

El proceso emprendedor en Chile

José Miguel Benavente H.

Proyecto conjunto
Banco Interamericano de Desarrollo – FUNDES Internacional

Informe de Trabajo

Este informe se publica con el único objeto de contribuir al debate sobre un tema de importancia para los países de la región. Su publicación por este medio tiene como propósito generar comentarios y sugerencias de las personas interesadas en el tema. El informe no ha sido sometido a un proceso independiente de revisión ni ha sido estudiado por el Grupo gerencial del Departamento de Desarrollo Sostenible. Por lo tanto no representa la posición oficial del Banco Interamericano de Desarrollo.

Junio 2004
Washington, D.C.

José Miguel Benavente H. Investigador del Departamento de Economía, Universidad de Chile. Deseo agradecer tanto la eficiente ayuda de Yolanda Portilla como los comentarios de Irma Gutiérrez, y el gran apoyo recibido de Hugo Kantis durante todas las etapas del trabajo. El relevamiento de la información fue desarrollado por el Centro de Microdatos, dependiente del Departamento de Economía de la Universidad de Chile, a quienes agradezco su colaboración.

Esta publicación fue elaborada en colaboración con Fundes Internacional.

Junio 2004-06-10

Esta publicación puede solicitarse a:

División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa
Parada B0800
Banco Interamericano de Desarrollo
1300 New York Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20577

Correo electrónico: mipyme@iadb.org
Fax: 202 623 2307
Sitio de Internet: <http://www.iadb.org/sds/msm>

Índice

Introducción

1

Características del panel de emprendedores y empresas

11

El Proceso emprendedor

15

Análisis de los resultados en el contexto chileno de los últimos años

33

Bibliografía

37

Anexo 1. Preguntas de investigación e hipótesis orientadoras del análisis

39

Anexo 2. Diseño muestral

44

Anexo 3: Informe de terreno

47

Introducción

El contexto del país

Durante gran parte de los años noventa, la economía chilena logró crecer a tasas inusitadas en comparación con décadas anteriores y con el resto de los países del mundo. En efecto, el crecimiento económico alcanzó una tasa promedio anual de 6,7% entre 1990 y 1999, siendo la tasa de crecimiento del ingreso per cápita, cercana al 5,1% durante el mismo período. Estos resultados fueron acompañados de una considerable reducción en las tasas de pobreza e indigencia, las que cayeron desde 38,6% y 12,5% para el año 1990 a 21,7% y 5,6% para el año 1998, respectivamente.

Lo anterior ha permitido al país avanzar de manera sustantiva en los niveles de desarrollo económico y social, lo que ha convertido al "modelo chileno" en un ejemplo paradigmático en el contexto de países en desarrollo. En efecto, en el contexto latinoamericano, Chile exhibe resultados que lo han llevado a una posición de liderazgo, con un ingreso per cápita cercano a US\$ 5.300, cifra sólo superada por Costa Rica y Uruguay. Según el Índice de Desarrollo Humano (IDH)¹ de la ONU, la economía chilena se encuentra en el puesto 39 sobre un total de 169 países, antecedido solamente por las economías de Argentina (34) y Uruguay (37), en América Latina.

Sin embargo, la economía chilena presenta algunos problemas que en el mediano y largo plazo pueden coartar este exitoso desempeño. En primer lugar, a pesar de las mejoras en los índices de pobreza e indigencia, Chile todavía detenta una distribución del ingreso muy desigual. Según la encuesta CASEN, durante los últimos doce años, mientras el 20% más rico de los hogares ha concentrado alrededor de un 56% de los ingresos monetarios, el 20% más pobre sólo ha captado cerca de un 4% de los mismos. Aún más preocupante es que, mientras el 10% de los hogares más ricos alcanza una participación en el ingreso en torno al 41%, el 10% más pobre sólo recibe un 1,5% del ingreso monetario.

Por otra parte, aún cuando la población chilena tiene un mejor nivel educacional promedio -medido por años de escolaridad (UNESCO)- que Argentina, Costa Rica y México, el retorno a la educación en Chile muestra un comportamiento distinto al de estos países. Así, un chileno promedio, al finalizar sus estudios secundarios (12 años de escolaridad) apenas duplica sus ingresos, comparados con aquellos individuos analfabetos. La diferencia cuantitativa en el perfil de ingresos, sólo se materializa cuando esta persona adquiere una carrera universitaria, con lo cual alcanza una mejora considerable en el estándar de vida, comparado con aquellos con un nivel de educación bajo.

En cuanto a la composición de la población, si bien el 51% de los chilenos son mujeres, la tasa de participación femenina en la fuerza laboral chilena es notoriamente inferior a la de otros países latinoamericanos. Este diferencial de menor participación femenina chilena se acentúa conforme menor es el nivel de ingresos de la población: 50% de participación en el decil más rico, y sólo 20% en los tres deciles más pobres.

En relación a la composición étnica, si bien el pueblo chileno es principalmente mestizo, culturalmente posee un fuerte predominio de la cultura hispano-europea, mayoritariamente católica. En general, la inmigración no ha sido importante desde el punto de vista étnico, ya que los extranjeros nunca han representado más del 4% de la población total del país.

¹ Es importante destacar que este indicador no sólo mide el ingreso per cápita de los países, sino también la tasa de alfabetización, la esperanza de vida, la tasa de educación, la salud y la participación política.

No obstante lo anterior, y debido a la migración europea durante las dos guerras mundiales, Chile es considerado uno de los países más europeizados de América del Sur. Esto se debe también a que la población autóctona no se impuso como una cultura dominante y no fue capaz de contrastar la influencia cultural y religiosa de España. Al mismo tiempo, no hubo comercio esclavista que pudiera aportar un número importante de población negra proveniente de África, como ocurrió en otros países de la región.

En cuanto a la educación, en Chile existe obligatoriedad de cursar la educación primaria y secundaria, entre los 6 y 15 años de edad². En consecuencia, la tasa de analfabetismo es una de las más bajas de América Latina, el 4,4% durante el año 2000. Para ese mismo año, la cobertura nacional de la enseñanza primaria fue del 98,6% y de la enseñanza secundaria, más del 90%. En el caso de la educación superior, (universidades, institutos profesionales y centros de educación técnica), la cobertura a nivel nacional alcanzó el 31,5%, cifra inferior a la observada en Argentina (42%), y Costa Rica (33%).³

La mayoría de la población chilena trabaja en sectores poco intensivos en mano de obra calificada, tal como el sector comercio y servicios. De la misma manera, la industria manufacturera solamente utiliza el 14% de la población activa dentro de su fuerza laboral. La ocupación en la actividad agrícola y ganadera, pese a la trayectoria decreciente de su participación, continúan manteniendo una participación importante en la Población Económicamente Activa. Como consecuencia de ello, se aprecia una considerable desigualdad de ingresos entre la mano de obra calificada y la no calificada.⁴

Con respecto a la clasificación del empleo según el tipo de empresa, las cifras muestran una dualidad en la importancia de las empresas sobre la actividad económica y el empleo nacional según su tamaño. En el caso del empleo, sólo el 10% de los trabajadores se desempeñan en las firmas consideradas grandes empresas, mientras que un 40% trabaja en microempresas y el 50% restante, en PyME⁵. Por el contrario, la participación de cada uno de estos estratos en las ventas totales del país es muy distinta, pues las grandes empresas contribuyen con el 72% de las ventas nacionales, y las PyME, sólo con el 24%.

La Tabla 1 muestra información sobre la distribución de los distintos tamaños de firmas de la economía chilena para el año 1997. Como se observa, más del 80% de las firmas establecidas son microempresas, y sólo un 1% son grandes empresas.

La mayoría de las firmas, en especial las PyME, se encuentran fuertemente concentradas en tres sectores de la actividad económica: comercio (mayorista y minorista), industria y servicios.⁶

En cuanto a la distribución geográfica, el 84% de las empresas se concentran en sólo tres de las trece regiones de Chile. Así, el 70% de las empresas chilenas se encuentran localizadas en la Región Metropolitana, un 7,2% en la Región de Valparaíso y un 6,3% en la Región del Bío-Bío. Por su parte, las PyME concentran el 57% de sus ventas en la Región Metropolitana, lo que denota una menor concentración geográfica de las empresas de menor tamaño, con respecto a las grandes empresas.

² Hace muy pocos días se acaba de aprobar en el Congreso una ley que consagra la obligatoriedad de la educación secundaria.

³ UNESCO (2001).

⁴ Ver Índice de Salarios y Remuneraciones, Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

⁵ Según el (INE), una empresa grande tiene una dotación mayor a 200 empleados, una PyME tiene entre 10 y 199 empleados, y una microempresa tiene menos de 10 trabajadores.

⁶ Ver CORFO-INE (1999).

Tabla 1. Participación de las microempresas, las PyME y grandes empresas en la industria (año 1997)

Tipo de Empresa	Información	Chile
Microempresa	Establecimientos	432.431
	% sobre el total	82%
	% sobre el total de ocupación	40%
PyME	Establecimientos	89.675
	% sobre el total	17%
	% sobre el total de ocupación	50%
Grandes	Establecimientos	4.814
	% sobre el total	1%
	% sobre el total de ocupación	10%

Fuente: CORFO en base a información del SII.

Dinámica industrial

La evidencia sobre destrucción y, particularmente, la creación de nuevas empresas en Chile, es muy escasa. Existe un solo trabajo que documenta estas cifras, el cual, lamentablemente, sólo cubre la segunda mitad de los años noventa. Crespi (2003) presenta evidencias sobre la tasa de creación y destrucción de firmas según los registros de la institucionalidad impositiva. Los resultados se entregan en las siguientes tablas.

Tabla 2. Tasas de creación de empresas

Año	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Total
Estrato							
Micro	0,18	0,16	0,16	0,15	0,15	0,14	0,13
Pequeña	0,06	0,05	0,05	0,05	0,05	0,04	0,04
Mediana	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Grande	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,01
Total	0,17	0,15	0,15	0,13	0,12	0,11	

Fuente: Crespi, (2003), en base a datos del SII.

Tabla 3. Tasas de destrucción de empresas

Año	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Total
Estrato							
Micro	0,09	0,09	0,10	0,09	0,10	0,13	0,08
Pequeña	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,05	0,03
Mediana	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	0,02
Grande	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,03	0,02
Total	0,09	0,09	0,10	0,11	0,11	0,17	

Fuente: Crespi, (2003), en base a datos del SII.

Tabla 4. Tasa de creación de empresas por sector

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Total
Sector							
Producción Agropecuaria	0,09	0,07	0,10	0,07	0,06	0,06	0,06
Servicios Agrícolas	0,16	0,16	0,15	0,15	0,13	0,13	0,12
Silvicultura	0,16	0,12	0,10	0,10	0,07	0,09	0,09
Pesca	0,17	0,12	0,37	0,15	0,10	0,09	0,14
Minas, <u>Petróleo</u> y Canteras	0,17	0,14	0,11	0,09	0,07	0,07	0,09
Alimentos, Bebidas y Tabaco	0,13	0,12	0,11	0,11	0,11	0,10	0,10
Textil y Cuero	0,12	0,10	0,09	0,09	0,09	0,09	0,08
Madera y Papel	0,13	0,12	0,11	0,10	0,10	0,09	0,10
Química, Petróleo, Caucho y Metales	0,12	0,11	0,11	0,10	0,09	0,08	0,09
Máquinas e Instrumentos	0,13	0,11	0,11	0,09	0,10	0,09	0,09
Otras Manufacturas	0,10	0,11	0,09	0,08	0,09	0,09	0,08
Electricidad, Gas y Agua	0,17	0,13	0,13	0,12	0,10	0,09	0,10
Construcción	0,20	0,19	0,17	0,16	0,14	0,13	0,14
Comercio	0,15	0,13	0,13	0,12	0,12	0,12	0,11
Restaurantes y Hoteles	0,13	0,12	0,12	0,11	0,11	0,11	0,10
Transporte	0,24	0,21	0,21	0,16	0,11	0,09	0,14
Servicios Financieros	0,17	0,13	0,13	0,10	0,11	0,09	0,10
Servicios Técnicos y Profesionales	0,24	0,20	0,20	0,18	0,18	0,15	0,16
Servicios Sociales	0,21	0,18	0,16	0,15	0,16	0,12	0,14
Diversión y Esparcimiento	0,17	0,15	0,13	0,12	0,14	0,12	0,12
Servicios Personales	0,19	0,17	0,17	0,15	0,17	0,13	0,14
Otras Actividades	0,25	0,22	0,22	0,17	0,24	0,21	0,19

Fuente: Crespi (2003) en base a datos del SII.

Como una señal del deterioro de las condiciones macroeconómicas, es posible apreciar que las tasas de creación de empresas son declinantes a lo largo de la segunda mitad de los noventa. En efecto, mientras la tasa global ascendió al 17% en 1996, este valor declinó al 11%, en el año 2001⁷. Esta reducción es inversa según el estrato. Así, la caída en la creación de empresas es relativamente fuerte en el segmento Micro y Pequeño, pero menor en el estrato Mediano, mientras que en el estrato Grande, se ha mantenido estable. Lo opuesto ocurre con la muerte de empresas: mientras esta tasa es del 9% en 1995, y se mantiene estable a lo largo de los años intermedios, crece al 17% en el año 2000. A diferencia de la creación, existe en esta variable un aumento en la tasa de destrucción en todos los estratos, y este crecimiento es muy fuerte en las empresas del segmento Micro, y menor en los segmentos más grandes. Otro aspecto que debe destacarse de estas tablas, es que los procesos de creación–muerte, son fenómenos que se producen fundamentalmente a nivel de los estratos Micro, es decir, los de menor escala productiva. Estos son los estratos que se mueven en el margen de los respectivos mercados.

Una apertura regional de los datos⁸ muestra que no existen grandes diferencias con respecto a lo observado a nivel nacional, a pesar de que la mayoría de las grandes empresas tienen su casa matriz en la Región Metropolitana y, por tanto, allí son declarados sus impuestos. Sin embargo, la

⁷ Es importante decir que este efecto puede estar también explicado por la forma en cómo la tasa de entrada ha sido calculada.

⁸ Ver Tablas II.12 y II.13 en Crespi (2003).

dinámica industrial, en términos de creación y destrucción de firmas, presenta algunas diferencias con respecto a lo observado a nivel nacional cuando se analizan los sectores productivos. Los resultados encontrados por Crespi (2003) se presentan en las siguientes tablas.

Tabla 5. Tasa de destrucción de empresas por sector

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Total
Sector							
Producción Agropecuaria	0,05	0,05	0,07	0,06	0,07	0,12	0,06
Servicios Agrícolas	0,06	0,07	0,08	0,07	0,09	0,13	0,07
Silvicultura	0,08	0,08	0,10	0,08	0,09	0,12	0,08
Pesca	0,07	0,06	0,08	0,12	0,14	0,15	0,09
Minas, Petróleo y Canteras	0,10	0,09	0,13	0,13	0,10	0,13	0,10
Alimentos, Bebidas y Tabaco	0,07	0,07	0,08	0,08	0,09	0,11	0,07
Textil y Cuero	0,09	0,09	0,10	0,10	0,11	0,13	0,09
Madera y Papel	0,07	0,08	0,08	0,08	0,09	0,13	0,08
Química, Petróleo, Caucho y Metales	0,07	0,07	0,07	0,08	0,08	0,11	0,07
Máquinas e Instrumentos	0,05	0,06	0,06	0,06	0,08	0,10	0,06
Otras Manufacturas	0,07	0,06	0,08	0,10	0,08	0,15	0,08
Electricidad, Gas y Agua	0,04	0,05	0,08	0,06	0,07	0,10	0,06
Construcción	0,08	0,08	0,09	0,10	0,11	0,16	0,09
Comercio	0,09	0,09	0,10	0,10	0,11	0,14	0,09
Restaurantes y Hoteles	0,08	0,08	0,09	0,09	0,11	0,14	0,08
Transporte	0,10	0,11	0,12	0,14	0,16	0,25	0,13
Servicios Financieros	0,07	0,07	0,08	0,09	0,09	0,14	0,08
Servicios Técnicos y Profesionales	0,10	0,11	0,11	0,11	0,12	0,19	0,11
Servicios Sociales	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,15	0,08
Diversión y Esparcimiento	0,10	0,11	0,11	0,10	0,11	0,15	0,10
Servicios Personales	0,11	0,12	0,13	0,14	0,15	0,24	0,13
Otras Actividades	0,27	0,23	0,23	0,25	0,20	0,33	0,22

Fuente: Crespi (2003) en base a datos del SII.

Del análisis de la creación de empresas, se desprende que sectores con elevadas tasas de creación de firmas, son aquellos que típicamente se asocian con bajas barreras a la entrada, tales como Servicios Agrícolas, Pesca, Construcción, Transporte, Servicios Sociales, Técnicos y Profesionales y Servicios Personales. Las más bajas tasas de creación hay que buscarlas en sectores tales como Minas, Petróleos y Canteras, Textil y Cuero, Madera y Papel; Químico, Petróleo, Caucho y Metales y Otras Manufacturas en general. Se trata de sectores que generalmente requieren de una escala mínima para producir eficientemente, y donde las tecnologías productivas son más complejas. Los mismos resultados se aprecian en las tasas de destrucción de empresas, las que aparecen dominadas por los Servicios Personales, Servicios Sociales, Servicios Técnicos y Profesionales y Transporte.

Tabla 6. Tasa de creación de empresas por sector (cambios de giro)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Total
Sector							
Producción Agropecuaria	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03	0,04	0,02
Servicios Agrícolas	0,09	0,09	0,12	0,09	0,10	0,15	0,09
Silvicultura	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,10	0,06
Pesca	0,04	0,04	0,04	0,06	0,06	0,08	0,05
Minas, Petróleo y Canteras	0,06	0,06	0,06	0,09	0,08	0,13	0,07
Alimentos, Bebidas y Tabaco	0,06	0,05	0,06	0,06	0,07	0,13	0,06
Textil y Cuero	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06	0,10	0,05
Madera y Papel	0,05	0,05	0,06	0,06	0,07	0,11	0,06
Química, Petróleo, Caucho y Metales	0,06	0,06	0,05	0,06	0,06	0,10	0,06
Máquinas e Instrumentos	0,06	0,07	0,06	0,05	0,08	0,11	0,06
Otras Manufacturas	0,08	0,08	0,08	0,09	0,08	0,14	0,08
Electricidad, Gas y Agua	0,19	0,21	0,20	0,15	0,17	0,15	0,15
Construcción	0,05	0,04	0,05	0,04	0,05	0,07	0,04
Comercio	0,02	0,02	0,03	0,02	0,03	0,04	0,02
Restaurantes y Hoteles	0,05	0,05	0,06	0,06	0,06	0,06	0,05
Transporte	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,02
Servicios Financieros	0,04	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,04
Servicios Técnicos y Profesionales	0,06	0,05	0,05	0,05	0,06	0,07	0,05
Servicios Sociales	0,03	0,03	0,03	0,05	0,03	0,04	0,03
Diversión y Esparcimiento	0,06	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06	0,05
Servicios Personales	0,06	0,06	0,07	0,07	0,07	0,08	0,06
Otras Actividades	0,12	0,12	0,13	0,25	0,22	0,25	0,16

Fuente: Crespi (2003) en base a datos del SII.

Una dimensión adicional en el caso de los procesos de creación y destrucción de empresas en el plano sectorial, es la situación generada por las firmas que cambian de giro, es decir, aquellas firmas que un año operan en un sector de actividad, y al año siguiente aparecen operando en un sector diferente. Desde el punto de vista de la definición, las empresas que salen son “*muertes*” para el sector de origen y se convierten automáticamente en “*nacimientos*” para el sector de destino. En Crespi (2003) se presenta información separada entre muertes y nacimientos de las muertes y nacimientos “*naturales*” (Greenfield), debido a que se encuentra relativamente bien documentado que los determinantes de ambos procesos son diferentes (Tybout, J. (1996). En las siguientes tablas se muestran las tasas de creación de empresas en determinados sectores, generadas por el desplazamiento de empresas desde un sector hacia otro. Sectores con tasas de recepción “*por encima del promedio*” son Servicios Agropecuarios, Minas, Petróleos y Canteras, Otras Manufacturas, Electricidad, Gas y Agua y Otras Actividades. Por otro lado, sectores con tasas altas de expulsión de empresas (ver Tabla 7) son los mismos que los anteriores más Maquinas e Instrumentos y Otras Manufacturas. Nuevamente pareciera que existen factores estructurales a los sectores los que, combinados con la coyuntura sectorial, atraen y/o expulsan empresas.

Como se observa, existe algún grado de heterogeneidad en la dinámica de creación y destrucción de firmas, a lo largo de la segunda mitad de los noventa. Ello es más visible en una desagregación sectorial que una geográfica. Por otro lado, y como bien lo señala Crespi (2003), existe una

probabilidad cercana a un 60% de que una firma creada durante 1995 ya no exista para el año 2001 para el caso chileno.⁹ Ello muestra una dinámica importante en la creación de empresas durante estos años lo que, matizado por el contexto económico, es el resultado de las decisiones de personas. En los capítulos que siguen, se pretende caracterizar estos procesos de creación de empresas a partir de la información proporcionada directamente por aquellos que estuvieron detrás de la creación de estas firmas: los empresarios chilenos.

Tabla 7. Tasa de destrucción de empresas por sector (cambios de giro)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Total
Sector							
Producción Agropecuaria	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,03	0,02
Servicios Agrícolas	0,09	0,09	0,08	0,09	0,09	0,12	0,08
Silvicultura	0,05	0,06	0,07	0,06	0,06	0,08	0,06
Pesca	0,04	0,06	0,05	0,07	0,07	0,06	0,05
Minas, Petróleo y Canteras	0,07	0,07	0,07	0,09	0,10	0,09	0,07
Alimentos, Bebidas y Tabaco	0,06	0,06	0,07	0,07	0,08	0,08	0,06
Textil y Cuero	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07	0,05
Madera y Papel	0,06	0,05	0,06	0,06	0,06	0,07	0,05
Química, Petróleo, Caucho y Metales	0,06	0,05	0,06	0,06	0,06	0,07	0,05
Máquinas e Instrumentos	0,07	0,06	0,07	0,08	0,08	0,10	0,07
Otras Manufacturas	0,09	0,10	0,11	0,09	0,10	0,12	0,09
Electricidad, Gas y Agua	0,23	0,23	0,22	0,30	0,17	0,18	0,19
Construcción	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05	0,04
Comercio	0,03	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,02
Restaurantes y Hoteles	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06	0,07	0,05
Transporte	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,04	0,03
Servicios Financieros	0,04	0,03	0,04	0,04	0,04	0,05	0,03
Servicios Técnicos y Profesionales	0,06	0,06	0,07	0,06	0,07	0,09	0,06
Servicios Sociales	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05	0,03
Diversión y Esparcimiento	0,06	0,06	0,07	0,07	0,07	0,09	0,06
Servicios Personales	0,06	0,07	0,07	0,07	0,08	0,10	0,06
Otras Actividades	0,12	0,13	0,13	0,12	0,25	0,22	0,14

Fuente: Crespi (2003) en base a datos del SII.

Metodología

El presente estudio se enfoca básicamente en el segmento de nuevos emprendimientos existentes en Chile y sus principales resultados. Específicamente, el conjunto de iniciativas emprendedoras incluye una amplia gama de proyectos empresariales, que van desde los emprendimientos del tipo *life style*, es decir, orientados a la supervivencia; hasta aquellos otros con un gran potencial de crecimiento y con elevada capacidad de agregación de valor. Gran parte de las investigaciones sostiene que son éstos últimos los que más contribuyen a la generación de empleo y a la modernización de la economía, razón por la cual este trabajo centra su interés en el estudio de este perfil de nuevas empresas (Bridge, O'Neill y Cromie 1998, Storey 1994).

⁹ Valor similar al encontrado para otros países (Audretsch, 1995).

El enfoque adoptado

El enfoque adoptado en esta investigación descansa en los lineamientos planteados en Kantis (2001) en el que, con la finalidad de analizar el proceso de creación y desarrollo de emprendimientos, se definieron tres etapas claves: a) La gestación del proyecto empresarial; b) El lanzamiento o puesta en marcha (*start up*); y c) El desarrollo inicial de la firma. En cada una de estas fases, se identificaron preguntas claves a indagar y una serie de hipótesis acerca de los factores principales que inciden en cada etapa. Éstas fueron definidas en una fase preparatoria del estudio, basada en la revisión de la literatura especializada y en la realización de entrevistas con fundadores de empresas y con informantes claves.¹⁰ En dicho marco se consideraron los factores que inciden sobre los eventos críticos de cada fase, tal como se explica a continuación.

a) Gestación del proyecto empresarial

Esta etapa corresponde al período en el cual el emprendedor comienza a sentirse motivado por la idea de ser empresario, identifica en forma preliminar una oportunidad comercial que podría convertirse en un concepto de negocio, y efectúa las actividades preparatorias del proyecto empresarial. Los factores clave explorados en esta fase, incluyen el papel del sistema educativo, de la estructura y dinámica del sector productivo, del capital social, de las redes de contactos de las que se valen los empresarios, y de los aspectos personales y del comportamiento del emprendedor.

En tal sentido, se investigó el papel desempeñado por la existencia de modelos de empresarios ejemplares, de la valoración social de la actividad empresarial y del deseo de independencia de los emprendedores. Estas variables de tipo “cultural” fueron comparadas con otros factores motivadores, tanto económicos como no económicos. Asimismo, se indagaron los ámbitos principales donde los empresarios adquirieron el deseo y las competencias necesarias para desarrollar la actividad empresarial, como son el sistema educativo formal en sus diversos niveles, instituciones de formación profesional y técnica, ámbito laboral y familiar.

El perfil de las oportunidades de negocio explotadas por las nuevas empresas, por su parte, fue analizado considerando la posible influencia de estructuras productivas y de estrategias empresariales diversas. Asimismo, se exploró la influencia de las redes sociales más próximas (amigos, parientes y conocidos, colegas, profesores), de las redes comerciales (proveedores y clientes) y de las redes institucionales en la captación de dichas oportunidades de negocio y en su refinamiento. El estudio permitió conocer cuestiones vinculadas al papel de estas redes, a su tamaño y a su composición interna.

La elaboración del proyecto empresarial es una actividad preparatoria muy importante en el nacimiento de toda empresa. Se indagaron cuestiones tales como la disponibilidad de información, la formulación de planes de negocio y la utilización de herramientas profesionales y, en relación a tales aspectos, la posible incidencia de los antecedentes personales del empresario, como el nivel educativo o la experiencia laboral previa.

b) Puesta en marcha de la actividad empresarial

Esta etapa incluye el proceso de decisión final sobre el inicio de la empresa y las actividades necesarias para conseguir y organizar distintos tipos de recursos esenciales, tales como la información, la tecnología, los fondos, el capital humano y materiales para lanzar el emprendimiento.

¹⁰ Ver anexo metodológico.

La decisión final de poner o no en marcha una empresa implica asumir los riesgos asociados a la actividad empresarial, y puede depender de una amplia gama de factores tanto económicos como no económicos. Pero también incluye la posibilidad de acceder a distintos tipos de recursos, tales como monetarios, humanos, materias primas e instalaciones y la capacidad para movilizarlos.

La investigación exploró la incidencia relativa sobre el proceso decisorio de aspectos tales como, las condiciones económicas generales, las características estructurales y dinámicas de los mercados (tamaño, número de competidores potenciales, crecimiento esperado, entre otros), la disponibilidad de financiamiento y las barreras regulatorias, junto con la presencia de otros factores no monetarios más vinculados a cuestiones culturales y personales. Asimismo, se analizó la naturaleza del proceso de evaluación final llevado a cabo por los emprendedores. En lo que se refiere a las actividades orientadas a acceder y a organizar los recursos que emplea el emprendedor para montar su empresa, se indagó el grado de utilización de distintas fuentes de financiamiento y sus implicaciones sobre la firma nascente. También se investigó el papel de las redes del emprendedor en el acceso a información, la tecnología y otros recursos. Estos aspectos fueron analizados considerando la contribución del sistema educativo y de la experiencia laboral previa del empresario al proceso de creación de empresas.

c) Etapa de desarrollo inicial de la empresa

Esta fase incluye los primeros tres años de vida de las empresas, considerados tradicionalmente como claves para su supervivencia. El emprendedor debe enfrentar los desafíos que plantea la legitimación del mercado, superar las barreras a la supervivencia de la firma y demostrar su capacidad de gestión del negocio.

El trabajo investigó los problemas principales de este período y analizó la incidencia de las condiciones de funcionamiento de los mercados de productos/servicios y factores productivos a través de la información acerca de su acceso y utilización por parte de los empresarios. La forma en que los emprendedores enfrentan estos problemas mereció particular atención, lo que permitió identificar el papel que juegan las redes sociales, comerciales e institucionales en la supervivencia de las nuevas empresas.

Acerca de la selección de las empresas encuestadas

El estudio se sustentó en información sobre 200 fundadores de empresas jóvenes. Dichas empresas fueron seleccionadas de manera aleatoria a partir de directorios empresariales y de otras fuentes de información disponibles, basándose los criterios de perfil de firma, los que se comentan en el siguiente párrafo.

Se definió como empresa joven a toda aquella que tuviera entre 3 y 10 años de vida. El umbral de edad definido intentó incluir los emprendimientos que hayan enfrentado la etapa crítica de desarrollo temprano, mientras que el techo de 10 años cumplió tanto el propósito de estudiar emprendimientos, cuyo dinamismo estuviera relativamente consolidado, como el propósito de minimizar la posibilidad de que el fundador no recordara aspectos relevantes a ser investigados.

Por su parte, se consideró como empresa **dinámica** a toda aquella que alcanzó un tamaño de al menos 15 ocupados y no más de 300 al momento del estudio. Al interior de este grupo de dinámicas, se definió un subgrupo **–top target–** las que presentaban un mayor nivel de dinamismo en términos de empleo durante el período de estudio, ello, con el fin de focalizar aún más el análisis

y tratar de encontrar patrones diferenciadores entre firmas. Finalmente, se definió como empresas **no dinámicas** o de **control** a aquellas que tienen como máximo 10 ocupados.¹¹

Debido a que la literatura sobre el proceso emprendedor destaca su naturaleza contextual, la muestra final incluyó empresas de dos tipos de sectores: manufactureras convencionales y actividades basadas en el conocimiento, y dos zonas geográficas diferentes: metropolitana y áreas locales con fuerte presencia de PyME. El sector convencional incluye a firmas pertenecientes a los sectores de alimentos, muebles, confecciones, elaboración de metales; mientras que las actividades basadas en el conocimiento, vinculadas a las nuevas tecnologías de las comunicaciones y la informática, abarcan empresas de *software*, servicios relacionados a Internet, telemática y otras ramas de la electrónica aplicada. Los ámbitos locales fueron definidos como aquellos donde existe una concentración industrial en un área territorialmente acotada, que facilita la interacción informal de los empresarios.

Cabe señalar que el sujeto de interés para este estudio es tanto el empresario como la firma. No obstante lo anterior, en virtud de los resultados alcanzados por las firmas, sus características de producción y su localización geográfica, el sorteo de entrevistados se realizó a nivel de firma, y las entrevistas se concentraron en el socio principal o dueño de la firma seleccionada.¹²

¹¹ Debe destacarse que el estudio no incluyó al amplio segmento de microempresas informales, las cuales representan una porción importante de las firmas chilenas.

¹² Cabe señalar que si bien el número de firmas finalmente obtenidas correspondió a 200, el número total de éstas que constituyeron el universo de este estudio, fueron superior a las 2.500 unidades (ver tabla anexos).

Características del panel de emprendedores y empresas

En este acápite se muestran las principales características, tanto de los empresarios como de las empresas chilenas seleccionadas. Si bien la muestra obtenida no necesariamente es representativa de todas las firmas y/o empresarios del país, constituye una rica fuente de información que debe ser evaluada en su contexto y representación relativa. Por otra parte, los resultados obtenidos se comparan con otras muestras de firmas de diferentes países latinoamericanos escogidos con un criterio similar al anterior en el marco del proyecto BID/FUNDES “Empresarialidad en Economías Emergentes”.

Los emprendedores

Para el caso chileno, gran parte de las empresas dinámicas han sido fundadas por equipos de emprendedores más que por un solo socio. Ocho de cada 10 empresas entrevistadas responden a este perfil, lo cual es ligeramente superior a lo que se aprecia en América Latina (7 de cada 10). Además, es importante señalar que en su mayoría estos equipos se encuentran compuestos por individuos con habilidades y funciones complementarias.

**Tabla 8. Número de socios cuando se inició la empresa
(empresas dinámicas)**

	Chile	América Latina
2	52,6%	40,0%
3	15,8%	17,4%
4	9,6%	8,5%
5 y más	6,1%	7,7%
Sin socios	15,8%	26,5%

Por otra parte, el empresario promedio de nuestra muestra es un hombre de 46 años al momento de realizada la encuesta, y con educación superior. Además, la edad de esta persona en el momento de fundar su empresa actual era de 40 años, y el intervalo que demoró en pensar en ser un empresario - en promedio a los 33 años- y comenzar su primera empresa fue alrededor de 4 años, ligeramente inferior al intervalo de América Latina (5 años, aproximadamente). La presencia femenina es casi nula en las empresas dinámicas, sin embargo, en aquellas de control, 3 de cada 7 empresarios son mujeres, cifra superior a la observada para el grupo latinoamericano en su conjunto.

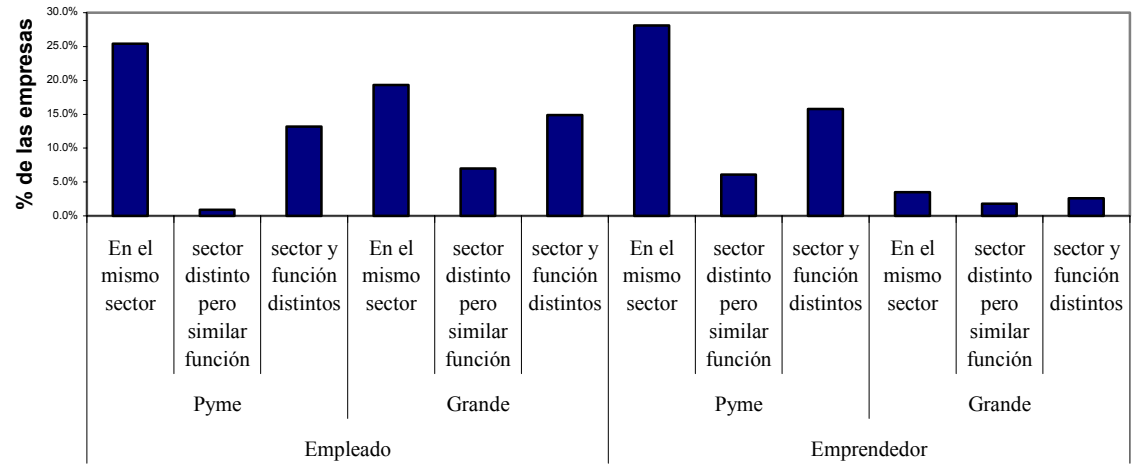
En cuanto al grado de instrucción de los empresarios, el 72% ha completado una carrera profesional, y 5 de cada 10 ha concluido estudios de post-grado. En su mayoría, suele ser más frecuente la presencia de graduados en Ingeniería, a diferencia de América Latina donde la mayoría ha cursado estudios de economía.¹³

Nueve de cada 10 empresarios crecieron en hogares de clase media, y 4 de ellos tuvieron padres que trabajaban en forma independiente en el transcurso de su infancia, como empresarios, profesionales o trabajadores por cuenta propia.

¹³ No obstante, es relevante mencionar que en Chile a los graduados de ciencias económicas se les otorga el título de Ingeniero Comercial, lo cual explicaría en parte esta divergencia.

Gran parte de los emprendedores ya habían fundado otra empresa con anterioridad (5 de cada 10), principalmente PyME orientadas al mismo rubro de su empresa actual. En promedio, los fundadores de las empresas dinámicas habían creado 3 empresas antes de fundar una nueva, algo superior a lo observado para el resto de América Latina. Luego, se encuentran empresarios que ya habían sido empleados en PyME (4 de cada 10), y en empresas grandes (4 de cada 10), dedicadas en su mayoría a actividades similares al emprendimiento vigente.

Gráfico1. Experiencia previa de los empresarios (grupos dinámicos)



Las empresas

Las firmas que actualmente alcanzan a ser denominadas dinámicas, son el 57% del total de la muestra considerada. Tienen un promedio de vida de 7 años, y en su gran mayoría se encuentran en la Región Metropolitana. Una de las principales características de las empresas dinámicas, es que gran parte de ellas (cerca del 66%), pertenece al sector manufacturero tradicional: alimentos, calzado, muebles, confecciones; mientras que el resto pertenece al sector basado en el conocimiento: *software*, servicios relacionados con Internet o nuevas tecnologías de comunicaciones, todos ellos localizados en el área metropolitana.

Desde el primer año, las empresas dinámicas se caracterizan por contratar a un mayor número de trabajadores que las menos dinámicas, y se distinguen también por alcanzar un mayor tamaño relativo rápidamente. Esto se aprecia notoriamente en las empresas top target, las cuales desde el primer año contratan en promedio a 22 trabajadores versus 4 trabajadores de las menos dinámicas, lo que se acentúa más al observar el máximo alcanzado durante su período de vida (78 y 9 trabajadores, respectivamente).¹⁴

Asimismo, las ventas reafirman dicho comportamiento, lo que refleja que los proyectos más dinámicos parten con una orientación distinta al crecimiento en relación a las empresas de control.

¹⁴ Para el caso de las target, los valores son 13 empleados para el primer año y 53 como *peak*.

En promedio, las firmas chilenas con mayor dinamismo -las top target- inician su nuevo negocio con ventas cuatro veces más grandes que las de control, relación que después de 3 años de iniciado el negocio, pasa a ser nueve veces mayor.

Tabla 9. Distribución de firmas encuestadas según ventas (en porcentaje)

	Chile			América Latina	
	Top Target	Target	Control	Target	Control
Primer Año					
Más de 1 millón ¹⁵	8,4	10,9	1,3	9,2	0,7
Entre medio millón y 1 millón	16,7	10,9	1,3	11,2	2,0
Menos de medio millón	75,0	78,3	97,4	79,6	97,4
Tercer Año					
Más de 1 millón	33,4	26,0	2,6	23,2	1,1
Entre medio millón y 1 millón	25,0	22,0	3,9	16,6	3,6
Menos de medio millón	41,7	52,0	93,5	60,2	95,4
Año 2002					
Más de 1 millón	38,2	33,3	3,9	34,7	1,2
Entre medio millón y 1 millón	19,1	21,6	3,8	21,9	5,6
Menos de medio millón	42,5	45,1	92,3	43,4	93,2

Por su parte, el porcentaje de empresas orientadas al mercado externo es muy bajo; dicho patrón no sólo se observa en las empresas menos dinámicas, sino también en las firmas dinámicas. Al año 2002, únicamente 1 de cada 10 empresas catalogadas como dinámicas, se encontraba exportando parte de su producción, y sólo 3,2% de las ventas se exportaba.

Finalmente, en cuanto al nivel de inversión inicial, un 8% de las empresas dinámicas desembolsó un monto superior a los US\$ 500.000 para el nuevo emprendimiento, porcentaje superior comparado con las firmas menos dinámicas que realizaron similar nivel de inversión (1,2% del total). Considerando al grupo top target, no se aprecia una diferencia significativa, una de cada diez realizó una inversión inicial superior a US\$ 500.000.

¹⁵ Cifras en US\$.

Tabla 10. Distribución de firmas encuestadas según propensión exportadora

	Chile			América Latina	
	Top Target	Target	Control	Target	Control
Primer Año					
Más de 25% ¹⁶	0,0	1,8		3,3	2,8
De 1% a 25%	3,8	5,3	1,2	3,9	1,1
No exportaron	96,3	93,0	98,8	92,8	96,1
Tercer Año					
Más de 25%	0,0	2,7	2,4	5,5	2,8
De 1% a 25%	7,6	9,8	3,6	7,9	3,3
No exportaron	92,5	87,6	94,1	86,7	93,8
Año 2002					
Más de 25%	3,7	4,4		8,5	4,2
De 1% a 25%	5,6	8,8	7,0	15,2	6,7
No exportaron	90,7	86,8	93,0	76,4	89,1

En resumen, a partir de la muestra de firmas obtenida, los datos sugieren que en Chile el emprendedor exitoso es un hombre maduro, tanto en términos de edad, como de experiencia productiva. En efecto, la mayoría de los encuestados manifestaron haber realizado emprendimientos anteriores, algunos de ellos con fracaso, y muchas veces con la ayuda de a lo menos otro socio. Su experiencia no sólo se basó en trabajos anteriores desempeñados como empleado en firmas afines, sino también en su formación universitaria, principalmente relacionado con la ciencias de la ingeniería. Por su parte, el efecto del hogar también resulta importante en la decisión de los empresarios de independizarse, ya que muchos de ellos provienen de hogares de clase media, donde sus padres también trabajaron en forma independiente.

Con respecto a las firmas entrevistadas, la mayoría corresponde al sector manufacturero, y se concentra principalmente en la Región Metropolitana. La desagregación realizada por empleo entre target y control muestra consistencia en el tiempo. Efectivamente, las firmas targets - particularmente las top targets- no sólo tienen niveles de empleo muy superiores a aquellas de control cuando son creadas, sino que dicha brecha se va expandiendo en el tiempo. Por otra parte, los datos presentados muestran que existe un correlato entre la categorización según empleo y las ventas. Firmas que venden más están directamente asociadas, en esta muestra, al tamaño medido por número de trabajadores. No obstante lo anterior, no existe un correlato entre firmas más dinámicas y su orientación exportadora. En la muestra obtenida, si bien sólo una pequeña fracción de firmas reportan ventas en el exterior, en su mayoría corresponde a empresas clasificadas como targets y no top targets.

¹⁶ Cifras en porcentaje sobre las ventas anuales.

El Proceso Emprendedor

Como se mencionó en la sección metodológica y con fines estrictamente analíticos, el proceso emprendedor fue dividido en tres etapas principales. Primera etapa, aquella asociada con la gestación del proyecto empresarial; segunda, la puesta en marcha de la actividad y, por último, la etapa de desarrollo inicial de la empresa. En este capítulo se analizarán los principales resultados de la investigación para cada una de las etapas del proceso emprendedor, anteriormente definidas.

La etapa de gestación del proyecto empresarial

La adquisición de la motivación y las competencias para ser empresario

A diferencia de América Latina, la principal motivación para constituir un negocio de los empresarios chilenos entrevistados, es poner en práctica sus conocimientos y, en segundo lugar, los deseos de realización personal y/o de mejora de sus ingresos. Aproximadamente, 7 de cada 10 empresarios indicó la influencia positiva de estas motivaciones.

**Tabla 11. Principales motivos para ser empresario según país
(porcentaje de empresas)**

	Chile	América Latina
Auto-realización	78,1	88,1
Poner en práctica sus conocimientos	81,6	78,9
Mejorar su ingreso	68,4	73,7
Contribuir a la sociedad	47,4	58,2
Ser su propio jefe	47,4	55,7

1/ En esta tabla, solamente se consideraron los casos en que el empresario contestó que estos motivos fueron muy importantes e importantes para comenzar su empresa.

Es importante señalar que la mitad de las firmas más dinámicas tienen como motivación contribuir a la sociedad, aunque esto sucede en menor medida con las empresas menos dinámicas (44%). Sin embargo, las empresas con un menor dinamismo tienen como su principal motivación el deseo de realización profesional, y en segundo lugar, (8 de cada 10 empresarios) ingresan a la carrera empresarial para mejorar su nivel de ingresos y ser adinerados con su nuevo negocio (3 de cada 10 empresarios). Esto mostraría que aquellos emprendedores, cuya mayor motivación es contribuir a la sociedad más que la auto-realización o ganar dinero, son justamente los que tienen mayor éxito en sus negocios.

Asimismo, el 50% de los fundadores de empresas de control constituye su empresa para ser su propio jefe, lo cual es considerablemente mayor al comportamiento observado por las más dinámicas (35% del total). Ello demostraría que los empresarios, cuyos negocios son más dinámicos, son aquellos que le dan menor importancia al deseo de ser independiente, comparado con poner en práctica sus conocimientos y su autorrealización.

La influencia de los modelos de empresarios ejemplares es menos fuerte en Chile comparado con América Latina, tanto para las firmas dinámicas, como para aquellas no dinámicas. En efecto, solamente el 28% de los casos declaró haber seguido el ejemplo de algún empresario que admiraba,

y el 16,7% indicó que eran familiares y parientes. Fueron poco frecuentes ejemplos de empresarios conocidos a través de los medios de comunicación.

Tabla 12. Incidencia de los modelos de empresarios ejemplares en las motivaciones para ser empresario (porcentaje de empresas)

	Chile	América Latina
Pariente/familiar	17,5	18,8
Algún amigo	7,0	10,6
Alguien de sus ciudad	7,9	10,8
Alguien en los medios de comunicación	4,4	9,1

De esta manera, para el caso chileno se observa que la aplicación de los conocimientos recibidos durante la formación educacional es más relevante que los objetivos de lucro o la posibilidad de ser su propio jefe a la hora de llevar a cabo actividades empresariales en forma independiente. Ello contrasta con aquellos empresarios de firmas no dinámicas donde la independencia tiene una marcada importancia. Por otro lado, sorprendentemente el efecto demostración no es tan relevante para el caso chileno y, por lo tanto éste podría ser un camino, quizá no explotado, para impulsar aún más este tipo de actividades en la economía doméstica nacional.

Los ámbitos de formación de los empresarios

Al igual que en América Latina, en Chile se aprecia que la principal escuela de empresarios dinámicos, no es la universidad sino el ámbito laboral; puesto que es básicamente a través de su experiencia previa que éstos adquirieron su vocación y las competencias necesarias para lograr que su empresa fuera exitosa. El 43% de estos emprendedores reconoce que su vocación por los negocios fue adquirida en su trabajo previo, un porcentaje mayor a lo indicado por los empresarios no dinámicos (38,4% del total). Asimismo, los entrevistados contestan que el entorno laboral les permitió adquirir capacidades para negociar (73,7%), trabajar en equipo (64%), habilidad para motivar (63,2%), para solucionar problemas (62,3%) y planificar (60,5%). Sin embargo, según la Tabla 13, aunque sin una mayor significancia estadística, un menor porcentaje de empresas no dinámicas reportan haber aprendido dichas habilidades en el trabajo anterior.

Por otra parte, la relevancia del sistema educativo en la formación de las competencias empresariales es mucho más limitado, lo que demuestra que estas organizaciones no son las incubadoras de empresarios. Gran parte de los casos considera que el aporte de las instituciones técnicas y de enseñanza media, es casi nulo para el desarrollo de sus destrezas gerenciales.

**Tabla 13. Competencias adquiridas en la experiencia laboral según grupo
(en porcentajes)**

	Chile		América Latina	
	Dinámicas	No Dinámicas	Dinámicas	No Dinámicas
Negociar	73,7	64,0	77,6	64,5
Solucionar problemas	62,3	54,7	74,1	65,4
Trabajar en equipo	64,0	60,5	69,7	58,9
Tolerar riesgo/incertidumbre	50,9	41,9	65,0	52,2
Habilidad para motivar	63,2	59,3	65,5	60,3
Administrar	57,9	61,6	64,6	57,0
Planificar	60,5	60,5	64,7	56,1
Trabajar duro	57,9	59,3	61,8	58,9
Comunicar	55,3	48,8	61,0	54,2
Capacidad para relacionarse	57,0	57,0	57,2	54,7
Marketing	49,1	38,4	56,3	45,3
Vocación por los negocios	43,0	38,4	52,2	43,0
Conocimiento técnico	47,4	55,8	51,7	52,0
Creatividad	42,1	47,7	48,4	46,1

En general, los entrevistados solamente reconocen la importancia de las universidades respecto a sus habilidades empresariales, tales como el conocimiento técnico (64,4% del total), la adquisición de destrezas para solucionar problemas (38,9%), para planificar (46,7% del total) y administrar (35,6% del total). Sin embargo, sólo el 8,9% de los emprendedores reconocen que la universidad tuvo influencia en su vocación por los negocios y en su habilidad para tolerar riesgos, cifras bastante menores a las reportadas por entrevistados en otros países latinoamericanos.

Tabla 14. Competencias empresariales adquiridas en la universidad por los emprendedores dinámicos (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Conocimiento técnico	64,4	65,7
Solucionar problemas	38,9	48,1
Planificar	46,7	46,3
Administrar	35,6	41,8
Vocación por los negocios	8,9	17,2
Tolerar riesgo/incertidumbre	8,9	16,8
Negociar	12,2	15,9

Con estos resultados se evidencia una falencia por parte de las universidades en relación al fomento de la vocación empresarial, pudiendo ésta desempeñar un papel mucho más gravitante en la actual formación de emprendedores.

En cuanto al ámbito familiar, a diferencia del resto de países de la región, la importancia de la familia en el desarrollo de las destrezas empresariales de los emprendedores parece ser mayor. Ello es particularmente relevante (i.e. estadísticamente significativo) para el caso la tolerancia al riesgo (43% contra 31% en América Latina), trabajo en equipo (24% contra 15% en América Latina) y creatividad (40% contra 25% en América Latina).

Este último resultado complementa la apreciación de una relativa coincidencia entre los empresarios entrevistados y su familia. No sólo influye el hecho de que los padres de algunos de ellos hayan sido empresarios; sino que algunas características fundamentales para serlo, como la creatividad y, particularmente, la tolerancia al riesgo y la incertidumbre son capacidades que fueron inculcadas en el hogar.

Las fuentes de oportunidades de negocio

Gran parte de los nuevos negocios empezaron vendiendo sus productos a otras empresas (6 de cada 10 empresarios chilenos entrevistados).¹⁷ Por lo general, estos clientes son empresas grandes, básicamente del sector manufacturero y servicios. Ello difiere de lo observado en el resto de América Latina, donde uno de los principales clientes son otras PyME. Cuatro de cada 10 empresarios chilenos dinámicos, venden a las PyME, versus 6 de cada 10 empresarios latinoamericanos que, en promedio, atienden a un similar tipo de mercado.

Tabla 15. Perfil de oportunidades captadas por las empresas dinámicas (porcentaje de empresas)

	Chile	América Latina
Consumidores individuales	28,1	33,5
Empresas que producían los		
bienes / servicios	31,6	27,1
Empresas que no producían los		
bienes /servicios	60,5	55,7

Es importante señalar que el 45,5% de los casos de firmas dinámicas, orienta su producción hacia el sector manufacturero, lo cual se acentúa aún más si dichas empresas se encuentran localizadas fuera de la capital nacional. En cambio, las empresas más dinámicas, aquellas definidas como top target destinan mayoritariamente sus ventas a clientes del sector servicios más que al sector manufacturero.

¹⁷ Sin embargo, este patrón difiere en aquellas firmas localizadas en regiones donde existe una mayor tendencia hacia la venta de consumidores individuales (42,4% del total).

Tabla 16. Sector y tamaño de los clientes iniciales de las empresas dinámicas (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Manufactureras		
Grandes	23,2	22,8
PyME	11,1	15,7
Servicios		
Grandes	24,2	18,2
PyME	6,1	12,6
Mayoristas		
Grandes	16,2	13,0
PyME	8,1	14,5
Minoristas		
Grandes	4,0	6,4
PyME	13,1	14,3

El 60% de las empresas dinámicas chilenas empezaron ofreciendo productos ya existentes en el mercado, compitiendo sobre la base de una diferenciación del bien, a través de una mejora en la calidad del producto o un mejor servicio, para posicionarse en mercados en crecimiento. De este modo, se observa una menor explotación de la innovación como una fuente de oportunidad - solamente el 28,1% de las empresas dinámicas utiliza esta estrategia competitiva-; esto es aún más notorio en las firmas de control (26,7% del total).

Tabla 17. Estrategia competitiva de las empresas dinámicas para ingresar al mercado (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Competitivo en base a diferenciación	59,6	57,4
Innovador a nivel nacional	28,1	31,9
Innovador a nivel internacional	1,8	4,8
Competitivo en base a menor precio	21,9	21,3
Proveer bienes a empresas que antes los producían internamente	15,8	16,5
Sustituir productos que antes importaban	8,8	10,1
Demandas de instituciones públicas	6,1	8,5

Es importante señalar que solamente 2 de cada 10 empresarios afirma competir con un producto competitivo vendiéndolo a un menor precio. Esto se incrementa ligeramente en las empresas menos dinámicas (31,4% de casos realiza esta estrategia competitiva).

Asimismo, en Chile, al igual que el promedio de América Latina, la terciarización no constituye una importante fuente de oportunidad para el surgimiento de nuevos negocios (15,8% del total). Esto resulta por una menor propensión a subcontratar por parte de los empresarios chilenos, posiblemente por la falta de confianza de las grandes empresas, disparidad tecnológica y elevados costos de transacción existentes (Katz, 1986).

La identificación de la oportunidad de negocio

Los emprendedores chilenos dan una mayor importancia al trabajo previo (84%) y a las redes sociales (80%), como fuente de información para la identificación del negocio. Estos valores son levemente superiores a lo reportado como promedio para el resto de los países de Latinoamérica (79% y 74%, respectivamente). Más aún, 9 de cada 10 de las empresas top target indican a ambos factores como relevantes.

Tabla 18. Fuentes de Información utilizadas por los empresarios dinámicos para identificar la oportunidad de negocio según país (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Trabajo previo	84,2	78,6
Interacción con otras personas	79,8	74,0
Ferias comerciales	30,7	39,4
Revistas	26,3	35,7
Artículos académicos	22,8	23,6
Diarios	21,9	22,1
Internet	15,8	14,1
Televisión, radio	9,6	8,5
Otras	5,3	8,0

En cuanto a la redes, según la Tabla 18, ocho de cada 10 fundadores chilenos indican que identificaron su negocio a través de la interacción con sus redes de contactos. Ellos pertenecían en su mayoría a su mismo status social y ciudad.¹⁸ Por otro lado, si bien las empresas menos dinámicas muestran un comportamiento similar (79,1% del total), estas adquieren el conocimiento de nuevos negocios a partir de las ferias comerciales, revistas e Internet (32,6%, 30,2% y 20,9%, respectivamente). Sin embargo, gran parte del éxito de una nueva empresa depende de la adecuada identificación de la oportunidad del negocio, por lo que son las redes de contactos personales más que las ferias comerciales, revistas e Internet aquellas que brindan una mejor fuente de información a los emprendedores chilenos. Esto probablemente se explique por la existencia de barreras a la entrada, debido a la asimetría de información existente en el segmento de PyME.

Por su parte, las empresas dinámicas tienen como principales miembros de su red de contactos ejecutivos de grandes empresas a empresarios PyME y otros profesionales, los cuales, probablemente iniciado su propio negocio, formarán parte de su cartera de clientes, serán sus proveedores o sus socios en el nuevo negocio. En cambio, los fundadores de firmas no dinámicas tendieron a interactuar en gran parte con otros empresarios PyME, localizados básicamente en regiones.

¹⁸ Debido a la poca orientación exportadora de la PyME, es escasa la participación de redes de contacto extranjeros.

Tabla 19. Principales ocupaciones de las tres personas más importantes que contribuyeron a identificar las oportunidades de negocio según grupo (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Dinámicas		
Ejecutivo de gran empresa	26,8	21,8
Empresario <u>PyME</u>	19,6	26,7
Profesional	16,5	21,5
Banquero	1,0	0,9
Miembro de una institución de apoyo	1,5	1,7
Menos dinámicas		
Ejecutivo de gran empresa	16,7	14,9
Empresario PyME	29,5	25,0
Profesional	8,3	19,5
Banquero		1,1
Miembro de una institución de apoyo	2,6	3,5

Un aspecto adicional respecto a la identificación de la oportunidad de negocio está relacionado con el número de personas que contribuyeron a esta tarea. Los resultados que se muestran en la siguiente tabla, sugieren que en Chile en 7 de cada 10 empresarios dinámicos, son menos de 4 personas las que participan en la identificación de la idea, mientras que para el caso de la región este valor es menor a 5 de cada 10 empresarios. Un fenómeno similar, aunque de menor magnitud, se observa para el caso de las empresas menos dinámicas.

Tabla 20. Número de personas que contribuyeron a identificar las oportunidades de negocio según grupo (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Dinámicas		
1 a 3	70,3	48,0
4 a 15	28,6	41,0
16 ó más		10,6
Menos dinámicas		
1 a 3	63,2	52,6
4 a 15	29,4	38,8
16 ó más	5,9	7,2

De esta manera, se aprecia que los empresarios chilenos utilizan como fuentes de información para la identificación de su negocio el ámbito laboral previo y las redes personales; sin embargo, estas últimas tienden a ceñirse a un círculo social pequeño y compuesto por familiares principalmente. Estos últimos aspectos son diferenciadores con respecto a otros países en la región, donde la identificación de la idea es un proceso más social, en el que un mayor número de personas participa activamente.

La información y la elaboración del proyecto

Gran parte de los emprendedores chilenos entrevistados, al igual que para el resto de los países latinoamericanos, focaliza la búsqueda de información relevante para su negocio más bien en las características del mercado y conocimiento técnico que en el tamaño óptimo de planta y de la inversión. Más del 80% de las empresas dinámicas contaba con esta información, mientras que solamente un poco más del 50% tenía conocimientos acerca de cuánta inversión inicial era necesaria, y el tamaño de la planta del proyecto que estaba evaluando llevar a cabo.

Tabla 21. Tipo de información relevada por los empresarios dinámicos antes de poner en marcha las empresas (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Tamaño de planta competitiva	51,8	45,4
Tamaño de inversión competitiva	54,4	51,0
Conocimiento técnico	80,7	78,9
Potenciales competidores	69,3	68,1
Tamaño del mercado	73,7	67,4
Características del mercado	83,3	80,9
Canales de distribución	71,9	67,6

Este comportamiento confirma que los empresarios pequeños suelen caracterizarse por su conducta gradual e incrementalista (Gibb y Scott, 1985), pensando primordialmente en el corto plazo, puesto que la dimensión de la planta y el nivel de inversión no sólo requieren un planeamiento de largo plazo, sino que también dependen de otros factores, tales como los recursos financieros disponibles o la aceptación del producto en el mercado.

No obstante esta similitud con los otros empresarios latinoamericanos, para la elaboración del proyecto, los empresarios chilenos realizan un plan de negocios (64,9% del total de casos) o utilizan otras herramientas técnicas financieras, como el cálculo de costo de oportunidad y el período de recuperación de la inversión. El mayor uso de estas herramientas, diferencia en parte a las empresas dinámicas (65% del total) de las menos dinámicas (50% del total). Además, 2 de cada 3 empresarios chilenos comparan los beneficios esperados del nuevo negocio con los ingresos esperados como empleado; sin embargo, solamente un tercio de los casos manifestó realizar una comparación con proyectos alternativos.

Así, si bien no se aprecia un planeamiento de largo plazo generalizado en los empresarios dinámicos a través del conocimiento del tamaño óptimo de la planta y de la inversión inicial, la mayoría de ellos elabora planes de negocios y utiliza herramientas profesionales de planificación, a diferencia de los empresarios menos dinámicos¹⁹, lo que probablemente es un factor relevante para que sus negocios alcancen un mayor crecimiento en el mediano plazo.

La etapa de la puesta en marcha

En esta sección, se examinan los factores relevantes que inciden en la decisión final de crear una empresa, así como de las fuentes principales de recursos empleadas.

¹⁹ Reflejando un mayor nivel de instrucción, 2 de cada 3 casos tienen estudios completos de ingeniería en este segmento.

La decisión de comenzar

Los empresarios chilenos entrevistados demoran en promedio 11 meses en tomar la decisión de comenzar su proyecto desde que tienen la idea del nuevo negocio. Este lapso es inferior a los 15 meses que en promedio se demoran las firmas latinoamericanas; pero este período es aun menor en la empresas basadas en el conocimiento (9 meses). Asimismo, los entrevistados mencionaron que sólo demoran 5 meses desde que comienza el negocio hasta que se introduce el producto en el mercado, nuevamente menor al tiempo de demora de los empresarios de otras regiones de América Latina. Este comportamiento se refleja en las disímiles respuestas entre los empresarios latinoamericanos y chilenos, cuando señalan cuáles son los factores positivos y negativos que influyeron en el momento de comenzar el negocio y, más aún, la ponderación que le dan a cada uno de ellos.

En primer lugar, la mayoría de los empresarios afirma que la principal razón en la demora en comenzar su negocio se debe a los trámites y regulaciones existentes (73,7% de las empresas encuestadas). En segundo lugar, aunque con una menor ponderación, se encuentran los problemas con la infraestructura de servicios existente y para encontrar instalaciones propias (26,3% del total). A diferencia del resto de los empresarios de la región, únicamente 1 de cada 10 empresarios dinámicos manifestó, como una explicación de la demora en comenzar el proyecto, dudas personales respecto al negocio. Sin embargo, el 27,9% de los empresarios chilenos no dinámicos, señaló que ésa era una de las razones relevantes para explicar la dilatación del inicio del negocio. Esta diferencia respecto a las dudas personales de los emprendedores, podría explicarse por el hecho mencionado anteriormente de que las firmas dinámicas han obtenido mayor información para identificar adecuadamente el negocio a través de sus redes de contacto sociales y productivas, que las empresas menos dinámicas, lo que disminuye la incertidumbre acerca del éxito del negocio.

No obstante lo anterior, y como era de esperar, la falta de financiamiento aparece como un factor que influye negativamente en la decisión de comenzar un negocio. Si bien este factor no es el más importante para el caso de empresarios menos dinámicos, es un factor casi tan relevante como los costos y tiempos de trámites.

Tabla 22. Principales factores negativos que influyen en la decisión de comenzar y que distinguen a los emprendedores dinámicos y menos dinámicos (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Dinámicos		
Costos/tiempos de tramitaciones y registros	22,8	37,2
Disponibilidad de financiamiento	15,8	37,6
Crecimiento esperado de la economía	10,5	16,0
Tamaño y dinamismo del mercado	9,6	12,1
Menos dinámicos		
Costos/tiempos de tramitaciones y registros	36,0	38,0
Disponibilidad de financiamiento	32,6	39,9
Crecimiento esperado de la economía	17,4	18,4
Tamaño y dinamismo del mercado	11,6	10,6

Si bien se han nombrado los principales aspectos que los empresarios mencionan como obstáculos para tomar la decisión de comenzar un nuevo negocio, la mejora de ingresos aparece como el principal factor que motiva dicha decisión. La siguiente tabla muestra que, efectivamente, para

cerca de un 73% de los empresarios dinámicos este factor fue muy importante, factor que se eleva a cerca de un 90% para los no dinámicos. Estos valores no difieren significativamente con respecto a los encontrados para otros empresarios de la región latinoamericana, aunque en el caso de los otros factores, tales como el tamaño y dinamismo del mercado, crecimiento esperado de la economía, nivel de ingresos y bienes familiares y la cantidad y tamaño de los competidores, los empresarios vecinos les atribuyen una importancia relativa mayor.

Tabla 23. Principales factores positivos que influyen en la decisión de comenzar y que distinguen a los emprendedores dinámicos y menos dinámicos (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Dinámicos		
Mejorar sus ingresos	72,8	79,7
Tamaño y dinamismo del mercado	41,2	61,3
Crecimiento esperado de la economía	39,5	44,8
Nivel de ingresos y bienes familiares	34,2	44,0
Cantidad y tamaño de competidores	28,1	34,9
Menos dinámicos		
Mejorar sus ingresos	88,4	83,5
Tamaño y dinamismo del mercado	36,0	54,2
Crecimiento esperado de la economía	31,4	44,1
Nivel de ingresos y bienes familiares	23,3	40,8
Cantidad y tamaño de competidores	24,4	33,8

En suma, no sólo el conocido argumento de la falta de financiamiento es visto como un obstáculo para el emprendimiento para las empresas chilenas, sino que más importantes aun son los costos impositivos y de regulación que este proceso conlleva. Estos resultados son coincidentes con estudios previos que resaltan estos dos elementos como obstáculos importantes para la creación de PyME (Bravo et al, 2002).

El acceso y la movilización de los recursos necesarios para comenzar

Como se mencionó anteriormente, uno de los principales obstáculos que los emprendedores deben enfrentar cuando deciden lanzarse con su nueva idea, es el tema del financiamiento. Existe una amplia literatura que sugiere que existen marcadas restricciones en el crédito a pequeños empresarios que comienzan sus actividades en forma independiente. Ello se debe a problemas de asimetría de información, concentración de la oferta de fondos, problemas potenciales de riesgo moral y una efectiva restricción de fondos a nivel de la economía como un todo en países menos desarrollados. Sin embargo, Chile en los últimos 20 años ha logrado una notable profundización bancaria, con lo que las PyME han logrado mejorar el acceso a fuentes de financiamiento crediticias (Kantis, 2002).

No obstante, aún cuando el sistema bancario chileno brinda mayores facilidades para obtener financiamiento para el nuevo negocio, los empresarios entrevistados continúan utilizando como principal fuente de financiamiento su ahorro personal y préstamos de su núcleo social cercano (67,5% y 15,8% respectivamente). Pero, un 38,7% de ellos reconoció también haberse financiado utilizando fuentes externas, como préstamos bancarios y créditos con los proveedores. Es importante destacar que estas fuentes externas van incrementando su participación en el

financiamiento del negocio, en la medida que van transcurriendo los primeros años de la nueva empresa.

Tabla 24. Fuentes de Financiamiento utilizadas por las empresas dinámicas para la puesta en marcha (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Ahorros personales	67,5	83,1
Parientes/amigos	15,8	22,8
Tarjetas de crédito	8,8	10,5
Inversores Privados	6,1	7,7
Empresas de capital de riesgo	0,9	2,5
Bancos: préstamos	26,3	21,1
Bancos: sobregiros	15,8	12,7
Clientes (adelantos)	7,0	18,2
Proveedores (créditos comerciales)	21,9	35,5
Factoraje	3,5	4,2
Postergación del pago de impuestos	0,9	7,8
Postergación del pago de servicios	0,9	2,7
Postergación del pago de sueldos	1,8	2,7
Comprando equipo de segunda mano	22,8	30,8

Debido a que la falta de financiamiento es un problema que continúan enfrentando los emprendedores chilenos, el 40,4% de las empresas empiezan a operar a una escala menor a la requerida para ser competitiva, el 34,2% de las firmas comienza con un menor nivel de tecnología deseado, y el 35,1% afirma que acudió necesariamente al financiamiento de los proveedores. Es importante señalar que estas consecuencias de la escasez de fondos para iniciar los proyectos, también se observa en el promedio de países latinoamericanos; no obstante, los empresarios vecinos sugieren que este aspecto tiene una importancia relativa aún mayor (50% del total).

Una parte importante de los empresarios entrevistados menciona que compra maquinarias y equipos usados en lugar de nuevos, principalmente aquellos empresarios dinámicos y orientados a actividades convencionales (22,8% del total de casos). Ello podría ser un reflejo adicional de la falta de financiamiento necesario al momento de partir con la empresa. No obstante lo anterior, dicho comportamiento no se aprecia en los fundadores de empresas basadas en el conocimiento, puesto que ellos necesitan trabajar con maquinarias de última generación, por lo que se financian principalmente a través de crédito de sus proveedores (22,4%) y de sobregiros en sus cuentas corrientes (24,1%).

De esta manera, y como consecuencia de una relativa mayor profundización bancaria prevaleciente en Chile, comparada con sus pares de América Latina, los emprendedores dinámicos chilenos hacen un mayor uso de fuentes de financiamiento externas que sus similares latinoamericanos a lo largo de la vida de la empresa, principalmente mediante el mayor acceso al crédito bancario y a los sobregiros en las cuentas corrientes. Sin embargo, continúan empleando como principal fuente de financiamiento sus ahorros personales, primordialmente, al comenzar el negocio. Adicionalmente, algunos empresarios se financian utilizando créditos de sus proveedores o mediante la compra de equipos usados, que les permiten abaratar sus costos y enfrentar uno de sus principales obstáculos que continúa siendo la falta de financiamiento.

Las redes y el acceso a los recursos

El principal factor que facilita el acceso y la movilización de los recursos necesarios para iniciar el nuevo negocio es la experiencia laboral previa, y en segundo lugar, la educación universitaria. Como se examinó en secciones anteriores, el conocimiento técnico (*know how*) y las redes de contactos desarrollados en estos ámbitos (*know who*) contribuyeron a las distintas fases del desarrollo empresarial.

A diferencia de América Latina, y como se muestra en la siguiente tabla, en general los emprendedores chilenos hacen un menor uso de sus redes de contactos para acceder a recursos intangibles, como la información y la tecnología, donde los no dinámicos las utilizan con más frecuencia que las firmas dinámicas. Sin embargo, al analizar el segmento de empresas denominadas top target²⁰, éstas se destacan por un mayor uso tanto de sus redes sociales -70,4% de estas empresas para obtener información y 57,4% para acceder a tecnología- como productivas -48,1% para obtener información y 37% para adquirir tecnología- en la puesta en marcha del negocio, comparadas con el resto de las empresas encuestadas.

²⁰ Información que no se presenta en la tabla.

Tabla 25. Papel de las redes como facilitadoras de recursos no monetarios según grupo (en porcentajes)

Recursos no monetarios	Chile		América Latina	
	Dinámicas	No Dinámicas	Dinámicas	No Dinámicas
Información				
Amigos	36,8	33,7	53,4	49,7
Pariente/familiar	32,5	37,2	30,8	34,4
Conocidos	34,2	38,4	49,5	46,6
Universidades	7,0	5,8	16,9	18,7
Institución Pública	3,5	5,8	13,6	12,8
Asociación/gremio empresario	9,6	4,7	17,7	18,2
Proveedores locales	29,8	33,7	48,2	42,5
Clientes locales	33,3	37,2	44,9	46,4
Proveedores de otras regiones	12,3	8,1	32,7	24,9
Clientes de otras regiones	11,4	10,5	27,9	26,8
Tecnología				
Amigos	19,3	20,9	32,9	31,3
Pariente/familiar	20,2	20,9	18,8	20,7
Conocidos	27,2	16,3	34,4	29,6
Universidades	4,4	8,1	12,4	15,6
Institución Pública	1,8	1,2	6,6	5,9
Asociación/gremio empresario	5,3	1,2	10,5	7,5
Proveedores locales	26,3	30,2	41,6	34,9
Clientes locales	10,5	12,8	21,4	16,8
Proveedores de otras regiones	8,8	8,1	29,4	23,5
Clientes de otras regiones	4,4	3,5	16,7	12,3
Otros recursos				
Amigos	14,0	18,6	29,6	27,1
Pariente/familiar	27,2	17,4	22,5	24,3
Conocidos	15,8	14,0	26,6	22,6
Universidades	1,8	3,5	4,2	7,0
Institución Pública	2,6	3,5	4,4	4,7
Asociación/gremio empresario	1,8	1,2	7,2	4,7
Proveedores locales	24,6	24,4	37,1	30,7
Clientes locales	15,8	11,6	20,7	20,1
Proveedores de otras regiones	5,3	7,0	22,4	17,6
Clientes de otras regiones	1,8	1,2	14,4	9,2

Comparando las redes que fueron utilizadas por los empresarios latinoamericanos y chilenos para levantar información y conocimiento tecnológico sobre su nueva empresa, se aprecia en términos de cantidad, una menor utilización de las firmas chilenas de sus redes, no solamente sociales, sino también de producción. El 76,5% de los emprendedores dinámicos chilenos indica que únicamente de 1 a 3 personas han contribuido a facilitarles el acceso a los recursos necesarios para iniciar su negocio, cifra superior a la observada en el promedio de América Latina (48,5%). Sin embargo, en las empresas menos dinámicas, se aprecia una mayor cantidad de personas que colaboran con el

acceso de recursos de los empresarios, resultados similares observados para los empresarios de la región.

De esta manera, en Chile se aprecia una escasa utilización de las redes sociales y productivas con respecto al promedio de América Latina por parte de los emprendedores. Sin embargo, las empresas top target, han sabido aprovechar el potencial de acceder a recursos como la información y la tecnología que les proporcionan las redes de contactos a las PyME para lograr un notable éxito en sus negocios.

La etapa de desarrollo inicial de la empresa

En esta fase los empresarios deben enfrentar el desafío de ingresar al mercado, superar los problemas iniciales para lograr su supervivencia y, a partir de ello, definir las bases para su expansión.

Ingreso al mercado

Cinco de 10 diez empresarios chilenos entrevistados manifestó haber enfrentado niveles de competencia intensos o muy intensos al ingresar a los mercados, mientras que el 18,4% caracterizó la presión competitiva de baja o muy baja.

Tabla 26. Intensidad de la competencia que enfrentan las empresas dinámicas en su desarrollo inicial (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Baja y muy baja	18,4	22,8
Media	29,8	27,4
Elevada y muy elevada	49,1	48,7

Por su parte, el 57,9% de las firmas dinámicas afirmó que sus principales competidores eran otras PyME. Sin embargo, como se observa en la siguiente tabla, 3 de cada 10 empresarios indicó también competir con grandes empresas durante los primeros años de vida de la empresa. Es importante señalar que una de las principales características que predomina entre las empresas no dinámicas, es enfrentarse mayoritariamente a las PyME. El 19,8% de estas firmas compiten con grandes empresas, lo cual marca una diferencia respecto al tipo de competencia que enfrentan las empresas con mayor dinamismo.

En cuanto al origen de los productos o servicios con los que compiten al iniciar la empresa, los empresarios chilenos dinámicos destacan por competir con bienes nacionales (69,1% de los encuestados), más que importados (7,3% de las empresas). En cambio, una de cada cuatro empresas del grupo de control indicó competir en ambos mercados, mostrando mayor diversificación.

Tabla 27. Tamaño de los competidores de las empresas dinámicas en su desarrollo inicial (en porcentajes)

	Chile	América Latina
PyME	57,9	57,0
Grandes empresas	29,8	28,6
Ambas	9,6	12,5

Por su parte, la mayoría de las empresas chilenas creadas se basan en estrategias de diferenciación de productos/servicios (64,9% del total) para atender las demandas de otras empresas locales, y se orientan hacia segmentos en expansión del mercado interno (74,6% del total), tanto las más dinámicas como las no dinámicas. De esta manera, las PyME conforman el tejido productivo junto a otras empresas, produciendo vínculos de competitividad sectorial y regional que afectan a la economía en su conjunto (Bravo et al, 2002).

Sin embargo, los empresarios de mayor dinamismo -top target- ingresan a mercados más exigentes debido a una mayor presión competitiva y a una mayor presencia de grandes empresas. Para sortear estos desafíos competitivos emplean propuestas comerciales caracterizadas básicamente por la diferenciación, vía calidad/servicios (más del 50% de los casos), un mayor esfuerzo de investigación y desarrollo (36,8% del total) y en menor medida, la competencia vía precios (22,8%).

En general, las empresas chilenas más dinámicas enfrentaron este desafío con un equipo de empresarios con habilidades y funciones complementarias, lo que influyó positivamente en esta etapa y en su crecimiento en años posteriores.

El financiamiento durante los primeros años de vida

A diferencia de la etapa de puesta en marcha del negocio, durante los primeros años de vida las fuentes de financiamiento que utilizaron los empresarios no solamente fueron los ahorros personales (51,8% del total), sino también se incrementó el acceso a préstamos bancarios (34,2% de los casos), sobregiros en cuentas corrientes (21,1%) y el uso más intensivo de los créditos comerciales de sus proveedores (26,3%). Sin embargo, las firmas de control no mostraron un incremento sustancial en el empleo de la deuda bancaria como fuente de financiamiento durante el desarrollo inicial de su negocio versus la fase de puesta en marcha (24,4% del total).

De esta manera, si bien el número de emprendedores que utilizaron otras fuentes de financiamiento aumentó con relación al inicio de la empresa; no sólo se incrementó la importancia de los proveedores, sino también la utilización del factoraje de manera más intensiva, mayoritariamente por las firmas dinámicas basadas en el conocimiento y localizadas en el área metropolitana.

Tabla 28. Fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas dinámicas en su desarrollo inicial (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Ahorros personales	51,8	60,1
Parientes/amigos	12,3	17,2
Tarjetas de crédito	10,5	9,4
Inversores Privados	4,4	5,8
Empresas de capital de riesgo	0,9	1,1
Bancos: préstamos	34,2	26,1
Bancos: sobregiros	21,1	17,2
Clientes (adelantos)	6,1	18,3
Proveedores (créditos comerciales)	26,3	38,3
Factoraje	7,9	7,4
Postergación del pago de impuestos	0,9	9,1
Postergación del pago de servicios	0,9	3,4
Postergación del pago de sueldos	1,8	3,4
Comprando equipo de segunda mano	21,9	23,0

Los problemas y desafíos de la empresa

El 65% de los empresarios dinámicos entrevistados identificó como dos de sus principales problemas la contratación de empleados calificados y el equilibrio de su flujo de caja. Asimismo, ellos manifestaron tener problemas para ampliar su base de clientes y conseguir proveedores, máquinas y equipos adecuados. Es importante señalar que estos tres últimos problemas se acentúan para las firmas no dinámicas.

Los inconvenientes para conseguir trabajadores calificados, proveedores y equipamientos adecuados, son consecuencia de: a) la competencia en la demanda de recursos humanos calificados, dado los mayores beneficios que les ofrecen las grandes empresas, b) poca información respecto al mercado de proveedores y equipos existentes en el mercado debido a su carácter de nuevos participantes; y, c) mayores costos de transacción, debido a su menor escala de producción en relación con las firmas ya establecidas y las de mayor tamaño (Noteboom, 1993).

Por su parte, el problema de equilibrar sus flujos financieros es explicado por las necesidades de capital de trabajo para el funcionamiento del negocio, y para iniciar su etapa de expansión luego del primer año. Las empresas dinámicas muestran una tendencia positiva de crecimiento de sus ventas desde el primer año. Por ello, es importante brindar, no solamente recursos monetarios, sino también asesoría a las emergentes empresas dinámicas para fortalecer su gestión financiera.

Tabla 29. Principales problemas de las empresas dinámicas en el desarrollo inicial (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Equilibrar el flujo de caja	64,9	70,3
Contratar empleados calificados	64,9	70,6
Conseguir clientes	43,2	65,6
Adquirir máquinas y equipos adecuados	39,6	54,0
Conseguir proveedores adecuados	32,4	50,8
Gerenciar la empresa	31,5	46,0
Adaptar los productos/servicios a los consumidores	32,4	44,0
Obtener información del mercado	25,2	45,7
Gerenciar la producción	28,8	43,7
Certificar calidad	31,5	42,7
Manejar relaciones con grandes clientes	27,0	36,7
Contratar gerentes	12,6	30,0

Estos problemas fueron más destacados por los empresarios localizados en el área metropolitana, muy probablemente por la menor competencia existente en las regiones, tanto en el mercado de factores, como el mercado laboral de mano de obra calificada, por una menor presencia de grandes empresas y por las redes sociales mucho más ligadas al entorno productivo y económico del entorno local.

Tabla 30. Diferencias en los problemas de las empresas en su desarrollo inicial según área de localización (en porcentajes)

	Chile
Área Metropolitana	
Equilibrar el flujo de caja	67,9
Contratar empleados calificados	62,8
Conseguir clientes	53,3
Adquirir máquinas y equipos adecuados	39,4
Conseguir proveedores adecuados	36,5
Área local	
Equilibrar el flujo de caja	52,6
Contratar empleados calificados	59,6
Conseguir clientes	40,4
Adquirir máquinas y equipos adecuados	45,6
Conseguir proveedores adecuados	36,8

Sin ir más lejos, 6 de cada 10 empresarios chilenos dinámicos manifestó tener dificultades para contratar empleados calificados para su negocio, principalmente, de los sectores basados en el conocimiento (69,6% de los casos). Este problema se presenta por la competencia por mano de obra calificada que tienen que enfrentar las firmas emergentes con las grandes empresas, las que, muchas veces, resultan ser más atractivas para este segmento del mercado laboral. De este modo, se elevan los costos laborales de contratación de las PyME.

Tabla 31. Fuentes de apoyo utilizadas por las empresas dinámicas para resolver los problemas iniciales (en porcentajes)

	Chile	América Latina
Proveedores/clientes	27,0	37,3
Familiares/amigos	20,7	22,2
Colegas	9,9	15,6
Cámaras Empresarias	5,4	15,2
Instituciones Públicas	5,4	10,3
Universidades/Institutos de Investigación	5,4	11,1
Consultores	7,2	13,2
Sólo esfuerzos propios	55,0	40,3

Por último, no sólo las firmas chilenas tienden a autofinanciarse reflejando un problema en el mercado de recursos monetarios, sino que también cerca del 55% de los empresarios tiende a resolver en forma interna los problemas productivos iniciales a los que se vio enfrentado. No obstante lo anterior, cerca de un cuarto de los entrevistados tiende a solucionar estos problemas a través de sus redes productivas y sociales, donde es más intensiva aun la participación de las primeras redes, entre las cuales se encuentran los proveedores y los clientes. Muchos de los valores, como se observa en la tabla anterior, son menores a los reportados por los empresarios de otras regiones de Latinoamérica, lo que demuestra que la red de apoyo es más amplia en esos países, o bien que los empresarios chilenos confían más en sus potencialidades y capacidades internas.

Análisis de los resultados en el contexto chileno de los últimos años

A diferencia de la mayoría de los países latinoamericanos, Chile comenzó su proceso de marcadas reformas económicas ya a fines de los años setenta. Éste consistió en una primera medida de desregulación, tanto de los precios externos como también los internos, de modo que reflejasen de mejor forma el costo de oportunidad de los bienes que se producían.

Si bien a esa altura una buena parte de las grandes firmas productivas permanecía aún en manos del estado, estos cambios motivaron a un conjunto importante de ejecutivos, que operaban en estas firmas, a que vislumbraran ya la importancia que tenía la competencia y las fuentes de costos posibles de ser reducidos lo que permitiría la sobrevivencia económica de las firmas. Toda una generación de ingenieros jóvenes, quienes se desempeñaban en las grandes firmas estatales, vieron cómo la competencia internacional exigía de ellos mejores mecanismos de información acerca de sus tecnologías, productos, redes de distribución y generación de competencias internas.

La segunda etapa, que empujó aun más el cambio de giro en la mirada de los ejecutivos durante los primeros años de los ochenta, fue la masiva privatización de firmas en manos del estado, las cuales debieron conscientemente incorporar la sustentabilidad económica dentro de sus objetivos. La gran quiebra de firmas registrada por esos años (Mizala 1992, Katz 2000) muestra que el ambiente de trabajo de estos ya no tan jóvenes ingenieros, se hacía cada vez más hostil. La falta de financiamiento, agudizada por la crisis de la deuda junto con un creciente grado de competencia externa, motivó a que muchos grupos económicos que se habían formado a fines de los setenta o bien desaparecieran o concentraran sus esfuerzos productivos en aquellos sectores donde el país presentaba ventajas comparativas, tales como el agroindustrial, la minería y el forestal.

Paralelo a ello, la desregulación del sistema bancario también motivó la aparición de nuevas firmas intensivas en tecnologías del procesamiento de datos y diseño de soluciones informática *ad-hoc* que complementaron la gran expansión que tuvo este sector, el cual estuvo fuertemente regulado por un período superior a dos décadas.

Esta expansión presionó la demanda por mano de obra calificada que cumpliera con requisitos de conocimientos específicos en ciertas áreas técnicas como económicas. El proceso de privatización de la educación superior que ocurría en ese mismo momento, surtió estos profesionales: agrónomos, ingenieros comerciales e ingenieros informáticos, los que encontraron rápidamente cabida en las pocas y concentradas empresas que existían durante esos años.

Para ese entonces los aspectos de empresarialidad comenzaban a tomar sus primeros vestigios, pues, especialmente en el sector de servicios, la escala de producción de tamaño más bien reducido, junto a la alta especialización de su mano de obra, requirió la creación de nuevas firmas las que, en su mayoría, fueron administradas por antiguos ejecutivos de las firmas que serían a la postre sus clientes principales.

No obstante lo anterior, durante gran parte de los ochenta, Chile se vio enfrentado a un nivel de términos de intercambio muy favorable. Ello no exigió grandes reformas fundamentales en los procesos administrativos ni de proceso productivo al interior de las firmas, ya que la mayoría de la riqueza nacional provenía de la explotación de recursos naturales, donde la diferenciación por producto es relativamente escasa.

A partir de los primeros años de los noventa, los términos de intercambio, si bien aún altos, empiezan a decaer sistemáticamente y los años finales de esta década fueron los peores registrados en las últimas décadas. Ello motivó cambios importantes en la estructura de producción donde el *outsourcing*, *just in time*, informatización de los procesos productivos en general, tomaron un rol importante.

Aquí aparece un nuevo grupo de emprendedores nacionales, quienes, en su mayoría tiene una formación universitaria sólida, con un gran conocimiento previo de la rutinas productivas de la firmas para las cuales trabajaron durante años. Al vislumbrar nichos de mercado que no habían sido explotados por sus antiguos empleadores, o bien que las tareas por ellos realizadas podrían hacerse en forma más eficiente, motivó en parte la idea de lanzar su propia empresa para los cuales sus conocimientos universitarios le ayudaban más bien desde el punto de vista técnico que de gestión en general. Este proceso de ensayo y error se tradujo en un mayor número de entrada y salida de firmas en la economía durante este período, a pesar de que en el agregado se observa un aumento creciente en el número de firmas operando en la economía (Katz, 2002; Cabrera et al, 2002).

A la luz de los resultados encontrados, se observa que junto a la experiencia productiva previa de los potenciales emprendedores, su sólida formación universitaria y la red de contactos desarrollados previamente durante su situación como empleado, son elementos fundamentales que distinguen a aquellos emprendedores más dinámicos de aquellos que tienen un éxito más modesto. Ello se refleja en el mayor grado, si bien muy bajo, de posibilidades de acceso a la banca formal para el financiamiento de los primeros años de las empresas que crean.

Si bien la falta de financiamiento que existe en la banca chilena para los nuevos emprendimientos está bien documentada (Bravo et al, 2002; Cabrera et al, 2002), esta restricción es más severa para quienes son unos desconocidos en el ámbito productivo doméstico, como aquellos que no tienen la posibilidad de entregar garantías y/o colaterales a los préstamos por parte de terceros, familiares e incluso personales. Los resultados en esta investigación confirman algunas de estas hipótesis.

No obstante lo anterior, cabe destacar que la falta de financiamiento no es la única ni el obstáculo más importante para los empresarios encuestados en este trabajo. La demora excesiva en trámites, burocracia y el régimen impositivo aparecen como aspectos fundamentales que inhiben un mayor grado de empresarialidad en Chile. Este tipo de restricciones ya han sido destacadas en otros trabajos como obstáculos relevantes y donde la política pública tiene un rol activo que jugar.

Uno de los aspectos que llama la atención en el estudio es el alto grado de información que tienen los emprendedores chilenos a la hora de determinar aspectos más técnicos asociados a los proyectos que desean desarrollar. Si bien esto podría deberse a su formación universitaria, los resultados comparativos con el resto de Latinoamérica muestran que los emprendedores chilenos tienen una mejor idea del tamaño de planta competitivo, tiene mejor información acerca del tamaño del mercado al cual se enfrentan y tiene un mejor conocimiento de los canales de distribución necesarios para el negocio. Ello también podría explicarse por el menor tamaño relativo de los mercados en comparación con países como Argentina o Brasil, elemento que se plantea como una hipótesis a ser contrastada con todos los países en su conjunto.

A partir de la ya conocida estabilidad macroeconómica chilena, que puede ser considerada como un elemento facilitador al desarrollo de emprendimientos a nivel local, los resultados muestran que para el caso chileno la red productiva que circunda las empresas está más “apretada” que en otros países. En efecto, la adquisición de maquinaria y equipos, la identificación de proveedores adecuados, la obtención de información de mercados, entre otros, aparecen con una ponderación bastante menor como problemas u obstáculos que deben enfrentar los emprendedores chilenos con

respecto al resto de los países latinoamericanos. Ello evidenciaría una mayor cohesión productiva al interior del país en que, tanto los canales de información como de distribución, estarían operando de mejor manera. Cabría esperar que en el futuro los canales tecnológicos y financieros, los que presentan bajos niveles relativos de desarrollo, tuvieran un mayor grado de fluidez de modo que el proceso empresarial fuera más eficiente. Sin embargo, existen variadas externalidades asociadas a estos canales que motivarían una mayor participación pública en la creación y, a veces, en la permanencia de éstos.

Por otra parte, y como consecuencia del centralismo prevaleciente en Chile, gran parte de los emprendimientos dinámicos yacen en la Región Metropolitana. Debido a ello, resulta difícil identificar con claridad sobresalientes diferencias entre las empresas dinámicas versus las no dinámicas a nivel de región.

Sin embargo, este estudio encontró algunos rasgos más acentuados en los empresarios establecidos en localidades, que los que se encuentran en la metrópoli. En primer lugar, en la etapa de gestación del proyecto empresarial en localidades, se observa una leve mayor incidencia de los modelos de empresarios comparado con empresas del área metropolitana, explicado por la mayor proximidad y protagonismo social de dichos empresarios.

Asimismo, la mayoría de los emprendedores reconoce que la universidad no tuvo influencia en su vocación por los negocios ni en su habilidad para tolerar el riesgo. Esto se acentúa aun más en las firmas pertenecientes a regiones, donde ni un solo emprendedor le asigna el origen de su vocación por ser empresario a la motivación brindada por la universidad.

Así también en la etapa de puesta en marcha, se aprecia una menor demora de los empresarios pertenecientes al área metropolitana en comenzar el negocio desde que tuvo la idea (46,9% se demoran solamente 5 meses), con respecto a los emprendedores establecidos en localidades (41,8%).

Por último, en la etapa de desarrollo inicial de la empresa, si bien el número de emprendedores que utilizaron otras fuentes de financiamiento aumentó con relación al inicio de la empresa, no sólo se incrementó la importancia de los proveedores, sino también la utilización del factoraje de manera más intensiva, mayoritariamente por las firmas dinámicas localizadas en el área metropolitana.

Dada la diferencia, en cuanto al proceso tecnológico entre el sector convencional y el sector del conocimiento, gran parte de sus diferencias se encuentran asociadas a este factor. En primer lugar, en la etapa de gestación del proyecto empresarial, las firmas del sector basado en el conocimiento hacen un uso más diversificado de las distintas fuentes de información, como el ámbito laboral, redes sociales, ferias comerciales, revistas, artículos académicos, periódicos e Internet para la caracterización de su futuro negocio que las empresas convencionales.

Asimismo, a diferencia del sector convencional, en las empresas basadas en el conocimiento, las PyME tienen una mayor participación en su cartera de clientes; no obstante, las empresas grandes continúan teniendo un mayor peso relativo. El 50% de estas firmas le venden a empresas grandes, principalmente del sector servicios, probablemente porque estos demandantes requieren bienes y servicios más sofisticados y un alto grado de actualización tecnológica.

En segundo lugar, en la etapa de puesta en marcha, la mayoría de emprendedores compran maquinarias y equipos usados en lugar de nuevos, principalmente los empresarios dinámicos y orientados a actividades convencionales (22,8% del total de casos). Dicho comportamiento no se aprecia en los fundadores de empresas basadas en el conocimiento, puesto que ellos necesitan

trabajar con maquinarias de última generación, por lo que se financian principalmente a través de crédito de sus proveedores (22,4%) y de sobregiros en sus cuentas corrientes (24,1%).

Finalmente, al igual que los emprendimientos dinámicos del área metropolitana, en la etapa del desarrollo inicial de la empresa, los empresarios del sector basado en el conocimiento utilizan otras fuentes de financiamiento, como el factoraje en forma más intensiva que los emprendedores del sector convencional.

En resumen, los resultados del trabajo de campo realizado muestran que las grandes características observadas para el resto de los países latinoamericanos se ven también reflejadas para el caso chileno. La experiencia laboral previa, la educación formal universitaria así como un gran conocimiento de la operación de los mercados donde el empresario luego se establece, son aspectos críticos en el éxito de empresarios dinámicos. Por su parte, la falta de financiamiento y sobre todo los costos en tramitaciones y registros, también se observan en Chile como grandes trabas para una empresariedad más fluida.

No obstante lo anterior, el hecho de enfrentar un medio ambiente más propicio para la empresariedad, como estabilidad macroeconómica, una mejor red de información sobre los mercados, proveedores y clientes, hacen que Chile tenga un clima empresarial marginalmente mejor que sus vecinos. Sin embargo, al igual que los demás países, se observan fallas en ciertos mercados donde el sector público tiene un rol ineludible, como en el financiamiento de nuevos emprendimientos de alto riesgo con fuertes externalidades, junto a la creación y difusión de conocimiento tecnológico aplicable a la producción. Éste es quizá uno de los grandes desafíos que presentan los países latinoamericanos para mejorar la empresariedad a nivel local.

Bibliografía

- Audretsch, D. (1995) "Innovation and Industry evolution". MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- Bravo D., G. Crespi, e I. Gutiérrez. (2002). Desarrollo se escribe con PyME: El caso chileno. CEPAL/Fundes/Universidad de Chile.
- Bridge S., K. O'Neill y S. Cromie. (1998). Understanding enterprise entrepreneurship and small business. London: Macmillan Business.
- Cabrera A., S. de la Cuadra, A. Galetovic y R. Sanhueza. (2002). Las PyME: quiénes son, cómo son y qué hacer con ellas. Borrador. Departamento de Economía. Universidad de Chile.
- CORFO - INE 1999. "Primera encuesta semestral y tercera de las pequeñas y medianas empresa". Santiago.
- Crespi, G. (2003). PyME en Chile: nace, crece y muere: Análisis de su desarrollo en los últimos siete años. FUNDES.
- Dirven M. y L. Ortega. (1998). El clúster lácteo en Chile. Serie Desarrollo Productivo. CEPAL.
- Gibb A. y Scott, M. (1984) "Graduates and Entrepreneurship". Paper presentado en UK Small Firms National Research Conference, Trent Polytechnic. September.
- INE, Varios números. Índice de Salarios y Remuneraciones. Santiago.
- Kantis H. y M. Ishida. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Katz, J. (2000) Reformas estructurales, productividad y Conducta Tecnológica, Fondo de Cultura y CEPAL, Santiago, Chile.
- Katz, J. (2002). Efficiency and equity aspects of the new Latin American economic model. Borrador.
- Mizala, A. (1992), "Las reformas económicas de los años setenta y la industria manufacturera chilena", Colección estudios CIEPLAN, N° 35, Santiago de Chile.
- Montero, C. (1999). "¿Son los empresarios agentes de cambio institucional?". Revista Instituciones y Desarrollo. Septiembre, 1999.
- Noteboom, B. (1993). Networks and Transactions: Do They Connect. en Groe-newegen, J. Dynamics of the Firm: Strategies of Pricing and Organisation, Edward Elgar Publishing, Aldershot.
- Storey, D. (1994) Understanding the small business sector. London. Routledge.
- Stumpo G. y C. Alarcón. (2000). Pequeñas y medianas empresas industriales en Chile. Serie Desarrollo Productivo. CEPAL.

Tybout, J. (1996) "Chile 1979-1986. Trade liberalization and its aftermaths" en M. Roberts y J. Tybout (eds) *Industrial Evolution in Developing Countries: Micro patterns of turnover, productivity and market structure*. Oxford University Press.

UNESCO, 2001 " World Education Indicators Program".

Vergara, S. (2001). El mercado vitivinícola mundial y el flujo de inversión extranjera a Chile. Serie Desarrollo Productivo. CEPAL.

Anexo 1. Preguntas de investigación e hipótesis orientadoras del análisis

A continuación se presentan las hipótesis a considerar en cada etapa y las preguntas básicas del formulario para su análisis.

a. Etapa de gestación del proyecto empresarial

(1) La adquisición de la motivación y de las competencias para ser empresario

- Las motivaciones para ser empresario

H1.1. Las motivaciones no económicas juegan un papel fundamental junto con los objetivos económicos para forjar el deseo de ser empresario.

Verdadera.

H.1.2. Los modelos de rol no son una fuente significativa de motivación positiva.

Verdadera.

H.1.3 El deseo de ganar valoración social a través de la creación de una empresa no constituye una motivación para la mayoría de los emprendedores.

Verdadera.

H.1.4. Los emprendedores dinámicos se ven más influenciados por motivaciones positivas de carácter no económico (tales como desarrollarse personalmente; enfrentar desafíos personales; contribuir a la sociedad o ser su propio jefe) que los demás emprendedores.

Verdadera.

- Los ámbitos de formación de emprendedores

- Los trabajos previos

H.1.5.1 La experiencia laboral es la fuente de aprendizaje que más contribuye a la formación de los emprendedores. Es allí donde la mayoría manifiesta haber adquirido la motivación y las competencias para emprender.

Verdadera.

H.1.5.2 La experiencia laboral es la fuente de aprendizaje cuya contribución al proceso formativo más distingue a los emprendedores dinámicos.

Verdadera.

- El sistema educativo

H1.6.1 El sistema educativo (en su conjunto) juega un papel limitado como proveedor de motivación y competencias para los emprendedores.

Verdadera.

H.1.6.2 La universidad contribuye a la adquisición del conocimiento técnico pero no de la mayor parte de las demás competencias para emprender.
Verdadera.

- La familia

H.1.7 El entorno cercano del emprendedor (familia, amigos, etc.) no promueve su deseo de ser empresario, aunque tampoco actúa como factor inhibidor una vez que ese deseo le es comunicado.
Verdadera.

- Las fuentes de oportunidades de negocio y su identificación.

H.1.8 La principal fuente de negocios para la creación de empresas es la diferenciación de productos / servicios existentes en segmentos de mercado en expansión. Otras fuentes, tales como la innovación, el aprovechamiento de oportunidades de outsourcing o la competencia de precios son fuentes menos importantes que la diferenciación.
Verdadera.

H.1.9. La mayoría de los empresarios identifica las oportunidades de negocios a través de sus redes de contactos.
Verdadera.

H.1.10. Los empresarios dinámicos utilizan en mayor proporción que los menos dinámicos, los contactos "específicos al mundo empresarial" (p. ej.: ejecutivos de grandes empresas, empresarios PyME) para identificar las oportunidades de negocio.
Verdadera.

H.1.11. Los empresarios dinámicos utilizan fuentes más amplias para identificar las oportunidades que los menos dinámicos.
Falso.

- La búsqueda de información y la elaboración del proyecto

H.1.12. La mayoría de los emprendedores cuenta con información económica y técnica antes de iniciar su negocio. En las actuales condiciones de la competencia, disponer de información es central para sobrevivir, más allá del grado de dinamismo posterior de la empresa.
Verdadera.

H.1.13. La mayoría de los emprendedores no elaboran planes de negocio. La planificación, al menos tal como se la concibe habitualmente, no es un factor que distinga a los emprendedores dinámicos de los demás.
Falso.

b. Etapa de puesta en marcha de la empresa

- La decisión de comenzar

H.2.1 La disponibilidad de fondos es uno de los principales factores negativos para tomar la decisión de poner en marcha la empresa.

Verdadero.

H.2.2 Los costos impositivos y de las regulaciones son ponderados negativamente por la mayoría de los emprendedores a la hora de tomar la decisión de crear la empresa.

Verdadero.

H.2.3 La mayoría de los emprendedores, más allá de su dinamismo, no evalúan los costos de oportunidad de la actividad empresarial. Su decisión se basa en las motivaciones iniciales para emprender y en la evaluación de los factores que afectarán a la nueva empresa.

Falso.

- El acceso y la movilización de los recursos necesarios para comenzar

- Las fuentes de financiamiento

H.2.4. Los ahorros personales y los fondos de familiares juegan un papel significativo en la etapa de inicio, proveyendo los recursos que los empresarios necesitan para comenzar.

Verdadero.

H.2.5 Los ahorros personales son la fuente de financiamiento más importante para los empresarios más dinámicos que para los menos dinámicos.

Verdadero.

H.2.6 Los emprendedores dinámicos usan en forma más generalizada otras fuentes a los efectos de disminuir sus necesidades de financiamiento externo (p.ej.: apoyo de proveedores/clientes, compra de equipamientos usado, etc.).

Verdadero.

H.2.7 El principal motivo que explica el limitado uso de las fuentes de financiamiento externo es la existencia de restricciones del lado de la oferta, aunque también influye en forma significativa la actitud de los empresarios.

Verdadero.

H.2.8. La falta de acceso al financiamiento afecta negativamente la escala y nivel tecnológico inicial de los emprendimientos.

Verdadero.

H.2.9. Una vez que comienzan a pensar en ser empresarios, los dinámicos ponen en marcha la empresa más rápido que los menos dinámicos.

Verdadero.

- Las redes y el acceso a los recursos

H2.8. La experiencia laboral previa es un factor clave para conseguir los recursos necesarios para iniciar el negocio. La mayoría de los emprendedores reconoció su importancia.

Verdadero.

H2.10. La educación universitaria es un factor clave en la habilidad para conseguir los recursos necesarios para iniciar el negocio. La mayoría de los emprendedores reconoció su importancia.

Falso.

H2.11. Los empresarios dinámicos utilizan más sus redes para acceder a recursos no financieros (por ejemplo información, tecnología y otros recursos) que los menos dinámicos.

Verdadero.

H.2.12. Los empresarios dinámicos utilizan redes más extensas para acceder a recursos no financieros (por ejemplo información, tecnología y otros recursos) que los menos dinámicos.

Falso.

c. Etapa de desarrollo inicial de la empresa

H.3.1. La mayoría de las empresas creadas se basan en estrategias de diferenciación de productos/servicios existentes para atender las demandas de otras empresas locales

Verdadero

H.3.2 La mayoría de las empresas creadas se orientan hacia segmentos en expansión del mercado interno.

Verdadero.

H.3.3. Los empresarios dinámicos ingresan a mercados más exigentes (con mayor presión competitiva, mayor presencia de competidores del exterior, mayor presencia de grandes empresas).

Verdadero.

- Los problemas y desafíos de la gestión en los primeros años de vida

H.3.4. Los emprendedores dinámicos usan más fuentes de financiamiento en la etapa de desarrollo inicial.

Verdadero.

H.3.5. Los emprendedores dinámicos enfrentan mayores problemas en su gestión de financiamiento y de marketing que los menos dinámicos.

Verdadero.

H.3.6. Los emprendedores dinámicos enfrentan mayores problemas en su gestión de RRHH que los menos dinámicos.

Verdadero.

H.3.7. Los empresarios dinámicos se apoyan en redes más extensas que los menos dinámicos para superar los problemas iniciales.

Verdadero.

H.3.8. Los empresarios dinámicos se apoyan más en las redes de negocios que los menos dinámicos, quienes tienden a apoyarse más en sus red social más próxima.

Verdadero.

H.3.9 Las redes del emprendedor contribuyen positivamente a enfrentar los desafíos / problemas de la etapa de desarrollo inicial.

Verdadero.

H.3.10. Las instituciones de apoyo no juegan un papel importante en las distintas etapas del proceso de creación y desarrollo de los emprendimientos dinámicos.

Verdadero.

Anexo 2. Diseño muestral

Criterios usados en el diseño de la muestra

La primera etapa consistió en seleccionar un conjunto de empresas pertenecientes al sector manufacturero, las que fueron sorteadas de la ENIA – Encuesta Nacional Industrial Anual – alcanzando un total de 231 firmas. De estas empresas sólo 45 cumplían los requerimientos exigidos para entrar en la muestra, es decir que tuvieran una antigüedad mayor a tres años, que no fueran filial de una firma extranjera, que no fueran una asociación y que los datos de identificación estuvieran actualizados. Por otra parte, un procedimiento similar se efectuó para aquellas firmas enroladas en la Asociación Gremial de Empresas de Tecnología de Información (AGTI) de las cuales sólo 110 (de un total de 354) cumplían con los requerimientos básicos.

Considerando que la muestra final quedó desbalanceada, se procedió a sortear otro conjunto de firmas manufactureras de recambio (tomadas de bases diversas disponibles, incluida una tributaria actualizada) las que fueron contactadas por teléfono para verificar información previa que se tenía sobre ellas. De un total de 1.000 firmas sólo 179 de ellas cumplían con los requerimientos previamente establecidos. De esta forma, una vez finalizada la etapa de chequeo telefónico, se tiene un total de 334 firmas como muestra potencial las que se han contactado para realizar el trabajo de campo.

Tabla 1: Resumen de chequeo telefónico del universo

	Empresas Iniciales Manufacturas	Empresas Recambio Manufacturas	Empresas Recambio TIC	Total
Edad firma menor a 3 años	1	26	14	41
Edad firma mayor a 3 años	96	322	99	517
Asociada	1			1
Cerrada	8	38	3	49
Filial, Empresa Extranjera, o Holding	17	10	53	80
Cumplen criterios de selección	45	179	110	334
Otros	0	4	1	5
Repetida	0		7	7
Sin datos	52	389	62	503
Sin movimiento	0	27	2	29
Sociedad Anónima	11	4	3	18
Sociedad Limitada	0	1		1
Total general	231	1.000	354	1.585

En el siguiente cuadro se presenta la distribución regional de las firmas manufactureras de recambio. Cabe señalar que todas las firmas de TI pertenecen a la región Metropolitana (Santiago) y por tanto no están incluidas en el cuadro.

Tabla 2: Distribución de las empresas recambio por región

Región	Valparaíso	Concepción	Santiago	Total
Edad firma menor a 3 años	2	5	19	26
Edad firma mayor a 3 años	28	28	266	322
Asociada				0
Cerrada	1	5	32	38
Filial, Empresa Extranjera, o Holding		2	8	10
Cumplen criterios de selección	9	29	141	179
Otros			4	4
Repetida				0
Sin dato	40	62	287	389
Sin movimiento		6	21	27
Sociedad Anónima			4	4
Sociedad Limitada			1	1
Total general	80	137	783	1.000

Composición de la muestra

Respecto a la distribución geográfica, sector y tamaño de firmas el objetivo planteado es el siguiente: Dinámicas se define según número de trabajadores y Local comprende a las Regiones V (Valparaíso) y VIII (Concepción). Metropolitana corresponde a Santiago.

Tabla 3: Composición de la muestra

	Metropolitana	Local	Total
Dinámicas (n>14)	80 (60 Trad; 20 TIC)	20	100
No Dinámicas (n<11)	40 (10 Trad; 30 TIC)	10	50
Total	120 (70 Trad; 50TIC)	30	150

Cabe reiterar que no se contó información sobre empresas TI fuera de la región metropolitana, por lo que el número de firmas a ser encuestadas en el área Local (igual a 30) correspondió exclusivamente a firmas de manufactura tradicional.

El cruce de las categorías es por tanto: Dinámicas o target = 100 (67%); Localización Metropolitana = 120 (80%) y Tradicional manufacturero = 100 (67%).

Para asegurar el cumplimiento de las cuotas, el terreno tuvo un recuento intermedio el 11 de Diciembre 2003 y se procedió a llenar el faltante de cada celdilla con empresas de las existentes de recambio o bien, con las obtenidas por datos auxiliares de entidades gremiales y/o de fomento.

Anexo 3: Informe de terreno

Cronograma de actividades

Actividades	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	Semana															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capacitación de encuestadores	X															
Rediseño del cuestionario		X														
Chequeo de la muestra		X			X	X			X			X	X			
Selección de las empresas			X			X	X			X					X	
Envío de cartas			X			X	X			X						
Salida a terreno				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Controles									X	X			X			
Encuestas telefónicas															X	X

El desarrollo del trabajo de campo ha considerado la realización de diferentes actividades que permitieron llevar a buen término el estudio. El cronograma antes expuesto muestra cada una de las actividades del trabajo de terreno y el periodo en que fueron llevadas a cabo.

Capacitación de encuestadores

La capacitación de encuestadores estuvo a cargo del profesor e investigador José Miguel Benavente. Se llevó a cabo en una sesión de 2 horas aproximadamente en la que participaron 11 personas. Cabe destacar que posteriormente se fueron incorporando nuevos encuestadores a los cuales se les explicó en detalle los objetivos del estudio, y el instrumento a aplicar. Esto ocurrió por cuanto existió deserción de algunos encuestadores, antes de iniciado el trabajo de terreno en sí, así como durante éste, dado las dificultades que presentaba el ubicar a las personas a entrevistar. Fueron 12 los encuestadores que participaron de este estudio.

Rediseño del cuestionario

Esta tarea estuvo a cargo de la Unidad de Encuestas. El rediseño del cuestionario consideró el cambio de formato del instrumento, con el propósito de hacerlo más manejable e inequívoco durante el proceso de aplicación del mismo.

Chequeo de la muestra

Se chequearon telefónicamente los listados de empresas proporcionados por el investigador, con el fin de identificar aquellas empresas que cumplieran con el perfil requerido para ser entrevistadas

(años de funcionamiento de la empresa, dueño identificable y número de trabajadores), así como para corroborar la dirección y teléfonos de las mismas.

Esta tarea llevó una buena parte del tiempo del trabajo en terreno en sí, ya que el número de empresas que cumplían con todos los requisitos para ser encuestadas no eran suficientes a los requerimientos del estudio. Ver cuadro de resultados del chequeo telefónico.

Selección de las empresas

La selección de las empresas a encuestar se hizo a partir de los resultados obtenidos en las llamadas telefónicas. Se identificaron aquellas empresas que cumplían con los requisitos solicitados y se procedió a enviarles una carta en la que se les solicitaba su colaboración en el estudio.

Salida a terreno

Una vez identificadas las primeras empresas que formarían parte del estudio, se les entregó a cada uno de los encuestadores un listado con las aquellas que debían encuestar. Se concertaban citas, generalmente a través de llamadas telefónicas, para aplicar el cuestionario al dueño de la empresa. Cabe señalar que era necesario efectuar varias llamadas a la misma persona para lograr una cita.

Controles

Una vez recibidas las encuestas se revisó que todo estuviera correctamente registrado y se seleccionó de modo aleatorio algunas de ellas para una supervisión telefónica de la misma.

En el control se corroboraron datos tales como: año de inicio de la empresa, número de trabajadores, nombre del dueño, actividad de la empresa y preguntas al azar. Así como presentación y trato del encuestador al momento de concertar y realizar la encuesta.

En términos generales, se debe señalar que los controles fueron aprobados por todos los encuestadores y que producto del mismo fueron eliminadas algunas encuestas básicamente por diferencia de información en los años de funcionamiento de la empresa, entre la encuesta y el control. Además cabe destacar que esa información se volvió a corroborar con el encuestador. Los problemas se suscitaron debido a información errónea entregada por parte del empresario en un primer momento, sobre todo en el caso de haber fundado más de una empresa y no a una mala intención del encuestador.

Se realizó un total de 63 controles sobre un total de 209 encuestas, representando el 30,14% de éstas.