



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y AUDITORÍA

MEMORIA PARA OPTAR A TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**“APORTE DE LAS INCUBADORAS DE NEGOCIOS EN EL EMPRENDIMIENTO
EN LA COMUNA DE CONCEPCIÓN”**

ALUMNA: MARISELLA BARRIENTOS INOSTROZA
PROFESOR GUÍA: SR. EDUARDO CASTILLO MORALES

CONCEPCIÓN, AGOSTO DE 2014

RESUMEN

Las Incubadoras de Negocios fueron concebidas como una herramienta de desarrollo económico, potenciando la creación de nuevas empresas. Se clasifican según la naturaleza, tipo de empresa alojada, entidad promotora, características de los emprendimientos que alojan.

En la comuna de Concepción estas instituciones aparecieron hace menos de una década, pero a pesar de su tardío comienzo, hoy, presentan un explosivo crecimiento en la zona. Este aumento se debe en gran medida a que las Incubadoras de Negocios que se han formado están bajo el alero de reconocidas entidades de educación superior.

El presente estudio tiene como propósito revelar los aportes de las Incubadoras de Negocios en el emprendimiento en la comuna de Concepción.

El estudio empírico muestra que la participación de un emprendedor en una Incubadora de Negocios permite mejorar la entrada al mercado de la nueva empresa, la participación juvenil, la innovación y el tiempo dedicado al negocio.

Para culminar, el principal hallazgo de esta investigación fue revelar la importancia que poseen las Incubadoras de Negocios como entorno facilitador del emprendimiento, contribuyendo al emprendimiento con permanencia estable en el mercado, y a la vez, disminuyendo la edad inicial para comenzar a emprender.

ABSTRACT

The Business Incubators were conceived as an economic development tool, strengthening the creation of new companies. They are classified by nature, as a type of protector business, promoter entity, characteristic of the undertaking that they protect.

In Concepción these institutions appeared less than a decade ago, but despite their recent beginning, today, they present explosive growth in the zone. This increase is owed mostly to the Business Incubators that have formed under the umbrella of recognized entities of higher education.

The present study proposes to reveal the investment of the Business Incubators in the undertaking of Concepción.

The study empirically shows that the participation of an enterprise in a Business Incubator permits the business improved entrance into the market, early participation, the innovation, and the time dedicated to the business.

To conclude, the main finding of this research was to reveal the importance that Business Incubators have in enabling entrepreneurship environment, contributing to achieve undertaking with stable permanence in the market, while lowering the starting age to begin to undertake.

DEDICATORIA

A Dios, que ilumina mi vida.

A mis padres, Bernardo Barrientos y Jeannette Inostroza, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí fue lo que me hizo ir hasta el final.

Va por ustedes, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Los amo.

AGRADECIMIENTOS

A mi país, por confiar en mí y darme la beca que permitió que yo pudiese estudiar esta bella carrera.

A la Universidad del Bío-Bío, que fue mi segundo hogar todos estos años.

A los profesores, que fueron partícipes de mi formación, no sólo entregándome herramientas académicas, sino valores para un mejor desempeño profesional.

A mi profesor guía, Sr. Eduardo Castillo, por ser parte de esta etapa, por ser un profesor que educa desde el alma y por sus conversaciones que siempre dejaron una enseñanza en mí.

A las secretarias de Ingeniería Comercial y del Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales, Sra. Rosa Oñate y Sra. Marcia Valenzuela, respectivamente, por su amabilidad y las innumerables veces que me ayudaron de diversas formas.

A los encargados del aseo en la Facultad, en especial a la Sra. Ruth que siempre me brindó una sonrisa y con sus frases “Mi chiquilla usted va a llegar re-lejos en esta vida” ó “Tanto que estudia, se le va a quemar el cerebro” hizo que mi estancia en la Facultad fuese más alegre.

A mis amigos, que de una u otra forma siempre estuvieron presentes en este largo camino, preocupados por mí. Los quiero muchísimo.

A mis amigas de toda la vida, Rocío, Angélica, Nancy y Alicia, gran apoyo en este proceso. Gracias por sus palabras de aliento y su cariño incondicional.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos.

*Atentamente,
Marissella*

CONTENIDO

RESUMEN	2
ABSTRACT.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS.....	5
INTRODUCCIÓN.....	9
PARTE I: ANTECEDENTES GENERALES.....	11
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	12
1. Nombre de la Investigación	13
2. Justificación.....	13
3. Preguntas de Investigación	13
4. Objetivos	14
4.1 Objetivo General	14
4.2 Objetivos Específicos	14
5. Metodología	14
5.1 Tipo de Investigación	14
5.2 Metodología.....	15
5.3 Método	15
6. Alcances y limitaciones	15
PARTE II: MARCO TEÓRICO.....	16
CAPÍTULO I: INCUBADORA DE NEGOCIOS.....	17
1. Definición de Incubadora de Negocios	18
1.1 Clasificación de Incubadoras	19
1.1.1 Incubadoras según la naturaleza.....	19
1.1.2 Incubadoras según el tipo de empresa alojada.....	20
1.1.3 Incubadoras según la entidad promotora	21
1.1.4 Incubadoras según las características de los emprendimientos que alojan.....	22

2. Proceso de Incubación	22
2.1 Proceso de Incubación de Science Alliance	23
2.2 Proceso de Incubación de la UK Business Incubation.....	23
2.3 Proceso de Incubación del Instituto de C&T Coreano, KAIST	24
3. Stakeholders y ámbitos comunes entre actores de la Incubadora.....	24
4. Factores de Éxito de las Incubadoras de Negocios.....	26
4.1 Identificación de los factores más importantes que inciden en el éxito de las Incubadoras de Negocio	26
4.2 Factores Críticos de éxito.....	33
5. Incubadoras de Negocios en Concepción.....	33
5.1 Cre-ando UBB	34
5.2 Idea Incuba UDEC.....	34
5.3 UDD Ventures	36
5.4 Cinco Emprende UCSC.....	38
5.5 Acción Emprendedora	38
5.6 Unidad de Proyectos Capital Semilla UPCS USS	41
CAPÍTULO II: EMPRENDIMIENTO	43
1. Definición de Emprendimiento.....	44
2. Enfoques del Emprendimiento.....	45
2.1. El Emprendimiento desde la Acción Emprendedora	45
2.2 El Emprendimiento desde la empresariedad	46
2.2.1 Desequilibrio del mercado	47
2.2.2 Los impulsores del Emprendedor.....	48
2.2.3 Institucional	48
3. Elementos asociados al emprendimiento	50
4. Perfil del Emprendedor.....	51
4.1. ¿Cómo es el emprendedor de la comuna de Concepción?	54
5. Financiamiento al Emprendimiento	55

5.1 Innova Bío Bío	55
5.2 Servicio de Cooperación Técnica.....	56
5.3 Corporación de Fomento de la Producción	56
5.4 Redes de Inversionistas Ángeles	57
PARTE III: ESTUDIO EMPÍRICO.....	59
CAPITULO I: APORTES DE LAS INCUBADORAS DE NEGOCIOS AL EMPRENDIMIENTO	
.....	60
1. Aportes de Incubadoras de Negocios	61
1.1 Género.....	61
1.2 Edad	62
1.3 Escolaridad	64
1.4 Motivación	65
1.5 Sector económico	66
1.6 Dedicación.....	67
1.7 Creación de empleo	69
1.8 Tecnología.....	70
1.9 Innovación.....	71
1.10 Exportación	72
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	74
1. Conclusiones Generales.....	75
2. Sugerencias	80
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS	87

INTRODUCCIÓN

Los estudios realizados por Global Entrepreneurship Monitor, señalan que la economía se desarrolla a medida que los emprendimientos por necesidad van decayendo y aumentan los emprendimientos por oportunidad. El emprendimiento presenta características globales, como la edad promedio para emprender (entre los 25 a 34 años de edad) en las que se presenta un mayor espíritu empresarial. Según el estudio (Amorós & Poblete, 2013), algunos países de Latinoamérica muestran una notable actividad emprendedora (17%), una cifra superior a la determinada en Estados Unidos (13%), Unión Europea (8%), Asia y Pacífico Sur (10%), África del Norte y Oriente Medio (8%).

Chile, desde el año 2006 a la fecha, presenta una tendencia creciente a la actividad emprendedora. Según la perspectiva regional, estudios del GEM (2012 Y 2013), dejan en evidencia este incremento. En este sentido, se observa la necesidad de analizar el aporte de las incubadoras de negocios al emprendimiento.

Cada día existe más acuerdo en que el emprendimiento es uno de los factores que contribuyen al desarrollo de los países. Una sociedad cuya cultura favorece que las personas inicien nuevas actividades en los más diversos ámbitos —económicos, sociales y culturales—, tendrá una economía más dinámica, innovadora y generadora de nuevas oportunidades, todo lo cual se traducirá en mayor progreso.

En el caso de Chile, el emprendimiento no ha sido suficientemente valorado. En especial, durante gran parte del siglo pasado la figura del emprendedor fue cuestionada y las políticas públicas no favorecieron ese espíritu, pero tal actitud comenzó a cambiar hace tres décadas.

Actualmente, iniciando el segundo mandato de la Presidenta Michelle Bachelet, el gobierno ha anunciado que su ministro de Economía liderará una agenda de reformas pro Innovación, Productividad y Crecimiento. Esto implica trabajar arduamente en la creación de fuertes incentivos para el emprendimiento privado y la innovación productiva.

El objetivo de la presente investigación es describir el aporte que realizan las Incubadoras de Negocios en el emprendimiento en la comuna de Concepción. Para ello se ha revisado la literatura especializada que permite conocer con mayor detalle los conceptos a estudiar.

En la primera parte de este estudio se darán a conocer los antecedentes generales, las interrogantes de esta investigación, los objetivos y la metodología.

En la segunda parte, capítulo uno, se abordará el tema de las Incubadoras de Negocios, qué son estas entidades, cómo se clasifican, cómo es su proceso de incubación, cuál es su función frente al emprendimiento, los stakeholders de estas instituciones, los factores críticos de éxito y las Incubadoras de Negocios presentes en la comuna de Concepción. Luego, en el capítulo dos, se definirá que es el emprendimiento, qué enfoques posee, cuáles son sus elementos asociados, cuál es el perfil del emprendedor de la comuna en estudio y cuáles son las fuentes de financiamiento al emprendimiento a través de las entidades mencionadas en la segunda parte.

En la tercera parte, posterior al análisis teórico se procedió a la descripción de las contribuciones de las Incubadoras de Negocios presentes en la comuna de Concepción al emprendimiento. Esta descripción se realizó separando los aportes por temas como, la edad; género; innovación; tecnología, entre otros.

Finalmente, se llevan a cabo las conclusiones de la investigación y se entregan sugerencias.

PARTE I: ANTECEDENTES GENERALES

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1. Nombre de la Investigación

“Aporte de las Incubadoras de Negocios en el Emprendimiento en la Comuna de Concepción”

2. Justificación

La actividad emprendedora en las últimas décadas ha presentado una significativa evolución, la que se ha visto acelerada en los últimos diez años, fecha que coincide con la aparición de las llamadas Incubadoras de Negocios, es por esta razón que estudiar el aporte de éstas últimas al emprendimiento es de gran relevancia para saber si son útiles para la creación de un nuevo negocio.

Este proyecto de investigación una vez culminado beneficiará a futuros emprendedores que necesiten de la ayuda brindada por una Incubadora, otorgando información sobre el servicio de las incubadoras, tipo de apoyo, especialidad, entre otros.

3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué es una incubadora de negocios?
- ¿Qué es el emprendimiento?
- ¿Cuál es el perfil de los emprendedores?
- ¿Cuáles son los aportes de las incubadoras de negocios?

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

- Establecer los aportes que realizan las Incubadoras de Negocios en el emprendimiento en la comuna de Concepción.

4.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un marco teórico que sustente la investigación.
- Caracterizar las alternativas de Incubadoras de Negocios en la comuna de Concepción.
- Construir el perfil del emprendedor de la comuna de Concepción.
- Describir los beneficios que otorgan las Incubadoras de Negocios en la comuna de Concepción a sus incubados.

5. Metodología

5.1 Tipo de Investigación

El estudio de este proyecto es una investigación exploratoria del tipo descriptivo, debido a que el tema de investigación no ha sido abordado antes. Además, sólo recogerá e identificará antecedentes generales, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones.

Esta investigación obtendrá antecedentes de las Incubadoras de Negocios ubicadas geográficamente en la comuna de Concepción para realizar una descripción de los aportes de estos entornos facilitadores asociados al emprendimiento en la comuna de Concepción.

5.2 Metodología

La primera parte, radicará en una revisión bibliográfica de las Incubadoras de Negocio y de los distintos temas de emprendimiento, perfil del emprendedor, estado actual de las fuentes de financiamiento y el emprendimiento en Concepción. La segunda parte, consistirá en un análisis descriptivo de los aportes de dichos entornos facilitadores al emprendimiento en la comuna de Concepción. Finalmente, se analizarán e interpretarán los resultados obtenidos, y se llegará a las conclusiones de la investigación.

5.3 Método

Corresponde a un estudio No experimental, debido a que no hay manipulación de las variables. Además, se realizará en un periodo de tiempo determinado y de corto plazo. Diseño Transversal – Causal.

6. Alcances y limitaciones

- El estudio sólo abarcará la comuna de Concepción.
- El tema no ha sido tratado con anterioridad.
- La profundidad del estudio es de carácter general y sintético.
- Disponibilidad del recurso temporal, puesto que la investigación se realizó en un marco de cinco meses.
- Posibilidad de difusión de la investigación una vez culminada en Congresos de Emprendimiento en la Región del Biobío.

PARTE II: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I: INCUBADORA DE NEGOCIOS

1. Definición de Incubadora de Negocios

- ❖ Según lo que señala el diccionario de la lengua española, la palabra Incubación viene del latín incubatio (*ōnis*), que significa “acción y efecto de incubar” de la cual se deriva la palabra Incubadora que es un “aparato o local que sirve para la Incubación artificial” o una “urna de cristal en que se tiene a los niños nacidos antes de tiempo o en circunstancias anormales para facilitar el desarrollo de sus funciones orgánicas”. El mismo concepto se ha aplicado hoy también al mundo empresarial y con ello nacen las Incubadoras de Negocios, Incubadoras de Empresas, Viveros de Empresas, Centro de Promoción Empresarial, Centros de Nuevas Empresas o, como cada quien estime conveniente, de tal manera de facilitar la creación y el desarrollo de nuevas empresas y empresarios por el alto riesgo que ello implica. Se trata de políticas de desarrollo industrial promovidas por agentes gubernamentales o por el sector privado, que consisten básicamente en espacios físicos acondicionados para albergar actividades empresariales o industriales en etapa de diseño, prototipos e inicio formal de producción o servicios, al cual se agrega la asistencia técnica y el acompañamiento necesario para llegar a formarse en empresa.” (Bravo, 2005).
- ❖ “Las incubadoras de negocios son organizaciones (como universidades, institutos de investigación, etc...) 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” (Thompson, 2005).
- ❖ “Las incubadoras de empresas o incubadoras de negocios son programas designados para acelerar el desarrollo exitoso de nuevas empresas. La incubadora facilita a sus empresas incubadas acceso a servicios y recursos de negocios, y libera tiempo y recursos de los emprendedores para que se dediquen al proceso productivo de su compañía. (Perezcano, 2011).

1.1 Clasificación de Incubadoras

Las Incubadoras se pueden clasificar en cuatro grandes grupos (Venturuzzi et al., 2007), los cuales son:

- ❖ Incubadoras según la naturaleza
- ❖ Incubadoras según el tipo de empresa alojada
- ❖ Incubadoras según la entidad promotora
- ❖ Incubadoras según las características de los emprendimientos que alojan

1.1.1 Incubadoras según la naturaleza

• *Físicas*

El objetivo de estas incubadoras es promover el continuo crecimiento económico e industrial de la región por medio del desarrollo de nuevos negocios. Este tipo de incubadoras incluye las empresas de base tecnológica así como también empresas de servicios tecnológicos y pequeñas empresas de la industria ligera. El enfoque se da principalmente en apoyo de espacio para el emprendimiento y espacios comunes, servicios generales compartidos, recursos técnicos, gerenciales, de mercadeo y financieros.

Este tipo de incubadoras busca ante todo estimular objetivos económicos específicos tales como creación de empleo y reestructuración industrial. Estas incubadoras en la mayoría de los casos son de iniciativa de los gobiernos locales, que buscan la creación de nuevas empresas y la maduración de las ya existentes con potencial de crear nuevos empleos. El propósito puede variar según el objetivo específico: se pueden dirigir a grupos específicos tales como programas para jóvenes, desempleados, mujeres o grupos minoritarios.

• *Virtuales*

Se considera como “virtual” aquella incubadora cuyo espacio para alojar empresas es un portal y que la asistencia de incubación se realiza mediante herramientas TIC. Es un entorno virtual de acogida a nuevas iniciativas empresariales con el fin de facilitar la

aparición y desarrollo de empresas de carácter científico tecnológico, dinamizar la cooperación empresarial y difundir la cultura innovadora.

- ***A distancia***

Es aquella cuyos incubados participan de una Incubadora a través de asesoría en línea a distancia, aprovechando las herramientas informáticas y de comunicaciones existentes. Éstas, no presentan una infraestructura física para acoger los emprendimientos, dado que los participantes sólo requieren asesorías específicas que pueden ser solucionadas sin la necesidad de contacto directo.

- ***Mixtas***

En su proceso de incubación adoptan algunas metodologías de incubación tradicional y en las que también se utilizan herramientas o metodologías de la incubación a distancia y también de la incubación virtual.

1.1.2 Incubadoras según el tipo de empresa alojada

- ***Productivas***

Son las que funcionan en general promovidas por un organismo del Estado y cuyo objetivo es el desarrollo local y/o la inserción productiva de sectores de escasos recursos o microempresarios.

- ***Innovadoras o tecnológicas***

Su principal objetivo es la creación y el fortalecimiento de empresas de base tecnológica. En la mayoría de los casos se localizan en las universidades o en los organismos de I+D¹. Se diferencian por sus vínculos con el sector del conocimiento tales como organismos de I+D, agencias de transferencia de tecnología, centros de investigación y desarrollo tecnológico, laboratorios nacionales y personal especializado en I+D.

Aquí, se agrupan tanto las llamadas “tecnológicas” como las de innovación por considerarse que ambas persiguen objetivos muy similares, la diferencia es la restricción o

¹ En Concepción, el mayor referente de este grupo es Innova Bio Bio.

selección de proyectos, que en un caso está dirigido sólo a empresas de tecnología “de punta” y en el otro se incluyen a los proyectos de empresas innovadoras como un concepto más amplio.

- ***Mixtas***

En ellas, la selección del proyecto está vinculada a la capacidad real de llevar a cabo la idea y al perfil del emprendedor, es decir, que dicho postulante sea capaz de perseverar con su propuesta a pesar de los inconvenientes propios de un negocio emergente. Aquí, lo anterior, es más importante que la base tecnológica del proyecto.

1.1.3 Incubadoras según la entidad promotora

- ***De base municipal***

En general, este tipo de incubadoras son físicas y del tipo productivo, destinadas a generar trabajo en la base social de desempleados.

- ***Organismos de I+D***

Funcionan generalmente en instalaciones especialmente acondicionadas dentro de los predios de los organismos de I+D y con cierta relación con los grupos de investigadores o laboratorios propios.

- ***Mixtas***

Estas constituyen la gran mayoría de los emprendimientos, ya que se está generalizando el entendimiento de que una conducción mixta genera sinergias y espacios políticos validados por la sociedad y que en forma individual ninguna de estas instituciones lograría. En general, la integran los gobiernos municipales, las entidades representativas empresariales y entidades del sistema educativo y del I+D+I.

1.1.4 Incubadoras según las características de los emprendimientos que alojan

- ***De empresas de base tecnológica***

Aloja empresas cuyos productos, procesos y servicios son generados a partir de los resultados de investigaciones aplicadas en las cuales la tecnología da un alto valor agregado.

- ***De empresas de sectores tradicionales***

En ellas residen empresas con tecnologías muy difundidas pero que se orientan a agregar valor a sus productos, procesos o servicios a partir de un incremento de su nivel tecnológico. Necesariamente deben estar comprometidas con la absorción y el desarrollo de nuevas tecnologías.

- ***Mixtas***

Permiten empresas de los dos tipos antes descritos.

Los programas de Incubación pueden ser usados en situaciones distintas (Bravo, 2005):

- ❖ Cuando se pretende acelerar un proceso de generación de nuevas empresas, basado en las competencias y fortalezas de determinados agentes y en la existencia de "masas críticas" de emprendedores, investigadores e inversionistas,
- ❖ Cuando el mercado no provee en forma adecuada los servicios empresariales, el financiamiento y/o los espacios físicos necesarios para que los emprendedores pongan en marcha nuevas empresas.

2. Proceso de Incubación

De acuerdo a los estudios internacionales, los Modelos de Incubación son variados, entre ellos, se tiene el propuesto por Science Alliance, UKBI y el Instituto de C&T Coreano, KAIST.

2.1 Proceso de Incubación de Science Alliance

El proceso consta de tres etapas: Pre-incubación, Incubación y Post-incubación (Science Alliance, 2007).

❖ **Pre-incubación:**

En esta etapa se organiza el ingreso de los seleccionados a los servicios posteriores (incubación y post-incubación) que harán uso si son elegidos. Durante este proceso, se identifican los proyectos que cuenten con un potencial valor para desarrollar en conocimientos y factibilidad comercial que permita visualizar un rápido crecimiento.

❖ **Incubación:**

Las incubadoras ofrecen variados tipos de servicios a sus empresas-clientes, entre los que se pueden agrupar: servicios de Infraestructura y servicios de gestión y financieros.

❖ **Post-Incubación:**

La salida del programa de incubación, no necesariamente significa que la empresa-cliente no pueda utilizar algunos servicios que todavía le son necesarios, sin embargo, deberá pagar los precios de mercado para estos efectos.

2.2 Proceso de Incubación de la UK Business Incubation

En esta propuesta el proceso de Incubación forma parte de la fase de desarrollo y crecimiento de una incubadora, ligado a los ámbitos de infraestructura y gerencia (UKBI, 2004).

❖ Los elementos básicos para la incubación según UKBI son:

1. Asesoría
2. Enlaces o Networking
3. Recursos para el Desarrollo de Negocios
4. Acceso a financiamiento
5. Acceso a conocimientos e ideas
6. Seguimiento.

2.3 Proceso de Incubación del Instituto de C&T Coreano, KAIST

- ❖ Corea tiene como estrategia de innovación nacional, desarrollar nuevos negocios de alta tecnología y con alto énfasis en la globalización. El HTVC del Instituto de C&T Coreano, KAIST23, ha implementado en su centro de incubación programas de incubación y emprendimiento exitosos, y la creación de centros de apoyo a la incubación, de utilidad para los emprendedores tecnológicos, como el COTAC y CTTL, sobre patentes, evaluación y certificación de calidad de las tecnologías incubadas ahí.

- ❖ Objetivos de este Modelo:
 - Reunir la capacidad tecnológica nacional de manera eficiente incluyendo los resultados de proyectos de I+D.
 - Fomentar y apoyar negocios emergentes de alta tecnología para reforzar la base industrial de Corea.
 - Posee los elementos básicos de un entorno de incubación: Infraestructura, servicios de consultoría, formación y capacitación, y servicios de apoyo externo. Además, el KAIST, ostenta un foco en la calidad de los productos y su posterior internacionalización.

3. Stakeholders y ámbitos comunes entre actores de la Incubadora

En inglés stakeholder significa tenedor (holder) de valor (Stake), ellas son personas u organizaciones que están comprometidas activamente con la organización o aquellos que pueden ver afectados sus intereses como consecuencia del accionar presente, pasado o futuro de la organización. Una clasificación de estos grupos de interés, se origina de acuerdo a la combinación de atributos que tengan: poder (número de mecanismos para ejercer influencia en la organización), legitimidad (validez de los intereses que reclaman) y

² Jun HO OH. Experiences of Technology Incubation System operation in Republic of Korea. Publicado en “Technology Incubation Regional Workshop on Promoting Technology Incubation, UN/ESCAP”,2004.

³ Prof. Jun ho Oh. “KAIST Overview for Education, Research and technology Commercialization”, publicado en Seminario “Reform of Technical Higher Education: Promoting Innovation-Based Growth, World Bank Moscow Office, Russia”, 2005.

urgencia (lo apremiante de la necesidad). Por tanto, la efectividad de una organización se pondrá a prueba una vez cumpla, de alguna manera, con los intereses de todos los grupos de stakeholders, tanto internos como externos, al relacionarlos en el ámbito de la incubadora de negocios, éstos pueden ayudar con sus recursos (financieros, físicos, humanos, técnicos, etc.,) y guiar como mentores a los nuevos empresarios, además de promoverla en la comunidad, entre otros entornos (Terán, 2009).

Según Lalkaka (2001) la interacción entre los diferentes stakeholders de una incubadora se presenta de la siguiente forma:

Figura N° 1:
Interacción entre los stakeholders de una Incubadora de Negocios



Fuente: Lalkaka, Best Practice, 2001.

Estos vínculos en la cadena suelen ser débiles y no estructurados a nivel de países en desarrollo (Lalkaka, 2001), y por lo general los más débiles son los vínculos con las universidades y el sector privado.

Un ejemplo concreto de interrelación tri-estamental en el entorno de incubación es el caso de la comunidad europea que creó para sus socios, los Business Innovation Centers (EC BICs) como un sistema homologable y comprensivo para detectar y seleccionar proyectos comerciales, y una fuente de guía para los futuros emprendedores. Estos centros crean y desarrollan negocios nuevos e independientes que ofrecen, junto a un profesional, una estructura efectiva de costos, un completo rango de servicios de apoyo de negocios. Cada BIC es visto como una asociación público-privada, involucrando autoridades locales, cámaras de comercio, asociaciones profesionales (industria, cooperativas, sector artesanal), instituciones financieras, pequeñas y grandes empresas, universidades, centros de investigación, y otros grupos de intereses locales. El apoyo de la Comunidad Europea oscila desde asistencia técnica y financiera en etapa preparatoria de desarrollo de negocios hasta soporte financiero para constructoras y mantenimiento de dependencias físicas, costos operacionales y programas de entrenamiento.

4. Factores de Éxito de las Incubadoras de Negocios

4.1 Identificación de los factores más importantes que inciden en el éxito de las Incubadoras de Negocio

Los factores de éxito se dividen en dos grupos (Alvarado & Astudillo, 2005):

Factores Internos

❖ Factores de Gestión

- Perfil Asesores / Tutores
- Infraestructura
- Estrategia Corporativa de la Incubadora
- Capacidad de respuestas a las demandas de todos los incubados
- Nivel de satisfacción de los incubados
- Gerente de las incubadoras
- Servicios a externos

- Cohesión del equipo postulante
- Marketing

❖ Factores Financieros

- Estructura financiera de la incubadora
- Generación de ingresos por servicios de Incubación
- Generación de ingresos por otros servicios
- Número de graduados y/o incubados

Factores Externos

❖ Factores de Gestión

- Número de graduados y/o incubados
- Perfil del emprendedor
- Alianzas Estratégicas entre Incubadoras

❖ Factores Sociales

- Gestión de los emprendedores

❖ Factores Financieros

- Redes de contacto
- Marco Regulatorio del país
- Donaciones entregadas tanto por entes privados como públicos
- Número de graduados y/o incubados

❖ Factores Legales

- Políticas Públicas
- Marco Regulatorio del país

4.1.1 Factores Internos

4.1.1.1 Factores de Gestión

Perfil Asesores / Tutores:

Personal encargado de apoyar los planes de negocios de los incubados. Estas personas deben reunir requisitos para llevar a cabo dicho cargo, como por ejemplo, pro-actividad, motivación, liderazgo, trabajo en equipo, un alto conocimiento del negocio del incubado, etc. Lo anterior, señala que contar con un buen equipo de trabajo, generalmente fomenta el éxito de cualquier empresa; es por ello que todos y cada uno de los integrantes del equipo que compone una incubadora de negocios, debe ser capaz de entregar todo el conocimiento necesario para lograr que un proyecto salga adelante.

Infraestructura:

Se refiere específicamente a las dependencias de la incubadora de negocio, así como a la implementación de ésta (tecnología, material de apoyo, etc.). La infraestructura es considerada un factor de éxito, ya que facilita las actividades de los incubados dentro de la incubadora de negocios.

Estrategia Corporativa de la Incubadora:

Es la forma en que se le agrega valor a una empresa. Busca definir un plan de acción para la empresa, además de determinar la ventaja comparativa con empresas que tienen el mismo rubro. La definición de la estrategia corporativa debe estar acorde con los objetivos de cada incubadora de negocios, haciendo que cada miembro trabaje en conjunto por alcanzarlos.

Capacidad de Respuestas a las Demandas de todos los Incubados:

Toda empresa que entregue servicios, debe atender los requerimientos que tenga cada uno de sus clientes, en la medida que se encuentren dentro de los servicios establecidos en el contrato entre la empresa y el cliente. Es Por ello, que la incubadora debe entregar cada uno de estos servicios de la mejor forma posible, para lograr que el incubado, mantenga un buen nivel de satisfacción por los servicios entregados. Además, en el caso que sea necesario, la incubadora debe tener la capacidad de responder ante cualquier servicio que el incubado presente, como algunas asesorías específicas al rubro en el cual este desarrollando su negocio. Finalmente, lo anterior, provocará que la incubadora obtenga una buena presencia en el mercado.

Nivel de Satisfacción de los Incubados:

Es muy relevante conocer el nivel de satisfacción que tienen los clientes, para así entregar lo que requieren, y de esta manera acceder a mejorar el servicio entregado. Es un factor

muy importante a la hora de determinar el éxito de una incubadora, ya que la satisfacción que obtengan sus incubados, provoca que las incubadoras permanezcan en el tiempo, debido que se refleja en la imagen que proyectará al mercado.

Gerente de las Incubadoras:

Uno de los factores más importantes para lograr el éxito de una incubadora de negocios, se debe a los gerentes o directores de las incubadoras de negocios. Ellos son los que pueden llevar a que una incubadora de negocios fracase o sea exitosa, debido que esta persona debe conocer en forma integral todas las actividades que se realizan dentro del negocio, además de servir como una red de enlace entre la empresa y el ambiente externo que la rodea. Asimismo, debe ser una persona proactiva, conocedor de cada una de las inquietudes que se le presenten tanto a sus incubados, como al personal que trabaja con él.

Servicios a Externos:

Se refiere principalmente a los servicios prestados por las incubadoras de negocios, pero que no pertenecen directamente al proceso de incubación, como por ejemplo, consultorías, asesorías externas, etc. con los cuales generan recursos por otros servicios de incubación.

Cohesión del Equipo Postulante:

En los procesos de incubación el trabajo en equipo es importante, debido a que los equipos que postulan, además de tener espíritu emprendedor, una idea innovadora y ejecutar de manera adecuada un buen plan de negocios, deben tener afinidad entre ellos, lo cual implicará que el proyecto que se lleve a cabo tenga éxito. Es por ello que al momento de postular un grupo de emprendedores, el personal que evalúa los proyectos que serán incubados, deberá determinar si cada miembro del equipo postulante se encuentra realmente motivado para trabajar en equipo, logrando que el proyecto pueda obtener sus objetivos de manera satisfactoria.

Imagen:

Es un factor de éxito, ya que esto le ayudará a posicionarse en el mercado, obteniendo de esta manera un mayor número de postulantes con ideas innovadoras que en el futuro harán que un proyecto sea viable. Esta imagen se puede dar, por el sólo hecho, de entregar buenos servicios, desarrollo del entorno donde se encuentre inserta y el nivel de satisfacción de sus incubados. Además, también influye la institución que avale a la Incubadora de Negocios, como el caso de las incubadoras que son amparadas por instituciones universitarias reconocidas, etc.

4.1.1.2 Factores Financieros

Estructura Financiera de la Incubadora:

Es la relación entre los recursos propios y ajenos de la empresa, depende de muchos factores entre los cuales se encuentran: Proyección de las ventas, estructura del activo de la empresa, actitud frente al riesgo, actitud de los proveedores ante la empresa, financiamiento, capacidad de endeudamiento, etc. El éxito financiero de cualquier empresa está determinado por su estructura financiera, es por ello la importancia de definirla, ya que teniendo una estructura financiera clara facilita la toma de decisiones tanto de gestión como financiera.

Generación de Ingresos por Servicios de Incubación:

Se refiere a la obtención de recursos específicamente por servicios que tienen relación con el rubro de la incubación. Se considera un factor de éxito, ya que estaría reflejando que la incubadora está entregando servicios adecuados, implicando que obtiene ingresos importantes. Diversas incubadoras de negocios, hoy en día se sustentan gracias a la generación de recursos propios, dependiendo cada vez menos de aportes entregados por otras instituciones tanto públicas como privadas.

Generación de Ingresos por Otros Servicios:

Se refiere a la obtención de recursos por concepto de servicios que no necesariamente son por incubación. Se considera un factor de éxito, debido a que muchas incubadoras de negocios, luego de realizar el proceso de incubación completo a sus incubados realizan asesorías a las empresas graduadas en diferentes áreas, lo cual entrega un porcentaje de ingresos a las incubadoras, además de realizar asesorías y consultorías a otro tipo de instituciones que requiera de estos servicios.

Número de Graduados y/o Incubados:

Este factor es de vital importancia dentro de los factores de éxito financiero interno de la incubadora de negocios, debido a que tiene relación directa con los ingresos generados por servicios de incubación, la cual es la actividad principal de la incubadora de negocios.

4.1.2 Factores externos

4.1.2.1 Factores de Gestión

Número de Graduados y/o Incubados:

Número de empresas que han cumplido con las 4 etapas de incubación, encontrándose en condiciones óptimas para realizar su negocio. Este factor de éxito es uno de los más importantes, debido a que refleja la buena gestión de una incubadora de negocios, siendo además un buen indicador del desempeño realizado por cada uno de los entes que integran este tipo de organización.

Perfil del Emprendedor:

Características que debe cumplir el emprendedor para garantizar el éxito de su negocio, tales como: proactividad, motivación, liderazgo, trabajo en equipo, y conocimiento del negocio que desee poner en marcha. Además, debe tener capacidad de emprendimiento, ver la ventaja comparativa de su negocio y por sobre todo tener las ideas claras de lo que desee hacer.

Alianzas Estratégicas entre Incubadoras:

Se refiere concretamente a los convenios de mutua colaboración entre incubadoras, facilitando el desarrollo de ideas innovadoras y al mismo tiempo compartir apoyo técnico en áreas donde una de ellas presente desventajas, obteniendo así una mayor retroalimentación.

4.1.2.2 Factores sociales

Gestión de los Emprendedores:

Forma de llevar a cabo los planes de negocios de los incubados. Una buena gestión del emprendedor puede traducirse en el éxito de una empresa incubada y al mismo tiempo implicar en el éxito de una incubadora.

4.1.2.3 Factores Financieros

Existencia de Redes de Contacto:

Se refiere a personas, entidades, u organismos que tienen relación con la incubadora, de manera que aumenten las posibilidades de facilitación de los servicios y al mismo tiempo la

creación de nuevos negocios. Es un factor de éxito, debido a que permite facilitar la gestión en general de una incubadora como también la gestión de los incubados, ya que pueden entregar enlaces entre los entes privados, dando financiamiento, información u otras formas de colaboración.

Marco Regulatorio del país:

En esta categoría el marco regulatorio del país afecta directamente a la incubadora de negocios en la tributación, y en la regulación de las inversiones provenientes tanto de capitales nacionales o extranjeros, como también, en la amortización de sus inversiones en activos fijos.

Donaciones Entregadas tanto por Entes Privados como Públicos:

Aportes entregados tanto por entes privados como públicos, ya sean en dinero u otro tipo de bienes que puedan ser aprovechados para el desarrollo de las actividades de una incubadora de negocios. En la actualidad, existen diferentes aportes que se entregan a las incubadoras de negocios, esto provoca facilitar de una mejor forma las actividades.

Número de Graduados y/o Incubados:

Este factor de éxito es importante, debido a que refleja la estabilidad financiera y la hace más atractiva como incubadora de negocios, implicando una mayor cantidad de potenciales clientes.

4.1.2.4 Factores Legales

Políticas Públicas:

Son fundamentales, pues en la actualidad un 81% de las incubadoras de negocios creadas en Chile han sido concebidas gracias a aportes entregados por organismos como la Corporación de Fomento de la Producción, lo que se refleja finalmente en la formación de un mayor número de empresas.

Marco Regulatorio del país:

Conjunto de reglas o directrices establecidas con base en una ley o decreto para su aplicación u observancia por parte de las dependencias ó entidades del Gobierno, para regular las actividades realizadas por las empresas. Este punto es muy importante, pues todo tipo de negocios al momento de llevar a cabo sus actividades, debe adaptarse al marco regulatorio del país, así como a las normativas vigentes.

4.2 Factores Críticos de éxito

Las Incubadoras tienen cuatro principales ámbitos de acción (Bravo, 2005) y, dentro de ellos, se definen los factores críticos de éxito (FCE) más relevantes:

4.2.1 Planificación y Puesta en Marcha

- Enfoque y Planificación
- Soporte y Financiamiento

4.2.2 Gestión y operación de la Incubadora

- Directorio y Estructura Organizacional de la Incubadora
- Gerencia y Staff de la Incubadora
- Infraestructura Física
- Selección y Graduación de Incubados
- Gestión de Relaciones de la Incubadora con las Partes Interesadas
- Vínculos con Universidades e Instituciones de Investigación
- Transferencia Tecnológica y Comercialización
- Networking de Incubadoras
- Marketing

4.2.3 Servicios a incubados

- Programa de Servicios de la Incubadora
- Acceso a Redes
- Capitalización y Financiamiento de Clientes
- Networking entre Incubados
- Apoyo a la Internacionalización o Globalización

4.2.4 Desempeño e Impacto de la Incubadora

- Evaluación de Desempeño y Medición de Impacto.

5. Incubadoras de Negocios en Concepción

En la Comuna de Concepción, existen 6 Incubadoras de Negocios, las cuales son:

- ❖ Cre-ando UBB
- ❖ Idea Incuba UDEC

- ❖ UDD Ventures
- ❖ Cinco Emprende UCSC
- ❖ Acción Emprendedora
- ❖ Unidad de Proyectos Capital Semilla UPCS USS

5.1 Cre-ando UBB

CRE-ando 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 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 CRE-ando 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” (Creando UBB, 2012).

5.2 Idea Incuba UDEC

Esta incubadora ofrece los siguientes servicios (Idea Incuba UDEC, 2013):

Asesoría Estratégica en Modelo de Negocios:

En esta asesoría entregan herramientas para generar una propuesta de valor atractiva para el cliente. Idea Incuba toma el proyecto de emprendimiento desde que la idea con potencial de negocio es concebida, hasta que el emprendedor consolida su empresa.

Además, apoyan la aceleración de empresas en una etapa de crecimiento y consolidación, con servicios orientados a incrementar ventas a través de nuevos mercados en el corto plazo.

Propiedad Intelectual:

Apoyan a través de la Unidad de Propiedad Intelectual de la Universidad de Concepción en la búsqueda de una estrategia adecuada de protección.

Acceso a Financiamiento:

Apoyan en la postulación y seguimiento a líneas de financiamiento público y privadas.

Mentoría, Capacitación y Networking:

Fortalecen los proyectos mediante la vinculación con mentores, talleres, capacitaciones y actividades de networking.

Redes Nacionales e Internacionales:

Vinculan con redes de contactos de la Universidad de Concepción a nivel local, nacional e internacional.

Servicios de Patrocinio de Proyectos:

Están inscritos en el registro de patrocinadores de Corfo e Innova Biobío. El rol del patrocinador es velar por el cumplimiento y buen desarrollo del proyecto postulado a línea de financiamiento.

Servicio de Infraestructura:

Cuentan con la posibilidad de que en su edificio de 360 metros cuadrados, puedan residir 9 empresas, lo que facilita la interacción y se genera un ambiente propicio para la convivencia y redes entre los mismos emprendedores.

Comunicación y Difusión en Medios:

Apoyan los proyectos desde la gestión de medios hasta el desarrollo de herramientas blandas que mejoran el mensaje de su emprendimiento.

Figura N°2: Proceso de Incubación Idea Incuba UDEC



Fuente: Idea Incuba

5.3 UDD Ventures

“La naturaleza de los proyectos a incubar por UDD Ventures se encuentra abierta a los distintos sectores contemplados en los clusters de innovación, también posee dos grandes sectores de especialización. Se trata de emprendimientos basados en tecnologías e innovación para las áreas de “Medioambiente” y “Salud”, que sean capaces de generar un impacto significativo y favorable en la comunidad” (UDD Ventures, 2013).

Conducta Ética:

Actúan con profesionalismo, integridad moral, lealtad y respeto a las personas.

Creación de valor para el cliente:

Centran su esfuerzo en la satisfacción de sus emprendedores, creando relaciones ganar-ganar a largo plazo, centrándose en la excelencia en la ejecución.

Trabajo en Comunidad:

Potencian la integración y cooperación con todas las instituciones pertenecientes al ecosistema emprendedor chileno.

Comunidad y Medioambiente:

Se comprometen con el desarrollo social y sustentable de la comunidad.

Figura N°3: Proceso de Incubación UDD



Fuente: UDD Ventures

5.4 Cinco Emprende UCSC

El objetivo de CINCO-Emprende es apoyar el desarrollo y puesta en marcha de iniciativas empresariales innovadoras, provenientes tanto del medio interno como externo de la UCSC, que beneficien los ámbitos económicos, sociales y ecológicos de la Región del Biobío. De CINCO-Emprende surge el nombre CINCO-mujer, orientado al segmento de mujeres emprendedoras. Esta entidad ofrece soluciones integrales en lo que respecta a creación, desarrollo y gestión de negocios.

“El CINCO Emprende, además, actúa como Patrocinador de iniciativas empresariales innovadoras ante entidades de fomento productivo tales como Innova BioBío” (Cinco Emprende UCSC, 2013).

Cabe mencionar que Cinco Emprende UCSC es apoyado desde Santiago por Incuba UC, perteneciente a su casa matriz la Pontificia Universidad Católica de Chile.

5.5 Acción Emprendedora

Esta incubadora busca replicar su modelo de servicios, para así apoyar los objetivos estratégicos de las nuevas empresas, mediante alianzas con instituciones públicas y privadas, las cuales son las siguientes (Acción Emprendedora, 2013):

Empresas:

- ❖ **Desarrollo de Proveedores:** Por intermedio del programa “Desarrollo de Proveedores” perteneciente a CORFO realizan un diagnóstico, y posterior a éste, asisten con programas de capacitación y apoyo para los proveedores de una empresa por un periodo de tiempo de hasta tres años.

- ❖ **Desarrollo de Distribuidores:** Mediante los programas de difusión tecnológica de Innova Chile y/o SENCE, es posible desarrollar programas de capacitación y apoyo para distribuidores de grandes empresas. Ejemplo: CCU y sus almaceneros.
- ❖ **Fidelización de Clientes:** Diversas empresas tienen como clientes a MIPES (micros y pequeñas empresas). Para ellos, el recibir servicios de capacitación y/o apoyo puede resultar en una excelente herramienta para fidelizarlos. Ejemplo: Banco Estado y publicación diario La Cuarta.
- ❖ **Programas Responsabilidad Social Empresarial (RSE):** Mediante la utilización de recursos SENCE (Precontratos y Becas Sociales), brindan capacitación a diferentes agentes relevantes para la cadena o entorno de las empresas. Ejemplo: Cerecita y el programa de capacitación a esposas de trabajadores.
- ❖ **Estudios:** Realizan análisis de cadenas de valor y políticas de gestión y desarrollo de proveedores / distribuidores de menor tamaño.

Con Municipios:

- ❖ **Capacitación:** Micro Emprendedores de la comuna, mediante financiamiento SENCE o recursos de Fomento Productivo/DIDECO.
- ❖ **Fondo Nacional de Desarrollo Regional:** Mediante una alianza con Acción Emprendedora, postulan a la SUBDERE iniciativas de mediano plazo para el apoyo de Microemprendedores locales.
- ❖ **Fondos Concursables:** Periódicamente diferentes instituciones públicas convocan a postulaciones para fondos concursables. Acción Emprendedora puede proveer los servicios de apoyo para capacitar y asesorar en la postulación a estos fondos. Esto permite a los municipios acercar los recursos a los microempresarios de su comuna.

- ❖ **Fomento Productivo:** Las áreas de Fomento Productivo no siempre existen o están desarrolladas en los Municipios. Por ende, Acción Emprendedora brinda el apoyo para externalizar el área de Fomento Productivo, de manera de proveer de todos los servicios a través de los Centros de Emprendimiento y/o dependencias municipales.

Con Instituciones Públicas:

- ❖ **Proyectos de Fomento Productivo:** Ejecutan diversos programas concursables para el apoyo de MIPES. Por ende, brindan servicios de Fomento Productivo como Institución Consultora. Ejemplo: Evaluación de MIPES beneficiarias del Fondo de Competitividad, SERCOTEC.
- ❖ **Programas Piloto:** Las instituciones públicas están desarrollando programas Piloto para incorporar la variable emprendimiento en sus reparticiones. Así, Acción Emprendedora puede ser un proveedor estratégico al desarrollar Programas Pilotos para estas iniciativas. Ejemplo: Incubadora de Negocios Indígena de CONADI.
- ❖ **Estudios:** Apoyan a diferentes instituciones para el diseño e implementación de Políticas y Programas. Ejemplo: Asesoría en Formación Micro-empresarial, Fundación Chile.

Figura N°4: Proceso de Incubación Acción Emprendedora



Fuente: Acción Emprendedora. Elaboración Propia.

5.6 Unidad de Proyectos Capital Semilla UPCS USS

La Universidad San Sebastián, en su compromiso con la formación de profesionales que contribuyan a la sociedad, ha optado por enfatizar tres valores fundamentales en el proceso educativo y formativo de los alumnos: Pasión, Responsabilidad y Emprendimiento.

Desde 2008 la Universidad, a través de la Dirección General de Investigación y Extensión, es Patrocinadora de Capital Semilla ante Innova Bío Bío. Gracias a esto tiene la posibilidad de guiar a los emprendedores que requieran financiamiento para realizar sus proyectos,

tanto en la etapa de formulación y evaluación, como también en la fase de implementación de la idea en el mercado.

Cabe señalar, que esta Unidad de Proyectos está en fase inicial para transformarse en una Incubadora de Negocios.

CAPÍTULO II: EMPRENDIMIENTO

1. Definición de Emprendimiento

- ❖ Acción y efecto de emprender (|| acometer una obra). Emprender, (Del lat. in, en, y prendere, coger). Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro⁴.

- ❖ La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. 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. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan (Schumpeter, 1943).

- ❖ La esencia de la actividad emprendedora radica en estar alerta a las oportunidades y postula que cualquier persona está capacitada para emprender, ya que el emprendimiento está presente en todas las acciones humanas. Los emprendedores son fundamentalmente intermediarios creativos que facilitan el intercambio entre oferentes y demandantes, al

⁴ Según el Diccionario de la Real Academia Española, Vigésima tercera edición.

reconocer en cualquier desequilibrio de mercado una oportunidad ventajosa que proporciona las presiones necesarias para hacer que la economía vuelva a su estado de equilibrio, definiendo el emprendimiento como “una tendencia al equilibrio y a la coordinación”. (Kirzner, 1975)

- ❖ Holcombe (1998), utiliza el concepto de crecimiento endógeno de Romer⁵ para referirse al emprendimiento como el motor endógeno del crecimiento y afirma que cuando los emprendedores aprovechan las oportunidades, crean nuevas oportunidades para emprender, produciéndose así un círculo virtuoso que permite a los países alcanzar el desarrollo.

2. Enfoques del Emprendimiento

El emprendimiento posee diversos enfoques, para este estudio los que nos competen son los que se detallarán a continuación:

- ❖ Desde la acción emprendedora.
- ❖ Desde la empresariedad.

2.1. El Emprendimiento desde la Acción Emprendedora

El emprendimiento desde la acción emprendedora da lugar al concepto de “sistema de desarrollo emprendedor” y que consiste en “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, agrupándose dichos factores así: condiciones sociales y económicas, cultura y sistema educativo, estructura y dinámica productiva, aspectos personales, redes del emprendedor, mercado de factores y, regulaciones y políticas” (Kantis, Angelelli, & Moori, 2004).

⁵ Paul Romer, profesor de la Universidad de Stanford, plantea en su libro “The Origins of Endogenous Growth” (1994), que el crecimiento económico es un resultado endógeno del sistema económico y no el resultado de fuerzas externas.

2.2 El Emprendimiento desde la empresarialidad

Simultáneamente dentro del emprendimiento empresarial, se reconocen y se vienen presentando tres enfoques sobre la creación de empresas: desde las ciencias humanas, desde una tendencia económica, y desde las ciencias de la gestión y la organización (Fayole & Bruyat, 2002); (Porras, 2006).

Un primer enfoque desde las ciencias humanas haciendo énfasis en los aspectos personales, por lo tanto, buscando respuestas en el “quién” y “por qué”, es decir en los atributos ó características de personalidad; dentro de este enfoque hay diversas tendencias: El empresario se caracteriza por su necesidad de logros (McClelland, 1961); el predominio del deseo de ser independiente, capacidad de tolerar la ambigüedad y el riesgo, la perseverancia, la autoconfianza, la actividad empresarial asociada a la propiedad del negocio y a la toma de riesgos (McClelland, 1980); la capacidad de aprender (Gilder, 1984), la capacidad de sobreponerse a los fracasos y frustraciones para lograr objetivos quebrantando viejos patrones y creando un nuevo orden ante un entorno con “destrucción creativa” (Schumpeter, 1934); la alta incidencia del empresario imitador, es decir, el que explota una oportunidad de negocio identificada por otro (Baumol, 1997); el empresario es quien funda una empresa (Jennings, 1993), siendo ésta última la más generalizada por su pragmatismo. Dentro de este enfoque especialmente, siempre se ha discutido sobre si el emprendedor nace o se hace.

Este enfoque pretende olvidar que los atributos del emprendedor están en otros actores sociales como deportistas y políticos, por ello, es que se propone “redefinir el foco de estudio” (Gartner, 1988), es decir, en lugar de responder “quién” es un emprendedor, se debe desplazar la atención al proceso de creación de empresas por ser un fenómeno complejo y vinculado a factores sociales, culturales y económicos (Shapiro A. , 1984) (Gibb & Ritchie, 1982) (Buame, 1992), en esta redefinición al enfoque de las ciencias humanas sobre la empresarialidad, sobresalen dos aspectos relevantes: la importancia de incorporar otras dimensiones al fenómeno del emprendimiento y el primer reconocimiento a que éste es un “fenómeno complejo”.

Un segundo enfoque, se aproxima desde una visión funcional del fenómeno centrada en el rol del emprendedor, como tendencia de los economistas, buscando respuestas en “el qué”.

Dentro de este enfoque se vislumbran tres grupos de argumentaciones:

- ❖ Desequilibrio del mercado.
- ❖ Los impulsores del Emprendedor.
- ❖ Institucional.

2.2.1 Desequilibrio del mercado

Desde la perspectiva económica clásica, se destacan dos grandes corrientes sobre el emprendimiento, enfocadas desde el emprendedor como actor principal: la escuela de Schumpeter y la escuela Austriaca.

La escuela de Schumpeter concibe el emprendedor (empresario) como una fuerza desequilibradora en el mercado, ubicándolo como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades, creando incertidumbre y promoviendo el desarrollo; la competencia es el resultado de las innovaciones del empresario y el elemento estratégico de la actividad empresarial es la “innovación”, es decir, la aplicación de nuevas ideas en cuanto técnica y organización, para dar lugar a transformaciones de la función de producción; el empresario es un revolucionario de las convenciones y de los hábitos e introduce novedad al sistema productivo; el punto de equilibrio es sólo el punto de partida, la principal característica de este punto es que la vida económica se desenvuelve sobre la base de la experiencia (Schumpeter, 1934).

La escuela Austriaca, concibe el emprendedor como una fuerza de equilibrio, ubicando a éste como generador de cambio dentro de un bienestar existente, como buscador de asimetrías e ineficiencias que otros no han percibido y sobre las cuales existe un potencial (Menger, 1981), además, lleva la sociedad de un estado de desequilibrio hacia un estado de equilibrio el cual se alcanza gradual e incrementalmente a medida que se perciben los distintos precios relativos, lo cual da lugar al arbitraje de recursos (Kirzner, 1999).

2.2.2 Los impulsores del Emprendedor

Un segundo grupo de argumentaciones sobre el emprendimiento y desde la perspectiva economista, sostiene que el emprendedor tiene unos impulsores, es decir, son unos “gatilladores de acción”, por atracción, siendo el grupo de los que ven la oportunidad y las aprovechan antes de que pase el tiempo, porque les atrae la idea de emprender; y, por desesperación, siendo el grupo de los que ante falta de alternativas laborales ó que son creativos a pesar de la falta de recursos, se ven obligados a emprender (Amit, Glosten, & Mueller, 1993).

2.2.3 Institucional

Desde la perspectiva económica, diversas causas influyen en el emprendedor como agente en el mercado, entre ellas está el agente Institucional. Aquella convencional desde la economía, que considera a la empresa como una “caja negra”, gobernada por un “piloto automático” racional que responde a las señales de precio (Geroski, 1991); otra tendencia afirma que los individuos eligen el sector en el que van a trabajar comparando ingreso esperado en uno y otro empleo, y, la naturaleza del trabajo en cada sector (Rees & Shah, 1986); otra tendencia pregona la existencia de variables que explican la propensión de los individuos a emprender, unas vinculadas al capital humano (educación, experiencia laboral,...), otras vinculadas a los activos personales y aspectos demográficos (edad, estado civil, ...), todas las cuales inciden en la actitud de los individuos frente al riesgo (Evans & Jovanovic, 1989); en las firmas consolidadas hay personas con ideas, por lo tanto, ante la incertidumbre y la asimetría de información, asumen el riesgo y comienzan su propia empresa, pues consideran que el mercado responderá y valorará mejor su idea que la organización en la cual se desempeñan (Audretsch, 1999); (Audretsch & Thurik, 2001); el “uso de los mecanismos de mercado” tiene costos asociados (Coase, 1937), costos de contacto, de celebrar, administrar y vigilar el cumplimiento de contratos; la racionalidad limitada de los actores económicos y la existencia de activos específicos, por ejemplo, desarrollar una actividad en forma interna ó entregarla a un tercero, hace que las empresas evalúen los costos alternativos (Williamson, 1975), insinuándose con lo anterior, que las empresas establecidas generan nueva empresarialidad, lo que no sugeriría una simple coincidencia en que los grupos empresariales a través de sus organizaciones filantrópicas terminen promoviendo pequeñas organizaciones que se incorporen a su cadena de valor ó a

la de otros sectores económicos; la tendencia “ecléctica” afirma que la demanda y oferta de emprendedores, determina las tasas de entrada y salida de empresas, ya que la demanda es afectada por la existencia de oportunidades en un país, como el grado de desarrollo económico y tecnológico, estructura industrial, diversidad de la demanda y la influencia de la globalización, mientras que la oferta es afectada por la estructura demográfica de la población, niveles de ingreso y desempleo, es decir, aquellos que afectan directamente las habilidades, actitudes, preferencias y recursos para emprender (Verheul, Wenneker, Audretsch, & Thurik, 2001).

Este segundo enfoque sobre la empresariedad es la máxima expresión del reduccionismo dominante en la sociedad moderna, dando respuestas al fenómeno del emprendimiento, circunscrito a las variables que operan bajo la “mano invisible”, donde finalmente el hombre es efectivamente un actor dependiente de las fuerzas del mercado que él mismo ha desencadenado con toda su sabiduría universalista, cientifista y tecnológica para dominar el mundo, declarando la muerte implícita a consideraciones sociales, culturales y ecológicas, es decir, a consideraciones ambientales. ¿Acaso el rol del emprendedor es simplemente como sujeto ó actor económico en la sociedad?

El tercer enfoque sobre la empresariedad, proviene de las ciencias de la gestión y la organización centradas en el proceso, buscando respuestas en “el cómo”, es decir, en el proceso de creación empresarial; una tendencia admite la existencia del “evento empresarial” que surge a partir de cuatro condiciones: (a) Los “factores de desplazamiento” que inducen a romper una trayectoria de vida previa e inclinarse por la carrera empresarial, unos positivos (identificación de oportunidad, deseo de realización) ú otros negativos (salir del desempleo, necesidad de emigrar, frustración con empleo actual); (b) La disposición a actuar por parte de quien emprende; (c) la credibilidad en el proyecto; (d) la disponibilidad de recursos (Shapiro A. , 1994), y (e) la información; otra tendencia se concentra en las etapas de creación (la identificación de la idea, la validación, el acceso a recursos, la negociación, el nacimiento y la supervivencia) y los factores de éxito como la idea de negocio, la disponibilidad y obtención de recursos, la habilidad del emprendedor, el nivel de motivación y compromiso (Gibb & Ritchie, 1982); otra tendencia se centra en el papel de las redes dentro del proceso emprendedor, como la interacción del emprendedor con familiares, amigos, otros empresarios e instituciones del entorno constituye un aspecto

crucial del proceso de creación de una empresa (Johannisson, 1998); a su vez, los estudiosos de dinámica industrial, enfatizan en la entrada y salida de las empresas en los mercados, considerando dos factores: beneficios esperados de una actividad y la existencia de barreras a la entrada. (Geroski, 1991). Finalmente, otra tendencia sostiene que existe un proceso emprendedor en el que inciden las oportunidades para emprender y dos grupos de factores: condiciones del contexto nacional, y, condiciones del contexto social, cultural y político. Lo anterior define la actividad y la capacidad emprendedora, define la dinámica de los negocios, y finalmente incide en el crecimiento económico (GEM, 1999).

Este enfoque aunque contribuye a mantener el status quo del reduccionismo dominante, con elementos economicistas y elementos que van impregnados de racionalidad económica, recogidos desde la interesante teoría de la competitividad, predominante hoy en el mundo, sin embargo, aporta algunos aspectos relevantes que apenas vislumbran un nuevo emprendimiento alternativo a de-construir: la existencia de factores ambientales que explican el llamado “evento empresarial” con indicios de acciones caóticas como “el romper una trayectoria de vida previa”, presagios de acciones autopiéticas y dinámicas, implícitas, como la “disposición a actuar de quien emprende”, la “habilidad del emprendedor” y la existencia de “las redes dentro del proceso emprendedor”.

3. Elementos asociados al emprendimiento

El emprendimiento es un fenómeno que ha estado siempre presente y ha avanzado con aceptación colectiva en los últimos años en especial ante los problemas de empleo y pobreza que desde la “celda” de la disciplina económica, como parte de la modernidad, siguen sin resolverse, precisamente porque de manera reiterada se han abordado como problemas unidimensionales, más no como fenómenos multidimensionales que requieren la búsqueda de soluciones multi y transdisciplinarias.

En general y de manera corriente, el emprendimiento viene haciendo referencia al emprendedor, la capacidad emprendedora, la iniciativa empresarial, el empresario, la cultura y el espíritu empresarial, las mipymes como evolución de lo que antes fue el boom del tema de las microempresas, el plan de negocios, el microcrédito, la capacitación

empresarial, algunos eventos con participación de emprendedores como los encuentros y las redes de emprendimiento.

El emprendedor es usualmente asociado a la persona con iniciativa empresarial; también como la persona que se siente sujeto de su propio desarrollo, con capacidad para cumplir metas parciales sin encontrar fácilmente la meta final, porque siempre quiere hacer un poco más, capaz de generar una nueva organización consiguiendo y combinando recursos para determinados objetivos; la capacidad emprendedora como algo natural que “está presente en todas las personas y es algo que le permite incluso adaptarse y enfrentarse con éxito al mundo desde los primeros momentos de su vida” (Velásquez, 2005); la iniciativa y espíritu empresarial asociada al éxito presente en personas con una fortaleza basada en el dominio de un trabajo u oficio, que desafían el fracaso o se sobreponen a la adversidad, obsesionadas, interesadas en transmitir el conocimiento entre generaciones, inconformes con un estilo de vida; las mi-pymes como el concepto que clasifica las empresas en función de su tamaño: microempresas, pequeñas y medianas empresas.

Uno de los mayores avances conceptuales, hasta ahora evidentes en el tema del emprendimiento, y que articula de una manera consistente el tema, es el presentado por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, con su “enfoque sistémico de la creación de empresas”, centrado en el análisis del proceso emprendedor, esquematizado en tres etapas: gestación del proceso emprendedor (idea de negocio y plan de negocio), puesta en marcha del proyecto y desarrollo inicial de la empresa (Kantis, Angelelli, & Moori, 2004), con un elemento innovador incorporado en los últimos años, al promoverse las incubadoras de negocios (Porras, 2006).

4. Perfil del Emprendedor

Al hablar de un emprendedor, es inevitable definirlo como una persona que posee un espíritu de búsqueda de algo nuevo. De acuerdo a lo dicho por Ari Wurmman (2010), el emprendedor no es necesariamente un creador de compañías, sino alguien capaz de transformar cada desafío en oportunidades. Su más excelsa cualidad es descubrir posibilidades de negocios donde otros sólo ven confusión y señales de alarma.

Diversos estudios han tratado formular el perfil de un emprendedor de éxito, una coincidencia fundamental es la poca relación entre el espíritu emprendedor y ciertas características personales, edad, sexo, o disponibilidad de dinero. Tampoco son muy claros los nexos entre el espíritu emprendedor y la profesión, raza o procedencia geográfica.

No obstante hay características de los buenos emprendedores, bastante comunes, y algunas capacidades deseables son las siguientes:

- ❖ Saben que es esencial ser total e inmensamente sinceros sobre cómo van las cosas. Muchas veces están tan ansiosos por creer en algo, que oyen sólo lo que quieren oír y ven sólo lo que quieren ver.
- ❖ Saben a quién y cuándo escuchar, además qué preguntas formular.
- ❖ Saben qué tipo de ayuda buscar en el exterior.
- ❖ Descartan las ideas poco prometedoras tan pronto como pueden, ejerciendo juicio y reflexión, sin acumular montañas de datos.
- ❖ Piensan de forma veloz, se agotan, pero saben que la presión, el estrés, las situaciones abrumadoras y el caos general son apenas parte del juego.

Es necesario señalar algunas diferencias importantes entre un emprendedor y un ejecutivo de empresa.

Los emprendedores están decididos a buscar oportunidades, más allá de los recursos disponibles, oportunidad es la palabra clave, y el emprendedor va tras ella. El ejecutivo debe administrar recursos y ojalá multiplicarlos.

La gran ventaja del emprendedor es su capacidad superior de iniciar una idea creativa. En cambio, el buen ejecutivo en la empresa se conoce por su análisis prudente, su capacidad de planificación y su tesón al ejecutar sus decisiones.

“En el pasado, los tres tipos de capital de las empresas eran: estructural, financiero e intelectual, pero en el futuro lo más probable es que la capacidad imaginativa, el potencial emprendedor y la facultad de relacionarse sean los nuevos tipos de capital realmente importantes y diferenciadores” (Wurmann, 2010).

Las oportunidades pueden surgir de casi cualquier cosa: de lo inesperado, de incongruencias, de necesidades detectadas en los mercados, del sentido común y observación, de cambios en la percepción, de nuevos conocimientos, de ideas concebidas durante el empleo anterior, de hobbies, de eventos sociales, de la búsqueda deliberada, de lecturas, viajes, etcétera; la cuestión es aprovecharla.

“Nada es verdad, nada es mentira, todo depende del cristal con que se mira”. Este refrán habla del peso que tienen los puntos de vista. Cambiar el ángulo de observación del negocio permite descubrir fortalezas y debilidades insospechadas.

Numerosas ideas de nuevos desarrollos se han dado porque una persona o un grupo de ellas percibieron el entorno de manera diferente. Imagine que en una revista hay unos anuncios publicitarios y en uno de ellos se muestra un gran desierto y en la parte inferior dice algo así como: "Todos veían un desierto, alguien vio Las Vegas", otra mención de la misma revista muestra un cuarto de una casa lleno de trastos y desordenado al máximo, la frase del anuncio es: "todos veían un cuarto abandonado. Alguien vio subastas por internet".

Estos dos ejemplos presentan algunos casos de negocios muy exitosos, pero también muestran que nacieron de la visión de alguien que vio la oportunidad donde nadie más la había visto.

Como estos ejemplos debe haber muchos otros, muchas veces alguien habrá visto una oportunidad y se habrá lanzado a convertirla en realidad. Sin embargo, un emprendedor no acaba su trabajo al encontrar la oportunidad, eso es sólo el principio. Quien explota una oportunidad pero no la gestiona ni desarrolla sólo especula.

La pasión hace sentir más motivación para correr riesgos y aporta el combustible necesario para seguir creciendo, aprendiendo innovando y afrontando retos (Wurmann, 2010).

4.1. ¿Cómo es el emprendedor de la comuna de Concepción?

En consideración, de que en la comuna de Concepción no hay un estudio específico y detallado de este tema, se efectuó un seguimiento a una investigación realizada por Global Entrepreneurship Monitor a la Región del Biobío (2012), el cual incluye a la comuna de Concepción.

Las 10 características del emprendedor son las siguientes:

1. Género.

Una de cada tres emprendedores(as) establecidos(as) es mujer. Uno de cada dos en etapas iniciales es mujer.

2. Edad.

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 37 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 49 años.

3. Escolaridad.

Iniciales: 27% secundaria completa y 25% universitaria completa. Establecidos: 31% secundaria completa y 36% universitaria completa.

4. Motivación.

Un 53,05% de los emprendedores en etapa inicial emprende por oportunidad. El porcentaje para Chile es de 49,55%.

5. Sector Económico.

El 59,58% de los emprendedores iniciales y el 53,83% de los establecidos se encuentran insertos en el sector de servicio al consumidor.

6. Dedicación.

El 41% de los emprendedores iniciales y el 64% de los establecidos se declaran auto-empleados.

7. Creación de empleo.

El 51,4% de los emprendedores iniciales y el 29,3% de los establecidos esperan contratar de 1 a 5 trabajadores en los próximos 5 años.

8. Tecnología.

El 54% de los emprendedores iniciales y el 80% de los establecidos no utilizan nuevas tecnologías⁶ en sus productos.

9. Innovación.

El 59% de los emprendedores iniciales y el 46% de los establecidos, considera que sus productos y servicios son novedosos.

10. Exportación.

Cerca del 53% de los emprendedores iniciales y el 49% de los establecidos tienen entre 1% a 25% de sus clientes en el extranjero.

5. Financiamiento al Emprendimiento

5.1 Innova Bío Bío

Innova Bío Bío es el Comité Fondo de Innovación Tecnológica de la Región del Biobío. Es una institución pionera a nivel nacional, nacida el año 2001 producto de un Convenio entre el Gobierno Regional de Biobío, el Ministerio de Economía y la CORFO. Está orientado a promover la innovación, la transferencia de conocimiento y las capacidades tecnológicas de emprendedores y empresarios de la Región del Biobío (Innova Bío Bío, 2014).

Innova Bío Bío posee instrumentos de cofinanciamiento en torno a tres áreas referidas a las diferentes etapas del ciclo innovador⁷:

⁶ Hace referencia a los últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones. Las nuevas tecnologías se centran en los procesos de comunicación.

⁷ Para más detalle ver Anexo N°1 (Líneas de Financiamiento Innova Bío Bío)

- Emprendimiento
- Transferencia de Conocimiento
- Innovación Empresarial.

5.2 Servicio de Cooperación Técnica

“El Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), es una Corporación de Derecho Privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que existe desde el 30 de junio de 1952” (SERCOTEC, 2013).

Esta institución tiene como misión velar por la promoción y apoyo a iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios.

Actualmente, es una de las instituciones gubernamentales que entrega el mayor aporte para financiar el emprendimiento. Las líneas de financiamiento van desde el programa “Capital Semilla” para emprendedores hasta transferencia de recursos a empresarios para perfeccionar negocios ya existentes, con programas como “Capital Abeja”, además, impulsa la asociatividad, a través de programas que promueven la obtención de beneficios colectivos, tales como “Iniciativas de Desarrollo Territorial” entre otros⁸.

5.3 Corporación de Fomento de la Producción

La Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), creada en 1939, es el organismo del Estado encargado de impulsar la actividad productiva nacional.

El objetivo principal de esta institución es que las empresas chilenas estén en condiciones de competir en los mercados internacionales actuales, para lo cual apoya a empresas individuales, grupos empresariales que trabajan de forma asociativa y cadenas de producción.

⁸ Para más detalles ver Anexo N°2 (Líneas de Financiamiento SERCOTEC).

Misión

“Ser una agencia de excelencia y alto impacto en el desarrollo productivo del país, incrementando la productividad y oportunidades de empleo de calidad mediante el fomento a la inversión, innovación y emprendimiento, con desarrollo sustentable y territorialmente equilibrado”.

Visión

“Ser reconocidos como una agencia de clase mundial enfocada en:

- Promover la diversificación y sofisticación del aparato productivo.
- Apoyar sectores con alto potencial de crecimiento, dándole un nuevo impulso a las exportaciones.
- Aumentar la innovación en las empresas y en la sociedad en general, de manera sustentable.
- Contribuir a desarrollar mercados financieros competitivos y sofisticados que faciliten el acceso al financiamiento de la inversión a los actores económicos⁹.
- Transformar a Chile en un polo de innovación y emprendimiento global” (CORFO, 2012).

5.4 Redes de Inversionistas Ángeles

Son organizaciones que reúnen a empresarios, en donde CORFO e Innova Bío Bío, cofinancian su operación base, con el objetivo de que la red pueda identificar empresas que requieren inversión para enfrentar su fase de crecimiento o expansión en el mercado nacional o internacional.

Su lógica es aportar "Capital Inteligente", a la empresa con el fin de permanecer durante un período de tiempo bajo su tutela para que la empresa crezca y se expanda.

Los inversionistas ángeles invierten en empresas que se encuentran geográficamente cerca de su zona de residencia, ya que esto le permite tener una relación de cercanía con el equipo que lidera la empresa.

⁹ Para mayor información revisar Anexo N°4 (Líneas de Financiamiento CORFO).

Su metodología de trabajo es que operan de acuerdo a procesos que le son particulares. A pesar de estos existe una mitología genérica para las redes. Esta consiste básicamente en que el empresario o emprendedor toma contacto con las redes de inversionistas directamente, que operan en su ciudad. Una vez que se ha tomado contacto con la Red de Inversionistas Ángeles, se agenda una reunión breve que permite dilucidar si la empresa que presenta el empresario o emprendedor es susceptible de ser considerada por la red para realizar un proceso de inversión. En concreto, se acepta o redirecciona al emprendedor o empresario para el proceso.

Como segundo ciclo, y una vez aceptada la empresa y el empresario emprendedor como un potencial receptor de inversión ángel, se genera una serie de reuniones con diferentes instancias de la Red de Inversionistas, el objetivo de estas reuniones es depurar en detalle el requerimiento de capital de la empresa postulante, y también identificar potenciales inversionistas pertenecientes a la red.

PARTE III: ESTUDIO EMPÍRICO

CAPITULO I: APORTES DE LAS INCUBADORAS DE NEGOCIOS AL EMPRENDIMIENTO

1. Aportes de Incubadoras de Negocios

Las Incubadoras de Negocios en la comuna de Concepción han hecho diversos aportes al emprendimiento, para conseguir describirlos de forma específica se han agrupado en ítems, los cuales se presentan a continuación:

1.1 Género

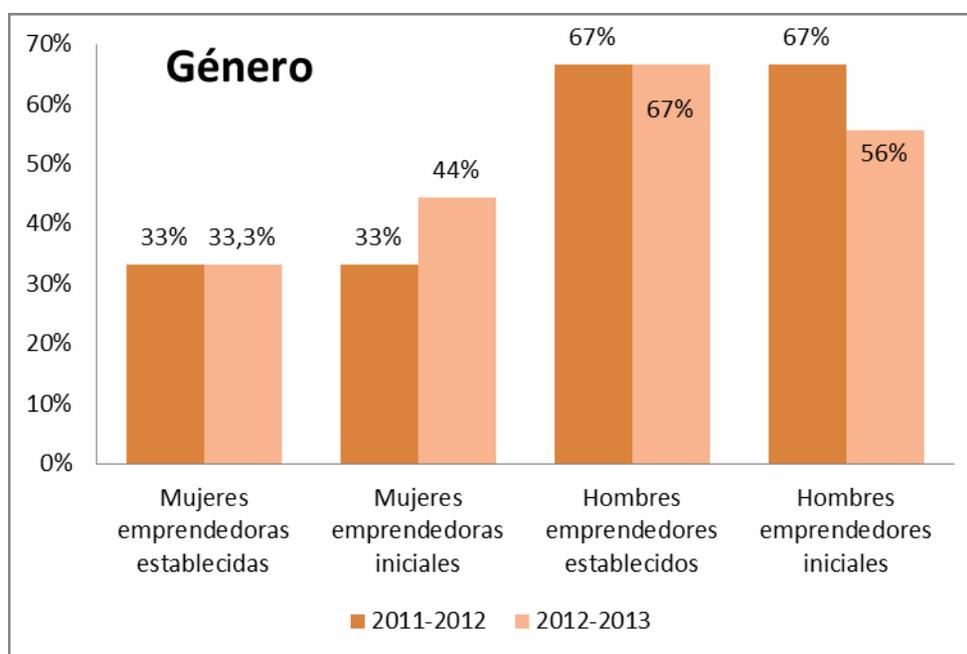
En la última década, el género femenino recibió grandes incentivos para trabajar de forma independiente, estableciendo sus propias actividades comerciales. Los estímulos principalmente provenían desde instituciones gubernamentales, tales como Prodemu, Sernam, entre otras.

Actualmente, desde la creación de las Incubadoras de Negocios, la participación de las mujeres en el emprendimiento ha ido en aumento de forma considerable. Las razones pueden ser diversas, pero dentro de las relevantes para este estudio se encuentra la siguiente:

Compañía: Las Incubadoras de Negocios durante su proceso de incubación, consideran el estar presentes en todo momento con el emprendedor, desde que la idea de empresa es concebida hasta que el negocio sale al mercado. De acuerdo a un estudio realizado por GEM el año 2012, a las mujeres emprendedoras esta modalidad les brinda seguridad y apoyo, lo que genera que perciban que su proyecto es viable.

En el caso masculino, la participación en una Incubadora de Negocios, les aporta una cierta garantía para no fracasar en el proyecto. Es justificable, el temor que tienen los emprendedores al iniciar una empresa, puesto que el perder el capital invertido, en innumerables ocasiones es sinónimo de perder los ahorros de su vida.

Gráfico N°1: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia Género



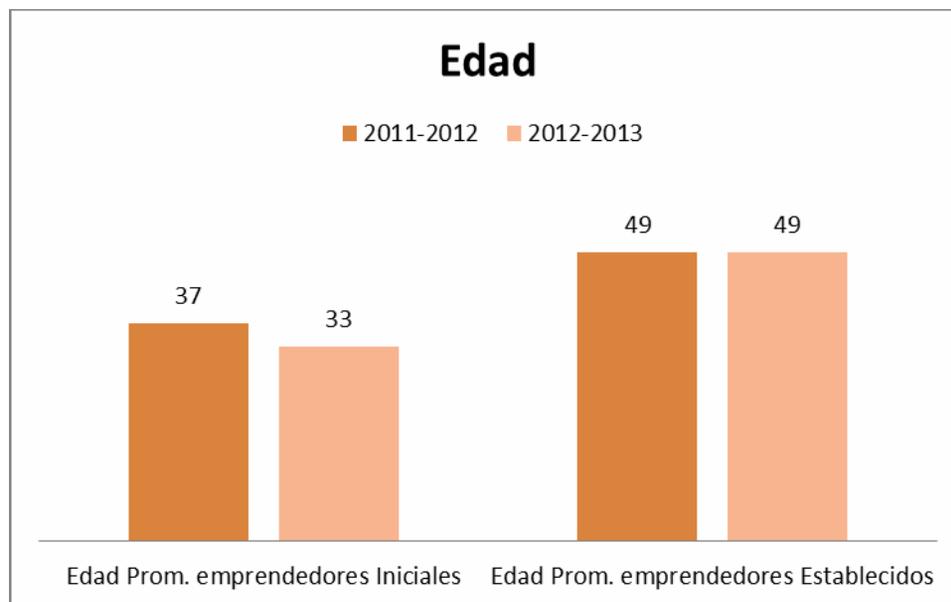
Fuente: (Departamento de Estudios - SERNAM, 2013). Elaboración Propia

1.2 Edad

A nivel mundial el mayor rango de edad que prevalece para las etapas iniciales de emprendimiento es entre los 25-34 años, lo que en la comuna de Concepción para 2011, se situaba en el rango entre 35-44 años. Esto significa un atraso significativo en la edad para comenzar un emprendimiento, y que tales emprendedores en gran medida inician su empresa por necesidad, es decir, porque perdieron su fuente laboral y/o sus ingresos son menores a sus gastos. En términos económicos, que el emprendimiento se conciba por necesidad es indicador de desempleo y una mayor población en la línea de la pobreza.

En Concepción, la ejecución de políticas públicas determinadas por el gobierno para estimular una mayor tasa de emprendimiento llevó a la proliferación de los entornos emprendedores en la comuna. En los últimos 5 años comenzaron a masificarse las llamadas Incubadoras de Empresas universitarias, ligadas directamente con jóvenes estudiantes de educación superior. El apoyo de estas Incubadoras de Negocios al emprendimiento ha influido en el promedio de edad para los emprendedores en etapas iniciales en la comuna, pues para Concepción es de 33 años, pero en la Región del Biobío, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 37 años; una de las razones de esta diferencia radica en la existencia de Incubadoras de Negocios en la capital regional.

Gráfico N°2: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia Edad



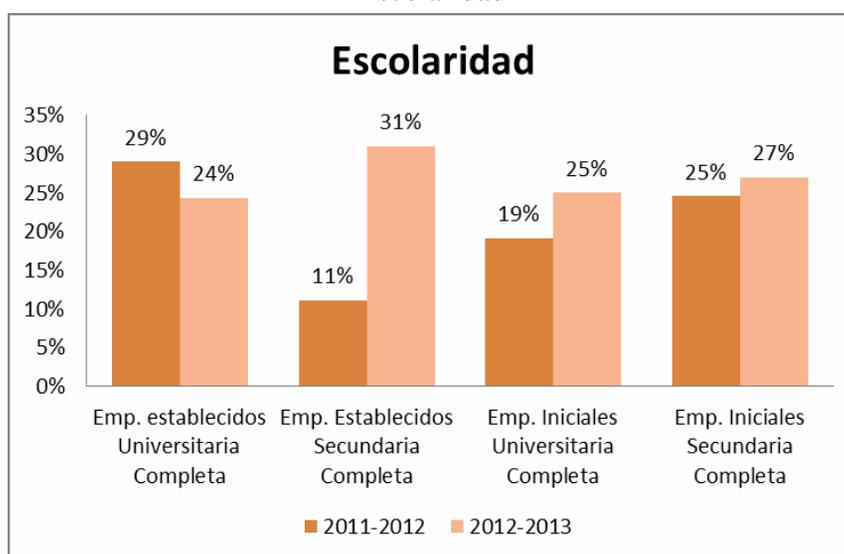
Fuente: GEM. Elaboración Propia

1.3 Escolaridad

La escolaridad es un ítem de gran relevancia, dado que el nivel educativo es una variable que puede determinar la mayor o menor competitividad de un emprendimiento en etapa inicial o establecida. Por ende, esta variable podría afectar la permanencia en el tiempo del negocio y sus opciones de crecimiento.

En la comuna de Concepción, los emprendedores han aumentado su nivel educacional en los últimos años, una de las causas que genera este cambio es la aparición de las Incubadoras de Empresas Universitarias, puesto que al estar insertas en la educación superior, incentivan la participación de los estudiantes en el área del emprendimiento. Si bien, esto es un aporte pues mejora la calidad de los emprendimientos, a su vez implica que el apoyo a los emprendedores sólo está enfocado en estudiantes universitarios, y en contraposición, las personas que quieren emprender y que no pertenecen al ámbito de la educación superior, están siendo desplazadas.

Gráfico N°3: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia Escolaridad



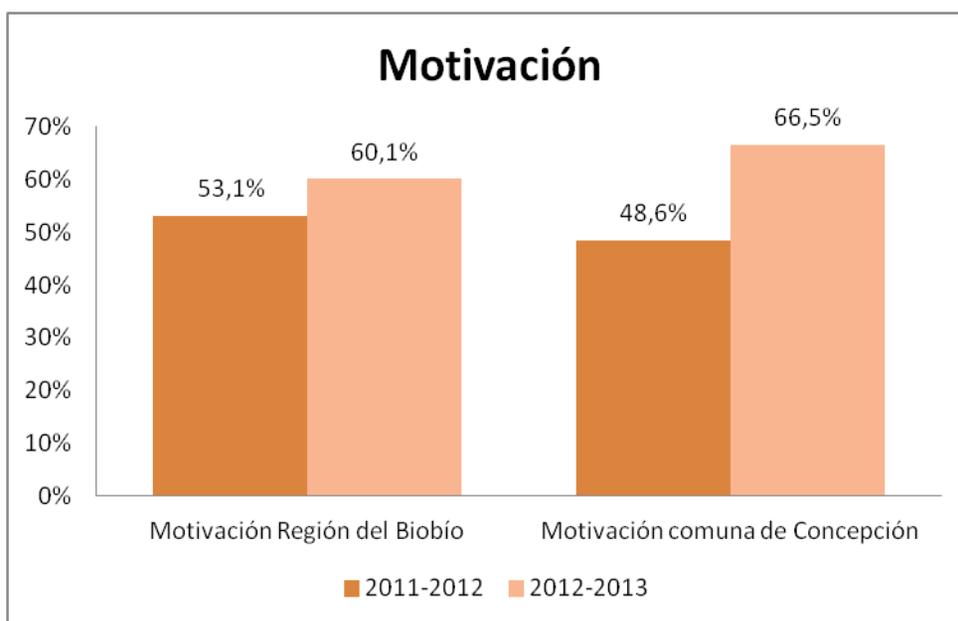
Fuente: GEM. Elaboración Propia

1.4 Motivación

En la actualidad, el emprendimiento a través de una entidad patrocinadora es cada vez más común en la comuna de Concepción, pues comenzar un negocio bajo la supervisión de una Incubadora de empresas motiva a los emprendedores a arriesgarse y comenzar su proyecto, debido a que tener el respaldo de éstas organizaciones genera en los emprendedores la idea de que así incrementarían sus ingresos en menor tiempo, en comparación a los que obtendrían emprendiendo solos.

Los emprendedores han aumentado las postulaciones a las convocatorias de Sercotec e Innova Bio-Bio, entre otras instituciones. Esto se debe a que con la presencia de las Incubadoras de Negocios como entidades patrocinadoras, los emprendedores potenciaron y perfeccionaron sus ideas de empresa, lo que los impulsó a postular a los fondos monetarios de dichos organismos gubernamentales.

Gráfico N°4: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia Motivacional



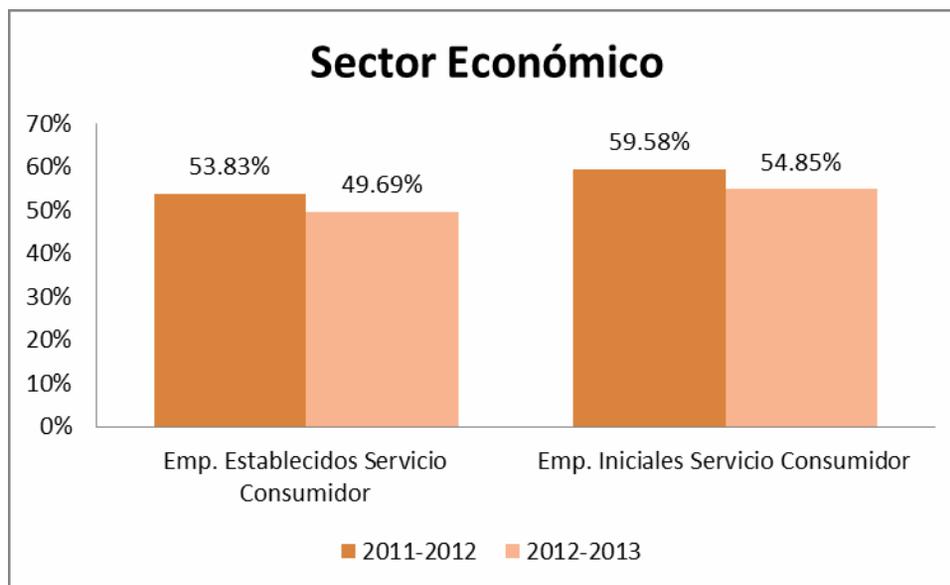
Fuente: (Departamento de Estudios - Ministerio de Economía, 2013). Elaboración Propia.

1.5 Sector económico

En relación a los últimos estudios realizados por GEM Chile el año 2012, ellos sitúan a la comuna en estudio como uno de los mejores contextos para emprender e innovar, a nivel nacional.

El sector económico que posee alrededor del 50% de los emprendimientos en la comuna de Concepción, es el sector de servicio al consumidor, el cual lidera con un 59,58% en el año 2011 y un 54,85% el último año, de los emprendedores iniciales y el 49,69% de los establecidos al año 2014. De estas cifras se puede extraer que este sector a pesar de ser el más importante, ha sufrido una baja en los emprendimientos relacionados a este sector.

Gráfico N°5: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia Sector Económico



Fuente: GEM. Elaboración Propia

1.6 Dedicación

Este ítem se desarrollará considerando dos perspectivas, las cuales son:

- Dedicación de los emprendedores.
- La dedicación de las Incubadoras de Negocios a la educación y capacitación para el emprendimiento.

- *Dedicación de los emprendedores*

Con la existencia de las Incubadoras de Negocios ha incrementado el porcentaje de emprendedores que se declaran auto-empleados, de 41% a 54% en emprendedores iniciales, y de 64% a 93% en emprendedores establecidos en los últimos 5 años.

Cabe señalar que ser auto-empleado implica que no tienen empleados formales. Sin embargo, en innumerables ocasiones incluye a emprendedores que cuentan con colaboradores, los cuales no reciben remuneración ni cotizan en los sistemas de salud, pero sí son una fuerza laboral importante para el negocio. Generalmente, hace referencia a emprendimientos familiares, en los cuales todos los integrantes del núcleo familiar aportan al negocio.

Las Incubadoras de Empresas al entregarle las herramientas al emprendedor para que concrete su negocio, a veces suscitan altas expectativas, y éstos, consideran que pueden realizar todas las actividades de forma individual. Al realizar todas las actividades por sí mismos crean empresas unipersonales.

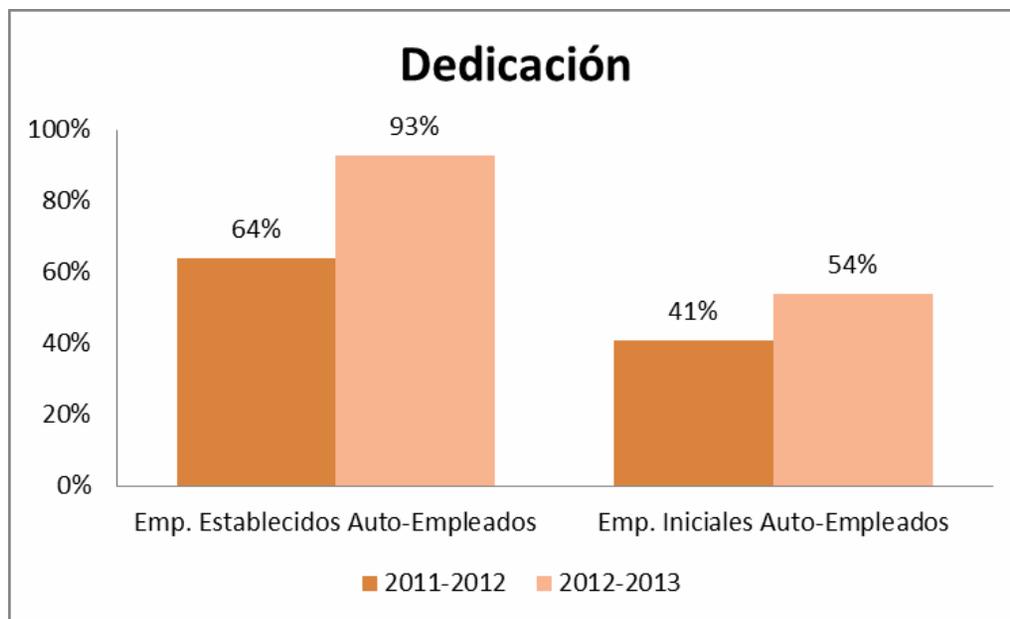
- *La dedicación de las Incubadoras de Negocios a la educación y capacitación para el emprendimiento*

Los emprendedores pertenecientes a Incubadoras de Negocios de la comuna en estudio, tienen la opción de asistir a capacitaciones para el emprendimiento, lo que los sitúa como emprendedores mejor preparados para enfrentar el mercado. Sin embargo, no todos eligen capacitarse, por ende, los emprendedores con formación en emprendimiento son claramente insuficientes.

De lo anterior se puede deducir que los emprendedores consideran que los contenidos de las capacitaciones son poco eficaces para el mundo emprendedor y, por lo tanto, no encuentran necesario capacitarse, o bien, si corresponden a emprendedores unipersonales, es posible que por disponibilidad de tiempo no puedan asistir, debido a que sólo son ellos en la empresa, y al participar de una capacitación, pierdan tiempo para trabajar.

De acuerdo a un reporte realizado por CORFO (2012), los más capacitados son los emprendedores por oportunidad, seguido por los emprendedores que fueron despedidos. Ambos provienen del mundo asalariado donde el “conocimiento formal” es altamente valorado.

Gráfico N°6: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia Dedicación



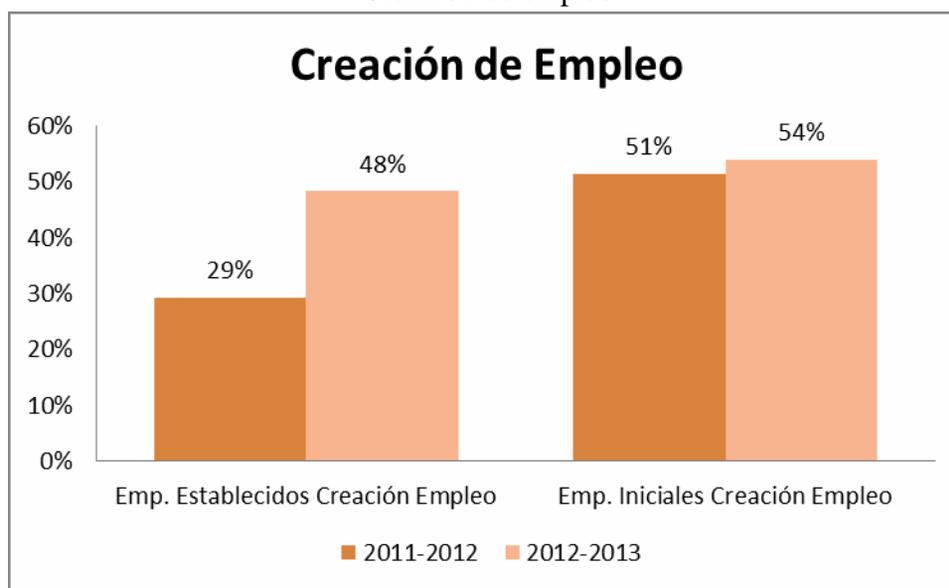
Fuente: Encuestas Ministerio de Economía (EME). Elaboración Propia.

1.7 Creación de empleo

La cooperación de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en la comuna de Concepción en relación a la creación de empleo no es clara ni significativa en etapas iniciales de emprendimiento, pues la mayoría de los proyectos incubados pueden ser ejecutados por los propios emprendedores sin necesidad de contratar empleados durante su periodo de inicio en el mercado.

A largo plazo, las empresas que han pasado por incubación tienen más posibilidades de permanencia en el mercado (superar los 5 años en el mercado), debido a que las Incubadoras de Negocios ayudan a reducir el alto nivel de fracaso de las nuevas empresas. Por ende, su estabilidad económica, generará nuevos empleos, y así, revitalizará la economía local. Además, existe un reconocimiento de que los nuevos y jóvenes empresarios juegan un papel importante en el proceso de generación de empleo.

Gráfico N°7: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia Creación de empleo



Fuente: Encuestas Ministerio de Economía (EME3). Elaboración Propia.

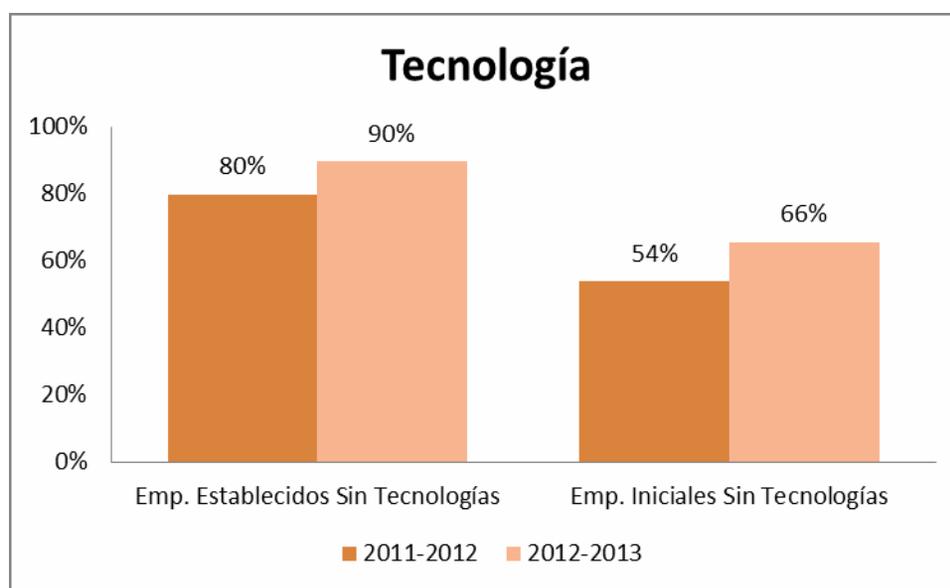
1.8 Tecnología

Las Incubadoras de Negocios han hecho una contribución notable en el ámbito de la tecnología. Se debe considerar que las Incubadoras de carácter universitario se han caracterizado por impulsar emprendimientos de índole tecnológico. Como es el caso de la Incubadora “IdeaIncuba”, perteneciente a la Universidad de Concepción.

Otra perspectiva respecto a este ítem tiene relación con la tecnología que utilizan los emprendedores en sus empresas para facilitar, así, su negocio. En correspondencia, las Incubadoras en la comuna de Concepción han acercado las nuevas tecnologías de información a los emprendedores, brindándoles conocimientos sobre herramientas ofimáticas, marketing a través de páginas web, manejo de procesos de control de gestión, entre otros, los cuales son útiles para la formación y consolidación de la empresa.

Cabe destacar que mientras en la comuna de Concepción aumenta la utilización de nuevas tecnologías en los emprendimientos, en las restantes comunas de la Región del Biobío el uso de estas tecnologías parece disminuir. Esta diferencia radica principalmente en el sector económico al cual están dirigidos los negocios, pues estos últimos principalmente se encuentran en el sector agrícola.

Gráfico N°8: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia de Tecnología



Fuente: Endeavor – Elaboración Propia

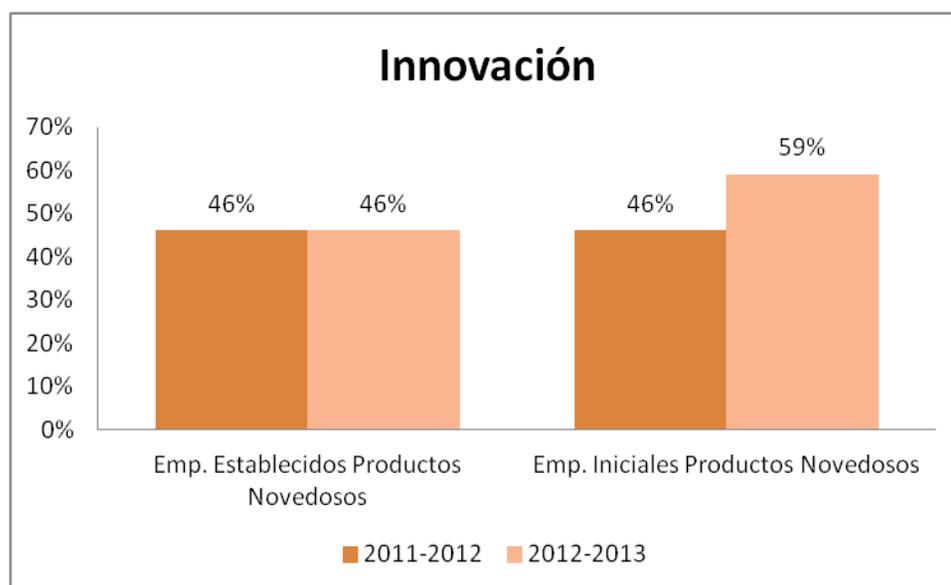
1.9 Innovación

Las Incubadoras de Negocios de la capital regional desde su creación adoptaron el concepto de innovación en sus proyectos de emprendimiento. Por lo tanto, uno de los mayores aportes de estos entornos facilitadores es precisamente el que hayan implantado la innovación en los proyectos de los emprendedores.

En Concepción destacan dos tipos de Innovaciones en emprendimiento llevadas a cabo por Incubadoras de Negocios, estas son: Innovaciones de carácter tecnológico e Innovaciones en servicios.

En innumerables casos las Incubadoras de Empresas otorgan un valor agregado al producto o servicio original ideado por el emprendedor, el que puede consistir en el desarrollo de productos de calidad superior, generando así un incremento en el retorno económico esperado por éste último una vez que dicho negocio salga al mercado.

Gráfico N°9: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia de Innovación



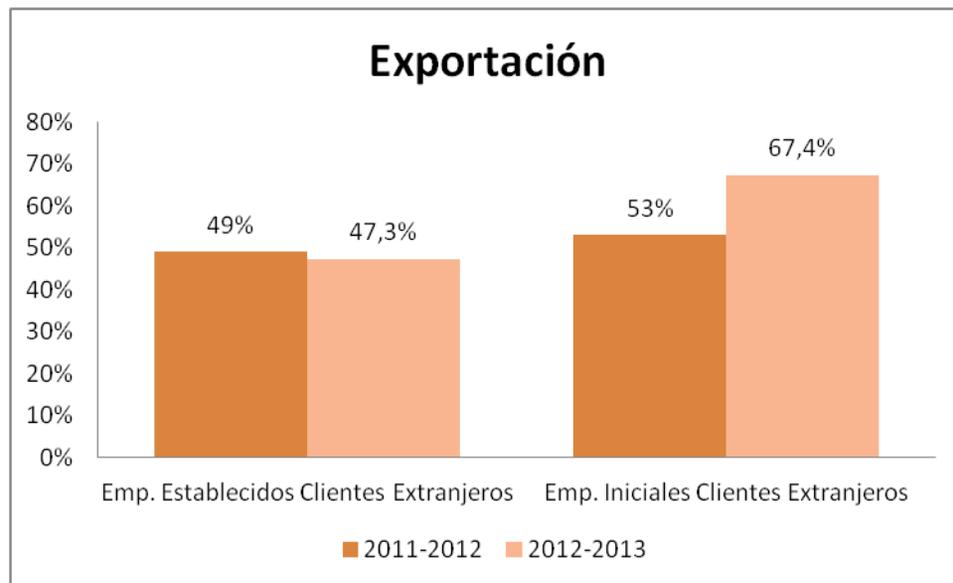
Fuente: GEM. Elaboración Propia.

1.10 Exportación

Los entornos facilitadores en estudio, en compañía de la institución Pro Chile, encargada del posicionamiento de un producto chileno en el extranjero, incentivan la exportación; por lo cual, realizan un completo estudio del producto y de los mercados extranjeros, seleccionando el país o los países en los cuales dicha mercancía tendría buena acogida por los consumidores. Además, analizan los tratados de libre comercio o acuerdos bilaterales, en pos de que el exportador obtenga el mayor beneficio.

En la comuna, los emprendedores en primera instancia presentan un rechazo a la idea de exportar sus productos, pues consideran que es riesgoso para su negocio al ser un mercado desconocido. Con la presencia de las Incubadoras de Empresas, la incertidumbre frente a esta problemática de los emprendedores desaparece, debido a que comprenden que en diversas ocasiones resulta más rentable exportar que vender en el mercado interno.

Gráfico N°10: Aportes de las Incubadoras de Negocios al emprendimiento en materia de Exportación



Fuente: GEM; EME. Elaboración Propia.

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

1. Conclusiones Generales

El marco teórico elaborado permite afirmar lo siguiente:

- ❖ Las Incubadoras de Negocios son entidades, que pueden ser independientes o estar asociadas a universidades, institutos de investigación, instituciones gubernamentales, entre otras. Detectan y potencian ideas emprendedoras e innovadoras para otorgarles asesoría especializada, infraestructura física, redes de contacto, acceso a financiamiento y capacitación continua, con el fin de acelerar la entrada del negocio al mercado. Es un instrumento de desarrollo económico diseñado para acelerar el crecimiento y el éxito de las compañías emprendedoras. El objetivo principal de una Incubadora de Negocios consiste en producir firmas que terminen este programa siendo financieramente viables y autónomas.

- ❖ El emprendimiento está presente en todas las acciones humanas y radica en estar alerta a las oportunidades. Los emprendedores son fundamentalmente intermediarios creativos que facilitan el intercambio entre oferentes y demandantes, al reconocer en cualquier desequilibrio de mercado una oportunidad.

Las políticas públicas, han tratado de enfocarse cada vez más en fomentar el “espíritu emprendedor” de la población y entregar mayores facilidades para la generación de nuevos negocios.

Caracterización de las alternativas de Incubadoras de Negocios en la comuna de Concepción

- ❖ Incubadora CRE-ando UBB, perteneciente a la Universidad del Bío-Bío patrocina principalmente emprendimientos relacionados con innovación tecnológica. Los incubados pueden ser tanto externos como internos a la Universidad del Bío-Bío, pero con una prioridad del 90% a alumnos de dicha casa de estudios.

- ❖ Idea Incuba UDEC, pertenece a la Universidad de Concepción. Apoya iniciativas innovadoras de base tecnológica. Sus incubados son personas externas e internas a la casa de estudios antes mencionada, con preferencia a estos últimos. Respaldan las investigaciones universitarias de estudiantes de pre y post grado (trabajos de titulación, tesis o proyectos personales).
- ❖ UDD Ventures, pertenece a la Universidad del Desarrollo. Favorece emprendimientos basados en tecnologías e innovación para las áreas de medioambiente y salud. Posee dos enfoques, uno para la comunidad en general y otro sólo para sus alumnos llamada "UDD ventures alumnos".
- ❖ Cinco Emprende UCSC, depende de la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Apoyan tanto al medio interno como externo de la UCSC. Sus proyectos principalmente son del área económica, social y ecológica que beneficien a la Región del Biobío. También, existe CINCO-Mujer orientado a mujeres emprendedoras.
- ❖ Acción Emprendedora, es una organización independiente. Es una de las Incubadoras de empresas más completas. Respalda a emprendedores y microempresas de la Región del Biobío.
- ❖ Unidad de Proyectos Capital Semilla UPCS USS, es una unidad de emprendimiento creada bajo el alero de la Universidad San Sebastián, se considera como una semi-Incubadora, pues sólo realiza la mitad de las funciones correspondientes a esta última. Apoyan a emprendedores con residencia en la Región del Biobío, oficialmente no presenta preferencia por los estudiantes de la Universidad San Sebastián.

Perfil del emprendedor en la comuna de Concepción

El emprendedor en la comuna de Concepción de acuerdo a las características indicadas en el informe, principalmente es hombre, aproximadamente de 33 años de edad, con educación universitaria completa. La motivación para emprender es por oportunidad y se dedican al

sector de servicio al consumidor, aunque también hay gran presencia en el rubro de la tecnología, el uso de esta última variará dependiendo del emprendimiento, Además, pretenden emplear entre 1 y 5 trabajadores en etapas iniciales. Una de las características que más destaca a estos emprendedores es la innovación y las ansias de exportar sus productos.

Tras la investigación sobre el aporte de las Incubadoras de Negocios en el emprendimiento en la comuna de Concepción, en relación al objetivo general de esta investigación, se pudo concluir lo siguiente:

- ❖ Las Incubadoras de Negocios brindan seguridad, perfeccionando y potenciando la idea de negocio, analizando todas las ventajas y desventajas de llevar a cabo el proyecto al introducirlo al mercado, además, apoyan a los incubados durante todo su proceso de incubación, por ende, generan un ambiente favorable para emprender.
- ❖ Al estar insertas en el ambiente universitario de la comuna de Concepción, quienes tienen más opciones de ingresar a un programa de incubación son principalmente jóvenes estudiantes de educación superior, los cuales inician su emprendimiento al terminar su formación como profesional. De lo anterior, se puede deducir que quienes no estén en contacto directo con la educación universitaria (estén estudiando o hayan finalizado su educación en una universidad que cuente con incubadora) verán reducidas considerablemente sus posibilidades de acceso a una Incubadora de Negocios.
- ❖ Los proyectos de emprendimiento amparados por una Incubadora de Negocios, han logrado impulsar el sector económico relacionado a la innovación tecnológica en la comuna. Esto se traduce en mayor desarrollo económico local, siendo un gran aporte a la capital regional.
- ❖ Las Incubadoras de Negocios acercan las nuevas tecnologías de información a los emprendedores, entregando conocimientos en herramientas informáticas; tales como: creación de páginas web, uso de ofimática y manejo de procesos de control

de gestión, entre otros; para que los emprendedores utilicen tecnología en sus futuras empresas para facilitar, así, su negocio.

- ❖ Los emprendedores vinculados a Incubadoras de Negocios de la comuna en estudio, tienen la opción de asistir a capacitaciones para mejorar su emprendimiento. Estos cursos preparan a los emprendedores para enfrentar de mejor forma la competencia en el mercado, brindando conocimientos sobre planes de negocio, análisis de marketing, etcétera. Por lo tanto, son emprendedores con ventajas competitivas frente a otros que no hayan pasado por un proceso de incubación.
- ❖ A largo plazo, las empresas que han pasado por incubación tienen más posibilidades de permanencia en el mercado (superar los 5 años en el mercado), debido a que las Incubadoras de Negocios ayudan a reducir el alto nivel de fracaso de las nuevas empresas. Por ende, su estabilidad económica, generará nuevos empleos, y así, revitalizará la economía local.
- ❖ Otorgan valor agregado al producto o servicio original ideado por los emprendedores, generando así, un incremento en el retorno económico esperado por éste último una vez que dicha empresa salga al mercado.
- ❖ Realizan estudios de mercado tanto en el mercado interno como externo, por lo cual existen más posibilidades de exportar los productos si resulta más rentable vender en el mercado extranjero.
- ❖ Actualmente en la comuna de Concepción el 90% de las Incubadoras de Negocios que existen están abocadas a incubar emprendimientos pertenecientes a personas relacionadas directamente con las universidades que albergan a dichos entornos facilitadores. Por ende, se requiere una Incubadora de Negocios abierta a toda la población penquista.
- ❖ Finalmente, cabe destacar que las Incubadoras de Negocios entregan un apoyo eficaz a las empresas nuevas y en crecimiento. Generan un aporte positivo al emprendimiento aumentando las oportunidades para emprender por lo que son un

aporte importante en la creación y sustentación de negocios, contribuyendo así a la competitividad del territorio y al desarrollo de alternativas de negocios y empleo.

2. Sugerencias

- ❖ Tras conocer los beneficios que generan las Incubadoras de Negocios en el emprendimiento, se sugiere realizar intensificar la difusión de los beneficios de estar incubado para un emprendedor. Ello permitiría que más personas accedieran a este importante apoyo para el surgimiento y desarrollo de negocios, lo cual indudablemente contribuiría también al mejoramiento de los índices de competitividad de la comuna y la región. Tanto las Incubadoras existentes en la comuna, como el municipio debería unir fuerzas para este cometido, aprovechando la existencia de medios de comunicación locales como diarios, revistas, radios y televisión, así como también redes sociales y medios electrónicos.
- ❖ En relación a las capacitaciones entregadas por las Incubadoras de Negocios, se mal entiende el sentido que tienen estas herramientas que sin duda son elementos de apoyo importantes para los emprendedores, pero en ningún caso suficientes para contar con buenos emprendedores, por lo cual no debe descuidarse el desarrollo de competencias de emprendimiento de los potenciales emprendedores. Se hace necesario una mayor coordinación entre el sector de la educación, en sus distintos niveles (básica, media y superior) y tipos de educación, tanto públicos como privados, las Incubadoras y las autoridades locales, para enfocar estas capacitaciones en programas de articulados de corto y mediano plazo, que preparen a los actuales y futuros emprendedores y que resalten los beneficios de incubar un negocio.
- ❖ Tomando en consideración que casi la totalidad de las Incubadoras de Negocios están vinculadas a universidades se hace necesario la existencia de una alternativa más abierta. Se estima que para ello es el municipio el organismo que puede asumir la tarea de generar las condiciones necesarias para desarrollar ambientes favorables para el emprendimiento popular e incluso contar con una Incubadora de negocios municipal, como ya existe en la comuna de Santiago. Para ello puede recurrir a la colaboración de las universidades que cuentan con incubadoras y preocuparse de conocer la experiencia de la comuna capital de Chile.

- ❖ Se sugiere también, realizar en futuras investigaciones un análisis comparativo de los modelos de incubación existentes y sus beneficios, con la finalidad de implementar la alternativa más propicia a la realidad de la comuna de Concepción.

BIBLIOGRAFÍA

- Acción Emprendedora. (2013). *Acción Emprendedora*. Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de Acción Emprendedora: http://www.accionemprendedora.cl/web/como_operamos.php
- Alvarado, N., & Astudillo, J. (2005). *Factores que inciden en el éxito financiero de las Incubadoras de Negocios*. Coquimbo: Universidad Católica del Norte.
- Amit, R., Glosten, L., & Mueller, E. (1993). *Challenges to theory development in entrepreneurship research*. Vancouver: Journal of Management Studies.
- Amorós, J. E., & Poblete, C. (04 de Abril de 2013). *Reporte de Actividad Emprendedora en Chile*. Santiago: GEM Consortium.
- Amorós, J. E., Espinoza, J., & Poblete, C. (2011). *GEM: Reporte Regional Bio Bio 2011/2012*. Concepción: GEM Consortium.
- Audretsch, D. (1999). *Economic Growth and Innovations Dynamics*. New York: IDSADP.
- Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). *Linking entrepreneurship to growth*. New York: STI working paper.
- Baumol, W. (1997). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Profit*. New York: New York University.
- Bravo, F. (2005). *Incubadoras de Negocio en Chile*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Buame, S. (1992). *Stimulation of Entrepreneurship: An integrative Approach*. Cambridge: European Small Business Seminar.
- Cinco Emprende UCSC. (2013). *Cinco Emprende UCSC*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de Cinco Emprende UCSC: <http://www.ucsc.cl/servicios/cinco-emprende/>
- Coase, R. (1937). *The nature of the firm*. London: Económica.
- CORFO. (2012). *Corfo*. Recuperado el 03 de junio de 2014, de Corfo: <http://www.corfo.cl/sobre-corfo>

- Creando UBB. (2012). *Creando UBB*. Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de Creando UBB: <http://www.cre-ando.cl/sobrenosotros>
- Crece Negocios. (2013). *Crece Negocios*. Obtenido de www.crecenegocios.com/definicion-de-emprendedor/
- Departamento de Estudios - Ministerio de Economía. (2013). *Tercera Encuesta sobre Microemprendimiento (EME3)*. Santiago de Chile: Ministerio de Economía.
- Departamento de Estudios - SERNAM. (2013). *Estudios mujeres emprendedoras*. Santiago de Chile: SERNAM.
- Evans, D., & Jovanovic, B. (1989). *An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints*. Vol 97 N°41. New York: Journal of Political Economy.
- Fayole, A., & Bruyat, C. (2002). *A conceptual and methodological framework to study, using the modeling of complex system, the Foundation and Development Processes of Innovate Business Activities*. Barcelona: First European Conference en Entrepreneurship Research.
- Gartner, W. (1988). *¿Who is an entrepreneur? Is the wrong question*. Reino Unido: American Journal of small business.
- GEM. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor*. London: Executive Report, Babson College London Business School.
- Geroski, P. (1991). *Market Dynamic and Entry*. Vol. 101. London: Royal Economic Society.
- Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). *Understanding the process of starting small business*. Vol. 1 No.1. Cambridge: European Small Business Journal.
- Gilder, J. (1984). *The spirit of the enterprise*. New York: Penguin Books Ltd.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2012). *GEM: Reporte Regional Bio Bio 2011/2012*. Concepción: GEM Consortium.
- Holcombe, R. (1998). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Austria: Quarterly Journal of Austrian Economics 1, Nro 2, 45-62.
- Idea Incuba UDEC. (2013). *Idea Incuba*. Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de Idea Incuba: <http://ideaincuba.cl/que-ofrecemos/>

- Innova Bío Bío. (2014). *Innovabiobio*. Recuperado el 17 de abril de 2014, de Innovabiobio: <http://www.innovabiobio.cl/quienes-somos/>
- Jennings, D. (1993). *Múltiple perspectives of Entrepreneurship: Text reading and cases*. Cincinnati, Ohio: South Western Publishing Co.
- Johannisson, B. (1998). *Personal networks in emerging knowledge-based firms: Spatial and Functional Patterns*. Copenhagen: Entrepreneurship & Regional Development.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). *Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kirzner, I. (1975). *Competencia y Función Empresarial*. Traducido por Cosmopolitan Translation Service; Unión Editorial.
- Kirzner, I. (1999). *Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur*. Austria: Kluwer Academic Publishers.
- Lalkaka, R. (2001). *Best Practices in Business Incubation: Lessons (yet to be) learned*. Brussels: European Union, Business Centers: Actors for Economic & Social Development.
- Larroulet, C., & Ramírez, M. (2007). *Emprendimiento: Factor clave para la nueva etapa de Chile*. Santiago: Centro de Estudios Públicos.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton NJ: Van Nostrand Company, Inc.
- McClelland, J. (1980). *Motivation and Organization*. Princeton: McGraw Hill.
- Menger, C. (1981). *Principles of economics*. New York: New York University Press.
- Perezcano, L. (10 de mayo de 2011). *Capitalprivado*. Recuperado el 10 de septiembre de 2013, de Capitalprivado: <http://www.capitalprivado.com.mx/2011/05/10/que-es-una-incubadora-de-negocios/>
- Porras, J. (2006). *Diseño conceptual del Emprendimiento para el Desarrollo Regional en la perspectiva de la Complejidad Autopoiesica*. Ibagué: Universidad Nacional de Colombia.
- Rees, H., & Shah, A. (1986). *An empirical analysis of self-employment in the U.K*. London: Journal of Applied Econometrics.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.

- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. (1943). *Capitalism, Socialism & Democracy*. Reino Unido: Taylor & Francis.
- Science Alliance. (2007). *Exploring best practices Incubation in Europe and Israel*. The Hague: Science Alliance.
- SERCOTEC. (2013). *Sercotec*. Recuperado el 20 de junio de 2014, de Sercotec: <http://www.sercotec.cl/Qui%C3%A9nesSomos.aspx#/0>
- Shapero, A. (1984). *Why entrepreneurship?* Ohio: The Ohio State University.
- Shapero, A. (1994). *The entrepreneurial event. The environment for entrepreneurship*. Lexington: Lexington Press.
- Terán, C. (2009). *La Incubación de Negocios en Chile. Estudio de tres casos de empresas incubadas en Octantis de la Universidad Adolfo Ibáñez*. Valparaíso: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Thompson, I. (Junio de 2005). *Promonegocios*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2013, de Promonegocios: http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/varios_incubadoras_de_negocios.htm
- UDD Ventures. (2013). *UDD Ventures*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de UDD Ventures: <http://www.uddventures.cl/index.php/que-hacemos/>
- UKBI. (2004). *The National Business Incubation Framework*. Birmingham: UKBI.
- Unidad de Estudios, Gerencia de Estrategia y Estudios, CORFO. (2012). *Perfil del emprendedor chileno y sus emprendimientos*. Santiago: Corfo.
- Velásquez, A. (2005). *Formación del espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial*. Bogotá: Revista Javeriana. Número 718, Tomo 141.
- Venturuzzi et al., G. (2007). *Incubadoras y Parques Tecnológicos*. Buenos Aires: Publicaciones Observatorio de Políticas Públicas.
- Venturuzzi, G., Longo, E., Martín, M., & Velasco, E. (2007). *Incubadoras y Parques Tecnológicos*. Buenos Aires: Publicaciones Observatorio de Políticas Públicas.

- Verheul, I., Wenneker, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). *An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture*. Jena: EIM Research Report.
- Williamson, O. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: Free Press.
- Wompner, F. (octubre,2007). Un modelo de incubadora de negocios universitaria; en la ruta de la innovación organizacional. *Revista Académica de economía del Observatorio de la Economía Latinoamericana*87.
- Wurmann, A. (26 de Enero de 2010). *Emol*. Recuperado el 06 de Octubre de 2013, de Emol: http://www.emol.com/temas/el_perfil_del_emprendedor.asp

ANEXOS

ANEXO N°1: Líneas de financiamiento Innova Bío Bío

Innovación

Innovación de interés público

Aborda iniciativas cuya finalidad es mejorar las condiciones de entorno de mercado y/o satisfacer demandas de soluciones innovadoras del sector público productivo, generando altas externalidades.

Proyecto / Modalidad

1. Proyectos de Inversión Pública.
2. Proyectos de Inversión Pública Trascendentales.

Financiamiento

Cofinanciamiento no reembolsable, hasta el 60% del costo total con tope de MM \$150.

Cofinanciamiento no reembolsable, hasta el 60% del costo total con tope de MM\$300.

Innovación Empresarial

Esta modalidad de financiamiento permite emprender un proyecto de innovación a través de actividades de investigación y desarrollo de tecnologías para nuevos productos, bienes o servicios y su incorporación al mercado; incluyendo modelos, prototipos y experiencias pilotos. Los proyectos de innovación tecnológica tienen asociado inherentemente riesgo tecnológico. Entendiendo por riesgo tecnológico como aquel riesgo asociado al desarrollo exitoso de una nueva tecnología.

Financiamiento

Hasta un 50% del monto requerido para la ejecución del proyecto con un tope máximo a solicitar a INNOVA BIO BIO de 400 millones de pesos. Las entidades postulantes deben acreditar el aporte pecuniario de cofinanciamiento en, al menos, un 15% del costo total del proyecto.

Beneficiarios

Empresas privadas y Asociados dedicadas a la producción de bienes o servicios, instalados y con operaciones en la Región del Biobío.

Negocios Tecnológicos

Si tu empresa necesita apoyo para introducir al mercado resultados o productos innovadores obtenidos de la ejecución de proyectos de desarrollo e innovación tecnológica, ésta es una buena oportunidad.

Financiamiento

Cofinanciamiento no reembolsable, hasta el 70%, con un tope de MM\$50

Beneficiarios

Personas jurídicas, con o sin fines de lucro, calificadas como Centros Tecnológicos.

Personas jurídicas, con fines lucro, que hayan desarrollado una innovación con financiamiento propio, de terceros o fondos tecnológicos públicos.

Transferencia de Conocimiento

Asesorías especializadas

Si como empresa estás en la etapa de implementar nuevas líneas de negocios innovadoras o mejorar tu competitividad para alcanzar nuevos mercados, y requieres contratar expertos en tecnologías y procesos, entonces infórmate acerca de nuestra modalidad de Consultorías especializadas.

Proyecto / Modalidad

La participación de entidades tecnológicas, queda restringida sólo a postulaciones asociativas con a lo menos una empresa privada de la región del Biobío.

La propuesta deberá presentar un programa de visitas del experto a dicha(s) empresa(s) privada(s) para realizar una adecuada transferencia tecnológica hacia ésta(s).

Las postulaciones de las empresas podrán ser tanto en modalidad individual como asociativa.

Beneficiarios

Universidades, Institutos Tecnológicos, Fundaciones (instituciones) y/o empresas de un mismo sector o afines, en forma individual o asociativa dependiendo de la modalidad.

Difusión tecnológica

Apoya programas destinados a difundir tecnologías en base a prospecciones de soluciones a requerimientos tecnológicos de interés para sectores productivos regionales. Estos pueden ser: agroalimentario, turismo, pesquero, forestal, construcción, entre otros.

Financiamiento

Cofinanciamiento no reembolsable de hasta un 80%, con un tope de MM\$80, los cuales 45% podrán ser destinados a la etapa de prospección.

Beneficiarios

Entidades individuales o asociadas:

Institutos o Centros de Tecnológicos Nacionales Públicos o Privados

Empresas de Bases Tecnológica

Empresas

Gestión de la innovación y la tecnología

Si tienes una pequeña o mediana empresa y necesitas capacidad externa que te apoye en la gestión de la innovación y tecnología para desarrollar nuevas oportunidades de negocio, consulta por esta modalidad de financiamiento.

Proyecto / Modalidad

Fases de los proyectos:

Diagnóstico y análisis

Desarrollo e Implementación

Financiamiento

Cofinanciamiento no reembolsable

Regla General:

Hasta un 80%, con un tope de MM\$150.

Presentado por Fases:

Hasta un 80%, con un tope de MM\$40.

Hasta un 80%, con un tope de MM\$110.

Beneficiarios

Empresas privadas.

Fundaciones, Corporaciones de ámbito comercial.

Misiones tecnológicas

¿Necesitas conocer la experiencia de otras empresas similares a la tuya para mejorar tu posición competitiva? A través de nuestra modalidad de misiones tecnológicas podrás asociarte a otros empresarios para, en conjunto, viajar a conocer experiencias sobre el uso de tecnologías de gestión y producción de empresas exitosas fuera del país.

Proyecto / Modalidad

Dependiendo del objetivo específico, se diferenciarán los siguientes 3 tipos de Misiones Tecnológicas:

Misiones Tecnológicas Estratégicas: Misiones que generarán importantes externalidades positivas para la economía de la región, debido a la calidad y contenidos de los vínculos internacionales que se establecen.

Misiones Tecnológicas Innovadoras: Misiones que permitirán que los beneficiarios conozcan y adquieran conocimientos y buenas prácticas inexistentes en el país, región o sector productivo, y que puedan originar un cambio significativo en la manera de hacer las cosas en una industria o sector.

Misiones Tecnológicas de Difusión: Misiones que permiten que un conjunto de beneficiarios descubran las oportunidades asociadas a las tecnologías disponibles en el mundo, reconozcan lo que significa operar en un mundo globalizado y adquieran mejores prácticas que ya se están aplicando en países.

Financiamiento

En caso de empresas cuyas ventas anuales sean inferiores a 100.000 UF, se cofinancia hasta el 70%, con un tope de MM\$45.

En caso de empresas cuyas ventas anuales sean superiores a 100.000 UF, se cofinancia hasta el 50%, con un tope de MM\$45.

Beneficiarios

Universidades, Institutos Tecnológicos, Fundaciones (instituciones) y/o empresas de un mismo sector o afines, en forma individual o asociativa dependiendo de la modalidad.

Pasantías tecnológicas

Si tu empresa requiere capacitar a algún profesional del área tecnológica estratégica con el objeto de mejorar la posición competitiva en el mercado, esta línea ofrece cofinanciamiento para realizar pasantías.

Financiamiento

INNOVA BIO BIO otorgará un cofinanciamiento de hasta el 80% del costo total de proyecto para aquellas entidades interesadas, que facturen menos de 100.000 UF anuales.

El aporte total máximo solicitado por parte de la entidad postulante no podrá superar los \$16.000.000 (dieciséis millones de pesos). El cofinanciamiento de la contraparte privada deberá ser pecuniario.

Beneficiarios

Empresas privadas, ya sean personas naturales o jurídicas dedicadas a la producción de bienes o servicios, instalados y con operaciones en la Región del Biobío, con ventas netas anuales menores a 100.000 UF, de acuerdo al último ejercicio contable.

Protección de Innovaciones Tecnológicas y Capital Intelectual

¿Necesitas proteger tus desarrollos tecnológicos para fortalecer tu posición en el mercado? Esta modalidad apoya directamente a personas naturales, empresas e instituciones que estén generando innovación y necesiten transformar su propiedad industrial en capital intelectual.

Se cofinancian proyectos para estudiar la factibilidad de protección de innovación, registrar y desarrollar una estrategia de comercialización de la innovación protegida.

Proyecto / Modalidad

Etapas de los proyectos:

Factibilidad de protección

Registro de la protección

Estrategia de comercialización

Financiamiento

Cofinanciamiento no reembolsable

Regla General: Hasta un 90%, con un tope de MM\$50.

Presentado por Etapas:

Hasta MM\$10

Hasta MM\$8

Hasta MM\$32

Beneficiarios

Institutos o Centros Tecnológicos Regionales Públicos o Privados.

Empresas

Emprendimiento***Capital para el emprendimiento innovador***

Esta línea nace para apoyar a emprendedores innovadores en la prospección, creación y desarrollo de sus propuestas de negocio, mediante el cofinanciamiento de las actividades necesarias para ello. El mecanismo de cofinanciamiento diseñado considera las siguientes modalidades, con plazos y condiciones de financiamiento diferenciadas.

*Proyecto / Modalidad**Modalidad Perfil.*

Fortalecer la definición y formulación de proyectos de nuevos negocios, a través del cofinanciamiento de actividades de validación comercial, prototipaje, estudios y prospección de mercados y fortalecimiento del plan de negocios, con el objeto de:

Disminuir la incertidumbre asociada a la implementación del nuevo negocio.

Postular a la línea Implementación Capital Semilla.

Presentar proyectos a inversionistas u otras fuentes de financiamiento públicas o privadas.

Favorecer el emprendimiento.

Modalidad Semilla.

Apoyar la puesta en marcha y despegue del negocio innovador, a través del cofinanciamiento de actividades claves en el proceso de iniciación y puesta en marcha, tales como: compra de activos, recurso humano, publicidad etc.

Financiamiento

Modalidad Perfil.

Hasta el 90% del monto requerido para la ejecución de las actividades descritas en el perfil con un tope máximo a solicitar de 10 millones de pesos, no reembolsables.

Los proponentes deberán financiar el 10% del costo total de las actividades, los cuales deberán corresponder exclusivamente a aporte pecuniarios (dinero).

Modalidad Semilla

Hasta el 80% del monto requerido para la ejecución de las actividades descritas en el plan de negocios con un tope máximo a solicitar de 50 millones de pesos, no reembolsables.

Los proponentes deberán financiar el 20% del costo total de las actividades, los cuales deberán corresponder a aporte pecuniarios (dinero) y/o no pecuniario. Se privilegiarán el cofinanciamiento de aquellos proyectos que cuenten con aporte pecuniario.

El Consejo Directivo de Innova Bío Bío está facultado para solicitar un mayor porcentaje de aporte pecuniario.

Beneficiarios

El beneficiario o Emprendedor es el destinatario final de la subvención, cuyo proyecto es cofinanciado por Innova Bío Bío. Puede postular el propio interesado o mediante una Entidad Patrocinadora.

Podrán participar en calidad de Beneficiarios, personas naturales o jurídicas que tengan interés en llevar a cabo un proyecto de emprendimiento innovador en la Región del Biobío.

ANEXO N°2: Líneas de Financiamiento Sercotec

Emprendimiento

Capital Semilla Emprendimiento Línea 1, Biobío

Es un fondo concursable que busca promover la creación de nuevos negocios.

Beneficiarios

Personas naturales, sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Financiamiento

El fondo entrega un subsidio para la materialización de proyectos, con montos variables entre \$1.000.000 y \$2.000.000. Los postulantes, por su parte, deben considerar un cofinanciamiento mínimo en efectivo equivalente al 20% sobre el subsidio de SERCOTEC.

Los empresarios/as ganadores/as del concurso recibirán, además, acompañamiento para la correcta implementación del proyecto.

Capital Semilla Emprendimiento Línea 2

Es un fondo concursable que busca promover el fortalecimiento de aquellos negocios que están en una etapa inicial.

Beneficiarios

Micro y pequeñas empresas que tengan inicio de actividades en primera categoría ante el SII con menos de 12 meses.

Financiamiento

El fondo entrega un subsidio para la materialización de proyectos empresariales, con montos variables entre \$2.000.000 y \$3.000.000. Los postulantes, por su parte, deben

considerar un cofinanciamiento mínimo en efectivo equivalente al 20% sobre el subsidio de SERCOTEC. Las empresas ganadoras del concurso recibirán, además, acompañamiento para la correcta implementación del proyecto.

ANEXO N°3: Líneas de Financiamiento CORFO

Programa de Apoyo al Entorno para el Emprendimiento y la Innovación Regional

Este programa, que es financiado con recursos provenientes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC Regional) y/o del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), tiene como objetivo fomentar el desarrollo de un entorno y/o cultura que busquen mejorar la competitividad de nuestra economía, a través de programas de amplio impacto regional que validen y promuevan la opción de emprender y el uso de la innovación como herramientas privilegiadas de desarrollo económico y social.

Al ser un programa intrarregional, los proyectos postulados en las distintas regiones competirán con otras iniciativas por la asignación de fondos (FIC Regional o FNDR) disponibles en dichas zonas.

¿A quiénes está dirigido?

Este programa está orientado a personas jurídicas con o sin fines de lucro constituidas en Chile, o personas naturales que posea la calidad de empresario individual (que cuenten con iniciación de actividades y que tributen en primera categoría). Deben poseer las capacidades técnicas suficientes para ejecutar la mayor parte de las actividades planteadas.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Este programa financiará todas aquellas actividades relacionadas con el desarrollo de un entorno y/o cultura para el emprendimiento e innovación, tales como: cursos o talleres de creatividad, liderazgo, lenguaje de negocios, redes de confianza, motivacionales, formativos, integración, negociación, entre otros.

También se incluye la generación de instancias de reunión de emprendedores/as y/o innovadores/as, plataformas educativas, plataformas de innovación abierta, material educativo, premios en actividades, visitas a emprendedores/as y/o innovadores/as, promoción de casos exitosos, ferias temáticas, formación de capacitadores/as en desarrollo de habilidades para el emprendimiento y la innovación, traída de expertos/as internacionales, seminarios de globalización de emprendimientos e innovación, evaluación de modelos de negocio, formulación de planes de negocios, desarrollo de plataformas audiovisuales que promuevan la innovación y el emprendimiento, entre otros.

Se entregará un subsidio no reembolsable de hasta un 80% del costo total del proyecto, con un tope de hasta \$70.000.000. Los participantes deberán aportar en efectivo, al menos el 20% restante del total del programa.

Operación de Incubadoras de Negocios

Este subsidio tiene como objetivo cofinanciar proyectos de Operación de Incubadoras de Negocios, en un esquema de apoyo tanto para Incubadoras con foco en emprendimientos innovadores (Incubadoras-I), como aquellas con foco en emprendimiento tradicional o emprendimientos de desarrollo (Incubadoras-D).

¿A quiénes está dirigido?

Este subsidio está orientado a personas jurídicas con o sin fines de lucro, constituidas en Chile, creadas por fuentes de financiamiento público y/o privadas, nacionales o internacionales, que posean trayectoria y experiencia demostrable en emprendimiento e incubación de negocios.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Este subsidio apoya actividades tales como gestión y operación de la incubadora; programa de capacitación del personal de la incubadora en áreas de estrategia, gestión, control de procesos, negociación e internacionalización de emprendimientos; plan comunicacional y de difusión; desarrollo de sitio web para captar emprendimientos y actividades relativas al

posicionamiento de la incubadora; evaluación y mejoras de las metodologías en los procesos de selección, diagnóstico e incubación; actividades de coordinación con otros agentes o entidades locales e internacionales relacionadas con innovación y emprendimiento que permitan el logro de mejores resultados e impactos; actividades de aceleración e internacionalización de emprendimientos; actividades ligadas a fomentar el acceso a la bancarización; otras actividades asociadas directamente al proceso de emprendimiento; actividades relacionadas al enfoque de género.

Este programa entrega recursos de hasta 75% del total del proyecto, y diferenciados por tipo de incubadora: Incubadoras de Innovación: hasta \$200.000.000.- anuales con un aporte del 25% pecuniario en relación al monto del subsidio solicitado; Incubadoras de Desarrollo: hasta \$100.000.000.- anuales, con un aporte de al menos 15% pecuniario en relación al monto del subsidio solicitado.

En caso excepcional InnovaChile podrá aportar \$200.000.000.- anuales a una Incubadora de Desarrollo, si: a.- Cobertura multiregional (oficina para atender emprendedores en más de una Región) b.- Administración de más de un Fondo de la Línea de Financiamiento "Subsidio Semilla a Asignación Flexible para el apoyo de emprendimientos de Desarrollo" o SSAF D.

Programa Nacional de Incubadoras. Línea 3: Consolidación y Sustentabilidad

El Programa Nacional de Incubadoras de Negocios contempla apoyar a una incubadora de negocios desde sus inicios hasta el logro de la sustentabilidad.

El proceso se inicia con la “instalación y puesta en marcha” (Línea 1) de la Incubadora. Posteriormente, continua con la fase de “operación y posicionamiento” (Línea 2), para finalmente acceder a la etapa que financia este concurso de “consolidación y sustentabilidad” (Línea 3), línea de financiamiento que tiene como objetivo cofinanciar la operación de incubadoras de negocios en un esquema de apoyo que permita tanto a incubadoras de Innovación como de Desarrollo consolidar su modelo de sustentabilidad,

diversificando sus fuentes de ingresos para disminuir la dependencia de aportes públicos al final del período.

¿A quiénes está dirigido?

Entidades públicas creadas por ley, o personas jurídicas con o sin fines de lucro, constituidas en Chile, creadas mediante fuentes de financiamiento públicas y/o privadas, nacionales o internacionales.

Asimismo, podrán participar en esta calidad las personas jurídicas con o sin fines de lucro constituidas o fundadas en Chile, por las entidades señaladas en el párrafo anterior, reconociéndoseles, en este caso, la experiencia adquirida por su constituyente o fundadora.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Esta línea entregará un subsidio para actividades tales como: gestión de la incubadora de negocios: recursos humanos, gastos de administración e implementación de sistemas de control de gestión. Evaluación y mejoras a los servicios de post incubación, en función de la retroalimentación de los graduados de la Incubadora. Diseño e implementación de nuevas líneas de negocios ligadas a la incubación, para aumentar la generación de ingresos.

También financiará actividades de coordinación con otros agentes o entidades nacionales o internacionales, relacionadas con innovación y/o emprendimiento que permita el logro de mejores resultados e impactos; de aceleración e internacionalización de emprendimientos (incubadoras de Innovación); renovación de mobiliario, equipos computacionales, licencias, entre otros.

Esta Línea entrega recursos de hasta 50% del total del proyecto, con tope de hasta \$200.000.000.- anuales, asimismo el 50% restante para completar el costo total del proyecto, deberá ser aportado por uno o más de los participantes del proyecto. Este aporte deberá considerar en efectivo o pecuniario, un monto similar o superior al 50% del monto del subsidio solicitado a CORFO.

Aceleración Internacional de Emprendimientos Tecnológicos - Global Connection

Este programa apoya a emprendedores nacionales en el proceso de internacionalización de sus negocios.

¿A quiénes está dirigido?

Este programa está orientado a personas naturales que cuenten con iniciación de actividades en un giro de naturaleza empresarial, que tributen en primera categoría del Impuesto a la Renta, y que no presenten iniciación de actividades relacionadas con el giro del proyecto por un periodo superior a 36 meses a la fecha de postulación.

También pueden postular personas jurídicas constituidas en Chile que tributen en primera categoría del Impuesto a la Renta y no presenten iniciación de actividades relacionadas con el giro del proyecto por un periodo superior a 36 meses a la fecha de postulación.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Esta línea de financiamiento apoya el acceso de emprendimientos a programas de incubación y/o aceleración de negocios en instituciones internacionales; y en general el acceso a lugares e instituciones que ayuden al emprendedor en el proceso de internacionalización de su negocio.

Se consideran como actividades financiables el arriendo de espacios de trabajo (co-work), el valor del programa de incubación o aceleración (incluido clases, workshops y seminarios), entradas a eventos de networking, pasajes aéreos de ida y vuelta, seguros, alojamiento, movilización y emisión y renovación de garantías.

Los gastos correspondientes a alojamiento y movilización no podrán exceder de \$1.000.000.- (un millón de pesos) mensuales y se establecerán al momento de aprobar el proyecto, en función del costo de vida del país donde se desarrollará el proceso de incubación y/o aceleración.

Fondo Etapas Tempranas

Este programa tiene como objetivo fomentar la creación de fondos de inversión que permitan financiar y desarrollar las pequeñas y medianas empresas chilenas que se encuentren en etapas tempranas y presenten potencial de crecimiento e innovación. Para ello, Corfo entrega financiamiento a los fondos de inversión, para que éstos inviertan en este tipo de empresas mediante créditos o aportes de capital. A cambio, el fondo adquiere un porcentaje de participación en la empresa y se involucra activamente en su gestión.

¿A quiénes está dirigido?

Administradoras: Administradoras que tengan Fondos de Inversión constituidos o que vayan a constituirse. Mayores detalles en el Reglamento Fondo Etapas Tempranas (FT).

Empresas: Pequeñas o medianas empresas, legalmente constituidas en Chile como sociedades anónimas, sociedades por acciones o sociedades regidas por el Código de Minería. Se entiende por pequeña o mediana empresa aquéllas cuyo patrimonio no supera las UF 50.000 al momento de la primera inversión realizada por el Fondo.

Las empresas deben contar con proyectos empresariales concretos, que se encuentren en etapas tempranas y presenten potencial de crecimiento e innovación, y cuya limitación para materializarlo sea la insuficiencia de capital, la necesidad de apoyo en la gestión u otros requerimientos en donde el fondo pueda ser un aporte.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Administradoras: Corfo realiza aportes mediante una Línea de Crédito disponible para Fondos de Inversión con cargo a los recursos de este Programa, de hasta 200% de los aportes pagados y comprometidos del Fondo.

Empresas: Entrega un financiamiento en forma de aportes de capital (transformándose en un socio de la empresa) o créditos, el cual depende de las características y necesidades del proyecto, y según se haya definido en el proceso de negociación entre la empresa y el fondo.

Concurso Capital Semilla

El objetivo del Programa es apoyar a emprendedores(as) en el desarrollo de sus proyectos de negocios de alto potencial de crecimiento, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación y puesta en marcha de sus emprendimientos.

Se entenderá por emprendimientos de alto potencial de crecimiento aquellos que, en los siguientes 3 años, tengan la capacidad de crecer a tasas superiores al 20%, es decir, negocios que puedan crecer al doble cada 3 ó 4 años.

¿A quiénes está dirigido?

Al concurso podrán postular personas jurídicas constituidas en Chile, con fines de lucro con menos de dos años de existencia y personas naturales mayores de 18 años que postulen individualmente. En ambos casos debe verificarse el cumplimiento de los requisitos indicados en las bases del instrumento.

La postulación podrá ser directa, por los (las) emprendedores(as), o a través de una Entidad Patrocinadora.

Cada postulante podrá decidir libremente si requiere o no una Entidad Patrocinadora para desarrollar su proyecto.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Por cada postulación, Innova Chile financiará un monto máximo de \$25.000.000.- (veinte y cinco millones de pesos). El subsidio otorgado no podrá ser superior al 75% (setenta y cinco por ciento) del monto total del presupuesto presentado y aprobado para el proyecto.

Por lo tanto, el/la Beneficiario/a de la línea de financiamiento deberá realizar un aporte de al menos el 25% del costo total del proyecto, el que deberá ser exclusivamente pecuniario.

Los recursos asignados son no reembolsables y se entregarán directamente al beneficiario, una vez que se hayan entregado las correspondientes garantías.