

UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
Facultad de Ciencias Empresariales
Departamento de Administración y Auditoría



MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**“MODELO DE DESARROLLO DE HABILIDADES DE
EMPRENDIMIENTO PARA LOS ESTUDIANTES DE 4° Y 5° AÑO DE
INGENIERIA COMERCIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL BÍO BÍO”**

ALUMNO: Cáceres Leal Jaime.

PROFESOR GUÍA: Bello Sanzana Guillermo.

CONCEPCIÓN, 2014

DEDICATORIA

“Con mucho cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento”.

Papá y Mamá.

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo a Dios por guiarme y ayudarme a enfrentar todos los procesos de mi vida, por ser la fuente de fe y esperanza cuando todo se complicaba y sobre todo por permitirme estar en esta situación que anhele por muchísimo tiempo.

A mis Padres, por darme la oportunidad una y otra vez, a pesar de los errores y equivocaciones, por estar ahí siempre con una palabra de ánimo, fuerza y apoyo.

A mis hermanas, familia y amigos, por ser la energía, y alegría en los momentos de estrés, por su compañía en este largo proceso de formación profesional.

A mis dos princesitas, por ver en sus ojos la felicidad plena, por darme ese calor esos abrazos que me llenaron de fuerza para continuar y conseguir finalizar esta etapa de mi vida.

A mi pareja, por estar ahí cuando más la necesite, por confiar y darme la mano, por ser mi cable a tierra, por todo tu amor.

A mi profesor guía, Guillermo Bello, por las horas de trabajo, por las múltiples revisiones, por el material, por su tiempo, su apoyo y su buena disposición, espero que este trabajo, refleje en parte lo que el espera se pueda desarrollar en esta universidad y se sienta tan participe como yo, de lo que proponemos.

Jamás olvidare lo que cada uno de ustedes ha hecho por mí.

Inmensamente agradecido.

Jaime Cáceres Leal.

ÍNDICE GENERAL

Dedicatorias 3

Agradecimientos 4

Índice general..... 5

Índice de cuadros 10

Índice de tablas 10

Índice de figuras 10

Índice de gráfico 10-11

Resumen 12

Abstract..... 13

Introducción general 14

CAPÍTULO I: ANALISIS DEL EMPRENDIMIENTO 19

1. Situación del problema..... 20-21

 1.1.EMPRENDIMIENTO 22-30

 1.1.1 Características 30

 1.1.1.1 Psicológicas 31-35

 1.1.1.2 Administración de empresas 35-39

 1.1.2 Influenciadores y potenciadores 39-40

 1.1.2.1 Colegios..... 40-41

 1.1.2.2 Familias 41-42

 1.1.2.3 Universidades 42-43

 1.2 TECNOLOGIA Y EDUCACIÓN 44

 1.2.1 Impactos de la tecnología en la educación 44-45

Índice general

1.2.2 Experiencias relacionadas	46-48
1.2.2.2 Relación entre emprendimiento, producto per cápita y entorno de negocios .	48-50
1.3 EMPRENDIMIENTO EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE.....	50-53
1.3.1 Iniciativas Innovadoras de Desarrollo de Emprendedores	54-58
1.3.2 Formación del Emprendedor	58
1.3.2.1 Programa de formación para emprendedores	58-60
1.3.2.2 Programas de mayor alcance	60-61
1.3.2.3 Enseñanza del conocimiento esencial	61-62
1.3.2.4 Derecho a explorar, disentir y fracasar.....	62-63
1.4 PROMOCION DEL VALOR DEL EMPRENDIMIENTO E INNOVACION....	63-64
1.5 FACTORES DETERMINANTES A LA HORA DE EMPRENDER.....	65-67
1.6 CARACTERISTICAS DEL “ENTREPRENEURSHIP”	67-70
1.7 EMPRENDEDORES Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	70-76
1.8 DESARROLLO EMPRESARIAL COMO DISCIPLINA	77-84
1.9 TEORIAS DEL EMPRENDIMIENTO.....	85
1.9.1 Teoría de Andy Freire.....	85
1.9.2 Emprendimiento según Schumpeter	86
1.9.3 Emprendimiento según la Escuela Austríaca	86-87
1.9.4 Diferencias entre la escuela Austríaca y la de Schumpeter	87
1.9.5 El emprendedor según Howard Stevenson	87-88
1.9.6. Teoría de Allan Gibb	88-89

CAPITULO II EMPRENDIMIENTO EN CHILE	91
2.1 Casos prácticos de emprendimiento en Chile.....	92-102
2.2 Tipos de financiamiento al emprendimiento en Chile.....	102
2.2.1 A través de bancos e instituciones financieras.	103
2.2.2. Fondos concursables de origen público.....	103-110
2.3 NORMATIVA LEGAL PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO.	110
2.3.1 Ley de Agilización de Trámites.....	110
2.3.2 Ley de Constitución inmediata de empresas.	110-111
2.3.3 Constitución de Sociedades.	111-112
2.3.4 Emprendedores formales e informales.	112
2.3.5 Razones de la informalidad.	113-114
2.3.6 Factores Institucionales.	115
2.4 EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE.	115-116
2.4.1 El emprendimiento juvenil... ..	116
2.4.2 Clasificación de los Emprendimientos Económicos Juveniles.....	117-121
2.4.3 El perfil de los Jóvenes Emprendedores.....	121-123
2.4.4. Características de los Emprendimientos Económicos Juveniles.	124-128
2.5 EMPRENDIMIENTO EN LAS UNIVERSIDADES CHILENAS	128
2.5.1 Perfil de las incubadoras.....	128-130

Índice general

2.5.2 Gestión de la Incubadora.	130-132
2.6. EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD DEL BÍO BÍO.....	132-136
CAPITULO III ANTECEDENTES GENERALES.....	138
3.1 CARACTERISTICAS DEL EMPRENDEDOR.....	138
3.2 ANALISIS DE ENCUESTA	139-145
3.3 DISCUSION DE LOS RESULTADOS	146
3.3.1 Importancia del trabajo en equipo.	147-151
3.3.2 Importancia de la solidaridad laboral.....	151-154
3.4 EL MODELO GEM	154-155
3.5 MODELO DE DESARROLLO DE HABILIDADES DE EMPRENDIMIENTO.	156
3.6 DESCRIPCION DEL MODELO DE DESARROLLO	156-157
3.6.1 Composición del modelo.....	157
3.6.2 Eventos académicos y de reconocimiento	158-159
3.6.3 Redes de apoyo	159-160
3.6.4 Difusiones de contenidos.....	160-162
3.6.5 Proyectos de emprendimiento.....	162-163
3.6.6 Desarrollo de clases de emprendimiento	163
3.6.6.1 Herramientas para la enseñanza del emprendimiento	164-165
3.6.7 Inclusión del emprendimiento al sistema educativo.	166
3.6.7.1 Existencia de una experiencia previa.....	166
3.6.7.2 Sensibilización de la comunidad educativa.....	166

Índice general

3.6.7.3 Contextualización de las recomendaciones del GEM Latinoamérica.	166-167
3.6.7.4 Marco de realización.....	167
3.6.8 Universidades Emprendedoras	167-168
3.6.9 Formación masiva presencial.	168
3.6.10 Formación masiva virtual.	168-169
3.6.11 Capacitación de docentes	169-170
CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	171
4.1 Conclusiones Generales.....	172-173
4.2 Conclusiones Específicas.....	173-175
4.3 RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS	175-176
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	177-181
ANEXOS	182-188

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: La evolución del significado del término emprendedor	25
Cuadro 2: Tipología de emprendimientos económicos juveniles.....	120
Cuadro 3: Modelo GEM.	155
Cuadro 4: Modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Países del TOP 15 en tasas de emprendimiento	46
Tabla 2: Preguntas realizadas a los emprendedores.	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Características del perfil del emprendedor.....	35
Figura 2: Desarrollo de características del perfil emprendedor.....	40
Figura 3: Modelo económico del País	72
Figura 4: Importancia del trabajo en equipo.....	147
Figura 5: Estructura de transmisión de información de la Universidad el Bio Bio.....	161

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Relación entre tasa de crecimiento entrada de empresas y pib per cápita	48
Gráfico 2: Relación entre tasa de crecimiento de empresas y Doing Business	50
Gráfico 3: Construcción de empresas en Chile.....	111
Gráfico 4: Crecimiento del desarrollo de empresas en Chile	112
Gráfico 5: Porcentajes de desarrollo de emprendimientos con o sin formalidad	113

Índice general

Gráfico 6: Principales razones de la informalidad de emprendimientos en Chile.....	114
Gráfico 7: Distribución de las incubadoras, por región y tipo.....	129
Gráfico 8: Medición de desempeño y esquema de incentivos para las incubadoras con financiamiento CORFO	130
Gráfico 9: Tiempo promedio del proceso de incubación Incubadoras CORFO (meses)	131
Gráfico 10: Responsabilidad a la hora de tomar decisiones	139
Gráfico 11: Capacidad de manejo de conflictos	140
Gráfico 12: Capacidad de trabajar en equipo	141
Gráfico 13: En relación a la formación de equipos comprometidos entre sí.....	143
Gráfico 14: En relación a la toma de responsabilidades y realización de ellas.....	144

RESUMEN

En este documento se hace un acercamiento general a la conceptualización de emprendimiento como una característica que puede surgir en todos los seres humanos. Se presenta al estudiante de 4° y 5° año de Ingeniería Comercial, como un futuro profesional con gran compromiso hacia la adquisición de competencias, no sólo ante su quehacer laboral y, con ello, su rol de guía del proceso productivo de ya sea una empresa “tradicional” o de su propio emprendimiento, sino que a la vez, tenga la capacidad de aprovechar al máximo las capacitaciones y actualizaciones desde el contexto donde se desempeña profesionalmente.

También se hace referencia al sistema educativo que permite que los ingenieros comerciales lleguen a ser competitivos en cuanto a lo personal y profesional, y que al mismo tiempo entiendan que la sociedad actual presenta cambios de manera acelerada, por lo que deben tener la capacidad de enfrentarse a nuevos retos con ideas renovadas que den respuesta a muchos de los interrogantes o necesidades de las personas.

Palabras claves: Emprendimiento, Innovación, Trabajo en equipo, Universidad del Bio Bio.

ABSTRACT

In this paper is a general approach to the conceptualization of undertaking as a feature that can arise in all human beings. The student of 4th and 5th year of Commercial Engineering, is presented as a future professional with great commitment to the acquisition of skills, not only to his work and thereby its role guiding the production process of a company either "Traditional" or their own business. At the same time, to have the ability of maximizing the training and updates from the context that plays professionally. It is also considered the educational system that allows that commercial engineers become competitive in terms of the personal and professional, and at the same time understand that today's society has changed rapidly, so you should be able to face new challenges with fresh ideas that answer many of the questions or needs of people.

Key words: Undertaking, Innovation, Cooperative working.

INTRODUCCIÓN GENERAL

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

A lo largo de los años el concepto se fue ampliando, pero manteniendo siempre el carácter de aquella persona que asume personalmente el riesgo del éxito o fracaso de un proyecto comercial. Su posterior consolidación como un concepto formal del mundo de los negocios, se debe a la contribución del economista austriaco nacionalizado estadounidense, Joseph Schumpeter, quien destacó la capacidad de innovar del emprendedor, desarrollando nuevos productos o formatos que se traducen en profundas transformaciones y reorganizaciones en los mercados.

Este proceso, conocido como de destrucción creativa, se debe a una innovación que es preferida a tal punto por los consumidores, que los lleva a abandonar completamente las antiguas formas de productos o servicios. Claros ejemplos de esta transformación son los refrigeradores eléctricos, que desplazaron completamente a la antigua industria de producción de hielo para refrigeración; o los CDs, desarrollados por la holandesa Philips, que desplazaron a los antiguos cassettes.

No debemos olvidar que en este proceso es el emprendedor el que asume personalmente los riesgos y costos del fracaso, al introducir nuevos productos, servicios, o métodos de producción, al abrir nuevos mercados, al descubrir fuentes de materias primas o

Introducción General

proveedores más baratos, y al desarrollar nuevas formas de organización para sus empresas o industrias.

Justamente es esta dinámica la que ha despertado un creciente interés en la economía, llegando a un significativo consenso en establecer que el emprendimiento es uno de los factores que contribuye al desarrollo de los países, especialmente en una sociedad en la cual existe una cultura que favorece e incentiva a las personas a iniciar nuevas actividades económicas, sociales, culturales o personales. Por consecuencia, será esta una sociedad más dinámica, innovadora y generadora de nuevas oportunidades, lo que finalmente se traducirá en un mayor progreso.

La presente investigación tiene por objetivo la creación de un modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento, para los estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad del Bio Bio, que se encuentran en periodo terminal de la carrera, es decir, entre 4° y 5° año de la misma.

El espíritu emprendedor no es cuestión sencilla, ya que existen muchas características que tienen unas personas y otras no, pero que de cualquier manera los hace exitosos; en la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos. La dificultad aumenta, cuando encontramos emprendedores que no han fundado empresas o que no han sido innovadores y simplemente han copiado una idea existente o que en lugar de asumir riesgos buscan que otros los corran.

Es necesario afirmar que el emprendedor es una persona que percibe la oportunidad que ofrece el mercado y ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de dicha oportunidad.

De ahí la importancia la materia de Desarrollo Emprendedor, para que los jóvenes tengan este espíritu de innovar o emprender su propia idea y llevarlo a cabo con los requisitos importantes que conlleva un proyecto de negocios.

Introducción General

Desarrollar en el estudiante su espíritu emprendedor a través del conocimiento y de la práctica de las cualidades del emprendedor y del proceso de creación de una empresa con la finalidad de sentar las bases para que pueda ejercer un liderazgo y sea competitivo, crítico y proactivo ante las exigencias del mundo actual, siendo capaz de generar empleo y de este modo impulse el desarrollo social del país en términos de equidad.

Un estudio reciente de la OECD señala que en un mundo cada vez más integrado e interconectado, la habilidad de los emprendedores para capturar más rápidamente las oportunidades globales de sus competidores -a través de la comercialización de nuevos productos y procesos- es crítica a la hora de aumentar la riqueza económica de una nación.

De hecho, el emprendimiento contribuye al desarrollo desde dos vertientes. La primera -y más obvia- es la creación de nuevas empresas que ayudan a la generación de nuevos puestos de trabajo. Por ejemplo, en nuestro país, las micro y pequeñas empresas (MIPYMES) generan casi el 90% del empleo.

Un segundo aspecto -quizás poco destacado y explorado- se relaciona con el potencial de estas empresas para convertirse en grandes compañías, que precisamente por su dinamismo son las que hacen una mayor contribución al crecimiento del PBI. De hecho, las empresas grandes en Chile, pese a su bajo impacto en la generación de empleo global, contribuyen con sobre el 75% del producto interno total.

Con el avance de la investigación sobre este campo, y el papel específico que juega el emprendimiento en el desarrollo económico, se fue haciendo cada vez más evidente que las empresas poseedoras de este potencial de crecimiento acelerado, constituyen un tipo particular de organización y que -por lo tanto- requieren atención por separado.

Y principalmente, por su capacidad de producir un alto impacto en los países o economías que las acogen, es que fueron bautizadas como empresas o emprendimientos de alto impacto.

Introducción General

Como ingenieros comerciales, no nos podemos quedar atrás en el impulso para el desarrollo, y así como en los años ochenta el foco estuvo puesto en las ganancias de eficiencia en las empresas, ahora estará centrado en la capacidad individual de dinamizar estas mismas empresas, o de crear nuevas organizaciones dinámicas de alto impacto. Este es el desafío para todos: privados, universidades y gobierno.

En el primer capítulo de este proyecto de título, se describirá el tema del emprendimiento, características de este a nivel mundial, características del emprendedor en sí, así como también de las principales teorías sobre este. Se dará énfasis a los principales estudiosos sobre el tema y sus aportes al mismo, de tal manera, introducirnos en este mundo en una base sostenible y firme.

En el segundo capítulo, nos enfocaremos en lo que es el emprendimiento en Chile, analizando también el emprendimiento juvenil, base de lo que pronto se verá en el modelo de desarrollo del capítulo posterior.

Veremos algunos ejemplos de emprendimientos nacionales, así como también, lo que sucede en las Universidades del País, lo que dice la Global Entrepreneurship Monitor Chile (GEM) etc.

Para finalizar el capítulo, con un análisis del emprendimiento Universitario más profundo relacionado con lo realizado en la Universidad del Bio Bio.

El tercer capítulo, será exclusivo en cuanto al análisis de los datos obtenidos por la encuesta realizada a los estudiantes de 4° y 5° año de Ingeniería Comercial de la Universidad del Bio Bio, además de destacar las diferencias entre el modelo GEM y el Modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, acá expuesto.

Luego de esto, se explicara en que consiste este modelo, detallando sus partes a fin de dejar en claro lo que se desea implementar en la carrera de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio.

Para finalizar, se entregaran las conclusiones pertinentes al estudio realizado, así como también algunas sugerencias en cuanto al desarrollo del mismo como a posibles mejoras y

Introducción General

estudios de este, de tal manera, poder extender el impacto que podría tener en un futuro cercano no solamente en la carrera de ingeniería comercial, sino que también su posible desarrollo en distintas mallas curriculares, adaptando el modelo según corresponda.

CAPITULO N°1

(Análisis del
Emprendimiento)

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1. Situación del problema.

La problemática de estudio recibe coloquialmente el nombre de Cesantía ilustrada, y corresponde a los profesionales jóvenes de ingeniería del país que no encuentran trabajo relacionado con lo que han cursado en la universidad.

El fenómeno es bastante potente, es cosa de revisar los resultados de la 6° Encuesta Nacional de la Juventud, en donde se comprobó que el 56,7 por ciento de los jóvenes trabajadores de nuestro país, no se encuentra desempeñando una labor relacionada con sus estudios. Además, el 24,7 por ciento de quienes ya poseen un título, se encuentra cesante.

Esta encuesta fue realizada por el Injuv, y utilizó a jóvenes de entre 20 y 29 años que, de forma más específica, revelaron que el 49,1 por ciento de los que se prepararon en alguna carrera técnica y el 43,8 de quienes lo hicieron en el ámbito profesional, no se encuentran trabajando en lo que ejercieron.

Según Ignacio Naudón, Director del Injuv, “como país, nos hemos preocupado mucho tiempo por el ingreso a la educación superior, pero poco del egreso. Estas cifras nos deben hacer preguntarnos si hay un problema”. Agrega que uno de los motivos más claro es el poco grosor del curriculum de los jóvenes recién egresados, ya que la mayoría de las empresas busca profesionales con experiencia en donde los recién egresados, no tienen oportunidad.

Jesús Redondo, director del Observatorio de Políticas Educativas de la Universidad de Chile (Opech), explicó a la radio de la misma casa de estudios, su punto de vista sobre esta situación: “cada vez hay más personas que quieren acceder a la universidad, sin que aumente el volumen de vacantes que ofrece el mercado. Por otro lado, no hay apoyo desde las políticas públicas de fomentar una dirección profesional y evitar que esto quede regulado por el libre albedrío del mercado, el que no compite por calidad sino por lucro.

Por último, se ha vendido una imagen que el título permite mejor trabajo y mejor salario, aun cuando el aumento de titulados modifica la oferta y se disminuyen las tarifas

Otra de las aristas de esta situación, y que sigue siendo una piedra de tope en el avance de nuestro país, es el exceso de profesionales y la escases de técnicos.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Esto se genera porque en Chile existe una mirada muy baja hacia estos segundos, no tienen prestigio y el sueldo suele ser bastante bajo. Roberto Fantuzzi, presidente de Asexma, gremio exportador de manufacturas, comenta que, “en los países desarrollados, cada diez técnicos hay un profesional, en Chile la cifra es inversa. Tenemos el imaginario mal valorado de los técnicos y el que se ensucia trabajando parece que no fuera digno, aun cuando puede incluso ganar más dinero. Entonces hay que cambiar ese trauma laboral que existe hoy”.

En cuanto a lo que a los ingenieros comerciales les compete, se estima que un alto número de egresados, se encuentra en situación de cesantía o ejerciendo labores no correspondientes a tu título profesional, es por esta razón que se desea implementar en la Universidad del Bío Bío, un modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento, ya que, son estos profesionales los encargados de generar oportunidades de trabajo a la sociedad y a ellos mismos que al no poder ingresar a puestos de trabajo tradicionales en general se ven frustrados y no realizan labor remunerada que sea consecuente con sus conocimientos académicos aprendidos.

Como pueden ver, el problema no tiene su apéndice en un sólo punto, el exceso de ofertas de casas de estudios, la desvalorización de las carreras técnicas y la nula reestructuración del mundo laboral, frente a un aumento simultáneo de la enseñanza superior, hacen de las posibilidades de ser un profesional exitoso y realizado, algo muy difícil en nuestros tiempos.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1.1 EMPRENDIMIENTO

Al hablar de emprendimiento, e incursionar en lo más profundo de su estudio, nos encontramos que sus orígenes provienen de la palabra francesa Entrepreneur que significa “Hacer algo” y que fue usado en la edad media para “una persona que es activa, que consigue las cosas haciéndolas (Hoselitz, 1951)”¹

Los primeros cimientos teóricos sobre el emprendimiento se encuentran en el trabajo (Cantillon, 2004) escrito por el Irlandés Richard Cantillon quien era banquero en Paris con habilidades especiales en economía. A partir de esta son numerosas las definiciones que se han creado en torno al emprendimiento sin llegar a la fecha a un consenso claro.

Esto hace que definir emprendimiento no sea una cuestión sencilla, ya que existen muchas características que tienen unas personas y otras no, pero que de cualquier manera los hace exitosos; en la actualidad el emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, o toma de riesgos.

Autores reconocidos en este campo como: Peter Drucker (Drucker, 1986)³, Luís del Teso (Teso, 2000)⁴ Richard Swedberg (2000)⁵ y Rodrigo Varela (2001)⁶, exponen estas características, tomando los factores psicológicos que pueden ser importantes a la hora de definir el perfil emprendedor en el caso de Swedberg y del Teso y desde las condiciones que debe cumplir el emprendedor en su deseo de crear y mantener su propia empresa por parte de Drucker y Varela

¹Hoselitz, Bert. (1951). The Early History of Entrepreneurial Theory, Explorations in Entrepreneurial History. Citado por SWEDBERG, Richard (2000). Op. Cit. P 193

² Cantillón, Richard. Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General (online). (Consulta 3 Ago., 2004)

³ Drucker, Peter F. (1986). La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios Editorial Norma. Buenos Aires, Argentina.

⁴ Del Teso Diez, Luís. (2000). (Teso, 2000). Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, España.

⁵ Swedberg, Richard. (2000). Entrepreneurship. The Social Science View. Oxford University Press, New York, EU.

⁶ Varela, Rodrigo. (2001). Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la creación de empresas. Ed. Prentice Hall. Bogotá, Colombia.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Desde ambas perspectivas se hace énfasis en la posibilidad de generar espacios que promueven el desarrollo de las características propias del emprendedor.

Por estas y otras razones, este proyecto de título, trabajará desde las perspectivas psicológicas y de administración de empresas, buscando identificar las características que se deben impulsar desde modelos que promuevan el emprendimiento. Estos modelos, son definidos por diferentes influenciadores y obstaculizadores que facilitan o no el desarrollo de una cultura de emprendimiento.

Psicológicamente hablando, Emprendimiento es “una habilidad o atributo personal de la conducta de un sujeto que puede definirse como característica de su comportamiento y, bajo la cual, el comportamiento orientado a la tarea puede clasificarse de forma lógica y fiable”⁷

Por otra parte, la administración de empresas se ha preocupado por cómo crear organizaciones cuyos recursos, tanto humanos como técnicos, sean usados de la manera más óptima posible, de modo que generen altos niveles de productividad y que a la vez devengan en soluciones cada vez más creativas a las problemáticas que buscan atender o metas que buscan alcanzar. En ese sentido, el concepto de emprendimiento ha resultado muy útil, por cuanto ha promovido el desarrollo de iniciativas novedosas y que desarrollan las competencias de los seres humanos. Es así como Tina Seeling describe el emprendimiento como “un estilo de gerencia que implica perseguir oportunidades sin considerar los recursos actualmente controlados” y para Joseph Schumpeter el emprendimiento como “el hacer cosas que no son generalmente realizadas en el curso ordinario de las empresas, es esencialmente un fenómeno que esta guiado por aspectos de liderazgo”.

Como podemos ver, uno de los componentes asociados al emprendimiento tiene que ver con la posibilidad de diseñar estrategias novedosas y originales.

⁷ Fernández, Guadalupe, Cubeiro, Juan Carlos & Dalziel, Murria M. (1996). Las Competencias: calve para una gestión integrada de los recursos humanos. Ed. Deusto. Madrid.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Bermejo, rubio y de la Vega, han usado el término de innovación y emprender y lo describen como:

- Innovación es la herramienta específica del emprendedor.
- Emprender es el acto que transforma los recursos con miras a crear la riqueza.

Es el arte de crear una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los recursos y la energía necesarios para crear, inventar, descubrir nuevas formas de hacer las cosas ... se habla de crear, de aportar nuevas soluciones para nuevas necesidades. Se habla de introducir nuevos productos y servicios, de innovar. Pues bien, los emprendedores son quienes llevan a cabo este proceso de innovación. ... La innovación constituye uno de los factores críticos del éxito en el mundo de la empresa.

Así entonces, entendiendo la innovación como el crear, transformar, encontrar, buscar, inventar, descubrir, aportar e introducir nuevas formas de enfrentar diferentes situaciones y que es ésta la principal herramienta del emprendedor; diferentes autores se han preguntado sobre las diferentes características que pueden o no definir si una persona puede ser considerada emprendedora.

Conociendo estos rasgos, lo ideal es empezar a motivar todas estas características a temprana edad y a generar participación en los jóvenes en cuanto a emprendimiento se refiere, creando proyectos, empresas o negocios desde los colegios, formando así jóvenes más competitivos para el país⁸.

Para identificar estas características se trabaja desde las perspectivas teóricas psicológicas y de administración de empresas, tal como se hizo para las definiciones de emprendimiento.

⁸ Varela, Rodrigo. La educación, la universidad y la cultura empresarial en América Latina. Junio de 2004. Cali, Colombia.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Cuadro N° 1: La evolución del significado del término emprendedor

El emprendedor como persona arriesgada	Richard <i>Cantillon</i> (1755). <i>Cantillon</i> veía al emprendedor como alguien que compra a un precio conocido pero vende a un precio incierto. Por lo tanto ellos asumían el riesgo y la incertidumbre del negocio pero conservaban el excedente luego del pago contractual. El beneficio resultaba de la aceptación de la incertidumbre, y la función del emprendedor era llevar a cabo estos negocios riesgosos. Es importante aclarar que en economía el riesgo (se puede asignar una probabilidad a un resultado) se distingue de la incertidumbre (no se puede asignar una probabilidad de ocurrencia) pero aquí el término riesgoso incluye a los dos.
	Según <i>Knight</i> (1921) un emprendedor es alguien que calcula y luego asume el riesgo y tiene que manejar la incertidumbre y asumir la responsabilidad de los resultados positivos como los negativos.
El emprendedor como asignador de recursos	<i>Jean-Baptiste Say</i> (1821). <i>Say</i> consideró al emprendedor como un organizador de factores de producción. Éste intercambia recursos económicos (trabajadores, habilidades, educación y capital) de áreas de poca productividad a áreas de gran productividad y alta rentabilidad. Esta función de coordinador también contiene un elemento de riesgo a pesar de que el emprendedor no necesariamente provee el financiamiento para la empresa. Por lo tanto <i>Say</i> hace hincapié en la función del emprendedor de reunir y coordinar los recursos.
	<i>Mark Casson</i> (1990). <i>Casson</i> considero que la principal habilidad del emprendedor es tomar decisiones sobre la mejor asignación y uso de los recursos y coordinar los recursos escasos. Sugiere que el emprendedor debe controlar los recursos, generalmente teniendo el capital necesario para comprarlos. Este emprendedor es un coordinador de recursos, un negociador y un exitoso arriesgado. Los cambios en el ambiente externo (como por ejemplo la tecnología, los mercados, etc.) otorgan oportunidades, y el emprendedor juzgará si toma o no la oportunidad basándose en las recompensas, el riesgo y la
El emprendedor como innovador	<i>Joseph Schumpeter</i> (1943). Analizó a los emprendedores como innovadores, es decir como aquellos que desean cambiar las cosas o hacer las cosas de forma diferente. Definió al emprendedor como alguien que implementa “nuevas combinaciones de medios de producción”. Esto puede ser hecho a través de: introducir nuevos bienes económicos o productos, introducir un nuevo método de producción o proceso, abrir un nuevo mercado, obtener una nueva fuente de materias primas o inputs (incluyendo el financiamiento), o cambiar la organización de una empresa en particular o de una industria. Esto puede ocurrir en organizaciones con y sin fines de lucro. A pesar de que la innovación es un componente importante del emprendedor, debe incluir la implementación de una nueva idea o actividad y no sólo en generar una idea como haría un inventor.
	<i>Peter Mathias</i> (1983) sostiene que relativamente pocos de los nuevos emprendedores de la revolución industrial del siglo XIX fueron pioneros de grandes innovaciones o inventos propios, tenían el conocimiento de nuevas técnicas y pudieron aplicarlas efectivamente para satisfacer las cambiantes necesidades del mercado. En aquellos días los emprendedores compraban y transportaban ellos mismos la materia prima y adaptaban su producción al nuevo mercado masivo, por lo tanto tuvieron un rol importante en la reunión y Administración de recursos diversos. En esa época el acceso al capital era limitado, y esta era generalmente una característica fundamental del emprendedor. Es posible constatar que varias de las definiciones de emprendedor se relacionan al ambiente social y económico del momento en que surgieron.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Glancey y McQuaid (2000).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Surge así que *Schumpeter* fue el principal sostenedor y popularizador del término emprendedor planteado en la edición inglesa de 1934 de su *Theory of Economic Development* (en la edición original alemana de 1911 había utilizado el concepto alemán “*Unternehmer*”). Debido a la importancia del desarrollo empresarial y dado que *Schumpeter* escribió sobre él con tal profundidad su nombre estará por siempre ligado al concepto⁹.

A fines de los años veinte *Schumpeter* dejó en claro que el proceso emprendedor podía ocurrir dentro de empresas grandes y medianas como pequeñas a pesar de los obstáculos burocráticos. Hacia mediados del siglo XX, afirmaba que la innovación dentro del “caparazón” de las por entonces corporaciones ofrecía un acceso mucho más conveniente a las funciones emprendedoras que las existentes en el mundo de las firmas administradas por sus propietarios; “más de un aspirante a emprendedor de nuestros días no funda una empresa, no porque no pueda hacerlo, sino porque simplemente prefiere el otro método”.

La segunda parte del siglo XX presenta por su parte diferentes etapas en el desarrollo del fenómeno emprendedor. En Europa en particular, la primera de ellas puede situarse durante la reconstrucción económica de la Segunda Guerra Mundial cuando fueron creadas un gran número de nuevas empresas. Este movimiento de gente dispuesta a arriesgar y trabajar fuerte para llegar al éxito continuó en dicho continente durante los años cincuenta y principios de los sesenta. Sin embargo, durante el transcurso de los años sesenta surgió una pérdida de fe en el rol del emprendedor. La desmotivación e indiferencia hacia el desarrollo empresarial ocasionó que la tasa nacimientos de empresas europeas decreciera.

En una segunda etapa la crisis de finales de los años setenta afectó de manera positiva y revalorizó el rol de los emprendedores para hacer frente al decrecimiento de productividad y sostener el crecimiento económico.

⁹ Síntesis de la biografía de *Schumpeter* y sus años en la Universidad de *Harvard* fue publicada en *Harvard Alumni*, junio 2007

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

En esta etapa el emprendedor ganó así un nuevo reconocimiento que se tradujo en numerosas investigaciones europeas, creación de revistas especializadas, fundación de varias instituciones públicas y privadas, ayuda estatal para la creación de nuevas empresas y proyectos de innovación, y publicación de guías para creadores de empresas.

Finalmente y a nivel internacional en general, los años ochenta fueron testigo de cómo el concepto de desarrollo empresarial iba ampliando su campo de acción incorporando nuevos temas e incluso extendiéndose a las empresas existentes generando derivaciones como desarrollo empresarial interno, la estimulación del espíritu empresarial dentro de las grandes organizaciones alentando a los gerentes a actuar como “empresarios”, en tanto que los años noventa profundizaron la idea de que la generación de nuevas empresas podría ser parte de la solución del complejo problema del desempleo que aún hoy enfrentan muchos países; si las empresas existentes reducían crecientemente sus planteles, ¿por qué no plantearse mejorar las condiciones contextuales en los diferentes países a fin de que los mismos creen la empresa propia?.

Sin embargo, tanto en los países desarrollados como en desarrollo (aunque con más énfasis en estos últimos), existen muchos factores que en una economía pueden inhibir la generación de empresas y dificultar la libre iniciativa y la creatividad que, por otro lado, se plantean como componentes inherentes a la base misma del sistema económico existente.

Como comentaremos más extensamente en el punto 1.2. Aún no existiría en realidad coincidencia en los investigadores acerca de si desarrollo empresarial constituye una disciplina ya conformada.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Watson, Hoghart y Wilson (1998) plantean por ejemplo que la literatura no indica aún la existencia de un marco teórico completo que lo contemple debido entre otros temas a que los análisis tradicionales de éxito y fracaso de las empresas nacientes han utilizado modelos de características financieras tomados de modelos para empresas ya establecidas.

Este enfoque sería entonces inapropiado para el análisis de viabilidad de nuevos emprendimientos, en los cuales las habilidades y aspiraciones del emprendedor también son muy importantes; de allí que sería esencial investigar además sus características, la experiencia y la motivación tanto como otros factores influyentes en el contexto interno y externo.

Sin embargo, el volumen de investigaciones y trabajos sobre el tema es ya muy importante, motivando debates permanentes y evidenciando un sustancial crecimiento. En la actualidad aparecen anualmente más de 1.000 publicaciones periódicas, se realizan más de 50 conferencias internacionales destacadas, existen más 25 revistas específicas y se siguen desarrollando un gran número de áreas de especialidad.

Esto pone en evidencia una importante evolución en relativo poco tiempo, que se percibe más claramente al ver por ejemplo la cronología de eventos destacados relacionados realizada por Afinkle y Deeds (2001).

Los autores sostienen que fue el profesor Myles Mace quien ofreció el primer curso de sobre el tema en la Escuela de Negocios de Harvard en 1947, y que a partir de allí se encadenaron una serie de acontecimientos académicos importantes:

Peter Drucker comenzó a ofrecer cursos en la Universidad de Nueva York en 1953, Babson College ofreció la primera especialización en 1968 y la USC ofreció la primera especialización a nivel de MBA en 1972.

Los primeros trabajos relacionados comenzaron en 1958 con un programa de investigación que duró tres años patrocinado por la Small Business Administration (SBA). La culminación de dicho programa fue la publicación de las Series de Investigaciones de la SBA y en 1963 la fundación de su revista, la cual fue reconocida como la primer revista

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

académica dedicada a la publicación de investigaciones sobre pequeños negocios y desarrollo empresarial.

A fines de los años setenta el desarrollo empresarial comenzó a emerger entre la prensa de negocios. El alza del Silicon Valley y sus emprendedores alimentó el desarrollo popular de libros, artículos y revistas sobre el tema. Pero mientras dicho campo había atraído una atención significativa, aún estaba lejos de ser institucionalizado en Escuelas de negocios y administración; esto recién se produjo a principios de 1990.

En 1980 se comenzó a desarrollar las estructuras en este campo que soportaban el crecimiento y desarrollo del mismo. En 1981 se realizó la primera conferencia sobre investigaciones específicas en desarrollo empresarial¹⁰, convirtiéndose con el tiempo en una reunión central para el desarrollo y disseminación de las investigaciones.

Afinkle y Deeds exhiben también algunos otros datos contundentes sobre el creciente interés en el campo de estudio: un aumento del 130% entre 1990 y 1996 en el número de artículos relacionados publicados en las tres revistas económicas actuales más populares (Business Week, Forbes, y Fortune), incluyendo la publicación de los rankings de graduados de programas de desarrollo empresarial iniciado en 1993 por Business Week, Success Magazine, Entrepreneur y más recientemente US News y World Report.

El interés también queda evidenciado en la educación superior. De una base inicial de 16 Escuelas de negocios que ofrecían cursos de creación de empresas en 1970, el número de escuelas que ofrecen cursos ha aumentó a más de 400 en 1995 con al menos 50 universidades ofreciendo cuatro o más cursos de desarrollo empresarial. Este aumento en la oferta trajo consigo un incremento paralelo en otras facetas de las escuelas de negocios. El número de cátedras de desarrollo empresarial y campos relacionados creció aproximadamente en 10 cátedras por año desde 1989. Además ha habido un gran crecimiento en los programas de doctorado especializados y una gran cantidad de estudiantes de instituciones líderes de EE.UU.

¹⁰

La mencionada "Babson College – Kauffmann Fopundation Entrepreneurship Research Conference".

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

(Winsconsin, Harvard, UCLA, Indiana, Purdue, Minnesota, North Carolina) estudian sobre creación de nuevas empresas en programas extracurriculares. Mientras estos factores indican que el campo ha crecido dentro de las Escuelas de negocios, Universidades y la administración, la pregunta acerca de si el desarrollo empresarial se ha verdaderamente institucionalizado dentro de ellas todavía está abierta a debate; una medición de la aceptación de la institucionalización sería por ejemplo el nivel de oferta y demanda de docentes. En el próximo punto discutimos el estado de debate acerca de su verdadero alcance como eventual disciplina.

1.1.1 Características

1.1.1.1 Psicológicas

Algunas características¹¹ resultado de una investigación para identificar el perfil del emprendedor juvenil realizada por la Universidad de Santiago de Chile son:

- ✓ Capacidad de innovación: Esta capacidad proporciona el potencial para que el proceso de innovación sea efectivo e involucra distintas capacidades o procesos de la empresa. De acuerdo con la literatura que analiza la gestión del conocimiento, las capacidades dinámicas más comúnmente asociadas a la innovación son: la creación de conocimiento (Nonaka & Takeuchi, 1995), la absorción de conocimiento (Zahra & George, 2002), la integración de conocimiento (Grant, 1996) y la reconfiguración de conocimiento (Lavie, 2006).
- ✓ Pro actividad: Es una actitud en la que el sujeto u organización asume el pleno control de su conducta de modo activo, lo que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer la libertad de elección sobre las circunstancias del contexto. El término proactividad lo acuñó el neurólogo y psiquiatra austriaco Victor Frankl, que sobrevivió a los campos de concentración nazis, en su libro *El hombre en busca de sentido* (1946).

¹¹ Investigación Emprendimiento Juvenil realizada por Teresita Selamé, Socióloga de la Vicerectoría de Asuntos Estudiantiles de la Universidad de Santiago de Chile 1999.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

- ✓ Valor para enfrentar incertidumbre o riesgo: La incertidumbre es la falta de seguridad, de confianza o de certeza sobre algo, especialmente cuando crea inquietud. El filósofo francés Edgar Morín propone aprender a navegar en un océano de incertidumbres a través de archipiélagos de certeza y pone en la mesa el hecho de que la fórmula del poeta griego Eurípides que data de hace 25 siglos está ahora más actual que nunca. Lo esperado no se cumple y para lo inesperado un dios abre la puerta». Morín comenta que es necesario educar al ser humano ante la incertidumbre, abandonar los conceptos deterministas de la historia humana que creían poder predecir nuestro futuro. Hoy según su teoría dice es tiempo de preparar nuestro pensamiento ante un concepto: esperar lo inesperado y poder afrontarlo.
- ✓ Visión de futuro: Un buen líder se caracteriza por su visión a largo plazo, por adelantarse a los acontecimientos, por anticipar los problemas y detectar oportunidades mucho antes que los demás. La visión es una fuerza muy poderosa en cualquier camino de la vida, pero en los negocios es esencial, es una meta hacia la que apuntas tus energías y recursos. La presencia constante de la visión te mantiene en movimiento a pesar de las distintas fuerzas que ejercen resistencia: miedo al fracaso, dificultades emocionales, como las respuestas negativas de los superiores, compañeros o empleados, y dificultades o problemas en la empresa. Para ser un buen Líder tienes que convencer a la gente de seguir un objetivo de valor; algo que sea muy bueno y que realmente sea factible de lograr.
- ✓ Motivación al logro: La motivación constituye un condicionante decisivo del aprendizaje y el rendimiento académico, por lo que profundizar en su estudio es siempre importante. (Maus, C. y Medinas, M. 2007). Por otra parte, Alonso, J. (1991), sugiere que la motivación parece incidir sobre la forma de pensar y con ello sobre el aprendizaje, desde esta perspectiva se puede suponer que las distintas orientaciones motivacionales tendrían consecuencias diferentes para el aprendizaje. Las personas normalmente realizan algo cuando tienen un motivo o necesidad para hacerlo, y esta necesidad empieza por lo más básico, como son los instintos de comer, beber, dormir, etcétera, hasta lo más superior que es la curiosidad y la inquietud intelectual que nos empuja a estudiar algo.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

- ✓ Optimismo: Es el valor que nos ayuda a enfrentar las dificultades con buen ánimo y perseverancia, descubriendo lo positivo que tienen las personas y las circunstancias, confiando en nuestras capacidades y posibilidades junto con la ayuda que podemos recibir. El optimismo supone hacer ese mismo esfuerzo para encontrar soluciones, ventajas y posibilidades; la diferencia es mínima, pero tan significativa que nos invita a cambiar de una vez por todas nuestra actitud.
- ✓ Auto confianza: (Horst Bussenius C., Director Psicología Unap) La autoconfianza es el convencimiento íntimo de que uno es capaz de realizar con éxito una determinada tarea o misión, o bien elegir la mejor alternativa cuando se presenta un problema, es decir tomar la mejor decisión. Es confiar en que en general uno va a salir airoso de una situación, por difícil que parezca. Desde luego, esto se refiere a situaciones que caen dentro de la normalidad, y no a situaciones excepcionales en las cuales no se tiene ningún manejo, lo cual sería en realidad imprudencia o temeridad. La autoconfianza comienza a desarrollarse ya desde la niñez, pero es un rasgo que siempre se puede desarrollar o bien superar si la persona pone empeño. La autoconfianza tiene varias dimensiones o aspectos que deben considerarse. En primer lugar y parte importante de ella es la capacidad de actuar con independencia del juicio de los demás, es decir tener fe en que aunque los demás no estén de acuerdo o incluso se opongan, seguir adelante con el proyecto elegido
- ✓ Habilidad de Persuasión: Persuadir significa ser capaces de inducir a otra persona para que, mediante el razonamiento, crea en una idea o adopte una actitud determinada que convenga. El que tiene habilidad y eficacia para conseguirlo se llama persuasivo, un sinónimo de convincente. Un emprendedor, debe tener la capacidad de convencer a los demás de que su idea es la correcta y los llevara a un éxito prolongado, una persona con capacidad de persuasión, posee una serie de características como por ejemplo, liderazgo, empatía, simpatía, conocimientos del tema etc. Que hacen que su mensaje sea creíble por los demás y convenga al resto a seguir el camino que este desea.
- ✓ Habilidad para formular planes de acción: Prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se

Capítulo N°1: Análisis del Emprendimiento.

constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto. Es fundamental que un emprendedor sea capaz de visualizar y definir importancias a la hora de realizar un proyecto, de tal manera, no entramparse en problemas menores, que generen pérdida de tiempo, materiales, recursos etc. Que pudieron ser utilizados en labores de mayor implicancia para el proyecto.

Adicional a las anteriores Stanford Technology Ventures Program¹² define las siguientes características como elementos que se deben incluir en procesos de enseñanza para la formación de líderes emprendedores:

- Toma de decisiones
- Creatividad e innovación
- Confrontar incertidumbre
- Persuasión y negociación
- Comunicación oral y escrita
- Habilidad para trabajo en equipo
- Habilidad en herramientas para construir una organización
- Habilidad en Finanzas, mercadeo y estrategia

Resaltan características adicionales que pueden ser formadas en los potenciales emprendedores, otras sin embargo son muy similares a las expuestas en la investigación de la Universidad de Santiago de Chile.

¹²Seeling, Tina (2003). High Technology Entrepreneurship Education. Stanford Tecnology Ventures Program.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Entre las características emergentes se encuentran: la habilidad para trabajar en equipo, importante para encontrar en la sinergia una oportunidad de innovar permanentemente apoyado en cualidades o características de los individuos inmersos en el equipo; la comunicación oral y escrita, como el elemento que hace y fortalece relaciones en los diferentes escenarios donde el emprendedor actúa; la habilidad para construir una organización teniendo en cuenta: cada detalle estratégico y táctico en ella, el desarrollo de un adecuado plan de negocio y la simulación que permita prever y actuar ante posibles escenarios;

Por último habilidades en finanzas, mercadeo y estrategia que le permitan al emprendedor afrontar los retos que su empresa debe enfrentar en funcionamiento.

Las características similares a capacidad de innovación, proactividad y valor para enfrentar incertidumbre o riesgo son: creatividad e innovación, toma de decisiones y confrontar incertidumbre. En ambos estudios se aclara sobre la sobresaliente importancia de estas características en para el perfil emprendedor.

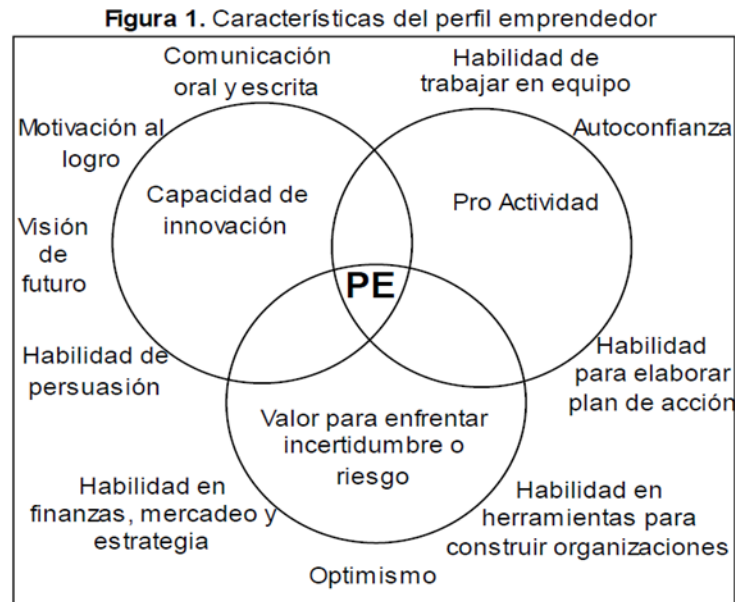
Un resumen de lo anterior son las conductas descritas por Luís del Teso¹³ para definir un emprendedor:

- Es un emprendedor es una persona con la capacidad de imaginar algo nuevo, que tiene confianza en sí mismo, con entusiasmo y tenacidad, a quien le gusta afrontar situaciones desconocidas.
- Es una persona que además de idear nuevas opciones las pone en práctica y tiene la habilidad para superar las dificultades que se le presentan; es decir posee un alto nivel de persistencia la cual trasmite a su equipo de trabajo. Esto lo convierte en líder.
- Al llevar a la realidad lo que ha imaginado, el emprendedor asume los riesgos que se le presentan en esta labor.

¹³ Del Teso Diez, Luís. (2000).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

En la figura 1 se puede apreciar el perfil del emprendedor (PE) como la interacción de las tres principales características definidas anteriormente, y la influencia que tienen cada una de las otras características, definidas por la investigación, en las tres características principales.



Fuente: Libro de la idea al emprendimiento en base a las 10 cualidades principales de un emprendedor.

1.1.1.2 Administración de empresas

Desde la perspectiva teórica de administración de empresas se puede citar a Fernández, Cubeiro y Dalzier, quienes exponen las siguientes conductas¹⁴ para definir el emprendedor según observaciones en ambientes laborales

- Anticiparse a los problemas y aportar soluciones alternativas
- Estar atento a la evolución de factores externos de la empresa (crisis, curvas económicas) con el fin de detectar oportunidades de negocio.

¹⁴ Fernández, Guadalupe, Cubeiro, Juan Carlos & Dalziel, Murria M. (1996).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

- Investigar los productos y los servicios de la competencia adaptándolos a los puntos fuertes de su organización con el fin de reforzar ventajas competitivas y disminuir los errores y costos ocultos
- Investigar nuevas oportunidades de negocios
- Estar atento a la innovación tecnológica en el sector o el área de actividad
- Aprovechar actividades colaterales ajenas a su trabajo para informarse de necesidades del mercado y procurar su satisfacción.

Por otro lado, Rodrigo Varela expone también una serie de características basándose en las personas o grupos que han realizado grandes transformaciones en la historia de la humanidad. Estas son:

- La capacidad para identificar nuevas oportunidades de negocio
- La habilidad para encontrar soluciones a respuestas a esas necesidades mediante procesos de innovación o creatividad
- Los deseos de llevar a cabo esas soluciones o respuestas
- La capacidad de mantener un ritmo de trabajo constante corrigiendo fallas y aprovechando aciertos.

Con los anteriores autores se da un sentido práctico al emprendimiento, resaltando que investigar e identificar oportunidades de negocio y la habilidad para afrontar las diferentes necesidades relacionadas con el negocio son características propias de emprendedores desde la perspectiva de la administración de empresas

Además, vale la pena complementar las anteriores conductas con la aproximación que autores como Caspar, Grinda y Viallet han realizado en estudios que han permitido identificar características que tienen en común los creadores de empresas en Francia en los años 70, buscando comprobar que “la aventura ligada a la creación de una empresa no es una utopía de ilusos, inconscientes de las sujeciones económicas y de los imperativos del bien común.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Por el contrario, esta aventura tiene una justificación económica y social”¹⁵

Las conclusiones del estudio de Caspar, Grinda y Viallet con respecto a las características de los emprendedores estudiados son:

- Rasgos de carácter

- ✓ Dinamismo, ambición, perseverancia y reflexión
- ✓ Ansiedad, tensión y facultad de dominarlas
- ✓ Afición al riesgo
- ✓ Sensibilidad a las exigencias sociales
- ✓ Fácil adaptación
- ✓ Nivel elevado de aspiración

- Motivaciones

- ✓ Realización de sí mismo
- ✓ Independencia
- ✓ Prestigio social
- ✓ Promoción
- ✓ Realización de un ideal
- ✓ Dinero

- Característica intelectuales

- ✓ Polivalencia de capacidades
- ✓ Eficacia
- ✓ Aptitud de planificar y concretar objetivos
- ✓ Imaginación creadora

¹⁵ Caspar, Pierre, Grinda, Jean-Robert & Viallet, Francois (1977). Como crear tu propia empresa. Ed. Técnicas Asociados. Barcelona, España.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

- Característica intelectuales

- ✓ Polivalencia de capacidades
- ✓ Eficacia
- ✓ Aptitud de planificar y concretar objetivos
- ✓ Imaginación creadora
- ✓ Juicio creativo, reacción positiva ante las dificultades y los consejos, realismo
- ✓ Gran efectividad
- ✓ Curiosidad intelectual

- Realizaciones profesionales

- ✓ Con los superiores: cooperación, actitud de aceptación
- ✓ Con los iguales: lealtad, competitividad, colaboración
- ✓ Con el conjunto de la organización: lealtad y
- ✓ sensibilidad a la categoría o rango de los demás y de sí mismo

Con estas características se puede concluir que la creatividad, la investigación, la planificación, la oportuna reacción, y el idealismo que lleva al emprendedor a enfocar sus acciones en pro de un objetivo son las características que desde experiencias empresariales emergen del emprendedor.

Además, es importante resaltar que los emprendedores no son personas con características especiales, si no que a través de procesos adecuados de formación se puede influenciar Peter Drucker¹⁶ reafirma esta posición al decir que no existen individuos con características especiales, estas se desarrollan a lo largo de la vida y que pueden constituir la base del éxito empresarial. Para este importante autor en temas de emprendimiento, un emprendedor se soporta con bases teóricas y conceptuales, y no solamente con fundamentos intuitivos¹⁷.

¹⁶ Drucker, Peter F. (1986). La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios. Editorial Norma. Buenos Aires, Argentina.

¹⁷ Gama G, Soledad (2004). Pedagogía activa del emprendimiento para el desarrollo económico local. Universidad de los Andes. Tesis de maestría. Bogotá, Colombia

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Con base en este principio, es importante resaltar que los procesos de formación desde diferentes ambientes, son la herramienta que permiten desarrollar características especiales en potenciales emprendedores.

Así pues, desde ambas perspectivas, la psicológica y la de administración de empresas, se puede partir para hacer una mezcla que pueda dar una idea que indique hacia donde se debería enfocar el esfuerzo en modelos para promover el emprendimiento evaluando si los modelos propuestos en la actualidad son adecuados o no y qué debe ocurrir para que puedan ser más efectivos

1.1.2 Influenciadores y potenciadores

El origen de las características del emprendedor se puede observar en los procesos sociales que acompañan al individuo en su desarrollo personal por ejemplo: colegios, iglesias, grupos de amigos o familiares, gobiernos, comunas, etc. De esta forma, todas las personas poseen en diferentes medidas características de un emprendedor

Para este fin se debe tener en cuenta que en este proceso de formación van a existir los Facilitadores, que son los que permiten y fomentan el desarrollo de las características, y los Obstaculizadores, que son los que desvían o frenan el desarrollo de las mismas.

Las instituciones educativas, la familia, los amigos, la iglesia, entre otros ambientes, pueden en algún momento participar como factores facilitadores o como factores obstaculizadores.

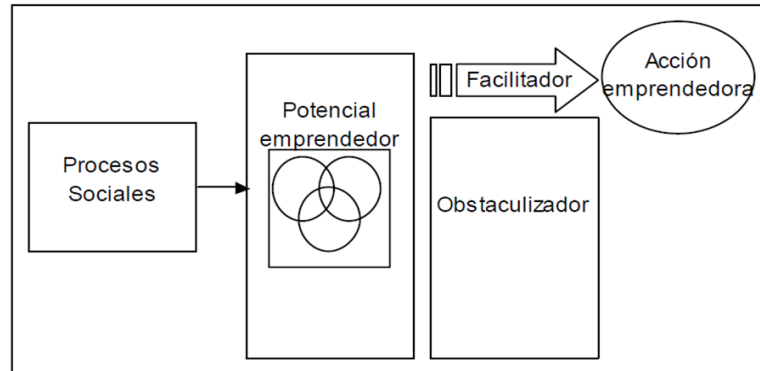
Si brindan las condiciones apropiadas para el desarrollo de características propias del perfil emprendedor, además de servir como base para que se desarrollen elementos para promover emprendimiento, son ambientes facilitadores que conducen a la “acción emprendedora”.

En caso contrario, pueden ser factores obstaculizadores que impidan el desarrollo del potencial emprendedor y por ende la acción emprendedora.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

En la figura 2 se puede observar cómo actúa la influencia de los procesos sociales como formadores del potencial emprendedor y la posterior acción emprendedora.

Figura 2. Desarrollo de Características del perfil emprendedor



Fuente: Imagen internet propia.

El desarrollo de estos ambientes facilitadores como modelos para promover emprendimiento es uno de los grandes retos que han emprendido diferentes organizaciones académicas y gubernamentales.

Entre los modelos para desarrollo de emprendimiento más conocidos se encuentran las universidades, los colegios y aquellas familias que por diferentes componentes empresariales involucrados promueven el desarrollo de característica o conductas emprendedoras.

1.1.2.1 Colegios.

Siendo los colegios de educación básica y media los primeros espacios en los cuales los niños y jóvenes establecen vínculos sociales diferentes a los familiares es importante contemplar como desde estos espacios se puede promover la cultura de emprendimiento.

Según Gama Garcia¹⁸ para el desarrollo de un perfil emprendedor se debe utilizar una pedagogía activa definida por los siguientes postulados:

¹⁸ Gama G, Soledad (2004).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

- Rechazo a la escuela tradicional: la escuela tradicional se encarga de transmitir informaciones y conceptos, restringiendo las posibilidades del alumno de explorar, conocer por sí mismo y experimentar. Este modelo es según De Zubiría¹⁹ “magistrocentrista”.
- El conocimiento y el desarrollo se autoestructuran: por el contrario en la escuela nueva es el maestro el que crea condiciones para que sea el alumno capaz de inventar, de descubrir, de actuar y de crear; pues el niño es el artesano de su propio desarrollo.
- “Paidocentrismo”, un modelo que promulga al niño como el centro de todos los esquemas, necesariamente tendrá que educarlo a partir de sus intereses y necesidades.
- Se aprende haciendo: se aprende experimentando, a través de vivencias y gracias al contacto directo con lo real, con las cosas mismas.

Educación para y por la vida: la escuela se convierte en el medio a través del cual el niño conoce e interpreta el mundo real, aprendiendo así a vivirlo.²⁰

Los anteriores postulados definen gran parte los casos de referencia en la presente investigación, por lo tanto, el resaltar la aplicación de pedagogía activa es uno de los factores que permiten probar la efectividad o no del modelo a estudiar.

1.1.2.2 Familias

Son muchos los casos en los que evidencia una fuerte influencia de padres y familiares en la formación de emprendedores destacados. Richard Branson por ejemplo, propietario de Branson’s Virgin Atlantic Airways y otras empresas del grupo Virgin²¹ afirma que sin la influencia de su madre, su emporio tal vez no habría sido una realidad. O el caso de Earl Graves propietario de Black Enterprise Magazine quien deposita el agradecimiento de su éxito al ejemplo de un padre preocupado por generar oportunidades e indirectamente formar en características de emprendimiento en sus hijos.

¹⁹ De Zubiría, Julián. (2001). De la escuela nueva del constructivismo. Un análisis crítico. Bogotá, Colombia

²⁰ Gama G, Soledad (2004).

²¹ Hopkins, John. Entrepreneurs are born, but can they be taught?. Artículo publicado por USA TODAY Abril de 2004 (online).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Así, ante la disyuntiva de si el emprendedor de negocios nace o se hace, fue posible concluir que no ocurre, en exclusiva, ni lo uno ni lo otro. Si, por un lado, existe un núcleo básico de características innatas, sin las cuales la personalidad emprendedora no sería posible, por otro lado, se afirma, que son los agentes de socialización y los factores del contexto social, político y económico los que constituyen eventuales potenciadores de tales características, y los que, en definitiva, determinan si tales cualidades se desplegaran o no.

Sin duda alguna es importante la influencia que padres emprendedores dejan en sus hijos, sin embargo es muy importante también la formación de características que desde otros escenarios se pueden desarrollar o potenciar en los casos en que la familia se convierte en el entorno más adecuado para crear bases en torno al emprendimiento.

1.1.2.3 Universidades

En la entrevista “El error de los emprendedores es querer hacerlo todo” realizada a Joel Shulman investigador y profesor del Babson College en Boston, Estados Unidos, quien ha desarrollado su carrera investigando el fenómeno de emprendimiento, el autor plantea como en los patrones de desarrollo histórico, el ciclo inicia y se centra alrededor de universidades, por ejemplo, “en Estados Unidos, dos grandes focos de crecimiento, Silicon Valley y Boston’s Route 128- se han generado alrededor de las universidades de Stanford y MIT”²²

Según expone Varela la misión de la universidad debe ser “Forjar, a través de procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial, una nueva cultura empresarial, llena de innovación y de responsabilidad social, que sea motor del desarrollo, en todas sus facetas”²³.

Esa afirmación permite colocar la universidad en un ecosistema que integra academia y empresas transparentemente con el propósito de ejercer una responsabilidad social, formando y acompañando emprendedores a través de actividades como:

²² Artículo de América Economía (2003). El error de los emprendedores es querer hacerlo todo. Joel Shulman.

²³ Varela, Rodrigo.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

- Cursos, seminarios o talleres para desarrollar el espíritu emprendedor y la creatividad en estudiantes de carreras relacionadas directamente con el sector empresarial.
- Cursos electivos, postgrados, especializaciones o diplomados de generación de oportunidades de negocio, gerencia de pymes, planes de negocio y administración de empresas familiares.
- Concursos y muestras empresariales.
- Congresos, seminarios, simposios sobre temas relacionados.
- Proyectos de relación y visibilidad ante el sector empresarial.

Cada una de ellas con una participación importante en las diferentes facetas del emprendedor motivando, formando y desarrollando mediante actividades educativas a estudiantes el desarrollo de acciones innovadoras y creativas que les permita llegar a ser:

- Creadores de organizaciones nuevas y competitivas
- Propulsores de las organizaciones ya existentes
- Creadores de riqueza, de empleo productivo, de bienestar social
- Creadores de satisfacciones personales, profesionales y sociales

Desde este punto de vista se está haciendo un gran trabajo para facilitar que se produzca una acción emprendedora desde modelos de emprendimiento en las universidades.

La pregunta que queda es si puede ser más efectivo acompañar este facilitador con un apoyo en la formación de valores desde la educación secundaria. Tal vez con esta formación se podría llegar a resultados más contundentes en la universidad.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1.2 TECNOLOGIA Y EDUCACIÓN

En los diferentes escenarios facilitadores para promover el emprendimiento, el potencial de la tecnología ha aparecido para superar serias deficiencias y obstáculos. Es así como, en el caso de las instituciones académicas ha servido para ayudar en la educación básica, en la capacitación de sus docentes y en los materiales e instalaciones provistos para la enseñanza. Su uso efectivo en este campo permite agilizar la divulgación de los hechos y usar nuevos métodos y estrategias didácticas²⁴.

Esta es de fácil acceso para cualquier tipo de persona, sin importar su situación socio económica, puede utilizarse en cualquier lugar y con unos costos asequibles y con una calidad en el contenido mejor o igual que utilizando los métodos tradicionales.

Como complemento se encuentra, que la concepción de educación dada por pedagogía activa es potenciada por el uso de la tecnología, entendiendo esta como la facilitadora para señalar caminos de autodeterminación personal y social, forjando un carácter activo en el “alumno” en el proceso de aprendizaje interpretado como el buscar significados, criticar, inventar, indagar en contacto permanente con la realidad.

1.2.1 Impactos de la tecnología en la educación

Hay que encontrar en la tecnología un medio atractivo, amigable, “divertido” pero eficiente y veraz que se pueda utilizar en el proceso de la educación, y que se pueda utilizar en cualquier área de ésta. El acceso a la tecnología cada vez es más fácil y más común no sólo en las instituciones académicas sino también en los hogares, esto ha generado que se puedan consultar otras fuentes, maestros, libros, entre otros, de una forma económica y rápida (casi instantánea), situación que es casi imposible al no hacer uso de la tecnología y por supuesto de la expansión de Internet.²⁵

²⁴Constance, Paul. ¿Puede la tecnología mejorar la educación? Banco Interamericano de desarrollo. 2001. (consulta 25 nov., 2004)

²⁵Constance, Paul.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Ahora es posible pensar en intercambiar y obtener información de cualquier parte del mundo, sin importar en que región se este, generando así una revolución positiva en el aprendizaje, una mejora en la productividad y un incremento en el desarrollo.

Al introducir la tecnología a la educación, no se busca reemplazar a los docentes por computadores o por algún tipo de tecnología, sino compactar estas dos fuentes de conocimientos en una sola y hacer del aprendizaje un proceso agradable, interactivo, productivo, comprometedor y con más posibilidades de proyección.

Es por esto, que es necesario tener en cuenta la capacitación de los docentes y su aceptación a los computadores; al no tener en cuenta estos factores se puede correr el riesgo de perder la inversión realizada, porque los profesores pueden darle mal uso a la tecnología o no encontrar ventajas al utilizarla, sino están familiarizados con esta. O simplemente no encuentran como involucrarla en su método de enseñanza, o creen que no es necesaria para enseñar. El proceso educativo debe estar dado en el aprendizaje del alumno con el soporte de los profesores y un ambiente educativo adecuado.²⁶

No sólo se trata de tener acceso a las tecnologías, sino al uso efectivo de las mismas, por eso es clave la capacitación de los docentes. Los docentes que saben de tecnología pueden proveer a sus alumnos con experiencias significativas de aprendizaje y de oportunidades para interactuar con una abundancia de recursos, materiales y grupos de datos. Podrían usar las tecnologías como Internet, la educación a distancia y videos para ayudar a los alumnos a lograr retadores estándares educativos.²⁷

²⁶ Ruiz Ferrán. Integración de la tecnología informática en la educación secundaria. Informática educativa. Vol. 7. No.3. 1994.

²⁷ Microsoft. Asegurando el acceso equitativo a la tecnología educativa (online). Redmond, Estados Unidos. Julio. 2004. (consulta 25 Nov., 2004)

Capítulo N°1: Análisis del Emprendimiento.

1.2.2 Experiencias relacionadas

En la entrega del ranking Doing Business 2013 del Banco Mundial se presentó información sobre emprendimiento. El indicador utilizado es la tasa de creación de empresas (entry rate). Dicha información no se considera en la elaboración del ranking, pero es complementaria para describir la importancia de fomentar el ecosistema emprendedor en un país.

El presente estudio explica este indicador y realiza una comparación internacional comparando la tasa de creación de empresas con el producto per cápita y el ranking Doing Business, mostrando una marcada relación positiva.

Tabla 1: Top 15 Tasa de Emprendimiento*

Ranking	País	Tasa Emprendimiento
1	Nueva Zelanda	14.53
2	Letonia	11.18
3	Montenegro	10.44
4	Reino Unido	10.41
5	Islandia	7.94
6	Hungría	7.63
7	Suecia	7.17
8	Australia	6.17
9	St. Kitts and Nevis	5.69
10	Noruega	4.94
11	Eslovaquia	4.81
12	Dinamarca	4.55
13	Georgia	4.49
14	Rumania	4.41
15	Chile	4.13
26	Perú	2.54
30	Colombia	1.80

Fuente: Doing Business.

*Se excluyen países considerados centros financieros, véase la tabla considerando dichos países en Anexo.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

El indicador de emprendimiento utilizado por el Doing Business es la tasa de creación de empresas que considera el número de sociedades de responsabilidad limitada por cada 1.000 personas en edad de trabajar entre 15 y 64 años. El indicador, al estar normalizado a la población de cada país, permite realizar comparaciones sobre las tendencias del emprendimiento.

El indicador permite un acercamiento al emprendimiento formal, ya que considera la constitución de sociedades de responsabilidad limitada con lo cual puede construirse una métrica comparable con información fidedigna y de fácil acceso en los registros administrativos de cada país.

La primera versión del indicador de emprendimiento considera a 91 países que tienen una estadística similar.

Entre ellos se tienen 15 países que según el Fondo Monetario Internacional y el Foro de Estabilidad Financiera son centros financieros donde se crearía un mayor número de empresas por razones no productivas.²⁸

En el caso chileno se consideran todas las sociedades constituidas en el Diario Oficial que tengan por personalidad jurídica una organización de Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) o una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL). En nuestro país éstas corresponden en torno al 85% del total de las constituciones de sociedades registradas anualmente.

Al analizar la tasa de creación de empresas, Chile se encuentra en el lugar número 25 entre 91 países. Sin embargo, al excluir los países considerados centros financieros nuestro país sube al lugar número 15.

²⁸ Los países son: Belice, Botsuana, Chipre, Costa Rica, Guernsey, Hong Kong, Irlanda, Isla de Man, Malasia, Mauricio, Panamá, Samoa, Singapur, Suiza y Uruguay.

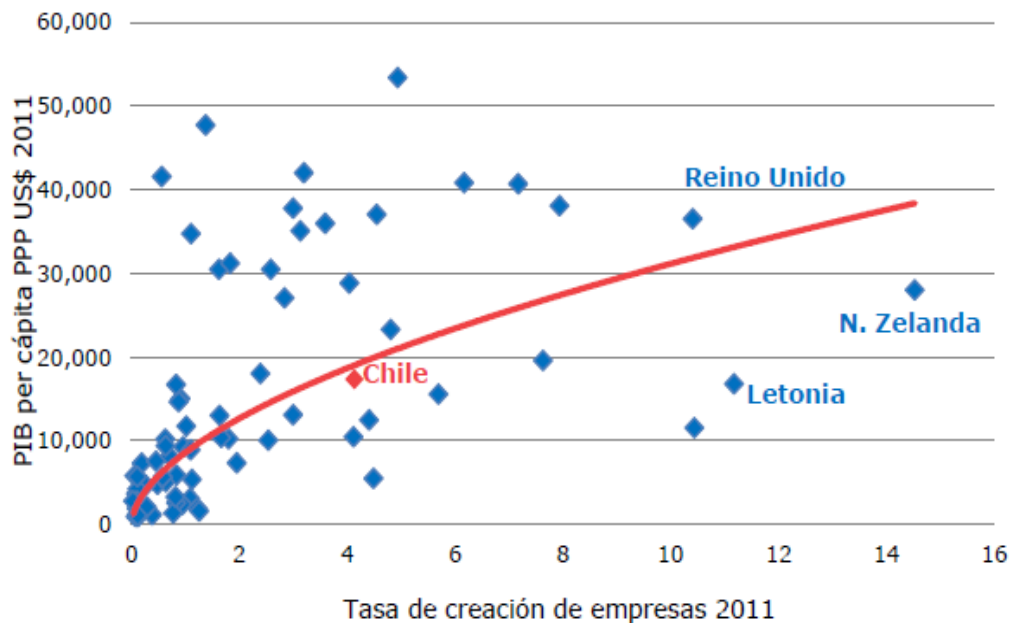
Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

La tasa de creación de empresas de Chile es 4,1 empresas creadas por cada 1000 personas en edad de trabajar y el ranking es liderado por Nueva Zelanda con una tasa de 14,5. En ambos casos, Chile es el país mejor posicionado de la región.

1.2.2.2 Relación entre emprendimiento, producto per cápita y entorno de negocios

A partir de la tasa de creación de empresas publicada por el Doing Business se puede realizar una comparación internacional entre emprendimiento y Producto Interno Bruto. La comparación se realiza utilizando el producto per cápita corregido por paridad de poder de compra para los países que no son considerados centros financieros, ver gráfico 1.

Gráfico 1: Relación entre tasa de creación entrada de empresas y PIB per cápita ppp



Fuente: Doing Business y FMI.

Se observa que existe una relación positiva entre el número de empresas que se crea anualmente por población en edad de trabajar y el nivel de producto por habitante. De esta forma, los países más ricos tienden a presentar mayores niveles de emprendimiento.

Capítulo N°1: Análisis del Emprendimiento.

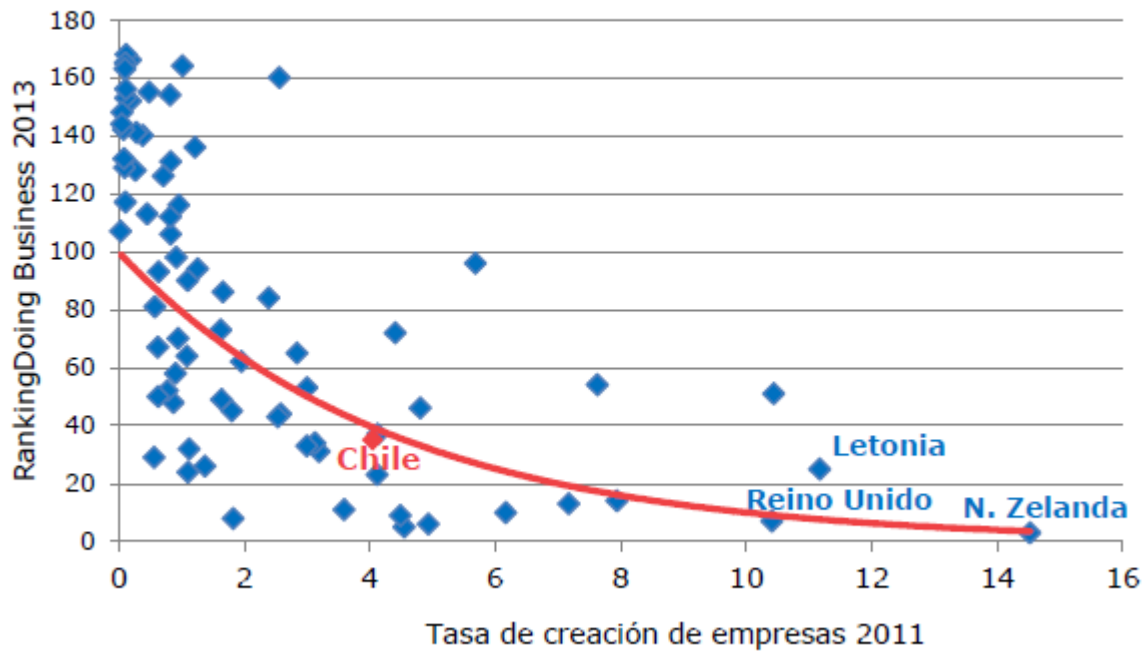
Nuestro país se encuentra cerca del valor esperado en la línea de tendencia, pero lejos aún de países con mayor ingreso y mayor emprendimiento que son referencia de nuestra política pública tales como Nueva Zelanda, Australia y Reino Unido entre otros.

Se debe tener en cuenta que existe una alta concentración de países con baja tasa de creación de empresas para niveles de ingreso per cápita por debajo de los 10.000 dólares, mientras que entre los países de ingreso medio y alto se presenta una mayor dispersión en la tasa de creación de empresas. De lo anterior, se desprende que no sólo es el nivel de ingreso de un país lo que fomenta el emprendimiento, sino también las condiciones que fomentan el ecosistema para que esto ocurra.

Por otra parte, en el gráfico 2 se presenta la relación entre la tasa de creación de empresas y el ranking Doing Business 2013. Al respecto, se observa que a mejor posición en el ranking Doing Business, aumenta la tasa de creación de empresas. En esta comparación se observa una alta concentración de países con mal ranking y baja tasa de creación de empresas, mientras que los países mejor posicionados en el ranking siguen la tendencia esperada

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Gráfico 2: Relación entre tasa de creación de empresas y Doing Business



Fuente: Doing Business.

Chile tiene una posición en el ranking Doing Business que está acorde a su tasa de creación de empresas. Por ello, para aumentar el emprendimiento en nuestro país y mejorar la competitividad es necesaria la realización de reformas que incidan en el ecosistema del emprendimiento y que faciliten la puesta en marcha de nuevos negocios entre otros aspectos.

1.3 EMPRENDIMIENTO EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE

“La mayoría de los políticos y académicos coinciden en que el espíritu emprendedor es fundamental para el desarrollo y el bienestar de la sociedad”²⁹. Los emprendedores crean puestos de trabajo. Conducen y le dan forma a la innovación, acelerando los cambios estructurales en la economía.

²⁹Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en su Reporte global (2010)

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Al introducir nueva competencia, contribuyen indirectamente a la productividad. El espíritu empresarial es pues, un catalizador del crecimiento económico y la competitividad nacional”

Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), existe mucho emprendimiento, pero la mayor parte es informal y no es original, lo que explica la alta tasa de mortalidad temprana, como demuestran los estudios del GEM. Estos resultados indican que, para potenciar el desarrollo de un emprendimiento de calidad en la región, se debe mejorar la capacidad de los emprendedores para innovar con productos o servicios escalables y de mayor valor (OCDE, 2009).

En los últimos años, han proliferado programas de desarrollo de emprendimiento en toda la región, que incluyen el entrenamiento en temas relacionados con el área –primordialmente en las universidades– y plataformas de apoyo, como incubadoras, redes de mentores e inversionistas ángeles. Los programas de formación de emprendedores están enfocados en la preparación de un plan de negocios una vez que el emprendedor identifica una idea. Las ideas más destacadas pasan a formar parte de incubadoras y redes de mentores.

Las Américas tienen uno de los países más innovadores, Estados Unidos, y también tienen países que se encuentran en los últimos puestos en innovación, como Bolivia, según el pilar de innovación del Índice de Competitividad Global (GCI, por sus siglas en inglés). Casi acierta Oppenheimer (2010) cuando afirma que el inglés es uno de los factores comunes entre los países de mayor emprendimiento basado en innovación, incluyendo Singapur, pues hay una diferencia de 75 puntos entre Estados Unidos/Canadá y el resto de los países de habla hispana en esta región.

De acuerdo con el GCI-Innovación 2010, Estados Unidos quedó en el primer lugar. El país más competitivo en América Latina y el Caribe es Chile, que ocupa el lugar 30, seguido de Barbados, Panamá, Costa Rica y Brasil, con posiciones que van desde la 42 a la 60. República Dominicana ocupó una posición promedio dentro de los países latinoamericanos. El Innovation Capacity Index (ICI) 2010-2011 publica resultados similares. Llama la atención que, aun con esta marcada diferencia, la percepción es que, en países como Estados Unidos y República Dominicana, los niveles de emprendimiento basado en

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

innovación son los mismos, de acuerdo con la encuesta del GEM sobre la actividad de emprendimiento basado en innovación en etapa inicial, para el período 2008-2010 (GEM, Global Report, 2010).

Las conclusiones del reporte especial del GEM, Una perspectiva global sobre la educación y formación emprendedora, 2009, indican que “es probable que la formación aumente la concienciación emprendedora, la autoeficacia y las intenciones de emprender. Sin embargo, tiene menos influencia a la hora de aumentar la capacidad de identificar oportunidades de negocio y paliar el miedo al fracaso”.

Más aún, los resultados del estudio sugieren que una mayor inversión en la formación emprendedora en América Latina y el Caribe, en países cuyo desarrollo y competitividad se basan en los factores de producción y en su eficiencia, no se traducirá en un aumento de la actividad emprendedora, como sucede en las economías basadas en la innovación. Se señalan dos posibles causas para este comportamiento. Por un lado, se indica que pueden existir limitaciones que restringen el impacto, como infraestructura inadecuada, inestabilidad económica y falta de condiciones relacionadas con el mercado y la tecnología.

Por el otro, los autores señalan que podría deberse a la baja calidad de la formación. La impopularidad de programas de educación superior en Ciencias e Ingeniería parece estar relacionada con una preparación inapropiada de la educación K-12 en Lectura y Ciencias, que se pone de manifiesto en los exámenes internacionales en Estados Unidos. Esta situación está sucediendo en América Latina y el Caribe, donde los niveles de educación primaria y secundaria son muy deficientes. Este fenómeno ha motivado a la Organización de los Estados Americanos (OEA) a promover el programa Ingeniería para las Américas, el cual busca desarrollar capital humano de calidad en las áreas de ingeniería y tecnología como forma de poder competir con otras regiones económicas.

Consciente del vínculo entre estos dos elementos, el estado de Georgia ha creado un Fondo de Innovación de 19,4 millones de dólares para brindar soporte al establecimiento y fortalecimiento de alianzas entre las escuelas, las instituciones de educación superior, los negocios y las organizaciones sin fines de lucro para avanzar el aprendizaje aplicado y el buen desempeño de los estudiantes K-12 del estado, sobre todo en programas de Ciencias,

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Matemática y Tecnología. En Brasil, el Gobierno anunció el plan Ciencia Sin Fronteras, en el cual invertirá 2.020 millones de dólares en 75.000 becas en Ciencia y Tecnología. La iniciativa, que enviará a los postulantes a estudiar al extranjero, destinará casi la mitad de los recursos a estudiantes de doctorados.

Asimismo, en Costa Rica, Intel reporta una inversión anual 1 millón de dólares, para promover la formación en Ciencias, Matemática e Ingeniería. Anualmente Intel patrocina, conjuntamente con la Comisión Nacional de Ferias Científicas y el Ministerio de Ciencia y Tecnología, ferias científicas para estudiantes de educación primaria y secundaria.

Durante los últimos 15 años, la popularidad de las incubadoras tecnológicas en ciertos países latinoamericanos y caribeños con déficit en el aprendizaje de la Lectura Crítica – según la definición de Harris y Hodges (1995), y en Ciencias, nos da a entender que no se llegan a comprender los requisitos de la innovación tecnológica. Más que casos extraordinarios, reconocidos en la expresión: "sí, pero si pegamos uno (un éxito en emprendimiento basado en innovación)", lo que se busca es crear una masa crítica de emprendedores innovadores.

Tiffin (2004) argumenta que “recientemente, el espíritu emprendedor se ha convertido en un concepto de moda en Venezuela”.

La creencia es que va a ayudar a resolver los males actuales del país, específicamente el subempleo y la baja capacidad productiva, pero no hay una comprensión real de lo que implica el espíritu emprendedor y cómo está relacionado con la innovación y el desarrollo.

La percepción general es que una gran proporción de la población Venezolana no está educada ni preparada para realizar un trabajo técnico y tecnológico complejo”. Esta aseveración sobre el emprendimiento basado en innovación en

Venezuela se puede extrapolar a la mayoría de los países de la región de América Latina y el Caribe donde, erróneamente, el énfasis ha estado puesto en enseñar planes de negocios, en lugar de desarrollar el aprendizaje en áreas de conocimientos esenciales, indispensables para generar una base de innovación.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1.3.1 Iniciativas Innovadoras de Desarrollo de Emprendedores

Uno de los inconvenientes para la elaboración de este informe ha sido la falta de una medición validada de la innovación. Hay indicadores del nivel de invención de un país, –como la inversión en Investigación & Desarrollo e Innovación (I+D+i), pero se carece de mediciones de la comercialización, por ejemplo de las patentes, lo cual es un mejor punto de referencia en el caso de la innovación tecnológica. Sin embargo, los programas de emprendimiento e innovación en Estados Unidos, donde las universidades forman parte fundamental de los ecosistemas de emprendimiento e innovación más destacados, sirven de referente en todo el mundo. Las universidades de Stanford, Babson y Georgia Tech son casos exitosos en zonas con distintas condiciones demográficas y culturales.

La Universidad de Stanford forma parte de Silicon Valley, el ecosistema de innovación más popular del mundo, donde convergen capital, conocimiento y talento internacional para el desarrollo de las empresas innovadoras de mayor valor del mercado. Sigue un modelo basado en la ciencia, similar al de Harvard y MIT, que aprovecha la combinación de múltiples disciplinas y una estrecha relación con la comunidad del valle.

El pensamiento de diseño, aplicado en la Universidad de Stanford y popularizado por la empresa de diseño IDEO, se basa en principios que pueden ser enseñados y empleados por personas de diferentes niveles de escolarización. El pensamiento de diseño se puede describir como una disciplina que compatibiliza la sensibilidad del diseñador y los métodos para satisfacer las necesidades de la gente con lo que es tecnológicamente factible y lo que una estrategia de negocio viable puede convertir en valor para el cliente, aprovechando las oportunidades del mercado.

En Atlanta, el ecosistema de innovación está conformado alrededor del Instituto de Investigación de Georgia (GIT, por sus siglas en inglés). Ahí convergen centros de transferencia tecnológicas como la incubadora de negocios tecnológicos, el Centro de Desarrollo de Tecnología Avanzada (ATDC, por sus siglas en inglés), la Asociación de Tecnología de Georgia, la organización de vanguardia de I+D aplicados, el Georgia Tech Research Institute (GTRI) y, sobre todo, una creciente población de jóvenes formados en Ingeniería (The Young and Restless, How Atlanta Compete for Talent).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Mientras en el área de Administración se hacen competencias de planes de negocios, en el área de Ingeniería, se realizan competencias de emprendimientos basados en innovación (InVenture). Las carreras de ingeniería incluyen clases de perspectiva global, creatividad, y terminan con por lo menos una materia en la que equipos de estudiantes deben diseñar y construir prototipos, como puede verse en www.capstone.gatech.edu.

El ATDC recluta a emprendedores que tengan alguna forma de propiedad intelectual, un servicio que pueda productivizarse, o algún otro emprendimiento tecnológico con alto potencial de crecimiento. Periódicamente, organiza mesas redondas abiertas a emprendedores de la comunidad, donde un experto en formación de empresas facilita las sesiones de planteamiento y solución de problemas típicos del proceso de formación de empresas.

El GTRI sirve de laboratorio viviente (living lab) para los estudiantes de Ciencias e Ingeniería. Esta institución sirve de puente entre la academia y la industria. En algunos casos, el estado de Georgia canaliza los impuestos cobrados a cierta industria tradicional para un desarrollo tecnológico que potencialice el crecimiento de esa misma industria.

La Universidad de Babson, considerada internacionalmente como líder en la formación de emprendedores, ofrece un programa para formación de emprendedores que sigue el ciclo de creación de una nueva empresa e introduce los conceptos fundamentales de la gestión en el contexto del pensamiento emprendedor. Adicionalmente, el programa enfatiza un enfoque de aprendizaje holístico e integrado que rompe las barreras entre las disciplinas de la

Administración de Empresas, convirtiendo el emprendimiento en una forma de vida. El emprendimiento en Babson es una forma de pensar y actuar, que se trabaja en cada clase y en las actividades cocurriculares, y forma parte del ambiente de la vida estudiantil en el campus.

El programa desarrolla las competencias de creatividad, orientación a la acción, pasión, toma de riesgos y pensamiento holístico; así como desarrolla las competencias de liderazgo, trabajo en equipo y comunicación. Los estudiantes examinan problemas reales de negocios, analizan casos de estudio y participan en prácticas y competencias de negocios en las que

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

tienen que desarrollar su capacidad de innovar y emprender. Asimismo, ganan experiencia real estudiando, visitando y haciendo presentaciones en compañías locales.

Pasando ahora a Finlandia, donde el programa Demola ha sido el ganador del premio anual de innovación de la Asamblea de Regiones Europeas, se destaca el énfasis en el emprendimiento basado en la innovación abierta. El programa ha servido de puente entre el ámbito académico y las necesidades de la sociedad, con una propuesta de valor que consiste en enfocarse en la acción creativa –no en producir publicaciones–, convertir las necesidades en prototipos –licenciando los resultados de los proyectos– y crear nuevos empleos y negocios. El programa está patrocinado por Hermia Ltd., institución que promueve redes, aparea oportunidades y acelera habilidades (www.demola.fi).³⁰

En Singapur, el país con mayor crecimiento económico del mundo en el 2010, aprovecharon el orden y la disciplina autoritaria para diferenciarse, sobre la base de un conocimiento esencial especializado, combinado con una formación de emprendedores donde el eje de innovación fue fundamentado en la colaboración.

En vez de copiar el enfoque de los modelos de ecosistemas más prestigiosos, como el de Silicon Valley, Harvard o Cambridge, que parten del conocimiento abstracto para pasar a la comercialización concreta, Singapur sigue un modelo que va de abajo hacia arriba, partiendo de humildes logros concretos a otros más abstractos (Hampden-Turner, 2009).³¹

La encuesta de BBC clasifica a Indonesia como el país número uno del mundo en percepción de emprendimientos (Walker, 2011). Durante la Cumbre Regional de Emprendimiento, el presidente de la Junta de Inversión de Indonesia, Gita Wirjawan, señaló que, para crecer 7% anualmente por los próximos diez a veinte años, “el país necesita invertir en la educación, promover la toma de riesgos y el establecimiento de redes” (Zainuddin, 2011).

³⁰ Programa Demola Sobre oportunidades y habilidades

³¹ Hampdem-Turner Modelo abstracto (2009)

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

En Costa Rica, un país que ha sabido crear políticas de Estado coherentes, el orgullo y la dignidad se combinaron en el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) para desarrollar una generación de ingenieros y talentos que aceleró el avance cualitativo de los emprendimientos, que luego fue consolidado con instituciones de educación superior como el Tecnológico de Costa Rica y el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE), trasladado desde Nicaragua. Asimismo, en Brasil, los programas de emprendimiento están centrados en las facultades de Ingeniería, que aportan la perspectiva de la ingeniería industrial y el desarrollo de productos (Tiffin, 2004).

El Parque de Emprendimiento en Colombia (Parque E) tiene la particularidad de que es el fruto de la alcaldía de una ciudad (Medellín) y una universidad (la Universidad de Antioquía).

Para fomentar la cultura emprendedora cuenta con herramientas en línea de diagnósticos, abiertas al público en general para que evalúen las ideas y elaboren planes de negocios, además de movilizar a su equipo de profesionales a diferentes comunidades para capacitar y asesorar a proyectos de emprendimiento.

Por su parte, la Fundación Parque Tecnológico del Software (ParqueSoft) ha conformado un clúster que apoya a emprendedores de comunidades marginadas en la formación de empresas dedicadas al diseño y producción de software así como sus servicios relacionados. Con su política de "cero burocracia", esta organización sin fines de lucro se caracteriza por la relevancia que les da a sus emprendedores, quienes forman el consejo de directores, se subcontratan los trabajos entre ellos mismos, y seleccionan a los nuevos emprendedores. En ese proceso de selección, el plan de negocio o el currículum vitae del emprendedor es lo menos importante, según la Fundación Schwab para el Emprendimiento Social, lo más importante es "el deseo (del emprendedor) de invertir su energía, pasión y talentos, en tomar riesgos y trabajar arduamente para alcanzar sus metas".

Catalogado por la Unesco como uno de los cinco países con mejor índice de alfabetismo, Barbados es el país del Caribe con mejor índice de innovación. En el país, la Red Caribeña para la Investigación del Emprendimiento y la Innovación, que se autodefine como una red de personas y organizaciones dedicadas a promover el progreso económico y social en la

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

región a través de la aplicación de la ciencia, la tecnología y la innovación, apoya proyectos de innovación que resuelven necesidades endógenas.

En Israel, las empresas han usado la estrategia descrita por Ray (2004) que plantea establecer en el país de origen I+D y abrir una empresa subsidiaria en un país con mayor mercado que licencie la tecnología y los derechos de los productos de la casa matriz para obtener capital de riesgo y construir una compañía operativa. Esta estrategia está siendo adoptada en países como Finlandia, Irlanda, Austria, Nueva Zelandia y Singapur, con el apoyo de patrocinadores corporativos locales, empresas de capital riesgo, incubadoras y gobiernos.

1.3.2 Formación del Emprendedor

La formación del emprendedor es crítica para la innovación exitosa. Esta sección discute la metodología propuesta, las audiencias a las que va dirigida, y la importancia de introducir conocimientos esenciales para catalizar el proceso innovador, al igual que la necesidad de cambiar los esquemas mentales que limitan este proceso.

1.3.2.1 Programa de formación para emprendedores

Metodológicamente, el programa descansa en el pensamiento de diseño, el análisis de casos y simulaciones, y el aprendizaje activo para desarrollar las competencias requeridas por el arduo proceso de emprender. Conceptualmente, se desarrollan las competencias para entender el ambiente externo de negocios, evaluar las capacidades y recursos del emprendedor y su equipo, y construir y analizar modelos de negocios para la nueva empresa, utilizando como referencia modelos de compañías similares y opuestas (Mullins y Komisar, 2009).³²

El pensamiento de diseño sirve como eje central del programa, acompañado del análisis de casos de emprendimiento y la discusión de conceptos clave de análisis de mercado, sectores y tendencias.

³² Modelos de compañías similares y opuestas (Mullins y Komisar, 2009).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Particularmente útil para generar innovaciones, esta metodología se puede emplear para entender a los consumidores-usuarios, los canales, los competidores y los proveedores mediante la simple observación, sin depender de datos públicos.

También desarrolla la capacidad de ver los procesos existentes desde otra perspectiva, identificando oportunidades de innovación. Su orientación experiencial puede potenciar las innovaciones basadas en productos o servicios, en el mundo real o digital. Su énfasis en aprender haciendo introduce la práctica de las habilidades fundamentales y el desarrollo de competencias como el trabajo en equipo, el liderazgo, la autoconfianza y la exploración, y disminuye el miedo a fracasar.

La formación en emprendimiento ha pasado de enseñar a preparar un plan de negocios a enfocarse en el desarrollo de una forma de pensar y actuar, así como en el proceso desde la concepción de la idea hasta la formación de la empresa y la gestión de su crecimiento, como ejemplifican los programas de la Universidad de Babson. Mullins y Komisar (2009) argumentan que el proceso de arranque de nuevas empresas se ve entorpecido por planes de negocios mal concebidos, basados en supuestos no probados y modelos de negocios rígidos. Plantean que el éxito de empresas como Google, PayPal y Starbucks requirió de cambios radicales en el plan de negocios original y proponen un proceso para poner a prueba la idea inicial y utilizar la información que se obtiene en la fase de arranque para realizar correcciones en el modelo de negocios que permitan a la nueva empresa lograr resultados positivos. En esta misma línea de pensamiento, Blank (2006) argumenta que los emprendedores deben salir a la calle e invertir más tiempo en el proceso de entendimiento y validación de los clientes.

Los emprendedores deben aprender o dominar el pensamiento de diseño porque este les permite compensar las limitaciones propias de los países latinoamericanos –como la escasez de fuentes de datos secundarios, la falta de disponibilidad de laboratorios y clases experienciales–, y sacar mayor provecho a la capacidad de sus potenciales emprendedores, incluyendo personas de baja escolaridad. El propósito es convertir los centros universitarios y de educación en laboratorios donde los estudiantes desarrollen su creatividad, su capacidad de innovación y su forma de pensar a través de ejercicios prácticos de creatividad (Seelig, 2009)

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Como un nuevo jugador de béisbol o fútbol, los emprendedores deben forjar sus conocimientos, habilidades y destrezas en prácticas especialmente diseñadas para prepararlos para enfrentar el reto de la innovación en un mercado abierto y competitivo. Siguiendo esta analogía, en los deportes se hacen ejercicios para mejorar la condición física del nuevo jugador: carreras, levantamiento de pesas, flexibilidad, y se practican elementos del juego como el bateo o el lanzamiento, o jugadas para desarrollar el trabajo en equipo.

Finalmente, se juegan partidos en los que se ponen en práctica las lecciones aprendidas.

Los centros de desarrollo de emprendimiento e innovación deben seguir esta rutina para formar emprendedores con la capacidad real de emprender.

1.3.2.2 Programas de mayor alcance

Dado que una gran cantidad de emprendimientos de calidad, basados en innovación, se da en los ámbitos de la educación superior, las universidades deben reorganizarse y fomentar el emprendimiento en todas las carreras. Los programas de formación de emprendedores deben incluir todas las carreras, no solo la de Administración de Negocios, ya que los estudiantes de otras áreas poseen conocimientos esenciales que pueden abrirles oportunidades para emprendimientos basados en conocimiento o tecnología de alto valor. Adicionalmente, todas las carreras deben incluir el curso de pensamiento de diseño y, al modificar los planes de estudio, esta materia debe ser electiva, y debe fomentarse la formación de grupos con estudiantes de distintas especialidades para que los equipos de trabajo maximicen la diversidad. Este mismo material en la forma de talleres intensivos (boot camps) puede ofrecerse a través de los programas de educación continuada para llegar a la gran masa de profesionales, empleados y desempleados con interés de emprender.

Siguiendo el modelo de las academias deportivas que han servido para llevar a las grandes ligas del mundo talento latinoamericano y del Caribe, pueden crearse en escuelas, colegios y centros comunitarios o de formación profesional centros para emprender dedicados a la enseñanza de emprendimiento e innovación, de manera presencial o virtual, que doten a los futuros emprendedores de las competencias para construir negocios, sobre la base de ideas diferenciadas, innovadoras. Es importante que se fomente el trabajo en equipo y la

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

colaboración con emprendimientos de compañeros para ganar experiencia en el difícil proceso de arranque de una empresa.

Como franquicias, los auspiciadores del centro deben ser formados en la metodología de emprendimiento innovador, así como en los lineamientos de cómo gestionar el centro exitosamente, recibiendo guías de aprendizaje (tool kit) al final del programa, similares a la Guía de Aprendizaje FOMIN sobre Emprendimientos Dinámicos, pero sin la orientación a incubadoras. Estos centros no son sustitutos de las incubadoras: realmente forman a los emprendedores para que pueden iniciar empresas que cumplan con las características que requieren las incubadoras.

El modelo de operación de los deportes también puede arrojar luz a la difícil tarea de identificar y canalizar el talento para emprender e innovar. Reclutar emprendedores proactivamente, no reactivamente como hasta ahora se ha hecho, puede potenciar el proceso de innovación de muchas personas talentosas que salen del sistema educativo tradicional o se aburren en las aulas. Muchas personas no se han dado cuenta de que tienen el talento o el conocimiento para emprender; necesitan un escucha o scout, como en el beisbol o futbol, para descubrir sus talentos escondidos. Por otra parte, estos scouts de talento innovador buscan proactivamente personas con el conocimiento esencial.

1.3.2.3 Enseñanza del conocimiento esencial

En los países desarrollados, un factor común entre los emprendimientos basados en tecnología es el dominio de un área de conocimiento esencial. La identificación de conocimiento esencial en el campo tecnológico, como nuevos lenguajes de programación, experimentación con biología molecular o estudios sectoriales o tendencias, puede ayudar y guiar a los emprendedores en la búsqueda de oportunidades de mayor valor.

Aunque comúnmente se asume que las ideas se generan en el aire, Johnson (2010) sostiene que las buenas ideas se construyen a partir de una colección de partes existentes: algunas de ellas son conceptuales, como la forma de solucionar problemas o nuevas definiciones de qué constituye un problema, otras son producto literalmente de partes mecánicas, como nuevos equipos de medición y análisis. Estas nuevas plataformas sirven de lanzamiento para las innovaciones; por ejemplo, el incremento de la velocidad de los servicios de

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Internet abrió las puertas a un servicio para compartir videos como YouTube. Su rápido lanzamiento fue facilitado por el uso de Adobe's Flash como plataforma para servir videos, ya que permitió a sus fundadores, Hurley, Chen y Karim, concentrarse en la forma de compartir videos y comentarios, en vez de invertir millones en desarrollar un nuevo estándar de video desde cero (Johnson, 2010).

Es difícil que haya emprendimiento dinámico basado en innovación sin que se dé un salto cualitativo y cuantitativo en la enseñanza de conocimiento esencial. Para competir a nivel global sobre la base de la innovación, por ejemplo, hay que saber interpretar patentes y otras formas de propiedad intelectual para aprovechar esas plataformas de conocimiento para innovar. Cuanto menor sea el conocimiento, menor será el valor de los emprendimientos.

1.3.2.4 Derecho a explorar, disentir y fracasar

Tanto la formación emprendedora como las campañas de comunicación deben ayudar a eliminar el estigma del fracaso y el paradigma de “no inventes” y “no disientas”, para permitir la exploración y la búsqueda de soluciones innovadoras. Steve Flemming, director del Instituto de Innovación Empresarial del Georgia Institute of Technology, afirma: “Tenemos una historia de toma de riesgo, de fluidez de capital y de tolerancia al fracaso que ha hecho de los Estados

Unidos el mejor lugar del mundo para comenzar una empresa”. En América Latina y el Caribe, se debe crear una cultura que valore la experimentación, la exploración de lo desconocido. Einstein dijo: “Quien nunca ha cometido un error, nunca ha intentado algo nuevo”. Gran parte de la historia que no se cuenta es el tiempo que pasan los innovadores tratando de resolver los problemas que enfrentan en su emprendimiento. Berkun (2010) define al emprendimiento como la suma de la frustración y la innovación. Lo cierto es que el error es intrínseco a la innovación, no debe ser castigado, por lo que se debe eliminar el “no inventes” de raíz, pues evidencia un temor al fracaso por el estigma de ser eternamente considerado un fracasado. Se debe incrementar la tolerancia al fracaso y la persistencia si se quiere verdaderamente innovar.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Además de la ventaja de crear una cultura que asuma riesgos, la complejidad de ciertos problemas aún sin solución hace necesario el desarrollo del pensamiento inductivo como forma de innovar en la tecnología. Asimismo, es más fácil entrenar en los procesos de experimentación que en, por ejemplo, la física teórica, lo cual abre la posibilidad a países latinoamericanos y caribeños de entrar en la carrera del emprendimiento basado en la innovación tecnológica. En este sentido, un ecosistema de innovación de abajo hacia arriba, como el que siguen los países asiáticos, es más viable.

1.4 PROMOCION DEL VALOR DEL EMPRENDIMIENTO E INNOVACION

El fomento de la cultura emprendedora, muchas veces, se relega a un segundo plano. En otros casos, se entiende que la mera existencia de revistas y programas de televisión que cubran el tema es suficiente. La calidad del material que se prepare o difunda es crítica para educar a las audiencias y lograr una comprensión adecuada de las razones del éxito o fracaso de los emprendimientos. Se requiere de profesionales que identifiquen, estudien y preparen los casos de éxito o fracaso que deben ser cuidadosamente analizados y comunicados en un lenguaje sencillo y motivador, para resaltar elementos vitales del proceso del emprendedor. La formación no debe terminar en el aula universitaria o comunitaria; debe ser abierta, continua y permanente a través de la difusión masiva de estos casos de negocios. La importancia del emprendimiento y la innovación para el desarrollo de los países de la región requiere de la generación de una epidemia que contagie a todos la fiebre del emprendedor. Siguiendo los principios de contagio en una red social, la difusión de las historias y reportajes de emprendedores en los medios facilitará la creación de un contexto propenso a la propagación del virus emprendedor, si se cuenta con una mensaje pegajoso como resultado de una buena calidad de producción (Gladwell, 2000).

Las conferencias de emprendedores exitosos son, sin lugar a dudas, muy motivadoras. Sus historias pueden llegar más lejos cuando se difunden por los medios adecuados y son analizadas por expertos que extraen las principales enseñanzas, comparan y contrastan las iniciativas con otros casos de éxito o fracaso. Los libros, artículos y casos de famosos emprendedores internacionales son muy ilustrativos; sin embargo, los futuros emprendedores y demás audiencias pueden relacionarse mejor cuando se trata de historias y casos de emprendedores locales.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

En la preparación de materiales para la enseñanza y difusión del virus del emprendimiento, también se requiere de una buena dosis de creatividad e innovación. En los últimos años, las novelas de negocios han servido como un medio ideal para enseñar conceptos difíciles de aprender de la manera tradicional. La novela de Komisar, *The Monk and The Riddle*

(El monje y el acertijo), ilustra las debilidades de los emprendedores que persiguen financiamiento de capital de riesgo con un plan de negocios basado en información de mercado general y con poca comprensión de la realidad. En la República Dominicana, la novela

Aguacates Juan: Cómo iniciar y triunfar en los negocios, de Lorenzo Vicens (2008),³³ se ha convertido en el libro de texto de los emprendedores y estudiantes universitarios. Novelas, libros de cuentos y ejercicios pueden formar parte del programa educativo para primaria y secundaria o para personas con escasa preparación académica. Estas sencillas historias, cuentos y anécdotas son el medio ideal para llegar a todas las audiencias de forma entretenida y efectiva.

El proceso de formación de emprendedores debe incluir a los forjadores de políticas públicas, ya que ellos deben estar conscientes de la importancia y del potencial de desarrollar la capacidad para innovar y emprender en la sociedad y, más aún, deben comprender el impacto de sus decisiones en este proceso.

Esta transformación cultural puede aprovechar las facilidades de las redes sociales para formar espacios virtuales, comunidades o nodos donde los emprendedores puedan intercambiar ideas, encontrar fuentes de saber-hacer y conocimiento, y compartir con potenciales inversionistas, asesores y otros proveedores de servicios, para fomentar el intercambio nacional e internacional. En muchos países, múltiples sitios de Internet, blogs, revistas y programas de radio o televisión abordan el tema de la innovación y el emprendimiento; sin embargo, todos estos esfuerzos individuales podrían tener un mayor impacto si estuvieran enlazados en una gran comunidad en la red digital.

³³ Lorenzo Vicens (2008), *Cómo iniciar y triunfar en los negocios*

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1.5 FACTORES DETERMINANTES A LA HORA DE EMPRENDER

Una de las primeras reflexiones sobre emprendimiento lo hace McClelland (1961) quien piensa que existen ciertas cualidades o capacidades que comparten los emprendedores y determina que independientemente de la actividad que realicen los emprendedores, de su ubicación, su nivel socioeconómico, religión, cultura, sexo o raza, en todos ellos se repiten en mayor o menor medida una serie de comportamientos que los agrupa en diez pautas de acuerdo a su grado de importancia y que son determinantes del comportamiento emprendedor. McClelland (1961) presenta criterios de evaluación para el perfil emprendedor a través de un cuestionario y concluye principalmente que: “fijar metas” deber ser la pauta con mayor puntuación por encima de “persistencia”. También la teoría plantea que “persistencia” debe tener una puntuación similar a “Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa”, “Correr riesgos calculados” se relaciona con “Autoconfianza y Búsqueda de Información” y esta última debe ser similar a “Cumplimiento”. En 1970, Timmons (1999) aporta una perspectiva interesante a la sostenibilidad de una empresa desde el punto de vista del espíritu empresarial y las fuerzas que lo rodean. Su enfoque plantea que el proceso empresarial implica un compromiso hacia el crecimiento y hacia la conformación de valor a largo plazo, acompañada de un flujo de caja duradero. Además, los líderes empresariales tienen que enfrentar dilemas y tomar decisiones independientemente de que existan contradicciones y ambigüedades. El ser empresario tiene como misión construir y renovar la generación del buen vivir a largo plazo. En este sentido, el Código de Buen Gobierno de las Empresas Sostenible (NAVACTIVA, 2002) menciona que una empresa sostenible es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general.

Por su parte Rodrigo Varela (2001) indica que el proceso de formación de nuevas empresas y de nacimiento de nuevos empresarios es el resultante de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial está marcado por los siguientes factores: (i) toma de iniciativa, (ii) acumulación de recursos, (iii) administración, (iv) autonomía, y (v) toma de riesgos. Destaca además, la

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

presencia de factores de desplazamiento que pueden ser positivos (identificación de una oportunidad, deseo de realización, etc.) o negativos (salir del desempleo, necesidad de emigrar a otro país, frustración con el empleo actual). Un avance importante y determinante para la investigación sobre los factores que afectan la actividad emprendedora es el estudio de Kantis y col. (2004), quienes definen un conjunto de factores que influyen el proceso emprendedor, dando lugar al concepto de Sistema de Desarrollo Emprendedor, que se define como el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Los factores se agrupan en las siguientes categorías: (i) condiciones sociales y económicas; (ii) cultura y sistema educativo; (iii) estructura y dinámica productiva; (iv) aspectos personales; (v) redes del emprendedor; (vi) mercado de factores; y (vii) regulaciones y políticas. Se destaca la definición de aspectos personales como el conjunto de factores que toman como unidad de análisis al emprendedor; aparecen aspectos como: la motivación, experiencia laboral, formación, capacidades empresariales, modelos de rol familiares y las condiciones sociales económicas que vincula al ambiente macroeconómico y aquellas relacionadas al mercado de factores (capital, recursos humanos, financiamiento, etc.).

Dentro del enfoque de Kantis (2009) se plantean experiencias de políticas de desarrollo emprendedor mediante un Programa Nacional de Desarrollo Emprendedor Integral que tiene los siguientes componentes: (i) diagnóstico del contexto emprendedor en el país; (ii) aliento del espíritu y la cultura emprendedora; (iii) desarrollo de las capacidades emprendedoras; (iv) desarrollo de una plataforma institucional de servicios de apoyo para emprendedores; (v) diseño e implementación de una oferta de instrumentos financieros para emprendedores; (vi) mejora del entorno regulatorio; y (vii) información, evaluación y aprendizaje. En esta perspectiva Araque (2009), a través de su investigación “El perfil del emprendedor ecuatoriano”, menciona que los factores que motivan a la creación del emprendimiento se dividen en dos grupos: positivos vs. negativos y externos vs. internos. Los dos grupos hacen referencia a factores como el apoyo de organismos de desarrollo, cambio tecnológico, estabilidad macroeconómica, competencia, falta de crédito, falta de personal capacitado, falta de preparación técnica, asumir riesgos, conocimiento del mercado, entre otros.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

El “Global Entrepreneurship” (Lasio y col., 2009) descubre los factores que determinan los niveles de la actividad empresarial e identifican las políticas que puedan incrementar el nivel de actividad emprendedora. El modelo Global Entrepreneurship Model (GEM) describe el perfil del emprendedor naciente y nuevo en cuanto a educación y motivación para emprender principalmente. Se analiza también las actitudes y las aspiraciones de los emprendedores, estas últimas en relación a la generación de empleo e incursión en mercados externos. Además se discuten factores del entorno que facilitan o limitan el emprendimiento como el contexto político, institucional y social, el apoyo financiero, políticas gubernamentales, educación, clima económico, capacidad para emprender, siendo los mencionados por los expertos de esta investigación como factores limitantes el contexto político, social y financiero.

Los antecedentes teóricos descritos permiten concluir que existe la presencia de factores que influyen en el emprendimiento y que constituyen aspectos relevantes de estudio para todo el proceso emprendedor comprendiendo las etapas de idea de negocio, desarrollo y ejecución. En los últimos tiempos se han realizado investigaciones que han permitido obtener información relevante a nivel mundial y nacional sobre factores que afectan a la actividad emprendedora, por lo que este estudio constituye un aporte local que identifica factores que explican el fenómeno del emprendimiento. En este contexto, este estudio determina dos variables relevantes que explican la metodología de este trabajo: el emprendimiento y la sostenibilidad. Luego de un análisis conceptual y sistémico se identificó que sobre la variable emprendimiento inciden aspectos personales del emprendedor y condiciones del entorno. Así mismo, el estudio explica la importancia de factores del entorno que afectan a la sostenibilidad de una empresa.

1.6 CARACTERÍSTICAS DEL “ENTREPRENEURSHIP”

Cuando nos referimos al término “entrepreneurship” aparece la dificultad señalada en la introducción de no disponer de un término castellano para su traducción. Algunos lo traducen como “empresariado” otros como “emprendedores”. A este respecto, nosotros emplearemos el segundo de ellos, ya que es el que habitualmente se viene empleando.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Pero la mayor dificultad radica en tratar de definirlo. No existe una definición general del mismo. Wennekers y Thurik (1999) siguiendo las ideas expuestas por Hebert y Link (1989), Bull y Willard (1993) y Lumpkin y Dress (1996), lo conceptualizan como la capacidad manifiesta y deseo de los individuos, ya sea por ellos mismos o mediante equipos, dentro o fuera de organizaciones existentes de crear nuevas oportunidades económicas, esto es, nuevos productos, nuevas formas de organización, nuevos métodos de producción, etc., e introducir sus ideas en los mercados, haciendo frente a la incertidumbre y a otros obstáculos, adoptando decisiones sobre la localización y en la forma y uso de los recursos y de las instituciones.

Como se puede comprobar, en esta definición se hace hincapié en el aspecto de comportamiento característico de los agentes económicos. Por tanto, a la hora de hablar de emprendedores no nos estamos refiriendo a una ocupación, sino a una actividad, en la que se tienen en cuenta los aspectos y circunstancias que rodean al individuo. Tampoco hay que asociarla con las pequeñas empresas. Este tipo de emprendedores también se encuentra en las grandes empresas, y se les suele denominar “intrapreneurs” o “corporate entrepreneurs”.

Desde el punto de vista histórico, a pesar de que se considera a Cantillon (1755) como el primero en hablar de empresario, al que consideraba como una persona que se autoemplea y que ajusta su actividad a la demanda del mercado, cabría destacar también el hecho de que anteriormente tanto Jenofonte (que resaltaba la característica de liderazgo) como San Bernadino de Siena (que resaltaba que era aquella persona que asume riesgos y que coordina las acciones económicas, ya habían realizado una mención, aunque general y vaga, sobre aquél. Junto a Cantillon, encontramos asimismo a otros célebres economistas se han referido a esta figura, como es el caso de Say (1803), que resaltaba que debía hacer frente a muchos obstáculos e incertidumbre y que desplazaba recursos de áreas de bajos rendimientos hacia otras en las que eran más elevados; Marshall (1890), que diferenciaba entre empresario y “manager”; Knight (1921), que señalaba que la incertidumbre era la principal preocupación de los empresarios y éstos eran los encargados de dirigir la actividad económica, etc.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Desde una perspectiva más actual se considera al menos tres tipos de emprendedores:

1.- El innovador, siguiendo la postura de Schumpeter (1950, 1961). Schumpeter considera como actividad emprendedora aquella que supone una innovación en la introducción de un nuevo producto, organización o proceso, de tal manera que cuando deja de innovar también deja de ser empresario. Por tanto, desde la perspectiva schumpeteriana, el empresario es un innovador que destruye las estructuras existentes.

Frente a ella, se ha considerado también, desde una postura más general, que el emprendedor es aquella persona que crea una empresa, sin que ello suponga que se tenga que generar nuevos productos. En este segundo caso, habría que incluir a cualquier persona que lleve un negocio, sin que ello suponga necesariamente que sea innovador en el sentido de Schumpeter. Puede incorporar y asimilar los avances tecnológicos de otros empresarios en su propio proceso productivo.

2.- El que aprovecha las oportunidades de beneficio, expuesto por Kirzner (1973, 1999). Por su parte Kirzner, al igual que Schumpeter, considera que el empresario trata de aprovechar las oportunidades de beneficio, pero a diferencia de aquél, considera que pretende aprender de los errores cometidos en el pasado y corregirlos para conducir al mercado hacia el equilibrio. Desde su punto de vista, existe una relación entre las instituciones y los emprendedores que facilitan el progreso económico. Y ello se produce a dos niveles. Las instituciones en primer lugar, proporcionan el nivel de competitividad que necesitan los emprendedores. En segundo lugar, facilitan también la estructura de incentivos que les motiva para seguir desarrollando su actividad.

3.- El que asume riesgos, defendida por Knight (1921). Considera que lo esencial de la función empresarial es la de asumir la incertidumbre. De ella se deriva el beneficio que obtiene el empresario. Desde su punto de vista, el empresario debe saber gestionar la incertidumbre, pero a su vez también debe saber manejar hombres. El emprendedor debe asumir el riesgo existente y tiene que asegurar al dudoso o tímido, mediante la garantía de una renta determinada a cambio de una participación en los resultados obtenidos.

Junto a lo que hemos expuesto anteriormente, habría que añadir el planteamiento de Baumol (1990), que considera diferentes formas de emprendedores, agrupándoles entre

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

“productivos” e “improductivos”. Desde su punto de vista, considera que estos individuos son creativos e ingeniosos y buscan los medios más apropiados para aumentar su riqueza, poder y prestigio. Por todo ello, el entorno que les rodea afecta a sus decisiones, por lo que en función del mismo, podemos encontrar esos diferentes tipos de emprendedores.

1.7 EMPRENDEDORES Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Una vez expuestas las características del emprendedor vamos a exponer su relación sobre el crecimiento económico. La importancia de ello radica en el papel que juega en la actualidad el crecimiento económico como objetivo de política económica.

En este sentido, cabe señalar que desde las últimas décadas del siglo pasado, se ha venido evaluando la bondad o no de una determinada política a través del crecimiento que se venía alcanzando. Aquellas naciones que presentan niveles de crecimiento son consideradas como las que mejor política económica están desarrollando y son dignas de elogio convirtiéndose en un modelo a seguir por aquellas que muestran unos niveles más bajos.

Ello se debe, entre otras cosas, al hecho de que un mayor crecimiento supone un bienestar más elevado para la sociedad, ya que no sólo supone disponer de un mayor número de bienes y servicios a disposición de los ciudadanos, sino también mantener e incluso aumentar los puestos de trabajos, imposibilitando, por tanto, que aumente el desempleo, lo que supone a su vez comprar paz social. Así pues, entramos en círculo “virtuoso” en el que tenemos que encontrar aquellos factores que potencian el crecimiento, ya que a su vez mejoramos el bienestar y el clima sociales, lo que a su vez favorecerá crecimientos futuros.

A la hora de potenciar el crecimiento económico, ya hemos indicado que se han venido considerando distintas variables, tanto económicas como sociales. Una de ellas es el papel que tienen los emprendedores en este proceso. En principio, dicha relación parece obvia, ya que un país en el que no existan personas que estén dispuestas a elaborar bienes y servicios arriesgando sus recursos, difícilmente podría crecer de una forma sostenida. Desde un punto de vista teórico, dicha relación vendría explicada a través de la figura-1. Si nos encontrásemos por debajo del punto A, no estaríamos aprovechando todos los recursos de que disponemos, por lo que estaríamos en una situación caracterizada por la ineficiencia. Ello motivaría a los emprendedores a aprovechar los recursos, conduciendo a la economía

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

desde esa situación de ineficiencia técnica y económica a otra eficiente, representada por el punto A. Ahora bien, los emprendedores pueden intentar descubrir nuevas tecnologías o implantar las que se están generando en otros países, lo que haría que la curva de posibilidades de producción se desplazase hacia la derecha, destinando más recursos que posibiliten una mayor utilización de factores de producción, la recta isocoste también se desplaza a la derecha, por lo que obtenemos un nuevo punto de equilibrio B. Todo ello representa la esencia del crecimiento, ya que a través de un incremento de la productividad, aumenta el producto real de la economía.

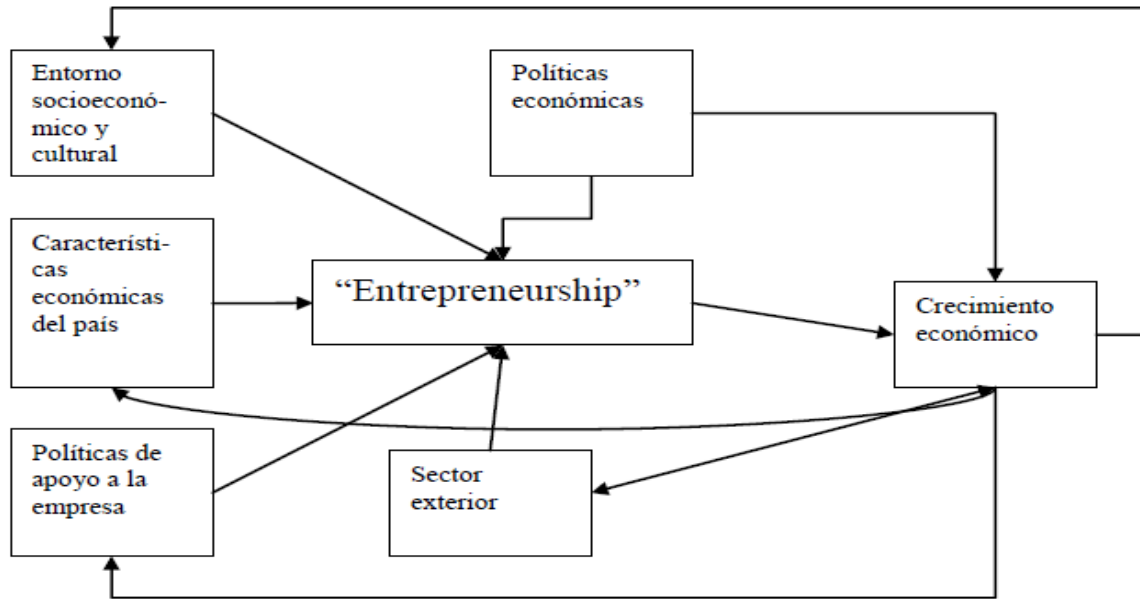
Pero también hay que tener en cuenta el efecto indirecto expuesto por Holcombe (1998), según el cual, el comportamiento de un determinado emprendedor, si tiene éxito, no sólo motiva a otros a seguir su ejemplo, sino que también crea nuevas oportunidades para que las aprovechen terceros.

Obviamente, para que este proceso se cumpla, debe existir el adecuado clima o entorno, en el que se pueda llevar a cabo esta actividad. Como se expondrá más adelante, resulta necesario un entramado legal que proteja la propiedad privada, un grado de libertad, la posibilidad de realizar los acuerdos necesarios que faciliten las operaciones comerciales, la existencia de una “rule of law”, etc. (Harper, 1998, North, 1994, Olson, 1996).

Ahora bien, hay que tener también presente que si existe una conexión entre “Entrepreneurship” y crecimiento económico, también se produce a la inversa, esto es, nos encontramos ante un efecto “feed-back”, que a veces se suele olvidar en los análisis y que también tiene una gran relevancia. Asimismo, en este contexto también hay que tener en cuenta otra serie de factores que influyen en ambos y que condicionan los resultados obtenidos. Todas estas relaciones se recogen en la figura-2 a continuación.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Figura 3 “Modelo Económico del País”



Fuente: Imagen internet, en base al modelo económico del país.

En ella podemos comprobar cómo las circunstancias socioeconómicas, culturas y evolución del país, afectan a la capacidad emprendedora. En este sentido, son diversos los aspectos que tenemos que considerar. En primer lugar, debe existir un clima favorable hacia el emprendedor, ya que ello facilita la aparición de nuevos emprendedores y estimula la actividad de los ya existentes.

En segundo lugar, el entorno familiar y social del posible emprendedor también es objeto de consideración. Su formación, el clima en el que ha desarrollado su vida, etc., hacen que exista una mayor o menor propensión a realizar una actividad emprendedora.

En algunos países, a pesar de que los individuos alcanzan un elevado grado de formación a través de las universidades, se muestran reacios a llevar a cabo actividades empresariales, conformándose con ser asalariados ya que consideran, entre otras cuestiones, que ello entraña un menor riesgo y que van a tener más o menos garantizado su salario.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

En tercer lugar, en relación a los dos puntos anteriores, hay que considerar también la cultura existente en el país. Esta ejercería un efecto positivo sobre el emprendedor, ya que no sólo le permitiría asimilar mejor los avances tecnológicos e introducirlos en su negocio, sino también prepararse mejor ante las circunstancias cambiantes en el entorno económico y afrontar de una manera más efectiva las alteraciones que se pudieran producir. Como veremos más adelante, ese grado cultural también ejerce un efecto positivo por el lado de los trabajadores, ya que al igual que el empresario les motiva a aceptar mejor los cambios tecnológicos y propiciar su introducción, lo que redundará en un mayor crecimiento económico. Pero frente a estos efectos positivos, este clima cultural también presenta desventajas. Estas se pueden concretar, por un lado, en los sistemas de protección de los trabajadores, que supondrían un coste que podría ser inaceptable para los posibles emprendedores y restaría competitividad a las empresas. Por otro lado, como ya hemos indicado anteriormente, puede motivar a los individuos a ser empleados más que emprendedores.

En cuarto lugar, también influyen en este proceso las expectativas sobre la actividad económica del país. En un contexto en el que existen unos buenos resultados económicos y perspectivas de crecimiento, el número de emprendedores debería aumentar ante la posibilidad de encontrar nuevos nichos de mercado, lo que redundaría en una mejoría de su cuenta de resultados. Ello significa, por tanto, que la introducción de nueva tecnología, así como el comportamiento demográfico y de las instituciones, generan una serie de oportunidades por el lado de la demanda, que los emprendedores deben aprovechar. Obviamente, el resultado de ello depende también de las capacidades, habilidades y cultura que posean.

En quinto lugar, el sector exterior también afectaría a los emprendedores, pero desde una perspectiva tanto positiva como negativa. Desde la vertiente positiva, un proceso de apertura exterior en la que se supriman barreras y se permita la libre circulación de personas y bienes, supone poder aumentar el volumen de negocio, ya que se puede acudir a esos nuevos mercados y a su vez contratar aquellos trabajadores que sean más cualificados. Pero a su vez ello tiene como efecto compensador el hecho de que los productos deben ser competitivos, lo que significa que la política económica diseñada debe ser no inflacionista y

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

a su vez los costes salariales moderados. En este orden de cosas, hay que tener presente también la competencia que supone dicha apertura, ya que empresas extranjeras pueden presentarse en nuestra economía con nueva tecnología, lo que perjudicaría la aparición de nuevos emprendedores. En este sentido, la inversión directa extranjera tendría efectos tanto positivos como otros que habría que tratar de reducir³⁴.

Finalmente, hay que tener en cuenta también que cierta actividad emprendedora podría suponer intentos de concentración empresarial, favorecidos por el proceso innovador que algunos empresarios pudieran desarrollar. Como acabamos de indicar, ante la aparición de inversiones extranjeras muy competitivas, las pequeñas y medianas empresas de los países pueden resentirse en su volumen de negocio y desaparecer. Ello provocaría la implantación de políticas económicas que favoreciesen a esas empresas. En este sentido, también se podría considerar la necesidad de aplicar políticas fiscales que favoreciesen a los emprendedores a la hora de desarrollar su actividad. Ello tendría dos efectos contrarios. Por un lado un efecto positivo, ya que si son efectivas, generarían una mayor actividad productiva. Aquí, cabría encuadrar las políticas tendentes a mejorar las infraestructuras del país, las políticas de I+D+i, etc.

Pero por otro lado, hay que tener presentes también los efectos negativos derivados de su financiación, que supondría un detrimento de los recursos destinados a la producción, así como otros sobre el tipo de interés, un mayor endeudamiento, efectos “crowding-out”, riqueza, etc. En definitiva, el resultado final con este tipo de medidas no queda totalmente claro.

Por tanto, hemos podido comprobar la existencia de un número importante de medidas a través de las cuales se podría potenciar la actividad de los emprendedores, lo que redundaría en un mayor crecimiento económico.

Pero como ya anticipamos, el proceso no finaliza aquí, ya que este crecimiento afectaría a las condiciones que inciden sobre el emprendedor, lo que podría incentivar la aparición de nuevos empresarios.

³⁴ Galindo - Martin (2005). Sobre el análisis de estos efectos vid.

Capítulo N°1: Análisis del Emprendimiento.

En efecto, el crecimiento económico supone cambios culturales y sociales que hacen que la visión de emprendedor cambie, así como sus expectativas respecto al futuro. Una sociedad con mayor bienestar viene acompañada de mayores propensiones a consumir, lo que hace que los nichos de mercado aumenten. Los emprendedores captan los deseos de los agentes económicos deseosos de satisfacer las cada vez mayores necesidades que genera la sociedad de consumo. El proceso innovador a su vez, les facilita la posibilidad de crear nuevos productos que hagan obsoletos los anteriores. A pesar de que como hemos indicado anteriormente, el grado de competencia aumenta debida a la apertura de mercados, aquellos que analizan y conocen mejor los mercados son los que tienen mayores posibilidades de sobrevivir y a aumentar sus beneficios.

El conocimiento de los individuos también resulta importante para desarrollar su actividad. Se pretende ser original y a su vez mostrar interés por el bienestar de la sociedad. El marketing y la publicidad ayudan a su vez pues introducen nuevos elementos que se consideran socialmente deseables, como por ejemplo, el carácter ético de su negocio. Todo ello es posible gracias al bienestar que ha generado el crecimiento económico y a los efectos demostración que se derivan del mismo. Así pues, podemos señalar un efecto “feedback” en el proceso, que hay que conocer y tener presente en el análisis.

Finalmente, hay que considerar dentro de este ámbito y sobre todo para el análisis empírico que vamos a desarrollar en el siguiente apartado, la aportación de Schumpeter (1961) que plantea un modelo en el que las innovaciones y los empresarios desempeñan un papel relevante. En concreto, señala que la innovación depende de la oferta de los empresarios que, en nuestro caso, podríamos considerar como el “emprendedor”. A su vez, esta oferta del empresario-emprendedor depende de los beneficios y de lo que denomina “clima social”, e incluye aspectos de carácter sociológico, institucional, económico, etc., de la sociedad. Es decir, se hace referencia al entorno social en el que el empresario desarrolla su actividad. Por tanto, cabría incorporar los valores sociales, la estructura de clases, el sistema educativo, etc. Además, se supone que el empresario acepta “las reglas del juego”, esto es, las condiciones existentes del entorno en el que lleva a cabo su actividad.³⁵

³⁵(Galindo, Ribeiro y Méndez, 2012).

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Asimismo, suele aceptarse que Schumpeter consideraba que la distribución de la renta era un factor importante a la hora de conocer ese “clima social”, ya que en el caso de que se produjera una desigualdad en dicha distribución, aparecerían tensiones sociales y los sindicatos tratarían de convencer al gobierno para que siguiera una política impositiva distributiva para solucionar el problema, lo que con seguridad afectaría negativamente a las intenciones que tuviera el empresario a la hora de desarrollar su actividad.

De todas formas, hay que tener en cuenta que en la extensa literatura existente sobre este tema, a pesar de que existen numerosos trabajos que señalan el efecto negativo que tendría la desigualdad sobre el crecimiento (Galor y Zeira (1993); Persson y Tabellini. 1994; Perotti (1996); Bénabou, 1996; Alesina y Perotti, 1996; Aghion, Caroli y Garcia-Peñalosa, 1999; Alfranca y Galindo 2003, 2006, entre otros), también hay otros que, basándose en la hipótesis keynesiana de que existe una relación directa entre ahorro y renta, afirman lo contrario, este es, que una mayor desigualdad incentivaría el ahorro, ya que los que tienen más renta la verían aumentada (Kuznets, 1955; Kaldor, 1956; Kelly y Williamson, 1968 y Zou y Li, 2000, entre otros). Pero a pesar de esta postura, parece que en el caso de las innovaciones, una mejor distribución de la renta facilitaría la introducción y asimilación de las mismas.

Por otro lado, también vamos a incluir en nuestro análisis el papel que desempeña la política monetaria, ya que en términos generales no se suele disponer de la suficiente autofinanciación como para llevar a cabo el proceso innovador, por lo que es necesario que el sistema financiero proporcione esos recursos.

Y en el caso de que exista insuficiencia de los mismos, el banco central puede actuar con una política monetaria expansiva, sopesando los efectos que ello puede tener sobre otros objetivos económicos, como por ejemplo la inflación.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1.8 DESARROLLO EMPRESARIAL COMO DISCIPLINA.

A pesar del citado volumen de artículos, libros y congresos internacionales, los académicos e investigadores aún no acuerdan del todo acerca de si el desarrollo empresarial constituye una disciplina ya formada. *Julien* argumenta que los investigadores tienden a percibir y definir al emprendedor utilizando las premisas de sus propias disciplinas; por caso, como hemos visto, los economistas han asociado a los emprendedores con la innovación en tanto que los conductistas se concentraron en las características creativas e intuitivas de estos.

En el próximo punto se describen los diversos enfoques que en conjunto darían forma a la disciplina. A criterio de este autor el desarrollo empresarial como disciplina no siguió los mismos patrones de otras disciplinas. De hecho, gran parte de los investigadores abordan el tema utilizando la cultura, la lógica y la metodología establecidas en diversos grados en sus propios campos. Como ejemplo cabe acotar que el primer doctorado en creación de empresas surgió en la década del ochenta. Sin embargo, la mayoría de los interesados en el campo del desarrollo empresarial provenían de otras disciplinas, y el estudio sobre la creación de nueva empresas no era su principal área de conocimiento. Hoy, un mayor número de personas dedican su tiempo y esfuerzo exclusivamente al desarrollo empresarial.

Además el número de empresas creadas está creciendo, y la porción del Producto Bruto Interno (PBI) atribuible a las pequeñas empresas aumenta todos los años en todo el mundo. Para acompañar la evolución y necesidades de sus estudiantes y clientes, muchos profesores han tenido que aprender más acerca del desarrollo empresarial y las pequeñas empresas. Por lo tanto, a criterio de *Julien*, la asimilación e integración del desarrollo empresarial con otras disciplinas, especialmente las ciencias de la administración, es un fenómeno único, y jamás a ocurrido algo así en la construcción paradigmática de las otras disciplinas de las ciencias blandas.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

Como vemos, las décadas pasadas han sido crecientemente fértiles en investigaciones y con una comunidad científica reconocida. Esto llevó a plantear a *Bruyat y Julien* (2000) que la disciplina sí estaría ya conformada.

A criterio de estos autores lo que aún no está resuelto es en realidad la definición de emprendedor y el establecimiento de los límites del campo del desarrollo empresarial. Si bien durante los años ochenta era posible decir que la prioridad era acumular datos empíricos, varios investigadores consideran que ya es tiempo de comenzar a desarrollar herramientas teóricas para permitir que la disciplina progrese. Plantean que un campo de investigación puede ser construido y ganar legitimidad solamente si se diferencia de campos de investigación circundantes.

Este proceso significa necesariamente que la comunidad de investigadores deben compartir un paradigma determinado. Debe haber un mínimo de consenso en la definición de la disciplina y sobre lo que disciplina no es, en la definición del objeto de investigación y sus principales temas.

La comunidad científica de una disciplina debe también estar disponible a producir teorías o marcos teóricos. Cuando no hay consenso sobre el paradigma, o al menos sobre el principal objeto de investigación de la disciplina, los investigadores tienden a hablar luego entre ellos, unos sobre otros, y el conocimiento no puede ser acumulado. La anarquía y el “ecumenismo epistemológico” pueden llevar a la confusión y la disciplina no progresa. Su legitimación social se ve luego amenazada.

Para escapar de este eventual estancamiento y asumiendo que ninguna definición es buena en sí misma, *Bruyat y Julien* (2000) arguyen que toda definición es en definitiva una construcción al servicio de cuestiones de investigación que son de interés de la comunidad científica en un momento dado y que desde este punto de vista puede ser descrita como “biodegradable” o transitoria. Solamente es útil si puede ser usada para construir teorías y llevar a cabo investigaciones empíricas más efectivas, a fin de obtener una mejor comprensión del fenómeno y eventualmente, realizar buenas

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

predicciones, y si es compartida por los investigadores de la disciplina con la perspectiva de promover la acumulación de conocimiento.

Si bien el debate continúa, pueden plantearse sin embargo algunas ideas y conceptos básicos que sí son compartidos por los investigadores y entre ellos estarían:

El reconocimiento del individuo como un elemento importante e incluso vital en la creación de nuevo valor. Los empresarios no son ciertamente los únicos en crear nuevo valor para la sociedad a través de la creación de empresas, en el sentido legal del término, o a través de innovaciones bajo diferentes formas. Sin embargo, ellos crean un alto porcentaje del valor nuevo creado, algo que los investigadores de la disciplina consideran que es necesario para la propia operación de nuestro sistema económico.

El concepto que las personas no son simplemente máquinas que reaccionan automáticamente al estímulo del ambiente. El individuo tiene la habilidad de entender y crear y además tiene una cierta libertad de acción a pesar de que el ambiente provee oportunidades y plantea restricciones.

La creencia que los recursos en el ambiente pueden jugar un rol facilitador o estimulador en ayudar al incremento del número de empresarios en una región.

También la comunidad académica comparte algunos objetivos comunes como comprender - o incluso si es posible predecir - el fenómeno de creación de nuevo valor iniciado por individuos, y entender o “predecir” su éxito, fracaso o performance.

Seguir avanzando en este conocimiento será de mucha utilidad; permitiría en principio por ejemplo promover el fenómeno y por tanto incrementar la riqueza producida para beneficio de todos, especialmente tomando en consideración que los pequeños empresarios han creado la gran mayoría de nuevos trabajos en las últimas décadas. Esto también permitiría comprender por qué el desarrollo empresarial crece rápidamente en algunas regiones y toma su tiempo para emerger en otras. Esta disparidad se presenta incluso en donde las economías en cuestión son similares, o donde la situación general

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

produce efectos similares. También ayudaría a comprender por qué el desarrollo empresarial emerge fuertemente en ciertos momentos y mucho menos en otros. El proyecto GEM que mencionamos más adelante viene trabajando en todos estos puntos a nivel internacional desde fines de los años noventa.

También es interesante la percepción de que las acciones para la creación de empresas han estado además en años recientes en el centro de la atención de los periodistas económicos de todo el mundo contribuyendo a crear una imagen particular sobre el tema y sobre el emprendedor.

Morris (1998) plantea que dicha imagen está sostenida en varios mitos; ciertos mitos alrededor del desarrollo empresarial que han tenido influencia en el modo de pensar de la gente en general sobre el tema, y que a su juicio pueden llevar a cometer serios errores con relación a cómo se llega a ser un empresario o cómo los ejecutivos estimulan el espíritu empresarial en una compañía existente. Los mitos que plantea

Morris sobre la creación de nuevas empresas son los siguientes:

“Consiste en empezar un pequeño negocio”. A criterio de Morris esto no es necesario. Implica innovación y acercamiento provocativo hacia los desafíos, los riesgos, las necesidades, los obstáculos y las oportunidades.

Existen muchas pequeñas firmas que no son muy empresarias; la creación de empresas es una construcción universal aplicable a cualquier persona, organización (pública o privada, grande o chica) o nación. Una creciente evidencia señala que la orientación empresarial es crítica para la supervivencia y crecimiento de las compañías así como también para la prosperidad económica de las naciones.

“Es un evento que „pasa“”: No es un evento fijo que ocurre en un momento determinado. Es un proceso dinámico que tarda tiempo en desarrollarse. El proceso está compuesto por etapas específicas e identificables, comenzando por la identificación de una oportunidad y terminando con el éxito o fracaso del concepto implementado. Como

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

proceso, la creación de empresas puede ser administrada. Al mismo tiempo al reconocer que las etapas pueden ser administrables desaparece parte del mito general de la creación de empresas como algo mágico. Además, la naturaleza del proceso de hacer que pueda ser aplicado en organizaciones de todo tamaño y tipo.

“Es una cuestión para „cualquiera“”. La gente parece ver a la creación de nuevas empresas en términos de “blanco o negro”. Se es emprendedor o no. De igual manera una empresa está convirtiéndose en emprendedora o no, se distingue entre un gerente y un emprendedor, entre una empresa emprendedora y una compañía burocrática, etc. Morris plantea que en realidad el desarrollo empresarial ocurre en distintas intensidades. Toda persona y toda organización realizan tareas emprendedoras en algún momento. Algunos las hacen más seguidas y algunos hacen cosas más innovadoras.

- *“Implica asumir un gran riesgo”*. Se suele considerar a los emprendedores como apostadores que están dispuestos a perder todo; personas que descubren una oportunidad y se dirigen apasionadamente hacia ella sin tomar grandes precauciones. La verdad es que los emprendedores no son salvajes amantes del riesgo. Están dispuestos a asumir riesgos, pero no innecesarios. De hecho sus tasas de riesgo no difieren demasiado de las de la sociedad en general. La diferencia es que son calculadores del riesgo. Analizan cuidadosamente y evalúan la situación. Identifican sistemáticamente los factores claves financieros, técnicos, de mercado y otros factores específicos de riesgo. Los emprendedores exitosos comparten el riesgo incorporando socios, optando por el leasing en lugar de la propiedad, pidiendo prestado en lugar de comprar, o contratando en lugar de efectivizar.
- *“Se nace emprendedor”*. Por lo general se asocia a los emprendedores con “superhombres”, personas diferentes a la mayoría de la gente. Luego de cientos de estudios psicológicos y sociológicos acerca de emprendedores Morris concluye que no son un grupo separado genéticamente predispuesto a ser emprendedor. No se nace; todos tenemos un cierto grado de potencial emprendedor dentro de uno. La habilidad para desarrollarlo y realizar ese

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

potencial está condicionado por el ambiente.

- *“El emprendedor está relacionado a la codicia”*. La verdadera motivación detrás de la creación de una empresa no es el dinero, y sin lugar a dudas no es el poder ni la posición. Lo que los impulsa es el deseo de superarse, de hacer la diferencia, de hacer lo que otros dijeron que no podía ser hecho, de sobrellevar todos los obstáculos. Esto no quiere decir que a los emprendedores no les gusta el dinero.
- *“Se trata de algo sobre individuos”*. Los proyectos empresariales tienen detrás de ellos la fuerza creadora de un visionario que asume el riesgo y que persiste en hacer los cambios necesarios. Por definición, el desarrollo empresarial implica un grado de autonomía y el sentimiento de propiedad de un concepto innovador. La innovación rara vez implica un proceso democrático. Pero la creación empresarial no es posible sin equipos. No sólo es crítica la existencia de equipos, sino también la calidad de los mismos. El desafío es balancear la necesidad de iniciativa individual con el espíritu de cooperación y propiedad grupal de la innovación. Este balance se alcanza a medida que se superan las etapas del proceso emprendedor.
- *“Existe un solo tipo de emprendedor”*. No existe un prototipo de emprendedor. Los hay de todo tipo y representan un mix de diversos grupos de edad, razas, religiones, culturas, género y ocupaciones. Algunos realizan actividades emprendedoras toda su vida, mientras que otros se lanzan tras una oportunidad después de haber llevado una carrera conservadora en una gran empresa.
- *“Crear una empresa requiere de mucho dinero”*. Los emprendedores son guiados por la oportunidad, y no por los recursos. No limitan su visión a la cantidad de dinero, tiempo, personal, o recursos relacionados que poseen. Van tras su sueño apalancándose, pidiendo prestado, rogando, asociándose, compartiendo, haciendo leasing, o reciclando recursos. Y no sólo recursos financieros. Diversos estudios sobre el fracaso empresarial muestran que el problema generalmente no está relacionado a la falta de dinero, sino de otros recursos como directivos poco preparados, canales de distribución inadecuados,

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

o erradas estrategias de comercialización.

- "Se trata de una cuestión de suerte". No es así; los emprendedores tienden a crear su propia suerte. Es mucho trabajo, creatividad, análisis en profundidad, adaptabilidad y apertura a la oportunidad en el momento que llega. La evidencia sugiere que no hay mejor manera de generar ideas y conceptos. Además la experiencia es un factor vital.
- "El proceso se inicia con un nuevo producto o servicio". Este es uno de los grandes errores que cometen los que desean convertirse en emprendedores. Surgen con un concepto novedoso de producto sin antes determinar si existe una necesidad, cuán satisfechos están los clientes con los productos actuales, cuáles serán sus costos, y cuáles serán las ventajas en la producción de este nuevo producto. La creación empresarial no comienza por el producto que uno desearía vender. Comienza con una oportunidad, y las oportunidades surgen del ambiente.
- "La creación de empresas es desestructurada y caótica". También existe la tendencia de considerar a los emprendedores como personas que disparan primero y luego hacen las preguntas. Son considerados desorganizados y desestructurados, viviendo de los otros para seguir en camino. La realidad es que los emprendedores están involucrados en todas las facetas del negocio, y por lo general hacen malabares. Por lo tanto son personas organizadas. Tienden a tener un sistema, quizás explícito, quizás no, pero diseñado para que las cosas estén en orden y mantener las prioridades. Este sistema puede parecer extraño para el observador, pero funciona.
- "*La mayoría de las empresas emprendedoras fracasan*". Muchos fracasan, pero muchos otros no. Las tasas de fracaso varían mucho según la industria, yendo desde el 10% al 90%. Además bajan mucho después de los primeros años de operaciones. Pero el proceso emprendedor consiste en hacer posibles los cambios. Las personas tienen una resistencia natural al cambio. Por lo tanto, todo emprendedor deberá superar todos los obstáculos naturales más los obstáculos que arbitrariamente uno mismo se pone en el camino. El fracaso es un subproducto del esfuerzo emprendedor. Es la única manera de

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

saber lo que funciona y lo que no. Los emprendedores deben establecer las razones y hacer los cambios necesarios para sobrevivir otro día.

La pregunta que puede surgir es hasta qué punto los mitos planteados por Morris continúan y en todo caso porqué.

Morris argumenta que los mitos siguen vigentes y la causa de ello, en línea con lo ya expuesto por *Bruyat* y *Julián*, es que en la medida en que nos encontramos rodeados por el proceso de desarrollo empresarial, presente en todas las facetas de nuestras vidas, no existe la noción de una disciplina unívoca.

A diferencia de la química o física, el desarrollo empresarial no es una disciplina formal. Es un hecho interdisciplinario que comprende un poco de psicología, finanzas, ingeniería, sociología, marketing, física, administración, matemática y economía. Gran parte de la investigación acerca del desarrollo empresarial fue hecha durante el último siglo, la mayoría en los últimos treinta años. Como resultado, reafirmando lo ya comentado, no hay una teoría universal, y la mayoría de las teorías aplicadas provienen de otras disciplinas. Es difícil hablar de cambios en el paradigma, en la medida que el paradigma no ha sido claramente definido.

Pocas leyes, principios, o conceptos guían el esfuerzo de los académicos que intentan comprender mejor el fenómeno del desarrollo empresarial. Gran parte de la investigación es cualitativa, lo que dificulta la generalización.

Las historias del éxito de personas como Ray Kroc de MacDonal'd's, Sochiro Honda de Honda Motors o Herb Kelleher de Southwest Airlines, ayudan a crear el mito. Sin embargo, el desarrollo empresarial es sobre personas comunes con sueños a cumplir. El disparador del evento emprendedor es la motivación vinculada a dichos sueños.

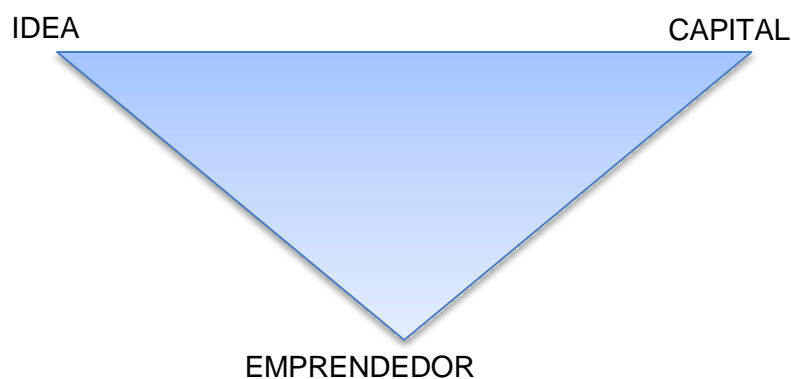
Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1.9 TEORIAS DEL EMPRENDIMIENTO

Ya sabemos que no existe una teoría ni una sola definición del emprendimiento, sin embargo, existen algunas teorías aceptadas por los economistas a nivel mundial, estas teorías son:

1.9.1 Teoría de Andy Freire:

Según la teoría del triángulo invertido propuesta por Andy Freire, todo proceso emprendedor combina tres componentes:



El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto.

Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos.

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

1.9.2 Emprendimiento según Schumpeter:

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

*“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”.*³⁶

La naturaleza de este sistema económico no permitiría un equilibrio estático ya que sería interrumpido por los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas posiciones monopólicas a través de la introducción de innovaciones. Los incentivos para estas actividades serían las ganancias o rentas monopólicas que los emprendedores recibieran.

1.9.3 Emprendimiento según la Escuela Austríaca:

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y actividad en el impacto de estos en el proceso y en la visión futura del capitalismo. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

³⁶ SCHUMPETER, J. 1935. Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. Ed. Fondo de cultura económica, México.

Capítulo N°1: Análisis del Emprendimiento.

El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce progresivamente. Para Kirzner, el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Más aún, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado.

Según los austríacos, el énfasis de Schumpeter en el cual el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea de que el emprendimiento es, de alguna manera, innecesario para entender la manera en que el mercado tiende a la posición de equilibrio.

1.9.4 Diferencias entre la escuela Austríaca y la de Schumpeter:

Los austríacos enfatizan la existencia continua de la competencia y la oportunidad de emprendedora, mientras que Schumpeter se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y los disturbios generados por las nuevas combinaciones ofrecidas al mercado.

Para Schumpeter, el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. En contraste, los austríacos sugieren que los cambios generados por la actividad emprendedora tienden a equilibrar los mercados.

Schumpeter se basa en los emprendedores que generan el cambio de una situación existente a otra. La escuela austríaca se basa en la creación del equilibrio, por lo tanto, estos emprendedores generan el cambio dentro de una situación existente.

1.9.5 El emprendedor según Howard Stevenson:

En la década de los 80's Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos.

La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en los principales currículos de

Capítulo Nº1: Análisis del Emprendimiento.

MBA. El método tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores.

Cuando se plantea un método alternativo de creación de generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano.

La enseñanza del emprendimiento no está ligado al número de empresas creadas, o a las pequeñas y medianas empresas, sino que están ligadas a:

- ✓ La facultad de crecer y crear empresa, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (Schumpeter) o de equilibrio (Escuela Austriaca)
- ✓ La orientación al crecimiento (Teoría de Drucker y Stevenson).
- ✓ El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos. (Modelo TIMMONS).

Las nuevas condiciones de competitividad deben permitirles a los jóvenes tomar decisiones sobre su destino profesional con un mayor abanico de oportunidades.

1.9.6. Teoría de Allan Gibb:

Muestra un ejemplo de cómo las entidades de educación deberían enfocar sus esfuerzos para la educación empresarial.

De ahí parte el análisis de la educación empresarial. En esta se tienen en cuenta las siguientes características:

- ✓ Comparte los valores de las Mi PyMe
- ✓ Está arraigada en las prácticas de la comunidad
- ✓ Valora tanto el conocimiento tácito como el explícito
- ✓ Fuertemente comprometida con todos los interesados.
- ✓ Fuertes vínculos con los empresarios

Capítulo N°1: Análisis del Emprendimiento.

- ✓ Diseñada como una organización empresarial
- ✓ Enfocada en diseñar un ambiente empresarial con todo tipo de organizaciones
- ✓ Entiende cómo los empresarios aprenden y construyen sus enfoques a partir de esta base.
- ✓ Usa cuidadosamente el conocimiento adquirido de otras fuentes.

CAPITULO 2

(Emprendimiento en Chile)

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

2. EMPRENDIMIENTO EN CHILE

El emprendimiento y la innovación más allá de haberse instaurado en muchos ámbitos del quehacer económico y social en Chile, se han transformado en pilares fundamentales de diversos programas públicos y privados. El año 2013 ha sido declarado el “Año de la Innovación” y el año 2012 fue el “Año del Emprendimiento”.

Para quienes han trabajado, estudiando y analizando el fenómeno en Chile, se enorgullecen del gran desarrollo del emprendimiento y la innovación, hecho que sin duda es histórico para el país. En este contexto el proyecto GEM ha sido un aporte relevante para entender el ecosistema emprendedor e innovador en Chile.

El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 90 economías, lo cual lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile con 10 años de mediciones, se ha constituido un referente dado su alcance nacional y regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país. Actualmente el proyecto GEM cubre 11 regiones del país incluyendo la Región Metropolitana de Santiago gracias al esfuerzo de académicos y profesionales de ámbito del emprendimiento y creación de negocios. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública.

Y después de 10 años seguimos creyendo firmemente en nuestra vocación de seguir ofreciendo datos de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en Chile.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

2.1 Casos prácticos de emprendimiento en Chile.

La innovación es uno de los ejes fundamentales para incrementar la productividad de las empresas y las economías. Más que en su estructura, la clave de la productividad estaría en la preocupación por la innovación, tal como lo han demostrado los países desarrollados. Un país con mayor potencia en innovación, exigentes consumidores, empresas más dinámicas, trabajadores más preparados y un gobierno promotor, está más apto para enfrentar las incertidumbres del actual entorno de la competencia. INNOVA Chile de CORFO es una de las principales agencias estatales a cargo de impulsar la innovación en el sector productivo. Fue creada en el año 2005 a partir de la fusión de los fondos FDI y Fontec, con el propósito de potenciar y centrar los esfuerzos de CORFO en innovación en una sola entidad, lo que permitió ganar eficiencia y evitar la dispersión de recursos.

Hoy su trabajo se desarrolla en el marco de la política de Innovación y Desarrollo, gestada por la Presidenta de la República, Michelle Bachelet, bajo el alero del Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC). Para este comité de CORFO, la innovación es “la creación de valor a través de la transformación de ideas o conocimientos en nuevos productos o servicios, procesos, métodos de marketing o métodos organizacionales”.

La misión de INNOVA Chile es contribuir a elevar la competitividad de la economía Chilena por la vía de promover y facilitar la innovación en las empresas, estimular el desarrollo emprendedor y fortalecer el Sistema Nacional de Innovación (SNI). Asimismo, sus objetivos se centran en aumentar significativamente en el país el número de empresas que incorporan la innovación en sus estrategias competitivas, fortalecer las capacidades necesarias para que las empresas puedan innovar, estimular el emprendimiento y desarrollo de nuevos negocios y de empresas innovadoras, además de impulsar un entorno favorable a la innovación y al emprendimiento, que provea las condiciones y servicios especializados adecuados.

Su labor se enfoca en torno a las necesidades de sus usuarios, acompañándolos en todas las etapas del ciclo innovador. Busca entregar un apoyo de mejor calidad a las pequeñas, medianas y grandes empresas, que les permita innovar en sus procesos productivos. Para ello, INNOVA Chile de CORFO cuenta con diversas líneas de apoyo. Algunas de ellas son

Capítulo Nº2: Emprendimiento en Chile.

la puesta en marcha y desarrollo de proyectos Capital Semilla, misiones tecnológicas, la posibilidad de optar a pasantías tecnológicas en el extranjero, traer expertos de primer nivel, apoyar proyectos de innovación empresarial individual, la preinversión y desarrollo de consorcios tecnológicos, la creación y fortalecimiento de incubadoras de negocios, entre otras. También, durante el año 2006 se lanzó la nueva línea de Nodos Tecnológicos, que es una red de apoyo para impulsar la innovación en las pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Sin duda, innovar trae importantes beneficios para las empresas Chilenas: les permite aumentar su productividad, mejorar su posición internacional y hacer que Chile sea un mercado atractivo para invertir. También favorece al país, al hacer posible explotar de mejor manera sus ventajas competitivas actuales y transformar la economía valorizando el conocimiento y el capital humano, creando más y mejores empleos.

Sensibilizar al país en materia de innovación implica, entre otras cosas, realizar una serie de esfuerzos culturales y económicos. La prioridad que Chile ha dado hoy a la innovación se refleja en la creación de un impuesto específico a la minería o royalty, iniciativa que crea el Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC). Parte de estos recursos integran el presupuesto para apoyar proyectos innovadores a través de INNOVA Chile de CORFO. Desde el año 2006 estos recursos han significado un aumento de 51% del presupuesto respecto de 2005. Para 2007 se cuenta con 34,8 mil millones de pesos, un 22,7% más que el año anterior.

En los últimos tres años, incluyendo 2007, este comité ha puesto a disposición de las empresas alrededor de 82 mil millones de pesos para co-financiar, vía subsidio, proyectos de innovación, ya sean asociados a nuevos productos o servicios, procesos, materiales y sistemas de comercialización, o bien al mejoramiento de estos.

Todo ello, orientado a generar valor, como consecuencia del desarrollo de nuevos conocimientos y tecnologías, como también de la aplicación novedosa de éstas últimas, y mejores prácticas disponibles, dentro del país o en el exterior. Durante los últimos dos años se han apoyado 1.207 proyectos, lo que se tradujo en 3.054 beneficiarios. Y desde el año 2000 se han materializado 3.012 proyectos y 7.750 beneficiarios.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Hoy se están dando los primeros pasos para soñar con un Chile desarrollado.

Para eso es indispensable realizar esfuerzos que involucren tanto a actores públicos como privados. Sólo hay que mirar la experiencia de otras naciones, la que demuestra que economías que cuentan con niveles suficientes de inversión en Investigación y Desarrollo (I+D) poseen mejores oportunidades para aprovechar sus recursos.

De diferentes tamaños y sectores, los une el hecho de haber logrado llevar adelante sus sueños empresariales, con ideas novedosas e innovadoras. Hoy, incluso, han logrado traspasar las fronteras, pero sus inicios no fueron fáciles.

De acuerdo a lo anterior, se muestran algunos ejemplos del crecimiento y desarrollo del emprendimiento en nuestro país.

1.- COESAM: “Los Propulsores de la Rosa Mosqueta”

Dos toneladas de rosa mosqueta deshidratada comenzó exportando Coesam Group a Alemania en 1974. De esta manera surgía una nueva industria que significó trabajo para el sector rural. “Nuestra empresa nace de un proyecto de la corporación penquista Cidere Biobío, y en conjunto se descubrió la presencia de aceite en las semillas de ese fruto silvestre, que en ese entonces se utilizaban como alimento en el plantel porcino”, contó su fundador, Carlos Amín.

Tras el éxito de su idea, Amín recalcó que ello se debió a “la articulación Estado, universidad y empresa. En ese período Cidere actuaba como orientador y garantizaba ante instituciones internacionales la seriedad de esto”.

Coesam, tras su participación en 10 emisiones gubernamentales al exterior, ha firmado un acuerdo en España para establecer en Valencia la Fundación Coesam, con el fin de investigar los efectos de los productos derivados de la rosa mosqueta en el organismo humano. A ello se suma la creación de una empresa relacionada en Japón. En el 2004, en tanto, nació Coesam Escandinavia.

Carlos Amín aseguró que para el 2011 espera una “consolidación económica y búsqueda de un socio estratégico”. Y agregó que “estamos en una etapa de asociatividad y

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

manufacturando en países donde nos hemos asociado, como Corea, Brasil, Argentina, Venezuela y Abjasia, enviando materias primas y negociando un royalty por unidad producida”.

A juicio del fundador de Coesam, la empresa en Chile es considerada “aún como una Pyme. Nadie valora el mercado, los registros ni las marcas registradas en 35 países, todas con permisos sanitarios. Esto es poco atractivo para empresas nacionales, a diferencia de las extranjeras, que sí me han ofrecido fusiones”.

Actualmente, “tenemos coberturas en cadenas de farmacias y supermercados”. Mientras que “en multitiendas es más difícil, porque para ellas es más rentable traer productos importados por la baja del dólar”, explicó Amin. Frente a ello, sostuvo que no “piensan en el trabajo que hay que dar en Chile y que debemos cuidar la industria nacional”.

2.- MESTRA

Cervecería Artesanal con Proyección Cervecerías Mestra se ha transformado en los últimos años en un nombre conocido entre los amantes de las cervezas artesanales, pues su distribución a nivel nacional es cada vez más amplia. Hoy es la cerveza artesanal que más vende en el mercado nacional, con un volumen estimado para el 2010 de 800.000 litros, con dos plantas en funcionamiento y una tercera en construcción.

Se trata de una organización de cervezas artesanales fundada a fines de 2008 por Juan Pablo Coderch Casas, ex alumno del MBA de la Universidad del Desarrollo, además de Cristóbal Comandari y Nicolás Albagly. Por esto es que recientemente fueron premiados por la universidad, que los destacó como caso de éxito.

Mestra ha buscado marcar una fuerte presencia innovando en su estrategia de marketing, gestión comercial y calidad de productos, logrando destacados premios internacionales.

Además, la familia Coderch, liderada por Juan Coderch, la hizo parte del holding Cervezas Artesanales, donde comparten propiedad con el clan Cisternas, socios de Belfi.

Como parte de este conglomerado es que han realizado cambios con el objeto de potenciar la compañía y proyectarla. Ejemplo de ello es que “trasladamos la planta que originalmente

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

estaba en Aculeo a Malloco, que es la zona por excelencia cervecera de la Región Metropolitana”.

El objetivo de Mestra es convertirse en líderes del mercado, compitiendo con las marcas Kunstmann y Heineken”. Asimismo, Cervezas Artesanales planea lograr el 50% del mercado artesanal, donde actualmente hay cerca de 60 empresas. El grupo, que también tiene la marca Salzburg, cuenta con cerca del 30% del mercado. Además, se han impuesto el desafío de apoyar el crecimiento de esta categoría.

3.- COLT POWER IDEAS & KAUEL “Alta Tecnología e Innovación”

La marca Kael (potro, en mapudungún) nace el 2008 con la incorporación de la diseñadora Alejandra Mustakis (dueña de la empresa Ibetek) y emana del Grupo Colt Power Ideas, creado el 2007 por parte de los ingenieros chilenos: Cristián Romero, Sergio Catalán y Edmundo Casas. Todo este proceso de inversiones se dio gracias a la Incubadora Santiago Innova, aseguró Edmundo Casas, gerente de Desarrollo de Colt Power Ideas & Kael.

Es así como “se crearon plataformas holográficas y diversos sistemas interactivos que inicialmente se hacían a la medida. Con el tiempo, se logró incorporar todos estos elementos en un sólo chip, el cual se denominó el Genial USB, y con ello se creó la consola de videojuegos de Kael, la cual físicamente es muy similar a un pendrive. Este dispositivo se conecta al PC y lo transforma en una plataforma de videojuegos en la que se puede jugar con el cuerpo, sin la necesidad de controles”, aseguró el socio y gerente de Desarrollo de Colt Power Ideas & Kael.

Agregó que “hoy el Genial USB comenzó a comercializarse en diferentes países de Latinoamérica, y el paso siguiente es entrar a Estados Unidos y a Europa. La idea es desarrollar un producto funcional y tecnológico, que a su vez incorpore un diseño que llame la atención del usuario”.

4.- DIAGNOTEC “Medicamentos Para el Sector Acuícola”

Diagnotec es una empresa biotecnológica que se creó para satisfacer las necesidades de diagnóstico, tratamiento y prevención de enfermedades de origen infeccioso en animales,

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

específicamente en el mundo acuícola. La historia de la compañía comenzó cuando la actual socia de la empresa, Geraldine Mlynarz, preparaba su tesis para la universidad con la doctora Ana María Sandino que era su profesora guía, con quien decide (en el año 1997) crear un laboratorio de biotecnología.

Luego, “gracias a la obtención de fondos Corfo (Fontec), Diagnetec pudo iniciar sus servicios en la industria salmonera, desde el año 2000. De esa manera partimos trabajando en la incubadora Santiago Innova, luego tuvimos el apoyo de un inversionista angel y, posteriormente, entró otra socia, la doctora, Matilde Jashés”, cuenta Geraldine Mlynarz.

En el año 2008 las tres socias: Geraldine Mlynarz, Matilde Jashés y Ana María Sandino, realizan una alianza estratégica con Empresas Andrómaco, la que compró el 80% de Diagnetec.

Según Mlynarz, hoy prestan servicios a empresas productoras de salmón del país y “hemos desarrollado dos productos antivirales para el IPNV como para ISA, y actualmente estamos en proceso de registro ante el SAG”.

Actualmente la inversión en investigación y desarrollo corresponde a un 30% del gasto de la empresa.

5.- EMPRESAS SUR DE CHILE “Exportadores de Caracoles al Mundo”

“Cidere Biobío fue el impulsor de la idea de trabajar y exportar caracoles a mercados extranjeros, gracias ellos pudimos enlazar a nuestros clientes, haciendo una plataforma de información para ambos lados; además, fueron importantes en el trabajo de homologación de Chile para poder exportar caracoles a la Unión Europea”, contó la propietaria de Empresas Sur de Chile, María Freire.

En la actualidad, la empresa ha diversificado sus rubros. “En un principio era exportación de una materia prima, como los caracoles vivos; hoy en día, además, tenemos una fábrica de conservas de productos gourmet, la cual ha ido creciendo y sosteniéndose con el tiempo, tanto en el mercado nacional como internacional, que es España”, detalló Freire.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Dentro del mercado nacional, sus productos se encuentran en distintos locales de productos gourmet de la Región del Biobío.

La empresa comenzó a crecer fuertemente “hace como unos dos años, después de montar nuestra fábrica de conservas”, señaló la propietaria. Dentro de los proyectos en carpeta, según explicó la empresaria, está “ampliar las líneas de productos gourmet, que va de la mano con la expansión de la planta de conservas”.

Agregó que los ingresos de la empresa le han permitido “trabajar sin contraer deudas con instituciones financieras o empeñar nuestro patrimonio”. En tanto, las perspectivas de crecimiento “en lo que concierne al año 2011, son de un 30%”.

6.- FLOR DE LIMON “Apuntando a lo Natural”

Flor de Limón es una empresa que, a través del uso de productos naturales, confecciona masas dulces, estilo cóctel, como alfajores, pasteles, tortas, entre otros. “Mi idea es poner al alcance de todas las personas, los mejores productos naturales chilenos”, explicó Eduardo Saavedra, dueño y creador de este negocio.

Luego de quedar sin trabajo, el empresario se inició en la confección de alfajores. Su familia lo ayudaba a comercializarlos, mientras que él comenzó a ampliar la gama de productos y cantidades. Sus alfajores y dulces empezaron a hacerse cada vez más famosos y, por ende, a confeccionarse a mayores escalas.

La fórmula que encontró para entregarle valor a sus productos es utilizar elementos naturales, como la leche para hacer el manjar, frambuesas de huerto para la mermelada, entre otros.

Conoció a la ONG Acción Emprendedora mientras realizaba los trámites de formalización del negocio. Comenzó así a realizar el curso de Gestión de la Microempresa, donde aprendió contabilidad, marketing, entre otros. “Tenía todos los costos malos y me enseñaron a ordenarme. Fue una guía en el momento indicado”, contó.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

A futuro planea centrarse en la venta de productos naturales. “Acción Emprendedora me ha ayudado a ampliar mis fronteras, crecer y mirar más allá de lo que estoy viviendo hoy día”, dijo.

7.- VITASTEMCEL “Tratamiento Veterinario con Células Madre”

Vitastemcel se gestó en 2005, cuando la actual directora de la empresa, la doctora Claudia Domeyko, en un viaje a Estados Unidos vio que los animales con lesiones físicas producto del deporte eran tratados con células madre, las que propiciaban recuperaciones más exitosas. Luego, con sus propios medios económicos y en asociación con otros colegas, los socios de la empresa, hicieron las pruebas en terreno que validaron el protocolo de laboratorio que hizo viable el negocio. De esa manera, tras haber participado en el proceso de Incubación de Innovo Usach, comenzaron sus operaciones.

Actualmente participan como socios los doctores Alejandro Erices, encargado de desarrollo de productos en laboratorio; Cristián Landero, médico veterinario especializado en caballos, y Francisco Rojas médico, veterinario especializado en perros.

“Hemos invertido a lo menos \$20 millones en investigación y recursos humanos, y ya realizamos nueve casos clínicos en equinos y uno en perro en el país, todos con resultados exitosos”, aseguró Domeyko.

A juicio de esta última, las estadísticas internacionales apoyan la necesidad de la existencia de la empresa, ya que “se realizaron estudios en Inglaterra que concluyeron que de cada 100 caballos que corren a la edad de dos años, sólo 10 continúan galopando a los cuatro años por lesiones de tendón y ligamento. Sin embargo, la técnica con células madre permite una recuperación incluso de ejemplares dados de baja por lesiones invalidantes”.

Y explicó que “el método consiste en extraer una muestra de grasa de la base de la cola del animal (caballos) o por medio de una pequeña incisión en la piel por donde se extrae el tejido graso (perros), obteniendo en menos de un día, un concentrado rico en células madre, las cuales son potenciadas con plasma rico en plaquetas y luego inyectadas en el sitio de la lesión”.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

8.- GLED “Realidad Virtual con una Cámara Web”

Gled es una empresa de servicio de software y tecnología que “mediante una imagen impresa en un papel más una cámara web, es capaz de entrelazar elementos reales con virtuales, desplegando en la pantalla del computador animaciones 3D y videos”, aseveró Pablo Valencia (hermano de uno de los socios), encargado del área comercial de Gled.

“La idea nació cuando los socios cursaban un ramo de la Universidad Técnica Federico Santa María, donde se les pedía elaborar un software con alto valor agregado y capacidad de comercialización. Y se obtuvo financiamiento para desarrollar un prototipo del proyecto, ganando el concurso Emprendedores.net organizado por Microsoft y la Incubadora 3IE”, indicó Valencia.

Según cuenta el encargado comercial, para iniciar la operación se necesitaron \$2 millones. Sin embargo, a la fecha se estima que sólo por concepto de propiedad intelectual la inversión alcanza los US\$ 240.000. Los socios de la compañía son Aníbal Valencia, Juan Pablo León, Tomás Mardones y Gonzalo Vallejos (cada uno con un 25% de participación).

Gled ha desarrollado más de 25 proyectos con marcas reconocidas a nivel internacional como: Nestlé, Intel, LG, Chevrolet, Watt`s, Rhein y Suzuki.

Actualmente “se está preparando una visita a Nueva York durante diciembre de este año, patrocinado por ProChile, con el fin de levantar capital y, además, estamos postulando para capital semilla línea 2 patrocinado por Corfo”, indicó Valencia.

Este mes, la empresa participará en Estados Unidos en Ibtec (Intel más UC Berkeley Technology Entrepreneurship Challenge), cita en la cual emprendedores de todo el mundo presentan su ideas y modelos de negocios ante una serie de jurados e inversionistas, con el fin de levantar capital. “Cupo que Gled obtuvo, gracias a que ganó el Desafío Intel Latinoamérica”, aseveró Valencia.

9.- PSYCHO WORLD “Videojuegos Para Teléfonos Móviles”

Max Celedón, propietario de Psycho World, en su niñez disfrutaba modificando videojuegos del otrora famoso Atari. Luego creció y se tituló de ingeniero en la

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Universidad Federico Santa María en la Región de Valparaíso, y gracias a un proyecto creado para la incubadora de negocios 3IE de la misma universidad, creó la empresa Psycho World, dedicada a los videojuegos para celulares. Ya lleva siete años en el mercado, con facturaciones de \$160 millones al año. Según Celedón, “las proyecciones de inversión consideran un monto de US\$ 600.000 por los próximos tres años”.

En un comienzo la empresa obtuvo financiamiento de Innova Corfo por \$35 millones. Es así como se crea el primer programa para comunicarse por telefonía móvil con el Microsoft Messenger, el IMM o Instant Mobile Messenger, que comenzó a distribuirse incluso en Estados Unidos.

“En el 2003 no había nada de smartphones, por tanto, trabajamos por Internet con una empresa sueca que creó la tecnología de soporte para desarrollar juegos en esa plataforma, y así comenzamos a crear juegos sólo para Sony Ericsson. Nosotros hacíamos juegos que se vendían en Europa. Ganábamos la mitad de la venta, algo así como US\$ 1,5 por producto”, aseguró Max Celedón.

Luego, la empresa intervino a más de 35 videojuegos de carreras, puzzles, acción y aventura modificándolos para que los celulares de América Latina pudieran utilizarlos, tal como los usuarios europeos quienes ya conocían esos juegos. Hoy en día la compañía utiliza tecnología Java para crear sus videojuegos, la cual le da mayor compatibilidad con los nuevos aparatos celulares que salen al mercado.

10.- **RUAS** “Sistemas Aéreos Autónomos”

Arturo Álvarez, junto a su madre Elena Cea, son socios de Ruas (Remote Unmanned Aerial Sensing), empresa dedicada al desarrollo de software para sistemas de escritorio y a la robótica, en este último rubro han desarrollado aviones no tripulados autónomos que “permiten capturar información remota, tales como, fotografías, videos y transmisión de datos en línea”, aseguró Arturo Álvarez.

Según él, “la idea surge de un proyecto de investigación. Aunque esta tecnología existe a nivel militar, desde el punto de vista civil hay pocas experiencias”.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Respecto al financiamiento, “fácilmente hemos invertido de nuestro bolsillo y con capital semilla de Corfo (\$6 millones), un total de US\$ 60.000, y por el momento no contemplamos mayores inversiones, aunque todo depende de los nuevos proyectos que aparezcan”.

En la actualidad, la industria que más está requiriendo este servicio es la minería, seguida de la agricultura y obras viales. Hemos contactado negocios con Antofagasta Minerals y la proveedora para la minería ICOM.

Y agregó que “nuestra propuesta es ventajosa, ya que el control de avance del rajo, de obras, el control movimientos de tierra, el control ambiental del entorno, el monitoreo de relaves y el reconocimiento de sectores para factibilidad de proyectos habitualmente se hace con máquinas tripuladas, por tanto, al ser monitoreado todo con aviones no tripulados disminuye considerablemente los costos”.

Respecto a su apreciación sobre el proceso de incubación de un emprendedor, comentó que “en mi caso, Innovo Usach aceleró el proceso de encontrar capital y apoyó las debilidades que tenía como emprendedor”. (Fuente: Estrategia On-Line)

2.2 Tipos de financiamiento al emprendimiento en Chile.

Al analizar los ejemplos de exitosos emprendedores en Chile, nos podemos dar cuenta, de la divergencia en cuanto al tipo de negocio en el cual se encuentran inmersos estos y nos saltan muchas dudas del porque a ellos les funciona y a otros no.

Una parte fundamental del desarrollo de dichos emprendimientos, es el financiamiento.

A continuación, se darán a conocer los tipos de financiamiento al emprendimiento en nuestro país, y los requisitos que necesita cualquier emprendedor para postular a estos beneficios.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

2.2.1 A través de bancos e instituciones financieras

1. **Crédito:** el banco presta a la empresa un monto de dinero que puede ser utilizado sin restricciones y la empresa se compromete a pagos mensuales, a un plazo establecido y con una tasa de interés.
2. **Leasing:** es un contrato de arriendo entre la el banco y el cliente, en que al final del período pactado, el usuario tiene la opción de comprar o devolver el bien en cuestión. El leasing puede ser inmobiliario y mobiliario.
3. **Factoring o factoraje:** orientada principalmente a las pymes, es la transferencia de la cobranza futura de créditos y facturas de la empresa a la institución financiera, la cual dará a cambio el dinero correspondiente al 90% aproximadamente de esas operaciones. La principal ventaja de este instrumento es que permite a la empresa dar crédito a sus clientes sin afectar su flujo financiero.

2.2.2. Fondos concursables de origen público

Generalmente apuntan a emprendedores de pequeñas empresas, que están recién partiendo y necesitan el dinero para despegar. Estos fondos dan un monto específico de dinero -entre \$40.000 y \$180 millones- dependiendo del tamaño del proyecto, del aporte al desarrollo económico que éste pueda aportar a la sociedad o de la innovación asociada. Algunos de ellos son:

1. **Capital Semilla de Sercotec**

Otorgado por el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec), financia y fortalece proyectos que tengan ventas anuales iguales o inferiores a 10.000 UF. Es un programa de carácter regional en el cual postulan emprendedores y empresas de cada región. Un jurado dirime entre los postulantes en función de factores como el nivel de innovación, la capacidad del equipo emprendedor o empresa, la compatibilidad con los intereses regionales y la generación de empleo. Tiene dos líneas, una de emprendimiento y una de empresas, donde se reparten entre \$1.500.000 y \$2.000.000, y entre

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

\$3.000.000 y \$6.000.000, respectivamente. Además, durante el período de postulación, existe una capacitación para la elaboración del plan de negocio. www.sercotec.cl.

2. Subsidios Fosis

El Fondo de Solidaridad e Inversión Social tiene tres programas destinados a apoyar el emprendimiento, “Apoyo al Microemprendimiento”, “Apoyo a Actividades Económicas” y el de “Apoyo a Emprendimientos Sociales”. Estos fondos exigen tener una Ficha de Protección Social y, además de aportes en efectivo, contemplan capacitaciones y talleres. www.fosis.cl.

3. Capital Abeja

Concurso regional otorgado por Sercotec, orientado a empresarias, dueñas de micro o pequeñas empresas, que premia a los proyectos ganadores con dinero en efectivo para promover el crecimiento de sus empresas a través de su desarrollo en nuevos mercados, consolidación en los actuales y fomentar la innovación de productos, servicios y/o procesos. www.sercotec.cl.

4. Fondos y concursos Corfo

La Corporación de Fomento de la Producción, a través de Innova Chile, tiene cerca de 30 fondos concursables de apoyo al emprendimiento y la innovación. Estos entregan un subsidio de hasta el 80% del total del proyecto (varía según el fondo), con un monto máximo. Es por esto que, a la hora de elegir el fondo que más se ajusta al proyecto, es necesario evaluar su dimensión y su impacto. Todos estos fondos exigen una declaración detallada de los gastos de dicho monto, tanto en la postulación, como posteriormente, con boletas y facturas. La mayoría de los fondos de Corfo tienen ventanilla abierta, es decir, están abiertos todo el año. www.corfo.cl/necesidad/emprender.

a) Empaquetamiento Tecnológico para Nuevos Negocios

Subsidio que apoya el desarrollo de productos tecnológicos que presentan una oportunidad comercial demostrable. Financia hasta el 80% del presupuesto total de proyecto, con un tope máximo de \$180 millones. Está abierto todos los días hábiles del año. El trámite debe

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

hacerse a través de una incubadora de negocios que actúe como apoyo en el proceso de innovación, emprendimiento, transferencia y comercialización tecnológica.

b) Gestión de Innovación en Empresas Chilenas

Este fondo es idóneo para empresas ya constituidas que persiguen implementar innovación. El fondo contribuye al desarrollo de capacidades de gestión que promuevan una cultura que facilite y fomente el proceso de generación de ideas y conocimiento. Financia el pago a la corporación experta por la asesoría o el servicio de un software especializado que provea la sistematización del proceso de innovación. Dependiendo del tamaño de la compañía, Innova Chile brinda un cofinanciamiento de un 65% y hasta un 75%. Abierto todos los días hábiles del año.

c) Prototipos de Innovación Empresarial

Este fondo apoya la innovación empresarial de alto riesgo en sus etapas tempranas, cuando están en período de probar prototipos. Incluye actividades que permitan reducir la incertidumbre del negocio, como estrategias de protección de la propiedad intelectual. Pueden postular empresas y personas naturales. Dependiendo del tamaño de la empresa, financia entre un 30% a un 70%. Abierto todos los días hábiles del año.

d) Programa de Preinversiones

Este programa apunta a mejorar la gestión en los procesos habituales arraigados en una empresa ya constituida. Son diferentes fondos destinados a empresas que quieran invertir en energías renovables no convencionales, eficiencia energética, medio ambiente, riego y en áreas de manejo de pesca artesanal. Financia estudios para hacer un mejor uso de los recursos e identificar alternativas de inversión. Pueden postular entidades con ventas anuales de hasta a UF 1 millón. El monto otorgado dependerá de cada una de las categorías (hasta un 50% o 70% del costo total del estudio, con montos tope). Para postular, la compañía debe dirigirse a uno de los Agentes Operadores Intermediarios de Corfo para elaborar el proyecto en conjunto. Abierto todos los días hábiles del año.

e) Programa de Emprendimientos Locales

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Este subsidio entrega dinero a empresas de menor tamaño de una localidad en especial, para que mejoren la gestión y aumenten su competitividad. Pueden postular emprendedores que deseen desarrollar una actividad empresarial o que sus ventas anuales sean inferiores a UF5.000. Financia hasta el 50% de la inversión total en bienes de capital de las firmas que integren el Programa de Emprendimientos Locales, con tope de \$1 millón por institución. Este fondo, a diferencia de los anteriores, no tiene ventanilla abierta, por lo que la fecha de postulación depende de cada zona. La postulación también dependerá de las instancias locales que la Dirección Regional organice.

f) Programa de Apoyo a Proyectos en Etapa de Preinversión

Este programa apoya la ejecución de estudios técnicos y/o económicos que permitan decidir si invertir o no. Pueden postular compañías privadas, nacionales o extranjeras que pretendan invertir un monto igual o superior a UF 3.500 en cualquier región del país, menos en la Metropolitana. El programa financia hasta el 40% del valor del estudio, con un tope de UF 1.000. Para determinar si una empresa es elegible, antes de postular, debe completar la Ficha de Perfil del Proyecto de Preinversión. Abierto todos los días hábiles del año.

g) Programa de Apoyo a la Inversión en Zonas de Oportunidades

Este programa apoya a los proyectos de inversión productiva o de servicios por un monto igual o superior a UF 600 en las Zonas de Oportunidades (zonas extremas del país o zonas de bajo desempeño económico). Financia hasta UF 2.000 por proyecto y es el único que da dinero para activos. Para determinar si es elegible, antes de postular, la empresa debe completar la Ficha de Perfil del Proyecto de Preinversión. Abierto todos los días hábiles del año.

h) Programa de Apoyo a la Inversión Tecnológica

El objetivo de este programa es atraer inversiones de alta tecnología al país, subsidiando componentes que sean determinantes para la materialización de la iniciativa y que permitan su permanencia. Subsidia hasta UF 45.000 por proyecto. Para determinar si es elegible,

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

antes de postular, la empresa debe completar la Ficha de Perfil del Proyecto de Preinversión. Abierto todos los días hábiles del año.

i) Capital Semilla de Corfo

Subsidio que apoya a emprendedores innovadores en el desarrollo de sus proyectos de negocios, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, puesta en marcha y despegue de sus compañías. Financia hasta 75% del monto total del proyecto con un tope máximo de \$40 millones y se puede postular todos los días hábiles del año. El trámite debe hacerse a través de una incubadora de negocios que actúe como apoyo en el proceso de innovación, emprendimiento, transferencia y comercialización tecnológica.

j) Concurso Global Connection

Esta iniciativa tiene como objetivo apoyar a empresas tecnológicas chilenas con menos de cuatro años de vida, en el proceso de aceleración internacional de sus negocios en Silicon Valley, Estados Unidos. Hasta este año, los ganadores iban a la incubadora Plug & Play, sin embargo, en abril de este año, cerraron alianzas con cinco incubadoras más. El programa subsidia el costo del programa de incubación y/o aceleración, más los pasajes aéreos, seguros asociados, alojamiento, movilización y renovación de garantías, lo que equivale hasta un 90% del costo total del programa, con un tope de \$20 millones. Se puede postular todos los días hábiles del año y, para ello, la empresa debe contar con la previa aceptación de la institución que imparte la incubación para luego postular al fondo.

5. Fondos regionales

Existen fondos regionales, como el Fondo de Innovación para la Competitividad Regional de Los Lagos (de Conicyt), el Programa Fortalecimiento Turístico y Gastronómico Región del Bío Bío (de Sercotec) y fondos de las gobernaciones y municipalidades, como el Fondo de Fomento y Desarrollo de Zonas Extremas de las provincias de Palena y Chiloé.

6. Start-up Chile

Es un programa de Corfo que busca atraer start-ups de alto impacto, para comenzar sus proyectos en Chile. El programa entrega US\$40.000 y, actualmente, acoge proyectos

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

chilenos, los que, además de dinero, reciben conexiones, inversiones y posibilidades de negocio. Start-up Chile tiene tres convocatorias al año y, a dos años de su lanzamiento, ha incubado 323 proyectos, de los cuales, 26 de ellos ha logrado levantar capital. Además, la iniciativa ha ganado el reconocimiento internacional e inspirado programas similares en países como Inglaterra, Grecia e Italia. www.startupchile.org.

7. Capital de riesgo

El capital de riesgo es una forma de financiar empresas que están naciendo y que no tienen un historial que permita confiar en sus resultados. Las entidades de capital riesgo o venture capital son entidades financieras cuyo objeto principal consiste en la toma de participaciones temporales en el capital de empresas pequeñas y start-ups, generalmente a través de la Bolsa de Valores. El objetivo es que con la ayuda del capital de riesgo, la empresa aumente su valor y una vez madurada la inversión, el capitalista se retire obteniendo un beneficio.

Corfo también tiene un fondo de capital de riesgo, llamado Capital de Riesgo para Empresas Innovadoras, orientado a empresas de cualquier sector económico, que tengan un alto potencial de crecimiento y que busquen desarrollar innovación tecnológica, y a administradoras, a través de una línea de crédito disponible para Fondos de Inversión para que inviertan en empresas mediante aportes de capital o créditos. En el caso de las administradoras se entrega una línea de crédito por el 200% de los aportes pagados y comprometidos del fondo, pudiendo ampliarse al 300% si se cumplen ciertos requisitos del programa. Por su parte, las empresas reciben un aporte de capital del fondo de inversión, cuyo monto depende de las características y necesidades del proyecto.

Algunas de las empresas de capital de riesgo que operan en Chile son:

- Austral Capital. www.australcap.com .
- Fundación Copec-UC. www.fundcopec-uc.cl.
- ME Capital (exclusivo para mujeres).
- Aurus. www.aurus.cl.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

- Gerens Capital (fondo Precursor). www.gerenscapital.cl.
- Econsult (fondo Halcón II). www.econsult.cl.
- Sembrador (fondo Crecimiento Agrícola). www.sembrador.cl.
- Independencia (fondo Expertus). www.independencia-sa.cl
- AXA Capital Chile. www.axacapitalchile.cl
- Ifincorp (Fondo de Inversión Emprendedor I). www.ifincorp.cl
- Zeus Capital. www.zeuscapital.cl.
- Burril & Company. www.burrillandco.com.

8. Inversionistas Ángel

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) define al inversionista ángel como un individuo que proporciona capital a una nueva empresa o negocio en sus etapas iniciales (formulación de business plan o primeros meses de vidas). Estas empresas o negocios están caracterizadas por altos niveles de incertidumbre, por lo que también están asociadas a altos niveles de retorno exigido y esperado. En general los inversionistas ángeles corresponden a inversionistas informales, sin embargo, pueden adquirir un alto nivel de formalidad al operar en Redes de Inversionistas Ángeles.

Algunas de las redes de inversionistas ángel que operan en Chile son:

- Chile Global Angels. www.chileglobalangels.cl.
- Southern Angels. www.southernangels.cl.
- Ángeles de Chile. www.angelesdechile.cl.
- Ángeles del Sur. www.angelesdelsur.cl.
- Ángeles Dictuc. www.dictuc.cl.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

9. Incubadoras de negocios

Una incubadora es una entidad que busca ayudar a una empresa en etapas iniciales a acelerar su crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios, entre ellos, la disposición de espacios, capacitación y acceso a redes (networking). Usualmente son patrocinadas, apoyadas y operadas por compañías privadas, entidades gubernamentales y/o universidades.

2.3 NORMATIVA LEGAL PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO

2.3.1 Ley de Agilización de Trámites

La Ley 20.494, publicada en el diario oficial el 27 de Enero de 2011, facilita la constitución y funcionamiento de nuevas empresas.

Componentes fundamentales de la ley:

- ✓ Sustituir la publicación en el Diario Oficial de la constitución, modificación y disolución de sociedades, por su publicación en la página Web del mismo Diario Oficial de manera gratuita.
- ✓ Establece la obligación de las Municipalidades de entregar inmediatamente una patente al contribuyente.
- ✓ Establece la obligación del Servicio de Impuestos Internos de autorizar el uso de factura electrónica y factura de inicio, en forma inmediata al trámite de inicio de actividades.

2.3.2 Ley de Constitución inmediata de empresas

- ✓ Reduce los costos de crear o modificar empresas (sociedades).
- ✓ Un trámite y costo cero.
- ✓ Sistema totalmente electrónico para:

I. Constitución de empresas y sociedades en forma simple, gratuitas y optativas al actualmente existente.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

II. Registro de Empresas y Sociedades electrónico de acceso público, gratuito y de fácil administración para usuarios.

III. Obtención de Rut e Iniciación de Actividades ante el SII es automático.

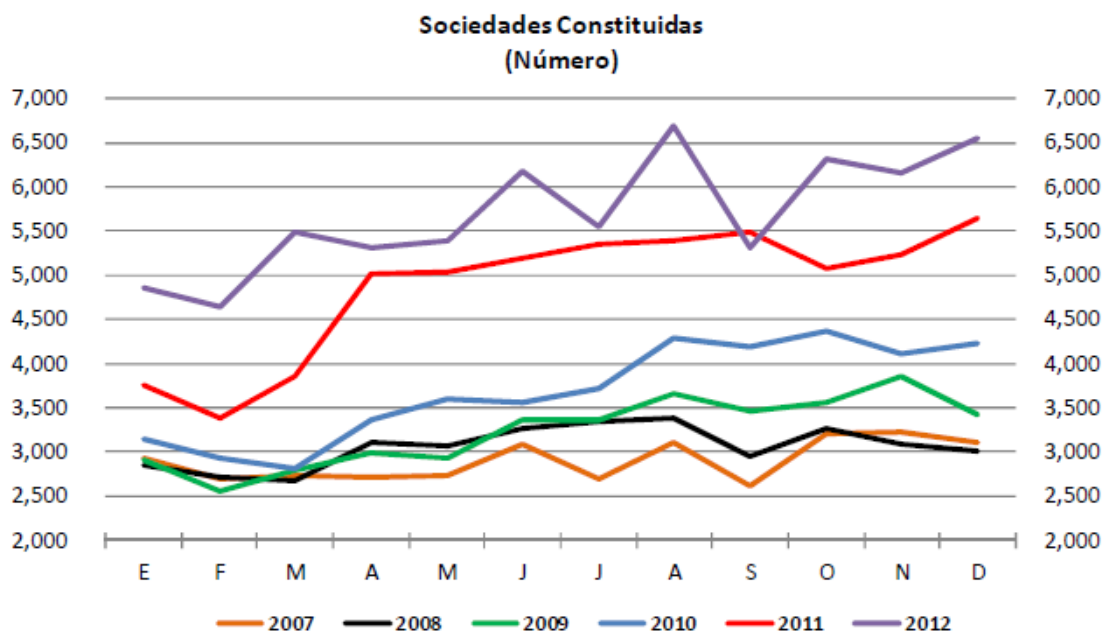
IV. Modificación, transformación, fusión, división, disolución y terminación de empresas y sociedades es de simple administración, barato y rápido.

- Traspaso de sistema antiguo al nuevo es simple de administrar y de ejecutar.
- Los beneficiados son 1 millón de emprendedores informales y empresas de personas naturales.

2.3.3 Constitución de Sociedades:

Gobierno de Chile | Ministerio de Economía 10 En abril de 2011 se produce un cambio favorable en la constitución de empresas debido a la implementación de la Ley de Agilización de Trámites, que disminuyó los costos en un 25%, redujo desde 22 a 8 los días requeridos para crear una empresa y eliminó un trámite.

Grafico 3 “Construcción de empresas en Chile”

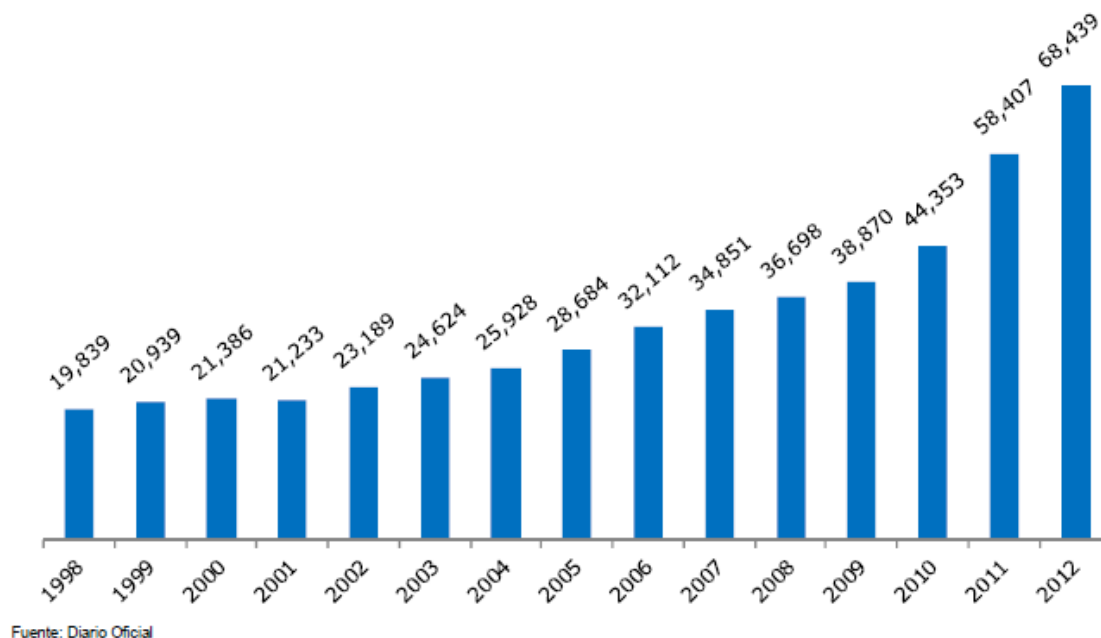


Fuente: Diario Oficial, elaboración propia

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

A partir de entrada en vigencia de la ley 20.494, la constitución de sociedades en el diario oficial ha aumentado fuertemente. El 2011 aumentó un 32% y el 2012 un 17% respecto del año anterior. En un año se generará un ahorro de US\$ 15 millones al año para la sociedad. En el año 2012 se constituyeron 68.439 sociedades.

Grafico 4 “Crecimiento del desarrollo de empresas en Chile”.

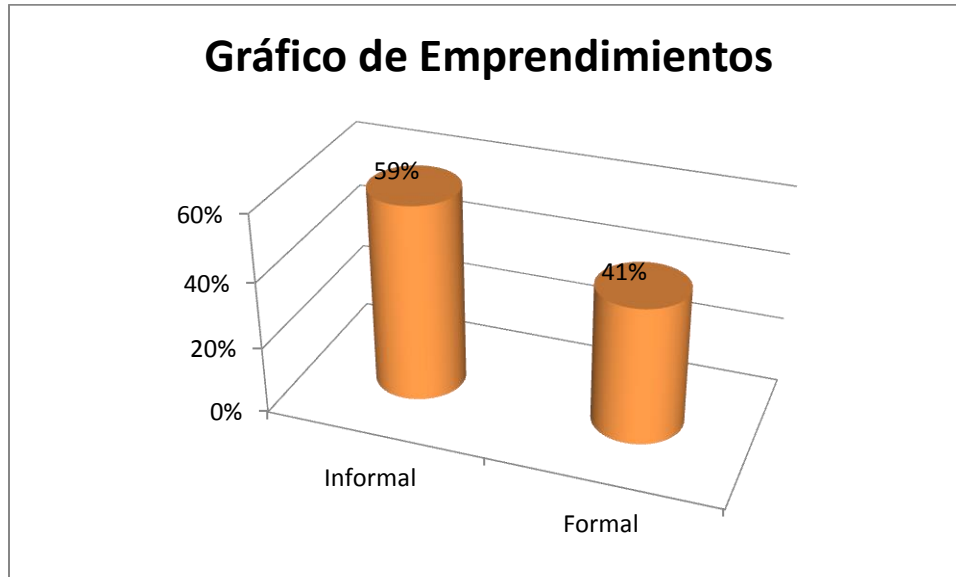


2.3.4 Emprendedores formales e informales

Según los resultados de la encuesta sobre emprendimiento, se estima que en Chile existen 1.730.000 emprendedores entre empleadores y trabajadores por cuenta propia. De este total, se ha determinado que un 41% corresponde a independientes formalizados con 692.109 empresas y un 59% a informales que alcanzan a 1.001.730.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Gráfico 5 “Porcentajes de desarrollo de emprendimientos con o sin formalidad”



Fuente: Elaboración propia a base de datos del diario oficial

2.3.5 Razones de la informalidad

De los emprendimientos informales, en torno a 190.000 empresas estarían en condiciones de formalizarse, ya que al ser encuestadas esgrimieron razones de costos, dificultad de tramitación y desconocimiento entre los motivos por los cuales no han realizado los trámites ante el SII.

Además, se sabe que 120.000 empresas han considerado formalizarse, pero finalmente no lo han hecho y otras 57.000 se encontrarían en trámites de formalización en SII al momento de ser encuestadas.

De tal forma, se tendría que los emprendimientos que potencialmente se podrían formalizar son 367.000, lo que representa a un 37% del total de emprendimientos informales.

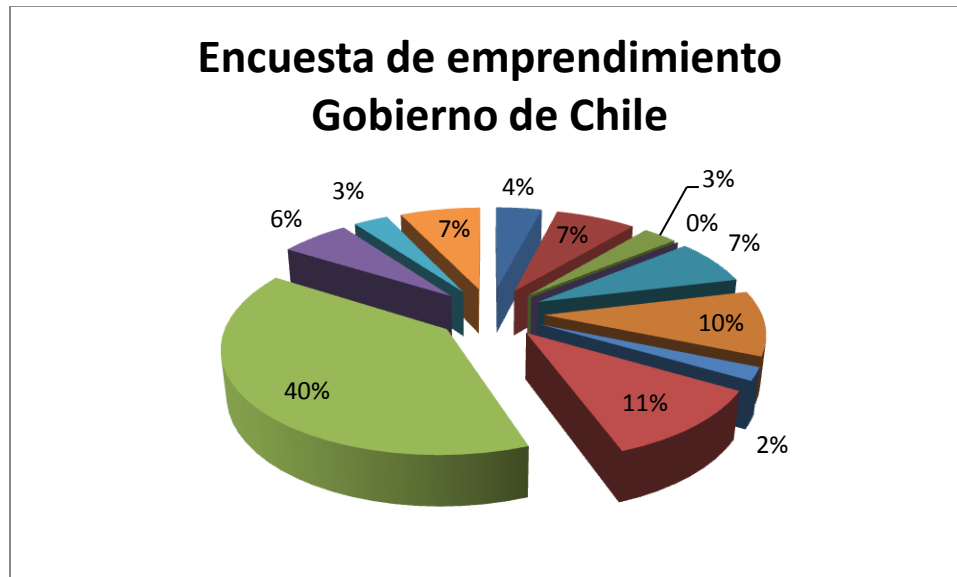
Según la encuesta que realizó el gobierno de Chile en cuanto al tema de emprendimientos, en su calidad formal e informal, a continuación se muestra el siguiente ítem de preguntas que se desarrollaron para la misma, así como también, la gráfica de resultante.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Tabla 2: Preguntas realizadas a los emprendedores.

Preguntas	Porcentajes
No responde	4%
No sabe	7%
Otros	3%
No ha podido cerrar la actividad anterior	0%
El registro no es esencial	7%
Ningún negocio como el suyo está registrado	10%
No sabe cómo registrarse	2%
No ve beneficios en registrarse	11%
Empresa demasiado pequeña	39%
Costos adicionales demasiado altos	6%
El proceso de registro toma demasiado tiempo	3%
El proceso de registro es muy costoso	7%

Grafico 6 “Principales razones de la informalidad de emprendimientos en Chile”



Fuente: Elaboración propia a base de datos del diario oficial

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

2.3.6 Factores Institucionales:

- Ley 20.494 de Agilización de Trámites.
- Ley 20.659 sobre Constitución de Sociedades en un día a costo 0.
- Sercotec: capital semilla y abeja.
- Corfo: garantías para operaciones crediticias.
- Revisión y mejora de programas de asistencia técnica y programas de desarrollo de negocios de forma asociativa en ambas instituciones.
- Trámites Municipales: Proyecto Certificado Digital de Zonificación, Evaluación Permisos Sanitarios y Proyecto de Ley de Calidad de la Construcción.
- Reforma Ley de Quiebras.

Factores económicos:

- Ciclo económico:
 - Entre el 2010 y 2012 el país creció un 5,8% promedio anual.
 - El 2013 se estimó un crecimiento de un 5,5% y sobre esa cifra será un éxito. El desempleo bajará nuevamente y la inflación seguirá contenida.

2.4 EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE.

¿Cómo es el emprendedor chileno?³⁷

Las características del emprendedor en Chile

- a) Edad: La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 37,4 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 46,2 años.

³⁷ Reporte de Actividad Emprendedora en Chile 2012

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

- b) Escolaridad: El 62% de los emprendedores en etapas iniciales tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria.
- c) Motivación: El 80% de los emprendedores iniciales manifestó que su motivación para emprender fue una oportunidad de negocio y el 20% lo hizo por necesidad.
- d) Sector Económico: El 57,3% de los emprendedores iniciales y el 55,7% de los establecidos se encuentran insertos en el sector de servicio al consumidor.
- e) Dedicación: El 45,2% de los emprendedores iniciales y el 74,2% de los establecidos se declaran autoempleados.
- f) Creación de empleo: El 54,3% de los emprendedores iniciales y el 46,2% de los establecidos esperan contratar de uno a cinco trabajadores en los próximos 5 años.
- g) Nivel de ingresos: Prácticamente la mitad de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran en los estratos socioeconómicos C2 y C3.

2.4.1 El emprendimiento juvenil.

Luego de analizar los datos sobre el emprendimiento en Chile, particularmente sobre los rasgos del emprendedor en nuestro país, otorgados por el GEM, podemos concluir que el principal ente que genera emprendimientos e innovación en el país es el sector joven de la población.

En 1999, el Instituto Nacional de la Juventud estimó importante propiciar un proyecto de investigación que analizase el perfil del emprendedor económico, en particular, del emprendedor juvenil de negocios. Los propósitos últimos asociados a la realización del proyecto tenían que ver con la necesidad de conocer en profundidad los pre-requisitos y condiciones que deben ser satisfechos en la eventualidad que ese organismo estatal tome la decisión de prestar apoyo al trabajo independiente entre la población juvenil de escasos recursos, en la meta de aportar a la disminución de los niveles de desempleo que han sido tradicionalmente muy elevados en este segmento etáreo y, en particular, entre los jóvenes social y económicamente más vulnerables.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

2.4.2 Clasificación de los Emprendimientos Económicos Juveniles

Se definieron las tipologías como aparatos conceptuales o marcos de referencia utilizados en el proceso de producción de conocimientos por medio de los cuales se distinguen tipos o clases de fenómenos sociales que supuestamente responden a una misma naturaleza social y presentan similares manifestaciones en la realidad ³⁸. En el proceso de construcción de la tipología sugerida en el Estudio se utilizó un conjunto combinado de dos criterios considerados relevantes.

Un primer criterio es la capacidad de sostenibilidad en el tiempo, que está vinculada, a su vez, a las posibilidades concretas de capitalización. En este sentido, la combinación de las clasificaciones utilizadas por el FOSIS (FOSIS, 1999), por un lado, con la propuesta por Aguilar, por otro lado (Jesús Aguilar, 1994, citado por Sulmont et al., 1996), da lugar a un interesante esquema conceptual. A saber:

- a) Unidades de subsistencia, o unidades productivas “que no poseen capacidad de ahorro, y que incluso pueden encontrarse en proceso de descapitalización” (FOSIS, 1999: 4). Se trata de emprendimientos en los que los montos de ingreso generados no permiten la mantención del capital con el cual ellas trabajan, y en los que se confunde el capital de trabajo con los ingresos o remuneración del trabajo. Su principal objetivo es alcanzar la satisfacción de las necesidades básicas de su dueño y de su grupo familiar;

³⁸ Estudio se encarga de recordar, que éstas son: a) constructos sociales en cuya generación interviene el hombre, y que, por ende, responden a determinadas posiciones éticas y valóricas; b) que constituyen sistemas formales arbitrarios que, al trabajar con generalizaciones, simplifican la realidad aunque, a la vez, ayudan a aprehenderla y a comprenderla; c) que no se puede exigir a las tipologías exhaustividad puesto que la realidad social es demasiado compleja como para poder ser “encapsulada” en sistemas formales; y d) que dado que las realidades sociales no son inmutables sino que evolucionan junto con el hombre.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Unidades sustentables, o unidades “con capacidad de ahorro limitada y con escasas posibilidades de innovación y/o de ampliación de su capacidad instalada”(ibid); en estos emprendimientos los ingresos permiten la remuneración del factor trabajo y la mantención del capital, y, por ende, la continuación del emprendimiento, y;

- b) Unidades con potencial de desarrollo, que son aquellas que, “teniendo capacidad de ahorro, presentan dificultades de acceso al sistema financiero” (ibid). Estas unidades logran mantener un nivel de operaciones que no sólo les permite la reposición del capital, sino, además, la acumulación y la reinversión en pequeña escala (ver Aguilar, 1994, citado por Sulmont et al., 1996).

Un segundo criterio dice relación con la racionalidad económica o formas específicas que toma el proceso de producción de bienes o de prestación de servicios en términos de organización del trabajo, de administración de los recursos (capacidad de gestión administrativa, financiera y del personal), y del manejo de la relación con los mercados (utilización de técnicas de comercialización y de marketing)³⁹.

La aplicación simultánea de los dos criterios enunciados - sostenibilidad y racionalidad económica -, da lugar a una tipología como la presentada en el Cuadro N° 1. A su vez, este constructo conceptual otorgó la posibilidad de ordenar las unidades productivas de acuerdo con su potencial de desarrollo. La premisa básica subyacente a este ordenamiento responde a la constatación de que no es suficiente la capacidad de ahorro para la mantención de estas unidades en el tiempo, sino que, además, otros factores, como la capacidad de gestión, de dirección financiera, de comercialización, entre otros, constituyen elementos claves para su sostenibilidad y su capitalización

³⁹ Este estudio se considera importante como criterio clasificatorio. Además, el carácter formal o informal de una unidad presenta varias dimensiones, entre las cuales se encuentra una de índole administrativo-tributaria, y otra referida al respeto de las normas jurídico-laborales (

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

A partir del análisis del Cuadro N°1, es posible deducir que, siguiendo la combinación de criterios antes señalados, se configura la existencia teórica de 7 tipos de emprendimientos, cuales son:

a) unidades que funcionan a un nivel de extrema precariedad; b) empresas precarias; c) y d) iniciativas económicas que funcionan a niveles elementales (niveles básicos 1 y 2); e) emprendimientos que funcionan en un nivel intermedio; f) y g) entidades que no presentan grandes tropiezos para operar (unidades de nivel superior y unidades consolidadas).

Por lo general, las unidades de subsistencia funcionan, o bien a nivel de extrema precariedad o a nivel precario (no tienen capacidad de ahorro y no existe ninguna o existe sólo una de las tres condiciones asociadas a la racionalidad económica), o bien al nivel básico 1 (sin capacidad de ahorro y presentan a lo más dos de tales condiciones) (ver Cuadro N° 3).

Las sustentables - que poseen cierta capacidad de ahorro -, pueden ser del nivel básico 2 (es decir, poseen una de las características que definen la presencia de racionalidad económica), o de nivel intermedio (presentan dos o tres de las características que se vinculan a la racionalidad económica).

Las unidades con potencial de desarrollo, por su parte, según sus propios niveles de capitalización, y según si cumplen o no con todas las condiciones de la racionalidad económica, pueden ser de nivel superior o bien ya consolidadas.

En lo que dice relación con el eventual uso del apelativo de “exitoso” o de “no exitoso” de un emprendimiento económico, cabe señalar que esta terminología conlleva un sesgo de evaluación siguiendo un criterio económico. Éste, sin embargo, no constituye el único criterio por el cual es conveniente calificar los emprendimientos productivos, menos aún tratándose de iniciativas llevadas a cabo por jóvenes de escasos recursos. Entre pobladores pobres, tales iniciativas pueden jugar una función de integración social que no son cumplidas por otras instancias y que, en caso de no existir, elevarían los conflictos sociales e incrementarían los nefastos efectos que la pobreza y el desempleo acarrearán para la sociedad.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Asignando, eventualmente, distintas ponderaciones al factor sostenibilidad o capacidad de capitalización, por un lado, y a las tres variables que definen el factor racionalidad económica, por otro lado, y utilizando una escala preestablecida de puntuaciones, es posible clasificar los emprendimientos de negocios en alguna de las categorías contempladas en esta tipología. Un proceso de construcción de cada una de estas variables permitirá una medición objetiva del nivel de funcionamiento de los diferentes emprendimientos.

CUADRO N°2: Tipología de emprendimientos económicos juveniles.

	Unidad con Potencial De Desarrollo	Unidad Sustentable	Unidad de Subsistencia
Existe división del trabajo, existe capacidad de gestión, y se recurre a técnicas de comercialización y marketing	E. Cons.	E. Nv Medio	E. Nv B1
Existe capacidad de gestión y división del trabajo, pero no existen estrategias de comercialización y marketing	E. Nv. Sup.	E. Nv. Medio	E. Nv B1
Existe capacidad de gestión y se aplican técnicas de comercialización y marketing, pero no existe división del trabajo	E. Nv. Sup.	E. Nv. Medio	E. Nv B1
No existe capacidad de gestión, pero existe una cierta división del trabajo, y se recurre a técnicas de comercialización	--	E. Nv. Medio	E. Prec.
Existe capacidad de gestión, pero no existe división del trabajo ni se aplican técnicas de comercialización y marketing	--	E. Nv. B2	E. Prec.
No existe división del trabajo ni capacidad de gestión, pero se aplican técnicas de comercialización y marketing	--	E. Nv. B2	E. Extrema Prec.
No existe capacidad de gestión ni existe división del trabajo ni se aplican técnicas de comercialización y marketing	--	--	E. Extrema Prec.

Fuente: Tipología del emprendimiento juvenil en Chile. Instituto Nacional de la Juventud

E. Nv Cons. = emprendimiento de nivel consolidado

E. Nv. Sup. = emprendimiento de nivel superior

E. Nv. Medio = emprendimiento de nivel intermedio

E. Nv. B2 = emprendimiento de nivel básico 2

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

- E. Nv. B1 = emprendimiento de nivel básico 1
- E. Prec. = emprendimiento de nivel precario
- E. Extrema Prec. = emprendimiento de nivel de extrema precariedad

2.4.3 El perfil de los Jóvenes Emprendedores

Para establecer una definición teórico-conceptual del perfil del emprendedor se recurrió a la revisión de la literatura existente y disponible en el país, como, también, fueron analizados los resultados arrojados por estudios especializados. Para llegar a la caracterización de la educación a distancia y a la determinación de la pertinencia y factibilidad de un programa de esta naturaleza, orientado a la formación de jóvenes emprendedores de negocios de escasos recursos, también se recurrió a la lectura de una extensa bibliografía.

Se procedió a sostener conversaciones con informantes calificados. Algunos de estos expertos son profesores de la Universidad de Santiago de Chile que tienen o han tenido activo protagonismo en el desarrollo de programas de creación de microempresas dirigidos hacia estudiantes de esa casa de estudios. Otros son profesionales vinculados a organizaciones no gubernamentales que apoyan el desarrollo microempresarial.

Se realizaron entrevistas semi-estructuradas a cinco encargados de programas de apoyo al emprendimiento económico cuyas poblaciones objetivo son pobladores de escasos recursos.

A objeto de verificar empíricamente la validez de la definición conceptual sobre capacidad emprendedora formulada por el Estudio, y con la intención, además, de aportar al proceso de operacionalización de este concepto, se procedió a la elaboración de un instrumento psicológico ad hoc, el cual permite medir la presencia/ausencia de los factores considerados críticos por el Estudio en el perfil del emprendedor, a saber, las capacidades de innovación y de asumir riesgos moderados. En este esfuerzo, se colocó especial cuidado en que el test se encontrara adaptado a la realidad social, económica y cultural de los jóvenes urbanos de escasos recursos del país.⁴⁰

⁴⁰ Investigación realizada para el Instituto Nacional de la Juventud por Teresita Selamé, socióloga, de la Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles de la Universidad de Santiago de Chile, contando con la colaboración de Jorge Ochoa Moreno (sociólogo), y Cristián Kaiser Caldera (psicólogo), entre enero y agosto de 1999

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Tal como se ha señalado, en la búsqueda de aquellos rasgos que conforman el perfil del emprendedor de negocios se llegó a hipotetizar que los factores críticos que lo distinguen son las capacidades de innovación y de asumir riesgos moderados, y que éstos suelen estar acompañados por cuatro rasgos de personalidad - motivación de logro, autonomía en la acción o capacidad de tomar iniciativas, autoconfianza y optimismo -, por ciertas habilidades y talentos, como son la de persuasión y la de formular planes de acción, y por ciertas conductas y actitudes, entre las cuales se encontraba la visión de futuro.

Sobre la base de esta conceptualización, se desarrolló una metodología de investigación que, a la postre, permitió corroborar, pero, a la vez, ampliar la definición conceptual planteada.

En efecto, en relación con los dos rasgos definidos como críticos en el perfil del emprendedor, a partir de la aplicación, a ocho jóvenes emprendedores, de entrevistas en profundidad y de las pruebas psicológicas a las que se ha hecho anteriormente referencia, se concluyó que el factor innovación se encontraba en éstos en un grado alto, en tanto la capacidad de asumir riesgos moderados estaba en un nivel medio. El comportamiento de este último indicador debe analizarse, sin embargo, sin perder de vista las condiciones contextuales específicas, en particular, las condiciones económicas muy difíciles, por las que atravesaban los jóvenes. En el contexto de grave restricción económica que vivía el país al momento de la entrevista, la que afectaba particularmente a los jóvenes entrevistados, no era de extrañar encontrar que la capacidad de asumir riesgos alcanzase un nivel medio - aunque, cabe resaltar, hubo dos casos que puntuaron alto en este factor. Para estos jóvenes, el arriesgar capital implicaba arriesgar de hecho su patrimonio personal.

A este respecto, en el Estudio se plantea que una forma interesante de haber comprobado si, efectivamente, estos jóvenes tenían o no capacidad de asumir riesgos, habría sido proceder a la aplicación de este test a jóvenes que se encontraban en similares circunstancias socio-económicas, pero que nunca habían optado por el trabajo independiente.

Se concluyó, además, que un tercer factor debía pasar a integrar la lista de factores críticos: el factor autonomía e independencia en la acción.

Capítulo Nº2: Emprendimiento en Chile.

También se comprobó que los restantes rasgos postulados como relevantes se encontraban efectivamente presentes, aunque no de un modo particularmente significativo, en la muestra de jóvenes entrevistados.

Un aspecto que llamó la atención en relación con las características psicológicas de los entrevistados fue la no existencia de indicadores de inestabilidad emocional, por lo que se pudo hipotetizar que, a pesar de sus precarias condiciones de existencia, éstos habían podido desarrollar una personalidad relativamente sana, y que la explicación más plausible de ello se encontraba en el fuerte apoyo familiar que recibían.

En otro orden de cosas, en relación con ciertas características socio-demográficas de los jóvenes entrevistados, pudo constatarse que, en general, tenían un nivel de escolaridad relativamente elevado: seis de ellos habían alcanzado Tercero o Cuarto Año de Enseñanza Media, en tanto que los dos jóvenes que presentaban los menores niveles educacionales poseían Primer y Segundo Año de este nivel de enseñanza. La mayoría había proseguido la modalidad Técnico-Profesional: sólo 2 de los 8 casos analizados había proseguido la modalidad Científico-Humanista. El Estudio plantea, a este respecto, que “sería interesante verificar si, a nivel nacional, esta última modalidad de enseñanza conlleva un efecto favorecedor de la actividad económica independiente en mayor medida que la Científico-Humanista, y si la adquisición de competencias técnicas en determinados oficios explicaría tal efecto”.

También pudo constatarse que, por lo general, los jóvenes analizados vivían como allegados en los hogares de sus padres, porque, o bien tenían su propio núcleo familiar (esposo/a e hijos) y no disponían de su propia casa, o bien, tenían edad para vivir solos y no lo hacían. Es importante relevar la situación de hacinamiento existente en los hogares, por cuanto en espacios muy reducidos debían habitar un importante número de personas (por lo general, 5 ó más).

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

2.4.4. Características de los Emprendimientos Económicos Juveniles

A pesar de la existencia de la condición de hacinamiento, los emprendimientos ocupaban los espacios del propio hogar. Ello provocaba interferencias de la actividad económica en la vida familiar, y viceversa, de la vida familiar y social, en la función emprendedora.

El hogar se veía invadido por esta actividad, lo que tiene “tanto una faceta social - los emprendedores con sus actividades interfieren con la vida familiar y social normal de los integrantes del hogar y se suceden continuas interrupciones a la vida familiar cuando los potenciales clientes solicitan ser atendidos -, como una de salubridad e higiene ambiental, al tener que soportar los integrantes del hogar el polvo, las pelusas, los gases, y las emanaciones que despiden las materias primas e insumos utilizados en las respectivas actividades de producción o de prestación de servicios”. Por lo demás, los espacios eran muy reducidos e insuficientes para la realización sin complicaciones de la actividad productora/comercial.

También se constató el efecto contrario: familiares, vecinos y conocidos constituían una constante “amenaza” para la continuidad de las labores productivas, por cuanto los asuntos domésticos, familiares y sociales demandaban frecuentemente la atención y el escaso tiempo de los emprendedores.

A excepción de un solo caso, se constató la presencia de padres emprendedores. En frecuentes ocasiones, no sólo los progenitores, sino, también, los abuelos y/o los tíos y/o los hermanos, no habían querido trabajar como asalariados, prefiriendo la actividad independiente.

Esta última constituye, precisamente, una característica adicional importante de destacar entre todos los jóvenes entrevistados: no se proyectaban a futuro como asalariados, sino que tenían planes para continuar como independientes (ejerciendo, por lo general, la misma actividad que desarrollaban al momento de la entrevista).

A través del análisis de la información cualitativa, es posible señalar la importancia que el aprendizaje informal del oficio, adquirido en el hogar o en los propios puestos de trabajo, tuvo en la formación técnica alcanzada por los entrevistados. Salvo dos casos de egresados

Capítulo Nº2: Emprendimiento en Chile.

de la Enseñanza Media Técnico-Profesional, que desarrollaban el oficio adquirido en instancias formales, los restantes casos correspondían a aprendizajes efectuados en forma autodidacta, mediando la intervención de familiares, de personas cercanas al hogar, y de ex-empleadores.

En lo que compete al nivel de funcionamiento de las unidades económicas, éstas se movían en niveles muy precarios. Midiendo sus niveles de sostenibilidad en el tiempo sólo con criterios semi-objetivos basados en las observaciones realizadas y en las declaraciones de los propios entrevistados, se pudo establecer que la mayoría de tales iniciativas (4 sobre 7) tenía un carácter de subsistencia. Tres de ellas podían considerarse sustentables, en tanto que respecto de una de ellas no fue posible emitir un juicio debido al carácter de actividad secundaria que presentaba el emprendimiento para su gestor. En el caso de los emprendimientos de subsistencia, tanto el rubro de actividad desarrollado como las condiciones generales del país que han determinado una considerable falta de poder adquisitivo de la población, explicarían la condición de incapacidad de capitalización en que se encontraban.

Se constató escasa diversidad en lo que concernía a los rubros que eran asumidos por las mujeres: 4 de las 5 jóvenes entrevistadas se dedicaban a la confección, en tanto la quinta se dedicaba al comercio. Por su parte, las actividades de los emprendedores varones se asociaban a diferentes rubros de producción: mueblería, mecánica automotriz, artesanía en joyas. Esta situación no hace sino concordar con la forma divergente de inserción en el mundo laboral que presentan en la realidad los hombres y mujeres económicamente activos del país.

Es digno de resaltar la situación de “simultaneidad o co-existencia” que presentaban los rubros en los que se centraban los emprendimientos. Al menos en el caso de 3 de las 5 jóvenes entrevistadas, y de 1 de los 3 jóvenes varones, se combinaba el rol de productor/a y de prestador/a de servicios con el de comerciante, o viceversa, el de comerciante con el de prestador/a de servicios y de productor/a.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

A pesar de su precariedad económica, los emprendimientos analizados no presentaban deudas, lo que respondía a una decisión racionalmente tomada por parte de sus gestores. Éstos no accedían ni tenían pensado tantear la posibilidad de acceder a créditos bancarios o de entidades financieras. Dependían de su propia capacidad de trabajo y de ahorro. De ahí la importancia que para ellos tiene el mejoramiento de la situación económica del país, y el que el dinero “vuelva a entrar en circulación”.

El ahorro inicial que había permitido la compra de las maquinarias, por lo general salió del propio trabajo del/de la emprendedora o del aporte de algún familiar cercano.

Con una sola excepción - aunque sólo era una excepción relativa, porque, en dicho caso, el emprendedor ocupaba de hecho la casa de su padre como lugar de habitación y de trabajo-, era determinante en estos emprendimientos el apoyo recibido en el pasado y en el presente del grupo familiar. Los emprendedores parecían tener tal grado de dependencia respecto de este apoyo, que surgen dudas sobre la factibilidad de que puedan continuar con ellos en caso de abandonar su hogar para irse a vivir en casa propia. Estos apoyos toman formas diversas, que van desde el otorgamiento de facilidades para que ocupen parte de la casa (como lugar de habitación y de trabajo), hasta la transmisión de aprendizajes sobre técnicas de producción, pasando por el apoyo moral, la colaboración a través del aporte en trabajo, la búsqueda de clientes, la atención de los clientes, el cuidado de los hijos pequeños, entre otras formas. Se está en presencia, entonces, de emprendimientos que conllevan un factor o componente “familiar” - aunque muchas veces invisible -, bastante importante.

En este sentido, constituyen potenciales amenazas para la permanencia de los emprendimientos, el no poder seguir contando con el apoyo de la familia, así como la posibilidad de que los emprendedores o alguno de sus familiares sufran enfermedad o accidente grave.

A excepción de dos de los emprendimientos visitados - uno que tenía un carácter formal, y un segundo que tenía un carácter semi-formal, estos emprendimientos se destacaban por su informalidad tanto legal, administrativo-sanitaria como laboral.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

No existen reales indicios de que sus dueños/as tengan contemplado realizar las gestiones que los transformarían en emprendimientos formales. Más bien se podría afirmar que el costo de la formalización resultaría letal para la sobrevivencia del emprendimiento.

Llamó la atención el bajísimo valor que los emprendedores cobraban por sus productos o por los servicios que prestaban. Esta falta de correspondencia entre el capital y el trabajo invertidos y la retribución recibida a cambio, en parte tenía que ver con la falta de conocimientos adecuados para efectuar los cálculos que hubiesen llevado a una correcta determinación de precios y valores, pero, fundamentalmente, la explicación parecía provenir de la necesidad de vender a cualquier precio, ganándole a la competencia, y de la exigencia de ponerse a la altura de la capacidad de compra de su clientela (por lo general, vecinos tanto o más pobres que los/las mismos/as emprendedores/as).

Para una importante proporción de los entrevistados constituía una preocupación central el poder contar con un “poder comprador” de cierta magnitud y que éste se mantuviese estable en el transcurso del tiempo. En este sentido, se puede afirmar que los/las emprendedores/as entrevistados/as mantenían capacidad ociosa o capacidad no utilizada en términos de maquinaria y de tiempo disponible para trabajar. Cuando existía poca demanda por sus productos o servicios, éstos/as buscaban rápidamente qué hacer, volcándose al desarrollo de otra(s) actividad(es), las que, por lo general, se vinculaban al comercio.

En general, los jóvenes no declararon tener problemas de gestión (división del trabajo, planificación de actividades, contabilidad de ingresos y gastos, utilización de técnicas de comercialización). Por el contrario, llamó la atención comprobar que los emprendimientos eran manejados con un importante nivel de racionalidad económica. Reconoció eso sí, una importante proporción de ellos, como un problema que los afectó en el pasado, el no haber sabido proceder a la determinación de los precios de los productos que confeccionaban o de los servicios que prestaban. Uno solo de los entrevistados insinúa que actualmente todavía “se cae” a veces en esta materia.

En los casos analizados, la sostenibilidad de los emprendimientos parecía depender no tanto de aspectos vinculados a la racionalidad con que sus dueños los conducían, sino de condiciones del entorno económico general del país, y en particular, de aquéllas que tienen

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

incidencia sobre la demanda, o, lo que es lo mismo, sobre el poder adquisitivo de la población (políticas de generación de empleos, desincentivos directos o indirectos a la importación de productos extranjeros que compiten con los productos nacionales, etc.). En otras palabras, estos emprendimientos parecen presentar alto grado de vulnerabilidad frente a las decisiones de orden macro-económico.

2.5 EMPRENDIMIENTO EN LAS UNIVERSIDADES CHILENAS

Las universidades e institutos profesionales en nuestro país, desarrollan sus emprendimientos a través de la conformación de incubadoras, son organizaciones que detectan y potencian ideas emprendedoras e innovadoras para otorgarles asesoría especializada, infraestructura física, redes de contacto, acceso a financiamiento y capacitación continua en un ambiente empresarial estimulante.

2.5.1 Perfil de las incubadoras

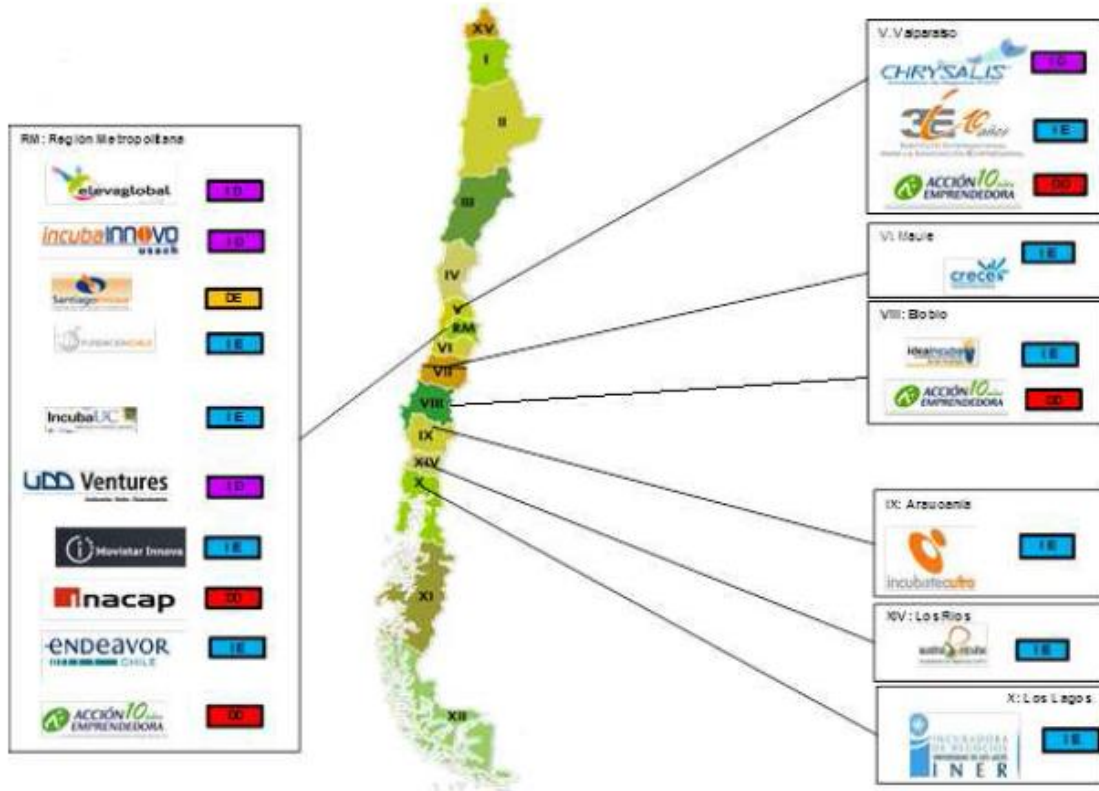
La clasificación de las incubadoras según el tipo de emprendimientos al cual se focaliza, fue definida por la Gerencia de Emprendimiento durante el año 2012. De esta manera existen las Incubadoras de Innovación, que apoyan emprendimientos con alcance global, e Incubadoras de Desarrollo, las que apoyan emprendimientos más tradicionales y con alcance nacional.

Asimismo, se clasifican según su antigüedad y grado de madurez. Es así que se reconocen las incubadoras en desarrollo, las que se encuentran en etapas tempranas de maduración y tienen aproximadamente hasta 3 años de antigüedad; y las incubadoras establecidas, que son las que llevan operando más tiempo (más de 3 años) y tienen un grado de madurez mayor en sus procesos y servicios.

De acuerdo a las clasificaciones anteriores, en resumen, se distinguieron cuatro grupos de incubadoras: de innovación en fase desarrollo (ID); de innovación establecida (IE); de desarrollo en fase de desarrollo (DD) y de desarrollo establecida (DE). En el Gráfico 1 se muestra la distribución de las incubadoras por región y al grupo al que pertenece.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Grafico 7 “Distribución de las incubadoras, por región y tipo”



Fuente: Reporte de incubadoras 2012

En cuanto a la composición de los directorios de las incubadoras, estos están conformados, en promedio, por un 81% de personas pertenecientes al sector privado.

El 90% de las incubadoras realizan una rendición formal de cuentas al directorio (consejo o autoridades universitarias o municipales). La frecuencia promedio con que se reúnen las autoridades es cada 3 meses. Sin embargo, la frecuencia que más se repite en los datos entregados por las incubadoras es cada un mes, por lo tanto, en la mayoría de las incubadoras los directivos se reúnen con mucha frecuencia.

Tal como especifica la NBIA en el manual de “Las mejores prácticas en acción”, el tamaño y composición del directorio debe reflejar las necesidades de la incubadora. Inicialmente, el directorio debe poseer la cantidad mínima suficiente de directores para llevar a cabo las tareas de dirección estratégica y apoyo al gerente. Con el tiempo, nuevos miembros deben sumarse para satisfacer las necesidades de la incubadora.

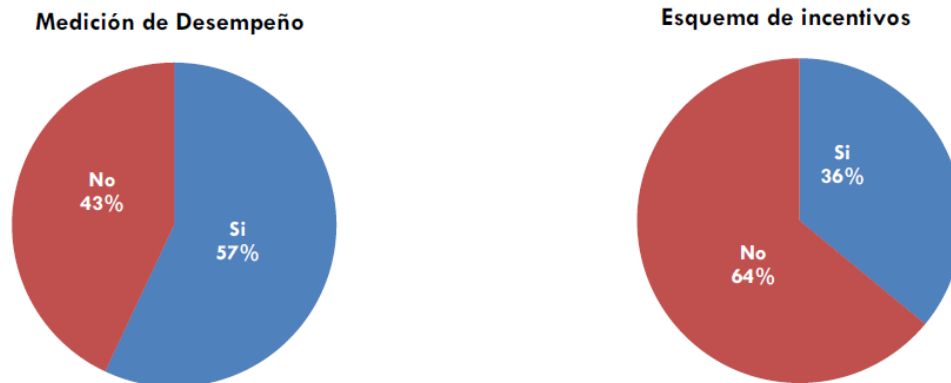
Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

El directorio de una incubadora exitosa incluye un mix de individuos con diferentes características y habilidades.

2.5.2 Gestión de la Incubadora

Dos aspectos fundamentales para el análisis de la gestión de la incubadora son la medición de desempeño y el esquema de incentivos. En este sentido, se observa que el 57% de las incubadoras declara revisar regularmente el desempeño del equipo de gestión en base a indicadores clave de desempeño. Un 43% no lo hace. Por otro lado, el 64% del total de incubadoras afirma no poseer un esquema de incentivos que permita alinear los intereses del director ejecutivo con el éxito de la incubadora.

Grafico 8: Medición de desempeño y esquema de incentivos para las incubadoras con financiamiento CORFO

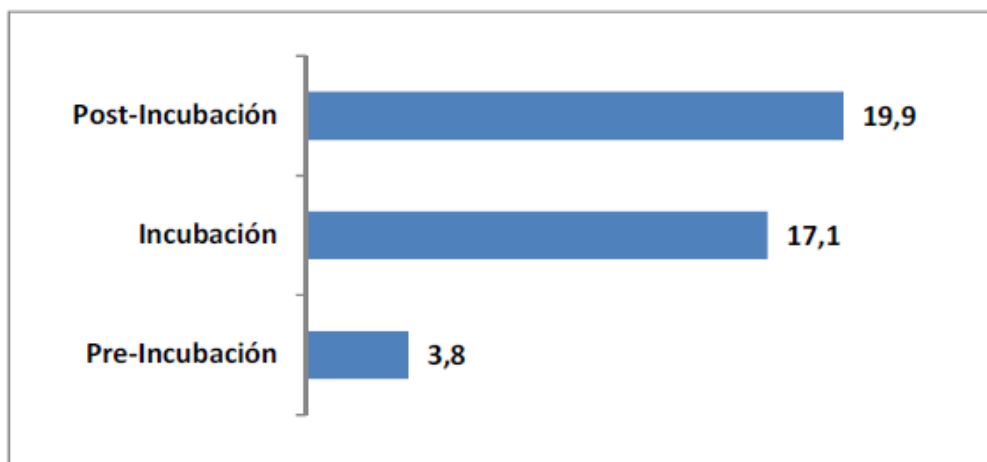


Fuente: En base a la información provista por 14 incubadoras en la encuesta enviada en el proceso de monitoreo y evaluación.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Medición de desempeño y esquema de incentivos para las incubadoras con financiamiento CORFO

Gráfico 9: Tiempo promedio del proceso de incubación Incubadoras CORFO (meses)



Fuente: Información suministrada por 11 incubadoras en el caso de pre-incubación, 12 para incubación y 8 para graduados, en la encuesta a incubadoras.

Vinculación con el conocimiento y tecnologías de alto nivel

En general, de las 10 incubadoras que tienen registros de marca o patente, ninguna supera la cantidad de 15 marcas o patentes, a excepción de una que presenta 36 registros de marca. Cabe mencionar que las 10 incubadoras analizadas son incubadoras de innovación. Las incubadoras de desarrollo que son financiadas por CORFO no presentan patentes ni registros de marcas.

Vinculación con el entorno

Respecto a la participación en redes relevantes para el apoyo a los emprendedores incubados y para el sector al que pertenecen los negocios de dichos incubados, en el caso de las incubadoras que reciben financiamiento CORFO, un 57% respondió que participan o son socias de redes internacionales y un 64% de redes nacionales. Se observa que nueve incubadoras participan en 15 redes nacionales y ocho participan en 23 redes internacionales.

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

A nivel internacional, el manual de las mejores prácticas en acción de la NBIA establece que ayudar a los incubados a establecer redes brinda numerosos beneficios tales como:

- ✓ Brinda apoyo moral y psicológico,
- ✓ Ofrece oportunidades para compartir experiencias y recursos,
- ✓ Ayuda a incrementar el conocimiento y el aprendizaje de los clientes, y
- ✓ Traslada la responsabilidad de asesorar a los clientes a expertos externos.

Todo esto permite que la gerencia de la incubadora pueda dedicar más tiempo a monitorear y evaluar el progreso del incubado.

2.6. EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD DEL BIO BIO

La Universidad del Bio Bio cuenta con diversas actividades para el fomento de la formación de emprendedores e innovación, en la actualidad, se dictan dos diplomados, el primero de ellos sobre liderazgo y emprendimiento, y el segundo sobre habilidades sociales.

Este año, la universidad ha abierto un nuevo diplomado, enfocado a la Innovación y Gestión Tecnológica en el Sector Forestal.

Estas medidas tomadas por nuestra casa de estudio son sin duda importantes, sin embargo, abarcan un universo muy pequeño de alrededor de 300 alumnos, entre las sedes de Concepción (casa central) y Chillan (sede La Castilla y Fernando May), que en su totalidad suman más de 3000 alumnos, por lo que el impacto que genera en los estudiantes es menor.

Actualmente, la universidad se encuentra inmersa en dos proyectos de innovación.

- a) Proyecto de Ingeniería 2030: El Proyecto Ingeniería 2030 adjudicado por la Facultad de Ingeniería de la Universidad del Bío-Bío, la Frontera y de Talca, constituye un aporte fundamental en innovación basada en ciencia para la Facultad de ingeniería. Este proyecto se basará en los avances logrados por los Convenios de

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

Desempeños de la UBB, especialmente por el CDInES, Convenio de Armonización Curricular y Movilidad Internacional. Todas las modificaciones curriculares y el modelo de innovación se ponen a disposición del proyecto Ingeniería 2030, para potenciar el trabajo de los académicos y estudiantes.

La propuesta de las tres casas de estudio estatales fue una de los cinco seleccionadas en el Programa Ingeniería para el 2030, en el concurso convocado por Innova Chile – Corfo, para la implementación de una estrategia para la formación de ingenieros de clase mundial, con un fuerte enfoque en innovación y transferencia tecnológica.

La decisión de participar en este desafío nació en la ciudad de Arica, en enero del año 2013, en el marco de una reunión del Consejo de Rectores, oportunidad en que los rectores Álvaro Rojas, de la Universidad de Talca; Sergio Bravo, de la Universidad de la Frontera; y Héctor Gaete, de la Universidad del Bío-Bío, aunaron voluntades para alcanzar este objetivo.

Los actores involucrados para este desafío son la Facultad de Ingeniería con la Rectoría y la Dirección General de Investigación, Desarrollo e Innovación, que permitió alcanzar este importante logro que confirma a la UBB como una institución que apuesta por la excelencia.

El proyecto involucra igualmente la creación de dos núcleos que recibirán y difundirán información, desde y hacia el mundo, en ámbitos de formación en Ingeniería y de investigación, desarrollo, innovación y emprendimiento. Todas estas estrategias se materializarán a través de la generación de una Macro Facultad Virtual integrada por las tres universidades -de características basales similares y complementarias- .

El proyecto para la formación de ingenieros de clase mundial es liderado por el decano Peter Backhouse. Está avaluado en 15 mil millones de pesos, de los cuales alrededor de 8 mil millones serán financiados con fondos del Programa Ingeniería para el 2030.

- b) Proyecto Hábitat Sustentable: Es un proyecto desarrollado por la Universidad del Bio Bio a través de un convenio de desempeño de apoyo a la innovación en

Capítulo N°2: Emprendimiento en Chile.

educación superior 2013-2016, cuyo propósito es aumentar significativamente la innovación basada en ciencias de la universidad.

La propuesta denominada “Explotación de conocimientos e innovación de clase mundial en biomateriales y eficiencia energética para un hábitat sustentable” se organiza en torno a cuatro ejes principales:

- Diseño y Construcción en Madera
- Biomateriales
- Construcción sustentable
- Ciudad

En ella se plantea un modelo de alianza estratégica con instituciones internacionales, nacionales y empresas, que aborde las demandas de innovación, desarrollo y transferencia en hábitat sustentable, entendidas con una perspectiva global.

Este proyecto pretende crear los espacios de integración entre actores internos y externos a través de la ciencia, la investigación aplicada, que permitan sentar las bases de un cambio cultural hacia la innovación en el medio y la universidad.

Busca potenciar la transferencia hacia la sociedad en forma de productos, procesos y servicios, incorporando nuevas demandas para el desarrollo de investigación aplicada en innovación.

En este proyecto participan todas las facultades de la Universidad, más de 60 investigadores de diferentes grupos, estudiantes de pre y postgrado, en conjunto con equipos nacionales e internacionales socios a fin de generar y compartir resultados.

Como resultado del proyecto se crea el Centro de gestión de innovación y sustentabilidad de la Universidad del Bio Bio (CIS), que articula las capacidades humanas y materiales internas de distintos centros y grupos de investigación, activando cambios curriculares hacia el pre y postgrado, vinculándose con actores externos para innovar.

El CIS dispondrá del apoyo especializado en gestión de la innovación para hacer efectivo el modelo de innovación abierta de la UBB.

Capítulo Nº2: Emprendimiento en Chile.

Al alero del CIS, se constituye un consorcio tecnológico como espacio permanente de articulación con socios estratégicos, entre los que destacan los centros tecnológicos UBB y que permitirán nuclear a los nuevos centros creados a través de este proyecto como son el centro de la ciudad, el de diseño de productos y el de alto valor de la madera.

El CIS dispone de apoyo especializado en:

- ✓ Relaciones con el medio y búsqueda de nuevas oportunidades, estudios y prospectiva
- ✓ Apoyo a la formulación y seguimiento de proyectos
- ✓ Valorización, protección intelectual y comercialización de resultados
- ✓ Difusión y comunicaciones

Y se articula con la incubadora de empresas de la universidad CREando UBB, para apoyar el emprendimiento y la creación de empresas.

Como se menciona recientemente, la universidad además de lo expuesto, cuenta con su propia incubadora de empresas CREando UBB, la cual presta servicios de apoyo, educación y fomento del emprendimiento de los estudiantes tanto de la casa de estudios como particulares, además de las asesorías, CREando UBB unidad dependiente de la dirección general de Investigación, Desarrollo e Innovación, DGI. Fue creado en el marco del Programa Regional de Incubación de Empresas en octubre del año 2001 con el fin de contribuir al desarrollo económico de la región, a través de la creación de nuevas empresas y negocios que ayuden a transformar su sistema productivo. Tiene su oficina central en Concepción y una sede en Chillán.

CREando se ha propuesto “Generar Negocios Exitosos”, a través de la creación de condiciones que disminuyan el riesgo asociado al nacimiento de éstos. Para ello ha desarrollado un modelo de incubación de negocios que se caracteriza por el acompañamiento en la gestión de empresas, participando de manera activa en los procesos

Capítulo Nº2: Emprendimiento en Chile.

de cierre de ventas (monitoreo, seguimiento y control de los contratos) y facilitando el contacto con potenciales inversores. Además, incorpora un sistema de coaching que realiza un cuerpo de tutores expertos en diversas áreas.

A la fecha más de 70 empresas han contado con el apoyo y asesoría de los profesionales y técnicos de CREando de la Universidad del Bío-Bío. Del total de proyectos acogidos un 46% de ellos proviene de la comunidad universitaria asociada a la Universidad del Bío-Bío, y un 54% proviene de emprendedores regionales y esta cartera de negocios se compone principalmente por proyectos del área de las TICs, diseño, agroindustria y salud.

CAPITULO N°3

Análisis de resultados y desarrollo del modelo propuesto

Capítulo N°3: Análisis de Datos

3.- ANTECEDENTES GENERALES

Para realizar la encuesta, se tomaron en cuenta los distintos rasgos que posee la principal fuerza innovadora del país que son los jóvenes, a continuación, se dan a conocer los puntos claves de la conformación de dicha encuesta de evaluación.

3.1 CARACTERISTICAS DEL EMPRENDEDOR

- 1.- Liderazgo: Es capaz de mover masas y organizar grupos para el logro de una meta u objetivo.
- 2.- Audacia: Toma riesgos; responde primero el qué antes del cómo, sabiendo qué es lo que quiere llegar a lograr y en quién quiere convertirse.
- 3.- Confianza: No espera a que nadie le dé una oportunidad, cree en él y en su proyecto, y lucha por sacarlo adelante.
- 4.- Tenacidad: Es fuerte y perseverante, vive al día con un impulso creciente por mejorar. “Lo que no me mata me hace más fuerte” Friedrich Wilhelm.
- 5.- Responsabilidad: Utiliza su poder en beneficio de todos y sabe asumir las consecuencias de sus actos.
- 6.- Iniciativa: Aplica su talento creativo e innovador para hacer que las cosas sucedan y no solamente ser espectador. Materializa una visión para ponerla en acción.
- 7.- Pasión: Se aferra a lo que anhela, incluso hasta llegar a la terquedad.
- 8.- Solidaridad: Ve por los intereses del grupo; no es egoísta. Recuerda que entre más das, más recibes.
- 9.- Capacidad de aprendizaje: No le importa fracasar pues siempre aprende algo nuevo de sus errores. “Todo fracaso es el condimento que da sabor al éxito” Truman Capote.
- 10.- Equilibrio emocional: le permite enfrentar situaciones adversas, controlar sus emociones, superar el desaliento producido por las derrotas y la crítica de sus enemigos, y tener la claridad mental para solucionar los problemas que se presenten.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

3.2 ANÁLISIS DE ENCUESTA

Sobre un universo de 100 encuestas realizadas a los estudiantes de 4to y 5to año de Ingeniería Comercial de la Universidad del Bio Bio, teniendo un % de respuesta de un 71%, los resultados acerca de las cualidades y/o habilidades de emprendedores que poseen estos alumnos son los siguientes.

En cuanto a las principales cualidades que poseen los alumnos de 4to y 5to año de ingeniería comercial de la universidad del Bio Bio tenemos.

1.- Un alto grado de audacia a la hora de tomar riesgos, según los datos recopilados por las encuestas, el porcentaje total al momento de sumar los datos de las preguntas en cuestión es de un 83%.

Gráfico N° 10 “En relación a tomar responsabilidades laborales y cumplir con ellas”



Fuente: Elaboración propia, a base de encuesta realizada a los alumnos de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio.

De un total de 100 encuestados, de los cuales, respondieron a las interrogantes.

¿Qué sientes cuando debes asumir un riesgo?

¿Cuándo debo tomar decisiones?

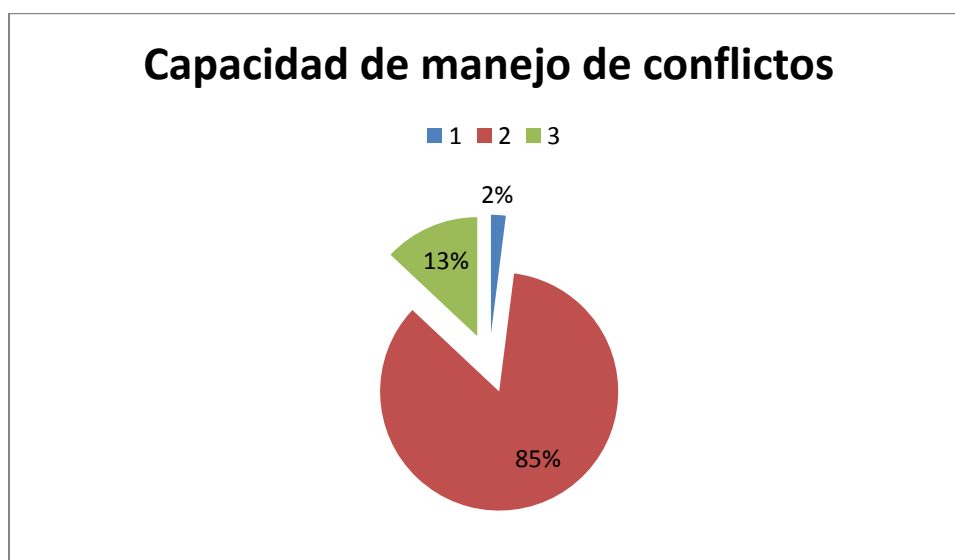
¿En general en mi vida?

Capítulo N°3: Análisis de Datos

El 83% en promedio contestó la pregunta, aceptando el desafío planteado en esta, un 13% prefirió delegar, o recibir alguna instrucción, mientras que solo un 4% esquivó el desafío.

Los jóvenes debido a su edad tienden a ser más audaces a la hora de enfrentar desafíos, esta actitud puede ser vista desde dos maneras, primero, hace que el estudiante comience una actividad cualquiera que sea, con todo el ímpetu que conlleva la juventud, no importando si este es hombre o mujer, sin embargo, como veremos adelante, la mayoría de estos estudiantes aceptan los desafíos, pero en el transcurso de ellos analizan si realmente serán capaces de cumplir en su totalidad con las tareas designadas o no por lo que esta “virtud” en esos casos, se convierte en una detonante importante a la hora de los fracasos en los emprendimientos iniciales.

Gráfico N° 11 “En relación a la reacción del estudiante ante situaciones conflictivas”



Fuente: Elaboración propia, a base de encuesta realizada a los alumnos de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío.

2.- Por otra parte, los estudiantes de 4to y 5to año de ingeniería comercial, mostraron una gran capacidad de resolución y enfrentamiento en cuanto a la resolución de conflictos, este tema es fundamental puesto que demuestra una inteligencia emocional importante, que permite que los profesionales, se enfrenten a situaciones de estrés, problemas laborales, u otro tipo de eventos que generan tensión en las relaciones laborales y/o personales, en las cuales son capaces de dialogar o enfrentar cada situación de la mejor manera.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

A las preguntas:

¿Qué piensas acerca de tu capacidad para resolver problemas?

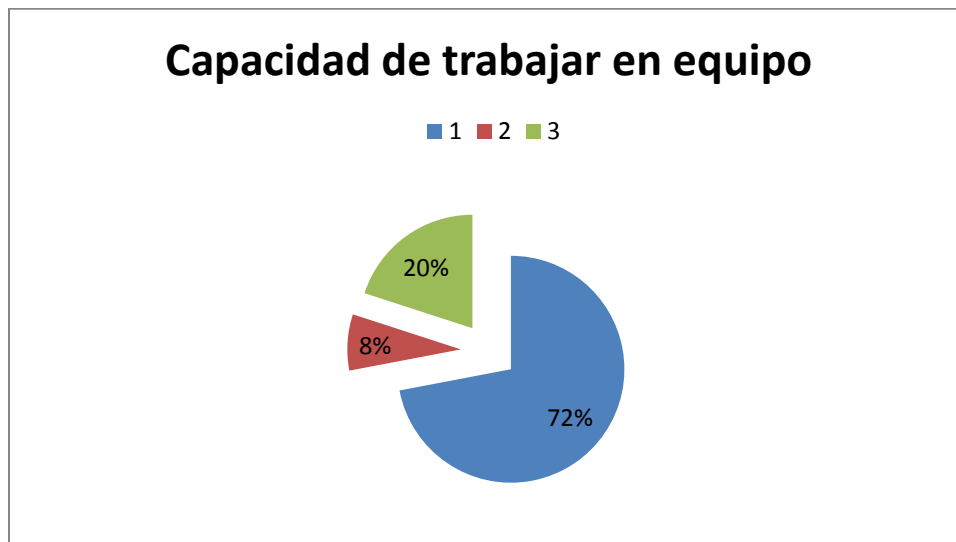
¿Cuándo tiene que realizar una actividad que implica mucha responsabilidad?

Si le proponen algún ascenso o puesto mejor pero que requiere más responsabilidad

Los estudiantes, en un 85% en promedio respondieron de forma correcta a la afirmación preguntada, un 13% de los encuestados contestó que su capacidad de resolución de problemas no era la mejor, sin embargo, no han tenido problema con ella, mientras que solo un 2% de los estudiantes, piensa que carece de estas aptitudes para enfrentar esas problemáticas. Por ende, podemos afirmar que los encuestados, poseen la capacidad de tomar la mejor decisión en momentos complicados, que no esquivan la responsabilidad de realizar una tarea y que son proactivos a la hora de tomar decisiones en cuanto a lo laboral.

En cuanto a lo fundamental que se centra el modelo de habilidades de emprendimiento para los alumnos de 4to y 5to año de ingeniería comercial, según los datos entregados por la encuesta realizada, notamos 3 grandes rasgos a mejorar.

Gráfico N° 12 “En relación a importancia del trabajo en equipo”



Fuente: Elaboración propia, a base de encuesta realizada a los alumnos de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

En cuanto al trabajo en equipo se trata, los estudiantes encuestados, afirmaron ante las preguntas.

¿A la hora de organizar equipos (de trabajo, amigos, etcétera)?

¿Te esfuerzas igual tanto si trabajas para ti mismo como para otros?

En los trabajos en equipo usted suele.

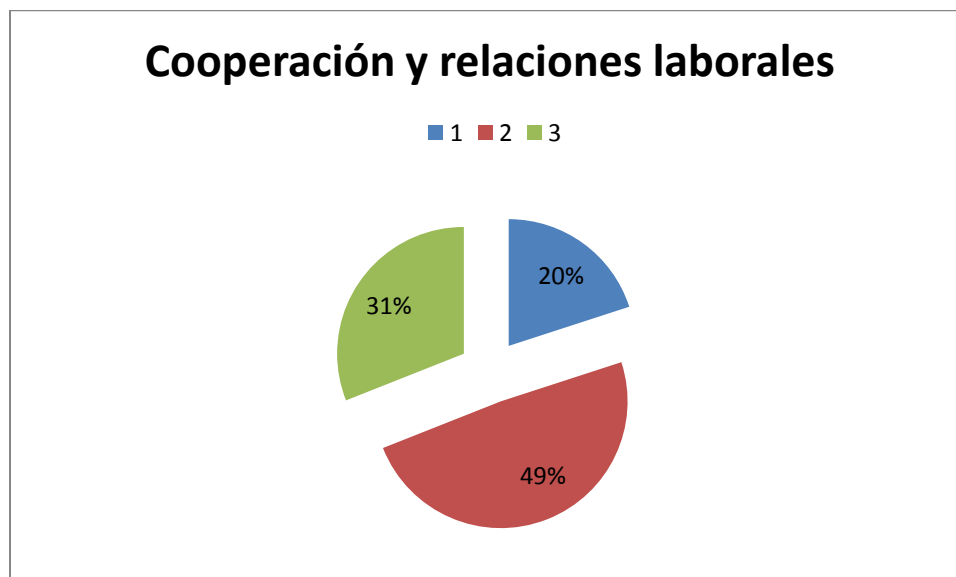
En un 72% prefieren trabajar solos o se esfuerzan más en el trabajo individual que en el trabajo en equipo, consideran que al momento de organizar equipos, tratan de participar en lo que puedan, pero que la labor de asignar responsabilidades y/o tareas las efectúe un tercero, por otra parte, un 20% considera que el trabajar con otras personas, es conveniente ya que estos pueden aportar otra mirada e ideas nuevas para el negocio. A la hora de asumir responsabilidades en cuanto a asumir el rol de líder del equipo, estos opinan que es mejor quitarse del medio y que otros asuman la responsabilidad.

Por último, un 8% afirma que el hecho de trabajar en equipo en vez de solo, mejora las relaciones laborales o educacionales, compromete al equipo en la consecución de metas así como también, genera una retroalimentación importante, un afianzamiento entre sus componentes que al potenciarse los hace importantes para la labor que se esté efectuando. Además, consideran que la formación de equipos es tarea de ellos, se sienten capacitados y son líderes por naturaleza.

Este punto es fundamental a la hora de desarrollar emprendimientos, inferimos que las respuestas entregadas por los encuestados, se deben básicamente a la poca labor práctica que entrega la carrera, es decir, que se centra en una educación teórica, unipersonal que no fomenta la colaboración e imaginación de los alumnos, lo que podría generar estudiantes individualistas, resultadistas y con poca capacidad de innovación. Esta es la principal problemática que encontramos en los estudiantes encuestados y será aquí en donde centrará sus fuerzas el modelo diseñado.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

Gráfico N° 13 “En relación a la formación de equipos comprometidos entre sí”



Fuente: Elaboración propia, a base de encuesta realizada a los alumnos de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío.

En cuanto a la solidaridad laboral, empatía y colaboración entre compañeros, los estudiantes encuestados, de acuerdo a las preguntas.

¿Eres sensible a los sentimientos de las otras personas?

¿Qué piensas de los socios?

¿Cuándo dirijo una plantilla de trabajadores?

El 49% de los encuestados, considera que los socios o la colaboración en equipo, dificulta sus tareas a la hora del rendimiento laboral, por otra parte, también se muestran reacios a los lazos afectivos que se deben formar entre los trabajadores (amistad, compañerismo, lealtad etc.) En cuanto al hecho de liderar un grupo de trabajo, los estudiantes afirman que fundamentalmente, ellos priorizan su formación profesional, de tal manera, no se produzcan malos y efectúen labores que ya han realizado antes.

Por otra parte, el 31% de los encuestados, afirma que es mejor que los compañeros de equipo de trabajo elijan la labor que quieren desempeñar, de tal manera que se sientan a

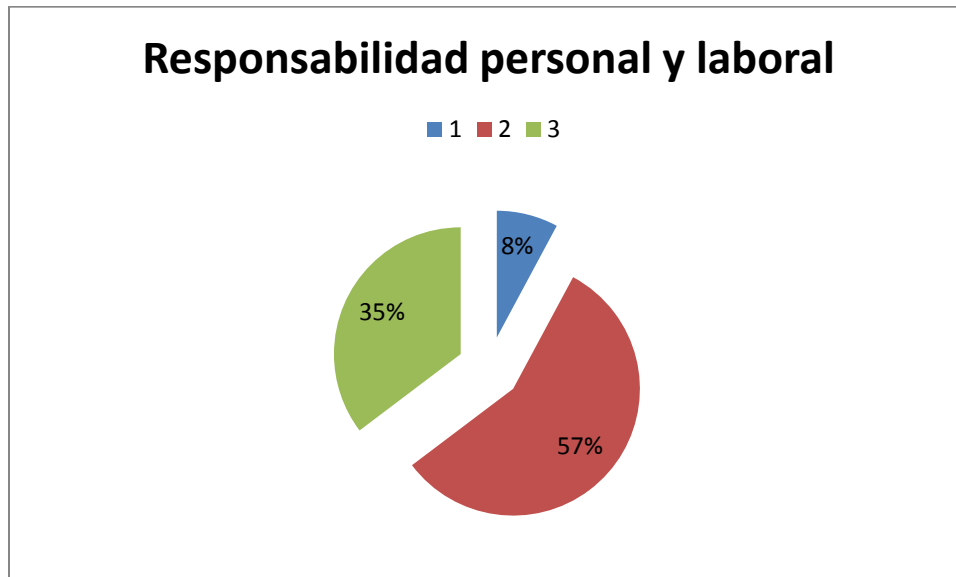
Capítulo N°3: Análisis de Datos

gusto en el trabajo y las tareas restantes ser asumidas por él. También, se muestran inmutables ante los sentimientos de los demás, así como ante la mutua colaboración en el trabajo, estos consideran a los socios o compañeros de trabajo como necesarios aunque prefieren trabajar solo.

Finalmente un 20% de los encuestados, se muestra abierto a compartir y escuchar a los demás, así como también realizar labores en equipo, en el caso de liderar a un grupo determinado, ya sea de trabajadores u compañeros, estos se relacionan de buena manera, tratando de conocer al trabajador para poder delegarle la función que según sus cualidades le resulte más llevadera. En cuanto a los socios, y la relación con los demás, consideran que es fundamental para el desarrollo del trabajo de buena manera, estos aportan con ideas, conocimientos y alivianan las labores.

Las dos problemáticas analizadas hasta ahora, convergen en varios puntos, es fundamental entonces generar una unión entre las partes de tal manera, los jóvenes estudiantes aprendan las habilidades necesarias para fortalecer estas áreas importantísimas a la hora de desarrollar un emprendimiento.

Gráfico N° 14 “En relación a la toma de responsabilidades y realización de ellas”



Fuente: Elaboración propia, a base de encuesta realizada a los alumnos de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

Al comenzar los análisis, dimos un par de virtudes con las que cuentan los estudiantes de 4to y 5to año de ingeniería comercial de la universidad del Bío Bío. Una de estas era que en general, no le temen al riesgo a la hora de tomar decisiones.

Sin embargo, esta cualidad, es de doble filo ya que en el ítem de responsabilidad a las preguntas.

¿Cuándo tiene que hacer una actividad en un plazo muy limitado?

¿Cuándo tiene que realizar una actividad que implica mucha responsabilidad?

Si le proponen algún ascenso o puesto mejor pero que requiere más responsabilidad"

El 57% de los alumnos, responde que asumen la responsabilidad de realizar la labor encomendada, sin embargo, los estudiantes afirman que en el camino van viendo como realizaran las labores, no hay un plan de trabajo, según se van dando las cosas, empieza a analizar cómo se efectúan los trabajos que han aceptado, esto genera en el estudiante un alto grado de estrés así como también de angustia al no saber cómo reaccionar ante los distintos escenarios que se dan cuando asumimos labores de alta relevancia.

Por otro lado, un 35% de los encuestados considera las consecuencias que esta decisión le traerá y según la complejidad de la labor aceptan. Analizan la situación en la que se encuentran y ven sus capacidades para efectuar las labores encomendadas, tienden a estar tranquilos y procuran que todo salga lo mejor posible.

En esta forma de trabajo, el estudiante es bastante realista en cuanto a sus posibilidades y habilidades por lo que confía en sí mismo y en sus cualidades a la hora de desarrollar lo encomendado.

Para finalizar, un 8% de los estudiantes analizados, considera que no deben aceptar los desafíos, creyendo que no serán capaces de realizarlos lo que les genera temor e incertidumbre y terminan por ende evitando la labor. Básicamente porque piensan más que en su crecimiento educacional o laboral, en la comodidad de la situación en la que se encuentran, por lo que en vez de ver un desafío de superación personal, lo ven como un problema y lo esquivan.

3.3 DISCUSION DE LOS RESULTADOS

En cuanto a las respuestas entregadas por los estudiantes y según lo aceptado como respuesta correcta en las interrogantes recién analizadas, se producen divergencias importantes.

En cuanto al trabajo en equipo, la respuesta esperada ante el cuestionamiento de que si trabajaban igual para un trabajo personal o para el de un equipo era.

Lo que realmente importa es el trabajo final

Sin embargo, el 72% de los estudiantes afirma que se esfuerza mucho más en un trabajo personal que en el del equipo de trabajo, esto trae consigo distintas dificultades tanto para la empresa como para el propio trabajador.

El tema de no tener las competencias necesarias en cuanto a habilidades sociales se refiere, nos abre un abanico de medidas a tomar respecto al modelo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de ingeniería comercial de 4° y 5° año de la Universidad del Bio Bio se refiere.

Es claro que esta resistencia por parte de los encuestados al trabajo en equipo puede deberse a varios factores no medibles como por ejemplo, las malas experiencias con sus compañeros en trabajos de universidad, que han generado por ende una pésima actitud de los estudiantes en cuanto a los equipos se refieren.

Otro punto a tener en consideración, son las pocas instancias en las que los estudiantes tienen para desarrollar sus habilidades integradoras en nuestra carrera, la nueva malla de la carrera de ingeniería comercial, cuenta con no más de 2 ramos que fomentan tanto el emprendimiento, como el trabajo en equipo, que son:

- Taller Integrado
- Emprendimiento

Además de alguna formación integral que analiza el tema de forma bastante superficial que por ende, no entrega las herramientas necesarias para que los futuros ingenieros se desarrollen y comprendan la importancia del trabajo en equipo.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

3.3.1 Importancia del trabajo en equipo.

Figura N° 4



Fuente Internet: La imagen representa la protección que el equipo le otorga al líder.

En la actualidad, la capacidad de trabajar en equipo es uno de los requisitos considerados esenciales por las empresas a la hora de contratar a un joven profesional. Hay una nueva forma de pensar las organizaciones empresariales, y saber trabajar en equipo es uno de los puntos básicos para todo aquel que quiera desarrollar su vida profesional en una de ellas.

El trabajo en equipo se centra en la interdependencia activa, consciente y responsable de todos sus integrantes. Esta forma de trabajo exige ser consciente de las virtudes y los defectos de uno, saber cuáles son los propios límites. Ser responsable es saber qué es capaz de producir uno. Es tener la capacidad de responder a lo que se quiere en el contexto de aquello que pasa. Por último, la interdependencia se basa en el saber comunicar, generar una "comunicación eficaz". Como dice Virginia Satir, psicóloga especialista en terapias familiares, "una vez entendido que toda comunicación es aprendida, podemos cambiarla si así lo deseamos". Esto es lograr transmitir lo que quiero de una manera clara, para que el otro entienda perfectamente cuál es mi propósito. No es fácil, requiere la comprensión del "modelo del mundo del otro". Cada uno de nosotros tiene un modelo del mundo particular; ningún modelo es idéntico a otro.

Capítulo Nº3: Análisis de Datos

Nosotros respondemos a la realidad que vivimos de acuerdo con nuestro modelo. Cada uno de los modelos del mundo está compuesto por una serie de creencias (aquello que consideramos cierto y sobre lo cual no aceptamos opinión en contrario). Sobre la base de nuestras creencias, construimos nuestra vida. Según Peter Senge, fundador de la escuela de organizaciones aprendientes, "para la mayoría de nosotros, las estructuras dentro de las cuales operamos son invisibles. No somos ni víctimas ni culpables, sino seres humanos controlados por fuerzas que aún no hemos aprendido a percibir". Estas fuerzas son las creencias que condicionan toda nuestra existencia.

Es muy importante tener esto en cuenta en el momento de iniciar un trabajo en equipo; cada integrante del equipo tiene su propio modelo del mundo, que no es ni mejor ni peor que el de los otros. La clave es aceptar y entender las diferencias para poder generar la tolerancia y la flexibilidad en la comunicación con los demás miembros del grupo.

El trabajo en equipo se basa en compartir y asumir la misión del equipo como razón de ser de su existencia. Las personas reconocen su interdependencia para alcanzar las metas que han establecido con anterioridad. Se toma como punto de partida el hecho de que las metas no se obtendrían si no fueran el fruto del trabajo colectivo e interdependiente. No hay lugar para el egoísmo y el individualismo, sino para las personas completas, que aportan su hacer y pensar al grupo.

Para poder trabajar en equipo, hay que desarrollar el concepto de "negociación". No la negociación en que "uno gana, el otro pierde", sino aquella en la que "todos ganan". Requiere apertura y persuasión, es decir, persuadir al otro de que mi opinión es la mejor y estar abierto a que el otro pueda tener una opinión que es mejor que la de uno. De esta forma, gana el equipo. Todos participan y expresan con libertad sus puntos de vista. Se discute y se negocia. Se asume el conflicto como una parte de la vida del equipo, y se lo resuelve constructivamente.

Confrontar es una oportunidad para aprender. Se logra por medio de un diálogo maduro, ya que, si queremos alcanzar la integración, debemos reconocer el valor de los aportes de los otros y sumar sus aportes a los nuestros. La persona que dialoga genuinamente es capaz de aprender tanto como de enseñar. Sabe escuchar y también sabe expresar.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

Para Eduardo Surdo, psicólogo, los equipos de trabajo maduros:

- ✓ son coherentes;
- ✓ son permanentemente conscientes de su finalidad como equipo;
- ✓ son persistentes y obsesivos para alcanzar sus metas (también son flexibles y creativos a la hora de buscar caminos para llegar a ellas);
- ✓ asumen compromisos (tienen confianza en sus fuerzas y confían también en obtener colaboración de los demás);
- ✓ son tenaces enfrentando obstáculos;
- ✓ reconocen las interdependencias existentes;
- ✓ están orientados a la acción (no esperan que las cosas ocurran, ellos hacen que ocurran);
- ✓ trabajan en un clima de confianza (saben que el conflicto es un aspecto normal de las relaciones humanas y lo consideran como un reto para afianzar su cohesión);
- ✓ se sienten positivamente integrados a su empresa (aceptan el desafío de influenciarla y ser influenciados por ésta);
- ✓ a menudo se detienen a examinar cómo lo están haciendo (pretenden que cada experiencia sea una oportunidad para el aprendizaje).

Por último, me gustaría referirme a la gestión de los problemas y los roles de equipo. Para esto me parece interesante la postura de Geof Cox, quien propone la fórmula que los militares utilizan para disparar sus armas: preparen-apunten-fuego.

Preparen significa saber que se va a disparar y contar con el arma adecuada para ello. Es disponer de toda la información posible sobre el objetivo y sobre las opciones que existen. Consiste en identificar el ámbito del problema, definir sus límites y generar distintas alternativas que lo solucionen. Es decir:

- 1) lograr una comprensión compartida del problema;
- 2) analizar el problema;
- 3) generar alternativas de decisión.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

Apunten implica elegir el arma adecuada y concentrarse en el objetivo por lograr. Es decir:

- 4) evaluar las alternativas de solución;
- 5) tomar una decisión que incluya la creación de un plan de acción.

Fuego significa la acción, el cumplimiento de las etapas preparatorias. Es decir:

- 6) poner en práctica la decisión escogida y asegurar su cumplimiento.

Otro punto de discusión en cuanto a los datos se refiere, se sitúa en cuanto al tema de la solidaridad laboral, este punto se encuentra fuertemente ligado al tema del trabajo en equipo, por lo que no es de extrañar la problemática que se ha generado respecto a lo esperado.

En cuanto a la respuesta esperada en este ítem que sería:

Sí, me interesa mucho lo que sientan y piensen los demás.

El 49% considero a los socios, aliados, u relaciones laborales como delimitantes a la hora de efectuar alguna labor puntual, los estudiantes dejan de lado los sentimientos de humanidad o el hecho de las aptitudes personales para algún cargo o tarea a encomendar, más bien, se centran exclusivamente en las competencias profesionales que posea el empleado para efectuar dicha labor.

En cuanto al impacto que este modelo de habilidades puede tener en esta área en los estudiantes de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, básicamente sería el hecho de desarrollar la mutua colaboración, en una búsqueda constante de entender al otro en cuanto a sentimientos, gustos, preferencias y habilidades se refiere, de tal manera, el empleado efectúe una labor acorde no solo a sus capacidades adquiridas de manera profesional sino que también aptas para sus competencias emocionales.

Es en este sentido, en que el modelo propone importantes mejoras al modelo educativo actual de la universidad que de ser implantado esperamos genere cambios significativos en

Capítulo N°3: Análisis de Datos

cuanto a la actitud de los futuros profesionales de ingeniería comercial para con sus pares, ya sean compañeros de trabajo, empleados, u otros.

3.3.2 Importancia de la solidaridad laboral

En materia laboral, la solidaridad implica una relación de responsabilidad compartida, de obligación conjunta. El sentido de la figura es propender por la protección de la parte débil de dicha relación, y es a partir de éste objetivo como la legislación ha entrado a regular las distintas modalidades de contratación y sus implicaciones a nivel jurídico, social y económico.

Dentro de una persona jurídica, se entiende que sus socios son solidarios cuando todos son individualmente responsables por la totalidad de las obligaciones.

El derecho del trabajo ha sufrido cambios de importancia a partir de la influencia de la flexibilización laboral. Esto provocó modificaciones en las modalidades contractuales entre los trabajadores y los empleadores, originando la aparición de nuevas figuras en el derecho laboral como el fraude y la simulación.

Tanto el fraude como la simulación son consideradas "conductas antijurídicas" que persiguen como objetivo esencial tener un resultado similar al previsto por la ley.

El fraude se caracteriza por ser un vicio de los actos jurídicos y quien lo ejecuta lo realiza con la mera intención de causar un daño o perjuicio a otro o a terceros, persiguiendo como objetivo eludir lo verdadero.

La simulación es otra conducta antijurídica que tiene por función realizar un acto bajo la apariencia de otro, que en la realidad de los hechos no existe.

Ambas conductas reflejan una mera intencionalidad de parte de quienes quieren reducir costos económicos y sociales, pero en el largo plazo se ven perjudicados por las futuras acciones legales que pueden realizar los trabajadores cuando se advierten irregularidades en los contratos laborales.

La finalidad de la figura de la solidaridad en general, es la de facilitar el cobro del acreedor, figura de total actualidad en tiempo de incumplimientos constantes, dificultades

Capítulo N°3: Análisis de Datos

económicas, fraude y simulación, lo que resulta aún más complejo cuando se trata de incumplimientos de carácter laboral, relacionados con derechos fundamentales tales como: ingreso mínimo vital y móvil, vida, seguridad social y el más importante de todos: el principio-derecho de la dignidad humana.

Por último, al analizar las respuestas sobre las preguntas de responsabilidad laboral, nos encontramos con una problemática que podemos entender debido a la juventud de los estudiantes encuestados, estos con facilidad aceptan desafíos, ya sean laborales, personales o de otra índole.

Fundamentalmente en lo laboral, aceptan empleos o tareas de alta complejidad, sin tomar las medidas adecuadas para ello, lo que trae consigo que dejen las labores a medio camino o que intenten correcciones en el desarrollo de la misma, sin una planificación ordenada y coordinada de las tareas, lo que conlleva a deserción laboral, errores y frustración.

En cuanto a lo esperado en este ítem

Usted no se preocupa mucho, tiende a estar tranquilo y procura que todo salga lo mejor posible.

El 57% de los encuestados, respondió que acepta la labor encomendada, pero como se comentó anteriormente, sin tomar las medidas necesarias para efectuar dicha tarea de la mejor manera.

En cuanto al efecto positivo que busca tener el modelo en los estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío, está el hecho de fortalecer las habilidades blandas que estos poseen, encontrar las debilidades y trabajar en ellas, de tal forma, desarrollarlas y poder mejorar la toma de decisiones de los mismos que además de los problemas que estas les pueden acarrear en el futuro profesional, son un tema importante de la vida diaria.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

Existen tres aspectos fundamentales que sobre los cuales queremos reflexionar:

- El interés por el trabajo:

Al referirnos al primero debemos tener presente que no es rentable para la organización contratar a una persona que siente que el trabajo no le gusta, que no lo hace con ganas y que es capaz de sacrificar el interés únicamente por dinero. Al respecto, muchos ejecutivos podrían decir “mientras nos sirva...”. Con esa forma de razonamiento no le hacemos bien ni a la empresa ni a la persona.

Por el contrario, contar con profesionales a los que les guste mucho su trabajo es fundamental. Tienen la suerte de trabajar en lo que quieren, lo hacen con mucho más ímpetu, les es más fácil cumplir objetivos y, por si fuera poco, por encima de cualquiera.

- Responsabilidad:

Respecto al segundo punto, pensamos que no existe, bajo nuestro punto de vista, excusa alguna para que hoy alguien pierda su empleo por falta de dedicación. No darse íntegramente al trabajo es irresponsable. Para nosotros es un problema moral, considerando la alta tasa de desempleo que existe. Arrepentirse después no vale de mucho en estos tiempos.

No dejemos de exigir a quienes creemos que aún pueden dar más. También no dejemos de valorar y reconocer a quienes dan mucho más de lo que uno pudiera esperar.

- Crecer profesionalmente:

Por último y no menos importante, crecer profesionalmente es igual de importante, sino también desarrollarse, aprender e investigar. Algunas personas lo llaman “subir o irse”, “síndrome del sobreviviente” o “sana competencia interna”.

Personas que aplican: “la responsabilidad en el campo profesional”

- ✓ Cumplen con sus promesas y compromisos conscientemente.
- ✓ Respetan sus tiempos.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

- ✓ Se apegan a las normas humildemente, porque saben que su trabajo es tan importante como el de los demás.
- ✓ Saben que su éxito o fracaso va ligado a su capacidad de respuesta
- ✓ Persevera para cumplir con el deber que se le asigno
- ✓ Se impone metas, busca mayores responsabilidades
- ✓ Encuentran auto motivación
- ✓ Acepta el trabajo que puede realizar, delega responsabilidades solo en función de alcanzar las metas
- ✓ Sabe que las excusas y explicaciones son innecesarias
- ✓ Se impone disciplina

3.4 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM):

Como se ha comentado, existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo. No obstante, a pesar de su importancia, la contribución de los emprendedores a la economía también varía en relación a la fase de desarrollo económico.

El modelo del GEM hace una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) que utiliza el Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum, es decir, “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”. Cada una de estas etapas también posee diferentes características, las cuales se ven reflejadas en distintos aspectos de la actividad productiva.

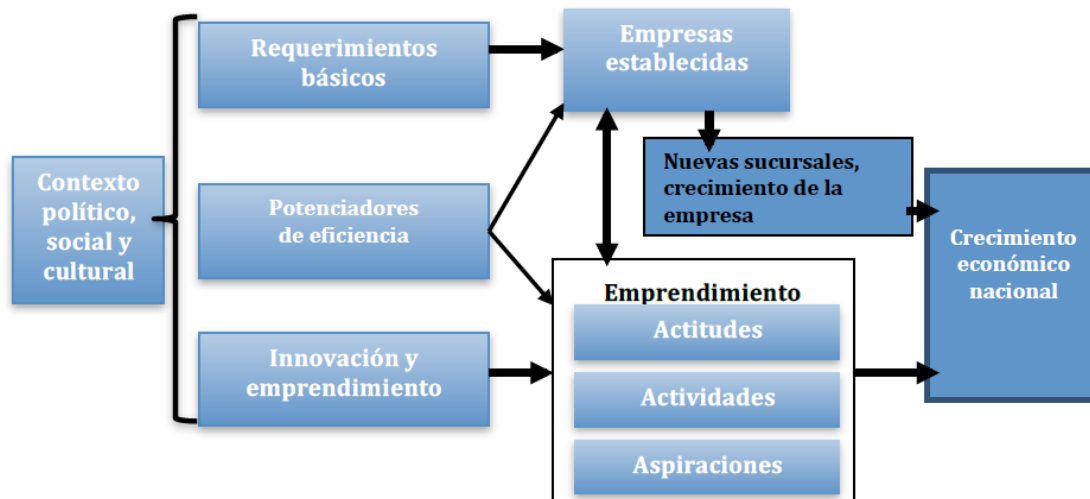
El modelo del GEM remarca que el emprendimiento está compuesto por actitudes, actividades y aspiraciones personales, y que están directa e indirectamente involucradas en actividades emprendedoras. A su vez, esto depende de la sofisticación y grado de innovación que haya en la economía, lo que también depende de cierto contexto político, social y cultural. Esto no implica que una economía más desarrollada no requiera de los elementos básicos y de eficiencia para llegar a una “economía emprendedora basada en la innovación”.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

Asimismo, los países menos desarrollados requieren ir mejorando las condiciones previas a la innovación, pero esto no conlleva a que no haya emprendimiento. Por ejemplo, existe la idea que el nivel de actividad de auto-empleo impulsada por la necesidad es alto, particularmente cuando los niveles de desarrollo económico son bajos, esto porque es posible que una economía no sea capaz de sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad. De este modo, a medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad gradualmente declinan, debido a que los sectores productivos crecen y generan más oportunidades de empleo.

Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto.

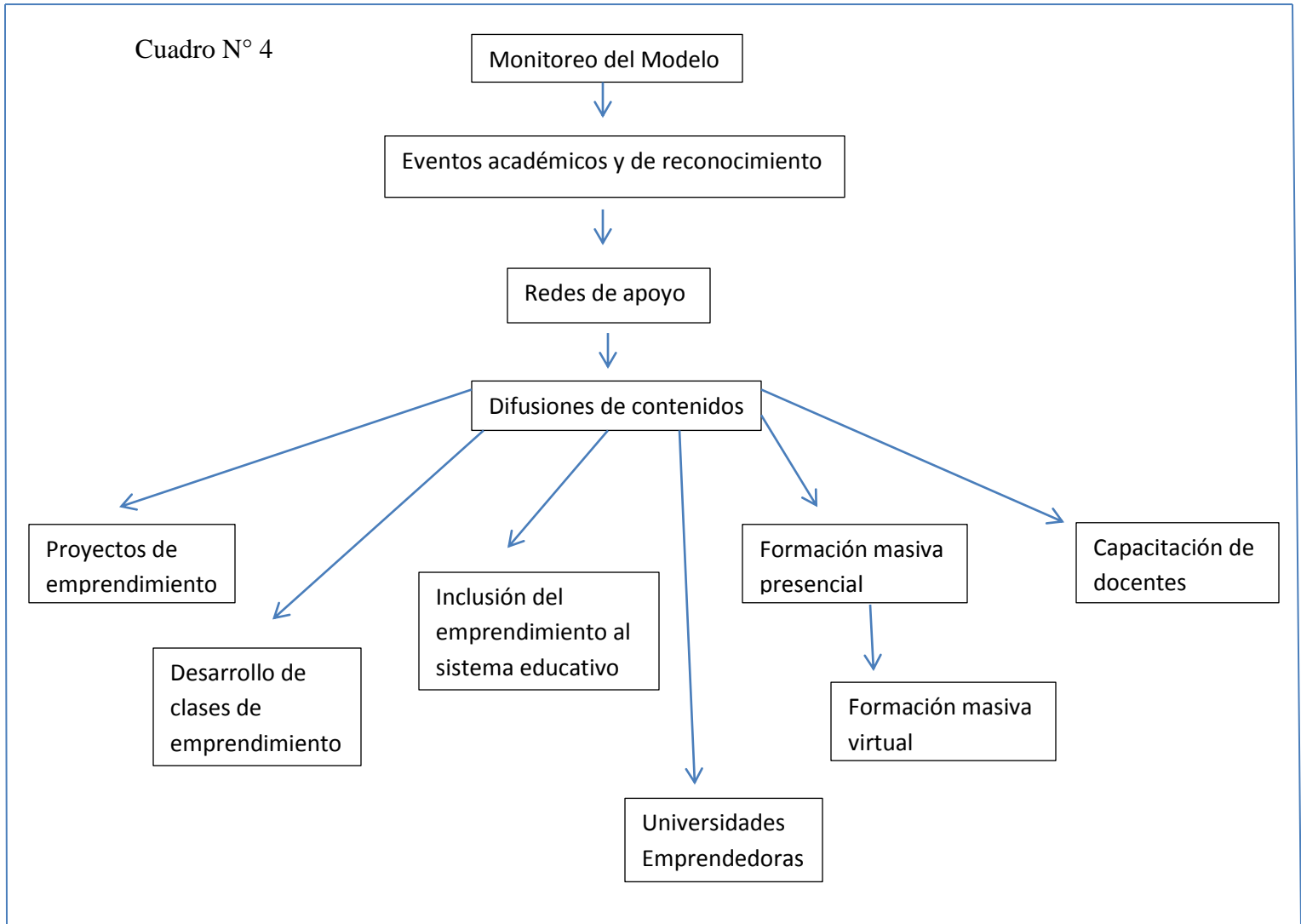
Cuadro N° 3 “El modelo GEM



Fuente: global entrepreneurship monitor Chile 2012

Capítulo N°3: Análisis de Datos

3.5 Modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de 4to y 5to año de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio.



3.6 DESCRIPCION DEL MODELO DE DESARROLLO

Luego de seis meses de trabajo, hemos llegado al siguiente modelo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la universidad del Bio Bio.

Tras las importantes falencias que encontramos tanto en los estudiantes encuestados, como en lo curricular se refiere, (al analizar el tema del emprendimiento en la universidad y ver el universo que este alcanza y que esta brinda a sus estudiantes), notamos que además de lo

Capítulo N°3: Análisis de Datos

anterior, existe un problema de difusión importante de este, por lo que aparte de ser pocas las instancias en las que los alumnos tienen la posibilidad de adquirir conocimientos sobre emprendimiento y desarrollarse como tales, no se masifican como deberían quedando muchas veces como un dato de algunos.

3.6.1 Composición del modelo.

- a) Monitoreo del modelo: En todo modelo, sea de lo que sea, es fundamental tener un constante monitoreo del desarrollo de este, el modelo en sí busca mejorar y desarrollar las habilidades existentes en los estudiantes de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, es por esto, que se requiere una constante retroalimentación de estos y los encargados del modelo, de tal manera, saber si las propuestas a desarrollar han tenido el impacto deseado. La literatura identifica entre los factores estratégicos en el aseguramiento de la calidad durante la preparación de los profesionales (Barber y Mourshed, 2008; Wang, Coleman, Coley y Phelps, 2003).

Este modelo se centra entonces en 5 focos de importancia a la hora de desarrollar emprendimiento y en lo que es la relación directa entre estudiante y educador.

- 1) Foco en: Los contenidos y prácticas de la educación para construir sentidos acerca de nosotros mismos, los demás y el mundo en el que vivimos.
- 2) Foco en: Los docentes y fortalecimiento de su protagonismo en el cambio educativo para que respondan a las necesidades de aprendizaje de los alumnos.
- 3) Foco en: La cultura de las universidades para que éstas se conviertan en comunidades de aprendizaje y participación.
- 4) Foco en: La gestión y flexibilización de los sistemas educativos para ofrecer oportunidades de aprendizaje efectivo a lo largo de la vida.
- 5) Foco en: La responsabilidad social por la educación para generar compromisos con su desarrollo y resultados.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

3.6.2 Eventos académicos y de reconocimiento: La universidad cuenta con distintas entidades asociadas con las cuales puede realizar eventos de esta índole, sin embargo, son escasas a la hora de desarrollar habilidades, centrándose fundamentalmente en teoría que si bien es necesaria, es muy distante a lo que ocurre en la vida diaria.

La temática del porque el interés de generar un modelo en mi caso particular, fue el hecho de ver un alto número de colegas que al enfrentarse al mundo laboral “tradicional”, no encontraron trabajo y no fueron capaces de desarrollarse de manera independiente.

La universidad entonces no fue capaz de entregar o desarrollar en ellos el espíritu de emprendimiento que tras toda la información relevante entregada en este documento, es el motor de la economía y que mientras más emprendimiento se genere, mayor empleabilidad, mejoras, etc., Se desarrollaran haciendo crecer con ello al país.

¿Entonces que se puede hacer?

Según los índices en cuanto a la falta de trabajo en equipo, solidaridad laboral y/o educacional, así como también la poca responsabilidad consiente de lo que se hace, proponemos una serie de medidas que ayudaran a mejorar estas cifras anteriormente mencionadas.

- a) Calendarizar seminarios relacionados con: Emprendimiento, liderazgo y trabajo en equipo, de tal manera, se conozca de la oferta de estos y los estudiantes destinen el tiempo necesario al aprendizaje del emprendimiento.
- b) Aumentar la oferta en cuanto a formaciones integrales se refiere al tema de formación u colaboración de los estudiantes con otras empresas (solo existe asesoría en pequeños negocios).
- c) Generar instancias en los ramos de emprendimiento de la carrera, a la formación de empresas por los estudiantes y en lo posible medir la factibilidad de ella en el mediano plazo, donde la evaluación de este ramo (complementario, formación etc.) sea según algunos parámetros definido por el docente en los que se encuentre, la viabilidad del negocio, la buena conjugación del equipo de trabajo en cuanto a la estructuración de la misma en los roles de cada integrante.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

d) Certificar a los estudiantes que participen en dichos eventos, esto genera interés y da mayor importancia al tema, por otra parte, los estudiantes asistirán en mayor número a estos actos, por lo que tendrán una mayor educación sobre la temática en cuestión lo que nos hace pensar en que obtendrán mejores resultados a la hora de insertarse en el campo laboral o de lo contrario iniciar su propio camino gracias a las herramientas que ha entregado entonces la universidad.

3.6.3 Redes de apoyo: La universidad del Bio Bio, cuenta con importantes redes de apoyo que sería importante utilizar a la hora de potenciar a los estudiantes de ingeniería comercial de dicha casa de estudios.

Últimamente el tema del emprendimiento en nuestra carrera ha generado mayor interés debido a variados factores que facilitan el desarrollo de este.

Hay un compromiso con el tema por parte del jefe de carrera de ingeniería comercial, don Eduardo Castillo, profesor que imparte el ramo de emprendimiento y taller integrado, curiosamente los cursos más fuertes en cuanto al tema se refiere.

Debido a su gestión, se han realizado diversos seminarios y charlas de destacados exponentes en nuestra universidad, pero como se analizó anteriormente, la oferta es muy baja respecto a la necesidad.

El modelo busca un constante feedback entre DOCENTES- ESTUDIANTES Y EMPRESAS, donde en cuanto a emprendimiento se refiere, se desea contar con la colaboración de la incubadora de la universidad la cual debería tener relación constante con la facultad y la carrera.

En cuanto a lo que tiene que ver con la utilización de las redes de apoyo, el modelo aconseja:

- Charlas mensuales de la incubadora CREando (perteneciente a la Universidad del Bio Bio).
- Fomento al emprendimiento estudiantil mediante la misma incubadora (Actualmente existe el programa de aporte monetario a la tesis por parte del EPI, estudiantes para innovar). El aumento de estas instancias y la mejor entrega de

Capítulo N°3: Análisis de Datos

información hacen de estas medidas un ente motivador importante para los estudiantes, haciendo que estos despierten el emprendedor que llevan dentro, pero que sigue siendo insuficiente.

- Colaboración de entidades educacionales participantes en el GEM (Global Entrepreneurship Monitor Chile) de tal manera, transmitir la experiencia acumulada a los estudiantes de la universidad, en particular a los de 4° y 5° año de ingeniería comercial.
- Aprovechar las redes de ex alumnos, que los cuales entreguen su experiencia en el mundo laboral a los futuros profesionales de ingeniería comercial, dando énfasis en las herramientas y conocimientos entregados por la universidad y las situaciones que han debido enfrentar, de tal manera, se preparen para el futuro.

3.6.4 Difusiones de contenidos: Uno de los principales problemas que se han encontrado a la hora de analizar la situación en cuanto al emprendimiento y desarrollo de estudiantes emprendedores se refiere, ha sido la poca información o más bien selectiva información que se posee en la universidad, dicho sea de paso, a la información sobre cursos, seminarios, diplomados congresos etc. Los cuales son informados a través del correo institucional (que raramente es revisado por la mayoría de los estudiantes), pagina web, o profesores.

Si bien estos son los canales regulares de información, hoy en un mundo globalizado, son unas herramientas de menor importancia en cuanto al uso de las redes sociales que tienen los estudiantes.

Para dirigirnos correctamente y hacer que estos mensajes lleguen de manera eficiente a nuestros estudiantes, disponemos de diferentes herramientas tales como blogs, websites, redes sociales, medios offline con repercusión online como periódicos, revistas, radio, televisión, etc. Para que los contenidos consigan su objetivo deben tener características muy definidas y propias que los hagan únicos y atractivos para nuestras audiencias. Además de originales, éstos tienen que ser actuales. También debemos tener en cuenta que la actualidad online avanza a pasos agigantados y que, por lo tanto, la rapidez en la creación de estos debe ser una de las premisas a tener muy en cuenta.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

El modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío, plantea la difusión de contenidos de la siguiente manera.

Figura N° 5 “Estructura de transmisión de información de la Universidad el Bío Bío”



En Chile hay más 24.488.235 millones de celulares activos, esto es más celulares que personas en el país, según el informe realizado por la Subtel.

Esto quiere decir que un alto porcentaje de la población está conectado a las redes sociales “todo el tiempo” por lo que se hace imperante el hecho de utilizar las mismas de tal manera, acaparar el mayor número de público objetivo cautivo que se encuentra en la Universidad.

Dentro de las recomendaciones que el modelo pretende implantar en la carrera de ingeniería comercial, para los estudiantes de 4° y 5° año, es una base de datos con la información relevante en cuanto a estas redes sociales se refiere, ya sea las que aparecen en el esquema, como las profesionales como linkedin.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

Esta base de datos debería contener la siguiente información.

- ✓ Nombre completo del estudiante.
- ✓ Año de estudio
- ✓ Carrera (en nuestro caso Ingeniería Comercial)
- ✓ Teléfono celular (si este tiene whatsapp)
- ✓ Facebook
- ✓ Twitter
- ✓ Otro medio de comunicación utilizado por el estudiante.

De esta manera, el foco de alcance de la información en cuanto a las actividades relacionadas con emprendimiento u otras se refiere, serán masificadas y conocidas por casi la totalidad del alumnado.

3.6.5 Proyectos de emprendimiento: El proyecto espera que los estudiantes de ingeniería comercial de 4° y 5° año, en estos últimos años de la carrera, por lo menos hayan participado en un concurso con algún proyecto diseñado por ellos, fundamentalmente en grupos de trabajo, se espera que la carrera tome las medidas asignando este punto a alguna formación integral y que dicha evaluación consista en la verificación de dicha postulación y análisis del proyecto, de tal manera, de ser o no aceptado, analizar las variables de acierto y error de los mismos, esta simple medida hará de los estudiantes más proactivos, sabrán y estudiarán sobre las fuentes de financiamiento para estos proyectos y en general podrán elegir entre participar nuevamente o no.

Distintas entidades nombradas y descritas a lo largo de este proyecto, brindan diversas oportunidades ya sea de financiamiento, apoyo, colaboración mutua, o asesoría para realizar algún proyecto de emprendimiento y sumado a los contactos que posee la universidad, no sería descabellado el realizar algún tipo de asignatura de formación integral que tome en cuenta estas medidas en particular.

Por otra parte, es importantísimo el hecho de generar instancias para que los estudiantes experimenten el hecho del fracaso, ensayo-error, ya que es mundialmente conocido el hecho de que en general los primeros emprendimientos no resultan de la manera que pretendemos y estimamos, por lo que los resultados y el aprendizaje que obtengan gracias

Capítulo N°3: Análisis de Datos

a la educación recibida por los docentes y expositores que preste la universidad para dicha asignatura, los prepararan no solamente en cuanto a lo teórico-práctico, sino que también forjaran un carácter importante a la hora de conseguir y poner en marcha un proyecto.

Para este punto en particular, es fundamental la presencia de profesores expertos en las áreas a tratar, ya sea emprendimiento, liderazgo, formulación de proyectos etc. De tal manera, las herramientas adquiridas sean entregadas por docentes preparados y con experiencia en el área, de tal forma, el respaldo de sus conocimientos no solo sea teórico, sino que también cuenten en lo posible con un historial en el caso puntual del emprendimiento, con la formación de un negocio.

Es misión de la facultad de ciencias empresariales, elegir los mejores docentes para realizar este importante cambio en lo referido al sistema de educación del emprendimiento y la formación de los jóvenes futuros profesionales del área de la ingeniería comercial, esto sin duda dará a la carrera un prestigio innovador y profesionales con un grado de diferenciación importante respecto al resto de los titulados de otras casas de estudio.

3.6.6 Desarrollo de clases de emprendimiento: El modelo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de ingeniería comercial de 4° y 5° año de la Universidad del Bío Bío, propone que debido a las distintas aristas que conlleva el emprendimiento, las clases sean impartidas por los docentes que se han dedicado durante la mayor parte de su formación y desarrollo profesional a este tema, como lo son el profesor y jefe de carrera Eduardo Castillo, el profesor guía de este proyecto, Guillermo Bello y el profesor único responsable de la asignatura de formulación y evaluación de proyectos durante los últimos 10 años, Humberto Ortiz.

En cuanto a la estructura de las clases, lo que busca el modelo es que los estudiantes posean las competencias teóricas fundamentales, pero sin olvidar lo principal que es que estas sean llevadas a la práctica, como se ha mencionado anteriormente, con la postulación a algún tipo de proyecto con financiamiento estatal, o privado y que dicho proceso sea realizado en el transcurso de la asignatura.

A continuación, se describen las principales herramientas, a la hora de enseñar emprendimiento.

3.6.6.1 Herramientas para la enseñanza del emprendimiento

Existen cinco herramientas que se han utilizado con éxito en los cursos de enseñanza del emprendimiento. Describiremos a continuación estas herramientas brevemente.

1. Seminarios y Talleres

Los seminarios y talleres están dirigidos a todo el cuerpo docente del establecimiento (profesores, directores, orientadores y supervisores) con el objetivo de prepararlos para actuar en la sala de clases y la educación en general, generando autosuficiencia en términos de la educación emprendedora.

El objetivo principal es la formación y apoyo en la educación emprendedora orientada para generar un desarrollo sustentable en el tiempo. Pero tienen también como objetivo generar redes entre la escuela, empresas y toda la comunidad.

2. Concursos de Planes de Negocios

Un plan de negocios es un mapa de lo que se percibe será el camino a seguir desde un punto de partida hasta la meta fijada. Con la preparación de un plan de negocios no sólo se aprende a fijar objetivos y la manera de alcanzarlos, sino también cómo desarrollar un proceso capaz de generar riqueza y distribuirla. Es un instrumento de autoevaluación indispensable para medir las expectativas y sustentar las metas posibles de alcanzar. Es dinámico, por lo tanto, puede cambiar y debe esperarse que cambie, incorporando lo aprendido a lo largo de la continua exploración del mercado y la práctica del negocio.

Al realizar un plan de negocios, los alumnos se ven forzados a pasar de un papel de espectadores a protagonistas y a vincular su realidad con la oportunidad que perciben.

Existe la dificultad para el profesor de exigir una suficiente profundización de la información, de “añadir sustancia”, lo que puede ser solucionado al presentar los planes de negocios ante paneles de empresarios locales o de la región.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

3. Programa de mini-empresas

Un programa de mini-empresas es una actividad en que los alumnos simulan la implementación de una empresa dentro de la universidad, desarrollando una actividad económica a pequeña escala.

Es una herramienta pedagógica basada en la experiencia práctica mediante la gestión de un proyecto empresarial completo y en interacción con el entorno.

4. Actividades dentro de la sala de clases

La participación de los alumnos en investigaciones o actividades que involucren el trabajo directo con emprendedores y su posterior análisis, es una experiencia maravillosa para los alumnos y profesores por igual.

Es necesario que el profesor promueva la reflexión y el análisis crítico de lo sucedido una vez realizada la actividad. Esto permite el intercambio de experiencias y la extracción de lo sustancial de las actividades y se transformen en un proceso de aprendizaje para los alumnos

5. Programas integrales de emprendimiento

Existen numerosas experiencias en el mundo que realizan programas integrales de enseñanza del emprendimiento basados en metodologías propietarias sobre la base de distintas filosofías: la experiencial, conductista, constructivista, entre otros.

De hecho, varios de los programas más efectivos de enseñanza del comportamiento emprendedor está basado en los desarrollos realizados por los chilenos Humberto Maturana, Fernando Flores y Rafael Echeverría, y que tienen relación con el coaching ontológico. Esto último, es el eje central del programa de la Fundación Mercator de Fernando Flores

Capítulo N°3: Análisis de Datos

3.6.7 Inclusión del emprendimiento al sistema educativo

El plan de emprendimiento en el sistema educativo, surge en respuesta a:

3.6.7.1 Existencia de una experiencia previa

Las actuaciones y los programas que la Universidad del Bio Bio ya viene desarrollando, así como los resultados obtenidos en su aplicación, junto con la importancia creciente del fomento de la cultura emprendedora, aconsejan avanzar en su implantación en el sistema educativo.

A su vez, la colaboración desarrollada en esta materia por parte de la universidad y la incubadora de esta, CREando y la experiencia adquirida tras los años de desarrollo de la misma, permiten un conocimiento previo de las necesidades de cada colectivo y de cada nivel educativo, para poder desarrollar una herramienta adaptada a cada caso.

3.6.7.2 Sensibilización de la comunidad educativa

La importancia de la cultura emprendedora en el desarrollo personal y profesional de los jóvenes, y su contextualización como motor para la mejora de la competitividad y de la empleabilidad, hacen necesaria la sensibilización de la comunidad educativa para favorecer la introducción del espíritu emprendedor en nuestro sistema educativo.

El impulso a la capacidad de crear e innovar desde un enfoque educativo más activo y creativo, que capacite al alumnado para confiar en sus capacidades, en el diseño y en la implantación de proyectos, requiere una actitud favorable por parte de todos los actores que intervienen en la formación.

3.6.7.3 Contextualización de las recomendaciones del GEM Latinoamérica

Con arreglo a lo recogido en el apartado del contexto latinoamericano, son muchas las indicaciones y las recomendaciones emanadas de diversos órganos del GEM respecto a la necesidad de contar con más personas emprendedoras y nuevas empresas innovadoras, y se destaca también la relación directa que se establece para la consecución de esta finalidad con la implantación y el fomento del espíritu emprendedor en el sistema educativo. Es importante contar con un documento en el que se concreten los aspectos y las líneas de

Capítulo N°3: Análisis de Datos

actuación promovidos por GEM adaptados a las características de nuestra comunidad universitaria

3.6.7.4 Marco de realización

En la dinámica de sumar esfuerzos en la aplicación de diversas actuaciones y en la incidencia en distintos ámbitos en el fomento de la cultura emprendedora, con el ánimo de ordenar su aplicación, es necesario diseñar y poner a disposición un marco para la educación en el espíritu emprendedor en la Universidad del Bío Bío. Se trata de un contexto general dentro del cual se puedan desarrollar iniciativas específicas, coordinar las existentes, aglutinar y aprovechar los recursos de las administraciones e instituciones, y que permita también planificar el presente, la perspectiva a corto y medio plazo, y el horizonte a largo plazo.

3.6.8 Universidades Emprendedoras: Es importante según el modelo desarrollado, que los estudiantes adquieran experiencias de desarrollo de emprendimiento, en este caso, la universidad debe hacerse participe de encuentros, seminarios, congresos etc. De esta índole, para eso el modelo aconseja que la universidad tome medidas en cuanto a la relación con las entidades pertenecientes al GEM Chile se refiere, de tal manera, los alumnos de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío, así como también los de las demás carreras interesados en el tema, conozcan lo que realizan estas entidades, como han desarrollado el programa y modelo más importante de emprendimiento a nivel latinoamericano y nutran de conocimientos y vivencias a nuestros compañeros.

Por otra parte, sería interesante, que la universidad fomente el emprendimiento con financiamientos, asesoría, apoyo y monitoreo constante del desarrollo de las ideas de los estudiantes, como se expone anteriormente, el hecho de desarrollar proyectos de emprendimiento en sus orígenes, generalmente viene acompañado de errores y fracasos de los mismos, de tal manera, es misión de los profesionales conocedores del tema, guiar y encaminar dichas ideas a una consecución de los logros y metas que se tienen con esta, el realizar emprendimientos por parte de los estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bío Bío, generara en estos una ventaja competitiva sólida y

Capítulo N°3: Análisis de Datos

desarrollable en el tiempo ya que su abanico de posibilidades laborales se ampliara de lo “tradicional” a lo personal.

En la región existen dos universidades pertenecientes al informe GEM que son la Universidad del Desarrollo y la Universidad Católica de la Santísima Concepción, por lo que las posibilidades de realizar actividades con estas no debiesen resultar complejas y lo que podríamos obtener como experiencia emprendedora sería de gran utilidad para los estudiantes.

3.6.9 Formación masiva presencial: El modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de ingeniería comercial de 4° y 5° año de la Universidad del Bio Bio, consta de dos medidas de entrega de información educativa en sí.

La primera se trata de las tradicionales clases de aula presenciales, establecidas por bloques de 1.30 minutos, en donde el profesor encargado entrega sus conocimientos de distintas formas, ya sea mediante presentaciones en PowerPoint, material impreso etc. Como se desarrolla en casi todas las asignaturas de la malla curricular de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, complementario a estas, se adhieren la participación en seminarios, congresos, charlas etc. Que realice la universidad de manera presencial, de igual forma, se espera que los alumnos conozcan empresas en el transcurso de las asignaturas de emprendimiento que el modelo desea desarrollar ya sean grandes o pymes, obteniendo la mayor información posible, de tal manera, estas experiencias les sirvan a la hora de desarrollar un trabajo final, en el caso que la asignatura requiera el desarrollo de algún emprendimiento o en su desarrollo profesional que estos conocimientos le permitan en un futuro emprender con un proyecto innovador.

3.6.10 Formación masiva virtual: La segunda medida de entrega de conocimientos de emprendimiento a los estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, consta de clases, charlas, conferencias, trabajos etc. Mediante los medios virtuales, clases online, grabadas, o en vivo, de tal forma, los alumnos aprovechen de mejor manera la tecnología disponible, no debemos olvidar, que la mayoría de los negocios a distancia se realiza mediante estos instrumentos, ya sea mediante videoconferencias

Capítulo N°3: Análisis de Datos

mediante skype, o reuniones y envió de información por parte de correos, o nubes de información compartida etc.

Es fundamental que los estudiantes manejen este tipo de herramientas que en general son muy mal utilizadas por los estudiantes, profesores y personas en general, por lo tanto, el hecho de aprovecharse de ellas de la mejor manera, hará que los estudiantes así como los profesores, ocupen de manera más productiva el tiempo, se familiaricen con la tecnología en sí, haciendo de esta más que una “máquina de escribir” una herramienta de comunicación y educación relevante por la velocidad de interacción, información y efectividad con la que sin duda alguna, cada proyecto, reunión, u contrato que deseemos realizar en el futuro, gracias a ellas podremos hacerlo aun encontrándonos a miles de kilómetros de distancia.

3.6.11 Capacitación de docentes: Todo lo expuesto anteriormente por el modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, no podrá desarrollarse si este punto no es tratado de la mejor manera.

En la actualidad como se ha remarcado en el transcurso del proyecto, se cuenta con muy pocos profesores expertos en el ámbito del emprendimiento en si, como también en el área que a los financiamientos se refiere, nombramos a los profesores Castillo, Bello y Ortiz, quienes tomados a modo de ejemplo, son conocedores del tema según el área que les compete, por lo que debiesen ser ellos los encargados de difundir si así lo estiman conveniente las propuestas que este modelo propone en cuanto a la capacitación de docentes en emprendimiento.

El modelo propone la siguiente temática de capacitación de docentes.

1) Administración de un Emprendimiento

El modelo contempla iniciar a los docentes en el entendimiento del emprendimiento como un sistema social abierto, incorporando herramientas de recursos humanos, gestión, procedimientos administrativos, dirección, planificación y control.

Capítulo N°3: Análisis de Datos

2) Comercialización y Costo

El modelo contempla orientar al docente en las distintas estrategias de comercialización aplicables a cada una de las actividades productivas, permitiendo desarrollar un plan de marketing que posibilite una planificación a corto, mediano y largo plazo. Otro de los pilares de este módulo es la utilización de análisis de costos de los emprendimientos, posibilitando al docente a identificar costos, ingresos y rentabilidad de su actividad.

3) Registración Contable

Este módulo, el modelo tiene como objetivo satisfacer la necesidad de información de los docentes respecto a las leyes, normas y resquicios impositivos, y a entender los ventajas y beneficios de estar inscriptos; Quienes por desconocimiento temen inscribirse, o se inscriben en categorías que no corresponden a sus ingresos, endeudándose con el tiempo. Dentro de la temática se contempla, llenado de formularios, requisitos, tramites, alcúotas, etc.

CAPITULO 4

Conclusiones y

Recomendaciones

Capítulo N°4: Conclusiones y Recomendaciones

4. CONCLUSIONES

4.1 Conclusiones Generales

Luego del estudio realizado durante estos casi 7 meses, podemos afirmar que los estudiantes de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, en su periodo de egreso, cuentan con importantes conocimientos teóricos, en cuanto a la educación tradicional se refiere, sin embargo, hay un importante vacío en el tema de emprendimiento y desarrollo de habilidades “blandas”.

Para soslayar estas debilidades, teniendo en cuenta que la carrera en sí, ofrece muy pocas oportunidades para desarrollar dichas habilidades, como se mencionó anteriormente, se cuenta solo con las asignaturas de “espíritu y capacidad de emprendimiento” y taller integrado, las que sin dudas, no son suficientes para que los estudiantes asuman una actitud y postura de verdaderos emprendedores en su vida cotidiana, se ofrece un modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para los alumnos de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, los cuales se encuentran en su periodo de egreso o acercándose a este.

Los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a 100 alumnos de la sede concepción de la Universidad del Bio Bio, nos muestran 3 principales debilidades de los estudiantes, en lo que se refiere al rechazo que los estudiantes muestran al trabajo en equipo, por consiguiente, a la poca colaboración entre compañeros a la hora de trabajar juntos y los problemas que genera la toma de decisiones apresurada por parte de los estudiantes a la hora de aceptar un empleo, realizar una actividad etc. Que al no saber realmente si se cuenta con las capacidades para ejercerla, en muchos casos son dejadas de lado, por otra parte, también hay cualidades de los mismos que se deben destacar y que hacen que el modelo sea menos complejo de implementar ante la buena actitud que poseen los jóvenes en cuanto a tecnología se refiere.

Parcialmente, en cuanto se avanzaba en el estudio, se han obtenidos importantes resultados de apoyo a la problemática presentada en el 1er capítulo y que dan mayor relevancia al modelo generado.

Capítulo N°4: Conclusiones y Recomendaciones

Las propuestas en cuanto al uso de tecnologías, redes sociales, etc. Así como también, la creación de nuevas asignaturas relacionadas con emprendimiento, medios de financiamiento de estos, legislaciones, trabajo en equipo, etc. Se ven necesarios tras los datos analizados en el proyecto.

4.2 Conclusiones Específicas.

- ✓ El modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de la Universidad del Bío Bío, particularmente a los de 4° y 5° año de ingeniería comercial, facilitara la interacción, aprendizaje y la formación de redes a través de procesos de pedagogía activa, de tal manera, formar a los emprendedores y facilitar los emprendimientos.
- ✓ Es indispensable que la Universidad del Bío Bío se comprometa a estimular la conformación de redes sociales, a promover la asignación de recursos para el apoyo de estas y atender las propuestas provenientes de las redes de emprendimiento, esforzándose por implementar las medidas necesarias para la ejecución de estas.
- ✓ El contexto institucional, que incluye universidad, redes sociales y los sistemas regulatorios y legales. Los cambios enmarcados en una cultura de emprendimiento, enriquecerán la creación y el desarrollo de emprendimientos y emprendedores, siempre y cuando exista una política a nivel de facultad de ciencias empresariales en un comienzo, como una a nivel Universidad según los beneficios que se obtengan del modelo desarrollado.
- ✓ Se debe atacar en forma integrada las necesidades pedagógicas de los estudiantes de ingeniería comercial mediante una serie de elementos entre los que se destacan: Software multimedia para la realización de planes educativos, Capacitación y tutorías a profesores y alumnos, Redes de Apoyo para articular instituciones integrantes de la cadena de valor del emprendimiento, Concursos de financiamiento de proyectos, Portal de Internet para informar e integrar a los actores del proceso.

Capítulo N°4: Conclusiones y Recomendaciones

- ✓ La creación de una red de apoyo al emprendimiento y la generación de una comunidad integrada en tiempo real. La implementación de un portal de información debe hacer parte también de un programa de modernización de la Universidad en el mediano y largo plazo.
- ✓ En este caso, el implantarla en la Universidad del Bio Bio, aprovechando las plataformas que esta posee, como adecca, pagina web etc., con ayuda de distintos sitios como Streaming, que nos permiten generar videos en alta calidad, se puede desarrollar un programa educativo moderno y con bajo costo de implantación.
- ✓ Desarrollar programas individualizados apalancados en tecnología, donde los estudiantes sean quienes controlen el ritmo en el que avanzan en el proceso, donde la interacción y retroalimentación permanente promuevan la construcción del perfil emprendedor, es fundamental para el desarrollo de habilidades de emprendimiento en procesos académicos.

Aunque el modelo expone de forma explícita las actividades y los actores que deben involucrarse en el proceso de formación de emprendimiento en los estudiantes de 4° y 5° año de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio, como una de las soluciones para aportar competencias laborales en jóvenes entre los 23 y 30 años, es necesario complementar este trabajo con investigaciones que apunten a resolver temas emergentes.

- Diferencia de costos entre hacer la inversión en tecnología para apoyar procesos pedagógicos y la inversión que se hace en una educación tradicional.
- Variables de éxito y obstáculos en la implementación del modelo propuesto para desarrollar emprendimiento.
- Diseño de la red de apoyo y comunidad de emprendimiento.
- Reglamentación necesaria para implementar las redes de apoyo.
- Influencia de la cultura Universitaria actual en la implementación del modelo.
- Especificación de requerimientos para el portal propuesto para la red de apoyo y comunidad de emprendimiento.

Capítulo N°4: Conclusiones y Recomendaciones

- Especificación de requerimientos para software educativo en el modelo propuesto para la Universidad del Bío Bío.
- Resistencia al modelo de desarrollo de habilidades de emprendimiento para los estudiantes de Ingeniería Comercial de 4° y 5° de la Universidad del Bío Bío, por parte de los docentes más antiguos de la facultad.

Si bien el modelo genera grandes perspectivas en su posible desarrollo en la facultad de ciencias empresariales, en el contexto de segmentación en cuanto al número de alumnos que se estimó en el análisis de datos, sería importante el hecho de poder primero realizar la implantación del modelo en dicha facultad y luego extenderlo en algunas otras facultades o en toda la universidad, recordando que son distintos los perfiles y capacidades que se forman en las distintas carreras de la Universidad del Bío Bío, por lo que los resultados obtenidos en la propagación a nivel institucional del modelo, serían de gran ayuda a la hora de generar mejoras en el mismo.

4.3 RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

En cuanto a las propuestas de mejoras que se buscan implementar, el modelo se centra en 6 aspectos fundamentales en lo que a desarrollo de estudiantes emprendedores se refiere.

1. Aumento y generación de asignaturas de emprendimiento, las cuales deben basarse en formación de equipos de trabajo, fomentando la solidaridad entre los compañeros, con grupos al azar, de tal manera, el fiato entre los mismos se produzca en el transcurso del proyecto.
2. Desarrollo de la capacidad innovadora y emprendedora de los estudiantes desarrollando proyectos de emprendimiento y postulando a fondos concursables, que este proceso sea evaluado y parte total o parcial de la temática de alguna asignatura complementaria o formación integral.

Capítulo N°4: Conclusiones y Recomendaciones

3. Mayor generación de instancias para los estudiantes y profesores de ingeniería comercial, en cuanto a seminarios, congresos, charlas etc. Sobre la temática del emprendimiento no solo el hecho de propuestas de negocio o ideas, sino que también las experiencias negativas de algunos emprendedores de tal forma, se conozca en realidad lo que sucede con el emprendimiento y las estrategias que han utilizado los mismos para seguir adelante, aprender de los errores y finalmente obtener éxito en sus negocios.

4. Educar a profesores y estudiantes sobre formas de financiamiento para proyectos de emprendimiento, de tal manera, los estudiantes conozcan periodos de postulación a proyectos, que empresas, instituciones etc. Los generan y los pasos a seguir según los conductos regulares que estas exijan al postulante.

5. Generar un sistema educativo presencial y online, de esta forma, el estudiante y profesor utilizara las plataformas tecnológicas de una mejor manera, con constante comunicación y feedback gracias a la velocidad que esta entrega, generando una ventaja competitiva importante respecto al resto de los profesionales de ingeniería comercial de otras casas de estudio.

6. Capacitación de los docentes que deseen implementar el modelo educativo por parte de los expertos que cuenta la universidad o mediante el apoyo de las universidades que participan del GEM Chile, de esta manera y según lo que propone el modelo, entregar las herramientas mínimas de conocimientos a los que deseen colaborar en este proyecto en cuanto a emprendimiento, costos y registros se refiere.

ANEXOS:

1.- 10 Características de los Emprendedores <http://es.slideshare.net/STEPHANY1225/las-10-caracteristicas-de-un-emprendedor>

KELLYCORDOBA ASPRILLA - STEPHANY JIMENEZ ESPAÑA

2.- Encuesta a los estudiantes de 4° y 5° año de Ingeniería Comercial Universidad del Bio Bio 2014. Formato web.

http://manager.e-encuesta.com/preview?VISTA_PRELIMINAR=NO_COPIAR_ESTO_ENLACE&testId=703649

3.- Universidad del Bio Bio dirección general de investigación, desarrollo e innovación.

<http://www.dgi.ubiobio.cl/dgi/>

4.- Encuesta realizada a los estudiantes de ingeniería comercial de 4° y 5° año de la Universidad del Bio Bio

Medición habilidades de emprendedor a los estudiantes de 4to y 5to año de ingeniería comercial de la Universidad del Bio Bio.

Marque el círculo de la alternativa que más le parezca, se responde solo un círculo por pregunta y no hay respuestas correctas o incorrectas, es solo su personalidad y percepción.

1. A la hora de organizar equipos (de trabajo, amigos, etcétera)...

Intento quitarme de en medio para que lo haga otro.

Me gusta y creo que se me da bien.

Participo en lo que pueda, pero siempre contando con alguna otra persona.

2. Cuando tengo que hablar en público (en el trabajo, una fiesta...)

En general no me importa y me siento cómodo.

Lo evito por todos los medios.

Cuando hay que hacerlo lo hago, pero no es algo que me guste.

3. Si tengo que organizar un equipo de trabajo...

- o Dejo que cada uno elija lo que quiere hacer y lo que sobre lo hago yo.
- o Reparto tareas según se ha hecho en ocasiones anteriores.
- o Me gusta conocer bien los recursos humanos que tengo para poder asignar a cada uno el trabajo más adecuado a su perfil.

4. En general en mi vida...

- o Prefiero decidir yo por otro antes que otros decidan por mí.
- o Prefiero que me indiquen lo que debo hacer.
- o Prefiero asumir yo mis decisiones, aunque a veces suelen basarse en la opinión de otros que considero “más fuertes” que yo.

5. Cuando debo tomar decisiones

- o Analizo los factores involucrados en la misma y la tomo.
- o Doy vueltas a la cabeza, sin llegar a decidirme
- o Me pierdo más de lo que me gustaría en opciones posibles, hasta que al final me decido.

6. ¿Qué piensas acerca de tu capacidad para resolver problemas?

- o No confió en ella en absoluto.
- o Creo que soy bastante competente al respecto.
- o Creo que deja bastante que desear, pero con lo que tengo me basta

7. ¿Qué sientes cuando debes asumir un riesgo?

- o Cierta ansiedad que hace que lo viva como un reto o desafío.
- o Un miedo que me bloquea, por eso acabo no asumiéndolo.
- o Inseguridad, lo paso mal y por eso a veces no lo asumo.

8. Cuando debes expresar tu opinión, ¿cómo empiezas las frases?

o Desde mi punto de vista, en mi opinión.

o No estoy seguro, pero... Tal vez sea lo que tú dices, pero....

o Creo que.....

9. Cuando alguien le encarga una actividad

o Piensa las consecuencias que esta le traerá, muchas veces piensa que no será capaz de hacerla y si no le insisten tiende a rechazarla. Y en caso de aceptarla, se asesora sobre lo que debe hacer y cómo hacerlo.

o Usted decide que si es capaz de realizarla sin pensar tantas cosas, y procura terminarla dentro del tiempo establecido

o Acepta sin pensar muchos detalles y piensa que todo se solucionará, aunque en otras ocasiones no se haya resuelto satisfactoriamente otras tareas ya establecidas

10. Cuando tiene que realizar una actividad que implica mucha responsabilidad

o Se angustia, pensando que puede tener muchas dificultades y cree que es incapaz el poder hacerla.

o Usted no se preocupa mucho, tiende a estar tranquilo y procura que todo salga lo mejor posible.

o Lo hace así nada más, y piensa que estas cosas se realizan por si solas.

11. Si le proponen algún ascenso o puesto mejor pero que requiere más responsabilidad

o No se alegra, y se pone a pensar en que podría ser muy difícil, a lo cual en algunos casos surge angustia y miedo

o Acepta fácilmente, aunque comienza a preocuparse sobre cómo va a desempeñar ese trabajo.

o Acepta con facilidad, y sin vacilar.

12. Cuando tiene que hacer una actividad en un plazo muy limitado

- o Usted se angustia pensando que no va a lograr terminar esa actividad, le pasa esto con mucha frecuencia, aunque siempre termine solucionándolo a tiempo.
- o Usted se organiza para poder terminarlo a tiempo, y suele conseguir fácilmente sin tener una obsesión.
- o Usted se da cuenta que lo podrá hacer sin problemas, aunque algunas veces se le pasa por despiste, o porque surgen aspectos no considerados.

13. En los trabajos en equipo usted suele

- o Tomar la iniciativa, aportar ideas y movilizar al resto para trabajar en conjunto.
- o Esperar la orden y que el equipo llegue a un acuerdo para comenzar a trabajar
- o Si es posible, dejo que los demás hagan el trabajo por mí.

14. En situaciones que no puede controlar, de impaciencia, irritación o enojo, usted suele

- o Pensar primero en la mejor reacción que podría tener, basada en mis valores, y sentimientos.
- o Irritarme fácilmente, tengo muy mala suerte.
- o Buscar al responsable y recriminarle por lo sucedido.

15. ¿Acostumbra a anticipar y prevenir problemas?

- o Pienso en posibilidades y me planteo estrategias en caso de problemas.
- o Espero a ver como suceden las cosas para actuar después.
- o Si algo sale mal, actúo por impulsos y reclamo pues no debiera ser así.

16. Si tuvieras que elegir entre un objetivo difícil de conseguir y varios muy sencillos, te quedarías con...

- Con los facilitos.
- Con los dos, me gustan los retos.
- Con el difícil, quizás, seguro que consigo más cosas.

17. ¿Te esfuerzas igual tanto si trabajas para ti mismo como para otros?

- No, si es algo mío le pongo muchas más ganas que si es algo para otros
- Hombre, siempre te esfuerzas más si es algo personal
- Sí, claro, al final lo que importa es el trabajo final

18. Te ofrecen algo muy positivo... Pero te lo tienes que esforzarte mucho para conseguirlo.

- Me lo planteo, si al final me va a dar muchos dolores de cabeza paso.
- Lo haría solo por los beneficios que reporta aun cuando no me motive.
- Será todo un reto, y lo acepto.

19. En la comunicación con otras personas...

- Me siento cómodo hablando delante de otras personas
- Me sentiría cómodo si les conociera un poco con anterioridad.
- Prefiero contar con alguien con dotes comerciales que se encargue de las relaciones con terceros.

20. Cuando alguien me da instrucciones para hacer algo

- o Las sigo al pie de la letra, seguro que es por algo.
- o Presto atención, luego ya veré yo lo que hago.
- o Escucho, pero aprovecho para plantear también mis propuestas.

21. Cuando dirijo una plantilla de trabajadores

- o Trato de conocerlos bien para sacar lo mejor de cada uno.
- o Delego. Doy las instrucciones y ellos han de ser autosuficientes.
- o Priorizo su formación para evitar males futuros.

22. ¿Qué piensas de los socios?

- o Siempre es conveniente asociarse con otras personas aportan con más ideas y conocimientos.
- o Puede ser, aunque personalmente, prefiero trabajar solo.
- o Los socios solo dan problemas.

23. ¿Eres sensible a los sentimientos de las otras personas?

- o Sí, me interesa mucho lo que sientan y piensen los demás.
- o Me siento incómodo cuando alguien me explica algo íntimo.
- o Normalmente estoy abierto a escuchar a otras personas.

24. ¿Nunca muestras sentimientos de impetuosidad o irritabilidad?

- o No, me considero bastante equilibrado.
- o Normalmente no, aunque a veces me descontrolo.
- o Es fácil que pierda los estribos..

25. ¿Eres inmutable ante las preocupaciones o sentimientos de culpabilidad?

- A veces me afectan
- Es inevitable no sentirme afectado.
- Sí, no dejo que me desanimen los problemas.

26. ¿Expresas tus sentimientos más que los reprimes?

- No tengo problemas para expresar cómo me siento.
- Me cuesta mucho abrirme a los demás.
- Depende de cuándo y con quien esté.

27. Estás con un grupo de amigos y empiezan a hacer bromas sobre ti:

- Te ríes con ellos, tengo mucho sentido del humor
- Respondes agresivamente y lo tomas como algo personal contra ti
- No te gusta que tomen tus cosas en broma, pero les haces ver que no te afecta

Referencias Bibliográficas

BIBLIOGRAFIA.

A

Alumni Harvard (2007): Síntesis de la biografía de Schumpeter y sus años en la Universidad de Harvard.

B

Banco Interamericano de desarrollo FUNDES Internacional. Hugo Kantis (2004). Desarrollo Emprendedor.

C

Cantillón, Richard (2004). Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General (online).

Caspar, Pierre, Grinda, Jean-Robert & Viallet, Francois (1977). Como crear tu propia empresa. Ed. Técnicas Asociados. Barcelona, España.

Cheyre, Hernán (2011). Construyendo un país de emprendedores (presentación).

Constance, Paul (2004). ¿Puede la tecnología mejorar la educación? Banco Interamericano de desarrollo.

D

Drucker, Peter F. (1986). La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios. Editorial Norma. Buenos Aires, Argentina.

Del Teso Diez, Luís. (2000). (Teso, 2000). Universidad Pontifica de Salamanca. Salamanca, España.

De Zubiría, Julián. (2001). De la escuela nueva del constructivismo. Un análisis crítico. Bogotá, Colombia.

Referencias Bibliográficas

E

Emprender desde la pequeña y mediana empresa (2011). FUNDES – Universidad del Desarrollo.

F

Fernández, Guadalupe, Cubeiro, Juan Carlos & Dalziel, Murria M. (1996).

G

Gama G, Soledad (2004). Pedagogía activa del emprendimiento para el desarrollo económico local. Universidad de los Andes.

Galindo - Martin (2005). Sobre el análisis de estos efectos vid.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Reporte global (2010) (2012).

H

Hampeder – Turner (2009). Modelo abstracto

Hopkins, John (2004). Entrepreneurs are born, but can they be taught?. Artículo publicado por USA TODAY (online).

Hoselitz, Bert. (1951). The Early History of Entrepreneurial Theory, Explorations in Entrepreneurial History. Citado por SWEDBERG, Richard (2000)

I

Informe publico evaluación de incubadoras (2012).

Innova – Corfo (2000-2006). 70 Casos de innovación.

Innova Bio Bio, CREando, Universidad del Bio Bio (2013). Proyecto Hábitat Sustentable

K

Kawasaky, Guy (2006). El arte de empezar

Referencias Bibliográficas

M

Manual para emprendedores de Chile (2011).

Microsoft (2004). Asegurando el acceso equitativo a la tecnología educativa (online).

Mullins y Komisar (2009). Modelos de compañías similares y opuestas.

R

Ries Eric (2004). El Método Lean Startup.

Rodríguez Ángel, Mariano. De la idea al emprendimiento.

Rojas Hernán, Rodrigo (2009). Análisis de los factores que influyen en el emprendimiento innovador, el aprendizaje organizativo y tecnológico.

Ruiz, Ferrán (1994). Integración de la tecnología informática en la educación secundaria. Informática educativa.

S

Sampieri, Hernández Roberto 5ta Edición (2010). Metodología de la Investigación.

Schumpeter, J. (1935). Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. Ed. Fondo de cultura económica, México.

Seeling, Tina (2003). High Technology Entrepreneurship Education. Stanford Technology Ventures Program.

Selamé, Teresita (1999). Investigación Emprendimiento Juvenil -Universidad de Santiago de Chile.

Shulman, Joel (2003). Artículo de América Economía El error de los emprendedores es querer hacerlo todo.

Subsecretaría de economía (2010 -2014). Política de Emprendimiento e innovación.

Referencias Bibliográficas

V

Varela, Rodrigo. (2001). Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la creación de empresas. Ed. Prentice Hall.

LINKOGRAFIA. Sitios de Internet

<http://arquitectura.ubiobio.cl/postgrados/hsee/>

<http://www.asech.cl/>

www.bcn.cl Biblioteca Congreso Nacional.

www.conectapyme.com

<http://www.corfo.cl/programas-y-concursos/programas/programa-de-emprendimientos-locales-pel>

<http://www.corfo.cl/>

<http://www.diarioemprendimiento.cl/>

www.dt.gob.cl/

<http://www.emprendedores.cl/comunidad/>

<http://www.euskadi.net/r33->

[2710/es/contenidos/informacion/empleo_autoempleo/es_1724/adjuntos/Manual_basico_para_emprender.pdf](http://www.euskadi.net/r33-2710/es/contenidos/informacion/empleo_autoempleo/es_1724/adjuntos/Manual_basico_para_emprender.pdf)

<https://emprendedores.fundacionbankinter.org/Conocimiento/Indice/LaImportanciadelEmprendimiento/Ecosistemadelemprendimiento.aspx>

<http://www.fosis.cl/index.php/ambito-de-emprendimiento>

Referencias Bibliográficas

<http://www.fundacionchile.com/emp-detalle-noticia-area/detalle-noticia-area.index/3229/inversionistas-angeles-y-emprendedores-de-fundacion-chile-evaluaron-opportunidades>

<http://www.ideasdenegocios.com.ar/ideas.htm>

<http://www.innovabiobio.cl/>

<http://www.innovacion.gob.cl/etiqueta/emprendimiento-en-chile/>

www.leychile.cl/

<http://negocios.udd.cl/gemchile/>

<http://www.sercotec.cl/>