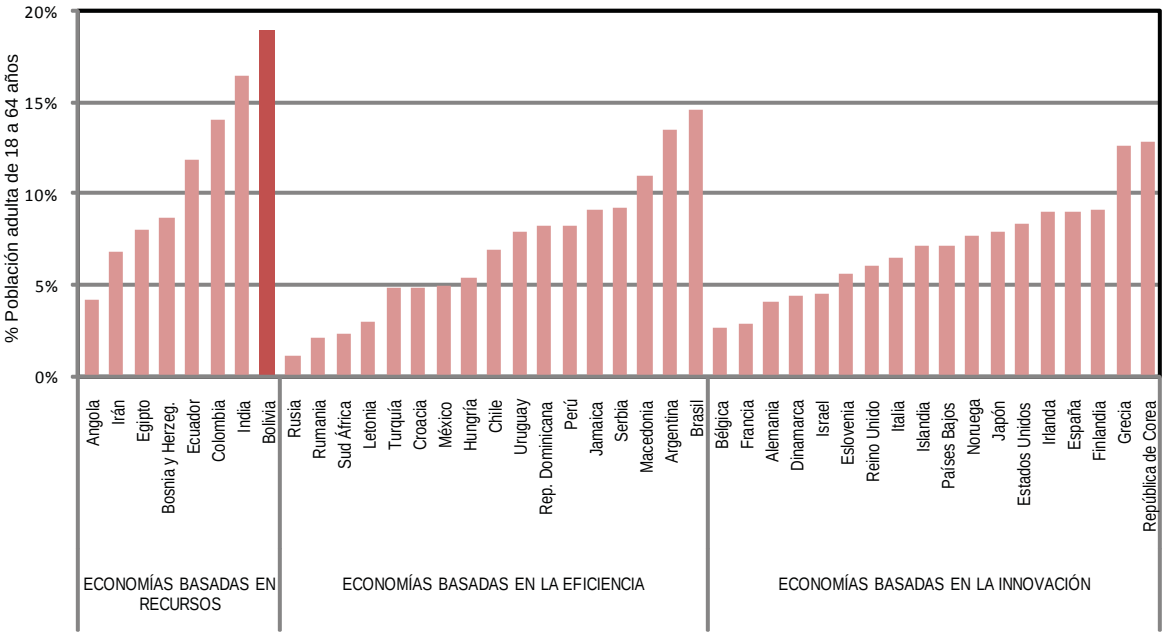
Además de mostrar información referente al TEA, el GEM muestra un indicador respecto a la cantidad de población económicamente activa con emprendimientos establecidos, es decir, emprendimientos con una antigüedad mayor a 3.5 años. La Figura 3.3. nos muestra este indicador, observándose nuevamente que los países de menor desarrollo relativo poseen mayor cantidad de su población en emprendimientos establecidos. Se observa ademàs que también en este indicador Bolivia es el país con el más alto nivel, 19.1%, seguido por India, Brasil, Colombia y Argentina.

Figura 3.2. : Actividad emprendedora en Etapas Iniciales y PIB per cápita en el 2008.



Fuente: Reporte GEM 2008.

Figura 3.3. Porcentaje de propietarios de negocios establecidos para los 43 países según fase de desarrollo económico en el 2008.

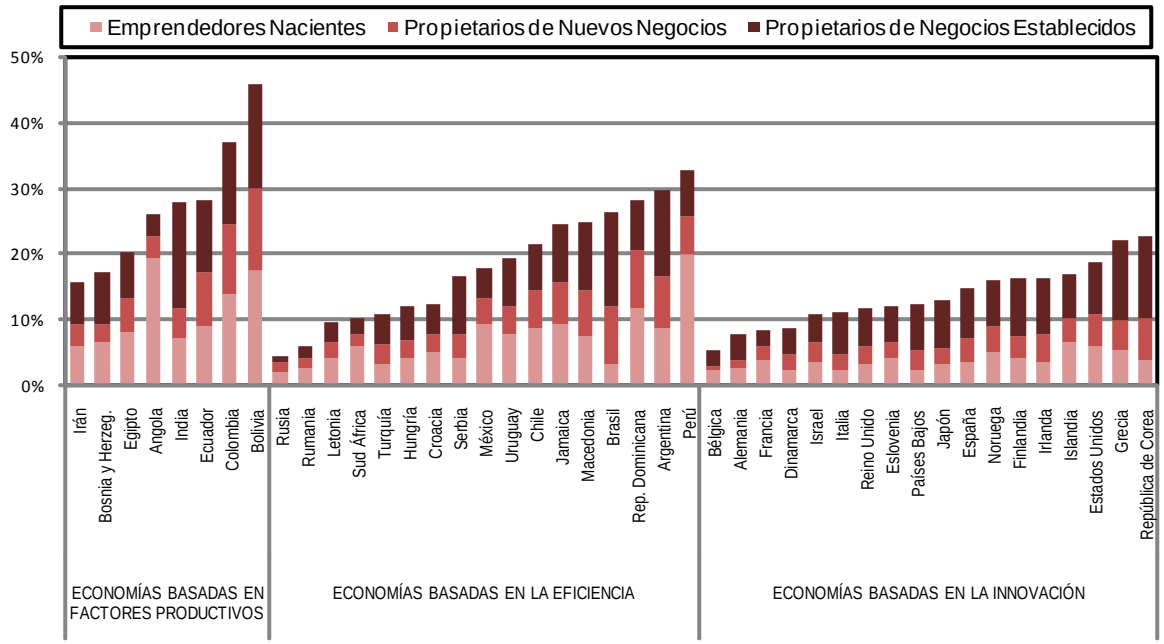


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

La información anterior permite construir la Figura 3.4., en la cual se puede observar el total de la actividad emprendedora en cada país, dividida por todas las categorías anteriormente establecidas.

Este dato se obtiene sumando las personas entre los 18 a 64 años de edad comprometidas en emprendimientos nacientes más los propietarios de nuevos emprendimientos más los propietarios de emprendimientos establecidos (es decir, con más de 3.5 años de antigüedad).

Figura 3.4. Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora en el 2008.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

En la Figura 3.4. se observa que los países con economías impulsadas por recursos registran, en general, una mayor cantidad de población involucrada en actividades emprendedoras. Pero además se observa que Bolivia es el país de mayor actividad emprendedora entre los 43 países que participaron en la investigación, con aproximadamente el 45% de su población desarrollando actividades emprendedoras. Le siguen posteriormente Colombia y Perú.

Por otra parte y respecto a la composición existente entre emprendimientos en etapas iniciales y empresas establecidas, en forma general se observa que los países con mayores niveles de ingreso (economías impulsadas por innovación) registran una mayor cantidad de población con actividad emprendedora en negocios establecidos, mientras que, con excepción de India, los países con economías impulsadas por recursos tienen mayor cantidad de población en actividades emprendedoras en etapas iniciales.

Existen diversas formas de interpretar estos resultados. Una es que la actividad emprendedora inicial es muy importante, pues muestra la dinámica emprendedora que alimenta el crecimiento económico de un país y la propia renovación de la actividad económica ya establecida. Sin embargo, este fenómeno será real en la medida en que tales emprendimientos signifiquen un auténtico aporte de innovación para las actividades económicas.

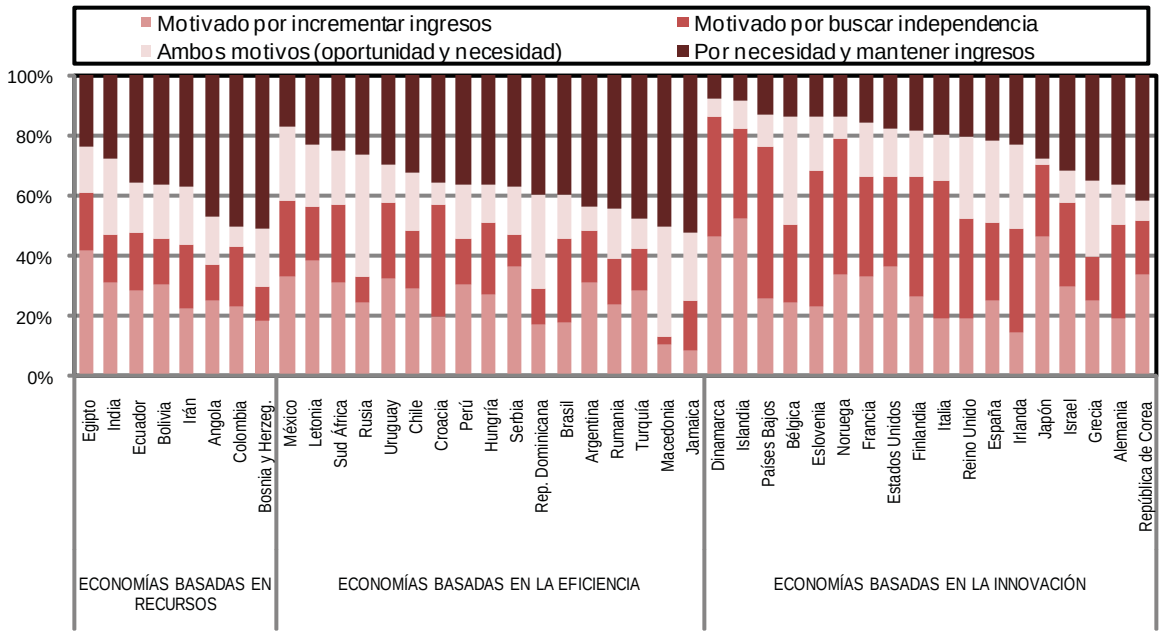
Por otra parte, si bien puede no existir una importante actividad emprendedora naciente, es posible que los pocos nuevos emprendimientos sean de gran calidad, tanta como para renovar la economía, pero que además se desarrollen en el interior de las empresas existentes, bajo la forma de lo que se conoce como “intrapreneurship”.

3.1. Motivacion para emprender

Dentro la dinámica emprendedora de un país, la actividad de identificar la oportunidad de negocio es crucial. En general se considera que reconocer oportunidades está al comienzo del proceso del emprendimiento, y que implica no sólo la identificación de una idea de negocio sino la evaluación de la misma e, incluso, la planificación del establecimiento de una empresa que logre capturar los beneficios de esa oportunidad. Por lo tanto, la identificación de la oportunidad y la creación de una empresa es más bien un actividad que evoluciona a lo largo del tiempo (Hills y Singh, 2004).

El GEM indaga en las razones que llevan a los emprendedores a crear una nueva empresa. En forma general, los individuos pueden declarar que empiezan un emprendimiento motivados por el reconocimiento de una oportunidad o porque no tienen otra opción laboral.

Figura 3.5. Motivación para emprender en etapas iniciales (TEA) en los 43 países según fase de desarrollo económico en el 2008.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Aquéllos que afirman haber sido motivados por la presencia de una oportunidad deben precisar entre las siguientes dos causas: el deseo de independencia y el deseo de incrementar sus ingresos en relación al empleo actual. Por otra parte, los emprendedores por necesidad son quienes declaran haber emprendido por no tener otro medio para subsistir, y también los que lo hicieron para mantener sus ingresos. Se considera que emprender para "mantener el ingreso" no es una legítima manifestación de emprendimiento por oportunidad, y que está más cerca del que se realiza por necesidad.

Con estas definiciones previas, en la Figura.3.5. se observa que la motivación para emprender por oportunidad prevalece en los países con economías impulsadas por la innovación y que, en cambio, en las economías impulsadas por recursos ésta es menor que la motivación por necesidad.

En el caso de Bolivia se observa que la motivación por necesidad es mayor a la de oportunidad, situación comparable a lo que ocurre en Ecuador y Perú.

En cambio, en los países con economías impulsadas por innovación, la motivación para emprender es claramente por oportunidad y, dentro de ésta, por un deseo de buscar independencia.

Al respecto, la Tabla 3.2. muestra una clasificación por grupos de países en función a su bajo o alto indicador de emprendimiento por oportunidad. Se observa que, con la excepción de México y Uruguay, los países que presentan los mayores indicadores proporcionales de emprendimiento por oportunidad son aquéllos cuyas economías son impulsadas por la innovación y que poseen mayores niveles de ingreso.

Tabla 3.2.: Proporción de emprendimientos en etapas iniciales motivados por reconocimiento de oportunidad.

Grupo 1: Más de 50% oportunidad	
País	%
Dinamarca	86.10
Islandia	82.23
Noruega	78.82
Países Bajos	76.44
Japón	70.09
Eslovenia	68.19
Estados Unidos	66.52
Francia	66.03
Finlandia	65.90
Italia	64.88
Egipto	61.06
México	58.43
Israel	57.47
Uruguay	57.30
Croacia	56.93
Sud África	56.63
Letonia	56.18
Reino Unido	52.09
Korea	51.73
España	51.16
Hungría	50.88
Alemania	50.51
Bélgica	50.33

Grupo 2: Menos de 50% oportunidad	
País	%
Irlanda	48.92
Chile	48.61
Argentina	48.16
Ecuador	47.81
India	46.95
Serbia	46.72
Bolivia	**45.94**
Brasil	45.72
Perú	45.71
Irán	43.99
Colombia	42.75
Turquía	42.54
Grecia	39.66
Rumania	39.00
Angola	37.19
Rusia	33.16
Bosnia y Herzegovina	29.99
República Dominicana	28.86
Jamaica	25.39
Macedonia	13.45

Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Aun así, el GEM considera que puede haber una sobrestimación en los indicadores de motivación por oportunidad, especialmente en los países latinomericanos.

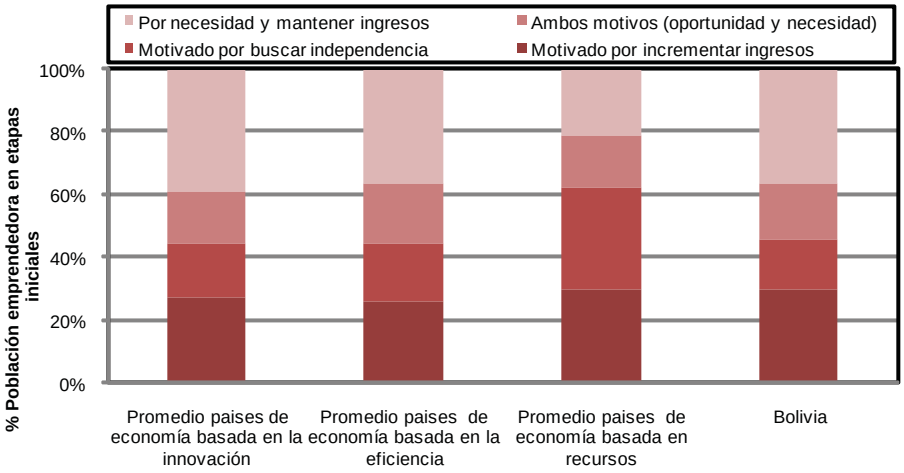
Finalmente, en la Figura 3.6. se observa el tipo de motivación para emprender prevaleciente en los países, según las etapas de desarrollo económico en que se encuentran, comparándolo además con el caso de Bolivia.

Una vez más se comprueba que, en promedio, en los países con economías impulsadas por recursos prevalece el emprendimiento por necesidad y que la motivación para emprender por oportunidad se basa prioritariamente en la búsqueda de incrementar ingresos. En el otro extremo, en los países con economía impulsada por innovación la principal motivación para emprender es el reconocimiento de oportunidades, a su vez guiada por la búsqueda de independencia. Bolivia tiene un comportamiento emprendedor en línea con países con las economías semejantes, en las cuales predomina el emprendimiento por necesidad, que de esta manera se convierte en un amortiguador del desempleo.

En resumen, los países de bajos ingresos tienen una gran parte de su población emprendiendo como forma de autosostenerse y por lo tanto la actividad emprendedora está basada en empresas muy pequeñas o en autoempleo. A medida que el país se desarrolla, las medianas y grandes empresas se van consolidando y tienen un rol más activo en la economía, logrando generar empleos que atraen a más personas. Adicionalmente, algunos países o regiones, al seguir desarrollándose, han sido capaces de crear un entorno favorable al emprendimiento, una base de capital humano y gran cantidad de conocimientos, lo que les permite entrar a sectores que requieren de productos y servicios más innovadores. Y es aquí cuando las oportunidades de negocios comienzan a crecer y pueden convertirse en el motor del desarrollo del país, a través de la creación de nuevas empresas que están insertas en sectores o industrias más intensivas en conocimiento.

Existen también otros factores que determinan el nivel de actividad emprendedora, y que dependen de variables demográficas, culturales o institucionales (Wennekers, 2006).

Figura 3.6. Motivación de los emprendedores de Bolivia y países GEM según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

4. Aspiración del emprendedor

En el presente capítulo se presenta la aspiración de los emprendedores bolivianos. En el modelo GEM ésta se comprende a partir de las expectativas de alto crecimiento, de la innovación de los emprendimientos basados en la combinación de mercado-productos nuevos, de la utilización de nuevas tecnologías o nuevos procesos, y del potencial de expansión de mercados.

4.1. Actividad Emprendedora y expectativas de alto crecimiento

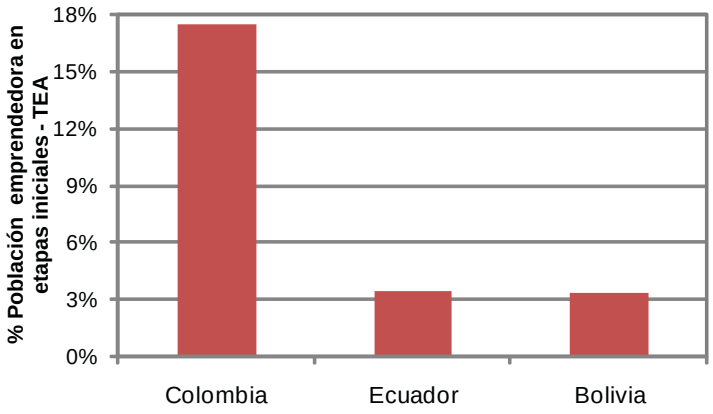
El método GEM posibilita determinar y comprender las aspiraciones de los nuevos emprendimientos en etapas iniciales (emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios) según la expectativa de crecimiento registrada. Para ello se pregunta a los emprendedores en etapas iniciales (TEA) cuántos empleados esperan tener en los siguientes cinco años. El GEM considera la cantidad de 20 empleados o más como expectativa de alto crecimiento en dicho período de tiempo.

Los resultados muestran que en Bolivia el 3.4% de emprendimientos en etapas iniciales TEA manifiestan expectativas de tener 20 o más empleados (Figura 4.1.).

Comparativamente, Bolivia muestra similar resultado que Ecuador y, significativamente, menor que Colombia.

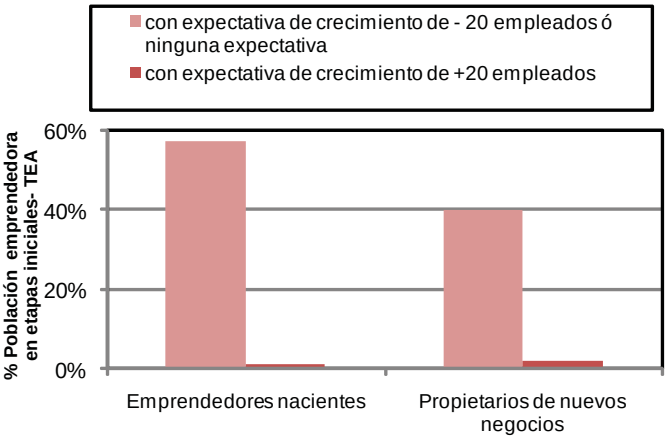
Expresado de otra manera, en Bolivia en los siguientes cinco años (Figura 4.2.) el 96.6% de los emprendedores en etapas iniciales (emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios) tienen expectativa de crecimiento menor a 20 empleados. De ellos los emprendedores nacientes representan un 56.9% y los propietarios de nuevos negocios el 39.7%. Por lo tanto, en Bolivia los emprendimientos iniciales no poseen altas expectativas de crecimiento.

Figura 4.1. Emprendedores en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento en los próximos cinco años, en Bolivia, Ecuador y Colombia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 4.2. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, con expectativas de alto crecimiento en los próximos cinco años en Bolivia.



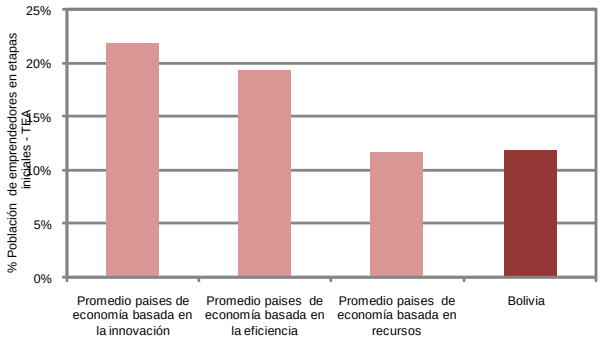
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

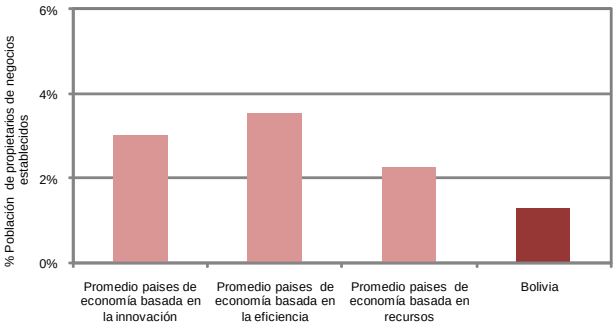
4.2. Actividad emprendedora orientada a la innovación

El término innovación aplicado al contexto de esta investigación, nos refiere a la introducción de nuevos productos o servicios a los mercados. Schumpeter, en 1942, planteó que los emprendedores, son capaces de "romper" el equilibrio en el mercado al introducir nuevos productos o servicios innovadores, y que el efecto de la "destrucción creativa" de la innovación hace que los productos o servicios innovadores desplacen del mercado a las empresas menos productivas y empujen los límites de la productividad, haciendo que ésta avance. Es así que la innovación es un recurso importante por medio del cual las empresas emprendedoras contribuyen al crecimiento económico.

El modelo y método del GEM permite obtener una evaluación acerca de cuál es el "comportamiento de innovación y competitividad" de la actividad emprendedora en etapas iniciales o ya establecidas. Para ello trata dos factores: uno relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio ofrecido por el emprendedor, y otro relacionado a lo competitivo del producto o servicio, comparado con productos o servicios similares en el mercado.

Figura 4.3. Porcentaje de población emprendedora según combinación mercado-producto nuevo de Bolivia y de países según fase de desarrollo económico.





Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Comparativamente, en la Figura. 4.3. se observa que en Bolivia el 11.9% de los emprendimientos en etapa inicial consideran su producto o servicio como innovadores. Este dato es menor en comparación al promedio de países de economías basadas en innovación y eficiencia, pero es prácticamente igual en relación al grupo de países de economías basadas en recursos (11.8%) dentro el cual se encuentra clasificada Bolivia.

En la misma figura se puede observar que el 1.3% de los emprendedores establecidos consideran que su producto o servicio es innovador, dato mucho menor que el de los emprendedores iniciales. Esta información está en línea con la teoría de que los nuevos emprendimientos son la mayor fuente de innovación.

En comparación con Colombia y Ecuador, este resultado es menor (Figura. 4.4.), destacándose la mayor diferencia para los emprendedores en etapas iniciales (TEA).

En Bolivia, los resultados relativos a innovación en emprendimientos en etapas iniciales considerando el sector de la actividad económica (Figura 4.5.) no muestran diferencias significativas entre los sectores extractivos, transformativos y de servicio a negocios, es decir, no existe percepción de mayores innovaciones de productos o servicios. Sin embargo, la relación se diferencia notoriamente cuando se compara éstos sectores con el de servicios al consumidor. Se observa que en todas las actividades económicas se mantiene la baja relación de emprendimientos de productos o servicios innovadores.

Figura 4.4. Porcentaje de población emprendedora según combinación mercado-producto nuevo en Bolivia, Ecuador y Colombia.

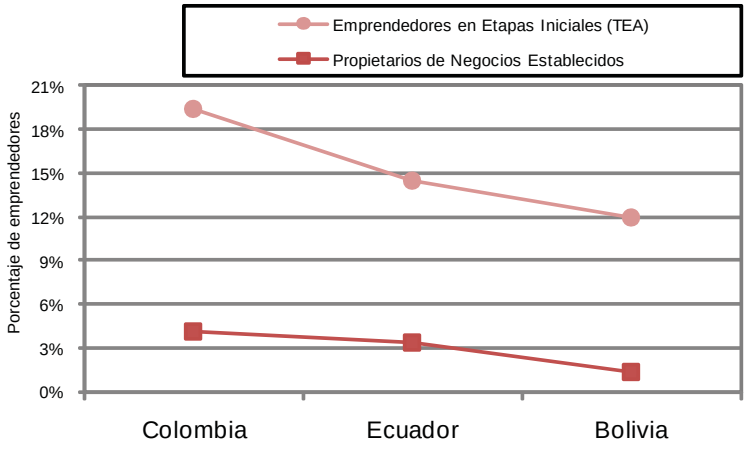
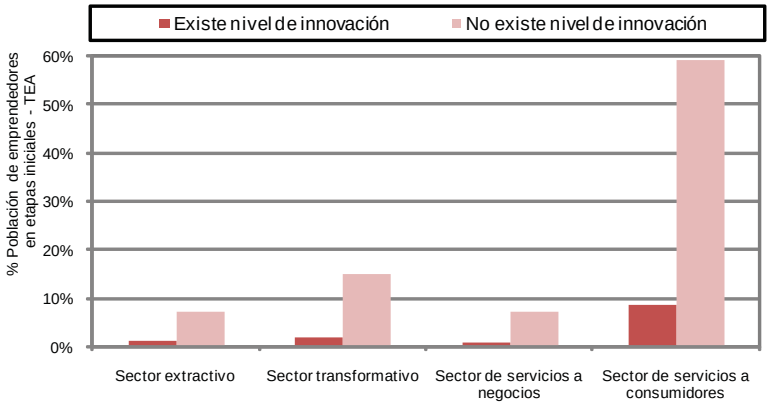
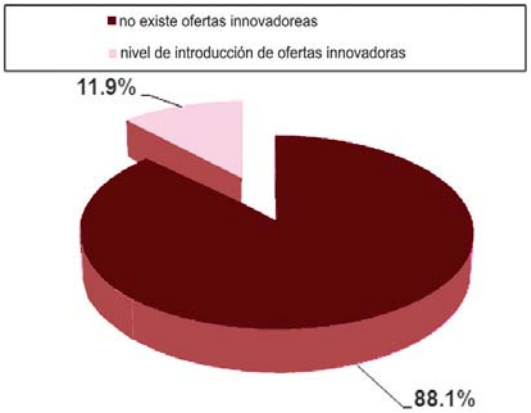


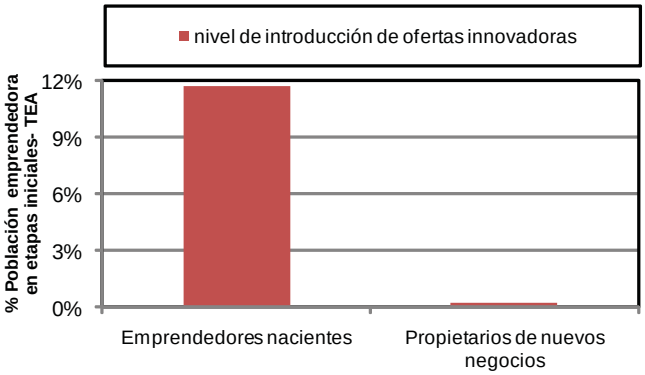
Figura 4.5. Innovación en etapas iniciales de acuerdo a la actividad económica del emprendimiento en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 4.6. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a combinación mercado-producto nuevo en Bolivia.





Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Finalmente, analizando estrictamente las observaciones de emprendimientos en etapas iniciales de acuerdo a su composición (emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios) se observa (Figura 4.6.) que, del 11.9% de innovaciones, 11.6% corresponden a emprendedores nacientes. Es decir, la mayor parte de las personas que desean en un futuro inmediato establecer algún emprendimiento innovativo se encuentra en los emprendedores nacientes.

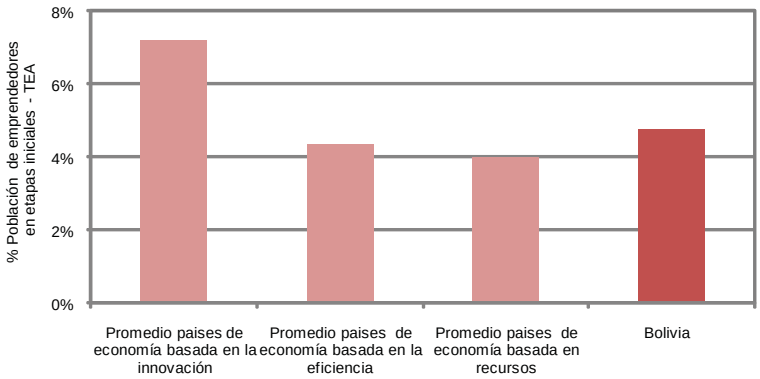
Las observaciones referidas a innovación hechas en Bolivia nos muestran en general pocos casos de emprendedores que basan sus emprendimientos iniciales o establecidos en innovaciones de producto o servicio. Ello puede deberse al escaso avance de la actividad de investigación y desarrollo, al bajo uso intensivo del conocimiento y a la preeminencia de emprendedores por necesidad, que buscan principalmente a través de esta vía su propia sobrevivencia.

4.3. Actividad emprendedora y utilización de nuevas tecnologías

Otro factor analizado por el GEM es la capacidad de los emprendedores de aprovechar nuevas tecnologías de producción o de procesos. En Bolivia (Figura 4.7.), el 4.8% de los emprendedores en etapas iniciales son propensos a la utilización de nuevas tecnologías. Este dato contrasta con los países de economías basados en innovación, en los que los emprendimientos utilizan de una manera más intensiva la tecnología (7.2%).

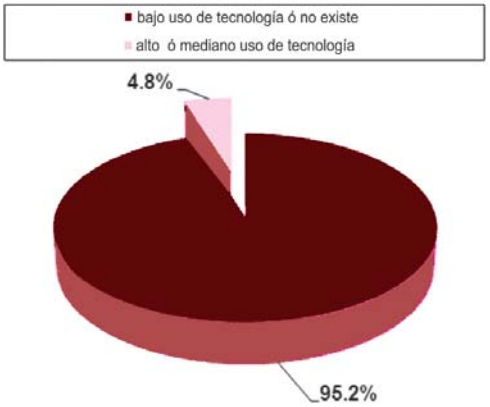
Nuevamente este dato es congruente con la preeminencia en Bolivia de emprendedores por necesidad, en los cuales generalmente no se considera el uso de nueva tecnología o de nuevos procesos.

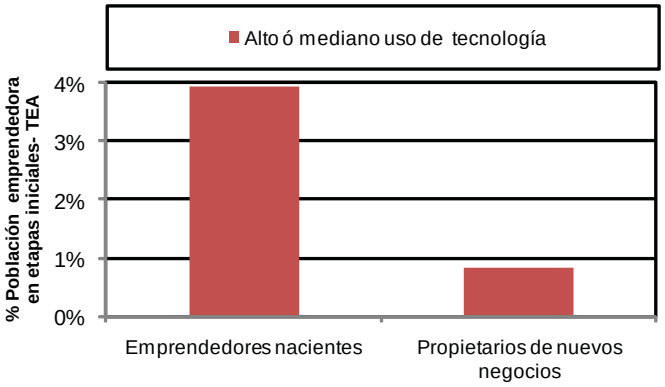
Figura 4.7. Promedio de emprendedores en etapas iniciales de países según fase de desarrollo económico que informan realizar su actividad económica con el uso de tecnología (alta o media) en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 4.8. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios que informan realizar su actividad económica con el uso de tecnología (alta o media) en Bolivia.





Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

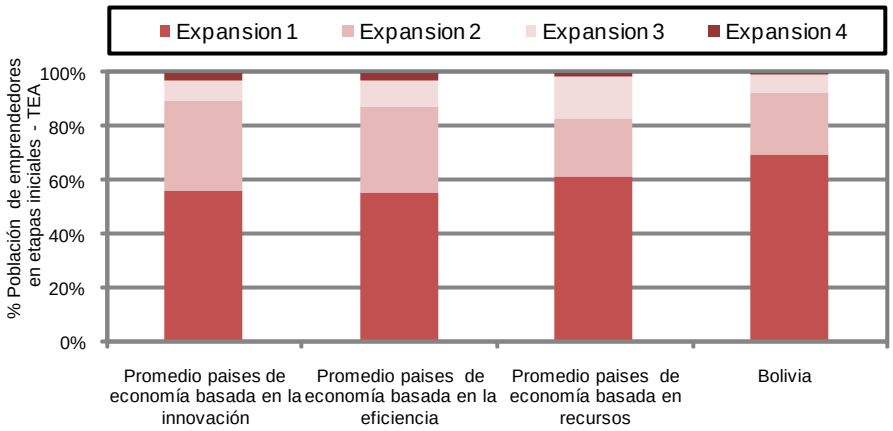
Analizando los emprendimientos en etapas iniciales (Figura 4.8.) de acuerdo a su composición, el 3.9% de los emprendimientos nacientes se basan en el uso de nuevas tecnologías o de procesos; a su vez, los propietarios de nuevos negocios tan solo representan un 0.8%. Esto implica que los emprendimientos que están por arrancar consideran en mayor medida la posibilidad de utilizar tecnología.

En resumen, en Bolivia los emprendedores en etapas iniciales utilizan en muy pocos casos nuevas tecnología o de procesos, y de éstos, los emprendedores nacientes son quienes en mayor magnitud consideran incorporar nuevas tecnologías o de procesos.

4.4. Potencial de expansión de mercado

Para determinar las innovaciones con probabilidades de tener la capacidad de modificar la estructura de un mercado, el modelo GEM construye una escala denominada potencial de expansión, la cual es calculada con base en los siguientes factores: la novedad de productos o servicios ofrecidos, el nivel de competencia esperado, el uso de nueva tecnología y la expectativa de crecimiento.

Figura 4.9. Expectativa de expansión de mercado de la actividad emprendedora inicial de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Esta escala de potencial de expansión de mercados de emprendimientos iniciales se representan en un rango del 1 al 4, en el cual 4 indica el máximo impacto (gran potencial de crecimiento); 3, expansión del mercado usando tecnología (algún potencial de crecimiento con nueva tecnología); 2, expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología (algún potencial de crecimiento sin nueva tecnología); y 1, poca o nula expansión de mercado (sin potencial de crecimiento).

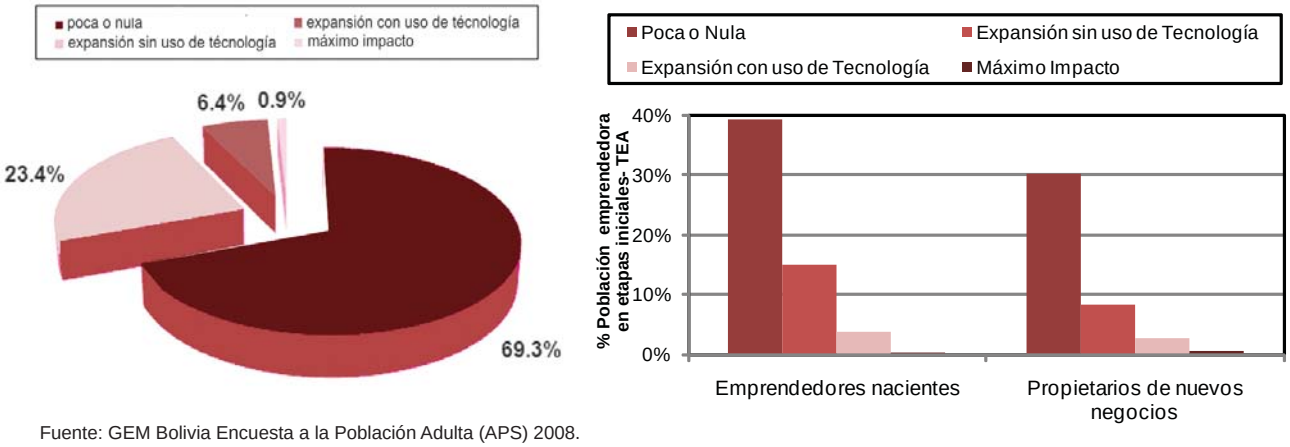
En la Figura 4.9. podemos observar que la mayoría de los emprendimientos iniciales en Bolivia (69.3%) se encuentran en el factor 1; el 23.4% en el factor 2 (los cuales tienden a crecer sobre la base de introducir nuevos productos a nuevos mercados, más que utilizando nuevas tecnologías); el 6.4% se encuentran en el factor 3; y apenas el 0.9% en el factor 4.

Comparativamente, el factor de expansión 1 de Bolivia (69.3%) de emprendedores iniciales, se encuentra por encima del promedio de las economías basadas en innovación (56,7%), basadas en eficiencia (55,8%) e igual manera con países de economías basadas en recursos (61,7%).

En la figura 4.10. observamos que el 69.3% de los emprendedores iniciales se encuentran en el factor 1, de los cuales la mayoría (39.2%) son emprendedores nacientes y el resto (30.1%) son propietarios de nuevos negocios. En el factor 2 (23.4%), el 15.0% son emprendedores iniciales, el 15.0% corresponden a emprendedores nacientes. En el factor 3, de 6.4% de emprendedores iniciales, 3.8% corresponden a emprendedores nacientes y 2.7% a propietarios de nuevos negocios. Finalmente, en el factor 4, del 0.9% de emprendedores iniciales, 0.3% corresponde a emprendedores nacientes y 0.6% a propietarios de nuevos negocios.

Ello significa que en general, en Bolivia los nuevos emprendimientos de productos o servicios no están orientados al crecimiento ni al uso de nuevas tecnologías, el potencial de crecimiento es mínimo para productos o servicios que ya son conocidos por los consumidores, sus mercados implican una dura competencia, utilizan tecnologías estándares y basan su desarrollo en la imitación de productos o servicios existentes.

Figura 4.10. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la expectativa de expansión de mercado en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

5. Perfil del emprendedor

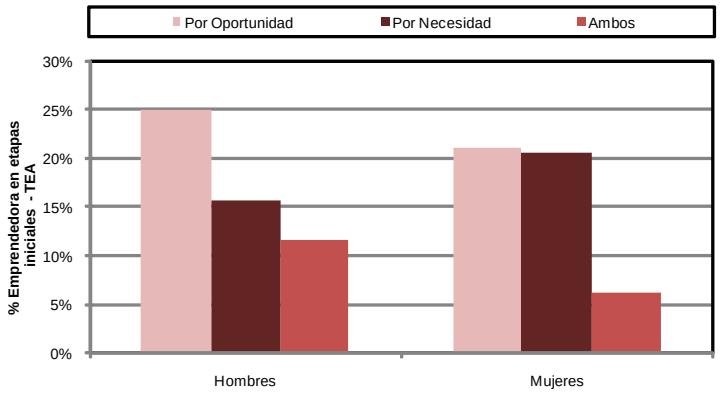
Las características personales de los emprendedores en etapa inicial: género, edad, educación, ingresos y situación laboral, describen en conjunto lo que denominaremos el perfil del emprendedor. En promedio, el perfil del boliviano emprendedor es el de una persona que es ligeramente más probable que sea un hombre de 34 años de edad, con un máximo de 12 años de educación, con ingresos menores a los 2.000 Bolivianos mensuales y que trabaja independientemente en el ámbito de los servicios al consumidor. A continuación se analizarán las variaciones observadas en cada una de estas características.

5.1. Género

La Figura 5.1. permite observar que, del total de emprendedores en etapa inicial identificados en la muestra, 47.7% son mujeres (de la suma de mujeres motivadas por oportunidad, por necesidad y ambos) y 52.2% son hombres (de la suma de hombres motivados por oportunidad, por necesidad y ambos). La diferencia es pequeña aunque se podría indicar que es un poco más probable que el emprendedor boliviano en etapas iniciales sea un hombre antes que una mujer. Donde se observan diferencias más fuertes entre géneros es en la motivación para el emprendimiento. Para los hombres existe una tendencia a ser emprendedores por oportunidad antes que por necesidad, mientras que en el caso de las mujeres, es igualmente probable que su motivación sea por oportunidad o por necesidad.

Las siguientes figuras, 5.2. y 5.3., muestran la misma información pero desglosando la distribución del emprendedor en etapas iniciales en sus dos categorías, la de emprendedor naciente y la de nuevo propietario de negocio, en ambos casos cruzando con la variable género. La Figura 5.2. permite observar que, del total de emprendedores nacientes, 44.7% son mujeres (de la suma de mujeres motivadas por oportunidad, por necesidad y ambos) y 55.2% son hombres (de la suma de hombres motivados por oportunidad, por necesidad y ambos), diferencia que permite señalar que es un poco más probable que un emprendedor naciente sea hombre. También se observa que es más probable que los emprendedores nacientes hombres lo sean por oportunidad antes que por necesidad, inclusive que la motivación sea por oportunidad y necesidad al mismo tiempo, antes que sólo por necesidad. En cambio, en el caso de las emprendedoras nacientes mujeres, es sólo un poco más probable que su motivación sea oportunidad antes necesidad.

Figura. 5.1. Distribución de emprendedores según motivación y género en Bolivia.

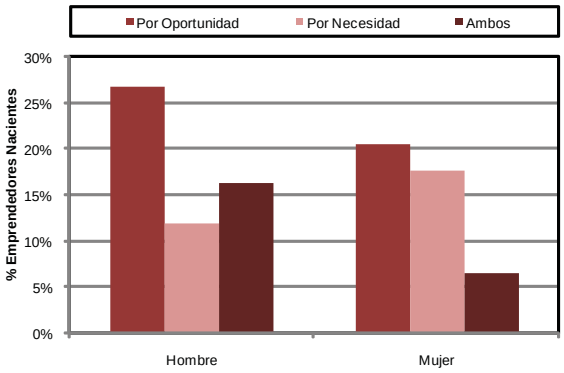


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

La Figura 5.3. permite observar que, del total de emprendedores convertidos en nuevos propietarios de negocios, 52.1% son mujeres (de la suma de mujeres motivadas por oportunidad, por necesidad y ambos) y 48% son hombres (de la suma de hombres motivados por oportunidad, por necesidad y ambos), y que sugiere que es un poco más probable que un propietario nuevo sea mujer antes que hombre. Asimismo, el propietario de un nuevo negocio motivado por la oportunidad puede ser con igual probabilidad de cualquiera de los dos géneros; en cambio, cuando la motivación es la necesidad, es un poco más probable que el emprendedor sea mujer.

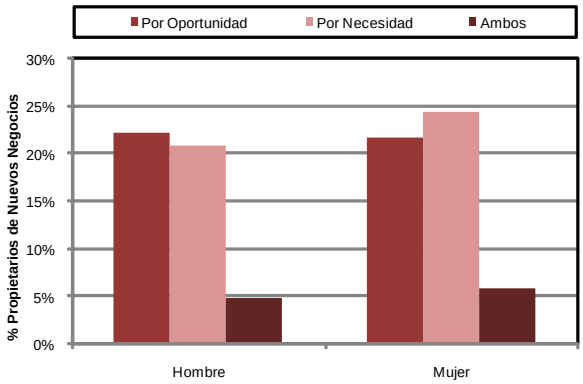
La comparación del género de los emprendedores en etapas iniciales con los propietarios de negocios establecidos es también ilustrativa. La Figura 5.4. muestra que existen más personas de ambos sexos que son emprendedores iniciales que los que ya están establecidos. Se podría decir que el género no es una variable significativa para explicar cuántos emprendedores iniciales podrán lograr una empresa establecida.

Figura 5.2. Distribución de emprendedores nacientes según motivación y género, en Bolivia.



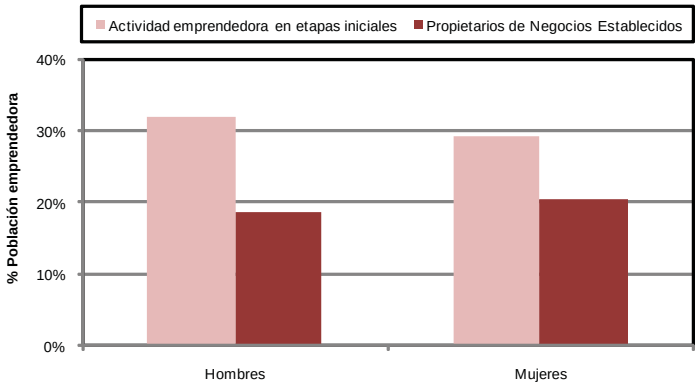
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.3. Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación y género, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.4. Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según género, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

En comparación con otros países y para el caso particular de las actividades emprendedoras en su etapa inicial, la Figura 5.5. muestra que el impacto del género sobre la actividad emprendedora en Bolivia no es muy diferente al de muchas naciones latinoamericanas, como Perú, Ecuador, Brasil y México.

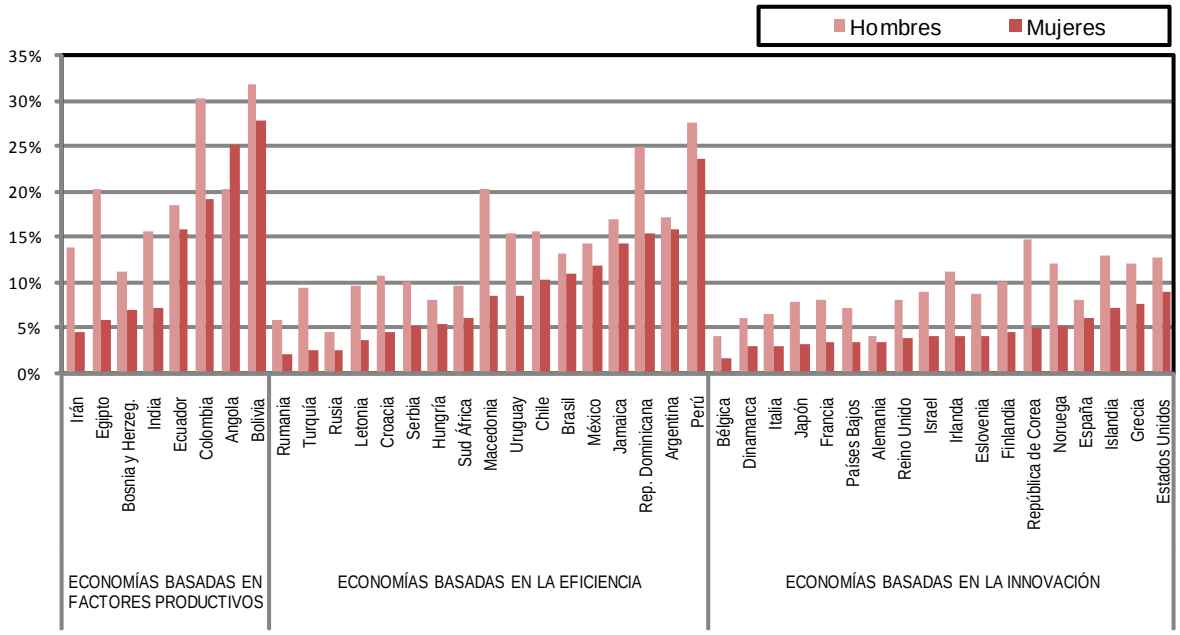
Donde sí se observan diferencias sustanciales en cuanto al género es en el sector económico en el que se desenvuelven los empresarios. El Cuadro 5.1. muestra que las mujeres tienden a concentrarse en las actividades de servicios al consumidor (principalmente hoteles, restaurantes y comercio al por menor), tanto en la etapa emprendedora inicial (81.6%) como cuando las empresas ya están establecidas (76.5%). En cambio, en el caso de los hombres, si bien la mitad de ellos también se concentra en la actividad de servicios al consumidor (54% en la etapa emprendedora inicial y 50.4% en la de propietarios de negocios establecidos), la otra mitad encuentra atractivo desarrollarse en actividades relacionadas con transformación (manufactura), el sector extractivo y servicio a empresas.

Cuadro 5.1. Sectores económicos de los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según género en Bolivia.

	Actividad emprendedora en etapas iniciales		Propietarios de Negocios Establecidos	
	Hombres %	Mujeres %	Hombres %	Mujeres %
Sector Extractivo	12.3	3.8	21.0	7.0
Sector Transformativo	23.6	8.9	22.8	13.5
Servicios a Empresas	10.1	5.7	5.7	3.0
Servicios al consumidor	54.0	81.6	50.4	76.5

Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.5. Tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA), de países según fase de desarrollo económico y género.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

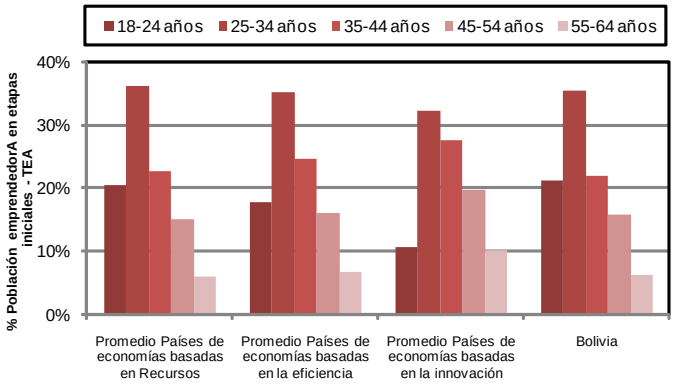
5.2. Edad

La Figura 5.6. muestra que en la etapa inicial del emprendimiento Bolivia tiene una distribución de edades típica de los países de economías basadas en recursos. La mayoría de los emprendedores bolivianos (78.5%) se encuentra en el rango de 18 a 44 años de edad, dentro del cual lo más frecuente es el rango específico de 25 a 34 años de edad (35%). La media y la mediana de la distribución de edades es de 34.6 y 32 años, respectivamente. Similar comportamiento en cuanto a la distribución de edades es posible observar en cuanto a los propietarios de empresas establecidas, tal como se puede comprobar en la Figura 5.7.

La mayoría de los bolivianos propietarios de empresas establecidas (77.4%) se encuentra en el rango de 25 a 54 años de edad, dentro del cual lo más frecuente es el rango específico de 35 a 44 años de edad (29.6%). En este caso, la media y la mediana de la distribución de edades es de 41.8 y 42 años, respectivamente. Es natural que los nuevos emprendedores sean en promedio más jóvenes que los propietarios de empresas establecidas.

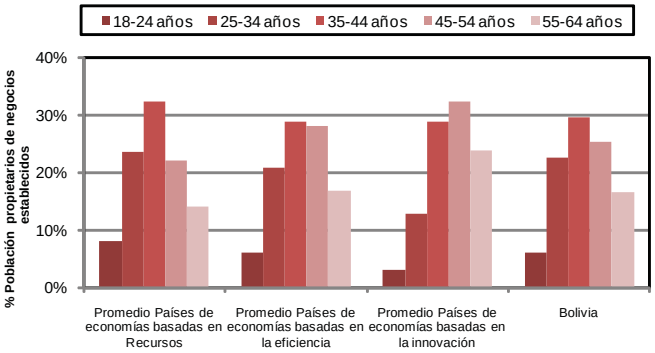
Analizando el caso específico de los emprendedores iniciales, en la Figura 5.8. se puede observar que la motivación de oportunidad es dominante en los emprendedores situados en el rango de 18 a 34 años de edad, lo que no ocurre en edades posteriores.

Figura 5.6. Distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países por fase de desarrollo económico, según rango de edades.



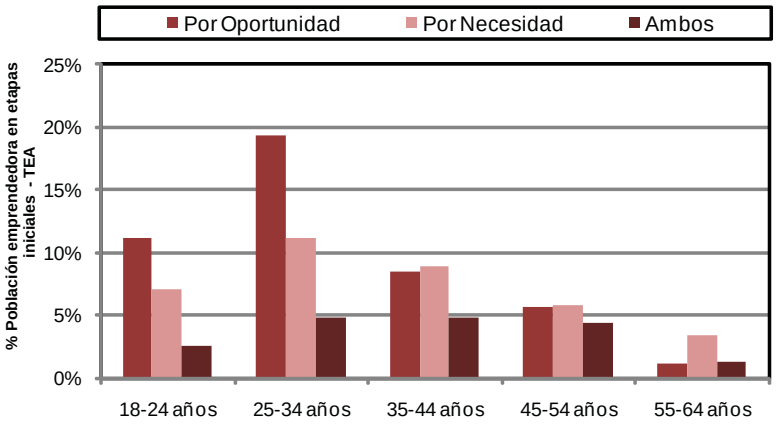
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.7. Distribución de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países por fase de desarrollo económico, según rango de edades.



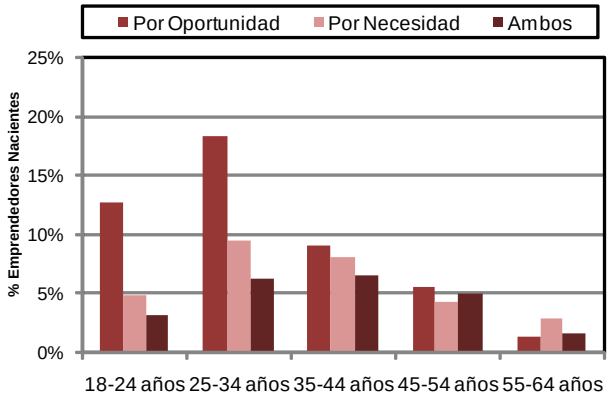
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura. 5.8. Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación y edad, en Bolivia.



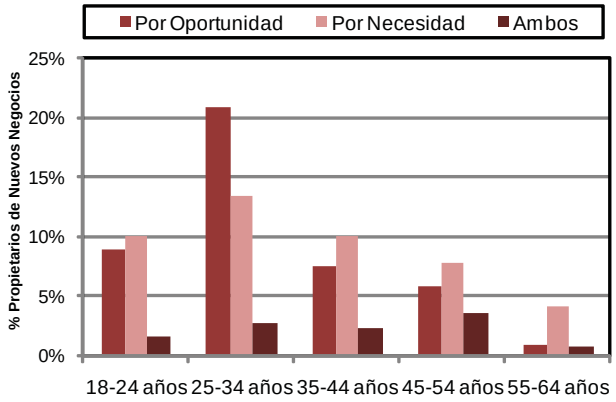
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.9. Distribución de emprendedores nacientes según motivación y edad, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.10. Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación y edad, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

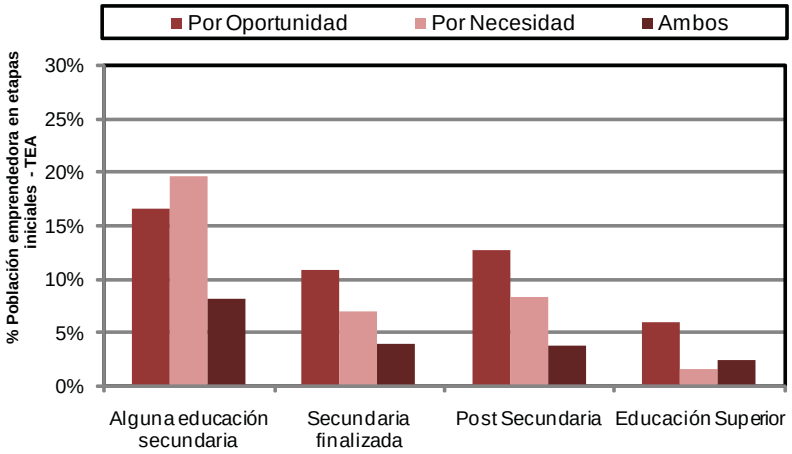
Las Figuras 5.9. y 5.10. muestran la misma información, pero desglosada en emprendedores nacientes y propietarios nuevos. En el primer caso, la oportunidad es la razón del emprendimiento en el rango de edad de 18 a 34 años, mientras que en el segundo la oportunidad es el motivo para el emprendimiento sólo para el rango entre 25 a 34 años de edad, siendo el motivo por necesidad el preponderante para todas las edades posteriores.

5.3. Nivel educativo

La Figura 5.11. muestra que una importante proporción de los emprendedores en etapas iniciales (44.2%) sólo cuentan con alguna educación secundaria (de la suma de emprendedores con alguna educación secundaria motivados por oportunidad, por necesidad y ambos).

Si a éstos se suma la proporción de emprendedores que terminaron su educación secundaria, se obtiene a la mayoría de los emprendedores (65.7% de la suma de emprendedores con alguna educación secundaria y secundaria finalizada motivados por oportunidad, por necesidad y ambos). Este resultado contrasta con la menor proporción de emprendedores que cuentan con educación post secundaria, y más aun con los que han recibido algún tipo de educación superior (34.3% sumando emprendedores con educación post secundaria y educación superior motivados por oportunidad, por necesidad y ambos). Se podría decir que en Bolivia es más probable que un emprendedor en etapas iniciales sea una persona que haya alcanzado como máximo los 12 años de educación. La figura también permite verificar que, en promedio, la motivación de los emprendedores con menor grado de educación (sólo alguna educación secundaria) es la necesidad.

Figura. 5 11. Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación y educación, en Bolivia



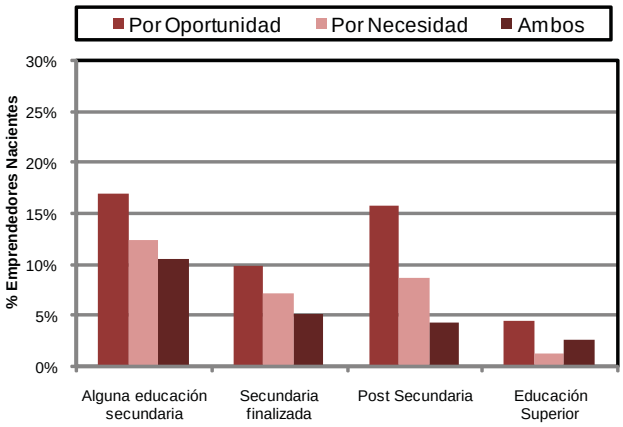
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Pero si se suma a todos los que alcanzaron como máximo los 12 años de educación, la motivación por oportunidad o necesidad tiende a tener la misma importancia. A su vez, se observa que, en promedio, la motivación de los emprendedores con mayor grado de educación (post secundaria y superior) es la oportunidad.

La Figura 5.12. al sumar a los emprendedores nacientes motivados por oportunidad, por necesidad y ambos muestra que 40% de los emprendedores nacientes sólo tuvieron alguna educación secundaria escolar, los que, sumados al 22.4% de quienes lograron terminar la secundaria, totalizan 62.4% de los emprendedores nacientes que cuentan con educación secundaria completa o parcial. Ésta es la principal característica de los emprendedores nacientes bolivianos, son personas que cuentan con un máximo de 12 años de educación. Esta observación contrasta con el hecho de que sólo el 37.6% de los emprendedores nacientes cuenta con más de 12 años de educación, la gran mayoría de ellos sólo con educación post secundaria (28.9%) y una pequeña minoría con educación superior (8.7%). Se podría decir que en Bolivia la mayor educación no presenta correlación positiva con una mayor cantidad de emprendedores nacientes. En forma consistente, la figura también revela que, independientemente del grado de educación alcanzado por el emprendedor naciente, la motivación que éste declara para crear una empresa es siempre la oportunidad antes que la necesidad.

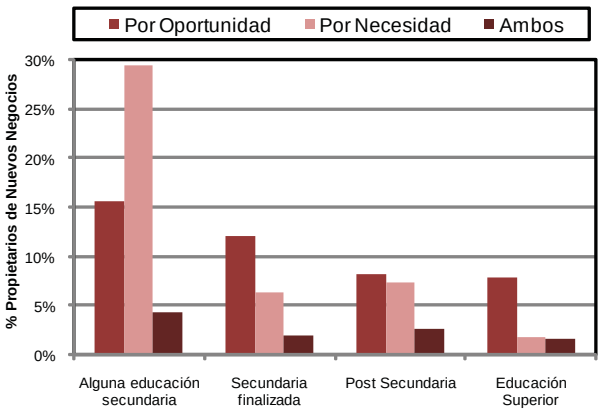
La Figura 5.13. al sumar a los propietarios de nuevos negocios motivados por oportunidad, por necesidad y ambos muestra que 49.6% de los emprendedores propietarios de nuevos negocios sólo tuvieron alguna educación secundaria escolar, los que, sumados al 20.5% de quienes lograron terminar la secundaria, totalizan 70.1% de propietarios nuevos

Figura 5.12. Distribución de emprendedores nacientes según motivación y educación, en Bolivia.



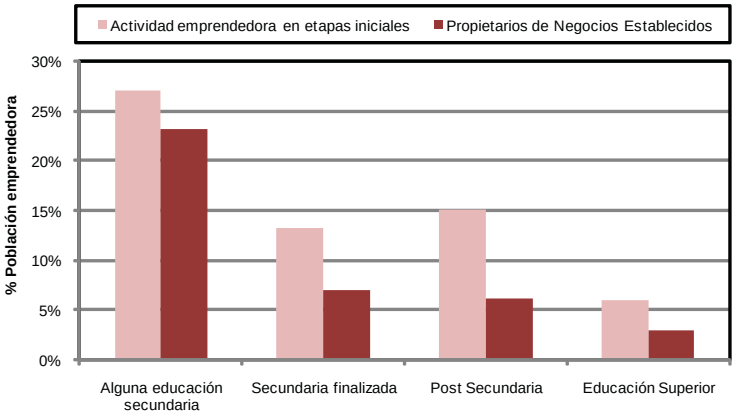
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.13. Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación y educación, en Bolivia.



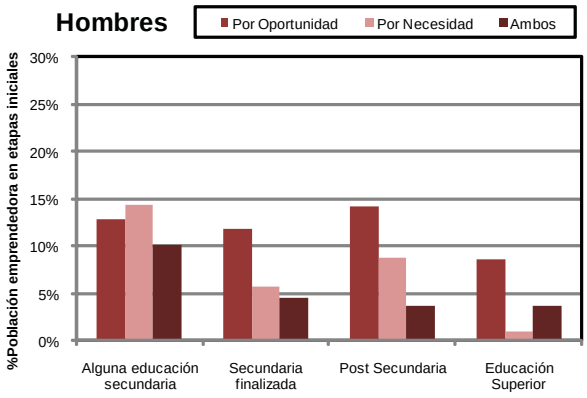
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

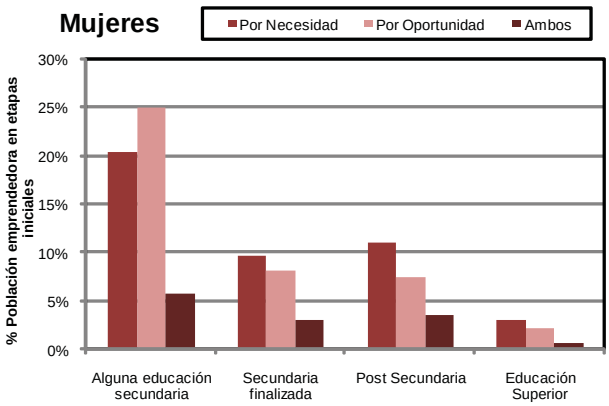
Figura 5.14. Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según nivel educativo, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.15 Diferencias en las motivaciones para emprender según educación y género, en Bolivia.





Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

que cuentan con un máximo de 12 años de educación escolar. Por el contrario, sólo el 29.8% de los emprendedores nacientes cuenta con un nivel educativo superior a 12 años, de los cuales la mayoría de ellos tienen educación post secundaria (18.3%) y sólo una minoría educación superior (11.5%).

Aquí también se podría decir que en Bolivia la mayor educación no presenta correlación positiva con mayor cantidad de propietarios nuevos. La misma confirmación se puede encontrar en cuanto a la motivación, pues en la mayoría (29.5%) de los propietarios nuevos que sólo cuentan con alguna educación secundaria es la necesidad antes que la oportunidad el motivo del emprendimiento, lo cual deja de ser verdad cuando el encuestado tiene más años de educación.

La Figura 5.14. muestra que la mayoría de los empresarios establecidos (59.3%) sólo cuenta con alguna educación secundaria, mientras que el resto (40.7%) ha recibido algún tipo de educación superior, sea educación secundaria completa, post secundaria o educación superior.

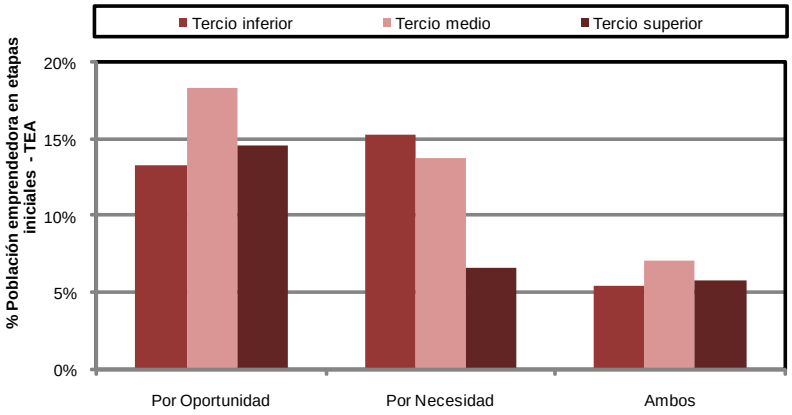
La Figura 5.15. (de la suma de emprendedores en etapas iniciales motivados por oportunidad, por necesidad y ambos) muestra la desventaja de las mujeres emprendedoras frente a los hombres en cuanto a educación. La mitad de ellas (51.1%) sólo cuentan con alguna educación secundaria y su motivación es la necesidad antes que la oportunidad, mientras que la mayoría de los hombres tiene, ya sea educación secundaria completa, educación post secundaria o educación superior (62.6%), y su motivación principal es la oportunidad.

5.4. Nivel de ingresos

¿Cuál es el segmento de ingresos de los emprendedores bolivianos? ¿Se cumple la hipótesis de que a mayor nivel de ingreso mayor número de emprendedores por oportunidad y a menor ingreso mayor número de emprendedores por necesidad? La Figura 5.16. (de la suma de emprendedores en etapas iniciales motivados por oportunidad, por necesidad y ambos) muestra que, del total de emprendedores identificados en la muestra, 34% de ellos se encuentran en el tercio inferior de ingresos (menor o igual a 1000 Bs. por mes), 39.1% en el tercio medio (entre 1001 a 2000 Bs. por mes) y 26.8% en el tercio superior (más de 2001 Bs. por mes). Este resultado sugiere que en general la mayoría de los emprendedores bolivianos no provienen del segmento superior de ingresos, sino del medio y del inferior. La misma figura muestra que, del total de los emprendedores motivados por una oportunidad (46.2%), una mayor proporción provienen del segmento medio de ingresos, antes que del superior. También se observa que, del total de emprendedores movidos por la necesidad (35.6%), una mayor proporción provienen del segmento inferior y luego del medio, antes que del segmento superior de ingresos. Esto último es más consistente con lo que se esperaría encontrar.

Desglosando la información por etapa de emprendimiento, la Figura 5.17. (de la suma de emprendedores nacientes motivados por oportunidad, por necesidad y ambos) muestra que el 31.6% del total de emprendedores nacientes identificados en la muestra se encuentran en el tercio inferior de ingresos,

Figura. 5.16. Distribución de emprendedores en etapas iniciales según motivación e ingreso, en Bolivia.

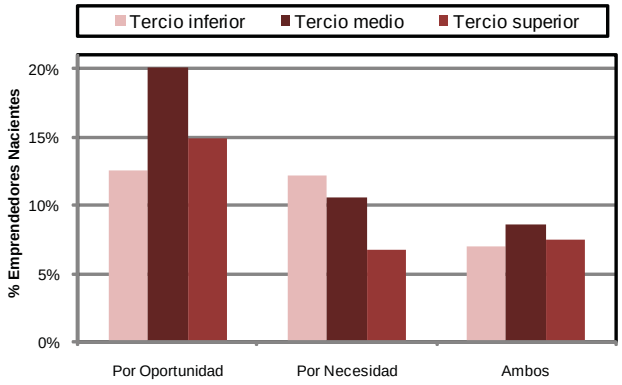


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

39.3% en el tercio medio y 29.1% en el tercio superior. Este resultado sugiere que en general la mayoría de los emprendedores nacientes bolivianos no provienen del segmento superior de ingresos, sino del medio y del inferior. La figura también muestra que, del total de los emprendedores nacientes motivados por una oportunidad (47.6%), una mayor proporción provienen del segmento medio de ingresos, antes que del superior. Se observa finalmente que, del total de los emprendedores nacientes por necesidad (29.4%), una mayor proporción provienen del segmento inferior y luego del medio, antes que del segmento superior de ingresos. También en este caso se debe decir que este resultado es más consistente con lo que se esperaría encontrar.

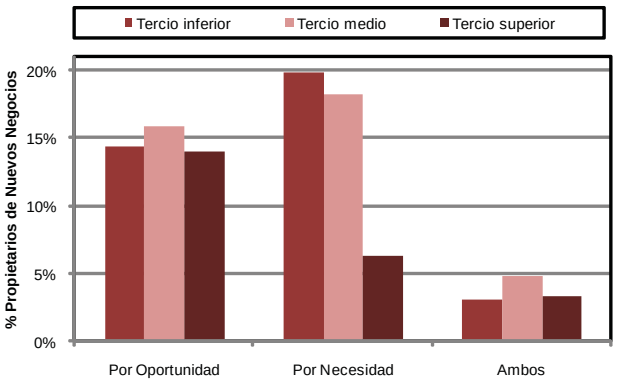
La Figura 5.18. (de la suma de propietarios de nuevos negocios motivados por oportunidad, por necesidad y ambos) muestra que el 37.4% de los emprendedores propietarios de nuevos negocios se encuentran en el tercio inferior de ingresos, 39% en el tercio medio y 23.7% en el tercio superior. Del mismo modo, este resultado sugiere que, en general, la mayoría de los propietarios de nuevos negocios bolivianos no provienen del segmento superior de ingresos, sino del medio y del inferior. La figura revela además que, del total de los propietarios de nuevos negocios por oportunidad (44.4%), la diferencia de las proporciones de quienes provienen de cualquiera de los segmentos de ingresos no es significativa. También se observa que, del total de los propietarios de nuevos negocios por necesidad (44.4%), una mayor proporción provienen del segmento inferior y luego del medio, antes que del segmento superior de ingresos. Esto último también es más consistente con lo que se esperaría encontrar.

Figura 5.17. Distribución de emprendedores nacientes según motivación e ingreso, en Bolivia.



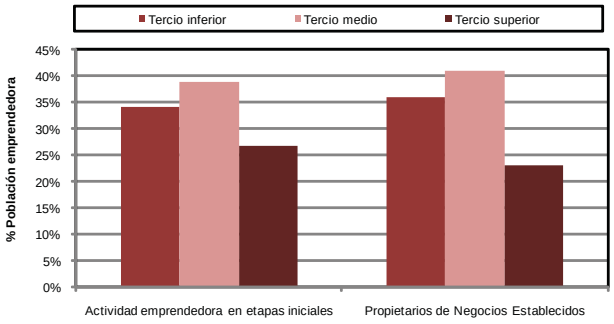
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.18. Distribución de propietarios de nuevos negocios según motivación e ingreso, en Bolivia.



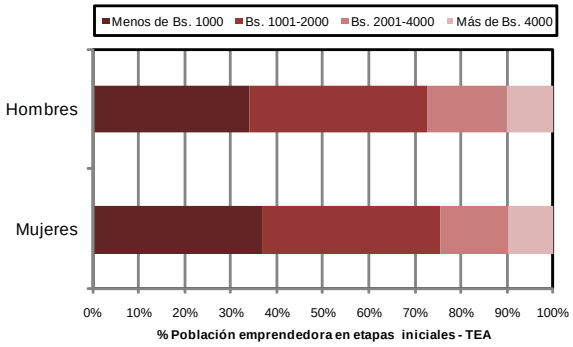
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.19. Porcentaje de la población involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos según nivel de ingreso, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.20. Distribución de emprendedores en etapas iniciales según nivel de ingreso y género, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Se debe recordar que el GEM cree que existe una sobreestimación en quienes declararon que su motivación es la oportunidad.

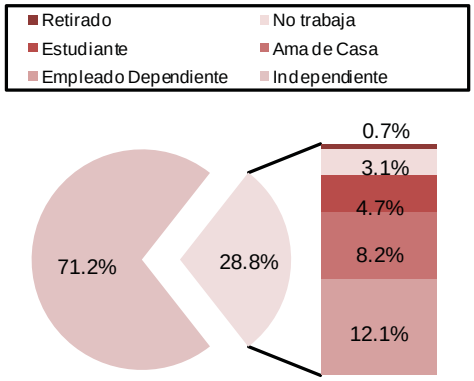
En forma complementaria, la Figura 5.19. muestra que, mientras la mayoría de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran en los niveles de ingreso medio e inferior (73.2%), la mayoría de los propietarios de empresas establecidas también pertenecen a los niveles de ingreso medio o inferior (76.9%). Se podría decir que en Bolivia es menos probable que tanto un emprendedor en etapa inicial como un propietario establecido pertenezca al nivel de ingreso superior.

La Figura 5.20. muestra que la proporción entre hombres y mujeres emprendedores en etapas iniciales que provienen del segmento medio de ingreso es igual. Las diferencias se observan en los ingresos inferior y superior, pues en el primer caso la proporción de mujeres es ligeramente mayor al de los hombres y en el segundo caso ocurre lo contrario.

5.5. Situación laboral de los emprendedores

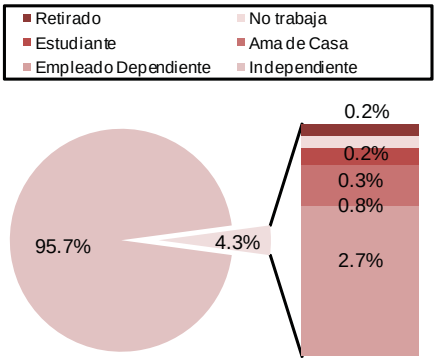
El Cuadro 5.2. muestra que la mayoría de los emprendedores en etapas iniciales (71.2%) provienen del grupo que se clasifica como independiente, es decir, son personas que se autoemplean. Desglosando por la etapa en la que se encuentra

Figura 5.21. Distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales según tipo de empleo, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 5.22. Distribución de propietarios de negocios establecidos según tipo de empleo.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

el emprendedor, el resultado es similar: 60.2% de los emprendedores nacientes se consideran independientes y 86.8% de los propietarios de nuevos negocios se consideran independientes. Éstos son porcentajes que opacan cualquier otra situación laboral en la que puedan encontrarse los emprendedores bolivianos, como ser empleado, retirado, ama de casa, estudiante o que no trabaje. En el caso de los emprendedores nacientes se observa que las situaciones laborales que siguen en importancia son los dependientes (16.4%) y las amas de casa (11.3%).

En cambio, en el caso de los propietarios de nuevos negocios no se observan otras situaciones laborales de importancia.

En cuanto a la motivación del emprendedor naciente que es independiente, la mayoría de ellos (25.1%/60.2%) considera que su motivación fue la oportunidad de negocio. En cambio en el caso de los propietarios de nuevos negocios independientes, la mayoría de ellos (41.4%/86.8%) considera que su motivación fue la necesidad.

El resultado no cambia al comparar la situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales con los propietarios de empresas establecidas, como muestra la Figura 5.21. La gran mayoría de los propietarios establecidos se declara independiente, llegando a ser hasta el 95% de los mismos. Éste es un resultado comprensible, ya que, si el negocio se mantiene, es lógico el abandono de la situación laboral previa.

Cuadro. 5.2. Distribución de emprendedores según motivación y situación laboral en Bolivia.

	Por Oportunidad	Por Necesidad	Ambos
Emprendedores nacientes			
Empleado a tiempo completo	5.6%	1.4%	1.8%
Empleado a medio tiempo	4.0%	2.3%	1.3%
Retirado	0.3%	0.6%	0.4%
Ama de Casa	4.6%	5.3%	1.4%
Estudiante	5.7%	0.4%	0.6%
No Trabaja	2.0%	1.7%	0.4%
Independiente	25.1%	18.2%	16.9%
Total	47.4%	29.8%	22.9%
Propietarios de nuevos negocios			
Empleado a tiempo completo	1.2%	0.5%	0.6%
Empleado a medio tiempo	2.6%	0.4%	0.8%
Retirado	0.0%	0.0%	0.0%
Ama de Casa	0.7%	2.4%	0.4%
Estudiante	1.9%	0.0%	0.0%
No Trabaja	1.0%	0.9%	0.0%
Independiente	36.3%	41.4%	9.1%
Total	43.7%	45.5%	10.8%
Emprendedores en etapas iniciales - TEA			
Empleado a tiempo completo	3.8%	1.0%	1.3%
Empleado a medio tiempo	3.4%	1.5%	1.1%
Retirado	0.2%	0.3%	0.2%
Ama de Casa	3.0%	4.1%	1.0%
Estudiante	4.2%	0.2%	0.4%
No Trabaja	1.6%	1.3%	0.2%
Independiente	29.8%	27.7%	13.7%
Total	45.9%	36.3%	17.9%

Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

6. Perfil del emprendimiento

6.1. Sectores de actividad económica

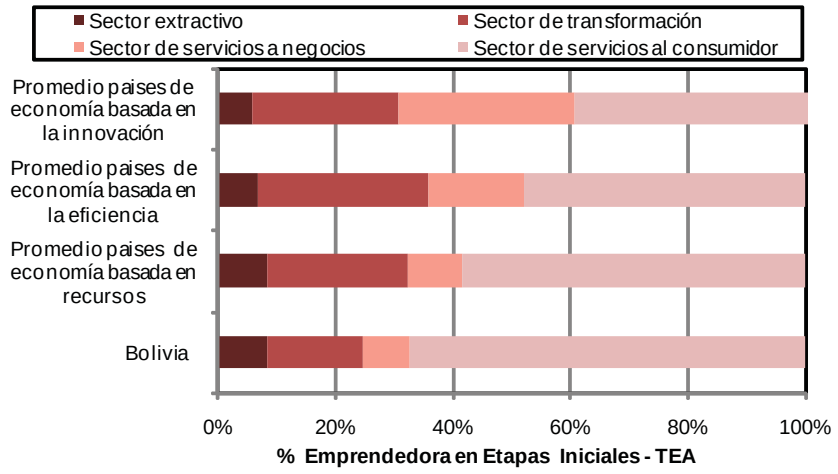
Utilizando la clasificación de la ISIC[4] , que identifica a más de 500 tipos de diferentes actividades, el GEM agrupa los sectores productivos en cuatro grandes categorías:

- El sector extractivo, que abarca la extracción de los recursos naturales vegetales y animales, comprende las actividades de agricultura, ganadería, pesca y minería.
- El sector de transformación, que abarca las actividades de transformación física y de transporte de bienes y personas, tales como construcción, manufactura, transporte y distribución mayorista.
- El sector de servicios a empresas, en el cual el cliente principal es otro negocio, que comprende servicios financieros, seguros, inmobiliarios y otros servicios.
- El sector orientado al consumidor final, en el cual el cliente principal es una persona, por ejemplo, ventas al detalle, restaurantes, bares, servicios personales, hoteles, hostelería, etc.

De acuerdo a la Figura 6.1., es común en todos los países, independientemente de la fase de desarrollo en que se encuentren, encontrar que realicen sus actividades en el sector de servicios al consumidor. Sin embargo, se observa que el peso de esta actividad disminuye significativamente al pasar de una economía basada en recursos a otra basada en eficiencia, y más aun en una economía basada en innovación, aumentando en consecuencia el peso de los sectores de transformación y de servicios a negocios, lo que contrasta con los países con economías basadas en recursos.

La figura también muestra la distribución de la actividad sectorial en el caso boliviano. La misma permite observar que la actividad emprendedora en Bolivia se encuentra por debajo de la estructura sectorial promedio de las economías basadas en recursos. Es decir, los emprendimientos en los sectores extractivo, de transformación y de servicios a negocios constituyen juntos el 32.7% de toda la actividad emprendedora, mientras que el promedio de las economías basadas en recursos es de 41.5%. A su vez, el restante 67.3% de la actividad emprendedora en Bolivia muestra su elevada concentración en el sector de servicios al consumidor, comparado con el promedio de 58.4% de las economías basadas en recursos.

Figura 6.1. Distribución de sectores de la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

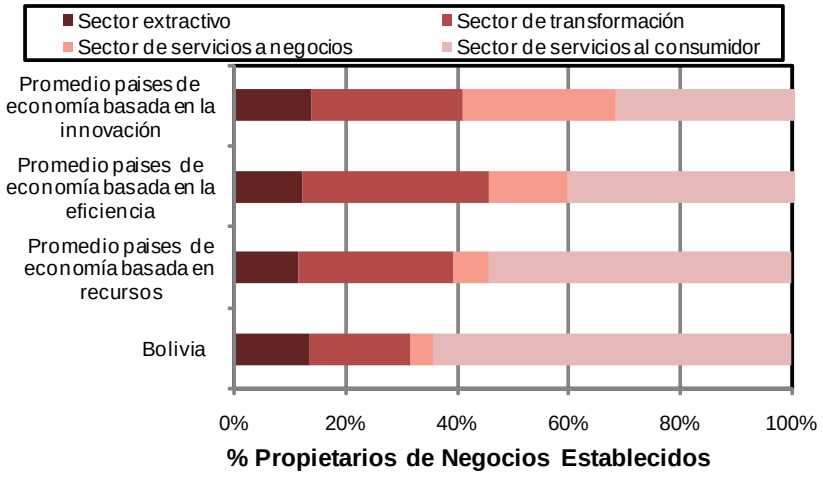
[4] *International Standard of Industrial Classification of all economic activities.*

El comportamiento observado en los países con economías basadas en innovación es totalmente diferente y la mayor parte de los emprendedores participa en el sector de servicios a negocios y de transformación.

Considerando el caso de las empresas ya establecidas, la Figura 6.2. muestra el mismo perfil de sectores de la economía en que participa el emprendedor. En este sentido, la distribución de la actividad sectorial de las empresas establecidas, en el caso boliviano, también se encuentra por debajo de la estructura sectorial promedio de las economías basadas en recursos. Es decir que, aun después de su consolidación, la mayoría de las empresas establecidas concentran su actividad en el sector de servicios al consumidor, comparado con el promedio de las economías basadas en recursos.

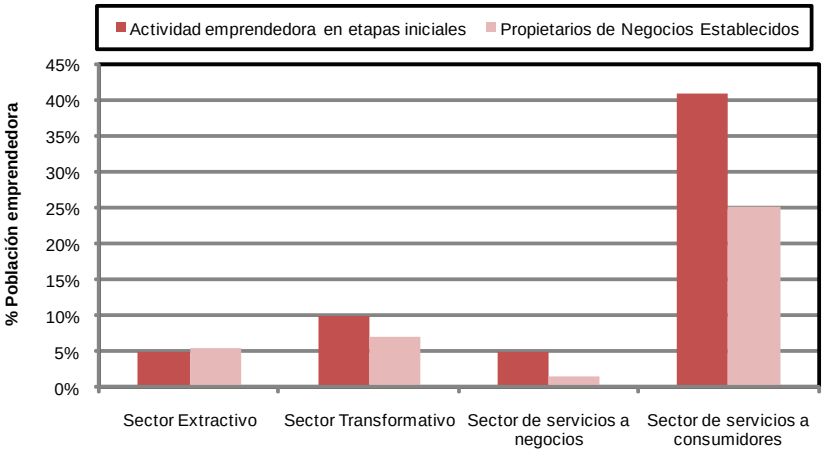
La Figura 6.3. muestra que la estructura sectorial de los emprendimientos, independientemente de si se trate de negocios nacientes o nuevos, se concentra altamente en los servicios al consumidor. La mayoría de los emprendedores nacientes (66%) inicia su actividad en el sector de servicios al consumidor y la mayoría de los propietarios de nuevos negocios (69.1%) continúa su actividad en el mismo sector. El segundo sector de importancia en atraer actividad emprendedora es el sector de transformación, tanto para el caso de los emprendedores iniciales (15.2%) como de los propietarios nuevos (18.2%).

Figura 6.2. Distribución de sectores productivos de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.3. Relación de la actividad emprendedora en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios en sectores de la actividad económica en Bolivia.

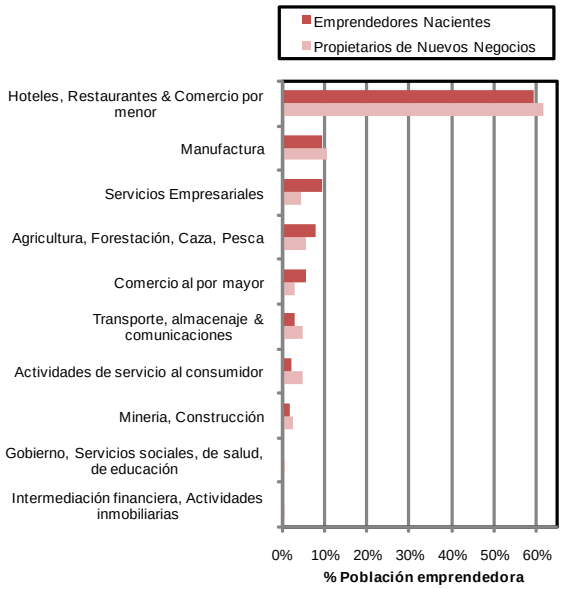


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

La Figura 6.4. muestra los mismos resultados pero abriendo los sectores hacia un conjunto de subsectores. Puede observarse que los emprendedores iniciales y los propietarios de nuevos negocios se concentran específicamente en los subsectores de hoteles, restaurantes y comercio al por menor. A su vez, un análisis más detallado permite observar que el 87.2% de los emprendedores iniciales se concentran en las siguientes actividades, más específicas de servicios al consumidor: ventas al por menor mediante almacenes especializados y no especializados de alimentos, bebidas y tabaco; ventas de otros productos mediante almacenes especializados; ventas de productos textiles, vestimenta, calzados y artículos de cuero; y atención de restaurantes, bares y cantinas. De la misma manera, el 80.8% de los propietarios de nuevos negocios se concentra en las mismas actividades anteriormente señaladas.

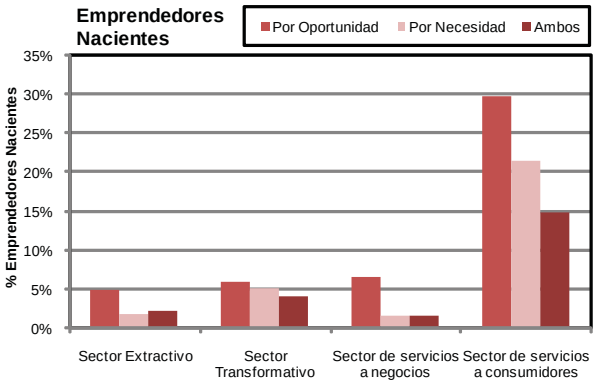
Dado que la mayoría de los emprendimientos se realizan en el sector de servicios a consumidores, cabe preguntar sobre la motivación para emprender en este sector. Siguiendo la Figura 6.5., se puede constatar que en el caso de los emprendedores nacientes la principal motivación para emprender es la oportunidad, mientras que en el de los propietarios nuevos, es la necesidad. Se podría decir que la necesidad podría ser una motivación más fuerte que la oportunidad para llegar a consolidar un negocio en el sector de servicios al consumidor.

Figura 6.4. Tipo de actividades de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.

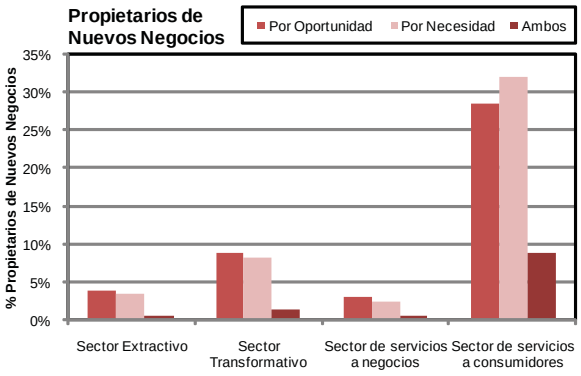


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.5. Motivación de emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo al sector económico en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

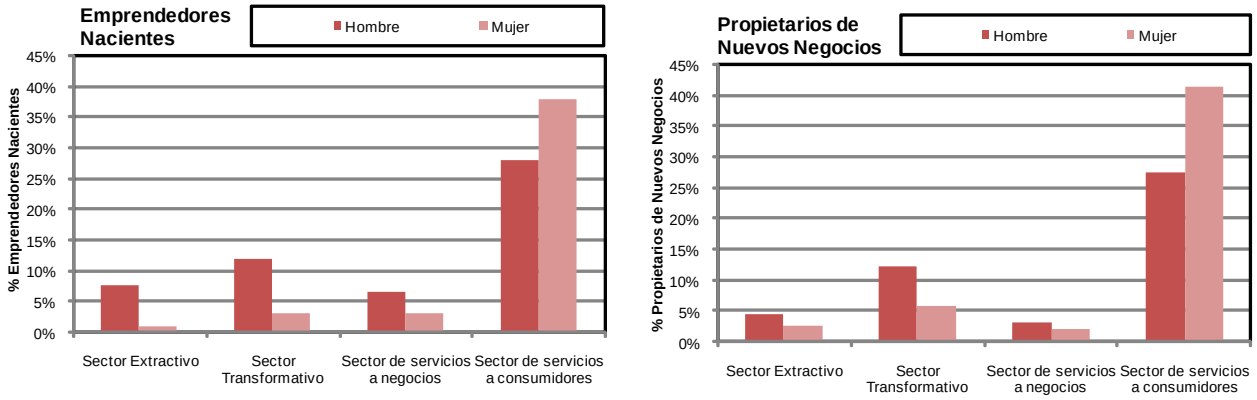


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Siendo el servicio a consumidores la principal actividad elegida por los emprendedores, cabe evaluar la prevalencia de género en este caso. La Figura 6.6. muestra en este sentido que son las mujeres las que tienen una participación mayoritaria en la provisión de servicios al consumidor, tanto en la etapa de emprendedores nacientes como en la de propietarios de nuevos negocios. Sin embargo, se debe resaltar, también para ambas etapas, que la participación de los hombres es mayoritaria en las otras actividades menores (extractivas, de transformación y de servicios a negocios).

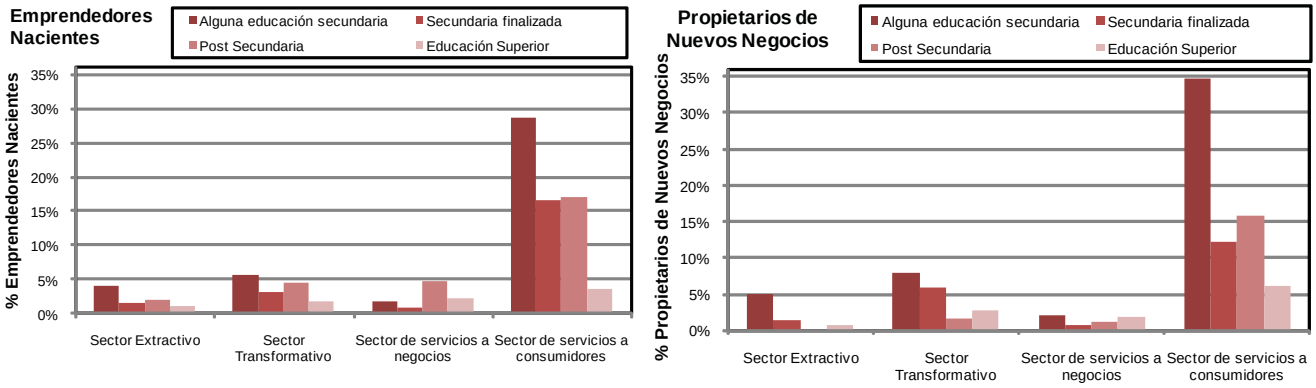
También se evaluó el grado de educación de los emprendedores que desempeñan su actividad en el sector de servicios a consumidores, que es la principal actividad elegida por los emprendedores. La Figura 6.7. muestra que la mayoría de quienes se dedican a esta actividad sólo cuentan con alguna educación secundaria, independientemente de si son emprendedores nacientes o propietarios nuevos.

Figura 6.6. Emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la actividad económica según género, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.7. Emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la actividad económica según educación, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

6.2. Oferta de nuevos productos

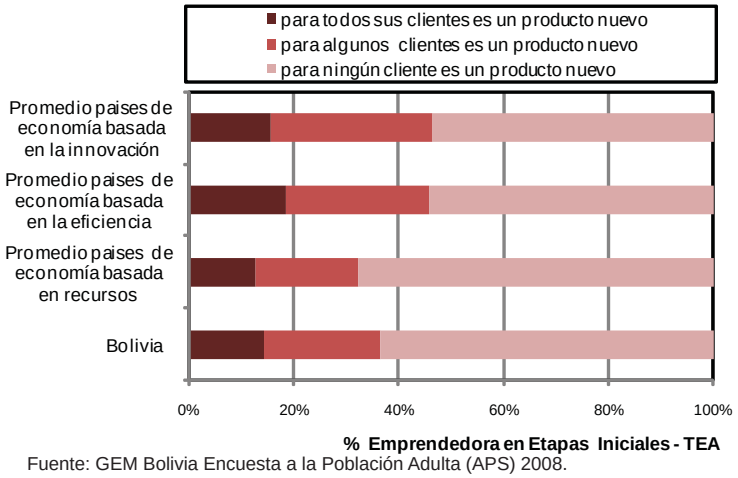
La metodología del GEM cuenta con una forma de evaluar el grado de innovación que acompaña la oferta de productos de los emprendedores en etapas iniciales. Se desea saber si en la percepción del emprendedor el producto que ofrece es nuevo para todos sus clientes en el mercado, sólo para algunos o no lo es para ninguno.

Las siguientes figuras, 6.8. y 6.9., permiten constatar que lo más común en cualquier economía, independientemente de su grado de desarrollo, es que los productos de los emprendedores no sean nuevos para ninguno de sus clientes, lo que implica que la mayoría de los emprendedores tiende a explotar mercados ya existentes. En cambio, es sustancialmente menor el porcentaje de emprendedores que introducen productos que sean nuevos, ya sea para algunos de sus clientes o para todos.

En este ámbito, el desempeño de Bolivia, comparado con el promedio de las economías basadas en recursos, presenta los siguientes resultados. El porcentaje de emprendedores iniciales que indica que su producto es nuevo para algunos (21.9%) o para todos (14.5%) se encuentra encima del promedio de las economías basadas en recursos. Para el caso de los empresarios establecidos, el porcentaje de éstos que indica que su producto es nuevo para algunos (18.3%) también se encuentra encima del promedio de las economías basadas en recursos, pero el porcentaje que señala que lo es para todos (10.1%) se encuentra debajo del promedio.

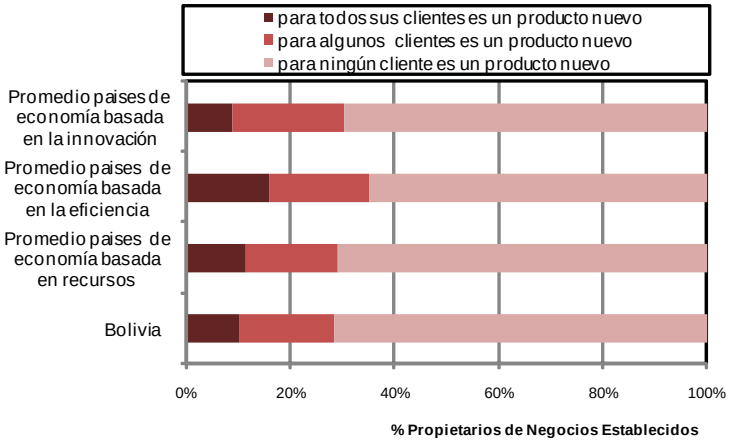
Desglosando a los emprendedores iniciales entre nacientes y propietarios nuevos, la Figura 6.10. muestra que los emprendedores nacientes tienden a ofertar productos nuevos para algunos en mayor proporción que los propietarios nuevos. En cambio, son los propietarios nuevos los que tienden a ofertar una mayor proporción de productos nuevos para todos.

Figura 6.8. Novedad de los productos/servicios en la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



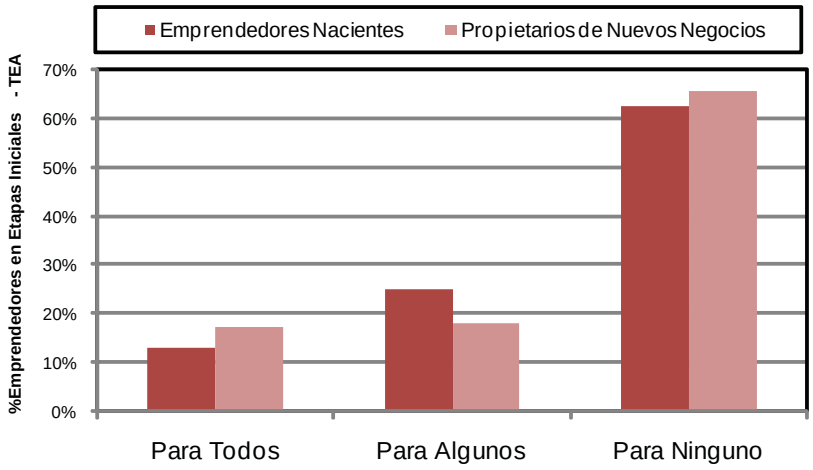
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.9. Novedad de los productos/servicios de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

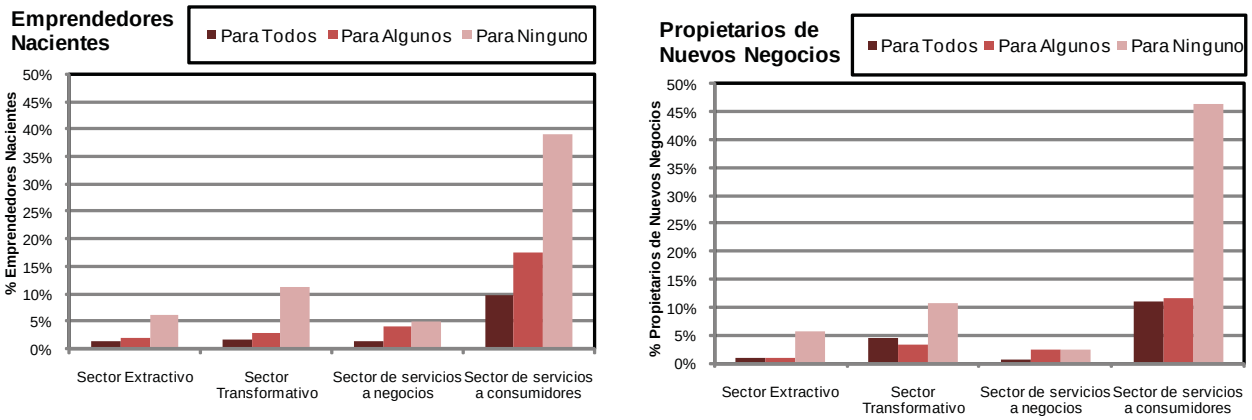
Figura 6.10: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

La Figura 6.11., muestra un resultado interesante: a pesar de que los emprendedores desarrollan su actividad prioritariamente en el sector de servicios al consumidor, es también en este sector donde mayoritariamente declaran introducir productos nuevos, tanto para algunos como para todos los clientes. Este resultado es el mismo, independientemente de si es un emprendedor naciente o un propietario nuevo.

Figura 6.11. Emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios de acuerdo a la novedad del producto/servicio según el sector económico, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

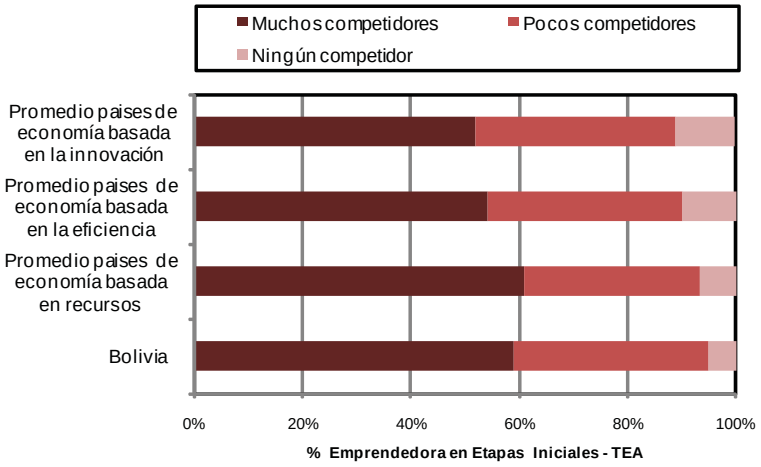
6.3. Nivel de competencia

La metodología del GEM cuenta con otra forma de evaluar el grado de innovación que acompaña la oferta de productos de los emprendedores. Se desea saber si en la percepción del emprendedor su producto enfrenta un mercado con mucha, poca o ninguna competencia. La hipótesis es que cuanto menos competencia enfrenta el producto, mayor es su grado de innovación.

Las siguientes figuras, 6.12. y 6.13., permiten observar que la percepción más frecuente de los emprendedores en cualquier economía, independientemente de su grado de desarrollo y diferencias de realidades, es que sus productos enfrentan mucha competencia, aunque en mayor proporción en los países con economías basadas en recursos. Este resultado es el mismo tanto entre los emprendedores en etapas iniciales como entre los ya establecidos.

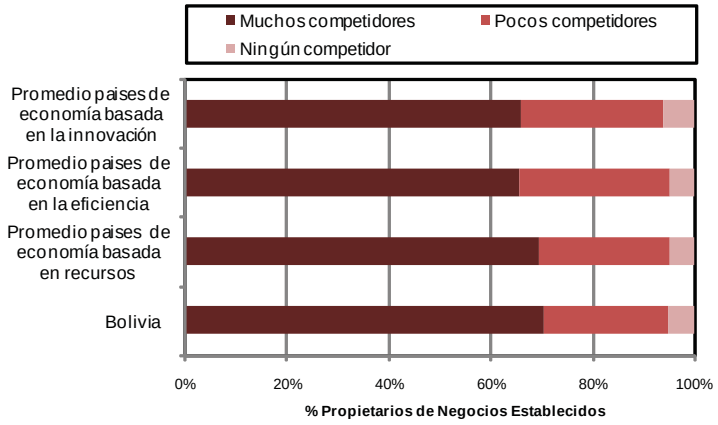
Las mismas figuras permiten verificar también que las percepciones en el caso boliviano no son diferentes y que los porcentajes que presenta sobre si son muchos, pocos o ninguno los competidores que se enfrentan son consistentes con lo que ocurre en las economías basadas en recursos. De todas maneras, no deja de llamar la atención que en el caso boliviano también se encuentra un pequeño porcentaje de emprendedores (5.1%) que perciben que su producto no tiene competencia.

Figura 6.12. Intensidad de la competencia esperada de emprendedores en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



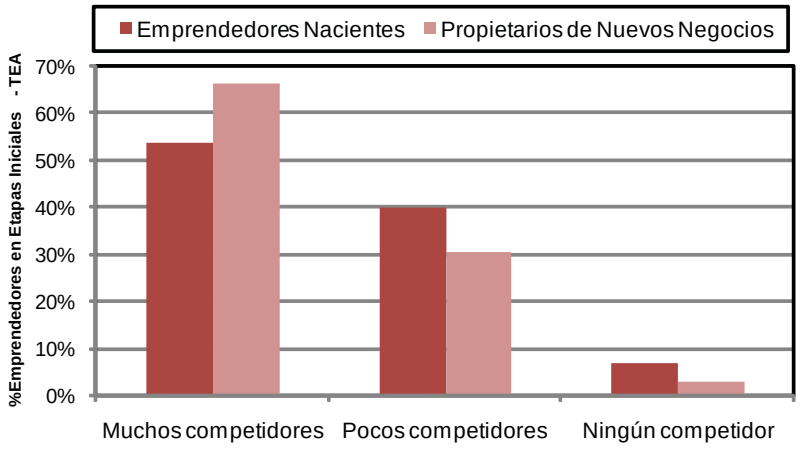
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.13. Intensidad de la competencia esperada de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.14: Intensidad de la competencia esperada en emprendimientos en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Desglosando a los emprendedores entre nacientes y propietarios de nuevos negocios, en la Figura 6.14. se encuentra que el 6.6% y el 2.9%, respectivamente, indican que su producto no enfrenta competencia, es decir, el porcentaje disminuye al pasar de la etapa naciente a la de propietario nuevo. También se observa que existe una disminución de 39.8 a 30.5% en la percepción de poca competencia al pasar de naciente a propietario nuevo. A su vez, ambos resultados se encuentran acompañados por la percepción de que la mucha competencia aumenta de 53.6 a 66.6% al pasar de naciente a propietario nuevo. Este panorama podría ser resultado de variedad de eventos, por ejemplo, que el emprendedor mejora su información sobre el mercado en el que participa con su producto o que se trata de productos que pueden ser imitados por otros muy rápidamente, entre otros.

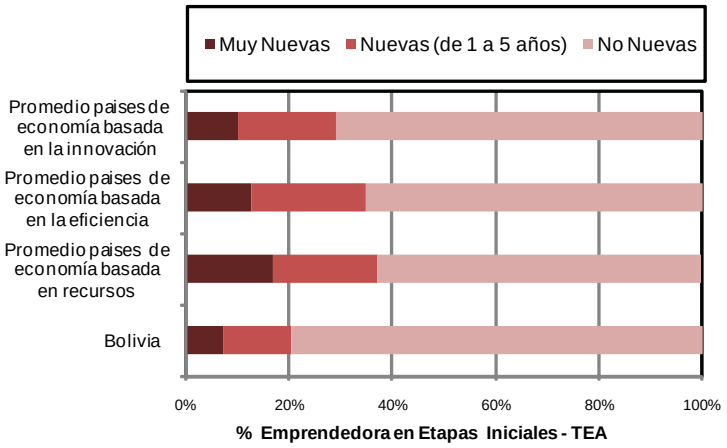
6.4. Tecnología

La metodología del GEM también cuenta con otra forma adicional para evaluar el grado de innovación que acompañan los procesos productivos de los emprendimientos en etapas iniciales. Se desea saber si en la percepción del emprendedor su actividad se beneficia de muy nuevos procesos y tecnologías (disponibles en el mercado hace menos de un año), nuevos procesos y tecnologías (disponibles hace no más de cinco años) o si la tecnología y los procesos que utiliza no son nuevos (disponible en el mercado hace seis años o más).

Las Figuras 6.15. y 6.16. enseñan que la percepción más común y frecuente en cualquier economía, independientemente de su grado de desarrollo, es que el uso de tecnología nuevas o muy nuevas en la actividad emprendedora en etapas iniciales es bajo. Este resultado no cambia, independientemente de que se trate de un emprendedor en etapas iniciales o de uno ya establecido. Sin embargo debe tomarse en cuenta que la percepción sobre lo que significa nuevas tecnologías o nuevos procesos difiere entre países con entornos y economías diferentes.

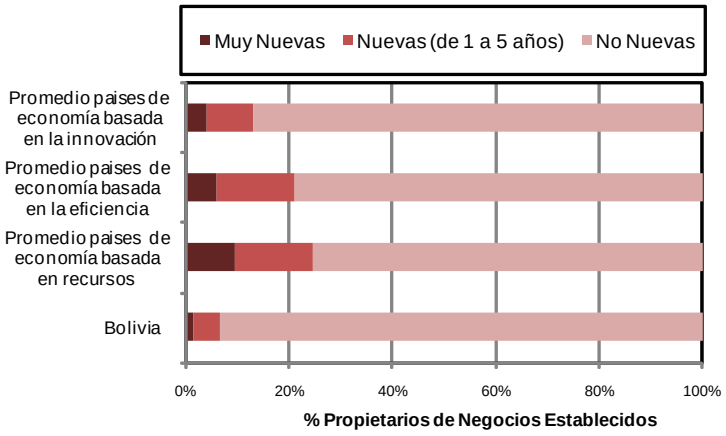
En esta variable, tambien, se verifica que los resultados de las percepciones para el caso boliviano son más negativos comparados con los promedios de los países con economías basadas en recursos. La proporción de emprendedores iniciales que indican utilizar muy nuevas tecnologías o tecnología de punta llega apenas al 7.3%, comparado con el 16.9% como promedio de las economías basadas en recursos. De la misma manera, la proporción de

Figura 6.15. Uso de las tecnologías en la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.16. Uso de las tecnologías de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



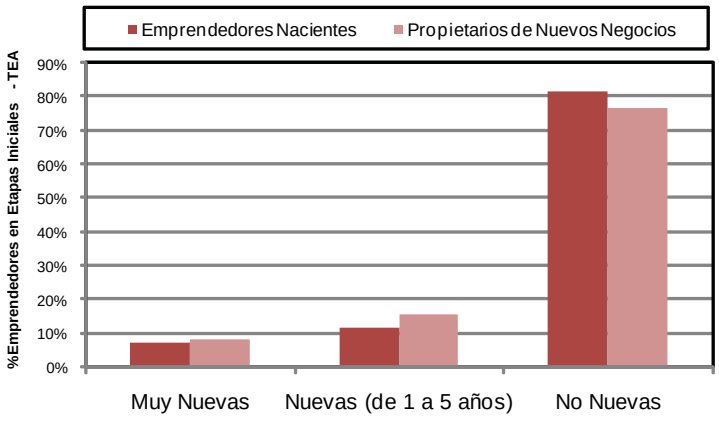
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

emprendedores iniciales que indican utilizar nuevas tecnologías llega apenas al 13.2%, comparado con el 20.3% como promedio de las economías basadas en recursos. Lo que implica, como consecuencia, que en la percepción de los emprendedores en etapas iniciales en Bolivia casi un 80% no usan nuevas tecnologías, característica que aumenta aun más, hasta llegar al 93.1%, en la etapa de propietarios de negocios establecidos.

Desglosando a los emprendedores de etapas iniciales entre nacientes y propietarios de nuevos negocios, se observan algunas características particulares. Los propietarios de nuevos negocios indican utilizar tecnologías muy nuevas más que los emprendedores nacientes. De la misma manera, los propietarios de nuevos negocios indican utilizar tecnologías nuevas más que los emprendedores nacientes. Una posible explicación de este fenómeno es que la información y acceso a nuevas tecnologías y procesos productivos mejora una vez que el emprendimiento empieza.

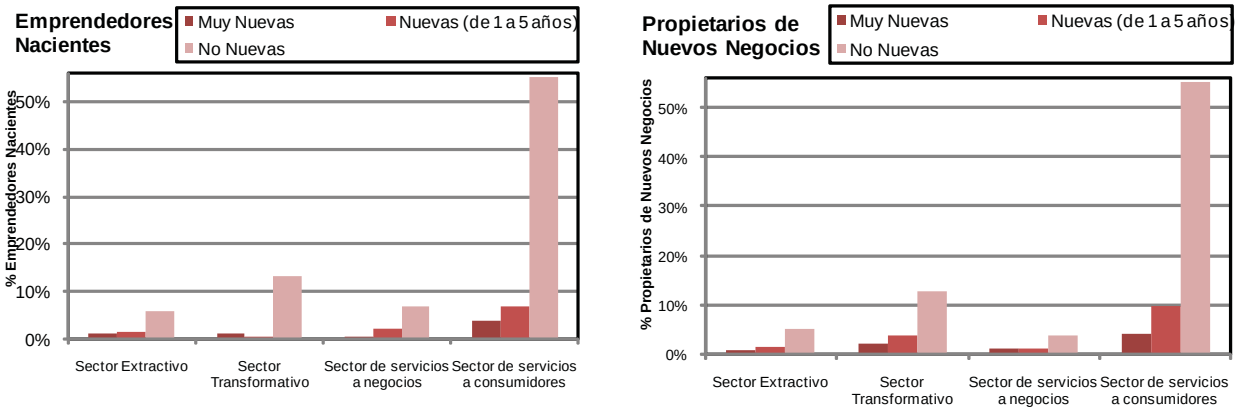
El uso de tecnología no nuevas predomina en el sector de servicios a consumidores, tanto de parte de los emprendedores nacientes como de propietarios de nuevos negocios, aunque tambien se observa que en comparación con los otros sectores económicos, ocurre una mayor utilización de tecnologías nuevas y muy nuevas.

Figura 6.17: Uso de nuevas tecnologías o procesos por los emprendedores en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.18. Uso de nuevas tecnologías o procesos por emprendimientos en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios según el sector económico, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

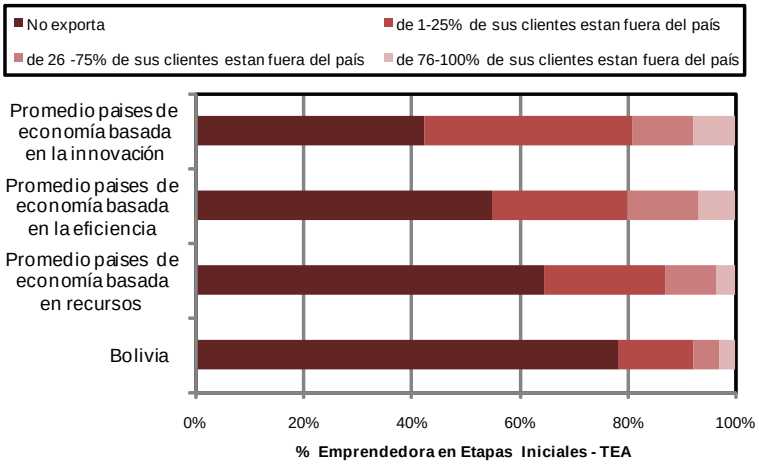
6.5. Exportación

Una de las relaciones que más se ha buscado fortalecer por todos los países en la actual era de la globalización ha sido la relación entre emprender y exportar. La metodología del GEM primero clasifica a los emprendedores entre exportadores o no exportadores y luego, dentro del grupo de exportadores, investiga el porcentaje de clientes que se encuentran fuera del país, para así establecer el grado de participación en los mercados internacionales.

Las Figuras 6.19. y 6.20. enseñan en este sentido que lo más frecuente en economías basadas en eficiencia y en recursos es que los emprendedores no sean exportadores y dediquen su producción al mercado interno principalmente. Esto ocurre tanto en la etapa de emprendedores inicial como en la de ya establecidos. La situación es muy diferente en las economías basadas en la innovación, pues se observa que en ellas la mayoría de los emprendimientos tienen una orientación exportadora, tanto en la etapa inicial como en la posterior de empresas establecidas. Parece que es la capacidad de innovar la que aumenta la competitividad y la capacidad exportadora de una nación.

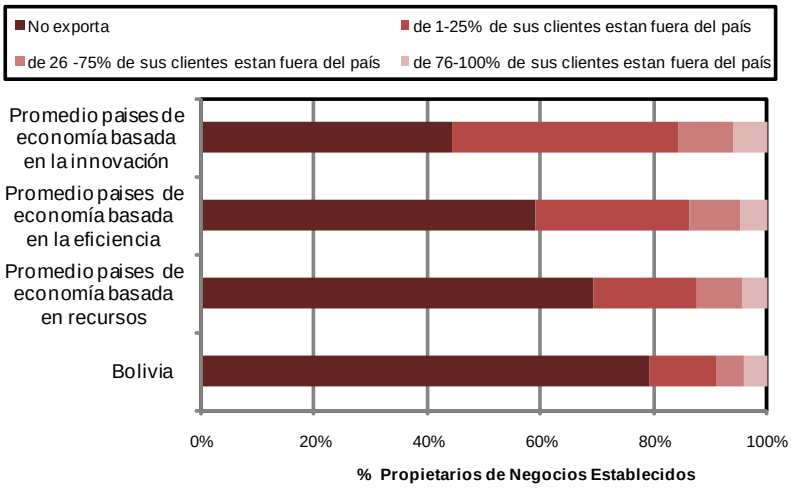
En general también se observa que lo común es que la mayoría de los exportadores sólo tienen hasta el 25% de sus clientes fuera del país, constituyendo una minoría los que están en el rango entre 26 y 75%, y aun menos los que tiene en más del 75%.

Figura 6.19. Actividad de exportación en la actividad emprendedora en etapas iniciales de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



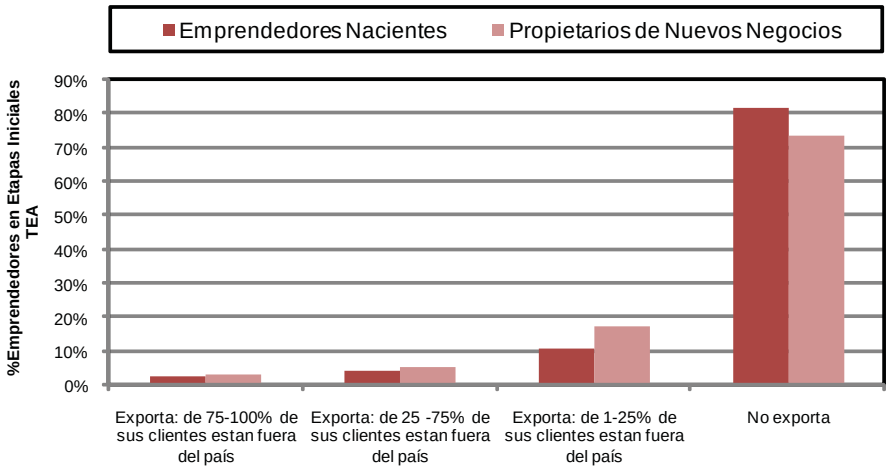
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.20. Actividad de exportación de propietarios de negocios establecidos de Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.21. Actividad exportadora de los emprendimientos en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, en Bolivia.



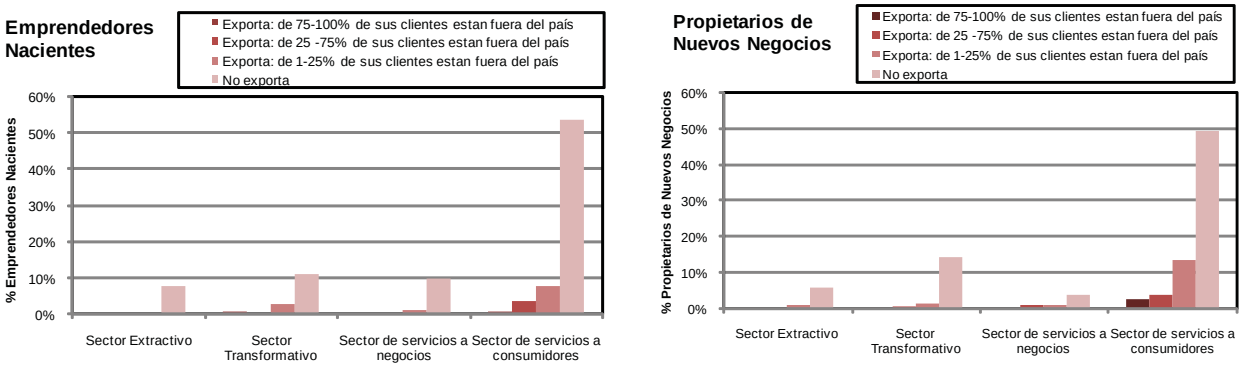
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

En este ámbito, la característica del caso boliviano es que hasta el 78.4% de los emprendedores se concentra únicamente en el mercado interno, aspecto que contrasta con el promedio de 64.7% observado en las economías basadas en recursos. Estos porcentajes inclusive aumentan respectivamente al 79.1% y 69.1%, si sólo se trata de empresarios establecidos. Al margen de ese resultado general, conviene resaltar que inclusive en Bolivia se encontrará emprendedores con orientación hacia mercados extranjeros y con clientes en los tres rangos de concentración: hasta 25%, entre 26% y 75%, y más de 75%. Es decir, los hay, aunque son pocos en porcentaje.

En el desglose de los emprendedores entre nacientes y propietarios nuevos, como muestra la Figura 6.21., en ambos casos de observa que quienes desarrollan actividades exportadoras en su mayoría empiezan con pocos clientes externos (en la clasificación, de hasta 25%). Los que empiezan con más clientes externos (en la clasificación, hasta 75%) o inclusive más, son muy pocos, si bien existen. Algo que también se observa es que el porcentaje de clientes externos en todas las clasificaciones aumenta en la etapa de propietarios nuevos comparado con la etapa de nacientes. Es decir, en relativamente poco tiempo los emprendedores tienen la capacidad de aumentar sus clientes externos.

Cuando se analiza la propensión a exportar de los emprendedores cruzándola con la actividad a la que se dedica (Figura 6.22.), no es sorprendente encontrar que la mayoría no exporta debido a que operan en el sector de servicios al consumidor. A pesar de ello llama la atención encontrar, entre quienes exportan, que la mayoría también se dedica al sector de servicios al consumidor. Asimismo se puede constatar que las tres clasificaciones cuentan con clientes externos, aunque en mayor medida para el caso de propietarios de nuevos negocios.

Figura 6.22 Actividad exportadora de los emprendimientos en etapas iniciales: emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios según sectores de actividad económica, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

6.6. Nivel de inversión requerido para la creación de empresas

Esta sección se enfoca exclusivamente a los emprendedores nacientes.

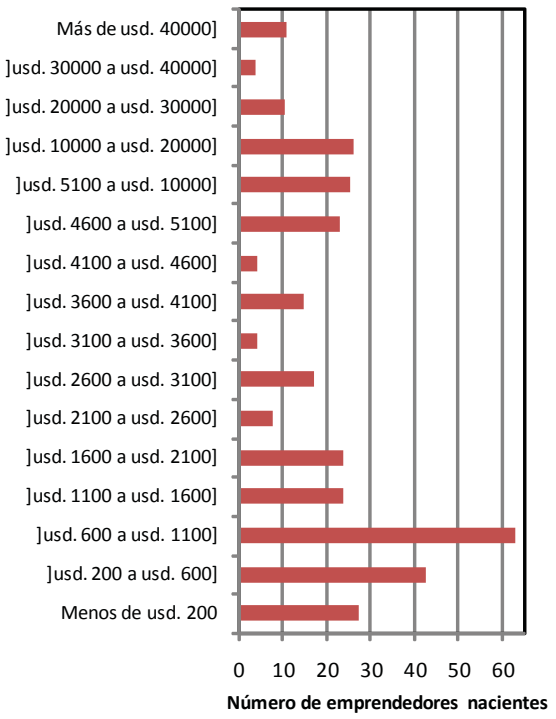
6.6.1. Necesidad de inversión y aporte propio

Siguiendo la Figura 6.23., los montos monetarios de inversión requeridos por los emprendedores nacientes (tomados de la muestra representativa nacional) presenta un amplio rango de variación. De la distribución absoluta del número de emprendedores por rangos de inversión requerida se tiene que, de un total de 322, en un extremo se tiene aproximadamente 27 emprendedores con necesidades de inversión menores a US$ 200 y en el otro extremo se tiene aproximadamente 10 con requerimientos de más de US$ 40.000. En ese rango el requerimiento de inversión más frecuente es de US$ 600-1100, con aproximadamente 63 emprendedores. Asimismo, el 55.3% de los emprendedores tienen requerimientos de inversión menores a US$ 2100 y el 92.5% de montos menores a US$ 20,000. Queda claro que en promedio los montos de inversión requeridos son pequeños e inclusive muy pequeños.

La Figura 6.24. presenta la distribución absoluta del número de emprendedores que financiarían la totalidad de su inversión requerida, según rango de inversión requerida. Del total de 136 emprendedores nacientes, en un extremo se tiene aproximadamente 16 con inversiones propias menores a US$ 200 y en el otro extremo 2 con inversiones propias de más de US$ 40.000. En esa amplitud de rango, la inversión propia más frecuente es de US$ 200-600, con 33 emprendedores. Asimismo, el 61% de los emprendedores efectuarían inversiones propias menores a US$ 2100 y el 96.3% lo harían en montos menores a US$ 2.000. También queda claro que en promedio los montos de inversión propias son pequeños y mayormente muy pequeños.

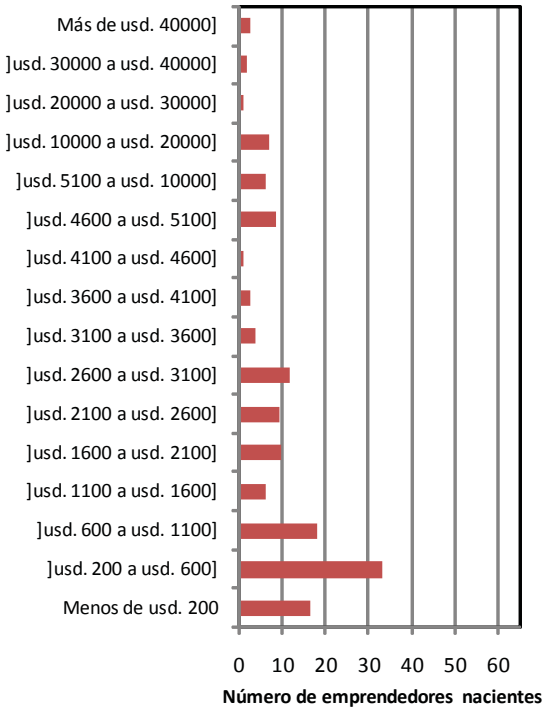
Aquí cabe realizar dos apreciaciones respecto a estas estadísticas. Primero, el número total de los emprendedores nacientes que se autofinancian suman en su totalidad 136, que corresponde aproximadamente a al 42% de los 322 de emprendedores nacientes que declaran sus requerimientos de inversión.

Figura 6.23. Número de emprendedores nacientes según inversión necesaria para iniciar su negocio, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.24. Número de emprendedores nacientes que financiarán su emprendimiento únicamente con aporte propio, en Bolivia.

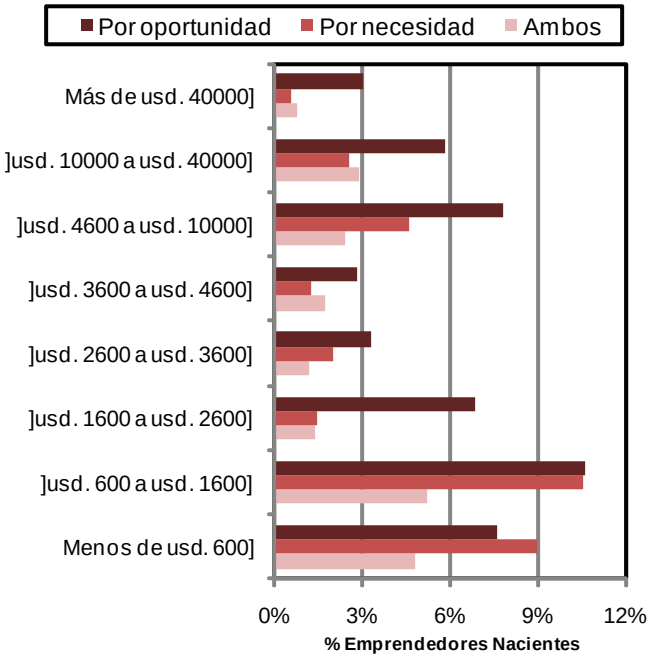


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Esto implica que el restante 58% debe recurrir a otras fuentes de financiamiento para poner en marcha sus emprendimiento, probablemente una mezcla entre recursos propios y crédito (la encuesta no revela las otras fuentes de financiamiento).

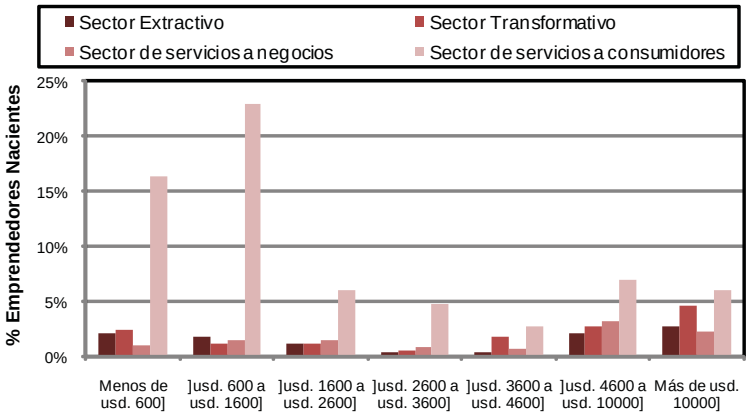
En segundo lugar, la comparación entre las figuras 6.23. y 6.24. permite establecer, rango por rango, la diferencia entre el número de emprendedores con requerimiento de inversión en un rango con el número de emprendedores que se autofinancian en ese mismo rango. Así se encuentra que 18 de los 62 (29%) emprendedores con requerimientos de inversión de US$ 600-1100 se autofinancian en su totalidad. Del mismo modo, 33 de los 42 emprendedores (78.6%) con requerimientos de inversión de US$200-600 se autofinancian en su totalidad. También se encuentra que 46.5% de los emprendedores con necesidades de financiamiento menores a US$2100 (donde está la mayoría) se autofinancian. Estos números revelan el desafío que todavía queda para el sistema financiero, cuyos esfuerzos por llegar a los microempresarios ha sido sustancial.

Figura 6.25. Porcentaje de emprendedores nacientes de acuerdo a la inversión necesaria para iniciar su negocio, según motivación y rango de montos, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.26. Porcentaje de emprendedores nacientes de acuerdo a la inversión necesaria para iniciar su negocio según actividad económica, en Bolivia.



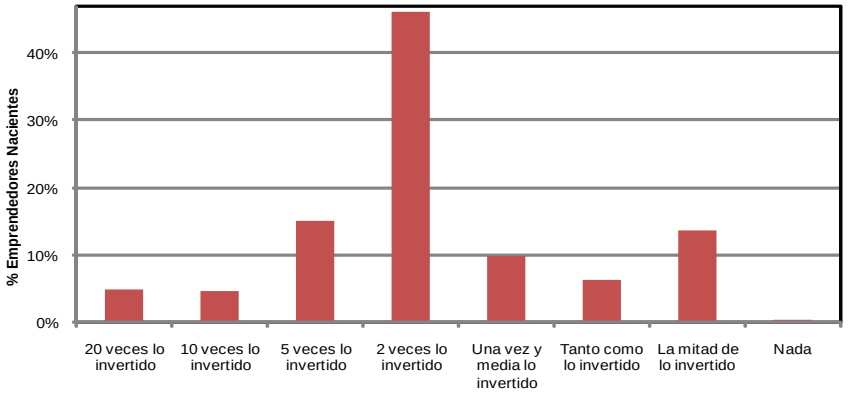
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

La Figura 6.25. muestra que cuando los requerimientos de inversión son menores a US$ 600, la motivación para el emprendimiento tiende a ser mayoritariamente la necesidad. Cuando el requerimiento de inversión es de US$ 600-1600, la motivación para el emprendimiento es tanto por necesidad como por oportunidad. En cambio, cuando el requerimiento de inversión es por montos mayores a US$ 1600, la motivación dominante para el emprendimiento es la oportunidad. El criterio de inversión requerida parece ser un interesante clasificador de los emprendedores por necesidad y oportunidad, más consistente que otros criterios antes analizados.

La Figura 6.26. muestra que la actividad emprendedora en el sector de servicios al consumidor es dominante en todos los niveles de requerimientos de inversión, pero con mayor concentración (39.2%) en los emprendedores cuyo requerimiento de inversión es menor o igual a US$ 1600. Es decir, la mayoría de quienes tienen requerimientos muy bajos de inversión son los que también abrumadoramente se concentran en el sector de servicios a consumidores. Tambien se observa que en la medida en que los requemientos de inversión aumentan la actividad emprendedora se orienta a los otros sectores económicos.

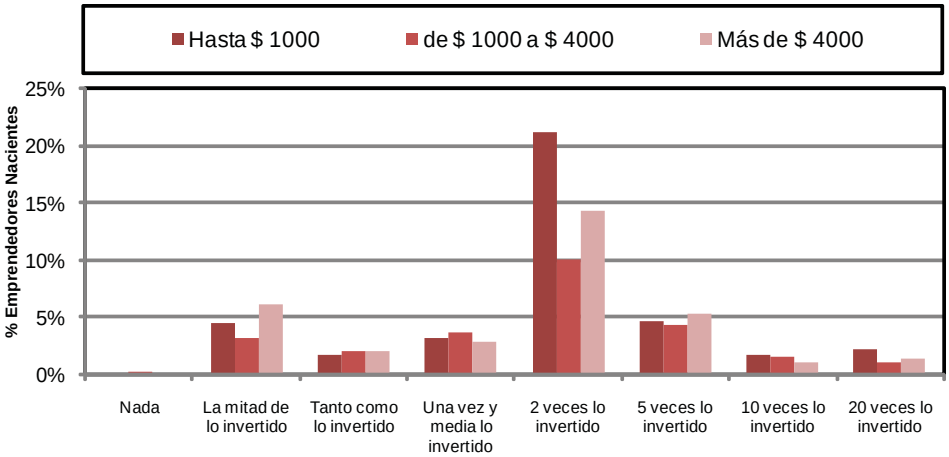
¿Cuál es la expectativa en los próximos 10 años que tienen los emprendedores nacientes respecto al retorno a su inversión? La Figura 6.27. responde esta pregunta en la percepción de los emprendedores nacientes. En primer lugar, el 20% de los emprendedores estima que el retorno será menor o igual a lo invertido, mientras que el 80% piensa que será superior. En segundo lugar, la mayoría de los emprendedores (46%) estima que su retorno será dos veces lo invertido.

Figura 6.27. Expectativa de retorno de la inversión realizada por emprendedores nacientes dentro de los próximos 10 años, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.28. Expectativa de retorno de la inversión realizada por emprendedores nacientes dentro de los próximos 10 años según la inversión necesaria para iniciar el emprendimiento, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Cuadro 6.1. Expectativa de retorno de la inversión realizada por emprendedores nacientes dentro de los próximos 10 años según motivación, en Bolivia.

	Por Oportunidad	Por Necesidad	Ambos
Ninguno	0.3%	-	-
La mitad de lo invertido	7.2%	3.5%	2.9%
Tanto como lo invertido	2.5%	1.8%	1.7%
Una vez y media lo invertido	4.0%	3.1%	2.7%
2 veces lo invertido	21.0%	18.0%	7.0%
5 veces lo invertido	8.3%	3.2%	3.5%
10 veces lo invertido	2.2%	1.2%	1.2%
20 veces lo invertido	2.9%	0.3%	1.4%

Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

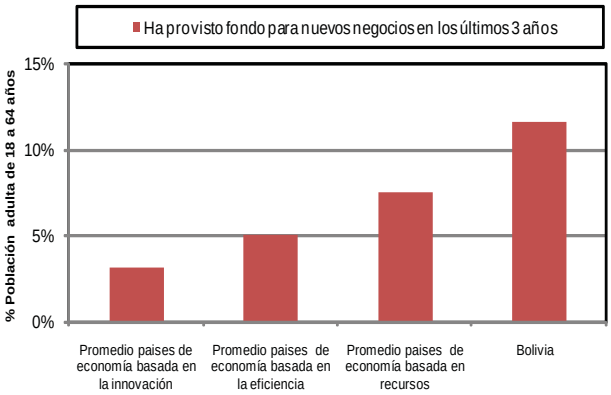
En forma complementaria, la Figura 6.28. muestra que el grupo de quienes estiman un retorno del doble de lo invertido se encuentra distribuido en todo el rango de requerimientos de inversión, siendo mayoritarios aquéllos que requieren menos de US$ 1.000 de inversión. Asimismo, el Cuadro 6.1. muestra que quienes estiman un retorno del doble de lo invertido mayoritariamente corresponden a aquéllos cuya motivación fue la oportunidad antes que la necesidad.

6.6.2. La inversión informal

El concepto de inversión informal en el ámbito del GEM es entendido como préstamos o inversiones de las personas en apoyo a las actividades emprendedoras de otros. La persona que realiza el apoyo no necesariamente es un emprendedor inicial o establecido. La Figura 6.29. muestra que esta actividad es realmente importante en Bolivia, encontrándose que el 11.6% de los entrevistados ha provisto de fondos para algún negocio en los últimos tres años. Es un porcentaje que está muy por encima del promedio observado en las economías basadas en recursos, siendo además que normalmente se espera que este porcentaje sea más alto en este tipo de países que en los que se basan en eficiencia o innovación. El apoyo a emprendedores por parte de familiares, por ejemplo, puede ser una característica particularmente boliviana.

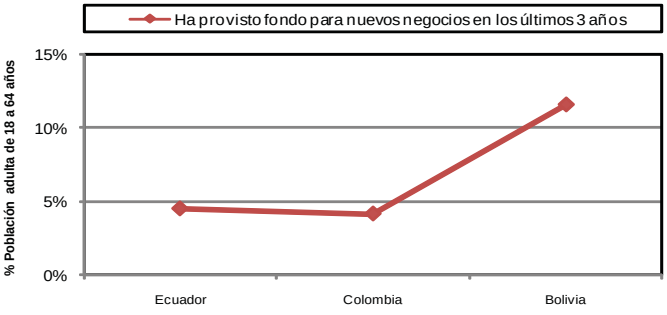
Esto también se observa al comparar con la evidencia de países más próximos, como Ecuador y Colombia.

Figura 6.29. Inversión informal en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.30. Inversión informal en Bolivia, Ecuador y Colombia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Cuadro 6.2. Porcentaje de inversores informales por rango de inversión en Bolivia.

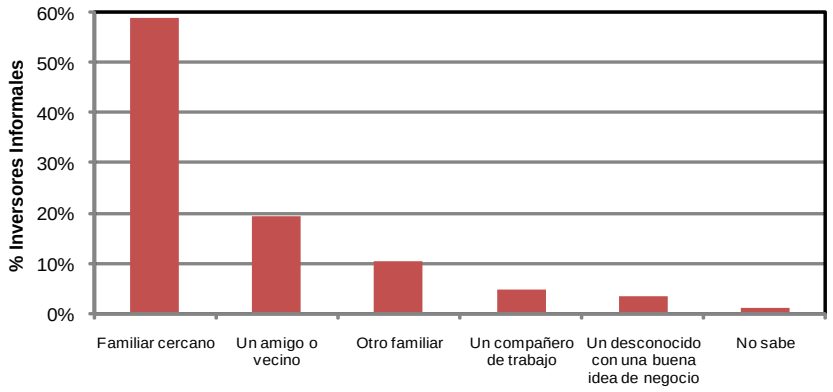
% de inversores informales por rangos Por Oportunidad	
Menos de usd. 200	26.5%
]usd. 200 a usd. 600]	21.4%
]usd. 600 a usd. 1100]	14.4%
]usd. 1100 a usd. 1600]	3.0%
]usd. 1600 a usd. 2100]	12.1%
]usd. 2100 a usd. 2600]	1.4%
]usd. 2600 a usd. 3100]	4.5%
]usd. 3100 a usd. 3600]	2.3%
]usd. 3600 a usd. 4100]	2.9%
]usd. 4100 a usd. 4600]	0.5%
]usd. 4600 a usd. 5100]	3.6%
]usd. 5100 a usd. 10000]	2.7%
Más de 10000]	4.7%

Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

El Cuadro 6.2. muestra la distribución relativa del número de inversores informales por rango de inversión informal. Al respecto se puede observar que el 62.4% de los inversores realiza inversiones de apoyo menores a US$ 1.100, siendo los montos más frecuentes menores a US$ 200. Esto sugiere que los emprendedores probablemente realizan una importante labor de colecta de pequeños montos y quienes los proporcionan creen o confían en los beneficiarios, lo cual puede ser un aspecto cultural particularmente boliviano.

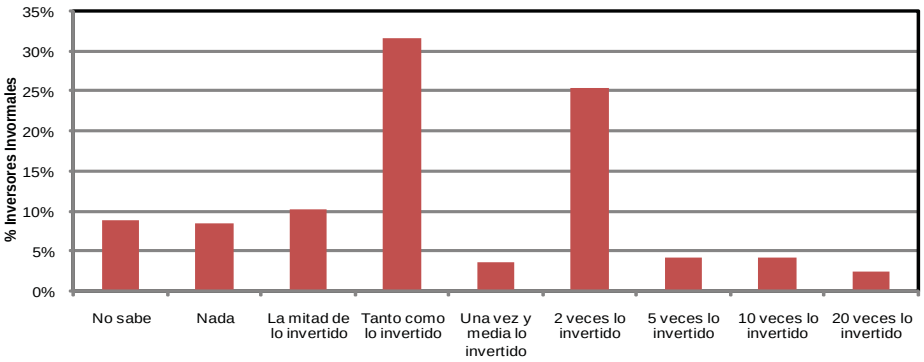
Dada la información anterior, resulta importante conocer quiénes son los beneficiarios de la inversión informal. La Figura 6.31. muestra que los beneficiarios son mayoritariamente (58.9%) los familiares cercanos, lo que parece ser consistente con la idea de la colecta de montos pequeños en base a la confianza. En este sentido, la red familiar parece ser mucho más importante que la red social, lo cual podría ser una característica boliviana.

Figura 6.31. Porcentaje de beneficiarios de la inversión informal en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.32. Porcentaje de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Una de las razones para ser inversor informal es la posibilidad de que el emprendimiento que se está apoyando genere retornos al inversor. La Figura 6.32. muestra que el 40% de los inversores informales espera retornos positivos, de los cuales la mayoría espero un retorno equivalente al doble de lo invertido. El resto mayoritario (60%) espera un retorno equivalente o menor a lo invertido. En este grupo la mayoría espera un retorno equivalente a lo invertido, lo que puede interpretarse como que simplemente esperan la devolución de la inversión/préstamo.

El Cuadro 6.3. permite identificar las tres actitudes o percepciones más importantes que caracterizan a un inversor informal como condiciones para apoyar a un emprendedor. Por orden de importancia, la primera condición es que el propio inversor informal cuente con experiencia en emprendimientos (87%), la segunda es que conozca personalmente al emprendedor que estará apoyando (si es familiar posiblemente aumenta la probabilidad) y la tercera es que el propio inversor perciba oportunidades y buen ambiente para las inversiones.

Cuadro 6.3. Actitud y percepción del inversor informal en Bolivia.

Aspectos investigados	% sobre el total de inversores
Está involucrado en un emprendimiento independiente	50%
Está involucrado en un emprendimiento de su trabajo actual	15%
Actualmente son propietarios o gerentes de una empresa	55%
Esperan poner en marcha un negocio en los próximos 3 años	53%
Cerraron un negocio en los últimos 12 meses	23%
Refieren haber conocido personalmente a un emprendedor en los últimos 2 años	78%
Perciben buenas oportunidades de negocios para los próximos 6 meses	72%
Refieren tener el conocimiento, habilidades y experiencia para un emprendimiento	87%
No emprenderían un negocio por miedo al fracaso	23%
Creen que ser empresario es una buena elección de carrera	82%
Creen que el éxito en un negocio otorga estatus y respeto	43%
Refieren que los medios de comunicación proporcionan buena cobertura de nuevos negocios exitosos	70%

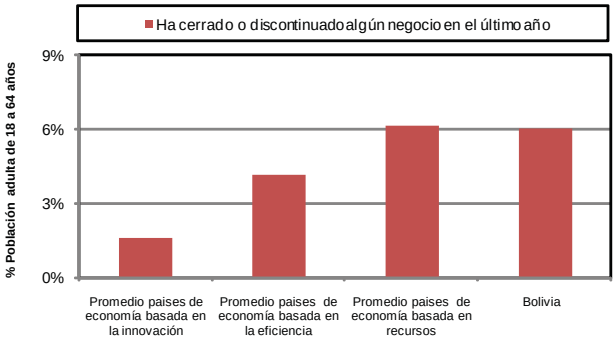
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

6.7. Cierre o culminación de la actividad emprendedora

El cierre de negocios es parte natural de la evolución y dinámica de un negocio, desde la etapa de emprendedor naciente hasta la de propietario de nuevo negocio y luego la de propietario establecido, siendo ésta última la de más larga vida. En este ámbito, la Figura 6.33. muestra que el 6.1% de la muestra de población entrevistada indica haber cerrado algún negocio en el último año en Bolivia. Este indicador prácticamente no difiere de lo que se observa en promedio en economías basadas en recursos, es decir, corresponde a lo que se esperaría en este tipo de países comparado con aquéllos basados en eficiencia e innovación, donde se espera una proporción menor. La Figura 6.34. también muestra que el indicador de Bolivia es más alto que el observado en Colombia y particularmente más alto que el observado en Ecuador, que también fueron clasificados como economías basadas en recursos.

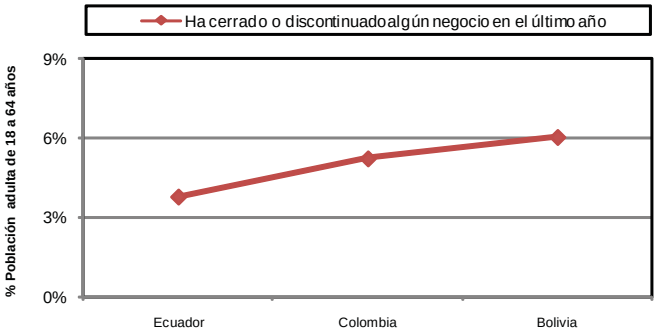
No todos los emprendedores en etapas iniciales o posteriormente empresarios establecidos han continuado con el negocio que estuvieron administrando en los últimos 12 meses. Es posible que el emprendedor se haya retirado siendo que el negocio siguió funcionando. Muchas razones pudieron motivar el retiro aquél, entre las que se puede mencionar que no contaba con el capital necesario (financiero, humano, tecnológico) o que se presentó otra alternativa, por lo cual optó por venderlo. La Figura 6.35. muestra que en general la proporción de los empresarios que se retiran de negocios que continúan funcionando es muy baja respecto a la muestra de la población encuestada, independientemente del tipo de economía. De todas maneras, el porcentaje tiende en promedio a ser mayor en economías basadas en recursos (2.9%). Respecto a este porcentaje, en Bolivia se observa que la proporción es bastante mayor y por encima del promedio de las economías basadas en recursos, y mucho más comparado con Ecuador y Colombia.

Figura 6.33. Población que ha cerrado algún negocio en los últimos 12 meses, en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



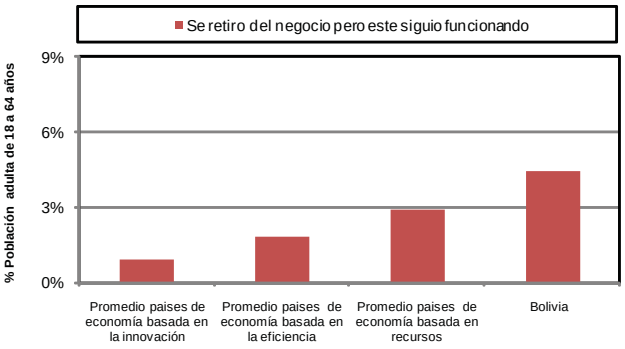
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.34. Población que ha cerrado algún negocio en los últimos 12 meses, en Bolivia Ecuador y Colombia.



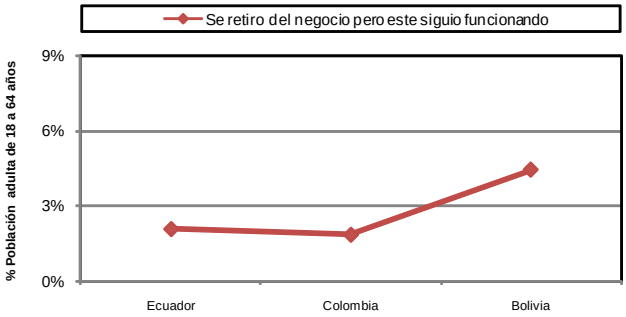
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.35. Población que se retiró de algún negocio pero este siguió funcionando (en los últimos 12 meses), en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.36. Población que se retiró de algún negocio pero éste siguió funcionando (en los últimos 12 meses), en Bolivia Ecuador y Colombia.



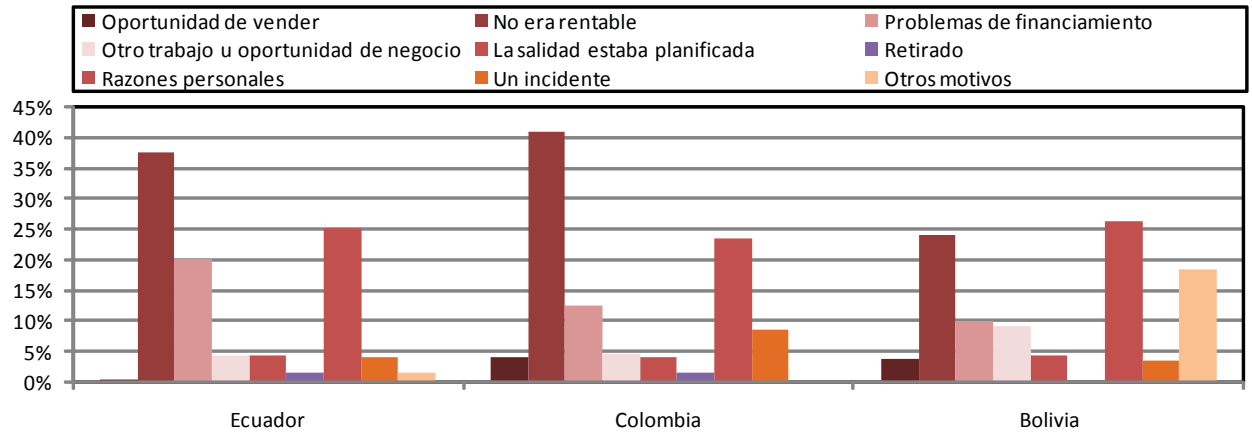
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

En cuanto al tema del cierre de las empresas, la Figura 6.37. muestra que los dos principales motivos en Bolivia, por orden de importancia, son las razones personales y la falta de rentabilidad del negocio. En países similares, como Ecuador y Colombia, los motivos son los mismos, excepto que en orden reverso.

Una razón para iniciar un negocio y luego continuar con su administración en el tiempo es que el emprendedor haya tenido experiencia previa en iniciar o administrar otros negocios. Es decir, las experiencias pasadas, sean positivas o negativas, contribuyen a que disminuyan los riesgos en emprendimientos posteriores. Las Figuras 6.38. y 6.40. muestran que en Bolivia la experiencia acumulada es una cualidad importante que se observa en 36% de los actuales emprendedores iniciales y 32.4% de los actuales propietarios establecidos. En ambos casos el país se ubica por encima de los promedios observados en los países de economías basadas en recursos, y también de países próximos, como Ecuador y Colombia (ver las Figuras 6.39 y 6.41).

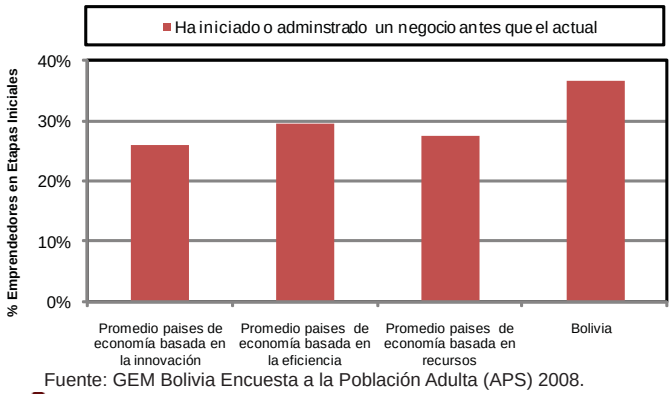
Desglosando a los emprendedores iniciales en sus dos categorías de nacientes y propietarios de nuevos negocios, se observa el mismo fenómeno. Es decir, en Bolivia la proporción de emprendedores nacientes y propietarios nuevos que tuvieron experiencia previa es de 38.3% y 36.3%, respectivamente. Estas proporciones son sustancialmente mayores que el promedio observado en países de economías basadas en recursos, y también mayores a los observados en países próximos de la región.

Figura 6.37. Principal motivo del cierre de negocios en Bolivia, Ecuador y Colombia.



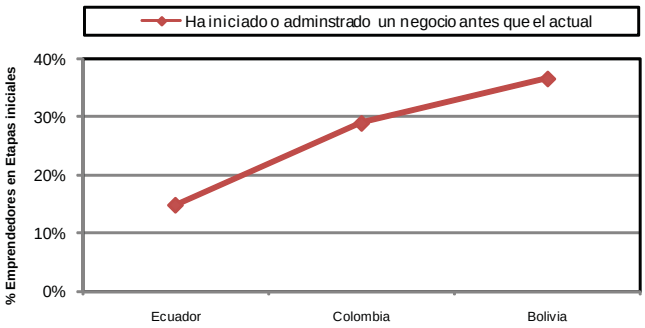
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.38. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



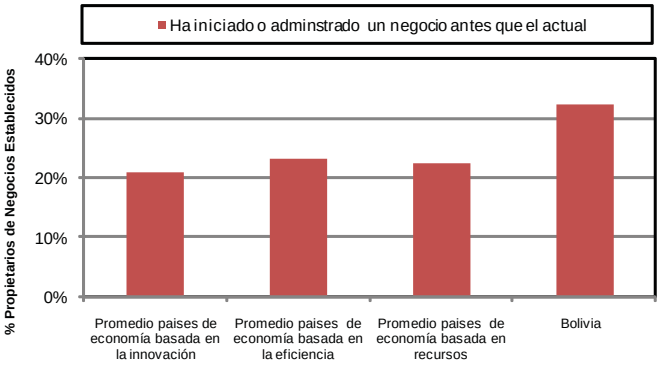
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.39. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia, Ecuador y Colombia.



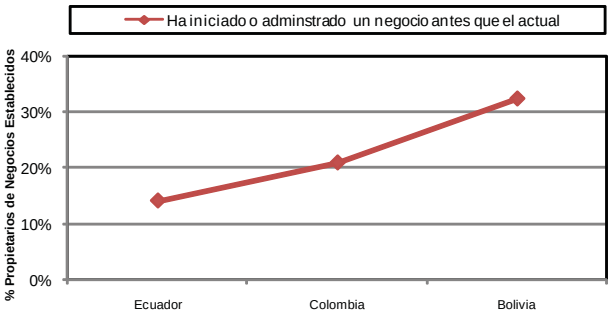
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.40. Porcentaje de propietarios de negocios establecidos que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia y países según fase de desarrollo económico.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 6.41. Porcentaje de propietarios de negocios establecidos que han iniciado o administrado un negocio antes del emprendimiento actual, en Bolivia, Ecuador y Colombia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7. Educación y capacitación para el emprendimiento

Durante los últimos 50 años los esfuerzos por generar programas de educación para el emprendimiento han crecido notablemente (Charney and Libecap, 2000). Incluso se ha llegado a precisar que los emprendedores nacientes y aquellos que recientemente habían empezado un emprendimiento enfrentan problemas muy particulares, los cuales pueden ser tratados y resueltos a través de programas de capacitación (Dennis Jr. y Reynolds, 2004).

Desde que el GEM comenzó a indagar la percepción de los expertos sobre el entorno para el emprendimiento, un tema que se ha destacado es el de la educación. Al respecto, la encuesta de expertos del GEM en la mayoría de los países coincide en que en general la oferta de educación y entrenamiento en materia de emprendimiento es inadecuada. A pesar de ello, existen estudios que han demostrado relaciones entre la educación en emprendimientos y los niveles de actividad emprendedora. Por estas razones, los países participantes del GEM han elegido el tema de la educación y capacitación en emprendimientos para un examen más detallado en la investigación del año 2008.

El modelo del GEM identifica a la educación y la capacitación, o entrenamiento emprendedor, como un componente importante del marco para la actividad emprendedora que afecta los niveles de las actitudes, aspiraciones y realizaciones de los emprendedores, lo que a su vez incide en los niveles de creación de nuevas empresas en la economía.

Este capítulo se basa en la información recolectada a efectos de arrojar luz sobre esta relación, al mismo tiempo que se reconoce que los contextos nacionales pueden alterar la forma en que las personas calculan la asignación de esfuerzos en emprendimientos productivos con relación a otras formas de actividad económica. Para ello, el año 2008 38 países del GEM recolectaron información adicional sobre educación y entrenamiento emprendedor a través de la Encuesta de Población Adulta. A cada encuestado se le preguntó si había tenido entrenamiento en el inicio de un negocio durante o después de egresar de la secundaria, y si fue voluntario u obligatorio. Para el entrenamiento posterior al egreso se obtuvo información sobre quién proveyó el entrenamiento. Esto permitió realizar estimaciones a nivel nacional sobre la cantidad del entrenamiento y educación emprendedora en cada país, y sobre la relevancia relativa de los diferentes proveedores.

7.1. Capacitación para el emprendimiento por países

La Tabla 7.1. muestra el porcentaje de adultos en edad de trabajar que recibieron entrenamiento en el inicio de un negocio en cada país, por grupos de países. Los niveles totales de personas entrenadas muestran un amplio margen de variación dentro de cada grupo de países. Por ejemplo, entre los países con economías basadas en recursos, la proporción de individuos que habían recibido algún tipo de entrenamiento en comenzar un negocio variaron de un 40% en Colombia a 8% en Egipto. Bolivia registra el 19%. En países con economías basadas en la eficiencia, varió de un 43% en el caso de Chile a 6% en Turquía. En países con economías basadas en la innovación, varió de 48% en Finlandia a 13% en Israel.

En la Tabla 7.1. también se observa que los países con economías impulsadas por innovación registran levemente el mayor porcentaje promedio de la población que recibió cualquier tipo de capacitación en iniciar un nuevo negocio. Posteriormente están los países con economías impulsadas por recursos, y finalmente los que se basan en economías impulsadas por eficiencia. Por otra parte, es superior el porcentaje de personas capacitadas en iniciar un negocio que lo hacen en forma obligatoria en los países con economías impulsadas por innovación, tanto durante la etapa de educación escolar como en la posterior. Contrariamente, quienes recibieron en forma voluntaria mayor capacitación en iniciar un nuevo negocio es la población de los países con economías impulsadas por recursos. Probablemente esto sucede porque quienes se ven impulsados a emprender por necesidad demandan por sí mismos este tipo de capacitación.

Tabla 7.1. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió capacitación en iniciar un negocio voluntaria u obligatoriamente durante ó después de su educación escolar de los países GEM según desarrollo económico.

	Capacitación en iniciar un negocio recibida en su educación escolar			*Capacitación en iniciar un negocio posterior a la educación escolar recibida*			*Cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio*
	Voluntaria*	Obligatoria	Total	Voluntaria*	Obligatoria	Total	
Economías basadas en recursos							
Bolivia	8.2	2.4	10.6	10.3	3.9	14.2	19.1
Bosnia y Herzegovina	12.7	0.8	13.5	8.1	2.5	10.6	19.9
Colombia	19.2	4.0	23.2	20.7	8.7	29.4	40.0
Ecuador	16.1	4.3	20.4	8.3	7.3	15.6	27.2
Egipto	3.8	0.9	4.7	2.1	2.1	4.2	7.5
India	3.3	1.7	5.0	3.8	7.0	10.8	13.1
Iran	8.9	6.6	15.4	9.2	10.3	19.5	28.9
Promedio	10.3	3.0	13.3	8.2	6.2	14.9	22.2
Economías basadas en la eficiencia							
Argentina	6.4	3.2	9.6	7.3	3.6	10.9	17.4
Brasil	4.5	0.8	5.3	1.6	5.0	6.6	9.4
Chile	16.8	8.5	25.3	18.9	13.8	32.7	42.5
Croacia	8.6	11.1	19.7	8.0	7.6	15.6	27.6
Hungría	2.8	14.2	17.1	1.4	8.6	10.0	24.4
Jamaica	6.8	9.2	16.0	2.9	6.4	9.3	21.0
Letonia	6.1	8.4	14.5	9.0	10.1	19.1	28.0
Macedonia	10.3	2.3	12.6	7.2	3.7	10.9	19.1
México	5.8	3.6	9.5	3.6	5.9	9.5	15.5
Perú	11.5	2.9	14.4	12.2	12.5	24.7	29.6
República Dominicana	4.7	0.6	5.3	1.9	2.1	4.0	7.7
Rumania	3.3	2.2	5.5	2.8	1.8	4.6	8.0
Serbia	1.5	1.5	3.0	2.6	4.9	7.6	10.2
Sud África	6.6	2.7	9.3	3.8	5.2	9.0	13.8
Turquía	1.9	0.6	2.5	1.9	2.3	4.2	6.3
Uruguay	9.7	1.0	10.7	9.5	8.9	18.4	24.1
Promedio	6.7	4.6	11.3	5.6	6.3	12.3	19.0
Economías basadas en la innovación							
Alemania	10.3	2.0	12.3	8.4	4.7	13.2	21.0
Bélgica	17.8	7.0	25.0	3.0	15.2	18.2	33.3
Dinamarca	2.4	7.1	9.5	2.1	11.9	14.0	22.0
Eslovenia	13.0	11.3	24.3	10.3	12.3	22.6	35.7
España	9.5	3.0	12.5	7.9	6.8	14.7	21.9
Finlandia	10.1	7.8	17.9	19.6	20.8	40.4	47.9
Francia	5.3	4.9	10.2	5.9	6.6	12.5	18.1
Grecia	5.0	1.2	6.1	6.4	6.5	12.9	17.0
Irlanda	8.1	5.8	14.0	9.9	7.6	17.5	26.1
Islandia	6.5	5.3	11.8	11.3	6.5	17.8	26.7
Israel	4.1	1.7	5.8	4.5	4.1	8.6	12.8
Italia	6.0	4.2	10.2	5.3	3.7	9.1	16.5
Japón	2.8	2.1	4.9	10.1	5.6	15.7	17.4
República de Corea	2.7	3.2	5.9	3.8	5.4	9.2	13.6
Reino Unido	5.8	3.1	8.9	7.7	6.1	13.8	19.5
Promedio	7.3	4.6	11.9	7.7	8.3	16.0	23.3

***voluntaria: incluye tanto capacitación voluntaria como mixta (voluntaria y obligatoria)*

Fuente: Reporte GEM 2008.

Por otro lado, en la mayoría de los países prevalece la capacitación voluntaria, a nivel de quienes recibieron esta capacitación durante la etapa de su educación escolar. En cambio, en la etapa posterior a la educación escolar, especialmente en los países con economías impulsadas por eficiencia o innovación, las personas se capacitaron en iniciar un nuevo negocio en forma obligatoria.

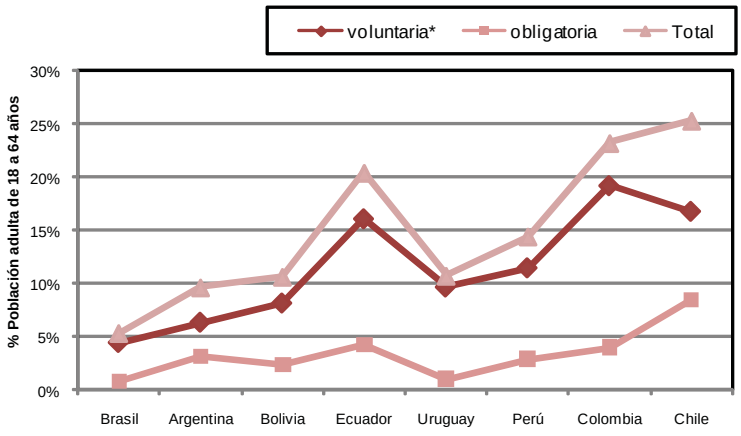
En el caso particular de Bolivia, se observa que la capacitación voluntaria supera ampliamente a la obligatoria, y que, específicamente, la capacitación obligatoria realizada durante la etapa escolar es la más baja de los países de la región sudamericana, junto a Brasil.

Esta situación se aprecia con mayor detalle en la Figura 7.1. Chile, Colombia, Ecuador y Perú son los países de Sudamérica que destacan sobre los otros en relación a la población que recibió capacitación en iniciar un nuevo negocio durante la etapa escolar, ya sea en forma voluntaria u obligatoria. El otro grupo de países, Uruguay, Bolivia, Argentina y Brasil, muestra un menor grado de población. Sin embargo, en todos los casos nuevamente la capacitación voluntaria supera a la obligatoria, mostrando las brechas existentes en los programas de educación en la atención de esta necesidad.

Respecto a la capacitación recibida por la población económicamente activa después de su educación escolar, tal como se observa en la Tabla 7.1., la capacitación obligatoria supera a la voluntaria en los países con economías impulsadas por eficiencia y por innovación. Sólo en los países con economías impulsadas por recursos la capacitación voluntaria supera a la obligatoria. Probablemente esto encuentre explicación en la presión que sienten las personas en los países con economías que no generan puestos de empleo y que se ven inducidas a mejorar su entrenamiento para poder emprender o mejorar sus emprendimientos. En los países de la región sudamericana (Figura 7.2.), igual que en el anterior caso, Chile, Colombia y Perú se distinguen por la proporción de personas entrenadas. Bolivia una vez más muestra un nivel muy bajo respecto a la capacitación para iniciar un negocio recibida en forma obligatoria por la población económicamente activa después de su educación escolar, aunque mejora notoriamente cuando esta capacitación se la recibió de manera voluntaria. Aun así, la capacitación voluntaria en Bolivia es baja, más aun si se considera que el país posee la mayor cantidad de emprendedores nacientes de los 43 países que participaron en esta investigación.

En general se concluye que, respecto a los países de la región sudamericana y específicamente a países tales como Colombia y Ecuador, que comparten con Bolivia su situación de economías impulsadas por recursos, Bolivia está rezagada en cuanto al porcentaje de la población económicamente activa que recibió cualquier tipo de capacitación para iniciar un nuevo negocio.

Figura 7.1. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió capacitación en iniciar un negocio voluntaria u obligatoriamente durante su educación escolar en países de Sudamérica.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

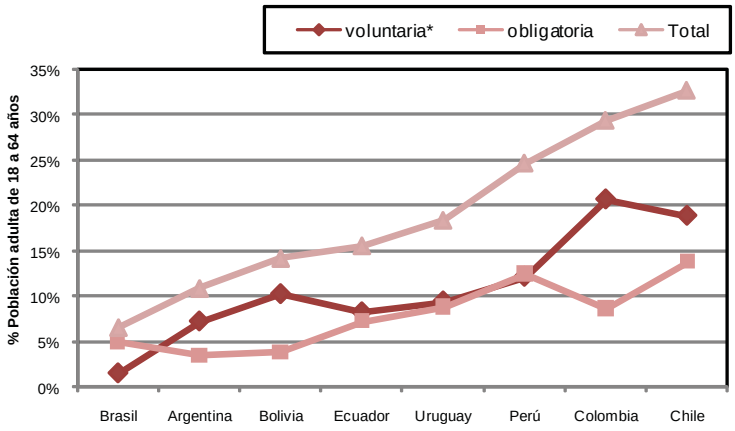
7.2. Proveedores de los programas de capacitación

Además de indagar sobre la proporción de la población que recibe capacitación en iniciar un nuevo negocio, es importante conocer quiénes son los proveedores de este servicio después de la etapa de la educación escolar. El GEM identifica las siguientes fuentes de capacitación: universidad, asociaciones de empresarios, agencia gubernamental, la que otorgan los empleadores, otras fuentes de capacitación (fundaciones, instituciones, familiares, empresas comerciales, escuelas, conferencias, televisión en general) e inclusive la autocapacitación.

En la Tabla 7.2. se detalla el origen de la capacitación recibida y además se desglosa si dicha capacitación fue voluntaria u obligatoria.

En casi todos los países se sitúa en primer lugar la autocapacitación como la principal fuente de capacitación en iniciar un nuevo negocio. Sin embargo, considerando los programas formales y no formales que ofrece la universidad, este proveedor es también muy relevante. Así, en numerosos países se menciona que es en la universidad donde las personas declaran haber recibido esta capacitación, particularmente como parte de su educación formal, aunque predominantemente en forma voluntaria. Algunas pocas excepciones son Irán, Brasil, Alemania y Chile, las cuales presentan otras instancias, tales como gremios locales de empresarios o agencias gubernamentales, aunque siempre predominando la forma voluntaria. En general esto permite concluir que es en las universidades en las cuales las personas declaran haber recibido mayor educación para el emprendimiento en comparación con los otros proveedores.

Figura 7.2. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar, en países de Sudamérica.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7.3 Capacitación para el emprendimiento en Bolivia

En base a las tablas anteriormente mostradas se presentan los dos gráficos siguientes (Figura 7.3.) con el objeto de apreciar en detalle la situación de la capacitación del emprendimiento en Bolivia. Inicialmente se aprecia que, del total de la población boliviana comprendida entre 18 y 64 años de edad, el 19% recibió algún tipo de capacitación en iniciar un nuevo negocio.

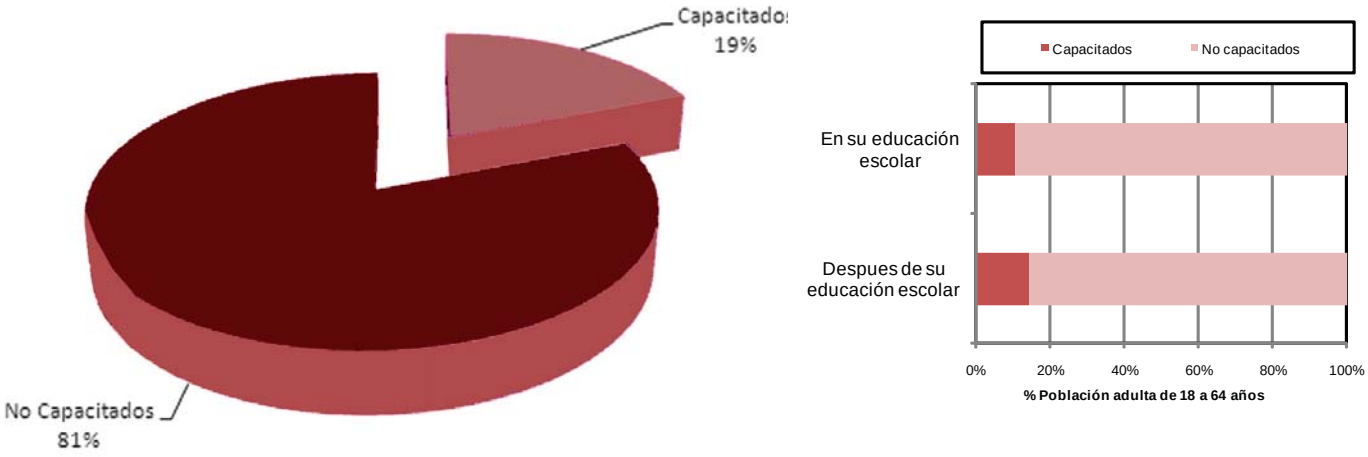
Además se observa que este tipo de capacitación se la recibe en mayor medida después de la educación escolar. De esta manera se concluye que, durante la etapa de educación escolar, por la que atraviesan la mayoría de los bolivianos, no se brinda la suficiente educación para emprender.

Tabla 7.2. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que recibió cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio después de su educación formal, según proveedor.

	En la universidad como parte de su educación formal		*En la universidad que no fue parte de su educación formal*		*Asociación local de empresarios*		*Agencia gubernamental*		*Ofrecida por su empleador*		*Otras fuentes de capacitación*		*Autocapacitación*
Voluntaria u obligatoria	V	O	V	O	V	O	V	O	V	O	V	O	
Economías basadas en recursos													
Bolivia	9	1	5	1	3	0	2	0	3	0	4	0	11
Bosnia y Herzeg.	6	0	3	0	2	0	1	0	4	0	2	0	9
Colombia	20	2	10	1	6	0	5	0	4	1	7	0	24
Ecuador	10	2	4	1	4	0	2	0	3	1	3	0	10
Egipto	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	2
India	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	1	5
Iran	6	2	3	2	2	0	8	2	3	1	2	0	10
Promedio	8	1	4	1	3	0	3	0	3	1	3	0	10
Economías basadas en la eficiencia													
Argentina	5	1	5	0	5	0	2	0	3	1	2	0	9
Brasil	1	1	1	0	4	0	1	0	1	1	0	0	2
Chile	13	5	10	1	8	1	10	1	9	3	15	0	26
Croacia	6	4	4	1	3	1	1	0	3	1	2	0	12
Hungría	3	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1
Jamaica	4	3	2	1	1	0	2	1	1	1	0	0	4
Letonia	9	5	4	1	2	0	3	0	3	1	1	0	13
Macedonia	5	1	3	0	3	0	2	0	3	1	2	0	8
México	2	0	1	0	2	0	1	0	2	0	0	0	4
Perú	13	2	11	1	6	0	5	1	6	2	6	1	16
Rep. Dominicana	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	2
Rumania	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	3
Serbia	1	0	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	3
Sud África	4	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	6
Turquía	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3
Uruguay	9	2	9	1	8	1	3	0	5	2	4	0	13
Promedio	5	2	4	0	3	0	2	0	3	1	2	0	8
Economías basadas en la innovación													
Alemania	6	1	2	0	7	1	3	1	4	1	3	0	10
Bélgica	7	3	2	3	1	2	1	3	1	1	1	2	8
Dinamarca	3	4	1	1	2	1	0	1	0	0	2	1	8
Eslovenia	9	6	8	1	5	1	4	1	4	2	3	0	15
España	9	1	7	1	6	0	5	1	4	1	7	0	10
Finlandia	16	14	9	1	5	0	6	1	3	1	6	1	30
Francia	4	2	1	1	5	1	4	1	1	0	4	0	8
Grecia	8	1	1	0	4	0	2	0	2	1	1	0	8
Irlanda	6	3	6	1	4	0	6	1	3	2	1	0	14
Islandia	7	3	4	1	2	0	2	0	4	1	4	0	14
Israel	4	1	3	1	3	0	3	0	2	0	1	0	6
Italia	6	1	2	0	3	0	1	0	2	1	1	0	6
Japón	6	2	7	1	2	0	2	0	3	1	2	0	12
Rep. de Corea	4	1	3	1	2	0	1	0	1	0	1	0	4
Reino Unido	6	2	4	1	3	1	3	0	2	1	1	0	10
Promedio	7	3	4	1	4	1	3	1	2	1	2	0	11

Fuente: Reporte GEM 2008.

Figura 7.3. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido capacitación en iniciar un negocio durante y después de su educación escolar, en Bolivia .



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

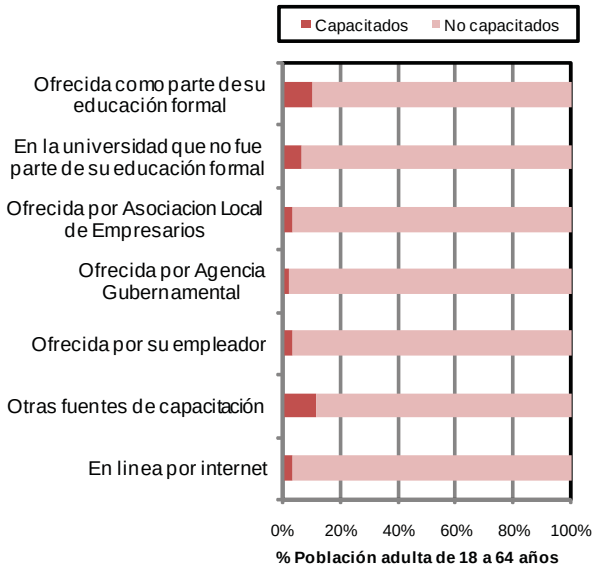
7.3.1. Proveedores de capacitación en iniciar un nuevo negocio para la población boliviana

Con el objeto de indagar con mayor profundidad en el estado de la capacitación para emprender en Bolivia, la Figura 7.4. muestra quiénes proporcionaron esta capacitación posterior a la etapa de educación escolar.

Inicialmente se debe remarcar que una proporción muy pequeña de la población económicamente activa recibe algún tipo de capacitación en iniciar un negocio. Por otra parte si bien los proveedores más significativos son de las instancias formales de educación (educación formal y programas no formales de la universidad), los proovedores de instancias no formales de educación son tambien relevantes (otras fuentes de capacitación, internet, asociaciones de empresarios, empleadores y agencias gubernamentales).

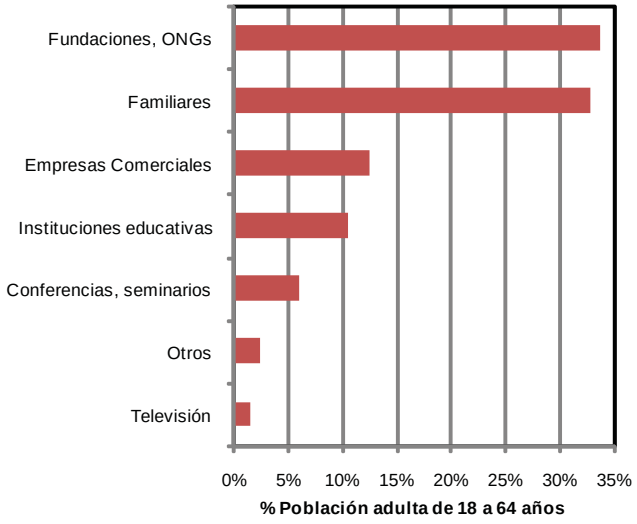
En relación a la composición de otras fuentes de capacitación, en la Figura 7.5 se observa el detalle.

Figura 7.4. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar según tipo de proveedor, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Figura 7.5. Detalle de otras fuentes de capacitación de la población adulta que ha recibido capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar en Bolivia.



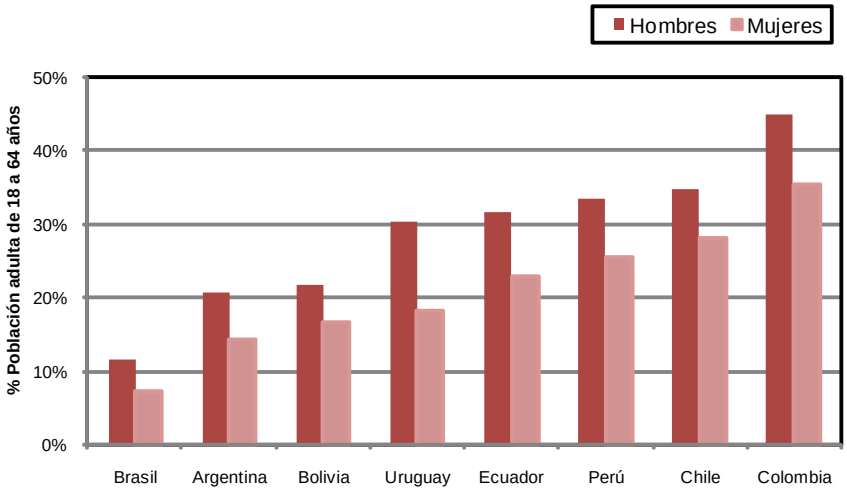
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7.4. Capacitación en iniciar un nuevo negocio a nivel de la población boliviana por género

Respecto a la capacitación en emprendimiento que se brinda a hombres y mujeres en Bolivia, en la Figura 7.6. se observa que existe una menor brecha de capacitación entre hombres y mujeres que en otros países de la región, con excepción de Brasil, aunque también prevalece la mayor proporción de hombres con capacitación para iniciar un negocio.

Comparando con dos de los países con economías en la misma etapa en la que se clasifica a Bolivia, se observa que tanto Colombia como Ecuador presentan una brecha mucho más pronunciada a favor de los hombres en cuanto a la capacitación en iniciar un negocio.

Figura 7.6. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio según género, en los países de Sudamérica.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7.4.1. Proveedores de capacitación para iniciar un nuevo negocio en Bolivia según género

Interesa también conocer el tipo de proveedor que brinda capacitación a hombres y mujeres en Bolivia. Inicialmente, en la Figura 7.7. se aprecia que la capacitación recibida tanto para hombres como para mujeres es mayor después de la educación escolar.

Sin embargo, en ambas etapas los hombres reciben en mayor cantidad esta capacitación, aunque la brecha crece al pasar de una etapa a la otra.

La Figura 7.8. muestra que son las instancias formales de educación las que se destacan por proporcionar esta capacitación a hombres y mujeres. Sin embargo, se aprecia también la presencia y aporte de otros proveedores que en forma agregada muestran su relevancia. Por otra parte se observa que la brecha de capacitación a favor de los hombres prevalece en todas la fuentes. Posiblemente esto refleje menor presencia de las mujeres en los mercados de trabajo, desde los cuales se pude acceder con mayor facilidad a recibir capacitación para el emprendimiento. También es significativo que la única instancia en la que las mujeres reciben mayor capacitación que los hombres es en “Otras fuentes”, probablemente fundaciones y entidades de apoyo a mujeres.

En resumen, en Bolivia, como en la generalidad de los países que participaron en el GEM 2008, la proporción de hombres que reciben capacitación en iniciar un negocio es mayor al de las mujeres. Sin embargo, la brecha es menor a la que se observa en los otros países de la región sudamericana.

Figura 7.7. Porcentaje de la población adulta que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio durante y después de su educación escolar según género en Bolivia.

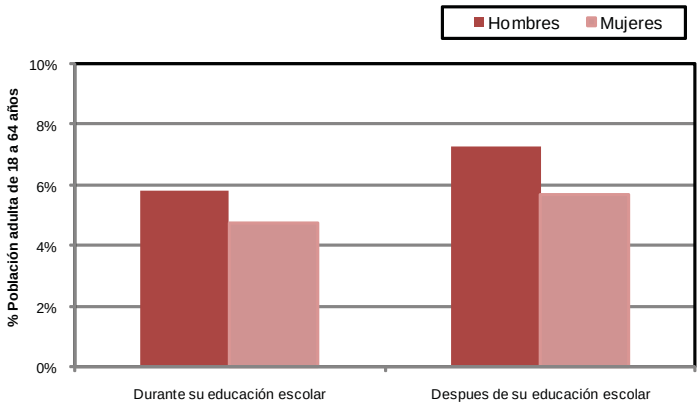
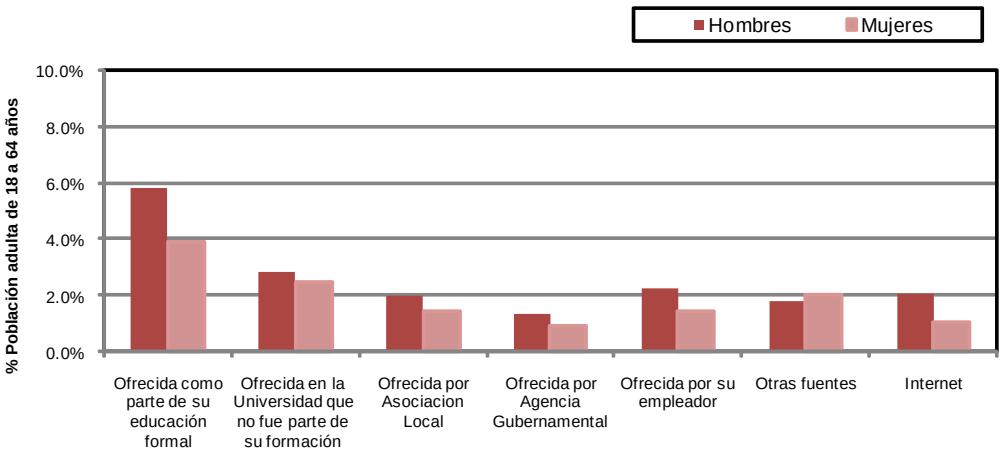


Figura 7.8. Porcentaje de la población adulta de 18 a 64 años que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio según género y tipo de proovedor, en Bolivia.



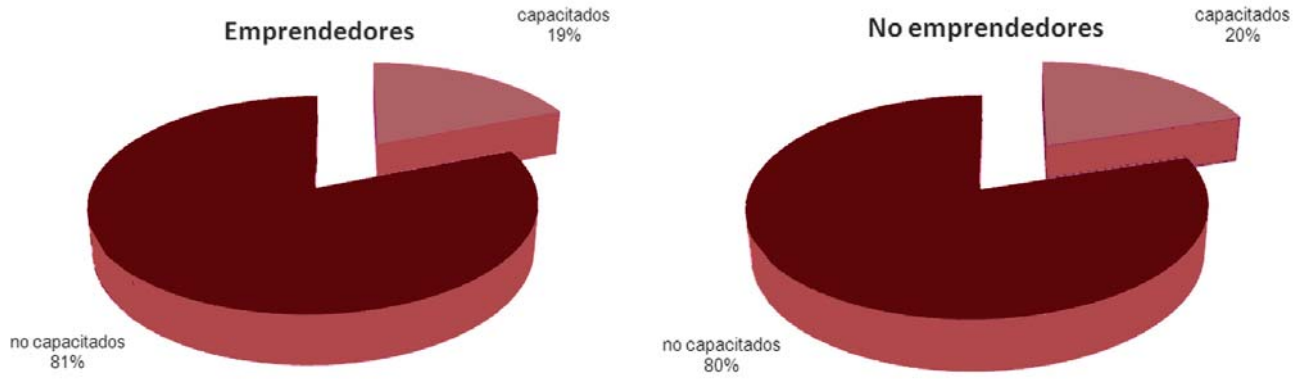
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7.5. Capacitación para iniciar un nuevo negocio entre emprendedores y no emprendedores

Cómo se mencionó anteriormente, apenas un 19 % de la población boliviana comprendida entre los 18 y los 64 años de edad declaró haber recibido capacitación en iniciar un nuevo negocio. En esta sección se desea indagar si los emprendedores recibieron mayor o menor capacitación en iniciar y gestionar un negocio que quienes no emprendieron.

Al respecto, en la Figura 7.9. se observa que quienes no emprenden recibieron algo más de capacitación que quienes si lo hacen, aunque en ambos casos la proporción de capacitados alcanza en el mejor de los casos al 20%. Por otra parte, tambien se comprueba que la capacitación para emprender apenas alcanza a una minoría de aquellos que ya emprenden.

Figura 7.9. Porcentaje de emprendedores y no emprendedores que se capacitaron en iniciar un negocio, en Bolivia.



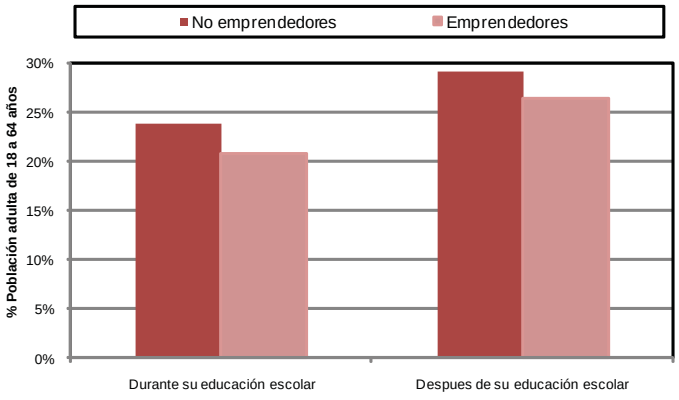
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7.5.1. ¿Quiénes los proveedores de esta capacitación?

A continuación se aprecia cómo se distribuyó la capacitación que se brindó tanto a quienes emprendieron como a los que no lo hicieron. La Figura 7.10. muestra que, para la población que ha recibido capacitación, nuevamente es en la etapa posterior a su educación escolar en la cual existe mayor grado de capacitación.

Tanto quienes emprenden como quienes no lo hacen recibieron más capacitación después de la educación escolar. Sin embargo, en ambas instancias quienes no emprendieron recibieron más capacitación.

Figura 7.10. Relación de emprendedores y no emprendedores que han recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio durante y después de su educación escolar en Bolivia.

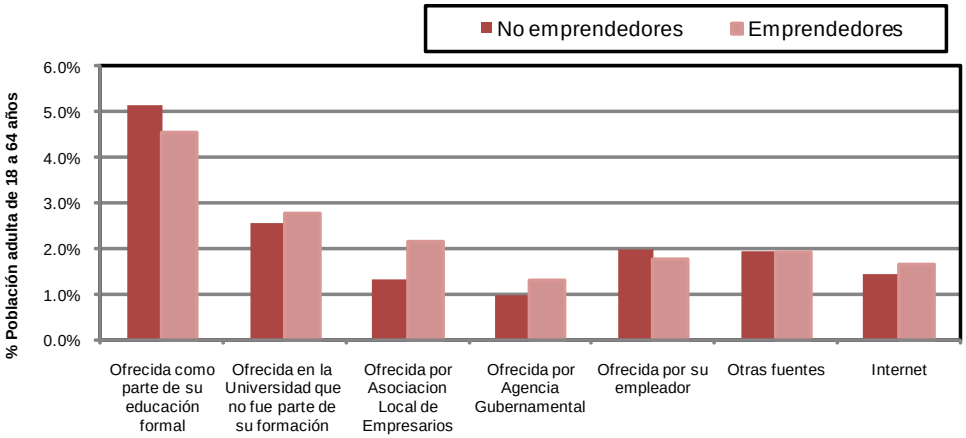


Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

La Figura 7.11. muestra que quienes recibieron capacitación en programas no formales de la universidad y en general en instancias no formales de educación (asociaciones de empresarios, agencias gubernamentales, internet) emprendieron más que aquellos que la recibieron de programas formales o de los ofrecidos por los propios empleadores.

Esto parecería mostrar que no son necesariamente los que reciben capacitación en las instancias formales de educación quienes terminan emprendiendo, sino que más bien quienes emprenden reciben dicha capacitación en programas no formales. Además, se debe considerar que existe una búsqueda voluntaria de capacitación por parte de estos emprendedores, recibiéndola en una proporción importante de otros proveedores no formales.

Figura 7.11. Relación de emprendedores y no emprendedores que han recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio después de su educación escolar, según tipo de proovedor, en Bolivia.



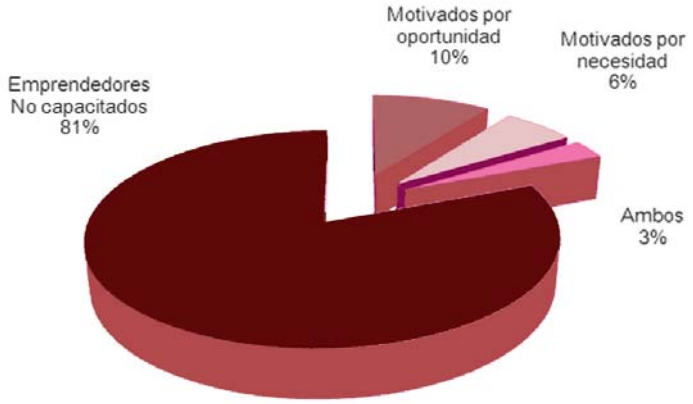
Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7.6. Capacitación en iniciar un nuevo negocio a nivel de emprendedores por oportunidad y emprendedores por necesidad

Interesa conocer, por otra parte, si fueron emprendedores por necesidad o por oportunidad los que recibieron mayor capacitación en iniciar un nuevo negocio.

La Figura 7.12. permite apreciar que, entre los emprendedores que recibieron capacitación en iniciar un nuevo negocio, son los emprendedores por oportunidad quienes recibieron casi el doble de capacitación que los emprendedores por necesidad. Éste gráfico también permite observar que, de la cantidad total de emprendedores, el 81% no recibió ningún tipo de capacitación.

Figura 7.12. Porcentaje de la población emprendedora que recibió capacitación en iniciar un negocio según motivación, en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

7.6.1. ¿Quiénes los proveedores de esta capacitación?

Interesa además conocer los proveedores de la capacitación recibida entre emprendedores por oportunidad y emprendedores por necesidad. Inicialmente se observa en la Figura 7.13. que ambos tipos de emprendedores reciben mayor capacitación para emprender después de su educación escolar.

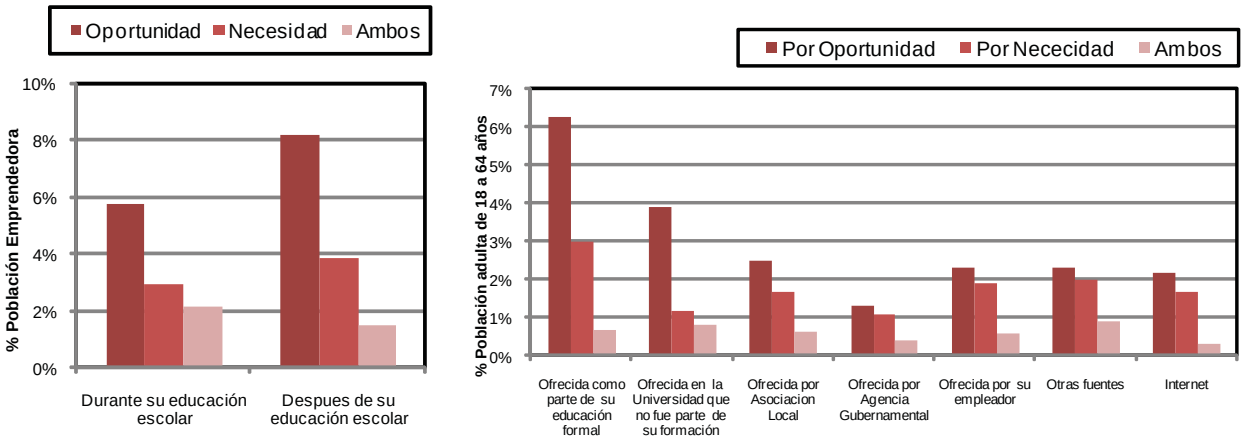
Respecto a los proveedores de capacitación después de la educación escolar, se observa que en las instancias formales de educación (educación formal, universidad con programas no formales) la brecha de capacitación a favor de los emprendedores por oportunidad es mayor que lo que se registra en los proveedores pertenecientes a instancias no formales de capacitación (asociaciones de empresarios, agencias gubernamentales, empleadores, otras fuentes, internet).

7.7. Capacitación para el emprendimiento y su efecto sobre la percepción y la aspiración emprendedora

En esta sección final se trata de indagar en qué medida la capacitación para el emprendimiento afecta a la percepción de oportunidades y la valoración de habilidades para emprender en un país. La Tabla 7.3. muestra, por tipo de capacitación recibida (voluntaria u obligatoria), las proporciones de personas en edad laboral que, aunque no están gestionando o tratando activamente de iniciar un negocio, perciben una buena oportunidad de negocio en su área local o perciben que tienen las habilidades y conocimientos que requiere iniciar un negocio.

Cada país parece tener su propio patrón de relaciones entre la capacitación y las actitudes, y los promedios por grupo de países pueden llevar a confusión. Por ejemplo, en India y Grecia sólo la capacitación obligatoria es la que tuvo un efecto positivo sobre la percepción de oportunidades. En cambio, en países como Bolivia, Argentina o Chile la capacitación en general tuvo un efecto positivo sobre la percepción de oportunidades, pero especialmente la voluntaria. En relación a la autopercepción de habilidades, en cada país, con la excepción de Bolivia, Jamaica y República de Corea, tanto la capacitación voluntaria como la obligatoria parecen tener un efecto significativo en el incremento de dicha autopercepción con relación a aquéllos que no habían sido capacitados. En general se observa en todos los países que aquellos que se capacitaron en forma voluntaria era más probable que percibieran que tenían las habilidades para iniciar un negocio. Globalmente, los niveles de percepción de habilidades fueron mayores en los países con economías basadas en recursos y en eficiencia, más que en aquéllos de economías basadas en innovación.

Figura 7.13. Relación de la población emprendedora: emprendedores en etapas iniciales y propietarios de negocios establecidos, que ha recibido cualquier tipo de capacitación en iniciar un negocio según motivación en Bolivia.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta a la Población Adulta (APS) 2008.

Tabla 7.3. Porcentaje de la población de 18 a 64 años que no realiza ningún emprendimiento, según tipo de capacitación recibida y percepción por países de acuerdo a fase de desarrollo económico.

	Oportunidades buenas percibidas para iniciar un negocio en los próximos 6 meses			*Tiene conocimiento, experiencia para iniciar un negocio*		
	Voluntaria	Obligatoria	No se capacitarón	Voluntaria	Obligatoria	No se capacitarón
Economías basadas en recursos						
Bolivia	52.5	47.6	46.0	81.5	63.2	64.5
Bosnia y Herzegovina	57.1	50.0	39.1	81.8	87.5	56.9
Colombia	64.7	42.1	52.6	73.4	53.8	45.3
Ecuador	38.3	47.2	35.4	81.9	77.2	60.7
Egipto	31.7	44.4	30.1	70.2	75.0	51.1
India	47.8	81.8	52.8	64.00	86.7	42.3
Irán	34.0	32.6	29.1	76.1	73.1	51.9
Promedio	46.6	49.4	40.7	75.6	73.8	53.2
Economías basadas en la eficiencia						
Argentina	56.6	50.0	39.0	80.8	62.5	48.4
Brasil	50.0	37.0	37.9	76.5	75.0	46.5
Chile	30.8	26.4	21.0	78.1	68.5	41.7
Croacia	61.3	52.1	35.6	77.4	75.2	48.1
Hungría	22.2	25.7	14.0	67.7	65.5	36.4
Jamaica	55.1	47.5	48.3	67.0	64.5	64.6
Letonia	41.9	28.6	16.0	70.9	46.8	13.3
Macedonia	50.6	46.2	43.1	74.1	71.4	47.8
México	49.4	54.4	43.0	76.1	59.5	53.4
Perú	63.5	66.7	47.5	78.4	79.1	61.5
Rep. Dominicana	56.5	53.8	51.2	85.2	78.6	69.0
Rumania	51.5	27.8	23.8	70.7	44.4	19.1
Serbia	73.7	56.4	50.9	84.2	85.7	57.2
Sud África	57.7	50.0	31.3	81.0	60.0	25.9
Turquía	53.8	50.0	33.4	71.9	76.2	16.2
Uruguay	45.2	61.0	48.7	78.5	75.0	20.3
Promedio	51.2	45.9	36.5	76.2	68.0	45.6
Economías basadas en la innovación						
Alemania	36.2	38.0	17.7	59.9	37.5	24.8
Bélgica	12.2	18.9	12.0	41.6	66.4	25.0
Dinamarca	57.1	65.9	60.8	50.8	45.3	25.9
Eslovenia	53.9	52.9	36.5	73.6	53.8	34.0
España	29.7	27.5	23.4	53.2	51.4	40.2
Finlandia	56.5	48.0	45.6	57.1	36.7	16.2
Francia	35.7	25.0	20.5	75.8	39.0	20.3
Grecia	21.5	43.6	23.9	58.8	50.0	44.0
Irlanda	29.6	28.9	24.4	66.7	56.6	34.7
Islandia	38.7	37.2	32.3	76.5	61.4	36.5
Israel	41.5	52.0	21.7	55.9	73.3	31.0
Italia	33.0	35.8	28.1	53.3	53.6	32.3
Japón	13.0	16.3	6.2	34.5	19.1	6.3
Reino Unido	39.8	31.1	26.2	74.2	59.6	40.0
República de Corea	36.8	19.2	10.8	39.5	20.0	21.8
Promedio	35.7	36.0	26.0	58.1	48.2	28.9

Fuente: Reporte GEM 2008.

En el caso de Bolivia, tanto para la percepción de oportunidades como para la autopercepción de habilidades, es la capacitación voluntaria la que genera el efecto positivo sobre ambas actitudes.

A continuación se analiza el efecto de la capacitación en las aspiraciones de iniciar un negocio como se observa en la Tabla 7.4., la relación entre el tipo de capacitación y las tasas de actividad emprendedora de fase temprana muestra en general un mayor efecto para los países con economías impulsadas por recursos. Sin embargo, en algunos países, incluyendo Bolivia, Irán y Argentina, la capacitación obligatoria no tuvo efecto en dicha actividad. Contrariamente, en Brasil, Turquía, Uruguay, Islandia e Italia, la capacitación obligatoria pareció tener un efecto más fuerte y la voluntaria un efecto más débil en el nivel de actividad. Respecto al efecto sobre las aspiraciones futuras, en todos los casos la capacitación, voluntaria y obligatoria, fue positiva. Una vez más son los países con economías impulsadas por recursos los que muestran un efecto más contundente. Bolivia también muestra un alto impacto de la capacitación para iniciar un negocio sobre las aspiraciones de emprender en los tres próximos años.

En conclusión, la relación entre capacitación en iniciar un negocio y las actitudes, aspiraciones y actividad emprendedora fue en general positiva, aunque compleja. De cualquier manera, cada país parece tener un sello único en los efectos de esta clase de capacitación, que a su vez responde a las diferentes realidades nacionales respecto a, por ejemplo, la cantidad y calidad actual y pasada de la capacitación, la disponibilidad y accesibilidad, la demanda, la situación de la economía y las alternativas de empleo. Por otra parte, el rendimiento de la capacitación, o ratio de actividad entre aquellos que recibieron capacitación, sea voluntaria u obligatoria, varía de país a país, aunque comparando este rendimiento entre Bolivia, Colombia y Ecuador, todos ellos países sudamericanos de economías impulsadas por recursos, el mayor rendimiento sería el de Ecuador, seguido de Colombia, y finalmente de Bolivia.

Tabla 7.4. Porcentaje de la población de 18 a 64 años con expectativa de iniciar un negocio en los próximos tres años ó involucrada en emprendimientos en etapas iniciales, según tipo de capacitación por países de acuerdo a fase de desarrollo económico.

	Expectativa de iniciar un negocio en los próximos tres años			*Activamente tratando de iniciar o puesta en marcha de un nuevo negocio (TEA)*		
	Voluntaria	Obligatoria	No se capacitarón	Voluntaria	Obligatoria	No se capacitarón
Economías basadas en recursos						
Bolivia	65.7	50.7	38.0	39.1	25.0	28.3
Bosnia y Herzegovina	55.6	61.3	25.9	12.8	23.5	7.8
Colombia	81.2	72.5	58.4	34.6	26.2	19.0
Ecuador	60.2	52.3	36.6	25.7	23.0	14.3
Egipto	73.5	60.5	38.1	25.5	22.0	12.2
India	50.0	48.3	30.3	34.2	21.1	9.1
Irán	50.8	46.0	32.9	18.1	7.3	7.5
Promedio	62.4	55.9	37.2	27.1	21.2	14.0
Economías basadas en la eficiencia						
Argentina	43.2	30.3	19.7	26.1	12.1	15.5
Brasil	52.7	30.6	23.0	19.5	21.9	11.1
Chile	54.7	32.1	31.1	18.4	14.2	10.4
Croacia	22.4	15.3	9.5	16.7	10.7	5.3
Hungría	13.5	13.5	4.4	10.8	10.9	5.2
Jamaica	20.0	25.6	20.6	16.8	14.2	15.5
Letonia	33.9	17.8	4.3	20.1	8.7	3.5
Macedonia	68.3	61.1	40.8	22.9	19.0	12.7
México	43.5	40.9	28.1	22.2	19.0	12.0
Perú	58.5	50.8	34.0	38.1	30.1	21.6
Rep. Dominicana	71.6	58.5	34.6	41.1	34.1	18.7
Rumania	41.1	36.8	9.2	25.9	12.2	2.5
Serbia	67.1	42.2	31.6	17.6	13.6	6.7
Sud África	43.5	29.5	13.3	22.6	17.8	5.6
Turquía	41.5	42.2	22.6	10.5	21.2	5.3
Uruguay	41.2	27.7	18.7	16.7	19.8	10.0
Promedio	44.8	34.7	21.6	21.6	17.5	10.1
Economías basadas en la innovación						
Alemania	17.8	10.3	3.6	8.0	8.0	2.6
Bélgica	10.4	15.6	5.4	4.3	5.6	1.9
Dinamarca	17.1	10.4	6.2	7.1	5.0	4.1
Eslovenia	24.2	12.2	5.6	13.5	7.0	4.2
España	12.3	8.7	6.7	9.8	7.3	6.5
Finlandia	15.5	8.9	3.7	14.1	6.4	4.4
Francia	31.9	30.4	11.7	20.3	12.0	3.3
Grecia	18.2	19.5	16.1	10.0	16.7	9.2
Irlanda	23.2	14.5	6.5	16.4	9.1	5.5
Islandia	34.5	20.9	12.8	16.8	16.4	7.4
Israel	42.6	34.1	15.1	16.9	13.1	5.1
Italia	22.8	12.6	7.4	10.6	8.6	3.6
Japón	24.9	6.4	5.8	15.6	7.8	3.9
Reino Unido	15.8	12.6	5.2	14.7	9.1	4.3
República de Corea	44.8	25.5	20.6	14.3	11.3	9.5
Promedio	23.7	16.2	8.8	12.8	9.6	5.0

Fuente: Reporte GEM 2008.

8. El entorno emprendedor en Bolivia

Una premisa fundamental del proyecto GEM es que las condiciones que caracterizan al entono o contexto específico en que se desenvuelve la actividad emprendedora, revisten una importancia singular para su desarrollo. En otras palabras, que el impulso al emprendimiento puede ser potenciado o limitado por las condiciones del entorno.

El proyecto GEM considera nueve variables que inciden directamente sobre la actividad emprendedora y el propio desempeño de los emprendedores bolivianos. Esta incidencia se da tanto en la cantidad y calidad de las oportunidades disponibles para el emprendimiento como en la misma capacidad de los emprendedores para detectar, evaluar y ejecutar tales oportunidades.

A continuación se define el significado de estas nueve variables o condiciones.

1. **Políticas públicas**. Se refiere a la forma en que las políticas estatales, incluyendo las regulaciones administrativas y los impuestos, se orientan a apoyar las actividades emprendedoras o más bien carecen de este objetivo, e incluso que tengan efectos contraproducentes sobre éstas.

2. **Programas de gobierno.** Se refiere a la existencia de programas del sector gubernamental que proveen ayudas o asistencias directas a las nuevas empresas y su grado de efectividad, así como la accesibilidad a los mismos.

3. **Mercados financieros.** Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital, subvenciones y subsidios para empresas nuevas y en crecimiento. Comprende toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla para nuevos emprendimientos hasta mercados de capitales sofisticados.

4. **Servicios comerciales y profesionales**. Se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables, consultoría y asesoramiento legal para negocios nuevos y en crecimiento, y a si éstos pueden asumir el coste de tales servicios.

5. **Apertura del mercado interno.** Se refiere al dinamismo del mercado interno con relación a la oferta de bienes y servicios, así como la medida en que las prácticas comerciales y el marco jurídico son suficientemente flexibles de forma que faciliten o no impidan que emprendimientos nuevos y en crecimiento puedan ingresar al mercado y competir libremente.

6. **Acceso a la infraestructura física.** Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos y servicios básicos existentes (carreteras, transporte, telecomunicaciones, energía, agua, alcantarillado, etc.) en condiciones de precio y oportunidad tales que no representen una barrera para las actividades emprendedoras.

7. **Educación y capacitación.** Se refiere al grado en que el espíritu emprendedor, los conocimientos y las habilidades para crear y dirigir nuevos negocios y en crecimiento se hallan incorporados dentro de los sistemas educacionales y de capacitación.

8. **Innovación y transferencia de I+D**. Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo tecnológico se transfieren a las empresas nuevas y en crecimiento y la disponibilidad de apoyos y ayudas gubernamentales para ese fin, además de la valoración que hacen las empresas de la innovación y su interés por experimentar nuevas tecnologías. Comprende, asimismo, la situación de los derechos de propiedad intelectual desde el punto de vista de la legislación, y su aplicación concreta.

9. **Normas sociales y culturales**. Se refiere a la forma en que las normas culturales y sociales vigentes estimulan o desalientan los esfuerzos e iniciativas individuales que puedan conducir a la creación de empresas, el emprendimiento y la innovación.

8.1 Descripción de la metodología

Para la medición de las variables del entorno emprendedor se utiliza la encuesta aplicada a expertos bolivianos, tal como ya se mencionó en el acápite de la metodología del GEM, correspondiente al capítulo introductorio de este informe.

En Bolivia se realizó un total de treinta y seis entrevistas con expertos de las ciudades de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Tarija, Oruro que representaban los sectores de: empresarios, gremios empresariales, académicos, funcionarios de gobiernos municipales, desarrolladores de política pública y líderes de organizaciones de apoyo y promoción a la creación de empresa.

8.2 Evaluación general de las variables

El análisis muestra la opinión promedio de los expertos sobre las condiciones del entorno que podrían estar afectando el emprendimiento en Bolivia. Para esto se ha empleado la escapa Likert que otorga un índice único que fluctúa entre 1 (situación muy mala) y 5 (situación muy buena), según el acuerdo que se manifieste con los enunciados. Esta metodología, tiene la ventaja de que permite ordenar las variables comparándolas entre ellas.

Como se puede apreciar en la Figura 8.1, los resultados indican una valoración negativa de casi todas las variables o factores del entorno emprendedor. De las nueve variables consideradas, seis de ellas se encuentran dentro de un rango que va de una "situación mala" a una "muy mala". Dos de las restantes tres variables (Mercado Interno y Servicios Comerciales y Profesionales), se ubican en una situación tendiendo a mala, y únicamente la variable Acceso a infraestructuras físicas y de servicios básicos muestra una tendencia positiva.

Figura 8.1. Evaluación del contexto emprendedor en Bolivia, según opinión de expertos.

Fuente: GEM Bolivia Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2008.

Este primer Reporte Nacional del GEM Bolivia traza una línea de base a partir de la cual en los años siguientes se podrá efectuar comparaciones y registrar variaciones, tal cual ya lo hacen los reportes nacionales de otros países que vienen participando en el proyecto GEM por varios años.

A continuación, se analizará cada una de las nueve variables.

8.2.1. Acceso a la infraestructura física

Como ya se dijo, esta es la variable mejor ponderada por los expertos, con un puntaje con tendencia positiva. La opinión de los expertos indica un acuerdo en cuanto a que las empresas nuevas y en crecimiento pueden afrontar los costes de acceso tanto a los sistemas de comunicación (telefonía, internet, etc.) como a los servicios básicos de agua, electricidad, gas, etc., y proveerse de ellos en un tiempo relativamente corto. Su principal desacuerdo se refiere a que no perciben que las infraestructuras físicas provean un buen apoyo a las nuevas empresas.

La valoración relativamente favorable de los expertos con respecto al acceso a infraestructura y servicios básicos, reflejaría las progresivas mejoras que en las últimas dos décadas se han dado en el país, en ese campo. Este podría ser el caso de los progresos observados en la expansión de la telefonía móvil y el Internet.

Así y todo, los expertos consultados no expresan una satisfacción suficiente con el nivel de acceso a los recursos físicos disponibles, lo que sugiere que aún hay mucho que hacer para llegar a ese punto.

8.2.2 Mercado interno

Con relación a este factor se han indagado dos aspectos: el primero referido a las barreras de entrada al mercado, y el segundo al dinamismo de su comportamiento.

En cuanto a las barreras de entrada se percibe que hay dificultades para que los emprendedores puedan penetrar en nuevos mercados y cubran los costos de entrada. Se puede argüir que esto es algo que alimenta el fenómeno de la informalidad en que se mueven los pequeños negocios y que marca también al propio proceso emprendedor.

Con relación a la dinámica del mercado, la percepción de los expertos indica un bajo dinamismo que, a su vez, puede estar reforzando los obstáculos para la entrada de nuevas empresas. En la situación boliviana, un factor que acentúa la rigidez de los mercados es sin duda el contrabando que colma el mercado nacional con toda clase de productos y a menores precios que los producidos internamente, lo que representa una competencia desleal para la producción local y en particular para las nuevas y pequeñas empresas.

Por otra parte, los expertos opinan negativamente respecto a las normas de control antimonopolio así como la capacidad del Estado para asegurar su cumplimiento. Todo ello está mostrando un ambiente económico e institucional que no incentiva suficientemente la competencia en el mercado, lo que naturalmente perjudica al proceso de creación de nuevas empresas.

8.2.3. Servicios comerciales y profesionales

Con respecto a las posibilidades que tienen las nuevas empresas y en crecimiento de acceder a los servicios comerciales, bancarios y de asesoramiento técnico, legal y contable, la valoración de los expertos tiende a malo. Los aspectos más críticos se refieren a la dificultad de asumir los costos de estos servicios, pero también a lograr buenos proveedores, consultores y subcontratistas, lo que parece poner de manifiesto problemas de insuficiencia de calidad en esos servicios, falta de información y carencia de contactos, que son obstáculos que enfrentan muchos emprendedores para poder acceder a tales servicios. Lo que más ponderan los expertos es la facilidad de acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas, cartas de crédito, transacciones comerciales con el exterior, etc.), un aspecto que tiene que ver con la modernización producida en el sistema financiero nacional.

8.2.4. Educación para el emprendimiento

La valoración de los expertos consultados en torno a esta variable revela una situación mala y deficitaria. De hecho, opinan que la escuela primera y secundaria no está estimulando la creatividad, la autosuficiencia o la iniciativa personal. Lo propio ocurre

con relación al aporte de conocimientos útiles para entender el funcionamiento de los mercados, así como al fomento del espíritu emprendedor desde la enseñanza primaria y secundaria.

Respecto de las universidades y centros de enseñanza superior, la opinión de los expertos muestra una situación mucho menos negativa que la que se refiere al nivel primario y secundario en cuanto a sus posibilidades de ofrecer una preparación adecuada y de calidad que promueva y aliente la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las ya establecidas. Para profundizar estos y otros aspectos, véase el capítulo anterior, dedicado específicamente a los temas de educación y capacitación para el emprendimiento.

8.2.5. Normas sociales y culturales

La percepción de los expertos es que el entorno cultural del país para la actividad emprendedora, presenta un cuadro de situación desfavorable. Los códigos prevalecientes en la sociedad serían contrarios a incentivar la iniciativa, el esfuerzo personal, la creatividad, la innovación y la toma de riesgos; es decir, aquellos valores que son precisamente los que la actividad emprendedora y empresarial presuponen o requieren. Tampoco se ve en sus opiniones que los empresarios y emprendedores sean figuras que gocen de reconocimiento y prestigio social o que la creación de empresas sea una acción valorada como una forma legítima de buscar éxito y riqueza.

En suma, los resultados de la encuesta a expertos sugieren que los emprendedores bolivianos tienen que remar contra un ambiente social adverso. Sin embargo, ha de tomarse en cuenta que la perspectiva de la población - tal cual se vio en las secciones anteriores de este informe- respecto del ambiente social y cultural para el emprendimiento, no necesariamente es tan negativa.

8.2.6. Entorno financiero relacionado con la actividad emprendedora

La percepción general que recoge la encuesta a los expertos nacionales da cuenta de la carencia de recursos y medios para el financiamiento de las empresas nuevas, siendo particularmente crítica la salida a través del mercado de capitales, la ausencia de subvenciones públicas, el capital de riesgo y la existencia de otras fuentes de financiamiento privado.

Los expertos coinciden en que hay poca o ninguna disponibilidad de recursos del sistema financiero tradicional, o sea préstamos bancarios como colocaciones bursátiles para nuevos emprendimientos. La percepción negativa es algo más moderada respecto de la existencia de fuentes de financiación propia para empresas nuevas y en crecimiento, con lo cual parece aludirse a ciertos mecanismos que en los últimos años se han enfocado más específicamente al sector de pequeños productores.

8.2.7. Políticas públicas

Esta es una de las variables del entorno, cuya calificación recae dentro del rango más negativo y adverso. La percepción de los expertos consultados es concluyente: las políticas de gobierno no favorecen la creación de nuevas empresas; tampoco es prioridad de la política gubernamental apoyar a empresas nuevas y en crecimiento. Sin embargo, también se ven opiniones menos negativas cuando se inquiere por el apoyo que dan los gobiernos departamentales y municipales a los negocios en etapas iníciales, probablemente recogiendo un mayor interés que se ha observado recientemente en la conducta de algunos gobiernos municipales con relación a las actividades emprendedoras. De cualquier manera, esto último no alcanza parar modificar una percepción general muy crítica de los expertos consultados con referencia al marco de políticas públicas

Con relación a las normas reglamentarias para la creación de nuevas empresas y la obtención de licencias, las opiniones recogidas ponen de manifiesto que subsisten obstáculos importantes. Los expertos reconocen, asimismo, que los impuestos, tasas y otras regulaciones que se aplican a las nuevas empresas, son todavía barreras a la creación y el crecimiento de las empresas. Finalmente, un significativo número de respuestas opina en que los impuestos, tasas y otras regulaciones sobre la creación de nuevas empresas son aplicadas en forma previsible y coherente.

8.2.8. Programas de Gobierno

Lo que puede deducirse de la opinión de los expertos es que no existen programas gubernamentales suficientes, accesibles, bien orientados y efectivos para el apoyo a la creación y el crecimiento de nuevas empresas. La falta de información sobre las asistencias gubernamentales disponibles sería un gran problema, lo mismo que la ausencia de profesionales idóneos en las reparticiones públicas que tienen el mandato de apoyar los nuevos emprendimientos.

Aunque las preguntas formuladas no permiten discernir diferencias en los distintos niveles de gobierno (nacional, departamental y municipal), en cuanto a la disponibilidad y gestión de programas de apoyo a la actividad emprendedora, se puede presumir que la percepción negativa se extiende a estos tres niveles públicos.

8.2.9 Transferencia de Investigación y Desarrollo (I+D), derechos de propiedad e innovación

Este factor se ubica en el extremo de las valoraciones negativas. También aquí la respuesta de los expertos es categórica: las empresas de nueva creación y en crecimiento no se benefician de las transferencias de aportes científicos e innovaciones tecnológicas y no están en posición de cubrir su costo; tampoco hay subvenciones u otras ayudas del gobierno para este fin, y no existen empresas de base tecnológica capaces de competir globalmente. La impresión obvia es que la creación de empresas es un proceso que no cuenta con mecanismos externos que le proporcionen apoyo en materia de transferencia de I+D, lo cual también explica por qué en Bolivia los emprendimientos por oportunidad son relativamente bajos.

Se sabe que la situación de los derechos de propiedad intelectual es un aspecto importante a considerar cuando se evalúa el estado de la I+D así como el grado de su transferencia al sector de las nuevas y pequeñas empresas. Al respecto, los expertos consultados se muestran especialmente escépticos en cuanto a reconocer la vigencia de la legislación sobre derechos de propiedad intelectual y la capacidad de las autoridades para garantizar su cumplimiento, al propio tiempo que advierten cuán extendida está la venta de productos de “piratería” y la dificultad de confiar en la validez de las patentes y el registro de marcas.

Lo anterior no implica, sin embargo, que las empresas nuevas y en crecimiento sean ajenas a la innovación o que no tengan interés en ella. De hecho, los expertos consultados han opinado sobre este tema, y su valoración es más positiva comparada con la situación de los derechos de propiedad o la transferencia de I+D.

Al respecto, la mitad de los consultados opinan que la innovación es altamente valorada por las empresas. Por otra parte, la ponderación que los expertos hacen de la Innovación, desde la perspectiva del consumidor, es aún más favorable que la valoración desde la óptica de las empresas. La valoración de la innovación desde la óptica de los consumidores tiene una tendencia positiva: la encuesta recoge una impresión más favorable en cuanto a que los consumidores se muestran más abiertos a experimentar con la oferta de nuevos productos y servicios en el mercado.

8.3. Oportunidades del emprendedor y capacidad emprendedora

Adicionalmente a las nueve variables o factores anteriores, se ha tomado la opinión de los expertos con relación a las oportunidades disponibles en el entorno para las actividades emprendedoras así como con respecto de las capacidades observadas en las personas para emprender. Esta clase de consulta se apoya en la premisa de que las iniciativas emprendedoras son frecuentemente estimuladas cuando la población – y especialmente el segmento de nuevos empresarios o emprendedores potenciales- perciben que existen oportunidades propicias para el emprendimiento. Pero, tan importantes como las oportunidades disponibles son también las capacidades de los emprendedores para detectarlas y aprovecharlas, lo cual nos conduce a indagar sobre el interés de los individuos por comprometerse con la creación de nuevas empresas y la medida de su preparación para tomar este riesgo, es decir sus conocimientos, destrezas, habilidades y experiencias.

8.3.1. Oportunidades disponibles

En general los expertos consultados ven una situación con ciertas oportunidades para emprender. Ante la pregunta de si existen muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas, la valoración tiende a ser favorable. Sin embargo, un porcentaje aún mayor considera que hay más oportunidades

buenas que gente preparada para explotarlas, lo cual implica que los expertos están cuestionando la capacidad efectiva de las personas para tomar las oportunidades. Dicho de otro modo, las oportunidades estarían disponibles para quién tenga la capacidad o preparación necesaria, puesto que en opinión de los expertos no resulta fácil para las personas aprovechar las oportunidades empresariales.

De otro lado, los expertos están mayoritariamente de acuerdo en que las oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado en los últimos cinco años. Es muy probable que esta perspectiva optimista esté reflejando el clima de crecimiento económico que se ha dado durante ese tiempo en el país. En cambio, la tendencia cambia de signo cuando se trata de la creación de empresas de rápido crecimiento.

8.3.2. Capacidades para el emprendimiento

Precisamente la opinión de los entrevistados señala una situación muy deficitaria en cuanto a las capacidades de los bolivianos para el emprendimiento. Los expertos perciben que mucha gente no sabe cómo crear y dirigir empresas; tampoco creen que mucha gente tenga experiencia en proyectar nuevos negocios o en organizar los recursos requeridos para los emprendimientos empresariales o bien para reaccionar ante las buenas oportunidades que podrían presentarse.

Esta baja valoración se correlaciona muy particularmente con la apreciación de una situación crítica en los programas educacionales, que no contribuirían a formar las necesarias capacidades y atributos emprendedores en los jóvenes y profesionales. De ahí también la dificultad que se observa para que las personas que incursionan en los negocios puedan aprovechar convenientemente las oportunidades disponibles, que, aunque no son demasiadas, sí existen.

8.3.3. Impulso a los negocios de rápido crecimiento

La percepción de una situación limitada en cuanto a las oportunidades disponibles para nuevos negocios, se torno mucho más negativa cuando se trata de negocios con alto potencial de crecimiento. De hecho, los expertos consultados no creen que existan iniciativas para apoyar esta clase de emprendimientos; tampoco consideran que este sea un aspecto que se priorice cuando se diseñan políticas para promover la creación de nuevas empresas.

8.3.4. Visión sobre la mujer emprendedora

Dentro de la problemática general de las oportunidades y capacidades para el emprendimiento, se ha indagado acerca de la visión que los expertos tienen del papel de la mujer emprendedora y el apoyo que reciben. Como resultado, se percibe como un aspecto positivo que las mujeres tienen el mismo nivel de habilidades y conocimientos que los varones para crear empresas. Lo negativo está en que las mujeres no tienen suficientes servicios sociales disponibles para que puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia. También se opina negativamente, aunque con menor intensidad, respecto a la igualdad de acceso a buenas oportunidades para crear una empresa.

8.4. Factores relevantes que potencian o limitan el papel de los emprendedores

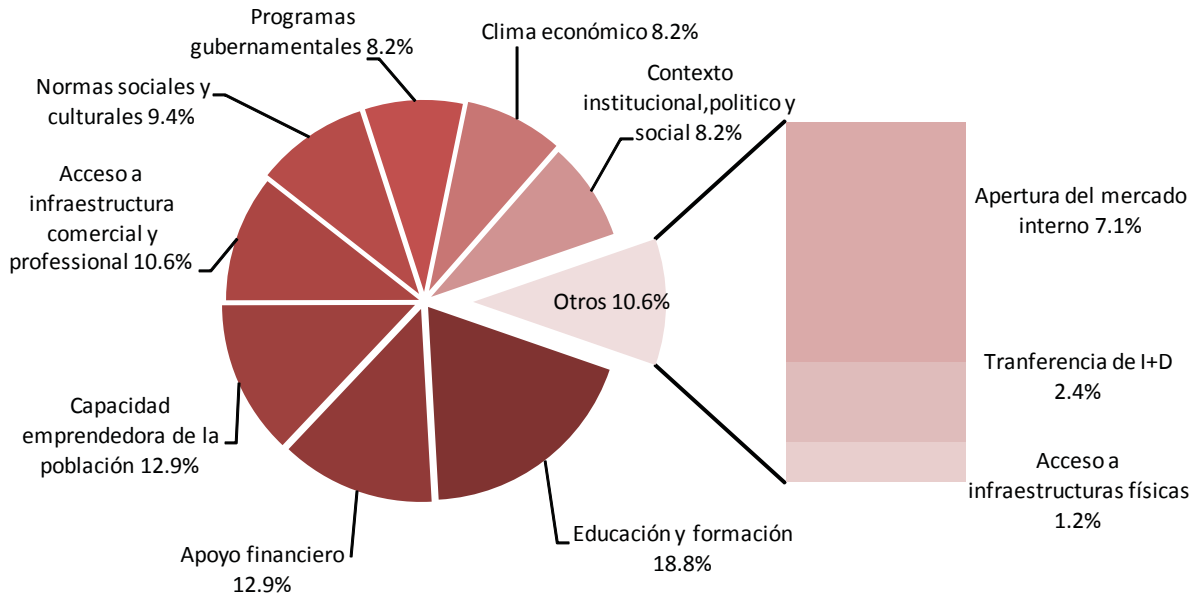
Esta parte final del capítulo referido al entorno emprendedor recoge las opiniones de los expertos sobre las condiciones de mayor incidencia en el potenciamiento o restricción de la actividad emprendedora en Bolivia.

Específicamente, se pidió a los entrevistados señalar: i) tres factores que impulsan esta actividad; ii) tres factores que se constituyen en freno o limitación; iii) tres medidas para fomentar el emprendimiento en el país. Los resultados de esta consulta aparecen en las figuras siguientes, expresados en porcentajes.

Como se puede ver en la Figura 8.2. respecto a los factores que potencian el emprendimiento, el aspecto que recibe un mayor apoyo es “Educación y capacitación”, con cerca del 20%, seguido de “Apoyo financiero y capacidad emprendedora de la gente”, con un porcentaje de casi 13%.

En la Figura 8.3. se observa que, en opinión de los expertos, los principales factores limitantes de la actividad emprendedora son primordialmente dos: las Políticas Gubernamentales (25.2%) y el Contexto Institucional, Político y Social (18.2%).

Figura 8.2. Factores que potencian el emprendimiento en Bolivia, según opinión de expertos.

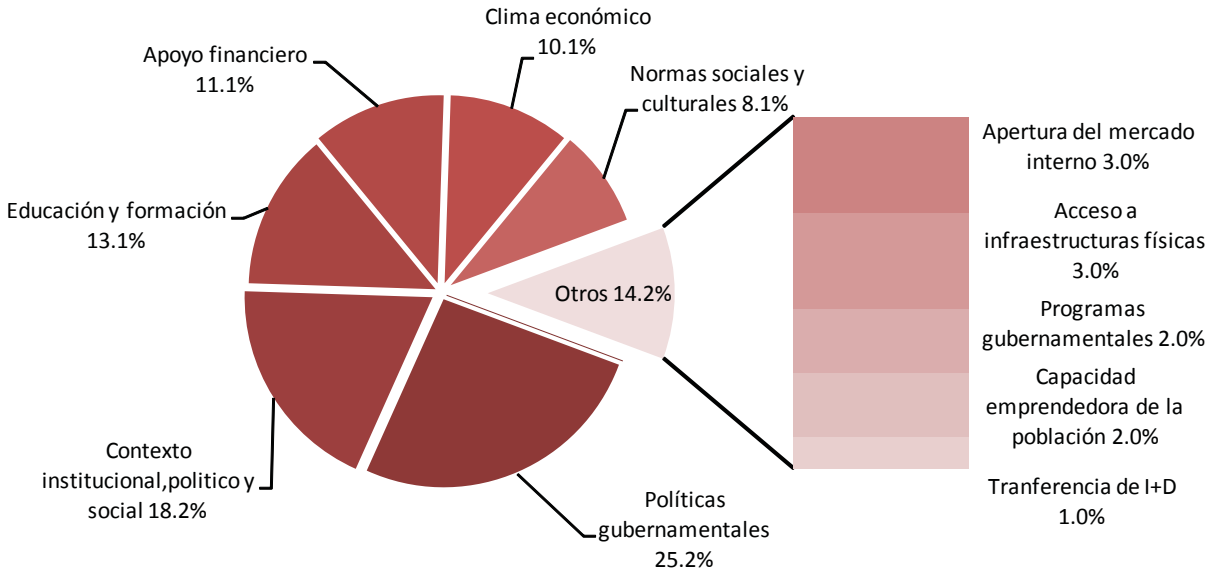


Fuente: GEM Bolivia Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2008.

Aunque otros aspectos como Educación y Capacitación (13.1%) y Apoyo Financiero (11.1%) tienen un margen relativamente importante de opiniones a favor, llama la atención el factor Clima Económico con el 10.1%. Si sumamos este elemento al Contexto Institucional, Político y Social (18.2%), y ambos dos a Políticas Públicas (25.2%), puede apreciarse que hay un porcentaje de 53.5 % que concentra las opiniones de los expertos, y que tiene que ver con las condiciones generales en que se desenvuelve la actividad emprendedora.

Con relación a las recomendaciones que hacen los expertos (Figura 8.4.), sobresalen nuevamente "Políticas gubernamentales", con el 21.9%, "Educación y capacitación" con el 18.7%, y "Apoyo financiero, con el 12.5. Estas tres medidas reúnen el 53% de

Figura 8.3. Factores que limitan el emprendimiento en Bolivia, según opinión de expertos.

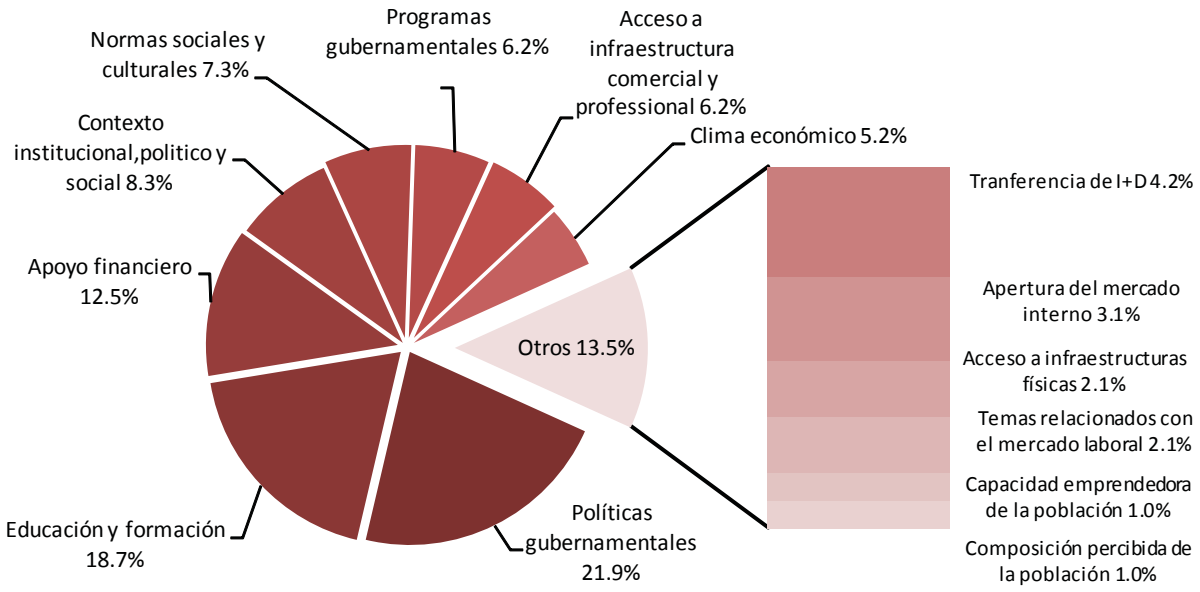


Fuente: GEM Bolivia Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2008.

las recomendaciones especializadas.

De alguna manera estas tres medidas resumen la situación del entorno emprendedor. Se puede decir que ellas son consistentes tanto con el análisis previo de las nueve variables del entorno como con la opinión de los expertos referida a los factores que más potencian o limitan la actividad emprendedora. Así, lo que los expertos están reclamando con mayor urgencia y prioridad son políticas públicas que estimulen y fomenten la creación y el crecimiento de nuevas empresas, complementadas con programas adecuados y de calidad para la formación y el entrenamiento de emprendedores con capacidad de formar y dirigir nuevas empresas, además de una mayor disponibilidad de recursos para el financiamiento de actividades emprendedoras.

Figura 8.4. Acciones prioritarias para fomentar el emprendimiento en Bolivia , según opinión de expertos.



Fuente: GEM Bolivia Encuesta Nacional a Expertos (NES) 2008.

9. Reflexiones finales

La creación de nuevas empresas y el desarrollo del espíritu emprendedor es considerado como un factor determinante para el crecimiento económico y la competitividad de los países. Audretsch y Thurik (2001) afirman que un mayor número de empresas incrementa las posibilidades de la diversificación tecnológica y de innovadores enfoques para producir. Acs y Armington (2006) sostienen que la tasa de entrada de nuevas empresas permite el crecimiento del empleo, enfatizando además en que la generación de conocimiento que acompañe y responda a las oportunidades de mercado actúa como un mecanismo que promueve un sólido crecimiento económico. Audretsch y Thurik (2001) concluyen que los países que han fortalecido la dinámica de creación de nuevas empresas han obtenido un incremento en sus niveles de ingreso y bienestar. Existe consenso en que el emprendimiento contempla una auténtica capacidad generadora de bienestar, e inclusive de movilidad social. Por este motivo es indispensable que quienes buscan promover un mayor desarrollo económico analicen y entiendan el fenómeno de la actividad emprendedora nacional.

El Reporte GEM Bolivia 2008 permite contar por primera vez con información detallada sobre la actividad emprendedora en Bolivia, constituyéndose en una imprescindible fuente de consulta para quienes desean desarrollar planes, proyectos e iniciativas que apoyen y fortalezcan la actividad emprendedora en Bolivia. El abordaje conceptual sobre el significado de emprendimiento de este estudio, que básicamente se enfoca en el papel que los individuos juegan en el proceso emprendedor, permite incorporar a todas las personas que se perciben como emprendedores y que realizan actividades económicas en forma independiente. Pero al mismo tiempo permite también diferenciar dos categorías claves que motivan a las personas a emprender: el emprendimiento por oportunidad y el emprendimiento por necesidad.

El emprendimiento por oportunidad se caracteriza por un proceso que implica no sólo la identificación de una idea de negocio, sino la evaluación de la misma y, además, la planificación del establecimiento de una empresa que logre capturar los beneficios de esa oportunidad. En cambio, los emprendimientos por necesidad son aquéllos que surgen impulsados por quienes declaran haber iniciado un negocio por no tener otro medio para subsistir o para mantener sus ingresos.

Si bien Bolivia registra el más alto indicador de personas en actividad emprendedora, la mayor parte son emprendedores por necesidad. Esto refleja de alguna manera la situación de estancamiento estructural de la economía boliviana, la debilidad del aparato productivo, su escasa diversificación, la falta de desarrollo empresarial, el bajo nivel educativo de la población y, consiguientemente, la escasa capacidad de generación de empleo y oportunidades económicas. También refleja cómo la necesidad induce a la gente a procurarse por sí misma alternativas de empleo e ingresos por cualquier medio, creando todo tipo de pequeños negocios, especialmente de comercio y otros servicios, las más de las veces en condiciones muy precarias y casi siempre impulsados por una titánica lucha por la sobrevivencia, lo cual exige también una alta dosis de perseverancia, sacrificio, energía y creatividad, que es la base para que algunos emprendedores sean capaces de sortear las dificultades y consigan abrirse paso, paulatinamente, hasta encontrar condiciones para un mejor desenvolvimiento económico. Por ello es que el fenómeno del emprendimiento por necesidad está también marcado por casos de éxitos individuales y colectivos, lo que lleva a pensar que allí también anida un potencial empresarial y de crecimiento económico, nada desdeñable, pero que el país no está sabiendo aprovechar debidamente.

No obstante los aspectos señalados sobre las características de los emprendedores por necesidad, es importante resaltar el potencial de capital emprendedor que estos bolivianos poseen. El espíritu emprendedor también se desarrolla y se nutre a partir de la decisión de enfrentar en forma creativa y esforzada un escenario incierto en el que el mañana depende de lo que hoy se haga. Y a pesar de las carencias, limitaciones e incluso barreras que caracterizan a las variables del entorno para emprender en Bolivia, gran parte de estos emprendimientos por necesidad -que empiezan más como una estrategia

personal de sobrevivencia- adquieren en el proceso buena parte de las virtudes propias de los espíritus emprendedores, convirtiéndose finalmente en un capital nacional que no todos los países logran desarrollar: el capital emprendedor.

Por otra parte, el emprendimiento por oportunidad es preocupantemente insuficiente si se pretende contribuir de forma contundente al desarrollo económico del país. Las aspiraciones de un crecimiento basado en la incorporación de tecnología, en innovaciones competitivas y en la alta creación de empleos, provienen de emprendimientos creados a partir de la identificación de atractivas oportunidades de mercado y de la capacidad de poder encarar de manera más profesional la gestión del negocio. Son estos emprendimientos los que generan un importante valor para la economía, reflejado en mayores fuentes de empleo, mayores impuestos, mayor cantidad de divisas, innovación y renovación del tejido empresarial e incorporación de conocimiento al aparato productivo.

El perfil de quienes emprenden en el país en lo que se refiere a la educación que poseen y a la capacitación específica en emprender que recibieron también nos deja algunas reflexiones. El incipiente nivel de educación de quienes emprenden, por una parte, y la muy poca capacitación que recibieron al respecto, por otra, llevan a preguntarse por qué no emprenden quienes tienen mejores habilidades relativas para ello. Además de tener opciones alternativas, tales como un empleo, sin duda las condiciones del entorno, la falta de programas específicos que fomenten emprendimientos de rápido crecimiento y la propia educación recibida, no promueven el surgimiento de este tipo de emprendimiento, tan necesario para la economía.

La educación merece sin duda una atención especial. Bolivia registra el más alto nivel de población entre 18 y 64 años involucrada en actividades emprendedoras (45%) y sin embargo es uno de los países con menor proporción de personas capacitadas para emprender (19%). Los pocos emprendedores por necesidad que declaran haber recibido capacitación para hacerlo la recibieron fuera del sistema educativo formal. Y aunque el sistema educativo formal se constituye en uno de los principales proveedores de capacitación para emprender, paradójicamente aporta con una menor cantidad de emprendedores. Además, la mayor parte de emprendedores que declaran haber recibido capacitación para emprender lo hicieron en forma voluntaria.

Lo mencionado anteriormente permite comprender parte de la magnitud y complejidad del desafío que implica impulsar la actividad emprendedora en Bolivia. Por ello parece que el reto consiste en formular una Estrategia Nacional para el Emprendimiento con dos objetivos de trabajo específicos: 1) mejorar la productividad de los emprendimientos por necesidad; y 2) impulsar la creación de los emprendimientos por oportunidad. A su vez esto implica desarrollar una gama de políticas, planes y proyectos específicos para esos dos tipos de emprendedores, que, finalmente, confluyan en la optimización del aporte de la actividad emprendedora a la prosperidad nacional. Parte de estas acciones deben comprender diseños específicos para estos dos frentes, con programas de educación emprendedora y capacitación para iniciar y gestionar negocios, programas gubernamentales, financiamiento para el emprendimiento, incubadoras de empresas, servicios de desarrollo empresarial, vinculación universidad - aparato productivo, encadenamientos productivos y un impulso al sistema nacional de innovación. La presencia y efectiva coordinación entre el sector público, el sector privado, la academia, la cooperación internacional y otras instituciones vinculadas a esta problemática es vital. Sin embargo, se debe puntualizar que todos los esfuerzos dependen y se beneficiarían de una política de Estado que promueva un entorno nacional propicio para la actividad emprendedora.

A su vez, el instrumento jurídico para encaminar esa política de Estado seria la aprobación de una Ley de Fomento al Emprendimiento.

En este marco, el aporte que realiza el GEM Bolivia 2008 es el de proporcionar información para entender de mejor manera el fenómeno del emprendimiento en Bolivia y generar una plataforma de análisis y discusión para definir esta estrategia nacional de fortalecimiento a la actividad emprendedora. Con este informe se empieza un proceso de comprensión del fenómeno del emprendimiento en Bolivia, con el objeto de poder encontrar propuestas más concluyentes; por ello es necesaria su permanencia en el tiempo, con el objeto no sólo de validar muchos de los hallazgos realizados sino para poder además analizar con mayor profundidad y detenimiento las diversas realidades del emprendimiento en Bolivia.

Bibliografía

Acs, Z. J. and C. Armington (2006) Entrepreneurship, Geography and American Economic Growth. Cambridge: Cambridge University Press.

Acs, Z. J. and L. Szerb (2008). "Gearing Up to Measure Entrepreneurship in a Global Economy". Mimeo, Faculty of Business and Economics, University of Pecs.

Acs, Z. J., W. Parsons and S. Tracy (2008). "High Impact Firms: Gazelles Revisited". Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration.

Audretsch, D. B. (2007). "Entrepreneurship Capital and Economic Growth". Oxford Review of Economic Policy, 23(1), 63-78.

Audretsch, D. B. (2007). The Entrepreneurial Society. Oxford: Oxford University Press.

Audretsch, D.B. and R. Thurik (2001). "Linking entrepreneurship to growth". STI Working Paper 2001/2. Paris: OCDE.

Bosma, N. S., K. Jones, E. Autio and J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor 2007. Executive Report. London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.

Cantillon, R. (1755). Essai sur la Nature du Commerce en Général (The Nature of Trade in General), Paris: Institut National D'études Démographiques. In: A. Marshall (1890). Principles of Economics. London: Macmillan and Co.

Carree, M. A. and R. A. Thurik (2003). "The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth". In: Z. J. Acs and D. B. Audretsch (Eds.). Handbook of Entrepreneurship Research. Boston: Kluwer Academic Publishers, 437-471.

Charney, A., Libecap, G. (2000). "Impact of Entrepreneurship Education". Kauffman Center for Entrepreneurship Leadership. Kansas: MO.

Davidsson, P. (1991). "Continued Entrepreneurship Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth". Journal of Business Venturing, 6 (6), 405-426.

Davidsson, P. (2004). Researching Entrepreneurship. New York: Springer.

Gartner, W. B. (1985). "A Framework for Describing and Classifying the Phenomenon of New Venture Creation," Academy of Management Review, 10(4), 696-706.

Godin, K., J. Clemens, and N. Veldhuis (2008). "Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators". In: Studies in Entrepreneurship and Markets, 7. Fraser Institute.

Gries, T. and W. Naude (2008). "Entrepreneurship and Structural Economic Transformation". UNU-Wider Research Papers. Helsinki.

Henrekson, M. (2005). "Entrepreneurship: A Weak Link in the Welfare State?". Industrial and Corporate Change, 14(3), 437-467.

Hills, G. E. and R. P. Singh (2004). "Opportunity Recognition". In: W. B. Gartner, K G. Shaver, N. M. Carter and P. D. Reynolds (Eds.): Handbook of Entrepreneurial Dynamics; The Process of Business Creation, London: Sage Publications.

Kihlstrom, R. E. and J. J. Laffont (1979). "A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion". Journal of Political Economy, 87, 719–49.

Lewis, W. A. (1954). "Economic Development with Unlimited Supplies of Labour". The Manchester School, 28(2), 139-191.

Low, M.B. and MacMillan, I.C. (1984). "Entrepreneurship:Past Research and Future Challenges". Journal of Management. Vol. 14, No. 2:139-161.

Marshall, A. (1890). Principles of Economics. London: Macmillan and Co.

Porter, M. E. and K. Schwab (2008). The Global Competitiveness Report 2008-2009. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.

Porter, M. E., J. J. Sachs, and J. McArthur (2002). "Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development". In: M. Porter, J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur, and K. Schwab (Eds), The Global Competitiveness Report 2001-2002, New York: Oxford University Press, 16-25.

Reynolds, P. D., N. S. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia and N. Chin (2005). “Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998-2003,” Small Business Economics, 24(3), 205-231.

Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Cambridge MA: Harvard University.

Schumpeter, J.A. (1942). Capitalism, Socialism and Democracy, New York: Harper and Row.

Wennekers, A.R.M. and A.R. Thurik (1999). “Linking Entrepreneurship and Economic Growth”. Small Business Economics, 13(1), 27-55.

Wennekers, A.R.M., A. van Stel, A.R. Thurik and P.D. Reynolds. (2005). “Nascent entrepreneurship and the level of economic development”. Small Business Economics, 24(3), 293-309.

Auspiciadores del GEM Reporte Nacional Bolivia 2008

nuevonorte
Desarrollando oportunidades para La Paz

USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Bolivia Competitiva en Comercio y Negocios

AVINA
Red Bolivia Emprendedora
Un Puente A Su Futuro

FUNDA·PRÓ
FUNDACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN

ISBN: 978-99954-740-0-3
9 789995 474003