

Reporte Nacional Bolivia 2014

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



ePC
Escuela de la Producción
y la Competitividad
BUSINESS SCHOOL





GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional Bolivia 2014

Verónica Querejazu, David Zavaleta & Joel Mendizabal

Esta investigación cuenta con el gentil apoyo y auspicio de:



GEM Bolivia 2014
Global Entrepreneurship Monitor - Reporte Nacional Bolivia 2014

©2015 Derechos reservados, Escuela de la Producción y la Competitividad
de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

El presente documento ha sido desarrollado gracias al apoyo de:
Banco Interamericano de Desarrollo (BID), CAF - banco de desarrollo de América Latina,
la Fundación AVINA, Fortaleza Sociedad Administradora de Fondos de Inversión S.A. “Fortaleza SAFI”
y la Fundación para la Producción (FUNDAPRO).

Las opiniones vertidas en el presente documento son responsabilidad exclusiva de los autores.

Diseño de portada y diagramación interior: Eduardo Hochmann (PUBLIXPRESS)
Edición: Claudia Dorado Sánchez

Depósito Legal: 4-1-2434-15
ISBN: 978-99954-740-7-2
Impreso en Bolivia por Artes Gráficas Sagitario SRL

La Paz, agosto de 2015

Siglas y acrónimos

AFP	Administradora de Fondos de Pensiones
ASFI	Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero
BCB	Banco Central de Bolivia
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CAF	CAF - banco de desarrollo de América Latina
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
CIF	<i>Cost, Insurance and Freight</i>
E&E	Encuestas y Estudio
EFC	Condiciones del Entorno Emprendedor (<i>Entrepreneurial Framework Conditions</i>)
FMI	Fondo Monetario Internacional
FOB	<i>Free on Board</i>
FUNDAPRO	Fundación para la Producción
GEM	Monitoreo Global del Emprendimiento (<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>)
INE	Instituto Nacional de Estadística del Bolivia
IPC	Índice de Precios al Consumidor
M'1	Moneda extranjera
M'2	Ahorros
M'3	Depósitos a plazo fijo y otras obligaciones
NES	Encuesta Nacional a Expertos
PEA	Población Económicamente Activa
PEI	Población Económicamente Inactiva
PIB	Producto Interno Bruto
SSPAM	Seguro de Salud para el Adulto Mayor
SUMI	Seguro Universal Materno Infantil
TEA	Tasa de Actividad Emprendedora Total en Etapa Inicial (<i>Total Early-Stage Entrepreneurial Activity</i>)
UDAPE	Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas
UFV	Unidades de Fomento a la Vivienda
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
UPM	Unidades Primarias de Muestreo
USD	Dólar estadounidense
USM	Unidades Secundarias de Muestreo
WEF	Foro Económico Mundial (<i>World Economic Forum</i>)

Contenido

PRESENTACIÓN	13
RESUMEN EJECUTIVO	15
1. INTRODUCCIÓN	19
1.1. GEM Global 2014.....	19
1.2. Marco conceptual del GEM	20
1.3. Medición del emprendimiento a través del GEM.....	23
1.4. GEM Bolivia 2014	24
2. EMPRENDIMIENTO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	27
2.1. Una relación bidireccional (marco teórico).....	27
2.2. Contexto económico en Bolivia.....	28
2.2.1. Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB).....	28
2.2.2. Exportaciones.....	29
2.2.3. Importaciones.....	30
2.2.4. Mercado laboral.....	31
2.2.5. Informalidad.....	34
2.2.6. Sector monetario y cambiario	34
2.2.7. Sector financiero	36
3. EMPRENDIMIENTO EN BOLIVIA (GEM BOLIVIA 2014)	39
3.1. Valoración social sobre emprendimiento	39
3.2. Atributos individuales hacia el emprendimiento	41
3.3. Percepciones hacia el emprendimiento en Bolivia	42
3.4. Actividad emprendedora.....	45
3.4.1. Tasa de actividad emprendedora	46
3.4.2. Actividad emprendedora y negocios establecidos	47
3.4.3. Tasa de discontinuidad.....	49
3.4.4. Motivación para emprender	51
3.4.5. Actividades emprendedoras con ambición.....	54
3.5. Actividades emprendedoras al interior de los negocios.....	59
3.6. Perfil del emprendedor (TEA y negocios establecidos)	59
3.6.1. Edad	59
3.6.2. Género.....	61
3.6.3. Ubicación geográfica	63
3.7. Emprendimiento por sectores.....	65

4. TÓPICOS ESPECIALES	71
4.1. Educación y capacitación, acceso y uso de tecnologías	71
4.1.1. Educación.....	71
4.1.2. Capacitación	72
4.1.3. Acceso y uso de tecnologías	75
4.2. Ingreso de los emprendedores y financiamiento de los emprendimientos	78
4.2.1. Ingresos del emprendedor	78
4.2.2. Financiamiento	79
4.3. Asociatividad y redes del emprendedor	82
5. ECOSISTEMA PARA EL EMPRENDIMIENTO, SEGÚN LOS EXPERTOS	85
5.1. Opinión de los expertos.....	86
5.1.1. Entorno financiero	88
5.1.2. Políticas públicas.....	88
5.1.3. Programas gubernamentales	89
5.1.4. Educación para el emprendimiento.....	89
5.1.5. Transferencia I+D.....	90
5.1.6. Acceso a infraestructura profesional y comercial	90
5.1.7. Apertura del mercado interno.....	90
5.1.8. Acceso a infraestructura física	90
5.1.9. Normas sociales y culturales.....	90
5.2. Factores que potencian o que limitan el papel de los emprendedores.....	91
6. REFLEXIONES FINALES	93
7. BIBLIOGRAFÍA	97
ANEXOS	99
Anexo 1. Glosario de definiciones operacionales del GEM 2014	101
Anexo 2. Ficha técnica de la Encuesta a la Población Adulta (APS).....	103
Anexo 3. Ficha técnica de la Encuesta Nacional a Expertos (NES)	107
Anexo 4. Equipo de trabajo del GEM Bolivia 2014	111
Anexo 5. Modelos de Crecimiento Económico (GEM 2014)	113
Anexo 6. Indicadores de emprendimiento, según país y región (2014).....	115

Índice de tablas

Tabla 1.1.	Países participantes en el GEM, por región geográfica y nivel de desarrollo económico, 2014	19
Tabla 1.2.	Contexto social, cultural, político y económico, y niveles de desarrollo económico	22
Tabla 2.1.	Bolivia: Exportaciones desagregadas según el tipo de bien (en millones de USD).....	29
Tabla 2.2.	Bolivia: Importaciones desagregadas según el tipo de bien (en millones de USD).....	31
Tabla 2.3.	Bolivia: Población según condición de actividad	32
Tabla 2.4.	Bolivia: Población según condición de actividad (En porcentaje)	32
Tabla 2.5.	Bolivia: Población ocupada según actividad económica (En porcentaje)	33
Tabla 2.6.	Bolivia: Población ocupada según categoría ocupacional (En porcentaje).....	33
Tabla 2.7.	Bolivia: Población ocupada según afiliación a las AFP y a los Seguros de Salud (2013)	34
Tabla 2.8.	Bolivia: Evolución de los agregados monetarios	35
Tabla 2.9.	Bolivia: Sistema Financiero (depósitos del público, cartera y mora)	36
Tabla 3.1.	Percepciones hacia el emprendimiento, según país y región (GEM 2014).....	42
Tabla 3.2.	Índices de actividad emprendedora en países GEM 2014, por región geográfica.....	47
Tabla 3.3.	Expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años, por región y país (GEM Global 2014)	55
Tabla 3.4.	Bolivia: Emprendedores nacientes según sector de emprendimiento, por nivel de educación (2014).....	66
Tabla 3.5.	Bolivia: Emprendedores nacientes según sector de emprendimiento, por grupos de edad (2014)	66
Tabla 3.6.	Bolivia: Propietarios de nuevos negocios según sector de emprendimiento, por nivel de educación (2014).....	67
Tabla 3.7.	Bolivia: Propietarios de nuevos negocios según sector de emprendimiento, por grupos de edad (2014)	67
Tabla 3.8.	Bolivia: Propietarios de negocios establecidos según sector de emprendimiento, por nivel de educación (2014).....	68
Tabla 3.9.	Bolivia: Propietarios de negocios establecidos según sector de emprendimiento, por grupos de edad (2014)	69
Tabla A-1.1.	Glosario de definiciones operacionales-GEM 2014	101
Tabla A-2.1.	Niveles de estratificación y de control empleados para la encuesta APS (GEM Bolivia 2014).....	103
Tabla A-2.2.	Porcentajes de comparación entre la muestra y el Censo 2012 (GEM Bolivia 2014).....	104
Tabla A-2.3.	Muestra utilizada para la encuesta APS (GEM Bolivia 2014).....	104
Tabla A-3.1.	Sectores de estratificación para la Encuesta Nacional a Expertos (NES)-GEM Bolivia 2014	107

Tabla A-3.2.	Lista de expertos entrevistados (NES)-GEM Bolivia 2014.....	107
Tabla A-6.1.	Percepciones hacia el emprendimiento, por país y región (2014)	115
Tabla A-6.2.	Índices de actividad emprendedora en países GEM 2014, por región geográfica	117

Índice de gráficos

Gráfico 1.1.	Marco conceptual del GEM (usado en las encuestas GEM hasta el año 2014)	20
Gráfico 1.2.	Marco conceptual revisado del GEM	21
Gráfico 1.3.	Proceso emprendedor y definiciones operacionales utilizadas por el GEM	23
Gráfico 2.1.	Bolivia: PIB a precios constantes y crecimiento anual del PIB	29
Gráfico 2.2.	Bolivia: Valor de las exportaciones desagregadas según el tipo de bien (en millones de USD)	29
Gráfico 2.3.	Bolivia: Cambios en la composición de las exportaciones (2003, 2006 y 2014)	30
Gráfico 2.4.	Bolivia: Valor de las importaciones según el tipo de bien (en millones de USD)	30
Gráfico 2.5.	Bolivia: Tipo de cambio real y variaciones anuales.....	36
Gráfico 2.6.	Bolivia: Evolución de los depósitos del público, de la cartera y del índice de mora	37
Gráfico 2.7.	Bolivia: Sector financiero-Cartera bruta según destino del crédito (2004 y 2013).....	37
Gráfico 3.1.	Bolivia: Valoración social sobre el emprendimiento (2008-2014).....	39
Gráfico 3.2.	Bolivia: Valores sociales hacia el emprendimiento, por departamento (2014)	40
Gráfico 3.3.	Bolivia: Valores sociales hacia el emprendimiento, según género (2008-2014).....	41
Gráfico 3.4.	Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento (2008-2014)	43
Gráfico 3.5.	Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento, por departamento (2014).....	44
Gráfico 3.6.	Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento, según género (2008-2014).....	45
Gráfico 3.7.	Proceso emprendedor definido por el GEM.....	45
Gráfico 3.8.	Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) para los 70 países del GEM Global (2014).....	46
Gráfico 3.9.	Bolivia: Porcentaje de población que se encuentra en las diferentes etapas de actividad emprendedora (2008-2014)	48
Gráfico 3.10.	Bolivia: Actividad emprendedora-Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios (2008-2014)	48
Gráfico 3.11.	Bolivia: Composición de la TEA según etapa de emprendimiento, por departamento (2014).....	49
Gráfico 3.12.	Bolivia: TEA y propietarios de negocios establecidos, por departamento (2014).....	49
Gráfico 3.13.	Bolivia: Porcentaje de la población que ha cerrado o discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses (2008-2014)	49
Gráfico 3.14.	Bolivia: Porcentaje de la población que ha cerrado o discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, según género (2008-2014)	50
Gráfico 3.15.	Bolivia: Porcentaje de la población que ha discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, según cierre o no del mismo (2008-2014)	50
Gráfico 3.16.	Bolivia: Porcentaje de la población que ha discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, por departamento (2014)	50
Gráfico 3.17.	Bolivia: Porcentaje de la población que ha discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, según cierre o no del mismo, por departamento (2014).....	51
Gráfico 3.18.	Bolivia: Razones principales de discontinuidad de los negocios durante los últimos 12 meses (2014)	51

Gráfico 3.19.	Emprendedores orientados por la NECESIDAD en los 70 países del GEM (2014).....	52
Gráfico 3.20.	Emprendedores orientados por la OPORTUNIDAD en los 70 países del GEM (2014).....	52
Gráfico 3.21.	Bolivia: Composición de la TEA según las motivaciones para emprender, por género (2014).....	53
Gráfico 3.22.	Bolivia: Población adulta según motivaciones para emprender (2008-2014).....	53
Gráfico 3.23.	Bolivia: Personas impulsadas por la oportunidad, cuyos principales motivos son ser independientes o aumentar sus ingresos- Porcentaje sobre la TEA (2008-2014).....	53
Gráfico 3.24.	Bolivia: Composición de la TEA según principales motivos para emprender (2014).....	54
Gráfico 3.25.	Bolivia: Principales motivos de emprendimiento, por departamento (2014).....	54
Gráfico 3.26.	Bolivia: Aspiraciones de los emprendedores en etapa inicial (TEA) (2008-2014).....	54
Gráfico 3.27.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos según expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años (2014).....	56
Gráfico 3.28.	Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios según expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años (2014).....	56
Gráfico 3.29.	Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de emprendedores que indica que su producto/servicio es nuevo por lo menos para algunos consumidores (2014).....	56
Gráfico 3.30.	Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que su producto/servicio es nuevo por lo menos para algunos consumidores, según género (2014).....	57
Gráfico 3.31.	Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que su producto/servicio es nuevo por lo menos para algunos consumidores, por departamento (2014).....	57
Gráfico 3.32.	Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de emprendedores que indica que existen pocos o ningún otro negocio que ofrece el mismo producto (2014).....	57
Gráfico 3.33.	Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que existen pocos o ningún otro negocio que ofrece el mismo producto, según género (2014).....	57
Gráfico 3.34.	Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que existen pocos o ningún otro negocio que ofrece el mismo producto, por departamento (2014).....	58
Gráfico 3.35.	Bolivia: Orientación internacional- Porcentaje de emprendedores que indica que al menos 25% de sus clientes son del exterior (2014).....	58
Gráfico 3.36.	Bolivia: Orientación internacional- Porcentaje de la TEA que indica que al menos 25% de sus clientes son del exterior, según género (2014).....	58
Gráfico 3.37.	Bolivia: Orientación internacional- Porcentaje de la TEA que indica que al menos 25% de sus clientes son del exterior, por departamento (2014).....	59
Gráfico 3.38.	Bolivia: Población involucrada en actividades emprendedoras para su empleador (EEA) (2014).....	59
Gráfico 3.39.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según grupos de edad (2014).....	60
Gráfico 3.40.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA), según grupos de edad y género (2014).....	60

Gráfico 3.41.	Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, según grupos de edad (2014)	60
Gráfico 3.42.	Bolivia: Composición de la TEA según grupos de edad (2014)	61
Gráfico 3.43.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) según género (2008-2014).....	61
Gráfico 3.44.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según género (2014)	61
Gráfico 3.45.	Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, según género (2014).....	62
Gráfico 3.46.	Bolivia: Composición de la TEA según género (2014).....	62
Gráfico 3.47.	Bolivia: Principales motivos para emprender, según género y por departamento (2014).....	62
Gráfico 3.48.	Bolivia: Motivos combinados para emprender, según género (2014)	63
Gráfico 3.49.	Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento, por área de residencia (2014)	63
Gráfico 3.50.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, por área de residencia (2014)	63
Gráfico 3.51.	Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, por área de residencia (2014)	64
Gráfico 3.52.	Bolivia: Población de la TEA y de propietarios de negocios establecidos, por área de residencia (2014)	64
Gráfico 3.53.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) según motivaciones para emprender, por área de residencia (2014)	64
Gráfico 3.54.	Bolivia: Aspiraciones de los emprendedores en etapa inicial (TEA), por área de residencia (2014)	64
Gráfico 3.55.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) según área de residencia y expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años (2014)	65
Gráfico 3.56.	Bolivia: Emprendedores nacientes según sector de emprendimiento (2014)	65
Gráfico 3.57.	Bolivia: Proprietarios de nuevos negocios según sector de emprendimiento (2014).....	67
Gráfico 3.58.	Bolivia: Proprietarios de negocios establecidos según sector de emprendimiento (2014).....	68
Gráfico 4.1.	Bolivia: Composición de la TEA según el nivel educativo más alto completado (2014)	71
Gráfico 4.2.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según nivel educativo (2014)	72
Gráfico 4.3.	Bolivia: Emprendedores nacientes y de propietarios de nuevos negocios, según nivel educativo (2014).....	72
Gráfico 4.4.	Bolivia: Porcentaje de la población adulta que recibió capacitación para emprender un negocio durante y después de la etapa escolar (2014).....	72
Gráfico 4.5.	Bolivia: Porcentaje de la población adulta que recibió capacitación para emprender un negocio, por departamento (2014)	73
Gráfico 4.6.	Bolivia: Porcentaje de emprendedores en etapa inicial (TEA) y de propietarios de negocios establecidos que recibieron capacitación para emprender un negocio (2014).....	73
Gráfico 4.7.	Bolivia: Porcentaje de emprendedores nacientes y de propietarios de nuevos negocios que recibieron capacitación para emprender un negocio (2014)	74
Gráfico 4.8.	Bolivia: Proprietarios de negocios establecidos-Acceso a conocimientos o entrenamientos antes de la puesta en marcha (2014).....	74
Gráfico 4.9.	Bolivia: Proprietarios de negocios establecidos-Instituciones que brindaron el entrenamiento antes de la puesta en marcha (2014)	75

Gráfico 4.10.	Bolivia: Emprendedores nacientes-Disponibilidad de tecnologías requeridas para la producción del producto o del servicio (2014)	75
Gráfico 4.11.	Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Disponibilidad de tecnologías requeridas para la producción del producto o del servicio (2014)	76
Gráfico 4.12.	Bolivia: Emprendedores nacientes-Uso de Internet para vender productos o servicios ofrecidos por su negocio (2014).....	77
Gráfico 4.13.	Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Uso de Internet para vender productos o servicios ofrecidos por su negocio (2014)	77
Gráfico 4.14.	Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según niveles de ingreso mensual del hogar (2014)	78
Gráfico 4.15.	Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, según niveles de ingreso mensual del hogar (2014)	78
Gráfico 4.16.	Bolivia: Composición de la TEA según niveles de ingreso mensual del hogar (2014)	79
Gráfico 4.17.	Bolivia: Composición de los emprendedores nacientes según el nivel de inversión necesario para su actividad (2014).....	79
Gráfico 4.18.	Bolivia: Composición de los emprendedores nacientes, según el nivel de inversión necesario para su actividad y principales motivos para emprender (2014).....	80
Gráfico 4.19.	Bolivia: Emprendedores nacientes-Fuentes de financiamiento, por área de residencia (2014)	80
Gráfico 4.20.	Bolivia: Emprendedores nacientes-Acceso a crédito para el emprendimiento (2014).....	81
Gráfico 4.21.	Bolivia: Emprendedores nacientes-Razones por las que no se tiene acceso a crédito (2014).....	81
Gráfico 4.22.	Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Afiliación a algún gremio, sindicato o asociación relacionado con su negocio, por área de residencia (2014)	82
Gráfico 4.23.	Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Afiliación a algún gremio, sindicato o asociación relacionado con su negocio, por departamento (2014)	82
Gráfico 4.24.	Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Beneficios que se pueden obtener al estar afiliados a un gremio, un sindicato o una asociación (2014).....	83
Gráfico 5.1.	Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Resultado de la NES 2014.....	87
Gráfico 5.2.	Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Indicadores de apoyo financiero (NES 2014).....	88
Gráfico 5.3.	Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Políticas gubernamentales (NES 2014)	89
Gráfico 5.4.	Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Indicadores de educación y de capacitación (NES 2014)	89
Gráfico 5.5.	Bolivia: Principales factores que potencian el emprendimiento en Bolivia (NES 2014)	91
Gráfico 5.6.	Bolivia: Principales factores que limitan el emprendimiento en Bolivia (NES 2014)	91
Gráfico 5.7.	Bolivia: Principales acciones para fomentar el emprendimiento en Bolivia (NES 2014).....	91
Gráfico A-5.1.	Modelo convencional de Crecimiento Económico Nacional.....	113
Gráfico A-5.2.	Modelo de procesos empresariales que afectan al crecimiento económico nacional.....	113

Presentación

El tema de la reducción de la pobreza es un desafío multidimensional que va más allá del incremento de los ingresos o de la provisión de mejores servicios públicos. Tampoco es una variable que resulta del aumento del crecimiento económico. Una de las maneras de superar los niveles de pobreza tiene que ver con el emprendimiento de miles de personas que apuestan a la innovación y a la productividad, y con el soporte de un ecosistema amigable a la voluntad de superación de pequeñas y de medianas empresas. El espíritu emprendedor, sea que tenga un origen privado o uno social, es uno de los motores que conecta el desarrollo económico y los avances sociales sostenibles. Conocer en profundidad el nacimiento y el desarrollo del tejido emprendedor es una tarea imprescindible tanto para la academia como para la práctica de la política pública.

El Reporte Nacional Bolivia del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una investigación fundamental para evaluar la génesis de las redes empresariales. La Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” viene trabajando en este tema hace varios años, a fin de proveer de información de base para el análisis académico y para el diseño y el perfeccionamiento de políticas públicas y de programas privados que permitan promover el empleo de calidad en el país y, por ende, el bienestar de la población.

A continuación, me permito presentar la versión 2014-2015 del GEM Bolivia que, en esta oportunidad, giró en torno de dos hipótesis de trabajo. La primera, analizar los posibles efectos del periodo de bonanza económica 2006-2014 en cuanto a la actitud y a la actividad emprendedoras en el país. La segunda, indagar si las políticas de educación y de financiamiento implementadas en los últimos años tienen los impactos esperados entre la población que desarrolla iniciativas y negocios en Bolivia.

La recolección de información por medio de encuestas aplicadas a la población adulta y a los expertos fue confiada a la empresa Encuestas y Estudios (E&E), con el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Además, el trabajo de análisis no hubiera sido posible sin el apoyo de CAF - banco de desarrollo de América Latina, la Fundación AVINA, Fortaleza Sociedad Administradora de Fondos de Inversión S.A. “Fortaleza SAFI” y la Fundación para la Producción (FUNDAPRO). A todos ellos, nuestro agradecimiento por su compromiso con la investigación académica y el desarrollo del espíritu emprendedor.

El GEM Bolivia de este año también tuvo el apoyo decidido de las autoridades de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. A nombre del equipo de la Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, nuestro agradecimiento al Rector Nacional Marco Antonio Fernández Calderón por su apoyo.

El presente estudio ha sido desarrollado por los profesores Verónica Querejazu y David Zavaleta, con el soporte administrativo de Lourdes Quispe, todos ellos de la Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. La investigación también contó con la colaboración de Joel Mendizábal, consultor externo. El documento que está en sus manos refleja un trabajo de liderazgo creativo, de compromiso académico y de gran capacidad profesional del equipo. A los investigadores, mis felicitaciones. Y a los lectores, por medio de la lectura y del análisis de este documento, el desafío de seguir apostando por una Bolivia emprendedora.

Gonzalo Chávez Álvarez

Director de la Escuela de la Producción y la Competitividad

Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

Resumen ejecutivo

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM, por su sigla en inglés) es una investigación internacional que se realiza desde 1997 bajo la tutela del Babson College (Estados Unidos) y la London School of Business (Reino Unido), con el objetivo de medir el emprendimiento en diferentes países y observar en qué grado esta actividad afecta la tasa de crecimiento económico y la prosperidad de un país. El GEM busca, además, identificar los factores que promueven o inhiben la actividad emprendedora como un insumo para las políticas públicas, toda vez que el emprendimiento es una actitud y una actividad resultante de las percepciones y de las capacidades de un individuo en interacción con el entorno que lo rodea.

Ésta es la tercera vez que se realiza el estudio GEM en Bolivia. Con la aplicación de 2.590 encuestas en las áreas urbanas y rurales de los nueve departamentos del país, lo que se busca es conocer las percepciones sociales y los atributos individuales, así como describir la actividad emprendedora y el perfil de los emprendedores. El objetivo, además de consolidar la información sobre el emprendimiento, es aportar elementos en temas de educación y de acceso al crédito para la discusión académica y el diseño de políticas públicas.

A nivel internacional, se han realizado diversos estudios sobre la relación existente entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico de los países. Los estudios muestran diferencias dependiendo del nivel de desarrollo económico de cada país.

Durante los últimos años, el contexto económico de Bolivia se caracteriza por una bonanza expresada en: tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), indicadores de exportaciones e importaciones, desempeño del mercado laboral e indicadores del sector monetario y cambiario, además de la salud del sector financiero.

El emprendimiento en Bolivia se analiza desde: a) la perspectiva de su valoración social, b) los atributos individuales para el emprendimiento, c) la actividad emprendedora, d) el perfil del emprendedor y e) los sectores en los que se desenvuelven los emprendimientos.

En cuanto a la valoración social, la población adulta percibe que se ha incrementado la atención que los medios de comunicación prestan a las actividades emprendedoras. Así mismo, de manera creciente y positiva, se percibe el estatus social del que gozan los emprendedores exitosos. Entre tanto, mientras el emprendimiento como carrera deseable ha repuntado, el conocimiento de personas emprendedoras es menor respecto a la percepción existente cinco años atrás.

En cuanto a los atributos individuales hacia el emprendimiento, Bolivia muestra porcentajes por encima del promedio de los países de América Latina y el Caribe. En comparación con gestiones anteriores, la percepción de oportunidades es mayor, aunque la percepción de capacidades ha disminuido. Por otra parte, el temor al fracaso es creciente y las intenciones para emprender son menores que en la gestión pasada, aunque mayores a las que se observaron el año 2008.

En Bolivia, el 57% de la población considera que existen oportunidades para iniciar un negocio. Si bien el 73% de los adultos reconoce tener la preparación suficiente para dicha tarea, únicamente el 47% de la población adulta tiene intenciones de emprender en los próximos tres años, y no es precisamente por el temor al fracaso que está presente en el 38% de la población comprendida entre los 18 y los 64 años de edad.

La actividad emprendedora se presenta de acuerdo con el ciclo de vida en el que se encuentra el emprendimiento. Es decir: emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios, propietarios de negocios

establecidos y discontinuidad de los negocios. A ello, se adicionan aspectos como la motivación para emprender y la ambición de los emprendedores.

Bolivia presenta un porcentaje de actividad emprendedora en etapa inicial (*Total Early Stage Entrepreneurial Activity*: TEA) del 27,4% de la población adulta, lo que representa el cuarto lugar más alto entre los países de economías basadas en recursos y el sexto lugar más alto entre los 70 países que aplicaron el GEM el año 2014. A nivel latinoamericano y del Caribe, Bolivia ocupa el tercer lugar en actividad emprendedora, por detrás de Ecuador y de Perú.

En Bolivia, al combinar la TEA y los negocios establecidos, se puede decir que 3,5 de cada 10 personas están iniciando o llevando adelante una actividad emprendedora. La TEA en Bolivia del 27,4% en 2014 es menor respecto a las gestiones 2010 (38,6%) y 2008 (29,8%). A su vez, el porcentaje de propietarios de negocios establecidos también es decreciente en comparación con los anteriores estudios GEM realizados en el país.

Los departamentos de Bolivia con mayor actividad emprendedora (TEA) son Potosí, La Paz y Beni, mientras que Potosí, Pando y Oruro son los que tienen los porcentajes más altos de propietarios de negocios establecidos. En cuanto a la tasa de discontinuidad, si bien ha disminuido respecto a los estudios de los años 2008 y 2010, ésta llega al 6,9% de la población, ubicando a Bolivia como el quinto país con mayor discontinuidad en la región, después de Chile, El Salvador, Ecuador y Perú. Por otra parte, también en Bolivia, la discontinuidad de los negocios es mayor entre las mujeres que entre los hombres, con causas asociadas a razones personales y a la rentabilidad del negocio.

En cuanto a la motivación para emprender, al interior del grupo de economías basadas en recursos, Bolivia muestra el segundo lugar más alto de emprendimientos por oportunidad, siendo el octavo país en emprender por necesidad. En Bolivia, la mayoría de los emprendimientos están motivados por la oportunidad y no así por la falta de otras opciones para la generación de recursos. De hecho, Pando, Chuquisaca y Beni son los departamentos que denotan los porcentajes más altos

de emprendimientos por oportunidad en búsqueda de mayor ingreso e independencia. En el análisis por género, las mujeres son las que revelan porcentajes más altos por necesidad, en comparación con los hombres.

Con referencia a las actividades emprendedoras con ambición, se observan tres componentes: a) la expansión del negocio por medio de la creación de empleo, b) la actividad orientada a la innovación por producto y mercado, y, finalmente, c) la orientación internacional. De ese modo, la mayoría de los emprendimientos en Bolivia (71%) tiene un horizonte de escasa expansión en términos de creación de fuentes de trabajo, dado que sus expectativas son las de crear cinco o menos empleos en los próximos años y únicamente el 6% de los emprendimientos tiene como expectativa la creación de más de 20 empleos en el próximo quinquenio.

Sobre la orientación innovadora en Bolivia, se tiene que el 68% de la TEA declara que su producto es innovador; es decir que su producto o su servicio es nuevo por lo menos para algunos de sus consumidores. Tal porcentaje resulta mayor entre los emprendedores propietarios de nuevos negocios, en comparación con los emprendedores nacientes. Desde una perspectiva de género, las mujeres son las que tienen mayores percepciones de innovación del producto respecto a los hombres. A su vez, los departamentos de Potosí, Chuquisaca y Tarija son los que tienen porcentajes más altos de percepción de innovación del producto ofrecido por los emprendedores. Desde una perspectiva de mercado, es decir que el negocio que se establece tiene pocos o ningún competidor, es posible notar que únicamente el 40% de la TEA considera que su negocio es innovador en el mercado, siendo Tarija el único departamento donde la mayoría de los emprendedores en etapa inicial considera que su negocio es innovador desde la citada perspectiva.

Sobre la orientación internacional de la actividad emprendedora TEA en Bolivia, únicamente el 5% presenta una orientación hacia el mercado externo. En ese contexto, el 90% de mujeres y de hombres adultos en actividad emprendedora inicial señala que ni siquiera el 25% de su producción está orientada a consumidores extranjeros. Los departamentos de Oruro y Tarija son

los que destacan, aunque con porcentajes menores al 15%, en cuanto a la orientación internacional de sus emprendimientos.

En lo relacionado al intraemprendimiento o actitud-actividad emprendedora de las personas para su empleador, en Bolivia se observa que apenas el 2,3% de la población que declara estar empleada ha realizado una actividad emprendedora para su empleador.

Para complementar la comprensión de la actividad emprendedora, el GEM introduce aspectos demográficos de la población, a fin de observar cuán inclusiva es la actividad. El perfil del emprendedor se construye con aspectos como la edad, el género y la ubicación por área geográfica (urbana o rural). En términos globales, el grupo de edad comprendido entre 25 y 34 años es el que muestra mayor dinamismo emprendedor. En Bolivia, la tendencia no es diferente y el dinamismo va disminuyendo a medida que la población tiene mayor edad. Sin embargo, se advierte que la edad es algo mayor cuando se trata de emprendedores propietarios de negocios establecidos, entre quienes la edad predominante oscila entre los 35 y los 44 años.

En la descripción del perfil del emprendedor por género, la actividad emprendedora TEA en Bolivia destaca por tratarse de una actividad con mayor incidencia en la población masculina (30%), aunque no existen diferencias considerables con relación a las mujeres (25%). Dichas proporciones se mantienen entre los propietarios de negocios establecidos. Tras haberse establecido que la oportunidad es la motivación dominante entre los hombres y que la necesidad es predominantemente femenina, los mayores porcentajes de hombres emprendedores por oportunidad se dan en los departamentos de Chuquisaca, Cochabamba y La Paz, mientras que los mayores porcentajes de mujeres emprendedoras por necesidad están en los departamentos de Oruro, Pando y Potosí.

En Bolivia, el perfil según la ubicación geográfica establece que las percepciones de oportunidades y de intenciones de emprender son mayoritariamente urbanas, en tanto que las capacidades y el temor al fracaso son percepciones con mayor porcentaje en el área ru-

ral. No obstante, la actividad emprendedora es mayor entre la población del área rural (30,6%), en comparación con la del área urbana (25,7%). Resulta interesante observar que en el área rural los emprendimientos son motivados en mayor proporción por la oportunidad y en menor medida por la necesidad, diferenciándose así de los emprendimientos en las urbes. El perfil de ambición, por su parte, es similar entre los emprendimientos urbanos y los rurales, aunque estos últimos tienen menor orientación internacional y menor expectativa de expansión de empleo.

Al considerar los emprendimientos de Bolivia por sectores en los que venden sus productos o prestan servicios, la mayor parte de la actividad emprendedora naciente se desarrolla en el sector de servicios al consumidor; el 41% lo hace en el comercio y el 15% en alojamientos y en restaurantes; la manufactura corresponde únicamente al 12% del total. El grupo de los propietarios de nuevos negocios sigue la misma tendencia. En cuanto a los propietarios de negocios establecidos, si bien el sector predominante de los emprendimientos es el del comercio, el segundo en importancia es el de las manufacturas (13%), seguido por el sector de alojamientos y de restaurantes (9%). Cabe resaltar que esos sectores se cruzan con información sobre educación y grupos de edad para cada una de las etapas del proceso emprendedor.

Con el objetivo de indagar las causas que dan origen al tipo de emprendimientos existentes en el país, esta investigación contempla, además, un capítulo de tópicos especiales, particularmente relacionados con las políticas públicas. Dichos tópicos son, por un lado, la educación y la capacitación, y, por el otro lado, el financiamiento y el acceso al crédito.

En la educación de la población en Bolivia se observa que existen avances. El nivel predominante de educación completa entre la población emprendedora es de 12 años de escuela. El 47,9% de la TEA señala tener un nivel de educación secundaria y el 18% alcanza el nivel de licenciatura, seguido por el nivel técnico con el 16%. Por otro lado, el 16% de la TEA solamente cuenta con estudios primarios. Analizando los niveles de emprendimiento de la población nacional, se obtiene

que existe mayor actividad emprendedora en el grupo de personas con estudios de licenciatura (35%), mientras que los mayores niveles de propiedad de negocios establecidos son predominantes en los niveles educativos de primaria y de licenciatura.

Es importante analizar de manera especial el tema de la capacitación como proceso para adquirir capacidades y destrezas propias del desempeño del negocio. Al respecto, tanto los emprendedores iniciales como los establecidos señalan que la capacitación adquirida fue recibida en mayor proporción durante la etapa postescolar. Llama la atención que los emprendedores con negocios establecidos en Bolivia, a pesar de la multiplicidad de esfuerzos públicos y privados, no hubieran recibido algún entrenamiento antes de la puesta en marcha de sus negocios; en su mayoría, aseveran haber adquirido habilidades específicas para el negocio por medio del conocimiento obtenido en trabajos anteriores o actuales. En efecto, las universidades y los institutos técnicos muestran haber llegado a menos del 15% de ese grupo de emprendedores, por lo que los datos demandan una intervención política urgente.

En lo que se refiere al financiamiento de los emprendimientos en Bolivia, el estudio constata que la mayoría de los emprendedores tiene una necesidad de

inversión baja: sólo el 20% necesita un nivel de inversión mayor a Bs50.000. Por otra parte, las fuentes de financiamiento consideradas por los emprendedores son, sobre todo, los ahorros personales y familiares, en tanto que sólo el 38,5% recurre o recurriría a un banco o a otra institución financiera. Al analizar la razón por la que los emprendedores no tienen acceso al crédito, se constata que la burocracia bancaria sería el mayor obstáculo para acceder al crédito necesario para sus emprendimientos.

El análisis de los resultados de la encuesta a expertos nacionales muestra que las percepciones acerca de las condiciones del entorno emprendedor son negativas, en particular en lo referido al apoyo financiero, a las políticas gubernamentales y a la educación primaria. Son excepción a las percepciones negativas el acceso a la infraestructura física y la educación vocacional y superior. A pesar de las percepciones negativas, éstas han mejorado respecto a las versiones anteriores del GEM (2008 y 2010). También se puede evidenciar que los especialistas apuntan a las políticas de gobierno y a los programas gubernamentales (nacionales, regionales y locales) como principales factores que limitan tanto el emprendimiento en Bolivia como las acciones más relevantes para fomentar el emprendimiento.

1

INTRODUCCIÓN

1.1. GEM Global 2014

Académicos y hacedores de políticas públicas coinciden en reconocer que los emprendedores, así como los nuevos negocios que ellos establecen, juegan un rol crucial en el desarrollo y en el bienestar de sus sociedades. Por ello, existe un gran aprecio por la colaboración que realiza el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) con sus estudios longitudinales y el extensivo análisis sobre las actitudes y las actividades de los emprendedores en el mundo.

El GEM es una iniciativa que nació en 1997 bajo la tutela del Babson College (Estados Unidos) y la London School of Business (Reino Unido). Desde entonces, se

ha convertido en la investigación internacional referente para entender la relación entre emprendimiento y desarrollo nacional.

En estos 16 años de trabajo continuo, el GEM ha medido el emprendimiento en más de 100 países, que representan a todas las regiones geográficas y a los diferentes niveles económicos existentes en el Globo. Desde el año 2008, el GEM cubre los tres tipos de economías de acuerdo con la clasificación del Foro Económico Mundial (*World Economic Forum: WEF*) basada en la tipología de desarrollo de Michael Porter y otros (2002). Para el año 2014, el Reporte Global comprende el estudio del emprendimiento en 70 países, variedad que representa a los tres tipos de economías y que, en conjunto, significan el 73% de la población del orbe y el 90% de la producción mundial.

Tabla 1.1. Países participantes en el GEM, por región geográfica y nivel de desarrollo económico (2014)

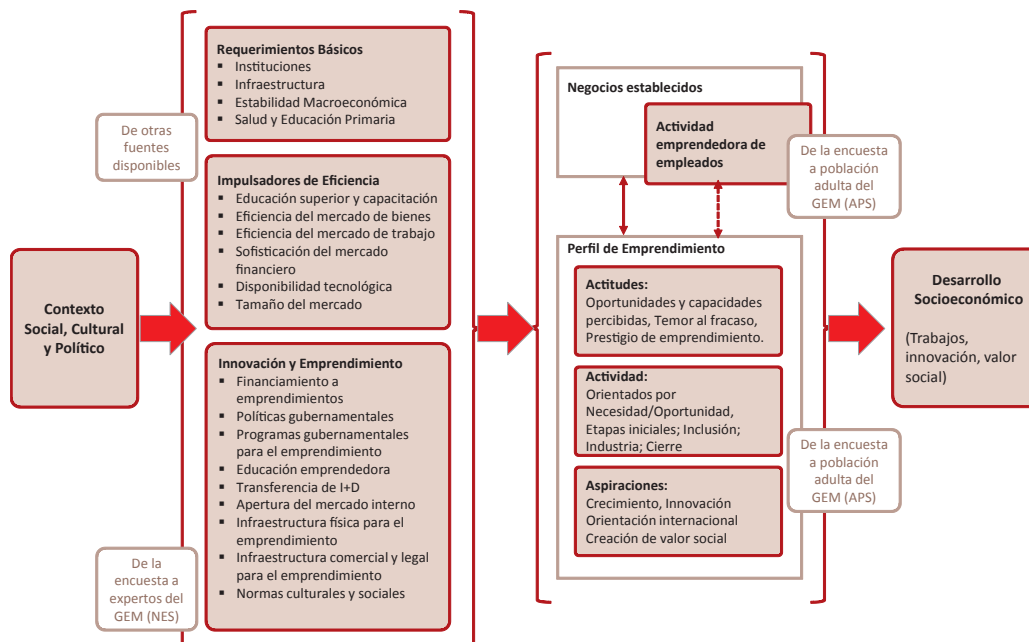
	Economías basadas en recursos	Economías basadas en la eficiencia	Economías basadas en la innovación
África	Angola ¹ , Botsuana ¹ , Burkina Faso, Camerún, Uganda	Sud África	
Asia y Oceanía	India, Irán ¹ , Kuwait ¹ , Filipinas ¹ , Vietnam	China, Indonesia, Kazajistán ² , Malasia ² , Tailandia	Australia, Japón, Singapur, Taiwán, Qatar
América Latina y el Caribe	Bolivia ¹	Argentina ² , Barbados ² , Belize, Brasil ² , Chile ² , Colombia, Costa Rica ² , Ecuador, El Salvador, Guatemala, Jamaica, México ² , Panamá ² , Perú, Surinam ² , Uruguay ²	Puerto Rico, Trinidad y Tobago
Unión Europea		Croacia ² , Hungría ² , Lituania ² , Polonia ² , Rumania	Austria, Bélgica, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Latvia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Eslovenia, Eslovaquia, España, Suecia, Reino Unido
No-Unión Europea		Bosnia y Herzegovina, Georgia, Kosovo, Rusia ² , Turquía ²	Noruega, Suiza
Norte América			Canadá, Estados Unidos

Fuente: GEM Global Report 2014.

(1) En transición a economías basadas en la eficiencia.

(2) En transición a economías basadas en innovación.

Gráfico 1.1. Marco conceptual del GEM (usado en las encuestas GEM hasta el año 2014)



Fuente: GEM Global Report 2014.

1.2. Marco conceptual del GEM

Desde su concepción, el GEM ha desarrollado un marco conceptual con el objetivo de explorar la interdependencia entre emprendimiento y desarrollo económico. Con el transcurso del tiempo, ese marco ha evolucionado de manera tal que clarifica las relaciones asumidas, sin comprometer, con ello, la comparabilidad de los resultados.

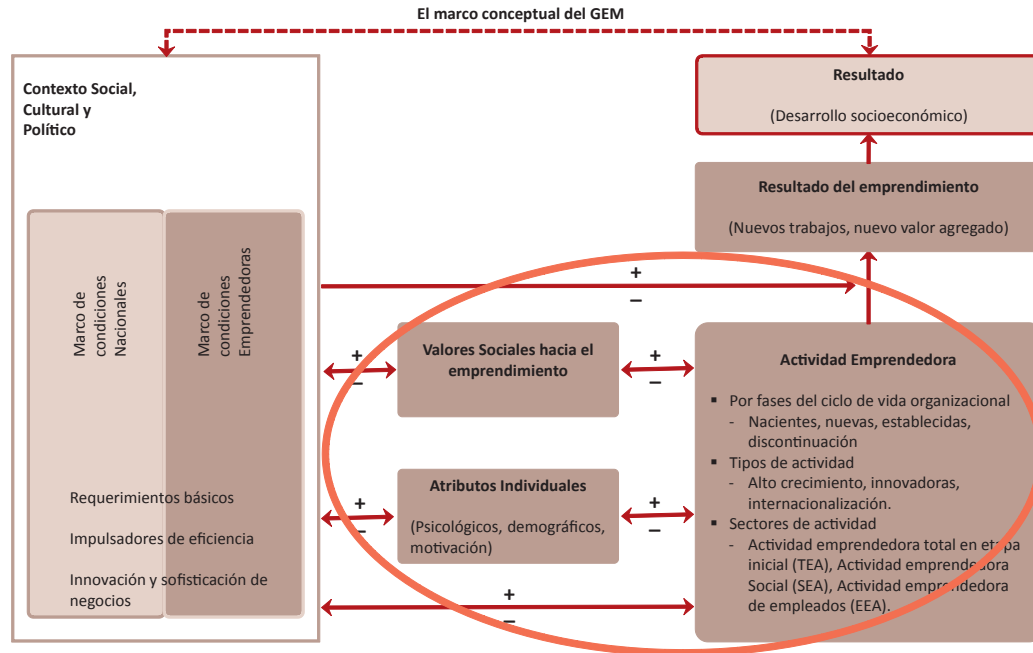
El emprendimiento es definido como “cualquier intento de establecer un nuevo negocio o desarrollar una iniciativa, sea ésta autoempleo, organizar un nuevo negocio o la expansión de un negocio existente por un individuo o grupo de individuos, o un negocio establecido” (GEM *Global Report*, 2014). La validez de dicha definición persiste y es utilizada por el GEM para contestar tres preguntas básicas:

- ¿El nivel de emprendimiento varía entre países? Si es así, ¿a qué grado?
- ¿El nivel de actividad emprendedora existente afecta la tasa de crecimiento económico y la prosperidad en un país?
- ¿Qué hace que un país sea emprendedor y cuáles son los factores que influyen en la actividad emprendedora que se establece en éste?

Para contestar esas preguntas, el GEM partió de la aproximación convencional del crecimiento económico y, en base a ello, desarrolló un esquema para entender la relación entre el proceso emprendedor y el crecimiento económico¹. Desde 1999, este marco conceptual ha pasado por diversos ajustes (Gráfico 1.1.), hasta llegar a un marco que busca centrarse en la valoración social sobre el emprendimiento, en los atributos individuales de la población y en la interdependencia existente entre estos dos ámbitos con la actividad emprendedora (Gráfico 1.2.).

1 Véase el Anexo 5 (Gráficos A-5.1. y A-5.2.).

Gráfico 1.2. Marco conceptual revisado del GEM



Fuente: GEM Global Report 2014.

La mayor revisión de marco conceptual en el 2014 consiste en abrir la denominada “caja negra”, para así comprobar las características asumidas de las relaciones entre los valores sociales, los atributos personales y las diversas formas de emprendimiento.

En todos los marcos conceptuales desarrollados, los supuestos básicos se han mantenido inalterados: a) el emprendimiento no es el acto heroico de un individuo que se ve influido por el medio ambiente en el cual desarrolla su actividad y b) la actividad emprendedora es considerada como el resultado de la interacción entre las percepciones que tiene un individuo sobre la oportunidad y la capacitación (motivación y destrezas) que posee para actuar sobre dicha oportunidad, relación que es mediada por las distintas condiciones del medio ambiente donde el individuo se encuentra.

Los distintos reportes publicados por el GEM hasta la fecha confirman que los niveles de emprendimiento varían entre países y que se requiere tiempo y consistencia en las intervenciones de las políticas públicas para construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las investigaciones del GEM reiteran, adicionalmente, que la actividad emprendedora, en

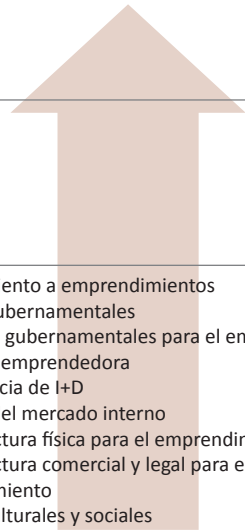
sus diferentes formas (naciente, inicial, emprendedores consolidados), está positivamente correlacionada con el crecimiento económico, aunque esa relación difiere según el grado de desarrollo económico (Acs y Amoros, 2008; Van Stel y otros, 2005; y Wennekers y otros, 2010).

En ese marco, la encuesta del GEM, al ser aplicada a individuos, aporta con información única sobre los atributos, los valores y las actividades de las personas en su interacción con el medio ambiente donde ponen en práctica sus conductas emprendedoras (proactividad, innovación y decisiones responsables).

Está claro, por tanto, que el GEM continúa enfocado en contribuir al desarrollo económico global mediante la obtención y el análisis de información sobre el emprendimiento, ayudando a mejorar –en base a la evidencia– la educación sobre y para el emprendimiento, así como a la formulación de políticas públicas. Para lograr esto, el GEM tiene tres objetivos principales:

- Determinar el grado en el que la actividad emprendedora influye sobre el crecimiento económico dentro de economías particulares.

Tabla 1.2. Contexto social, cultural, político y económico, y niveles de desarrollo económico

	De otras fuentes disponibles	De la Encuesta Nacional a Expertos (NES) del GEM
Nivel de desarrollo económico	Marco de Condiciones Nacionales, basado en los pilares para perfiles de etapas de desarrollo económico del Foro Económico Mundial:	Marco de Condiciones Emprendedoras
Requerimientos básicos-aspecto clave para economías basadas en recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Instituciones - Infraestructura - Estabilidad macroeconómica - Salud y educación primaria 	
Impulsadores de la eficiencia- aspecto clave para economías basadas en la eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Educación superior y capacitación - Eficiencia del mercado de bienes - Eficiencia del mercado de trabajo - Sofisticación del mercado financiero - Disponibilidad tecnológica - Tamaño del mercado 	
Factores de innovación y de sofisticación- aspectos clave para economías basadas en la innovación	<ul style="list-style-type: none"> - Sofisticación de negocios - Innovación 	

Fuente: GEM Global Report 2014.

- Identificar los factores que promueven o inhiben la actividad emprendedora (en especial, la relación entre condicionales nacionales para el emprendimiento, los valores sociales, los atributos personales y la actividad emprendedora).
- Guiar la formulación de políticas efectivas y focalizadas para mejorar la capacidad emprendedora en una economía.

Los componentes del marco conceptual revisado, sobre los que se basa el Reporte Global del emprendimiento y que son utilizados para el Reporte Nacional sobre emprendimiento en Bolivia 2014, son:

- **Contexto social, cultural, económico y político:** Al igual que en los marcos conceptuales previos, el contexto es definido de acuerdo con los 12 pilares derivados del Índice de Competitividad del Foro Económico Mundial y con los nueve componentes que hacen a las condiciones marco para el emprendimiento (Tabla 1.2.). Tales componentes afectan a los países de manera diferente, dependiendo del nivel de desarrollo económico en

el que se encuentran. Por ejemplo, si bien todos los pilares son importantes para cada economía, aquéllos de mayor relevancia para la competitividad de una economía basada en los recursos naturales (*factor driven economies*) son diferentes a aquéllos cuya importancia es fundamental para una economía basada en la eficiencia (*efficiency driven economies*)².

Es importante mencionar que todos los componentes del medioambiente donde hombres y mujeres actúan emprendedoramente (o no actúan de manera proactiva e innovadora) son mutuamente dependientes. Dicha dependencia demanda una aproximación holística, no sólo para la investigación, sino también para construir un entorno de soporte para que el emprendimiento florezca.

2 Economías basadas en los recursos (*factor-driven*): Comprende las economías con bajos niveles de desarrollo en las que el crecimiento económico es determinado principalmente por la movilización de factores primarios de producción (tierra, materias primas, mano de obra no calificada). Economías basadas en la eficiencia (*efficiency-driven*): En esta etapa, el nivel de competitividad es impulsado por la inversión y el crecimiento económico es cada vez mayor gracias al aprovechamiento de las tecnologías globales en la producción local. En estas economías, la inversión extranjera directa y los acuerdos comerciales y de *outsourcing* ayudan a integrar la economía nacional en el sistema de producción internacional, facilitando con ello la mejora de las tecnologías y de los flujos de capital que apoyan el crecimiento económico (Porter y otros, 2002).

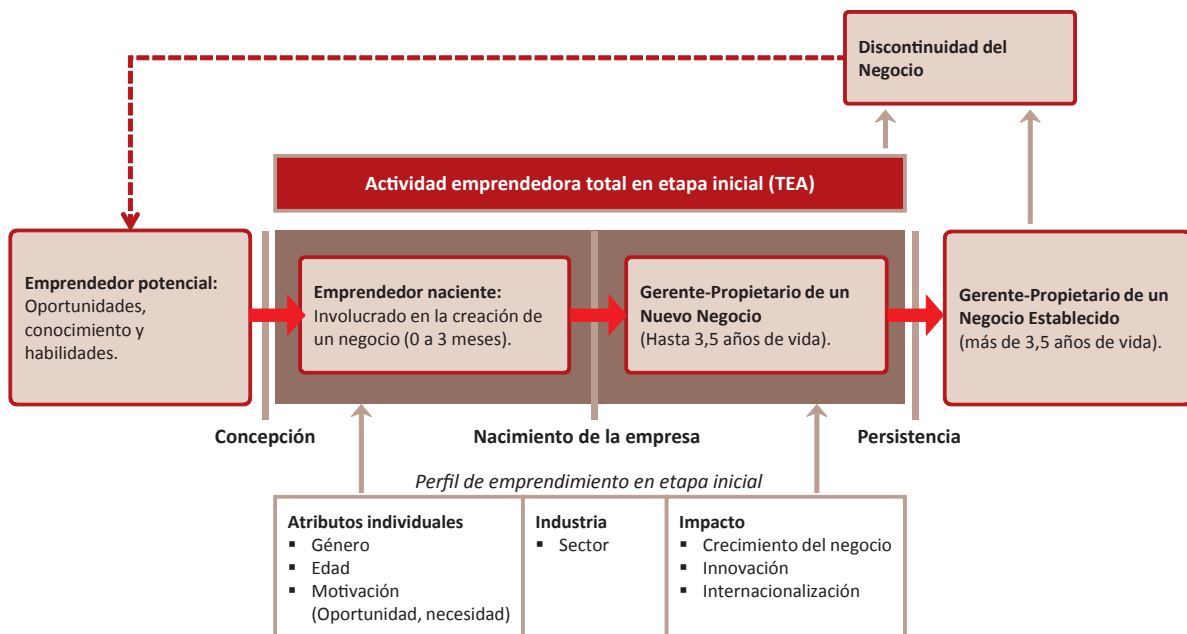
- Valores sociales sobre el emprendimiento:**
 Este ámbito de estudio incluye aspectos referidos al grado en el que la sociedad valora el emprendimiento como una buena opción de carrera, si los emprendedores gozan de un buen estatus o reputación social y hasta qué grado la atención que prestan los medios de comunicación contribuye al desarrollo de una cultura emprendedora positiva.
- Atributos individuales:**
 Los atributos individuales incluyen: a) diferentes factores demográficos, como el género, la edad, la ubicación geográfica; b) factores psicológicos, incluidos la percepción de capacidades, la percepción de oportunidades y el temor al fracaso; y c) aspectos motivacionales, iniciativas basadas en la necesidad versus la oportunidad e iniciativas motivadas por la mejoría de ingresos o la independencia.
- Actividad emprendedora:**
 La actividad emprendedora es definida según las fases del ciclo del emprendimiento: a) emprendimientos nacientes, b) nuevos negocios,

c) negocios establecidos y d) discontinuidad de los mismos. La actividad emprendedora es vista, además, de acuerdo con su orientación en cuanto a su crecimiento, a la innovación y a la internacionalización. Finalmente, la actividad emprendedora es observada a partir del sector al cual se enfoca.

1.3. Medición del emprendimiento a través del GEM

El GEM mide la participación individual en todas las fases del proceso emprendedor, aportando información sobre el nivel de compromiso de la persona en cada uno de esos niveles. Esto resulta importante, dado que las sociedades pueden tener diversos niveles de participación a diferentes etapas en el proceso. Sin embargo, una sociedad emprendedora saludable necesita gente activa en todas las fases del proceso. Por ejemplo, para tener un emprendimiento inicial, la sociedad necesita emprendedores potenciales. Luego, en el proceso, las personas que han iniciado un negocio precisan contar con la habilidad y el soporte necesarios para llevar la iniciativa hasta su maduración. El Gráfico 1.3. presenta un esquema del proceso emprendedor y las definiciones operativas que utiliza el GEM.

Gráfico 1.3. Proceso emprendedor y definiciones operacionales utilizadas por el GEM



Fuente: GEM Global Report 2014.

- Los emprendedores potenciales son aquellos que ven oportunidades en el ambiente que los rodea y tienen las capacidades para iniciar un negocio.
- Los emprendedores con intención de emprender son los que consideran iniciar un negocio en el futuro cercano (en los próximos tres años).
- Los emprendedores nacientes son quienes han dado los pasos necesarios para iniciar un negocio, pero aún no han pagado salarios o retribuciones por más de tres meses.
- Los nuevos emprendedores son las personas que manejan un negocio que está en operación por un periodo de tres a 42 meses.
- Los propietarios de negocios establecidos son aquellos que están manejando un negocio consolidado en operación por más de 42 meses.
- Los emprendedores descontinuados corresponden al grupo de emprendedores que, por cualquier razón, han dejado de manejar un negocio durante el último año.

La focalización del GEM en investigar el proceso emprendedor a nivel individual permite una consideración del proceso mucho más completa, en comparación con otras investigaciones sobre emprendimiento a nivel de empresas formalmente establecidas. En otras palabras, el GEM captura tanto la actividad formal como la actividad informal. Esto resulta importante porque en muchas sociedades la mayoría de los emprendedores opera en la esfera informal. Adicionalmente, el énfasis que pone el GEM al estudiar al individuo provee información relativa a sus características demográficas, a las motivaciones personales para iniciar un negocio o bien a las ambiciones que tiene en ese campo.

El GEM también evalúa actitudes sociales sobre el emprendimiento, las cuales pueden indicar hasta qué grado las personas están involucradas o desean participar en la actividad emprendedora y el nivel de soporte social que reciben en ese esfuerzo. Las bases de datos del GEM, entonces, permiten la exploración de las características del individuo o del negocio, así como las causas y las consecuencias de la creación de nuevos negocios en una economía en particular.

Una primera medida del emprendimiento usada por el GEM es la Tasa de Actividad Emprendedora Total en Etapa Inicial (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity: TEA*). Esta medida indica la prevalencia de personas involucradas en emprendimientos nacientes y de propietarios de nuevos negocios en la población adulta (18-64 años). Así, la TEA captura el nivel de la actividad dinámica del emprendimiento en etapas iniciales en un país.

Cada persona involucrada en cualquier actividad relacionada con la creación de un nuevo negocio, no importa cuán modesto sea éste, contribuye al nivel de emprendimiento en un país. Sin embargo, es importante reconocer que los emprendedores difieren en sus características e impacto. Por esta razón, el GEM proporciona un rango de indicadores que describen la peculiaridad de cada sociedad. En ese sentido, es importante considerar no sólo el número de emprendedores en una economía, sino también otros aspectos como el número de empleos que generan, las ambiciones de crecimiento que tienen y el grado en el que estos grupos están conformados por jóvenes y por mujeres.

1.4. GEM Bolivia 2014

El Consorcio GEM realiza anualmente la investigación sobre emprendimiento y publica un Reporte Global en el que compara los resultados de los países participantes en cada versión. Por su parte, cada país publica un Reporte Nacional en el que también se incluyen algunos de los datos reportados a nivel mundial, junto con otras características que interesan a los respectivos grupos de investigación nacionales.

El presente Reporte Nacional 2014 representa la tercera versión del GEM en Bolivia, después de los Reportes 2008 y 2010, versiones, todas, realizadas bajo el paraguas de Maestrías para el Desarrollo y de la Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

En Bolivia, la motivación para la realización del GEM es consolidar la información sobre el emprendimiento en sus diferentes fases, a fin de permitir en el mediano y

en el largo plazos comprender la evolución de la actividad emprendedora. Esta investigación busca también incentivar el debate académico y la mayor investigación sobre el tema, así como, y no menos importante, dotar de insumos para la identificación y el diseño de políticas públicas que promuevan el emprendimiento de calidad para el desarrollo sostenible del país.

Uno de los objetivos específicos de estas páginas es encontrar las posibles implicaciones de la situación económica por la que atraviesa el país respecto al desarrollo del emprendedurismo, observando, en particular, si las óptimas condiciones macroeconómicas que se registran en Bolivia durante los últimos años han tenido un efecto en la motivación del emprendimiento y en los niveles de emprendimiento basados en la innovación del producto, la expansión de los negocios y el uso de tecnologías de la información.

Un segundo objetivo del Reporte 2014 es identificar políticas que fortalezcan el emprendimiento sostenible. Por una parte, dada la actual diversidad de iniciativas de capacitación y de fomento al emprendimiento, tanto en el ámbito público como en el privado, es oportuno dotar de insumos para que las políticas tengan los efectos esperados en cuanto a la consolidación de emprendimientos de calidad y a la expansión de los mismos, con la inherente creación de empleo. Por otra, es importante constatar si el auge del sector bancario que se registra en el país llega a los emprendedores y a qué sectores de emprendedores lo hace en particular. En su defecto, es central avanzar en la identificación de causas que dificultan u obstruyen el acceso al crédito por parte de los emprendedores. Tales aspectos importantes son puestos en consideración con las características del emprendimiento observadas en los anteriores reportes nacionales.

En el interés de contar con información sobre el medio ambiente en el que se desenvuelven los emprendimientos en Bolivia, en las versiones 2008 y 2010, como parte del GEM, se realizaron las encuestas a expertos. En conjunto, las respuestas señalaron un entorno nacional adverso para el emprendimiento debido a la falta de políticas públicas y de programas gubernamenta-

les de apoyo, además de la escasa disponibilidad de programas de capacitación y de financiamiento. Por medio de esta versión GEM Bolivia, será posible observar no sólo el contexto en que se desenvuelven los emprendimientos, sino también medir la percepción de los expertos acerca del alcance de los programas de desarrollo a favor de la actividad emprendedora en el país, en comparación con las percepciones recabadas anteriormente.

Metodología

Para la realización de esta investigación, se aplicaron 2.590 encuestas a la población comprendida entre los 18 y los 64 años, en los nueve departamentos de Bolivia, cubriendo tanto áreas urbanas como rurales. Las encuestas se llevaron a cabo en hogares definidos en base a la cartografía censal del año 2012 y las posteriores adecuaciones oficiales. En los hogares, la entrevista fue realizada de manera personal al adulto que cumpliera con el requisito de ser el próximo cumpleaños. Para evitar sesgos, se utilizaron algunas cuotas suaves por edad y por género.

Para la obtención de la información sobre el ecosistema para el emprendimiento, se hicieron consultas a 61 expertos en temas de financiamiento, desarrollo emprendedor, investigación y desarrollo, provisión de servicios, educación, programas públicos y apertura internacional, además de normas y costumbres vigentes en el país. Detalles sobre la metodología de la encuesta a la población adulta y la lista de expertos consultados se encuentran en los anexos al final del documento.

Estructura del Reporte

Con los objetivos citados, el presente documento está dividido en capítulos. Tras haber descrito las características del GEM y el marco conceptual del mismo, a continuación se presenta el Capítulo 2, que contiene dos partes: a) un breve marco teórico sobre las relaciones entre el crecimiento económico y la actividad emprendedora, y b) la revisión de los principales indicadores macroeconómicos del último decenio en Bolivia.

El tercer capítulo expone lo referido al emprendimiento bajo la metodología GEM, sobre la base de los resultados obtenidos por medio de las encuestas aplicadas a la población adulta comprendida entre los 18 y los 64 años en Bolivia, tanto en las áreas urbanas como en las áreas rurales. Igualmente, aborda aspectos sobre la valoración social, las percepciones individuales, la actividad emprendedora, el perfil del emprendedor y los sectores en los que se desarrollan los emprendimientos en el país.

El cuarto capítulo, por su parte, contiene dos temas especiales: a) la educación y la capacitación de los emprendedores, junto al uso de tecnología; y b) los aspectos relacionados tanto con el nivel de ingreso y de financiamiento de los emprendimientos como con el acceso al crédito. El capítulo también aborda un tema que surge como relevante: la asociatividad entre em-

prendedores y los beneficios que reporta a los emprendedores.

Finalmente, el Capítulo 5 está referido a las percepciones de los expertos nacionales; es decir, a la opinión que éstos tienen sobre el ecosistema para el emprendimiento en Bolivia. De manera general, el quinto capítulo incluye las recomendaciones que esos expertos hacen para mejorar el ambiente en busca de un emprendimiento con beneficios sobre el empleo de calidad y el crecimiento económico.

El último capítulo corresponde a las reflexiones finales y esboza, en base a la evidencia, algunas recomendaciones de políticas públicas en favor de emprendimientos dinámicos e innovadores que aporten al crecimiento y al desarrollo económico social del país.

2

EMPRENDIMIENTO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

2.1. Una relación bidireccional (marco teórico)

La relación entre actividad emprendedora y crecimiento económico ha sido ampliamente estudiada. Si bien existen diversos resultados cuando se analizan los casos de países con altos ingresos en comparación con países en desarrollo, las conclusiones, en general, apuntan a una relación positiva entre actividad emprendedora y crecimiento económico. Sin embargo, los resultados diferentes reclaman un análisis que considere el nivel de ingresos prevaleciente en cada país. A grandes rasgos, en países de altos ingresos prevalecen los emprendimientos por oportunidad, mientras que en los países de bajos ingresos los emprendimientos son mayoritariamente por necesidad.

De acuerdo con Audretsch y Thurik (2001), existe una relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico de los países. Los autores sostienen que un mayor emprendimiento posibilita el mayor crecimiento económico y el menor desempleo. Esto puede ser observado, por un lado, en la relación existente entre una mayor intensidad en la actividad emprendedora y el crecimiento económico, siendo que aquellos países con mayor actividad emprendedora experimentaron mayores tasas de crecimiento subsecuentes. Por otro lado, la relación entre menores tasas de desempleo como consecuencia de una mayor actividad emprendedora se obtiene al analizar los impactos futuros resultantes de cambios en las tasas de empleo por cuenta propia, esperando, además, que los nuevos emprendimientos obtengan un mayor creci-

miento en comparación con los negocios establecidos, logrando mayor generación de empleos y una mayor madurez de los emprendimientos.

Wennekers y otros (2010) encuentran que existe una relación en forma de ‘U’ sobre la TEA, según el nivel de ingreso per cápita de los países. Según los autores, la TEA es dominante cuando el ingreso per cápita es menor, por tanto, se reduce a medida que el ingreso aumenta. Empero, al llegar a altos niveles de ingreso, la TEA vuelve a cobrar importancia, especialmente gracias a aquellos emprendimientos motivados por la innovación y por la ambición, en lugar de hacerlo por aquéllos motivados por la necesidad.

Por su parte, Acs (2006) sostiene que en países con bajos niveles de desempeño económico, medido en términos de ingreso per cápita, el trabajo por cuenta propia genera oportunidades laborales y de expansión de mercados. Así, a medida que el ingreso del país aumenta, con existencia de economías de escala y nuevas tecnologías, las empresas satisfacen la demanda creciente, por lo que la importancia de su contribución económica es creciente. Sin embargo, al mismo tiempo, el número de emprendimientos nuevos se reduce porque las personas encuentran trabajos más estables. Por último, cuando el ingreso per cápita de un país crece aun más, el rol de la actividad emprendedora cobra nuevamente importancia debido a que los individuos dispondrán de mayores recursos para realizar inversiones propias y aprovechar las oportunidades que genera el ambiente económico.

Así mismo, Acs analiza que es posible que un alto nivel de emprendimiento orientado por la necesidad y el trabajo informal podría estar relacionado con un bajo desempeño económico. Por ello, propone una forma de medir el desempeño económico mediante el ratio de “oportunidad a necesidad”. De ahí que los países

con mayor desempeño económico mostrarán un ratio mayor, es decir, un mayor nivel de emprendimiento por oportunidad que por necesidad.

El estudio presentado por Stel y otros (2005) muestra que si bien existe una fuerte relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico, especialmente en aquella actividad de nuevos negocios, esa relación depende del nivel de ingreso per cápita. Para los autores, la relación es positiva en países más ricos, mientras que en aquellos países pobres presenta un carácter negativo. Cabe anotar que esta aseveración implica que en economías en desarrollo existen pocas empresas grandes que contribuyen a la economía, sin que esto implique llegar a justificar que se deje de lado el impulso a la actividad emprendedora.

Lo anterior es corroborado en el estudio de Acs y Amorós (2008), que se enfoca en el efecto del desempeño económico sobre los principales ratios de actividad emprendedora de países de Latinoamérica (no incluye a Bolivia). Dicho trabajo académico muestra que existe una relación negativa en los casos estudiados, en el sentido de que pese a que los países en desarrollo aumentan su competitividad internacional, los emprendimientos por necesidad no necesariamente son menores. Con ello, una vez más, se sostiene que el ratio de oportunidad a necesidad sería mayor en países con altos ingresos.

Finalmente, Baumol y otros (2007) mencionan que el emprendimiento no es causa suficiente para el crecimiento económico de los países, dado que existen otros factores que hacen al medio ambiente en el que se desarrolla la actividad, que también están positivamente relacionados con el nivel de ingreso de los países (principalmente la educación y la salud). Sin embargo, para poder lograr un mayor crecimiento económico, como principal objetivo económico, necesariamente se requiere de una combinación entre el emprendimiento por innovación y el establecimiento de grandes empresas. Aunque la innovación no puede ser controlada directamente por los decisores de política, éstos pueden influir positivamente por medio de instrumentos legales y de instituciones que permitan a los emprendedores trabajar para que la creación, el uso y

la diseminación de nuevos productos y de nuevas tecnologías no sean interrumpidos. No menos importante es la contribución que pueden realizar las políticas públicas en la promoción de actividades de investigación.

Son diversos los estudios que establecen una relación positiva entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico. En ellos, también se señala que dichas relaciones son diferentes dependiendo del nivel de ingresos y de desarrollo de cada país, aspectos que a su vez afectan la naturaleza de la actividad emprendedora. Por tanto, es oportuno realizar el análisis de las características del emprendimiento en países en desarrollo, como Bolivia, y del impacto que tienen sobre el crecimiento y el desarrollo económicos. Además de analizar los ratios específicos concernientes a la actividad emprendedora de Bolivia, también es oportuno conocer el contexto económico que caracterizó al país durante los últimos años y, de ser posible, reflexionar sobre la relación existente entre el desempeño económico y la actividad emprendedora de Bolivia.

2.2. Contexto económico en Bolivia

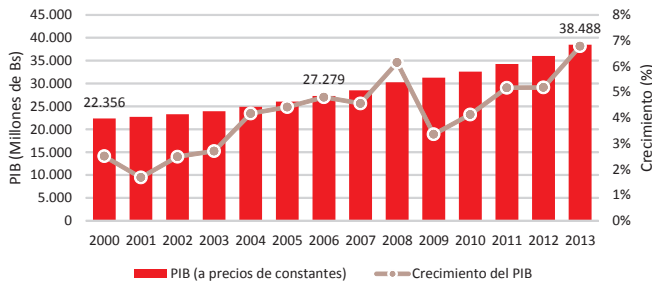
A fin de aportar al análisis de la relación entre emprendimiento y crecimiento presentado en la sección anterior, en ésta, se analiza el desempeño económico del país por medio de la descripción de las principales variables macroeconómicas, especialmente en lo concerniente al crecimiento económico, al sector externo, al mercado laboral y, por último, al sector monetario y financiero.

2.2.1. Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB)

Desde el año 2004, Bolivia muestra un crecimiento económico sostenido, con tasas de crecimiento anual positivas cercanas al 5% anual. Esta salud económica se mantuvo incluso durante la crisis internacional de los años 2008 y 2009, periodo en el que se tuvo un crecimiento del 3,4%. Los dos años de mayor éxito en el desempeño económico del país fueron el 2008 y el 2013, con tasas de 6,2% y 6,8%, respectivamente (Gráfico 2.1.). Ese éxito fue sobresaliente entre los países de América Latina, siendo resaltado por organis-

mos internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

Gráfico 2.1. Bolivia: PIB a precios constantes y crecimiento anual del PIB



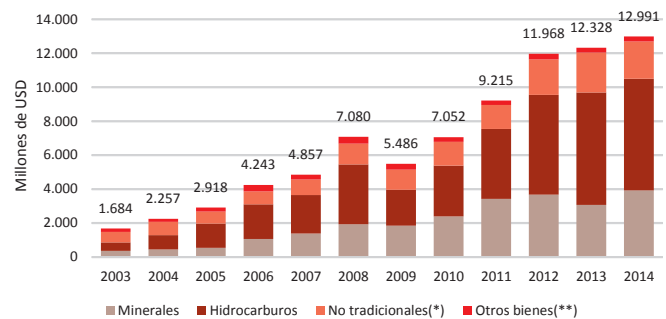
Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Instituto Nacional de Estadística (INE), al mes de marzo de 2015 (www.ine.gob.bo).

2.2.2. Exportaciones

Además del sólido desempeño económico de Bolivia durante la última década, resulta interesante observar los principales resultados de su balanza comercial. Para el periodo 2004-2013, las exportaciones del país se incrementaron a una tasa promedio anual superior

al 22% (incluyendo el descenso del 22,5% en el año 2009), aunque para el 2014 el crecimiento solamente fue del 5,4%. Ese crecimiento permitió que el valor de las exportaciones se multiplicara por siete veces desde el año 2003, alcanzando a 12.991 millones de dólares estadounidenses (USD) el año 2014 (Gráfico 2.2. y Tabla 2.1.).

Gráfico 2.2. Bolivia: Valor de las exportaciones desagregadas según el tipo de bien (En millones de USD)



Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Banco Central de Bolivia (BCB), al mes de junio de 2015 (www.bcb.gob.bo). Representa los datos correspondientes al valor CIF (Cost, Insurance and Freight) en millones de USD.

(*) La categoría No tradicionales comprende soja y otros productos agrícolas, artesanías, madera, cueros, prendas de vestir y artículos de joyería, entre otros.

(**) La categoría Otros bienes comprende reexportaciones, bienes para transformación, reparación de bienes, combustibles y lubricantes.

Tabla 2.1. Bolivia: Exportaciones desagregadas según el tipo de bien (En millones de USD)

Año	Valores CIF				Total CIF	Crecimiento (%)	Ajustes	Total FOB ⁽¹⁾
	Minerales	Hidrocarburos	No tradicionales	Otros bienes				
2003	369	491	620	204	1.684		-88	1.596
2004	456	839	785	178	2.257	34,1%	-115	2.142
2005	544	1.428	705	240	2.918	29,3%	-130	2.787
2006	1.061	2.043	767	371	4.243	45,4%	-372	3.871
2007	1.385	2.263	924	285	4.857	14,5%	-402	4.455
2008	1.938	3.519	1.217	405	7.080	45,8%	-532	6.548
2009	1.846	2.110	1.194	336	5.486	-22,5%	-526	4.960
2010	2.396	2.987	1.397	272	7.052	28,5%	-650	6.402
2011	3.429	4.115	1.414	258	9.215	30,7%	-857	8.358
2012	3.681	5.872	2.082	333	11.968	29,9%	-734	11.233
2013	3.069	6.626	2.346	287	12.328	3,0%	-671	11.657
2014	3.924	6.570	2.200	297	12.991	5,4%	-725	12.266

Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Banco Central de Bolivia (BCB), al mes de junio de 2015 (www.bcb.gob.bo).

(1) Free on Board.

En cuanto a la composición de las exportaciones, la producción de Bolivia destinada a los mercados externos está altamente concentrada en los recursos naturales. En efecto, las exportaciones de hidrocarburos y de minerales significan el 50,6% y el 30,2%, respectivamente, haciendo un total del 80,8% del valor de las exportaciones en el año 2014 (Gráfico 2.3.). Cabe resaltar que el año 2003 los hidrocarburos representaban únicamente el 29,2%, incrementando su participación a más del 48% a partir del año 2006. En el caso de los minerales, el año 2003 aportaban a las exportaciones

con el 21,9%, elevándose al 25,1% el año 2006. En contraposición, los productos no tradicionales bajaron su participación del 36,8% en 2003 al 16,9% en 2013, por lo que su valor solamente se incrementó en 3,6 veces en un periodo de más de una década, mientras que las exportaciones de hidrocarburos y de minerales crecieron en más de 13 y de 10 veces, respectivamente. Con esa concentración de exportaciones, la economía boliviana es más vulnerable a las fluctuaciones de precios internacionales de los denominados *commodities* (Gráfico 2.3.).

Gráfico 2.3. Bolivia: Cambios en la composición de las exportaciones (2003, 2006 y 2014)



Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Banco Central de Bolivia (BCB), al mes de junio de 2015 (www.bcb.gob.bo). Los porcentajes son calculados en base al valor CIF de exportaciones en millones de USD.

(*) La categoría No tradicionales comprende soja y otros productos agrícolas, artesanías, madera, cueros, prendas de vestir y artículos de joyería, entre otros.

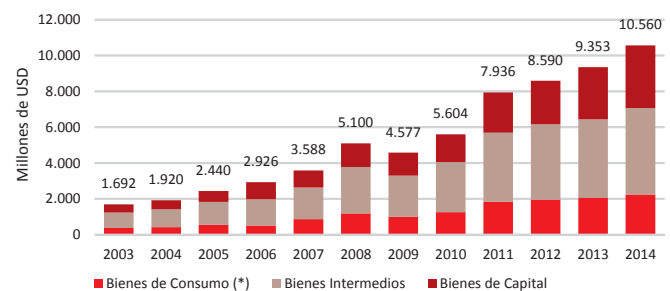
(**) La categoría Otros bienes comprende reexportaciones, bienes para transformación, reparación de bienes, combustibles y lubricantes.

2.2.3. Importaciones

Respecto a las importaciones en Bolivia, éstas alcanzaron un nivel de USD10.560 millones el año 2014. Esto significa que, a diferencia de las exportaciones, las importaciones experimentaron un crecimiento promedio del 19% (2004-2014), dejando así un mayor saldo comercial durante los últimos años. En promedio, los bienes de consumo representaron el 22,1% del total de las importaciones. Por otra parte, a diferencia de los bienes de consumo, se dieron cambios en cuanto a la participación de los bienes intermedios y de los bienes de capital, representando el 51% y el 27,1%, respectivamente, durante el año 2003. Para el 2014, en el total de importaciones, la importación de bienes intermedios fue del 45,6%, en tanto que la importación de bienes de capital fue del 33,1%. En particular, es posible observar que el valor de las importaciones de

bienes de capital se incrementó en más de seis veces desde el año 2003 (Gráfico 2.4. y Tabla 2.2.).

Gráfico 2.4. Bolivia: Valor de las importaciones según el tipo de bien (En millones de USD)



Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Banco Central de Bolivia (BCB), al mes de junio de 2015 (www.bcb.gob.bo). Representa los datos correspondientes al valor CIF en millones de USD.

(*) Incluye bienes de consumo, bienes diversos y efectos personales.

Tabla 2.2. Bolivia: Importaciones desagregadas según el tipo de bien (En millones de USD)

Año	Valores CIF			Total CIF	Crecimiento (%)	Ajustes/ Deducciones ⁽²⁾	Total FOB
	Bienes de consumo ⁽¹⁾	Bienes intermedios	Bienes de capital				
2003	372	862	458	1.692		-194	1.498
2004	420	997	504	1.920	13,5%	-171	1.750
2005	547	1.281	611	2.440	27,1%	-164	2.277
2006	513	1.467	946	2.926	19,9%	-190	2.736
2007	866	1.770	952	3.588	22,6%	-222	3.366
2008	1.186	2.599	1.315	5.100	42,1%	-336	4.764
2009	998	2.305	1.274	4.577	-10,3%	-329	4.248
2010	1.257	2.803	1.545	5.604	22,4%	-395	5.208
2011	1.847	3.844	2.245	7.936	41,6%	-555	7.381
2012	1.955	4.204	2.432	8.590	8,2%	-593	7.997
2013	2.052	4.388	2.913	9.353	8,9%	-624	8.729
2014	2.248	4.817	3.495	10.560	12,9%	-742	9.818

Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Banco Central de Bolivia (BCB), al mes de junio de 2015 (www.bcb.gob.bo).

(1) Incluye bienes de consumo, bienes diversos y efectos personales.

(2) Comprende ajustes por alquiler de aeronaves y nacionalización de vehículos importados en gestiones anteriores, y deducciones por fletes, seguros y otros.

2.2.4. Mercado laboral

Con relación al mercado laboral, la composición del trabajo formal en Bolivia no ha cambiado sustancialmente. El año 2005, la Población Económicamente Activa (PEA) representaba el 47,9% del total de la población estimada, mientras que el año 2013 la PEA representaba el 50,9% de la población total. Las variaciones fueron mayores en cuanto a la proporción de Población Económicamente Inactiva (PEI), que pasó, en un periodo de ocho años, del 28,3% al 29,3%, en tanto que la población en edad de no trabajar (niños menores a 10 años) cayó del 23,8% al 19,8% en el periodo en referencia.

Al contrario, se dio un incremento en cuanto a la participación de la población boliviana en condición de ocupación, que de un total de 4,3 millones de perso-

nas ocupadas, que representaba al 45,3% de la población en 2005, subió a más de 5,1 millones de personas, equivalentes al 49,4% de la población para el año 2013. Es oportuno anotar que al analizar la serie histórica se advierte una variación en las estimaciones, en especial en los porcentajes mostrados para el año 2012, cuando la proporción de población ocupada disminuyó en tres puntos porcentuales respecto al año anterior (Tablas 2.3. y 2.4.).

En cuanto al nivel de desempleo en Bolivia, medido mediante la proporción de personas desocupadas sobre la PEA, en 2005 existía una tasa del 5,4% de desempleo, mientras que el año 2008 bajó al 2,8%. Además de las variaciones en los años siguientes, para el 2013, el desempleo alcanzó el mismo nivel que en 2008 (Tabla 2.3.).

Tabla 2.3. Bolivia: Población según condición de actividad

Variable	Años							
	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013
PEA ⁽¹⁾	4.502.353	4.793.841	4.927.369	5.062.831	5.183.183	5.508.191	4.948.505	5.301.989
Ocupado	4.257.151	4.550.309	4.672.361	4.918.877	5.011.137	5.361.425	4.834.652	5.151.297
Desocupado	245.202	243.532	255.008	143.954	172.046	146.766	113.853	150.692
Tasa de desempleo ⁽²⁾	5,4%	5,1%	5,2%	2,8%	3,3%	2,7%	2,3%	2,8%
PEI	2.665.266	2.439.681	2.678.768	2.736.443	2.775.007	2.858.342	3.139.302	3.058.086
Total PEA + PEI	7.167.619	7.233.522	7.606.137	7.799.274	7.958.190	8.366.533	8.087.807	8.360.075
Población menor a 10 años	2.240.387	2.393.556	2.296.496	2.228.699	2.343.424	2.345.540	2.153.304	2.061.738
Total de población	9.408.006	9.627.078	9.902.633	10.027.973	10.301.614	10.712.073	10.241.111	10.421.813

Fuente: Elaboración propia en base al Dossier de Estadísticas Sociales y Económicas de la Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas (UDAPE) Vol. 24 (2014), y a la Encuesta a Hogares del INE 2012 y 2013.

(1) La PEA incluye a aquellas personas en edad de trabajar (10 o más años de edad) que durante el período de referencia, han estado trabajando o que no trabajaron pero tenían empleo (Ocupados) y a aquellas personas que no trabajaron ni una hora a la semana, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (Desocupados).

(2) La tasa de desempleo se calcula como la proporción de la población desocupada sobre el total de la PEA.

Tabla 2.4. Bolivia: Población según condición de actividad (En porcentaje)

Variable	Años							
	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013
PEA	47,9%	49,8%	49,8%	50,5%	50,3%	51,4%	48,3%	50,9%
Ocupado	45,3%	47,3%	47,2%	49,1%	48,6%	50,1%	47,2%	49,4%
Desocupado	2,6%	2,5%	2,6%	1,4%	1,7%	1,4%	1,1%	1,4%
PEI	28,3%	25,3%	27,1%	27,3%	26,9%	26,7%	30,7%	29,3%
Total PEA + PEI	76,2%	75,1%	76,8%	77,8%	77,3%	78,1%	79,0%	80,2%
Población menor a 10 años	23,8%	24,9%	23,2%	22,2%	22,7%	21,9%	21,0%	19,8%
Total Población	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al Dossier de Estadísticas Sociales y Económicas de UDAPE Vol. 24 (2014), y a la Encuesta a Hogares del INE 2012 y 2013.

En lo relativo a la actividad económica en la que trabaja la población ocupada, en el rubro de actividades agropecuarias se observó una reducción del 38,6% en el año 2005 al 32% para el año 2013. Mientras que en el sector de la administración pública y los servicios sociales, se presentó un cambio incremental del 14,4% al 20,4% de la población ocupada en los mismos periodos. Otros incrementos se observaron en los sectores relacionados a las actividades comerciales, a la construcción y a los transportes (Tabla 2.5.).

En el sector de manufacturas, además de captar la menor cantidad de recursos humanos, el porcentaje de la población ocupada fue en descenso. Así, para el año 2005, la población ocupada en el sector alcanzó el 10,9%, mientras que en 2013 cayó levemente al 10,2% (Tabla 2.5.). Ciertamente, la disminución analizada no es sustancial y puede deberse a variaciones en la muestra de hogares seleccionada. Sin embargo, en base a la contratación de personas, es posible concluir que el sector empresarial de transformación es poco relevante en el país, comparado con el sector agropecuario y con el de la administración pública y los servicios.

Tabla 2.5. Bolivia: Población ocupada según actividad económica (En porcentaje)

Actividad	Años							
	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013
Agropecuaria	38,6	39,5	36,1	34,4	32,1	32,3	29,9	32,0
Explotación de minas y extracción de hidrocarburos	1,7	1,2	1,5	1,2	1,0	1,9	2,3	2,1
Industria manufacturera	10,9	10,5	11,0	10,8	11,3	10,4	9,8	10,2
Electricidad, gas y agua	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,6	0,3
Construcción	6,5	5,5	6,8	6,7	7,4	7,5	7,2	6,6
Comercio, restaurantes y hoteles	18,8	18,3	17,8	21,6	20,3	21,3	22,3	20,6
Transporte y comunicaciones	6,0	5,5	5,8	6,9	6,6	6,8	7,2	6,6
Actividades financieras y empresariales	2,8	3,9	3,5	3,3	4,1	0,9	1,0	1,3
Administración pública, servicios sociales y comunales	14,4	15,3	17,0	14,8	17,0	18,6	19,8	20,4
No sabe/No responde						0,03	0,04	0,03
Total PEA Ocupados	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base al Dossier de Estadísticas Sociales y Económicas de UDAPE Vol. 24 (2014), y a la Encuesta a Hogares del INE 2012 y 2013.

Al analizar la condición de remuneración de la población ocupada en el año 2013, se observa que más del 35% de las personas son consideradas en el grupo de trabajadores que reciben salarios en una relación de dependencia, en tanto que el 37% son trabajadores independientes o por cuenta propia. Esas proporciones se fueron incrementado desde el año 2005, cuando el 31,5% de la población ocupada correspondía a la categoría de trabajadores asalariados y el 34,6%, a la

de trabajadores independientes. Por otra parte, la proporción de empleadores disminuyó del 6,1% en 2005 al 5,9% en el año 2013; es decir, se produjo una reducción en el número de personas que son dueñas de algún negocio con personal dependiente. Finalmente, es importante notar que cerca del 20% de la población ocupada corresponde a personas que no tienen remuneración monetaria alguna y que trabajan en sus hogares en condición de aprendices (Tabla 2.6.).

Tabla 2.6. Bolivia: Población ocupada según categoría ocupacional (En porcentaje)

Categoría	Años							
	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013
Asalariado	31,5	31,8	34,0	34,9	37,9	35,9	36,6	35,2
Trabajador por cuenta propia	34,6	34,4	33,4	32,9	33,4	33,8	36,4	37,0
Patrón, socio, empleador, cooperativista	6,1	4,7	5,6	5,7	4,6	5,4	6,9	5,9
Trabajador aprendiz o familiar	25,4	26,6	23,7	24,2	21,6	22,9	17,7	19,8
Empleada de hogar	2,5	2,6	3,4	2,2	2,6	2,0	2,4	2,1
Total PEA Ocupados	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base al Dossier de Estadísticas Sociales y Económicas de UDAPE Vol. 24 (2014), y a la Encuesta a Hogares del INE, 2012 y 2013.

2.2.5. Informalidad

En el análisis del mercado laboral en Bolivia se debe contemplar la existencia de la informalidad. A pesar de la falta de datos oficiales sobre la cuantía del trabajo informal, es posible cuantificar su magnitud de manera aproximada por medio de la información de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), instituciones que administran los aportes para la jubilación de los trabajadores. Según estimaciones de la Encuesta de Hogares, para el año 2013, únicamente el 19,9% de la población ocupada estaba afiliada a las AFP, es decir que contaría con las condiciones de seguridad social de largo plazo, mientras que el 80,1% de la población ocupada estaría sin cobertura alguna a futuro (Tabla 2.7.).

Esta cobertura formal de trabajo corresponde mayoritariamente al área urbana, donde el 28,6% de la po-

blación tiene afiliación, mientras que en el área rural solamente el 5,6% se encontraría en situación formal. Sin embargo, no se tiene certeza de que la situación actual de los trabajadores sea de formalidad, debido a que la condición de afiliación a las AFP no asegura que los trabajadores estén cotizando en ellas, por lo que la situación de informalidad podría ser incluso mayor.

La situación vista desde los seguros de salud muestra un nivel de formalidad del 19,4% de la población ocupada, porcentaje estimado a partir de aquellas personas que cuentan con un seguro en las Cajas de Salud que dan la cobertura al sector laboral. Ese nivel de afiliación a las Cajas de Salud es similar al de la afiliación a las AFP. Por tanto, desde el punto de vista de la seguridad social, se confirma que el mercado laboral en Bolivia está caracterizado por un alto nivel de informalidad, que supera el 80% de la población ocupada.

Tabla 2.7. Bolivia: Población ocupada según afiliación a las AFP y a los Seguros de Salud (2013)

	Personas			En porcentaje (%)		
	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural	Total
Afiliación a las AFP						
Afiliado	915.005	110.305	1.025.310	28,6%	5,6%	19,9%
No Afiliado	2.281.272	1.844.225	4.125.497	71,4%	94,3%	80,1%
Sin información		490	490	0,0%	0,03%	0,01%
Total PEA ocupada	3.196.277	1.955.020	5.151.297	100%	100%	100%
Afiliación a Seguros de Salud						
Seguro público ⁽¹⁾	247.886	374.600	622.486	7,8%	19,2%	12,1%
Caja de Salud	862.317	134.490	996.807	27,0%	6,9%	19,4%
Seguro Privado	74.048	3.787	77.835	2,3%	0,2%	1,5%
Otro	3.982	1.232	5.214	0,1%	0,1%	0,1%
Ninguno	2.008.044	1.440.911	3.448.955	62,8%	73,7%	67,0%
Total PEA Ocupada	3.196.277	1.955.020	5.151.297	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta a Hogares del INE 2013.

(1) El Seguro público incluye los seguros de salud de las Gobernaciones y de los Municipios, el Seguro Universal Materno Infantil (SUMI) y el Seguro de Salud para el Adulto Mayor (SSPAM).

2.2.6. Sector monetario y cambiario

Al igual que los resultados agregados del PIB del país, los agregados monetarios también presentan indicadores positivos durante la última década. En el periodo 2004-2014, se observa un importante crecimiento en cuanto a la liquidez total de la economía, con un

incremento promedio anual del 20% del primer agregado, que incluye la moneda extranjera (M'1). Paralelo a este crecimiento monetario, es interesante observar la profundización en el uso de la moneda boliviana producto de la política de "bolivianización" de la economía. En tanto que el año 2004 el uso de la moneda nacional y de las Unidades de Fomento a la Vivienda

(UFV)³ significaba el 56,1% del total de la liquidez, llegando a representar en el año 2014 el 88,2% del agregado M'1. Los cambios son mayores en los niveles de agregados monetarios que incluyen los ahorros (M'2), con una participación del 39,3% en el año 2004, hasta

alcanzar el 83,4% en el año 2014. Para el tercer agregado, que considera los depósitos a plazo fijo, además de otras obligaciones (M'3), el salto de la participación del boliviano pasó del 22,4% al 85,2% en el mismo periodo (Tabla 2.8.).

Tabla 2.8. Bolivia: Evolución de los agregados monetarios

Año	M'1			M'2			M'3		
	Mill Bs	M1 / M'1	Var. anual (%)	Mill Bs	M2 / M'2	Var. anual (%)	Mill Bs	M3 / M'3	Var. anual (%)
2004	9.372	56,1%	1,8%	16.279	39,3%	-10,6%	30.194	22,4%	0,9%
2005	11.483	64,7%	22,5%	19.581	47,8%	20,3%	34.313	29,7%	13,6%
2006	14.891	72,2%	29,7%	25.237	56,1%	28,9%	40.519	39,0%	18,1%
2007	21.326	80,2%	43,2%	35.605	67,6%	41,1%	52.240	52,4%	28,9%
2008	25.646	84,7%	20,3%	44.350	73,7%	24,6%	62.633	60,3%	19,9%
2009	30.295	82,3%	18,1%	52.335	70,0%	180%	74.985	59,8%	19,7%
2010	37.244	85,6%	22,9%	59.796	76,7%	14,3%	84.382	68,1%	12,5%
2011	42.821	86,6%	15,0%	70.470	78,5%	17,9%	99.315	73,8%	17,7%
2012	50.998	86,9%	19,1%	82.646	80,5%	17,3%	119.367	79,5%	20,2%
2013	57.981	87,1%	13,7%	95.836	81,8%	16,0%	138.661	82,8%	16,2%
2014	65.694	88,2%	13,3%	109.988	83,4%	14,8%	160.279	85,2%	15,6%

Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Banco Central de Bolivia (BCB), al mes de junio de 2015 (www.bcb.gob.bo).

M'1 = C+Dmn+Dufv+Dme+Dmv ; M'2 = M'1+Amn+Aufv+Ame+Amv ; M'3 = M'2+Pmn+Pufv+Pme+Pmv+Omn+Oufv+Ome+Omv

M1 = C+Dmn+Dufv ; M2 = M1+Amn+Aufv ; M3 = M2+Pmn+Pufv+Omn+Oufv

C = Circulante (billetes y monedas en poder del público); D = Depósitos vista; A = Caja de ahorros; P = Depósitos a plazo; O = Otras obligaciones (incluye certificados de devolución de depósitos).

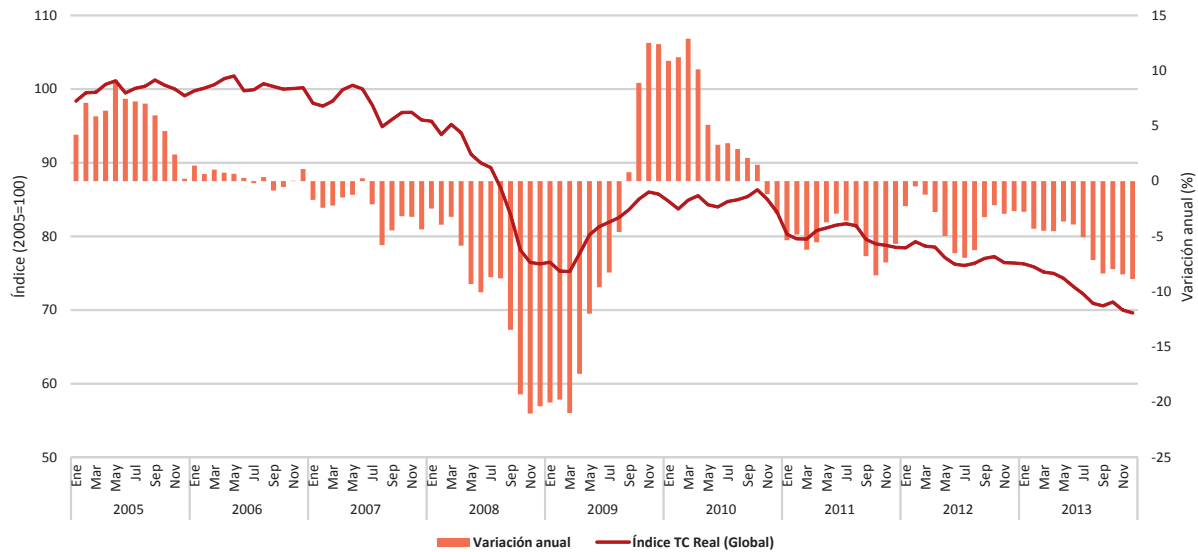
En cuanto al tipo de cambio nominal del boliviano con el dólar americano, desde el año 2005, se viene aplicando una política de apreciación de la moneda nacional. Con ello, el tipo de cambio bajó de un nivel de 8,10 Bs/USD (venta) a un nivel fijo inicial de 7,07 Bs/USD para octubre de 2008, que se mantuvo constante hasta finales del año 2010. Para los años siguientes, la política de apreciación del boliviano fue intensificada hasta llegar a un nivel de cambio de 6,96 Bs/USD, siendo

que desde 2011 hasta la fecha el tipo de cambio no ha sido modificado.

Sin embargo, pese a que el tipo de cambio nominal se ha mantenido constante, el tipo de cambio real tiene una apreciación constante desde el año 2011, con una tasa promedio del 4,9% anual. Tal comportamiento resulta de las tasas de inflación en la economía boliviana y de las depreciaciones de las monedas de nuestros socios comerciales (Gráfico 2.5.).

3 La UFV es un índice referencial que muestra la evolución diaria de los precios. Está vigente a partir del 7 de diciembre de 2001 y se calcula sobre la base del Índice de Precios al Consumidor (IPC) que publica el INE.

Gráfico 2.5. Bolivia: Tipo de cambio real y variaciones anuales



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Dossier de Estadísticas Sociales y Económicas de UDAPE Vol. 24 (2014).

2.2.7. Sector financiero

El Sistema Financiero en Bolivia muestra una expansión en sus resultados de captación y de colocación desde el año 2005 en adelante. En los últimos 10 años, el crecimiento promedio anual de los depósitos del público fue del 18,1% anual y del 16,1% para la cartera bruta. Para finales del año 2014, el monto de captaciones llegó a USD17.420 millones y la cartera crediticia

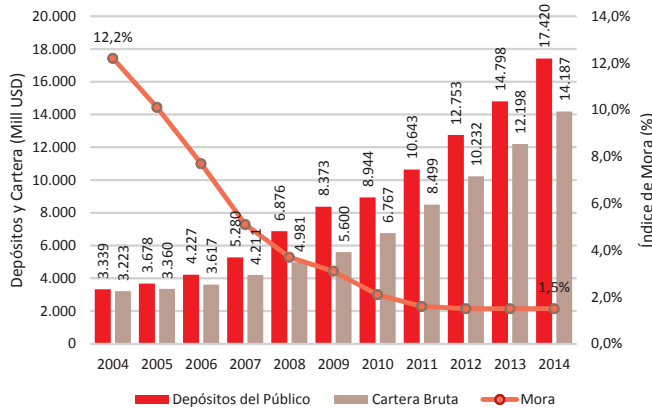
ascendió a USD14.187 millones (Tabla 2.9.). Esa expansión del Sistema Financiero se ha visto acompañada por una cartera en mora baja, cuya proporción respecto a la cartera total, si bien se ha incrementado en los últimos tres años en términos absolutos, no ha cambiado desde la gestión 2011, manteniéndose en un porcentaje del 1,5%. La mora se ha reducido en comparación con los porcentajes observados una década atrás. Así, el año 2004, representaba el 12,2% de la cartera de aquel entonces (Gráfico 2.6.).

Tabla 2.9. Bolivia: Sistema Financiero (depósitos del público, cartera y mora)

Año	Depósitos del público		Cartera bruta		Mora		Mora/Cartera (%)
	Mill USD	Var. anual (%)	Mill USD	Var. anual (%)	Mill USD	Var. anual (%)	
2004	3,339	-3,8%	3,223	-1,5%	394	-19,6%	12,2%
2005	3,678	10,2%	3,360	4,3%	339	-14,0%	10,1%
2006	4,227	14,9%	3,617	7,6%	279	-17,7%	7,7%
2007	5,280	24,9%	4,211	16,4%	215	-22,9%	5,1%
2008	6,876	30,2%	4,981	18,3%	187	-13,0%	3,7%
2009	8,373	21,8%	5,600	12,4%	174	-7,0%	3,1%
2010	8,944	6,8%	6,767	20,8%	145	-16,7%	2,1%
2011	10,643	19,0%	8,499	25,6%	140	-3,4%	1,6%
2012	12,753	19,8%	10,232	20,4%	149	6,4%	1,5%
2013	14,798	16,0%	12,198	19,2%	181	21,5%	1,5%
2014	17,420	17,7%	14,187	16,3%	213	17,7%	1,5%

Fuente: Elaboración propia en base a datos publicados por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) en los documentos Evaluación del Sistema Financiero a Diciembre de 2014 y Principales Variables del Sistema Financiero a Febrero 2015.

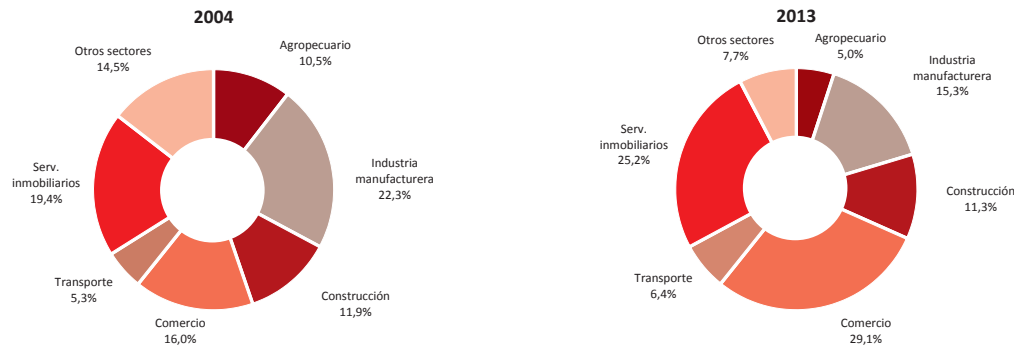
Gráfico 2.6. Bolivia: Evolución de los depósitos del público, de la cartera y del índice de mora



Fuente: Elaboración propia en base a datos publicados por la ASFI en los documentos Evaluación del Sistema Financiero a Diciembre de 2014 y Principales Variables del Sistema Financiero a Febrero 2015.

Cabe señalar que la expansión de la cartera se ha visto acompañada por una concentración en la colocación de créditos, en particular en los sectores del comercio y de los servicios inmobiliarios. El año 2004, los créditos al comercio representaban el 16% de la cartera, mientras que para el 2013 el sector captó el 29,1%, en tanto que el sector inmobiliario pasó del 19,4% al 25,2% en el mismo periodo. Paralelamente, pero en sentido inverso, la inyección de crédito a las empresas manufactureras disminuyó, recibiendo el año 2014 un 22,3% del total de la cartera, aunque el 2013 su importancia fue menor, representando únicamente el 15,3% (Gráfico 2.7.).

Gráfico 2.7. Bolivia: Sector financiero-Cartera bruta según destino del crédito (2004 y 2013)



Fuente: Elaboración propia en base a datos estadísticos publicados en el portal web del Instituto Nacional de Estadística (INE), al mes de marzo de 2015 (www.ine.gob.bo).

En base a los datos presentados, la bonanza externa es evidente. Ciertamente, se observa un crecimiento sostenido que permite mayores ingresos para los hogares y, por tanto, mayores niveles de ahorro en el sector financiero. Sin embargo, no se ha obtenido un mayor incremento respecto a la absorción de la mano de obra en el sector manufacturero del país, debido a que la colocación de recursos del Sistema Financiero privilegia notablemente al sector del comercio, mientras que los sectores de la agricultura y de la manufactura

reciben una menor proporción de la cartera. Así mismo, con relación al nivel de competitividad de las industrias con mercados externos, en más de 10 años, la estructura de las exportaciones registra una elevación con una mayor proporción para los sectores de hidrocarburos y de minerales. Finalmente, Bolivia continúa caracterizándose por la informalidad de las empresas, que escapan del cumplimiento de las obligaciones sociales con sus trabajadores.

3

EMPRESARIADO EN BOLIVIA (GEM BOLIVIA 2014)

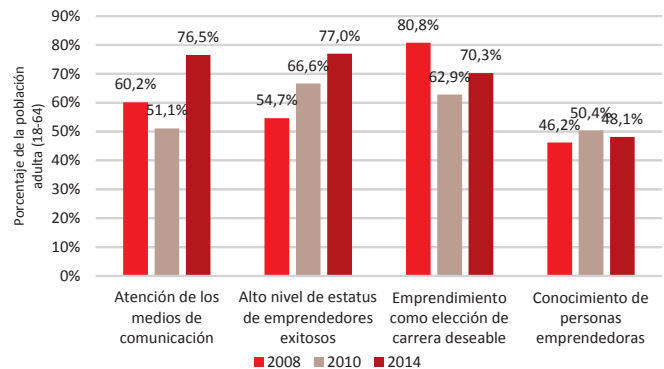
En este capítulo, se presenta la base cuantitativa de la situación del emprendimiento en Bolivia por medio de la observación de la actividad emprendedora en sus distintas etapas y de las características de la población emprendedora. Este análisis se complementa con desagregaciones geográficas departamentales y urbano-rurales. Los principales indicadores de actividad emprendedora presentan, además, un comparativo en cuanto a los cambios con las evaluaciones realizadas por el GEM en Bolivia para los años 2008 y 2010. El objetivo es proveer de algunos insumos que faciliten el análisis de la actividad emprendedora y de la situación económica del país recién mencionada.

3.1. Valoración social sobre emprendimiento

El emprendimiento es un proceso que se desarrolla en un contexto cultural y social específico. De ahí que las percepciones que la sociedad tiene sobre el emprendimiento, es decir los valores sociales, juegan un rol importante y forman parte de la condición necesaria para motivar a las personas en este desafío.

En Bolivia, el 76,5% de la población adulta señala que los medios de comunicación prestan atención a las actividades emprendedoras. A su vez, el 77% de la población comprendida entre 18 y 64 años de edad sostiene que un emprendedor exitoso goza de un buen estatus social, mientras que el 70,3% de los encuestados considera que iniciar un nuevo negocio es una buena opción de carrera, pero sólo el 48,1% conoce a personas emprendedoras.

Gráfico 3.1. Bolivia: Valoración social sobre el emprendimiento (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

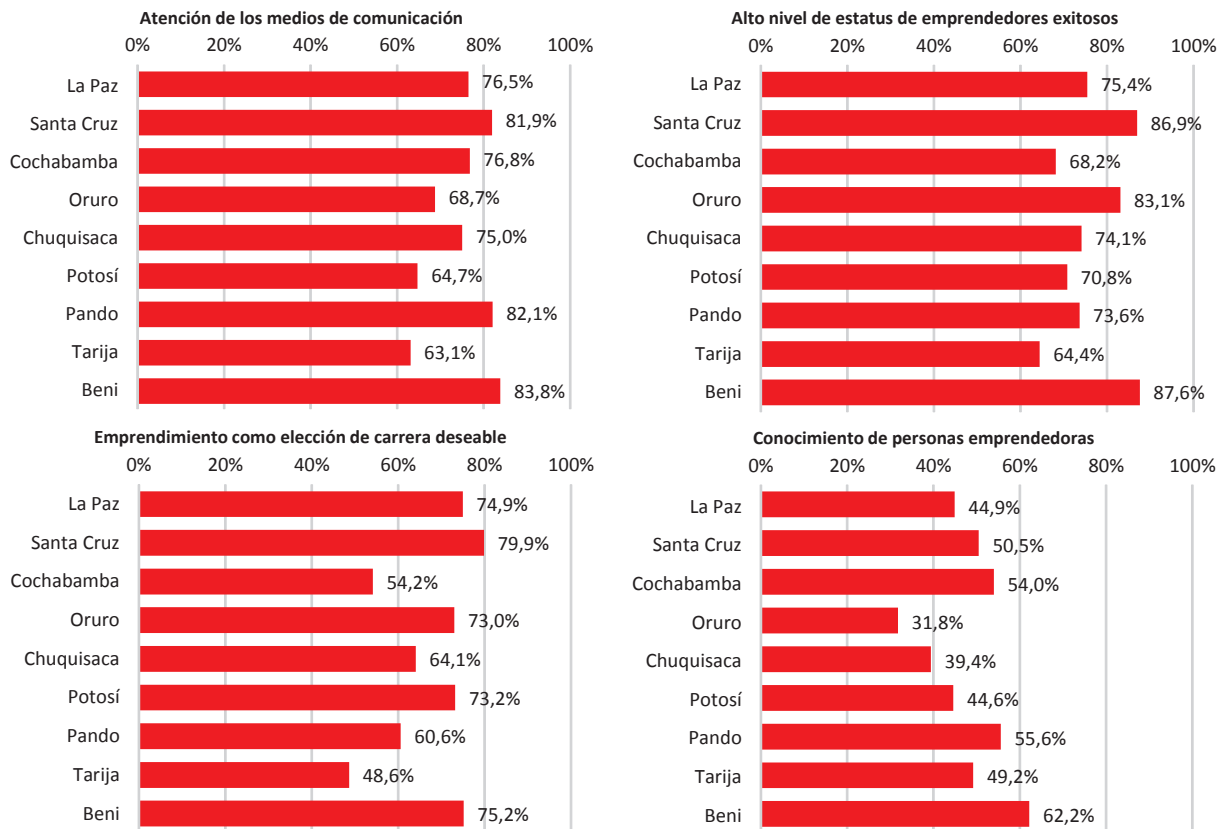
En comparación con años anteriores, la percepción que la sociedad tiene sobre la atención que brindan los medios de comunicación a las actividades emprendedoras se ha incrementado, al igual que la percepción sobre el estatus social del que gozan los emprendedores exitosos. La opción de emprender como carrera deseable, si bien es mayor que en la versión pasada, es menor a lo que se observó el año 2008. Adicionalmente, a diferencia de lo registrado en el pasado, el porcentaje de bolivianos adultos que conoce a otras personas en actividades de emprendimiento prácticamente se ha mantenido (Gráfico 3.1.).

La valoración social o actitud de la sociedad hacia el emprendimiento, por departamento, muestra que la percepción más positiva sobre la cobertura de los medios de comunicación ocurre en Beni (83,8%), Pando (82,1%) y Santa Cruz (81,9%), mientras que en los departamentos de Potosí y Tarija se encuentran las menores percepciones de la población sobre la atención de los medios a las actividades emprendedoras, con porcentajes del 64,7% y del 63,1%, respectivamente (Gráfico 3.2.).

Así mismo, la población adulta en Bolivia percibe que los emprendedores exitosos gozan de un alto nivel de estatus social. Las mayores percepciones sobre el estatus social de los emprendedores se dan en Beni (87,6%), Santa Cruz (86,9%) y Oruro (83,1%). Contrariamente, la percepción de la valoración social es menor en Potosí (70,8%), Cochabamba (68,2%) y Tarija (64,4%). En cuanto a iniciar un emprendimiento como opción deseable de carrera, las mayores percepciones se dan en las poblaciones de Santa Cruz (79,9%), Beni (75,2%) y La Paz (74,9%), mientras que las poblaciones

con una menor percepción hacia el emprendimiento como carrera deseable están en los departamentos de Pando (60%), Cochabamba (54,2%) y Tarija (48,6%). Sobre el componente social referido al conocimiento de las personas emprendedoras, los departamentos de Beni, Pando y Cochabamba muestran los porcentajes más altos a nivel nacional, en tanto que Tarija, La Paz, Potosí, Chuquisaca y Oruro son los departamentos donde menos del 50% de la sociedad señala conocer a personas emprendedoras (Gráfico 3.2.).

Gráfico 3.2. Bolivia: Valores sociales hacia el emprendimiento, por departamento (2014)

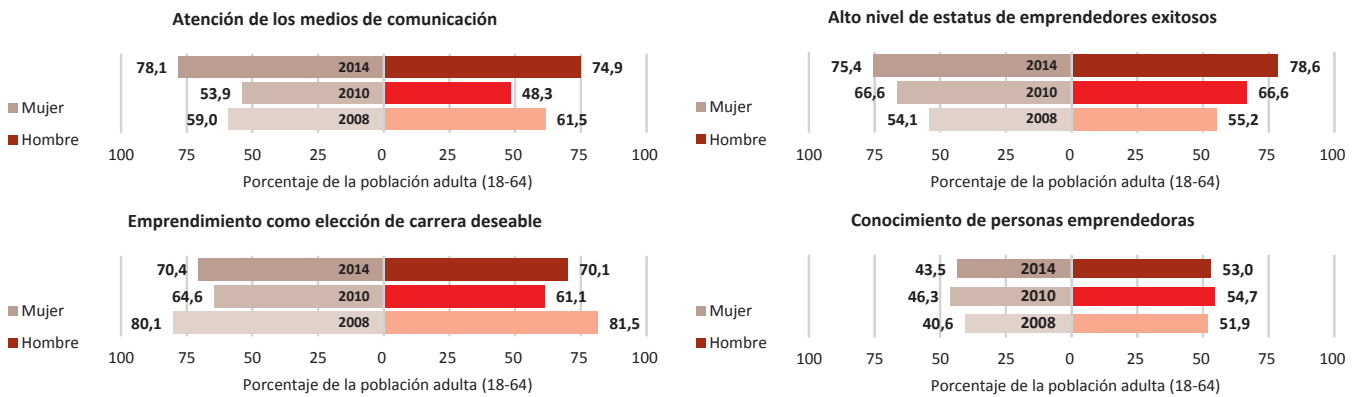


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).
Los porcentajes son calculados sobre el total de la población adulta entre 18 y 64 años.

En general, los componentes de la valoración social en Bolivia son altos, sin mostrar mayores diferencias en apreciaciones por género. En temas de atención de los medios de comunicación y de elección de emprender como opción de carrera, los porcentajes de apreciación

son algo mayores entre las mujeres. El caso es opuesto cuando se evalúan temas como el estatus social y el conocimiento de personas emprendedoras, observación acompañada de una comparación temporal con las versiones GEM Bolivia 2010 y 2008 (Gráfico 3.3.).

Gráfico 3.3. Bolivia: Valores sociales hacia el emprendimiento, según género (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.2. Atributos individuales hacia el emprendimiento

El GEM considera cuatro atributos individuales de la población adulta: a) percepción de oportunidades, b) percepción de capacidades propias para emprender, c) temor al fracaso y, por último, d) intención de emprender. Estos atributos son condiciones definidas por la situación particular del entorno emprendedor existente en cada país.

Es importante señalar que a la hora de expresar sus percepciones, las personas encuestadas tienen ideas diversas sobre las oportunidades y, por ende, acerca de sus respectivas capacidades. En general, a nivel global, las capacidades percibidas son mayores que las oportunidades percibidas, aunque las primeras declinan a mayor nivel económico de desarrollo (Tabla 3.1.).

En las economías más desarrolladas, el temor al fracaso es mayor en comparación con las percepciones expresadas por pobladores de economías basadas en recursos y de economías basadas en la eficiencia. Cuando se observan las intenciones de emprender, éstas son mayores en las economías basadas en recursos y menores en las economías basadas en la innovación, lo que confirma un patrón que señala que comenzar un nuevo negocio es dominante donde otras opciones de generar un ingreso para vivir son más limitadas.

En una comparación por regiones geográficas a nivel mundial, se pueden obtener los promedios de esos cuatro componentes de la valoración social. Es de particular interés observar a Bolivia en el contexto de América Latina y el Caribe, con indicadores muy por encima del promedio regional en cuanto a la percepción de oportunidades y a la percepción de capacidades y de intenciones de emprender, incluso con porcentajes mayores sobre el temor a fracasar (Tabla 3.1.).

Tabla 3.1. Percepciones hacia el emprendimiento, según país y región (GEM 2014)

Región	País/Promedio	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Temor al fracaso(*)	Intención de emprender(**)
África	Promedio	62,3	65,2	23,8	45,1
Asia y Oceanía	Promedio	36,6	44,6	37,5	20,5
América Latina y el Caribe	Argentina	31,9	57,8	23,5	27,8
	Barbados	38,2	63,5	23,4	11,5
	Belice	49,6	69,0	32,6	10,1
	<i>Bolivia</i>	<i>57,7</i>	<i>73,1</i>	<i>38,4</i>	<i>46,9</i>
	Brasil	55,5	50,0	35,6	24,5
	Chile	67,0	64,9	28,4	50,1
	Colombia	65,7	57,4	30,7	47,0
	Costa Rica	39,0	59,4	36,8	29,0
	Ecuador	62,0	72,8	30,7	43,1
	El Salvador	44,7	70,8	34,9	23,1
	Guatemala	45,4	64,2	33,0	35,8
	Jamaica	57,0	81,2	22,0	35,3
	México	48,9	53,5	29,6	17,4
	Panamá	43,3	54,4	14,6	19,7
	Perú	62,3	69,4	29,1	50,6
	Puerto Rico	25,1	48,8	24,0	12,5
	Surinam	41,0	77,4	16,1	4,6
	Trinidad y Tobago	58,6	75,2	16,8	33,9
	Uruguay	45,6	63,1	26,7	24,8
		Promedio	49,4	64,5	27,7
Unión Europea	Promedio	34,8	42,3	40,7	12,1
No-Unión Europea	Promedio	42,6	41,7	32,4	9,7
Norte América	Promedio	53,2	51,2	33,1	12,0

Fuente: GEM Global Report 2014.

Los promedios no incluyen ponderaciones.

(*) Denominador: Población adulta de 18 a 64 que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio.

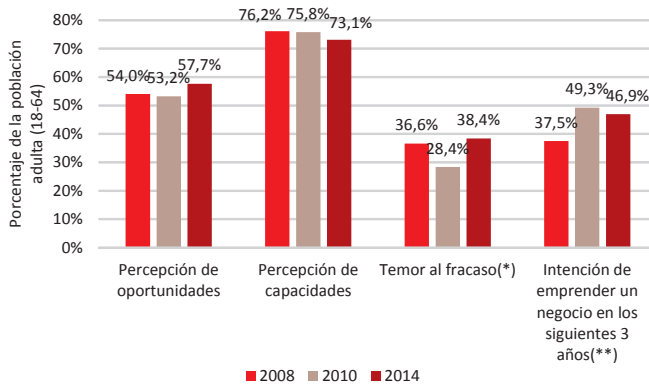
(**) Se espera iniciar un negocio en los siguientes tres años. Denominador: Grupo de personas entre 18 y 64 que no está involucrado en actividades emprendedoras.

3.3. Percepciones hacia el emprendimiento en Bolivia

Al comparar las percepciones existentes en Bolivia con los resultados obtenidos en las investigaciones GEM 2008 y 2010, es posible notar que mientras la percepción de oportunidades es mayor, la percepción

de capacidades para emprender se ha reducido para la gestión 2014. Por otra parte, el temor al fracaso es creciente y la intención de emprender un negocio en los próximos tres años es menor que en la encuesta inmediata anterior, aunque mayor que el indicador mostrado seis años atrás (Gráfico 3.4.).

Gráfico 3.4. Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).
 (*) Denominador: Población adulta de 18 a 64 que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio.
 (**) Denominador: Grupo de personas entre 18 y 64 que no está involucrado en actividades emprendedoras.

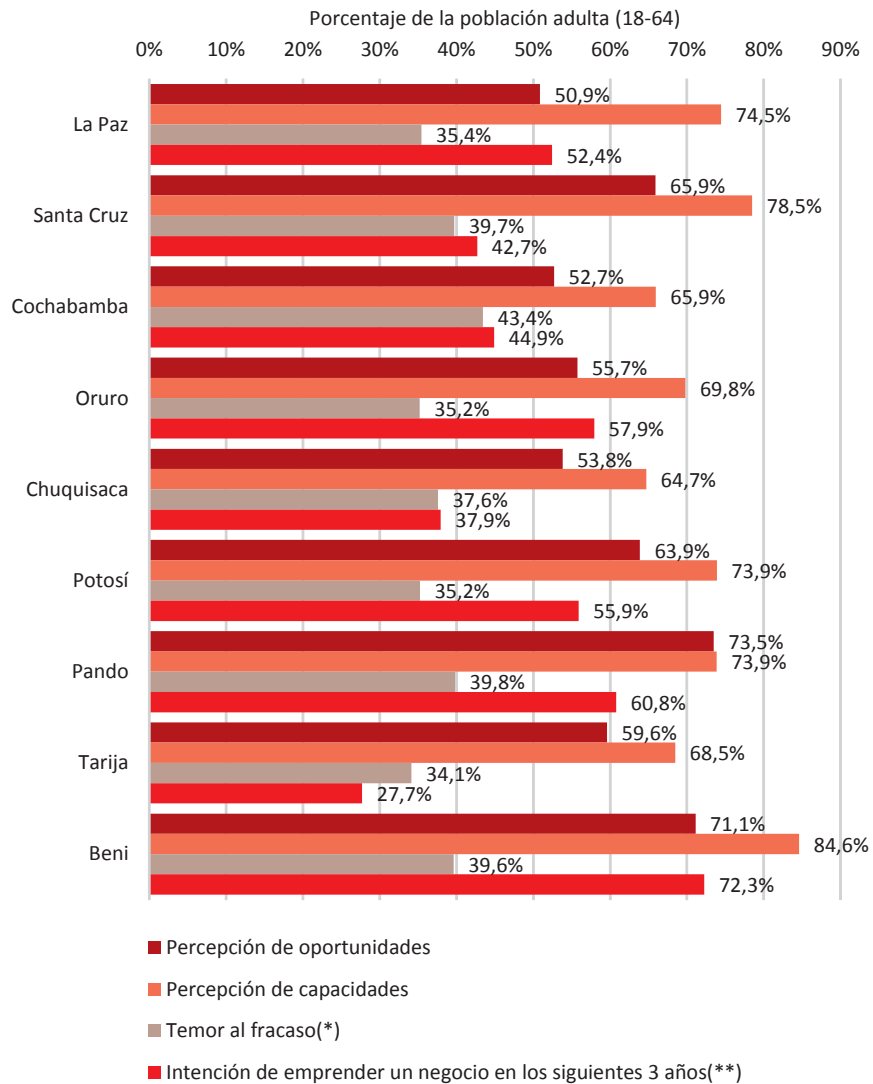
Las percepciones de la sociedad hacia el emprendimiento son en especial importantes para los emprendimientos por oportunidad. Cuando el emprendimiento es motivado por no existir otra alternativa para la generación de ingresos, es decir, emprendimientos por necesidad, tales percepciones pierden relevancia. Al realizar un análisis por cada uno de los componentes y, en particular, por departamento, se advierte que:

- La percepción de oportunidades refleja el porcentaje de individuos que consideran que, en su ambiente económico, existe la ocasión para iniciar un nuevo negocio en los próximos seis meses. En Bolivia, 57,7% de la población considera que existen oportunidades para emprender. El indicador desglosado muestra que la percepción de oportunidades es mayor en los departamentos de Pando (73,5%), Beni (71,1%) y Santa Cruz (65,9%), mientras que los porcentajes son menores en los departamentos de Chuquisaca (53,8%), Cochabamba (52,7%) y, finalmente, La Paz, donde únicamente el 50,9% de la población considera que existen oportunidades para emprender (Gráfico 3.5.).
- La percepción de capacidades muestra el porcentaje de individuos que creen tener las destre-

zas necesarias, el conocimiento requerido y la experiencia suficiente para iniciar un negocio. En Bolivia, el 73,1% de la población adulta considera tener la preparación suficiente para iniciar un negocio. Quienes confían más en sus habilidades y en su conocimiento son los pobladores de Beni (84,6%), Santa Cruz (78,5%) y La Paz (74,5%). Los departamentos de Cochabamba y Chuquisaca muestran los menores porcentajes de pobladores con la confianza necesaria para emprender, con el 65,9% y el 65,7%, respectivamente (Gráfico 3.5.).

- El indicador de miedo al fracaso cuando se trata de iniciar un negocio sólo aplica a quienes perciben oportunidades. En el país, únicamente el 38,4% de la población que percibe oportunidades expresa temor a fracasar. Ese temor es mayor entre los pobladores de Cochabamba (43,4%), Pando (39,8%), Santa Cruz (39,7%) y Beni (39,6%), mientras que es menor entre los pobladores de Oruro y Potosí, ambos con el 35,2% de la población adulta que menciona la existencia de oportunidades en su entorno (Gráfico 3.5.). Es importante señalar que el temor al fracaso es un fuerte inhibidor para una consideración favorable de las oportunidades y de la transformación de las intenciones emprendedoras en actividades de emprendimiento.
- Las intenciones de emprender son definidas como el porcentaje de individuos que esperan iniciar un negocio en los próximos tres años. Aquellas personas que ya están inmersas en la actividad emprendedora son excluidas de la medición. A nivel nacional, el 46,9% de la población comprendida entre 18 y 64 años tiene intención de emprender. Los departamentos de Beni (72,3%), Pando (60,8%) y Oruro (57,9%) son los que muestran los mayores porcentajes de población con esa intención, mientras que Santa Cruz (42,7%), Chuquisaca (37,9%) y Tarija (27,7%) son los que presentan menores porcentajes de población con intenciones emprendedoras en los próximos tres años (Gráfico 3.5.).

Gráfico 3.5. Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento, por departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

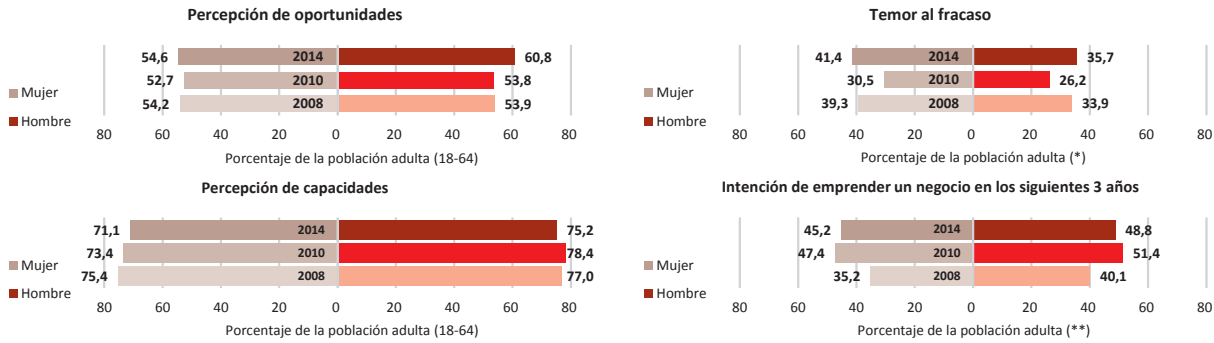
(*) Denominador: Población adulta de 18 a 64 que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio.

(**) Denominador: Grupo de personas entre 18 y 64 que no está involucrado en actividades emprendedoras.

En una apreciación por género, se advierte que son los hombres quienes tienen mayores percepciones sobre las oportunidades, sus capacidades y sus intenciones

de emprender, mientras que las mujeres son las que muestran un mayor temor al fracaso (Gráfico 3.6).

Gráfico 3.6. Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento, según género (2008-2014)



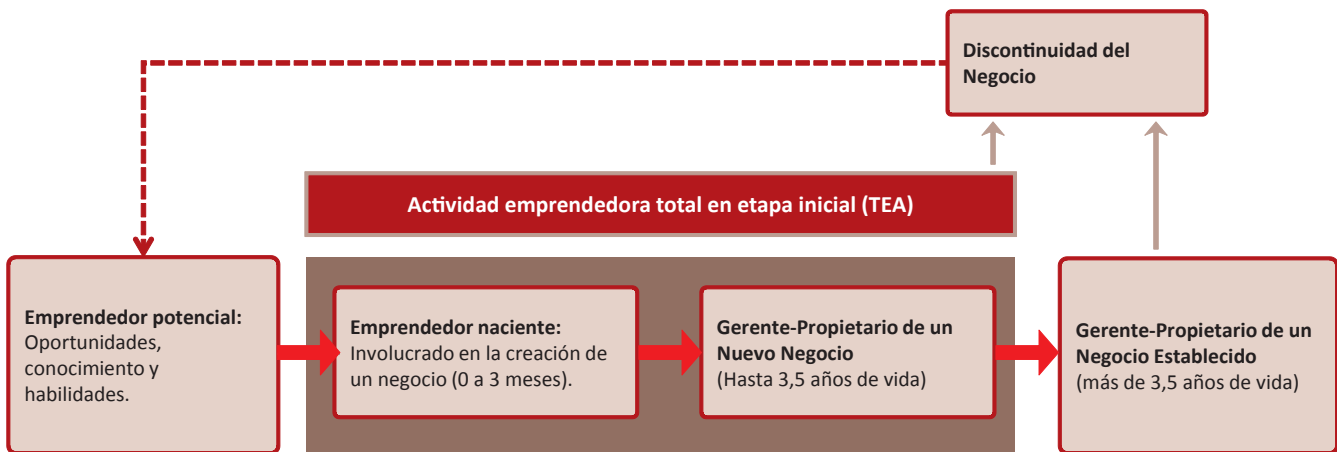
Fuente: GEM Boli via 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).
 (*) Denominador: Población adulta de 18 a 64 que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio.
 (**) Denominador: Grupo de personas entre 18 y 64 que no está involucrado en actividades emprendedoras.

3.4. Actividad emprendedora

Las actividades emprendedoras son presentadas a continuación de acuerdo con el ciclo de vida en el que se encuentra el emprendimiento, es decir: emprendimientos nacientes, nuevos negocios, negocios establecidos y discontinuidad de negocios. Un esquema

resumido del proceso se muestra nuevamente en el Gráfico 3.7. Además, se adicionan algunos tópicos, como la ambición de la actividad emprendedora, los aspectos demográficos y la ubicación geográfica, usados para enfatizar algunos patrones distintivos de la actividad.

Gráfico 3.7. Proceso emprendedor definido por el GEM



Fuente: GEM Global Report 2014.

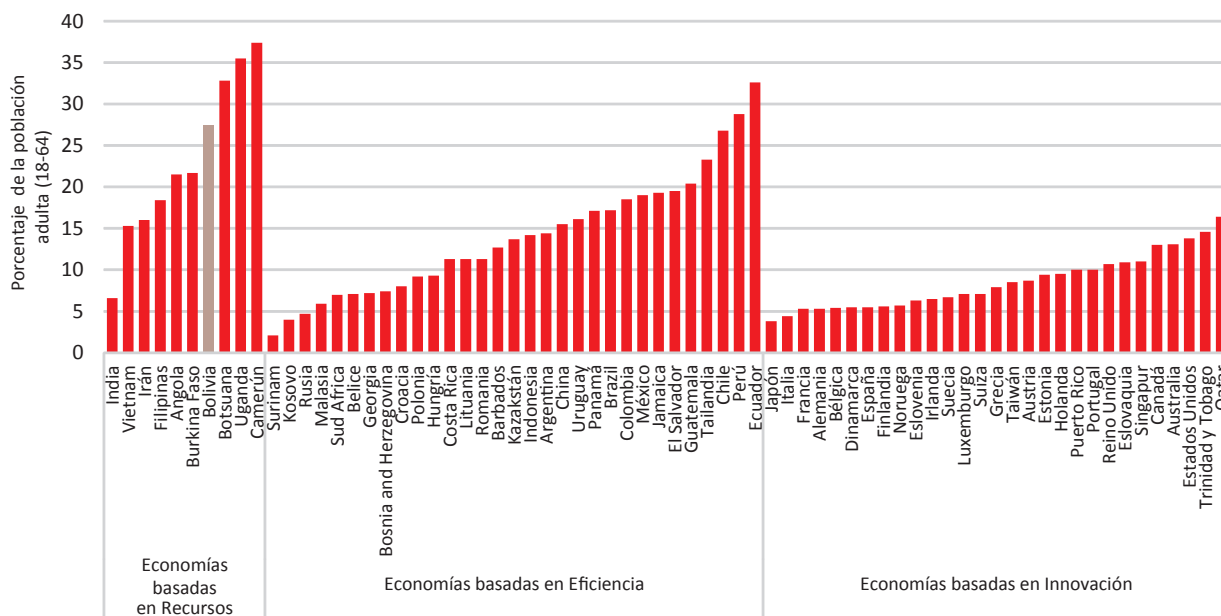
3.4.1. Tasa de actividad emprendedora

Uno de los indicadores más importantes que presenta el GEM es la TEA, que comprende a los emprendedores nacientes y a los propietarios de nuevos negocios. La TEA refleja la dinámica de emprendimiento existente en un país.

Al observar esa dinámica a nivel global, es notable que las economías basadas en recursos muestran mayo-

res niveles de actividad emprendedora inicial (TEA), en comparación con las economías basadas en la eficiencia y en aquéllas basadas en la innovación. Entre los países que tienen economías basadas en recursos, Bolivia presenta un indicador de la TEA del 27,4% de la población adulta, que representa el cuarto indicador más alto del grupo después de Camerún, Uganda y Botsuana, y el sexto más alto a nivel global (Gráfico 3.8.).

Gráfico 3.8. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) para los 70 países del GEM Global (2014)



Fuente: GEM Global Report 2014.

De los países participantes de América Latina y el Caribe, Bolivia es considerada como el único país de economía basada en recursos, aunque se lo reconoce en una etapa de transición hacia una economía basada en la eficiencia. Si se compara ese indicador con el de sus vecinos regionales, la TEA en Bolivia (27,4%) está por encima del promedio regional, ocupando el tercer lugar después de Ecuador (32,6%) y de Perú (28,8%).

Sin embargo, es interesante notar que en cuanto a propietarios de negocios establecidos se refiere, es decir, a negocios que existen en el mercado por más de 3,5 años, Bolivia muestra un porcentaje menor al promedio regional, lo que también puede explicarse por una tasa de discontinuidad de los negocios que es superior al promedio de los países de América Latina y el Caribe que participan en esta versión GEM 2014.

Tabla 3.2. Índices de actividad emprendedora en países GEM 2014, por región geográfica

Región	País/Promedio	Emprendedores nacientes	Propietarios de nuevos negocios	Actividad emprendedora en etapa inicial (TEA)	Propietarios de negocios establecidos	Discontinuidad de negocios
África	Promedio	14,1	13,0	26,0	13,2	14,0
Asia y Oceanía	Promedio	5,8	7,4	13,0	10,8	3,9
América Latina y el Caribe	Argentina	9,5	5,2	14,4	9,1	4,9
	Barbados	8,5	4,2	12,7	7,1	3,7
	Belice	4,3	3,0	7,1	3,7	4,7
	<i>Bolivia</i>	<i>21,5</i>	<i>7,1</i>	<i>27,4</i>	<i>7,6</i>	<i>6,9</i>
	Brasil	3,7	13,8	17,2	17,5	4,1
	Chile	16,6	11,0	26,8	8,8	8,3
	Colombia	12,4	6,7	18,5	4,9	5,6
	Costa Rica	7,6	3,7	11,3	2,5	4,9
	Ecuador	24,5	9,9	32,6	17,7	8,1
	El Salvador	11,4	8,7	19,5	12,7	10,8
	Guatemala	12,0	9,2	20,4	7,4	4,4
	Jamaica	7,9	11,9	19,3	14,4	6,3
	México	12,7	6,4	19,0	4,5	5,6
	Panamá	13,1	4,1	17,1	3,4	4,5
	Perú	23,1	7,3	28,8	9,2	8,0
	Puerto Rico	8,8	1,3	10,0	1,3	3,6
	Surinam	1,9	0,2	2,1	5,2	0,2
	Trinidad y Tobago	7,5	7,4	14,6	8,5	2,8
	Uruguay	10,5	5,7	16,1	6,7	4,4
	Promedio	11,4	6,7	17,6	8,0	5,4
Unión Europea	Promedio	4,8	3,2	7,8	6,7	2,6
No-Unión Europea	Promedio	3,3	2,8	6,0	5,7	3,0
Norte América	Promedio	8,8	4,9	13,4	8,2	4,1

Fuente: GEM Global Report 2014.

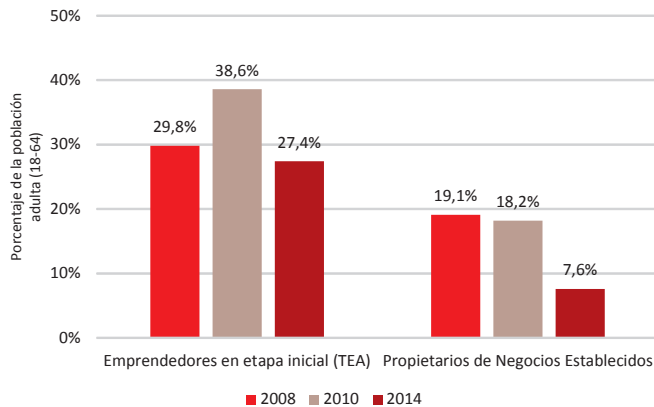
El cálculo de promedios no incorpora ponderaciones.

3.4.2. Actividad emprendedora y negocios establecidos

En Bolivia, 3,5 de cada 10 personas adultas se encuentran en una actividad emprendedora, como resultado de la combinación de quienes están iniciando un negocio o son propietarios de nuevos negocios (TEA) y quienes son propietarios de negocios ya establecidos en el mercado.

En comparación con los indicadores obtenidos en anteriores investigaciones, Bolivia presenta una TEA para el año 2014 del 27,4% de la población adulta, es decir, un indicador menor a los registrados los años 2010 y 2008. Sin embargo, llama la atención que el porcentaje de población adulta que es propietaria de negocios establecidos (7,6%) se haya reducido a menos de la mitad en comparación con las tasas registradas en las gestiones pasadas (Gráfico 3.9).

Gráfico 3.9. Bolivia: Porcentaje de población que se encuentra en las diferentes etapas de actividad emprendedora (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

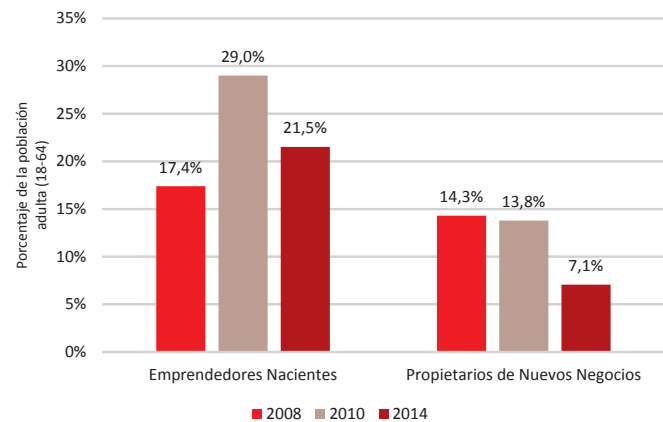
En la composición de la TEA, se utilizan dos criterios para diferenciar entre los negocios jóvenes o iniciales y los negocios recientes o nuevos. Uno de ellos es el evento de nacimiento; el otro, el pago de salarios por más de tres meses. Ambos aspectos han sido internacionalmente probados y se mantienen a lo largo de las distintas versiones del GEM Global.

De esa manera, los emprendedores nacientes son los que comprometen recursos para iniciar un negocio pero que aún no ha reeditado sueldos o salarios. Los nuevos negocios son aquéllos manejados por sus propietarios y que pagan salarios por más de tres meses, hasta 42 meses; es decir, se incluyen los negocios con menos de 3,5 años de existencia en el mercado.

El corte a los 42 meses utilizado para diferenciar entre nuevos negocios y negocios establecidos es el resultado de combinar consideraciones teóricas y prácticas sobre negocios y mercados, además de su uso de manera consistente desde los inicios de la investigación del GEM (GEM Global Report, 2014).

Al observar la composición de la TEA en Bolivia desde una perspectiva temporal, el año 2014, el porcentaje de emprendedores nacientes resulta menor que el porcentaje registrado el 2010, aunque es mayor al registrado el 2008. Mientras tanto, el porcentaje de propietarios de nuevos negocios se reduce a la mitad de los resultados vertidos en investigaciones anteriores. En base a ello, se podría arriesgar el comentario referido a que las actividades emprendedoras en el país son cada vez más efímeras en cuanto a su permanencia en el mercado (Gráfico 3.10.).

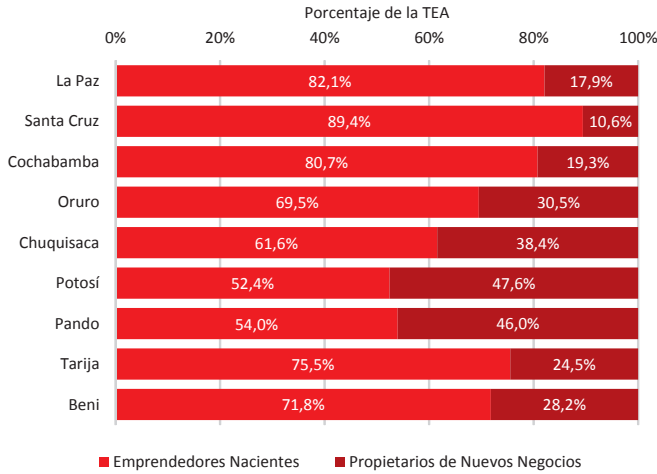
Gráfico 3.10. Bolivia: Actividad emprendedora-Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Resulta interesante descomponer la TEA a nivel departamental. Si bien en todos los departamentos del país el porcentaje de emprendimientos nacientes es mayor al 50% de la TEA, se observa que en los departamentos de Potosí (47,6%), Pando (46%) y Chuquisaca (38,4%) existe la mayor cantidad de propietarios de nuevos negocios, mientras que en Cochabamba (19,3%), La Paz (17,9%) y Santa Cruz (10,6%) los porcentajes de población adulta que detenta la propiedad de un negocio que existe en el mercado y que está pagando salarios y sueldos por más de tres meses, pero por menos de 42 meses, son menores (Gráfico 3.11.).

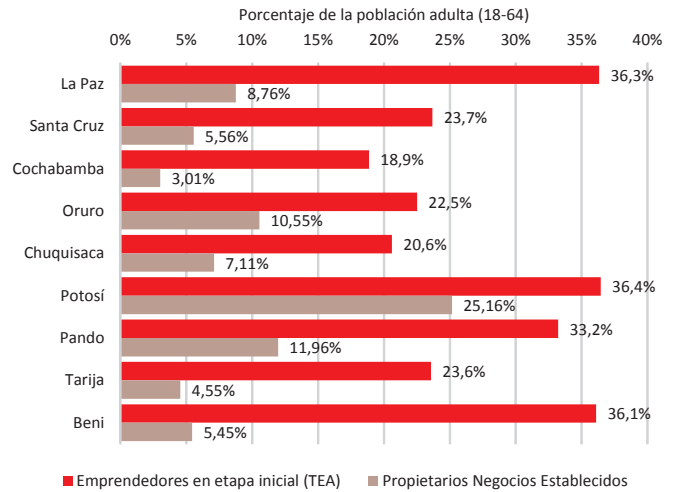
Gráfico 3.11. Bolivia: Composición de la TEA según etapa de emprendimiento, por departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al analizar conjuntamente la TEA a nivel departamental se observa que Potosí (36,4%), La Paz (36,3%) y Beni (36,1%), en ese orden, son los departamentos con mayor dinámica emprendedora. Por su parte, Oruro (22,5%), Chuquisaca (20,6%) y Cochabamba (18,9%) son los departamentos con menor actividad emprendedora. Contrastando la actividad emprendedora con los propietarios de negocios establecidos, Potosí, Pando y Oruro son los departamentos donde más personas cuentan con negocios que permanecen por más de 3,5 años en el mercado, mientras que Beni, Tarija y Cochabamba, en ese orden, son los departamentos que muestran los menores porcentajes de negocios establecidos (Gráfico 3.12).

Gráfico 3.12. Bolivia: TEA y propietarios de negocios establecidos, por departamento (2014)

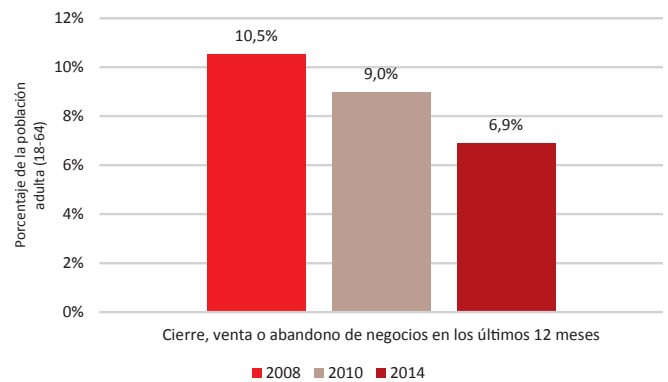


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.4.3. Tasa de discontinuidad

Finalmente, no menos importante es la tasa de discontinuidad, que muestra el porcentaje de la población entre 18 y 64 años que ha discontinuado su actividad como propietario de un negocio en los últimos 12 meses. En Bolivia, en una perspectiva histórica, la tasa de discontinuidad ha bajado en comparación con los porcentajes relevados los años 2010 y 2008, mostrando un nivel del 6,9% para el año 2014 (Gráfico 3.13).

Gráfico 3.13. Bolivia: Porcentaje de la población que ha cerrado o discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses (2008-2014)

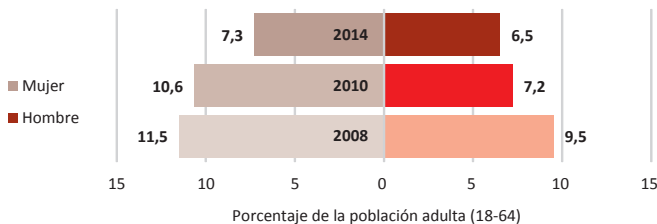


Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Cabe señalar que las altas tasas de discontinuidad pueden ser indicador de bajos niveles de preparación para iniciar y mantener un negocio. Al mismo tiempo, las bajas tasas de discontinuidad podrían estar reflejando la carencia de mecanismos en el sistema económico que apoyen y faciliten una salida rápida de negocios mal diseñados para un posterior reingreso en nuevos emprendimientos (GEM *Global Report*, 2014).

En Bolivia, al mirar este indicador por género, se observa que la tasa de discontinuidad es mayor entre las mujeres que entre los hombres, patrón que se mantiene desde el año 2008 (Gráfico 3.14.).

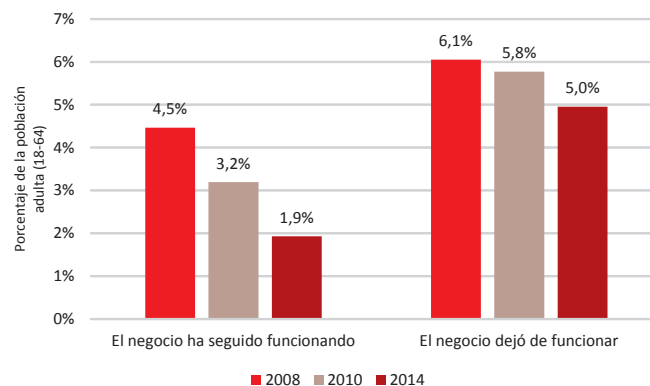
Gráfico 3.14. Bolivia: Porcentaje de la población que ha cerrado o discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, según género (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Una de las precisiones que realiza el GEM está referida a encontrar si la discontinuidad tiene que ver con la persona en la actividad emprendedora o con el negocio en cuestión. En el primer caso, se averigua si la persona encuestada ha abandonado la actividad sin significar por ello que el negocio haya cerrado, mientras que en el segundo caso se busca la proporción de personas que discontinuaron el negocio. En Bolivia, en comparación con los años anteriores, el menor porcentaje de discontinuidad registrado el 2014 es producto de la reducción del porcentaje de personas que han dejado la actividad; el 1,9% en comparación con el 3,2% del GEM 2010. De igual modo, es el resultado de la reducción del cierre del negocio; el 5% en comparación al 5,8% registrado en el GEM 2010 y al 6,1% del GEM 2008 (Gráfico 3.15.).

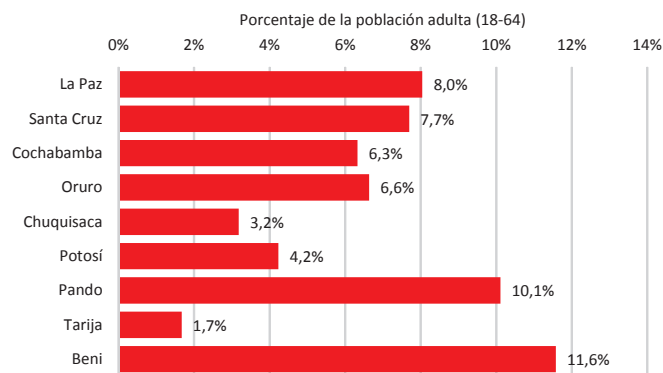
Gráfico 3.15. Bolivia: Porcentaje de la población que ha discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, según cierre o no del mismo (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

El análisis por departamentos muestra que las tasas de discontinuidad son, en general, más altas en Beni (11,6%), Pando (10,1%) y La Paz (8%), mientras que las tasas de discontinuidad son menores en los departamentos de Potosí (4,2%), Chuquisaca (3,2%) y Tarija (1,7%) (Gráfico 3.16.).

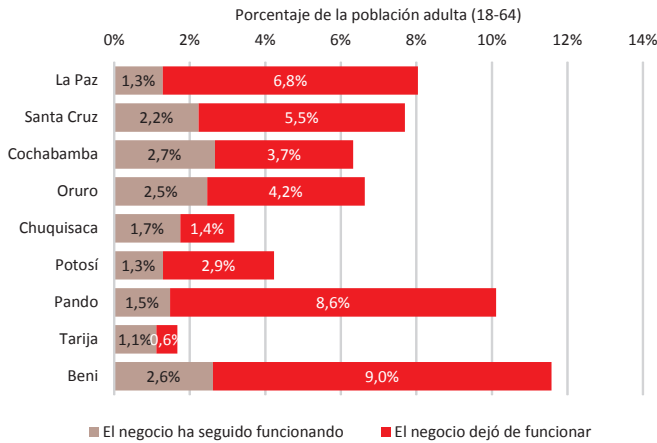
Gráfico 3.16. Bolivia: Porcentaje de la población que ha discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, por departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

La descomposición de la discontinuidad por departamento muestra que, a excepción de Chuquisaca (1,7%), Pando (1,5%) y Tarija (1,1%), la discontinuidad mayoritariamente hace referencia al cierre del negocio y no así a la discontinuidad de la persona en la actividad (Gráfico 3.17.).

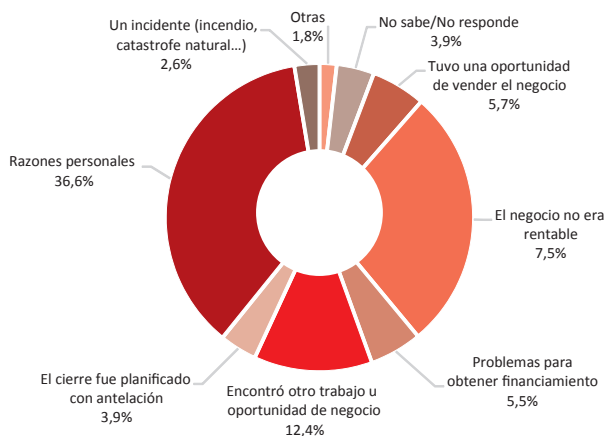
Gráfico 3.17. Bolivia: Porcentaje de la población que ha discontinuado algún negocio durante los últimos 12 meses, según cierre o no del mismo, por departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En Bolivia como un todo, las razones para la discontinuidad en los negocios obedecen principalmente a razones personales (36,6%), seguidas por razones de rentabilidad (27,5%). Otras de las razones importantes son la identificación de una oportunidad de ser empleado o de iniciar otro negocio (12,4%), la oportunidad de vender el negocio (5,7%) y la falta de acceso a financiamiento (5,5%). En resumen, se puede decir que más del 60% de la discontinuidad de los negocios se debe a la suma de razones personales y a la rentabilidad del negocio, con lo que es posible concluir que los negocios se cierran por falta de una planificación apropiada (Gráfico 3.18.).

Gráfico 3.18. Bolivia: Razones principales de discontinuidad de los negocios durante los últimos 12 meses (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

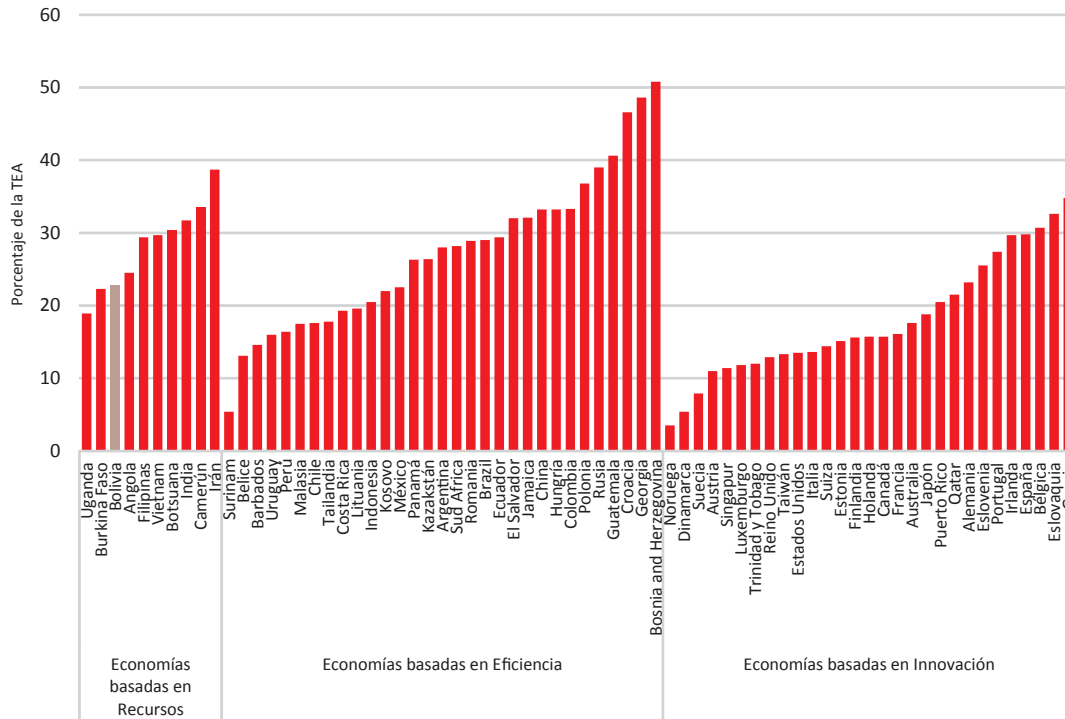
3.4.4. Motivación para emprender

Las diferencias entre países respecto a los valores sociales, los atributos personales y los porcentajes existentes de la TEA pueden ser mejor entendidas cuando se incluye la motivación que subyace para iniciar un negocio.

El GEM identifica dos tipos de motivación en las iniciativas emprendedoras: a) aquellas dadas por la necesidad y b) aquellas originadas por la oportunidad. Un emprendedor motivado por la necesidad es aquel que en la encuesta aplicada a la población adulta indica haber iniciado un negocio porque no existían mejores opciones para obtener recursos para vivir, en lugar de haber iniciado el negocio como resultado de la identificación de una oportunidad. Los encuestados que indican que su motivación para emprender obedece al reconocimiento de una oportunidad fueron cuestionados, adicionalmente, sobre la naturaleza de la oportunidad identificada.

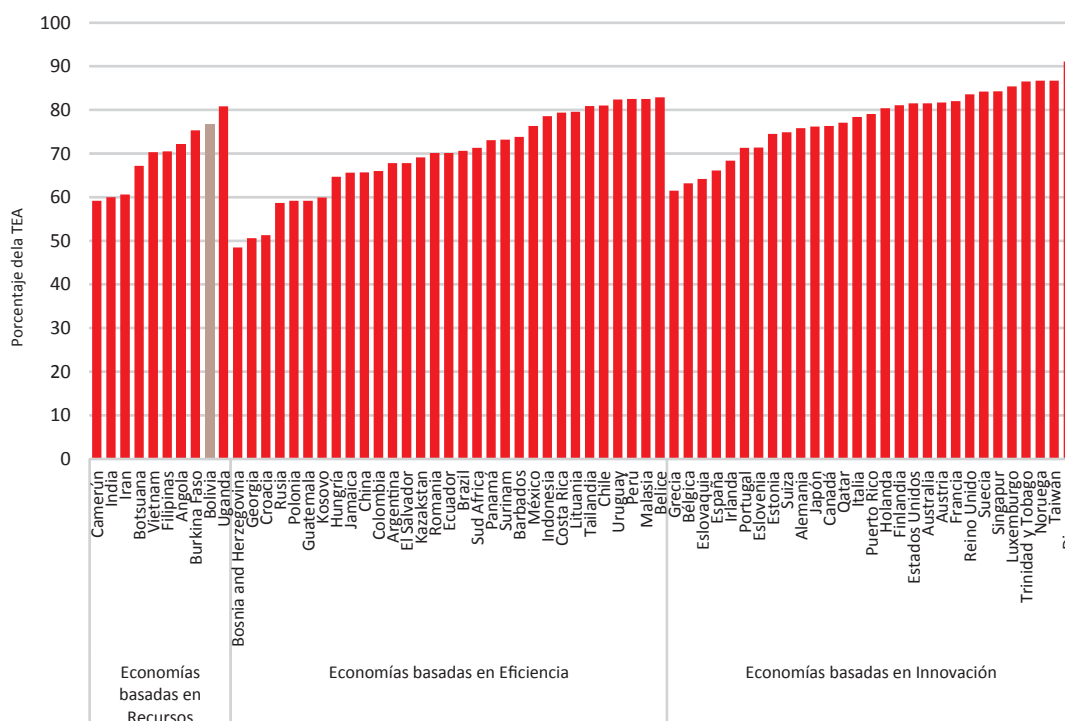
A nivel global, los indicadores de emprendimientos por necesidad han disminuido. En particular, se advierte que en los países de economías basadas en recursos los emprendimientos por necesidad se han reducido en favor de los emprendimientos por oportunidad; en las economías basadas en la eficiencia y en aquellas basadas en la innovación, los emprendimientos por oportunidad siempre han sido mayores. Entre las razones de la reducción de los emprendimientos motivados por la necesidad en el grupo de economías basadas en recursos, se contempla el auge de los precios internacionales de los recursos naturales y de las materias primas de exportación, que han beneficiado las cuentas nacionales de este tipo de economías (Gráficos 3.19. y 3.20.).

Gráfico 3.19. Emprendedores orientados por la NECESIDAD en los 70 países del GEM (2014)



Fuente: GEM Global Report 2014.

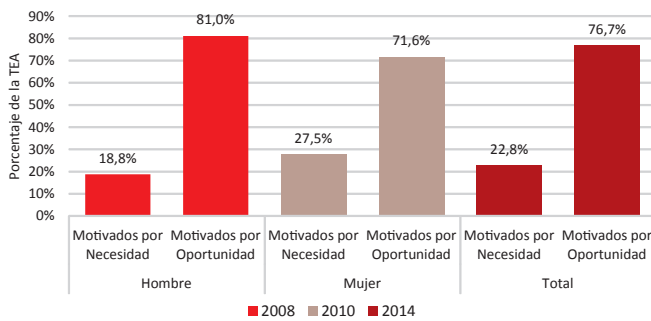
Gráfico 3.20. Emprendedores orientados por la OPORTUNIDAD en los 70 países del GEM (2014)



Fuente: GEM Global Report 2014.

En Bolivia, la tendencia no es disímil a la registrada a nivel global. De hecho, se observa que los emprendimientos obedecen más a la oportunidad que a la necesidad. A su vez, tanto hombres como mujeres señalan que emprenden por la identificación de una oportunidad y no así por la falta de otras opciones para la generación de ingresos. Cabe notar que en un análisis por género los emprendimientos por necesidad muestran mayores porcentajes para las mujeres (Gráfico 3.21.).

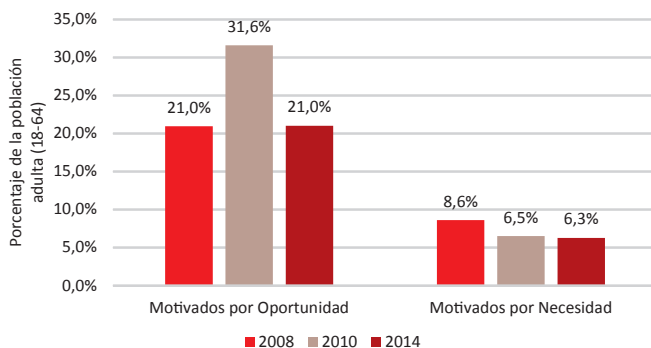
Gráfico 3.21. Bolivia: Composición de la TEA según las motivaciones para emprender, por género (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Para el año 2014, en el país, los emprendedores por oportunidad representan el 21% del total de la población adulta, mostrando así una reducción en comparación con el nivel de oportunidad registrado en 2010 (31,6%), aunque el nivel se mantiene similar al del primer estudio realizado en 2008. Por otro lado, en el caso de las personas motivadas por la necesidad, el nivel del año 2014 se mantiene parecido al del estudio anterior (Gráfico 3.22.).

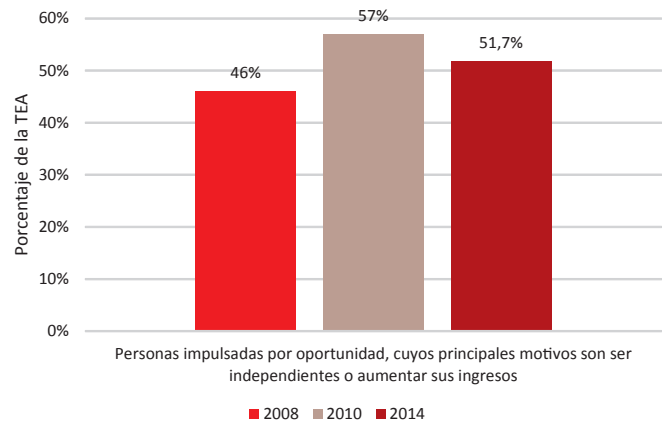
Gráfico 3.22. Bolivia: Población adulta según motivaciones para emprender (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Con relación al espíritu emprendedor por oportunidad motivado por la independencia o la mejora de ingresos para la gestión 2014 (51,7%), éste es menor al registrado en la investigación del GEM 2010 (57%). Esa motivación, al combinarse quizás con una sobreestimación de las autcapacidades para emprender, o bien con una mala lectura de las oportunidades disponibles, conlleva a negocios y/o a empresas efímeras sin un mayor impacto en la generación de empleos sostenibles y/o en la posible innovación tecnológica (Gráfico 3.23.).

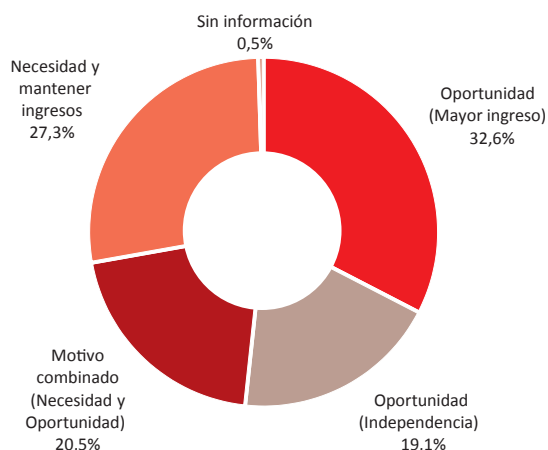
Gráfico 3.23. Bolivia: Personas impulsadas por la oportunidad, cuyos principales motivos son ser independientes o aumentar sus ingresos- Porcentaje sobre la TEA (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). Representa el porcentaje de personas involucradas en TEA que: a) afirman ser impulsadas por la oportunidad en lugar de no encontrar otra opción de trabajo y b) que indican que el principal motivo de la participación en esta oportunidad es ser independiente o aumentar sus ingresos, en lugar de solamente mantener sus ingresos.

A partir de un análisis general de la actividad emprendedora en Bolivia, se advierte que tanto los emprendimientos nacientes como los nuevos negocios obedecen a la búsqueda de un mayor ingreso (32,6%) y de libertad laboral (19,1%), mientras que el resto responde a la necesidad (27,3%) o a la combinación de necesidad y de oportunidad (20,5%). Es decir, más de la mitad de los emprendedores iniciales en el país inicia un emprendimiento o desarrolla un nuevo negocio motivada por la oportunidad y menos del 50% lo hace por razones relacionadas con la necesidad (Gráfico 3.24.).

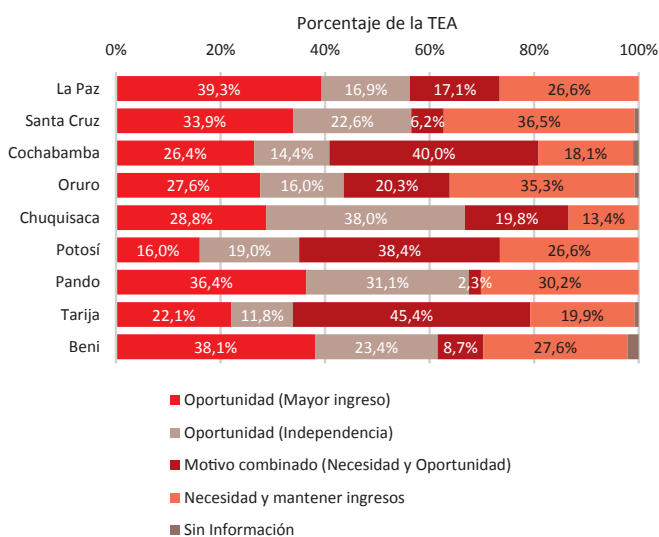
Gráfico 3.24. Bolivia: Composición de la TEA según principales motivos para emprender (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Tales motivaciones, vistas a nivel departamental, permiten señalar que la oportunidad es mayor en Pando, Chuquisaca, Beni, La Paz y Santa Cruz, siendo menor en Cochabamba, Potosí y Tarija. Esto significa que en los últimos tres departamentos la necesidad y la necesidad combinada son el mayor incentivo para la actividad emprendedora (Gráfico 3.25.).

Gráfico 3.25. Bolivia: Principales motivos de emprendimiento, por departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

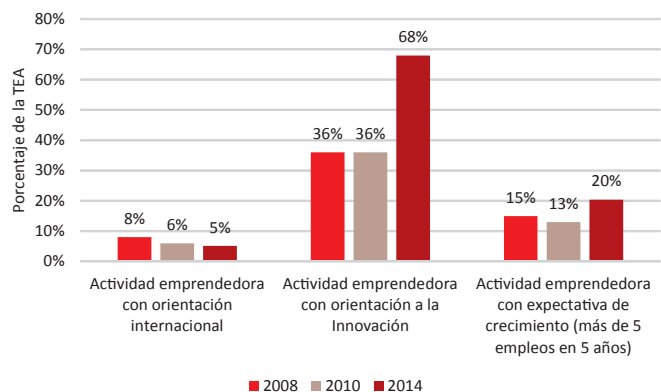
3.4.5. Actividades emprendedoras con ambición

Iniciar un negocio es parte importante en la creación de una estructura económica en un país, pero no con cualquier negocio, sino con negocios crecientes que aporten en el esfuerzo de acercarse al pleno empleo.

Los negocios crecientes pueden ser entendidos desde tres perspectivas: a) la generación de empleo, b) la orientación de los negocios a la innovación del producto y del mercado, y, finalmente, c) la expectativa de internacionalización del negocio.

En Bolivia, llama la atención que en el año 2014 la actividad emprendedora con orientación a la innovación haya aumentado a casi el doble de lo registrado en las versiones del GEM anteriores. Si bien la expectativa de creación de empleos en los próximos cinco años es creciente, su incremento aún queda reducido para la generación de empleos que precisa un crecimiento económico sostenible. Lo que se muestra con una tendencia decreciente constante es la orientación internacional de los emprendimientos, dado que las iniciativas de negocio están orientadas en un 95% al mercado nacional (Gráfico 3.26.).

Gráfico 3.26. Bolivia: Aspiraciones de los emprendedores en etapa inicial (TEA) (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Creación de empleo

Al preguntar a la población identificada dentro de la TEA acerca de cuántos empleos tienen actualmente,

diferentes a los de los propietarios, y de cuántos empleos esperan crear en los próximos años, la investigación bajo la metodología GEM obtiene indicadores sobre las expectativas de ampliación del mercado laboral. Por lo general, la expectativa de creación de empleo es mayor en economías donde existe una fuerza laboral potencial y desocupada, mientras que es casi nula en economías con indicadores cercanos al pleno empleo. En ambas situaciones, el tema de trabajadores calificados es parte de la explicación.

En Bolivia, el 71% de los emprendedores TEA espera crear cinco o menos empleos, mientras que sólo el

6,3% tiene expectativas de generar más de 20 empleos en el próximo quinquenio. Tener expectativas de una reducida generación de empleos puede explicarse ya sea por las iniciativas de emprendimiento en sectores intensivos en capital y en tecnología o bien por ser iniciativas económicas algo endeble. Al mismo tiempo, en el país, el porcentaje de alta generación de empleos, es decir, negocios crecientes y en expansión, está por debajo del porcentaje promedio de los países de América Latina y el Caribe, encontrándose muy distante de los porcentajes observados en Colombia, Chile, Uruguay, Trinidad y Tobago, Argentina y Costa Rica (Tabla 3.3.).

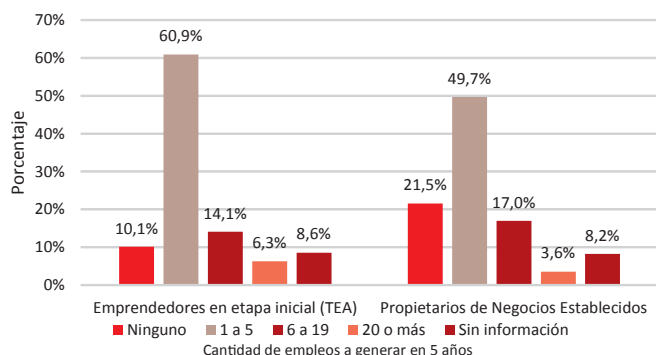
Tabla 3.3. Expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años, por región y país (GEM Global 2014)

Región	País	0-5 empleos (% crecimiento laboral como % de la TEA)	6-19 empleos (% crecimiento laboral como % de la TEA)	20 o más empleos (% crecimiento laboral como % de la TEA)
África	Total	61,0	15,3	6,7
Asia y Oceanía	Total	58,3	13,7	9,5
América Latina y el Caribe	Argentina	57,6	17,0	8,9
	Barbados	42,1	9,8	3,8
	Belice	48,7	16,5	4,7
	<i>Bolivia</i>	<i>71,0</i>	<i>14,1</i>	<i>6,3</i>
	Brasil	76,5	8,7	2,3
	Chile	44,7	27,3	16,0
	Colombia	33,1	33,9	28,1
	Costa Rica	72,1	10,7	7,7
	Ecuador	75,3	7,4	2,7
	El Salvador	59,3	5,9	0,8
	Guatemala	33,3	5,4	2,3
	Jamaica	63,3	8,8	2,3
	México	49,2	11,8	1,5
	Panamá	82,5	4,4	2,6
	Perú	70,1	7,8	3,4
	Puerto Rico	76,8	7,6	1,7
	Surinam	69,9	5,1	2,5
	Trinidad y Tobago	53,2	21,6	11,3
	Uruguay	46,8	20,9	15,7
	Total	59,8	14,4	7,5
Unión Europea	Total	54,3	15,5	9,3
No-Unión Europea	Total	52,6	16,1	6,6
Norte América	Total	50,2	17,9	18,2

Fuente: GEM Global Report 2014.

Tanto en emprendimientos nacientes como en empresas establecidas, la expectativa de generación de empleo dominante en Bolivia es la de crear de uno a cinco empleos durante los próximos cinco años. Es importante señalar que el 21,5% de los negocios establecidos no piensa generar un solo empleo, aunque el 17% tiene expectativas de incrementar entre seis y 19 empleos para el quinquenio venidero (Gráfico 3.27).

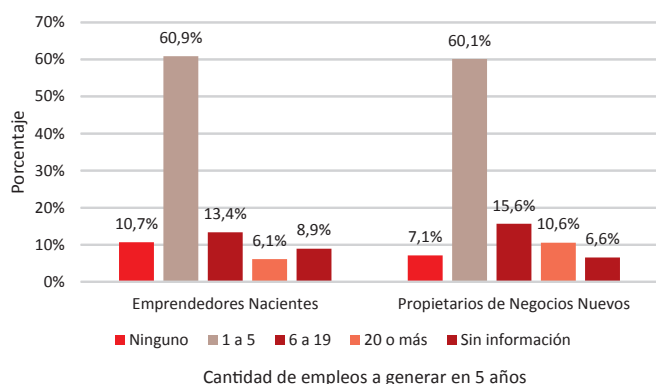
Gráfico 3.27. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos según expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

El aspecto sobre las expectativas de expansión puede ser analizado al interior de los emprendimientos iniciales. En ese marco, la tendencia en el 2014 se repite dentro de la TEA: el 60% de los emprendimientos nacientes y de los nuevos negocios tiene como expectativa de generación de empleo dominante la de crear de uno a cinco empleos (Gráfico 3.28).

Gráfico 3.28. Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios según expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años (2014)



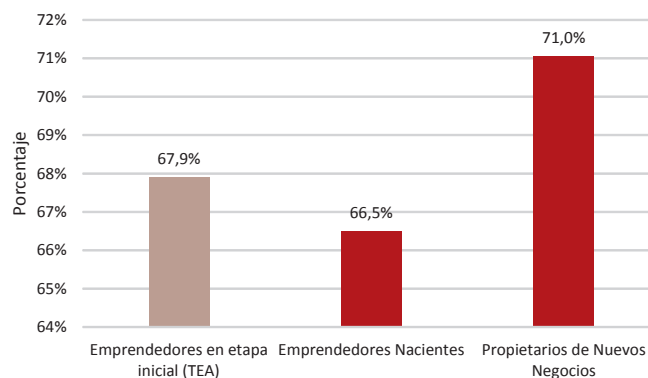
Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Orientación innovadora, producto y mercado

La orientación innovadora se mide en el GEM a través del porcentaje de emprendedores comprendidos en la TEA que declara: a) tener un producto o servicio que es nuevo para todos o una parte de sus consumidores, y b) ser nuevo en el mercado con pocos o ningún otro negocio ofreciendo el mismo producto o servicio.

En cuanto a la innovación de producto, en Bolivia, el 68% de la TEA afirma que su producto es innovador; es decir que para algunos de sus consumidores el producto o el servicio ofrecido es nuevo. Por otra parte, al interior de la TEA, se observa que el 66,5% de los emprendedores nacientes considera que su producto es nuevo, porcentaje que sube al 71% en el caso de los propietarios de nuevos negocios (Gráfico 3.29).

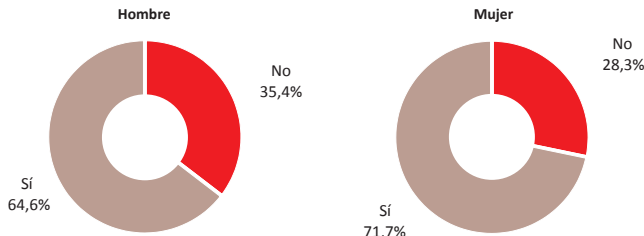
Gráfico 3.29. Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de emprendedores que indica que su producto/servicio es nuevo por lo menos para algunos consumidores (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En cuanto a la percepción en el país sobre la innovación de producto, por género, se advierte que el 71% de las mujeres considera que su producto es innovador o por lo menos nuevo para algunos de sus consumidores, frente al 65% de los hombres (Gráfico 3.30).

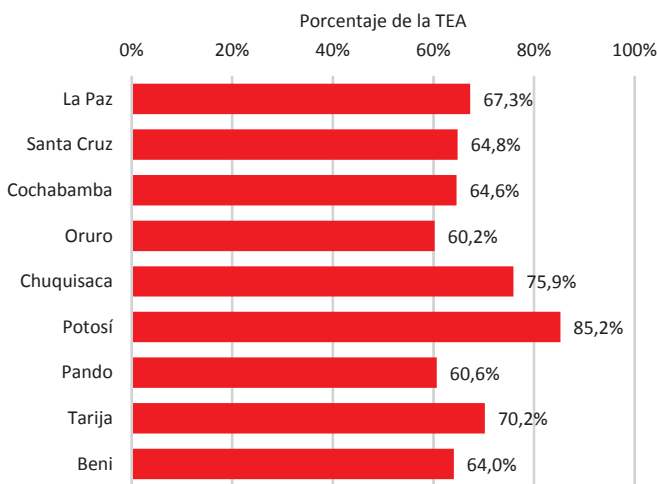
Gráfico 3.30. Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que su producto/servicio es nuevo por lo menos para algunos consumidores, según género (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En todos los departamentos de Bolivia, la mayoría de los emprendedores considera que su producto es nuevo para el mercado. Los porcentajes son mayores en Potosí, Chuquisaca y Tarija, y relativamente menores en Pando y Oruro. Los porcentajes altos pueden responder a una escasa diversificación del mercado, por lo que cualquier producto resulta ser innovador, o bien a una ampliación considerable de la demanda, que antes no tenía acceso a esos productos por falta de capacidad de compra (Gráfico 3.31.).

Gráfico 3.31. Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que su producto/servicio es nuevo por lo menos para algunos consumidores, por departamento (2014)

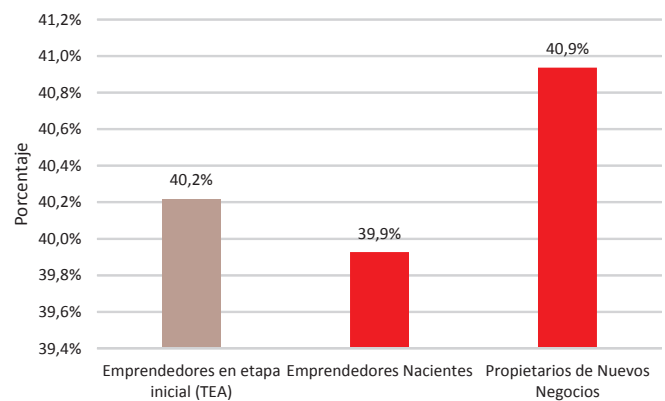


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

La innovación también puede ser vista desde la perspectiva del mercado, lo que significa que el negocio que se establece tiene pocos o ningún competidor. En cuanto a la actividad emprendedora inicial en Bolivia, es posible observar que únicamente el 40% de la TEA

percibe que su negocio es nuevo en el mercado. Ese porcentaje muestra que menos de la mitad de los emprendedores nacientes y de los propietarios de nuevos negocios estaría incursionando en negocios innovadores o, visto desde otra perspectiva, la mayoría de los emprendimientos iniciales en el país están desarrollando un negocio que ya existe en el mercado (Gráfico 3.32.).

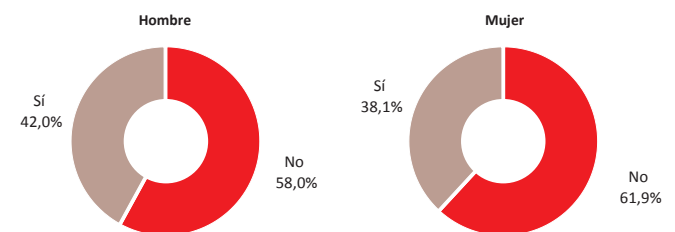
Gráfico 3.32. Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de emprendedores que indica que existen pocos o ningún otro negocio que ofrece el mismo producto (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Esta característica, según género, muestra que, en comparación con las mujeres emprendedoras, los hombres tienen una percepción mayor sobre la innovación de su negocio desde la perspectiva de mercado. Esto significa que las mujeres estarían iniciando negocios menos innovadores y, por ende, en un ámbito de mayor competencia (Gráfico 3.33.).

Gráfico 3.33. Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que existen pocos o ningún otro negocio que ofrece el mismo producto, según género (2014)

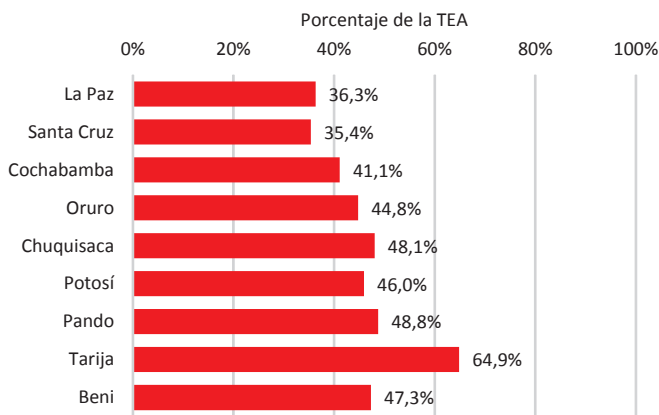


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Si el indicador se observa por departamento de residencia de la población emprendedora en etapa inicial,

en cambio, únicamente en Tarija la mayoría de los emprendedores tiene la percepción de que sus negocios son innovadores en el mercado. En todos los demás departamentos, la mayor parte de los emprendimientos nacientes y de los nuevos negocios estaría repitiendo lo que existe en el mercado. Los emprendimientos con menor innovación de mercado están presentes en Cochabamba, La Paz y Santa Cruz (Gráfico 3.34.).

Gráfico 3.34. Bolivia: Orientación a la innovación- Porcentaje de la TEA que indica que existen pocos o ningún otro negocio que ofrece el mismo producto, por departamento (2014)

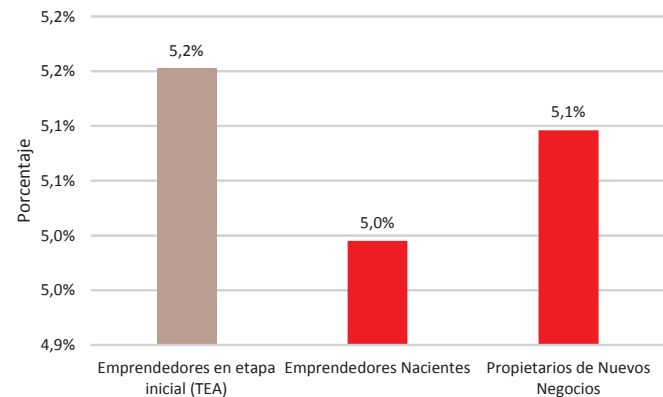


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Orientación internacional

Toda economía grande o pequeña es inevitablemente parte de la economía global. Por ello, es importante hacer un seguimiento de cómo la internacionalización contribuye al crecimiento del negocio. En Bolivia, únicamente el 5,2% de la actividad emprendedora en etapa inicial está orientada al mercado exterior. Esto refleja el comportamiento tanto de los emprendedores nacientes como de los propietarios de nuevas empresas. La explicación puede estar ligada a la sobrevaluación del tipo de cambio o bien al dinamismo de la demanda interna que brinda las oportunidades para estos negocios (Gráfico 3.35.).

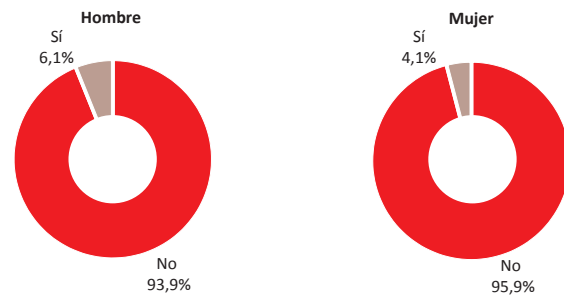
Gráfico 3.35. Bolivia: Orientación internacional- Porcentaje de emprendedores que indica que al menos 25% de sus clientes son del exterior (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Igual comportamiento se advierte entre hombres y mujeres. En ambos casos, más del 90% señala que ni siquiera el 25% de su producción está orientada al mercado exterior. Por otra parte, apenas el 6% de los emprendimientos en etapa inicial liderados por hombres tiene una orientación internacional, porcentaje que se reduce al 4% cuando los emprendimientos están liderados por mujeres (Gráfico 3.36.).

Gráfico 3.36. Bolivia: Orientación internacional- Porcentaje de la TEA que indica que al menos 25% de sus clientes son del exterior, según género (2014)

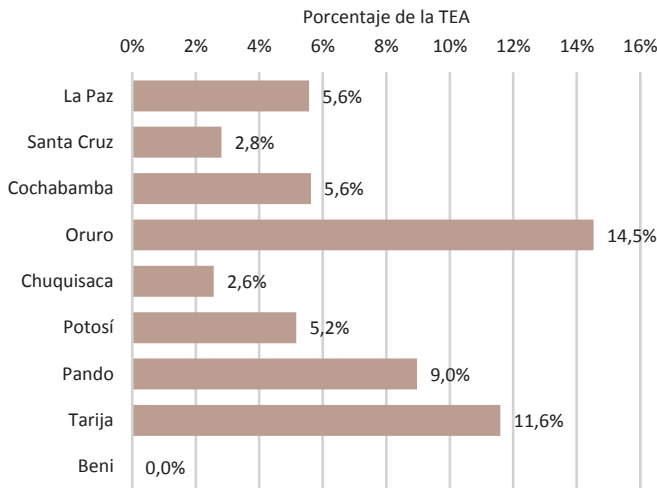


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Resulta interesante analizar la orientación internacional de la actividad emprendedora por lugar de residencia. Al respecto, Oruro, Tarija y Pando son los departamentos donde se observan las mayores proporciones de emprendedores en etapa inicial con una producción orientada al mercado exterior, aunque con porcentajes menores al 15%. Santa Cruz, Chuquisaca y Beni son los departamentos donde menos del 3% de los

empresarios en etapa inicial tiene esa orientación. Esta pregunta puede referirse tanto a la exportación de bienes o de servicios como a la existencia de consumidores de nacionalidad extranjera que visitan el país y consumen la producción resultante de esos emprendimientos. En general, es posible señalar que la producción de los emprendimientos en el país está orientada al mercado nacional (Gráfico 3.37.).

Gráfico 3.37. Bolivia: Orientación internacional- Porcentaje de la TEA que indica que al menos 25% de sus clientes son del exterior, por departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

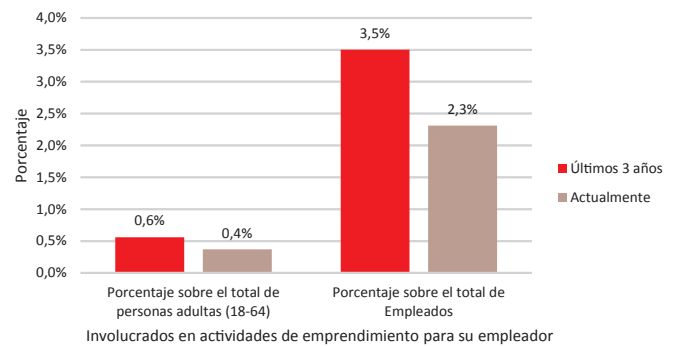
3.5. Actividades emprendedoras al interior de los negocios

Uno de los temas en los que ha evolucionado el GEM es la indagación sobre la actividad emprendedora al interior de los negocios. El emprendimiento es una actitud que bien puede expresarse por un empleado en servicio de su empleador; a esto se conoce como intraemprendimiento. La población intraemprendedora es aquella que ha estado involucrada en el desarrollo de un nuevo producto, servicio o unidad de negocio para el propietario del establecimiento donde desempeña funciones y con el que mantiene una relación de dependencia salarial.

En Bolivia, la actividad de intraemprendimiento es baja y decreciente. En efecto, únicamente el 3,5% de los encuestados que declara ser empleado ha realizado,

en los últimos tres años, una actividad emprendedora al interior del negocio para el que trabaja. Esa actividad intraemprendedora se reduce al 2,3% cuando se analiza el comportamiento en el periodo de los últimos 12 meses. Se puede aventurar una explicación que versa en temas de falta de reconocimiento al espíritu emprendedor dentro de los negocios o de escaso compromiso de los equipos de recursos humanos también al interior de los negocios (Gráfico 3.38.).

Gráfico 3.38. Bolivia: Población involucrada en actividades emprendedoras para su empleador (EEA)* (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

(* Corresponde a la información recabada mediante las preguntas sobre si en los últimos tres años se han involucrado en el desarrollo de nuevas actividades para su empleador principal, tales como desarrollar o lanzar nuevos productos o servicios, o poner en marcha una nueva unidad de negocio o un nuevo establecimiento o uno subsidiario, y si actualmente siguen involucrados.

3.6. Perfil del emprendedor (TEA y negocios establecidos)

El perfil del emprendedor aporta información sobre cuán inclusiva es la actividad emprendedora. Por ello, los indicadores de edad, de género y de ubicación geográfica se miden como porcentaje de la población que se encuentra en la etapa de emprendimientos iniciales (TEA), es decir, emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios. Así mismo, se compara el perfil emprendedor de la TEA con la de los propietarios de negocios establecidos.

3.6.1. Edad

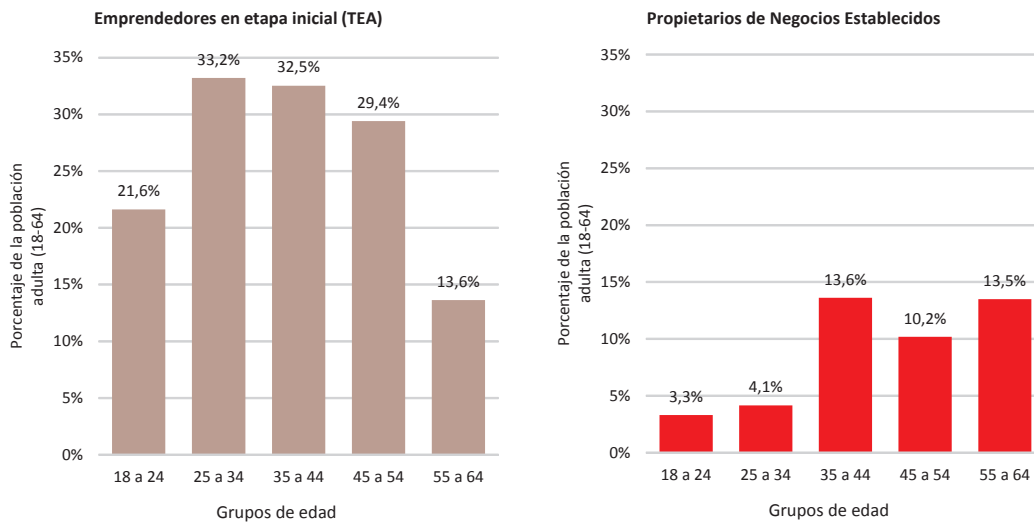
Ser emprendedor no es una característica exclusiva de un grupo de edad específico, aunque por razones que van desde recursos financieros hasta falta de regulaciones, algunos grupos de edad están menos presentes en actividades emprendedoras de etapa inicial. A

nivel mundial, se observa que los individuos más dinámicos en cuanto a la TEA son aquellos que están comprendidos en el grupo de 25 a 34 años.

La tendencia es similar en Bolivia, dado que la actividad emprendedora inicial es mayor para el grupo de

personas entre los 25 y los 34 años, dinamismo que va disminuyendo a medida que las personas son mayores. En el país, entre las personas de 25 a 34 años, el 13,6 % corresponde a propietarios de negocios establecidos. El porcentaje es parecido (13,5%) en el grupo de personas de 55 a 64 años (Gráfico 3.39.).

Gráfico 3.39. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según grupos de edad (2014)

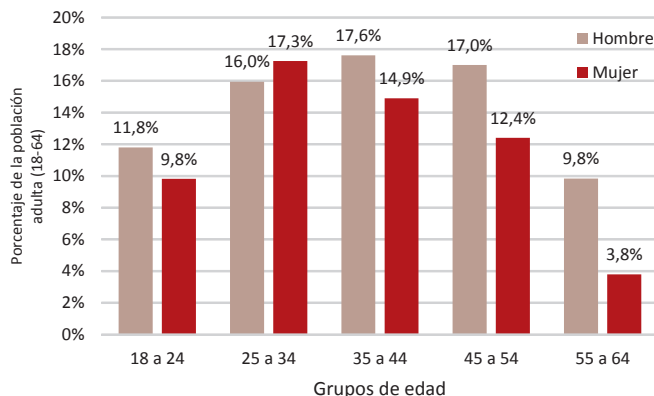


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al analizar la composición por género, se advierte que entre el grupo más dinámico, es decir de 25 a 34 años, la mayoría de los emprendedores en etapa inicial, aunque por muy poco, son mujeres, mientras que en los restantes grupos de edad los hombres son mayoría (Gráfico 3.40.).

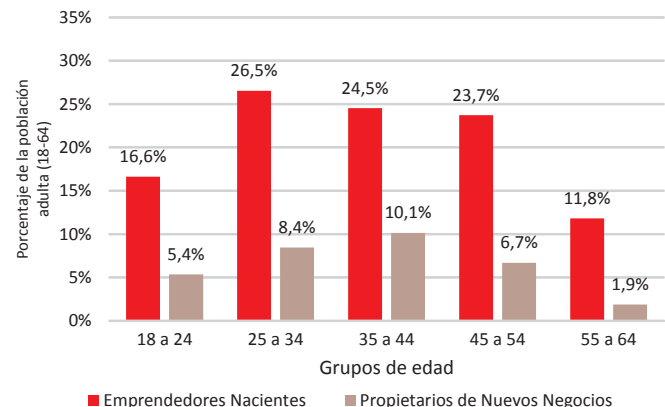
Así mismo, se observa que los emprendimientos nacientes son dominantes entre las personas de 25 a 34 años, mientras que en entre los propietarios de nuevos negocios la mayor frecuencia corresponde a las personas comprendidas entre los 35 y los 44 años (Gráfico 3.41.).

Gráfico 3.40. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA), según grupos de edad y género (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

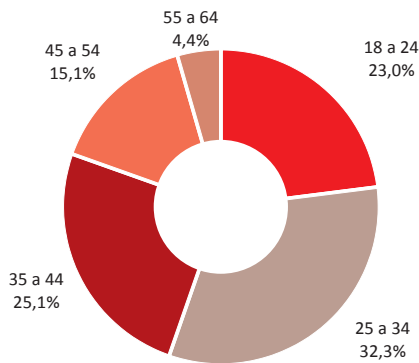
Gráfico 3.41. Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, según grupos de edad (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al interior del grupo de personas consideradas como emprendedoras en etapa inicial, la TEA está compuesta principalmente por personas de 25 a 34 años (32,3%). En segundo lugar está el grupo de personas entre 35 y 44 años, con el 25,1%, seguido del grupo de personas entre 18 y 24 años, con el 23%. Por tanto, los emprendedores en Bolivia son, en su mayoría, personas menores de 34 años (Gráfico 3.42).

Gráfico 3.42. Bolivia: Composición de la TEA según grupos de edad (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.6.2. Género

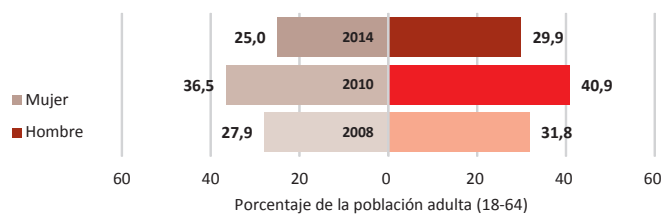
Por medio de las investigaciones del GEM en diferentes años, se sabe que la actividad emprendedora inicial es sensible a temas de género, debido a la combinación de razones culturales, sociales y económicas.

Incluso cuando entre hombres y mujeres no existen diferencias considerables en atributos individuales como la percepción de oportunidades y de capacidades, la TEA es dominada por hombres y sólo respecto al temor al riesgo existe un sesgo dominante entre las mujeres. Este patrón es diferente al comparar los motivos de la actividad TEA, cuando la necesidad es mayor entre las mujeres que entre los hombres que inician un negocio.

Las diferencias en los indicadores analizados por género no hacen otra cosa que demandar políticas a favor de una mayor inclusión (especialmente en el campo de la educación) y en pro de la construcción paralela de un tejido institucional favorable tanto para las mujeres como para el cuidado de niños y de adultos al interior de la familia extendida.

En Bolivia, la observación de las actividades emprendedoras en etapa inicial muestra que existen más emprendedores iniciales entre el género masculino que entre el género femenino, patrón que se mantiene desde las investigaciones realizadas el año 2008 (Gráfico 3.43).

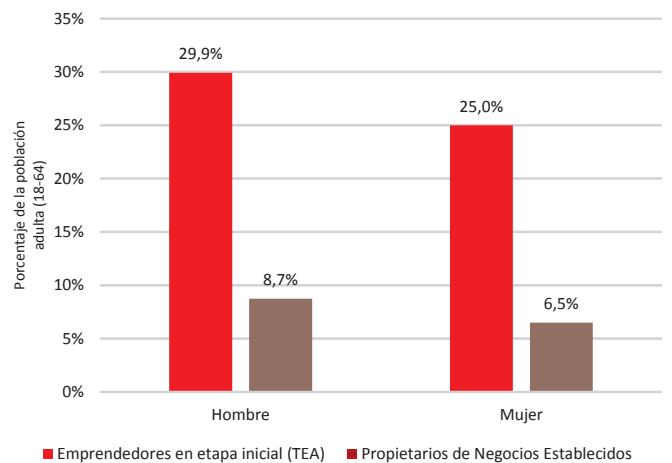
Gráfico 3.43. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) según género (2008-2014)



Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Cuando se desglosa por género, la actividad emprendedora es mayoritariamente una actividad de hombres, tanto en sus etapas iniciales como en la propiedad de negocios establecidos (Gráfico 3.44).

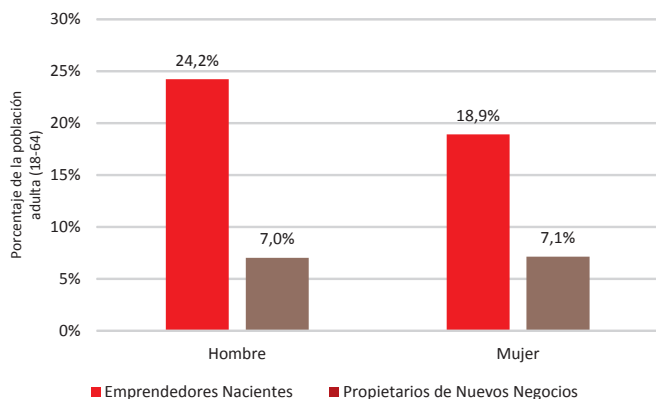
Gráfico 3.44. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según género (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Por otro lado, se advierte que existen más emprendedores nacientes hombres que mujeres, mientras que los porcentajes por género de propietarios de nuevos negocios son casi similares (Gráfico 3.45).

Gráfico 3.45. Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, según género (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al interior de la TEA, la composición entre hombres y mujeres es del 53,6% y del 46,4%, respectivamente. De esa manera, el grupo de personas emprendedoras en etapa inicial del país está representado mayormente por personas de género masculino (Gráfico 3.46.).

Gráfico 3.46. Bolivia: Composición de la TEA según género (2014)

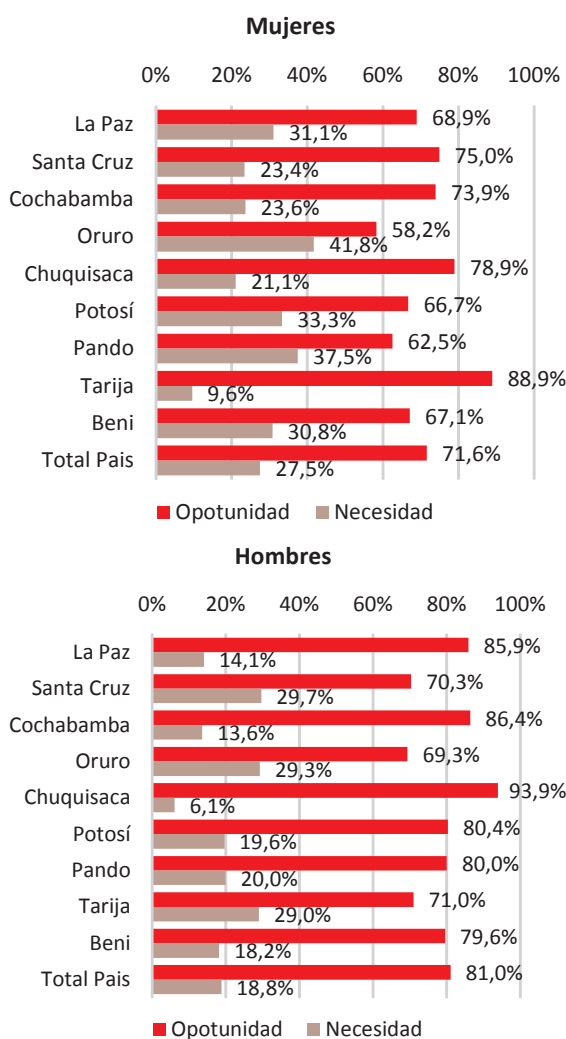


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En el análisis de la motivación para emprender por departamento y según género, se tiene que en todos los departamentos del país, tanto para hombres como para mujeres, el principal motivo para emprender es la oportunidad. Sin embargo, cabe notar que la motivación para emprender porque no existe otra alternativa para la generación de ingresos es mayor entre las mujeres. La oportunidad es mayor para los hombres de Chuquisaca, Cochabamba y La Paz, departamentos que muestran porcentajes por encima del promedio nacional. Para las mujeres, la oportunidad es una motivación mayor con relación al promedio nacional en

los departamentos de Tarija, Chuquisaca, Santa Cruz y Cochabamba. En el contexto nacional y por género, el motivo atribuido a la necesidad destaca para los hombres en Santa Cruz, Oruro, Tarija y Pando, pero la necesidad es la motivación por encima del promedio nacional para las mujeres en los departamentos de Oruro, Pando, Potosí, La Paz y Beni (Gráfico 3.47.).

Gráfico 3.47. Bolivia: Principales motivos para emprender, según género y por departamento (2014)

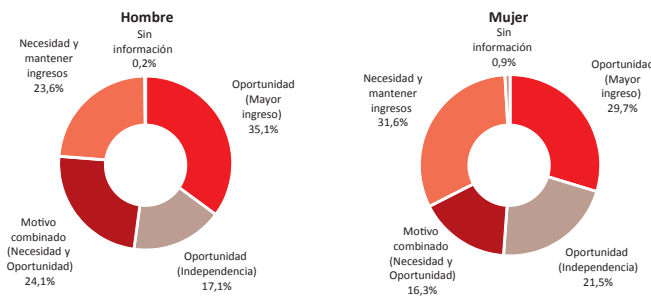


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). No necesariamente suma el total debido a que existen motivos combinados que no pueden ser distinguidos por separado a nivel general.

Si se combinan los motivos para emprender en un análisis por género, es posible afirmar que más del 52% de los emprendedores hombres están motivados por

la oportunidad de mayor ingreso y de mayor independencia. La necesidad –exclusiva y combinada– como motivación del emprendimiento, a su vez, está presente en el 47,9% de los emprendimientos liderados por mujeres (Gráfico 3.48.).

Gráfico 3.48. Bolivia: Motivos combinados para emprender, según género (2014)

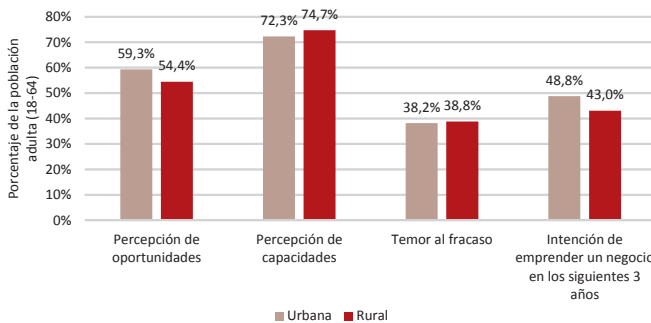


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.6.3. Ubicación geográfica

Resulta interesante observar las percepciones hacia el emprendimiento según el área de residencia de la población adulta de 18 a 64 años de edad. En comparación con la población que vive en las urbes, la población que habita en las áreas rurales tiene una percepción más optimista sobre sus capacidades para emprender, aunque no así sobre las oportunidades existentes y la intención de emprender un negocio en los próximos tres años. Sin embargo, el temor al fracaso es casi similar tanto entre los pobladores urbanos como entre los rurales de Bolivia (Gráfico 3.49.).

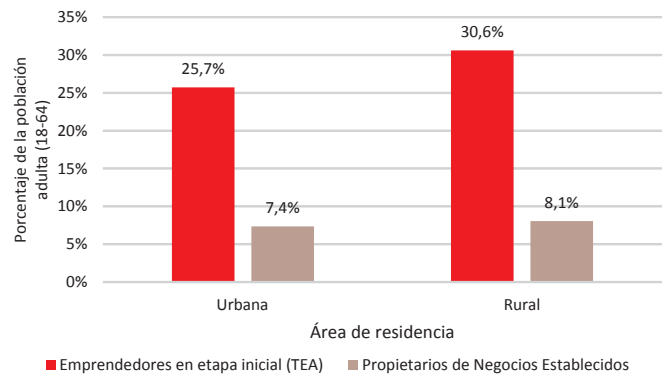
Gráfico 3.49. Bolivia: Percepciones hacia el emprendimiento, por área de residencia (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Pese a la escasa diferencia entre las percepciones de oportunidades y la intención de emprender entre la población urbana y rural, la población que vive en las áreas rurales muestra un porcentaje mayor en cuanto a la actividad emprendedora tanto en emprendimientos iniciales como en negocios establecidos. En efecto, del total de la población urbana, el 26% está en una actividad emprendedora naciente y el 7% es propietaria de un negocio establecido. En el área rural, del total de la población, el 31% está realizando una actividad emprendedora naciente y el 8% es propietaria de un negocio establecido. Esto indica que existe un dinamismo emprendedor interesante en el área rural del país (Gráfico 3.50.).

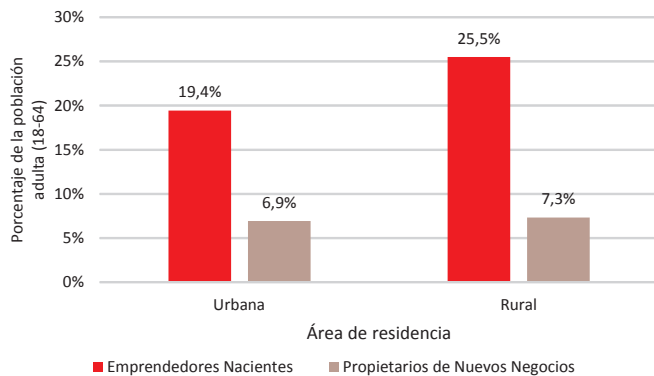
Gráfico 3.50. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, por área de residencia (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al interior de la TEA resulta interesante observar que en el área rural de Bolivia la proporción de los emprendedores nacientes respecto a los propietarios de nuevos negocios es mayor a la del área urbana. En ese sentido, es posible esperar que, en los próximos años, los emprendimientos nuevos e incluso los emprendimientos establecidos puedan llegar a tener un crecimiento interesante en las áreas rurales (Gráfico 3.51.).

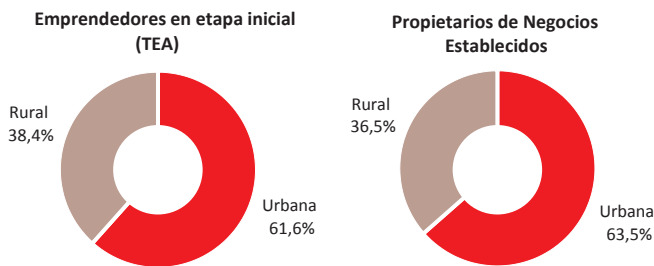
Gráfico 3.51. Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, por área de residencia (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

El análisis de los totales de la TEA y de propietarios de negocios establecidos permite advertir que entre los emprendedores nacientes el 62% es urbano y el 38%, rural. Entre los propietarios de negocios establecidos, en cambio, el 63,5% es urbano y el 36,5%, rural. Con la composición urbano-rural del país, el emprendimiento como actividad destaca por ser mayoritariamente urbano (Gráfico 3.52.).

Gráfico 3.52. Bolivia: Población de la TEA y de propietarios de negocios establecidos, por área de residencia (2014)

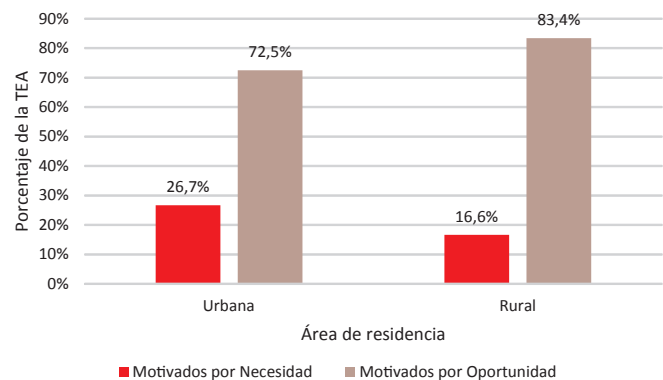


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En cuanto a las motivaciones, pese a que las personas en el área rural perciben en menor proporción las oportunidades, ellas emprenden por oportunidad, siendo la necesidad mucho menor que en las áreas urbanas del país. Llama la atención que el 83% de la dinámica emprendedora en etapa inicial en el área rural esté motivada por la oportunidad, en contraste con el 72,5% que se presenta en las áreas urbanas. Cabe señalar nuevamente que la oportunidad es una autopercepción, la cual, para inscribirse en el concepto exacto de oportu-

nidad, precisa ser un emprendimiento con un producto o un servicio innovador y ser un negocio con expectativas de crecimiento y de expansión de mercado, entre de otras características (Gráfico 3.53.).

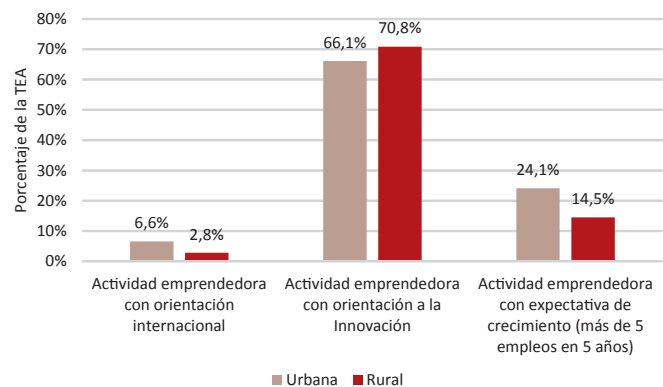
Gráfico 3.53. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) según motivaciones para emprender, por área de residencia (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En el área rural de Bolivia, ciertamente, se cumple la característica de actividad emprendedora motivada por la oportunidad con innovación, siempre desde una percepción de las personas entrevistadas. Sin embargo, el porcentaje de emprendimientos con orientación al mercado internacional y con expectativas de generación de empleo de más de cinco empleados en los próximos años es mínimo (Gráfico 3.54.).

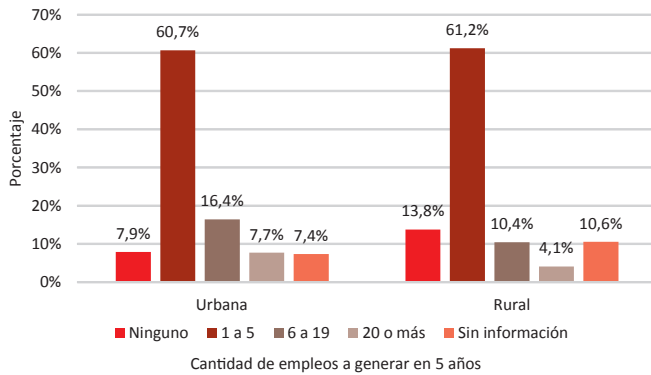
Gráfico 3.54. Bolivia: Aspiraciones de los emprendedores en etapa inicial (TEA), por área de residencia (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En particular, en cuanto a la generación de empleo en Bolivia se refiere, los emprendimientos rurales predominantes son aquellos que esperan crear entre uno y cinco empleos en los próximos cinco años. Las expectativas de generación de empleo de más de seis personas en los emprendimientos en el área rural son menores en comparación con los emprendimientos ubicados en el área urbana (Gráfico 3.55).

Gráfico 3.55. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) según área de residencia y expectativas de crecimiento-Generación de empleo en los próximos cinco años (2014)



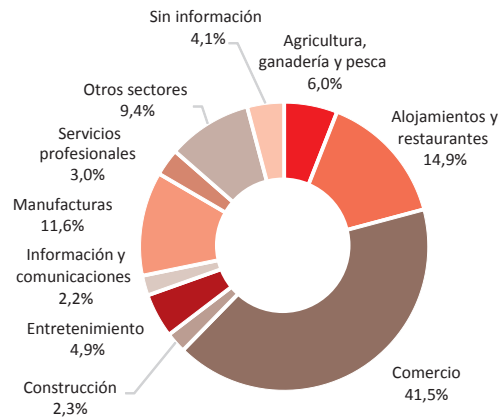
Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.7. Emprendimiento por sectores

En el marco del GEM, es oportuno observar los sectores en los que se realizan los emprendimientos, según las diferentes etapas del proceso, es decir, en qué sector inician sus actividades los emprendedores naciotes y los propietarios de nuevos negocios, así como saber en qué sectores se encuentran los negocios establecidos. Según el Gráfico 3.56., el 41,5% de los negocios naciotes corresponde al sector comercio, seguido por el sector de alojamientos y restaurantes con el 15%. Únicamente el 12% emprende en el sector

de las manufacturas y apenas el 6% de los negocios naciotes lo hace en el sector de la agricultura, la ganadería y la pesca. Con esos datos, es posible concluir que la mayoría de los negocios naciotes en Bolivia está en el sector terciario de la economía. Tal observación llama a la preocupación por la vulnerabilidad de los negocios ante *shocks* negativos para la economía nacional (Gráfico 3.56).

Gráfico 3.56. Bolivia: Emprendedores naciotes según sector de emprendimiento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Si se analizan los emprendimientos naciotes en un cruce entre sector y nivel educativo de los emprendedores naciotes, se advierte que los emprendedores que se dedican a la agricultura, a la ganadería y a la pesca tienen una educación primaria en su mayoría. En los sectores de alojamiento y restaurantes, comercio y manufacturas, que son los que mayor cantidad de emprendedores atraen, el nivel educativo predominante es el de secundaria. En el área de servicios profesionales, en cambio, el nivel educativo preponderante es el de licenciatura (Tabla 3.4.).

Tabla 3.4. Bolivia: Emprendedores nacientes según sector de emprendimiento, por nivel de educación(2014)

Sector	No responde	Ninguno	Primaria	Secundaria	Técnico	Licenciatura	Doctorado o Máster (postgrado)	Total
Agricultura, ganadería y pesca	0,0%	0,0%	43,8%	17,1%	8,1%	31,1%	0,0%	100%
Alojamientos y restaurantes	0,0%	0,1%	33,4%	54,9%	3,7%	6,8%	1,2%	100%
Comercio	0,5%	0,9%	11,8%	56,6%	18,4%	11,4%	0,5%	100%
Construcción	0,0%	0,0%	3,1%	42,8%	35,8%	15,6%	2,6%	100%
Entretenimiento	0,0%	0,0%	4,6%	54,5%	24,5%	16,4%	0,0%	100%
Información y comunicaciones	0,0%	0,0%	12,1%	35,8%	19,7%	32,4%	0,0%	100%
Manufacturas	0,0%	3,1%	12,7%	63,7%	8,5%	12,0%	0,0%	100%
Servicios profesionales	0,0%	0,0%	0,0%	9,2%	14,2%	71,2%	5,4%	100%
Otros sectores	0,0%	0,0%	5,2%	28,9%	16,8%	45,6%	3,5%	100%
Sin información	0,0%	0,0%	44,4%	27,0%	28,6%	0,0%	0,0%	100%
Total	0,2%	0,8%	16,8%	48,7%	15,3%	17,3%	0,9%	100%

Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Para completar el perfil del emprendedor naciente en Bolivia y cruzar la información entre sector de emprendimiento y edad del emprendedor, se puede decir que los emprendedores nacientes se encuentran en el grupo de edad de 25 a 34 años, ya que es el grupo dominante para los emprendedores que están iniciando un negocio en sectores como los de agricultura, ganadería y pesca; alojamientos y restaurantes; comercio; in-

formación y comunicaciones; entre otros. Por su parte, los emprendedores nacientes que se desempeñan en sectores como la construcción y las manufacturas son algo mayores, por tratarse predominantemente de personas comprendidas entre los 35 y los 44 años. A su vez, la mayoría de los emprendedores nacientes en los sectores de servicios profesionales y de entretenimiento tiene una edad que va de 45 a 54 años (Tabla 3.5.).

Tabla 3.5. Bolivia: Emprendedores nacientes según sector de emprendimiento, por grupos de edad (2014)

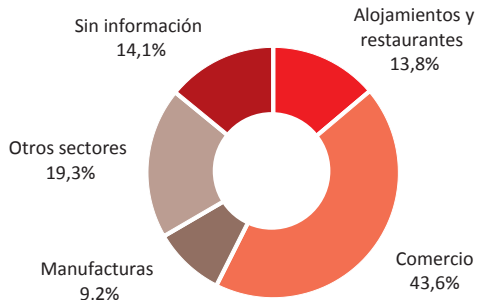
Sector	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Total
Agricultura, ganadería y pesca	10,3%	36,8%	25,2%	20,2%	7,5%	100%
Alojamientos y restaurantes	22,7%	36,0%	22,7%	15,9%	2,7%	100%
Comercio	23,3%	39,3%	19,2%	13,0%	5,2%	100%
Construcción	14,7%	9,2%	66,1%	3,8%	6,2%	100%
Entretenimiento	21,8%	24,4%	25,8%	27,9%	0,0%	100%
Información y comunicaciones	50,4%	34,3%	3,2%	0,0%	12,1%	100%
Manufacturas	24,0%	10,2%	47,6%	10,5%	7,7%	100%
Servicios profesionales	0,0%	31,2%	29,8%	36,4%	2,6%	100%
Otros sectores	24,8%	39,0%	9,8%	22,2%	4,2%	100%
Sin información	28,2%	26,6%	25,7%	16,6%	3,0%	100%
Total	22,5%	32,9%	24,2%	15,5%	4,9%	100%

Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al realizar el mismo tipo de observación entre los emprendedores propietarios de nuevos negocios, es decir, aquéllos cuya actividad tiene una duración entre tres y 42 meses en el mercado, se advierte que la

mayoría está en el comercio (43,6%), muy por encima del área de alojamientos y restaurantes, y dejando a la manufactura incluso por debajo de los otros sectores (Gráfico 3.57.).

Gráfico 3.57. Bolivia: Propietarios de nuevos negocios según sector de emprendimiento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En cuanto a la educación, los propietarios de nuevos negocios tienen, en general, un nivel educativo predominantemente de secundaria, a excepción de los propietarios de nuevos negocios en el sector de alojamientos y restaurantes, que declaran tener mayoritariamente una educación de nivel técnico (Tabla 3.6.).

Tabla 3.6. Bolivia: Propietarios de nuevos negocios según sector de emprendimiento, por nivel de educación (2014)

Sector	No responde	Ninguno	Primaria	Secundaria	Técnico	Licenciatura	Doctorado o Máster (postgrado)	Total
Alojamientos y restaurantes	0,0%	5,7%	7,0%	46,0%	32,7%	8,7%	0,0%	100%
Comercio	0,0%	0,9%	18,6%	46,2%	13,7%	20,6%	0,0%	100%
Manufacturas	0,0%	0,0%	26,9%	40,7%	25,1%	7,3%	0,0%	100%
Otros sectores	1,5%	0,0%	13,6%	35,8%	26,4%	22,0%	0,7%	100%
Sin información	0,0%	0,0%	6,0%	46,4%	23,1%	24,5%	0,0%	100%
Total	0,3%	1,2%	15,0%	43,7%	21,1%	18,6%	0,1%	100%

Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Respecto a la edad, conociendo que los propietarios de nuevos negocios se distribuyen entre los grupos de 25 a 34 y de 35 a 44 años, se observa que en el sector de manufacturas los propietarios de nuevos negocios tienen una edad entre 25 y 34, mientras que

los emprendedores propietarios de nuevos negocios en los sectores de comercio, de alojamientos y restaurantes, y de otros sectores declaran mayoritariamente tener de 35 a 44 años (Tabla 3.7.).

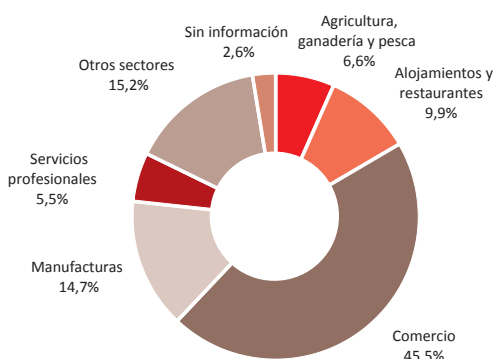
Tabla 3.7. Bolivia: Propietarios de nuevos negocios según sector de emprendimiento, por grupos de edad (2014)

Sector	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Total
Alojamientos y restaurantes	10,1%	27,3%	33,8%	25,7%	3,1%	100%
Comercio	25,7%	28,9%	32,8%	9,2%	3,5%	100%
Manufacturas	22,7%	45,4%	17,9%	10,2%	3,8%	100%
Otros sectores	19,7%	35,0%	35,4%	9,3%	0,5%	100%
Sin información	25,5%	32,5%	20,8%	21,3%	0,0%	100%
Total	22,1%	31,9%	30,4%	13,3%	2,4%	100%

Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Entre los emprendedores con negocios establecidos, negocios cuya antigüedad en el mercado supera los 3,5 años, el 45,5% declara estar en el sector de comercio, en tanto que sólo el 14,7% afirma desenvolverse en el sector de transformación (manufacturas), mientras que el 10% lo hace en el sector de alojamientos y

restaurantes, y el 7%, en el sector primario de agricultura, ganadería y pesca (Gráfico 3.58.). Por lo anterior, es posible establecer que la mayoría de los negocios en Bolivia, tanto aquellos que recién se ponen en marcha como aquellos que están establecidos en el mercado, están ubicados en la actividad comercial.

Gráfico 3.58. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos según sector de emprendimiento (2014)


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Por otra parte, los propietarios de negocios establecidos declaran tener, en porcentaje y por orden de importancia, una educación de nivel secundario, primario y de licenciatura. Los propietarios de negocios establecidos en el sector de agricultura, ganadería y pesca, en cambio, al igual que aquéllos del sector de alojamientos y restaurantes, mayoritariamente señalan tener una educación primaria, mientras que los propietarios de negocios establecidos en los sectores de comercio y de manufacturas afirman en su mayoría contar con una educación secundaria. El nivel educativo de licenciatura es predominante únicamente en el grupo de otros sectores, que también engloba a los servicios profesionales (Tabla 3.8.).

Tabla 3.8. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos según sector de emprendimiento, por nivel de educación (2014)

Sector	No responde	Ninguno	Primaria	Secundaria	Técnico	Licenciatura	Doctorado o Máster (postgrado)	Total
Agricultura, ganadería y pesca	0,0%	0,0%	40,5%	35,0%	0,0%	24,5%	0,0%	100%
Alojamientos y restaurantes	0,0%	3,7%	41,6%	44,4%	10,4%	0,0%	0,0%	100%
Comercio	0,0%	1,5%	21,1%	48,4%	18,3%	10,6%	0,2%	100%
Manufacturas	0,0%	0,0%	17,1%	40,3%	17,8%	24,8%	0,0%	100%
Servicios profesionales	0,0%	0,0%	0,0%	9,6%	13,9%	61,6%	14,9%	100%
Otros sectores	0,0%	0,0%	21,0%	31,6%	24,8%	21,3%	1,3%	100%
Sin información	0,0%	0,0%	0,0%	33,4%	7,0%	59,6%	0,0%	100%
Total	0,0%	1,1%	22,1%	40,8%	16,7%	18,2%	1,1%	100%

Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En términos de grupos por edad, los propietarios de negocios establecidos son algo mayores que los emprendedores nacientes y los propietarios de nuevos negocios. Como se aprecia en la Tabla 3.9., el 81% de los emprendedores con negocios establecidos en el sector de agricultura, ganadería y pesca corresponde al grupo de las personas de 35 a 44 años. En ese grupo de edad, también se encuentran los mayores

porcentajes de emprendedores que tienen negocios establecidos en el sector de alojamientos y restaurantes, así como los propietarios de negocios comerciales y de servicios profesionales. Es interesante notar que aquellos emprendedores con negocios en el sector de manufacturas son incluso mayores, predominando el grupo de edad de 45 a 54 años (Tabla 3.9.).

Tabla 3.9. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos según sector de emprendimiento, por grupos de edad (2014)

Sector	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Total
Agricultura, ganadería y pesca	0,0%	0,0%	81,1%	7,5%	11,4%	100%
Alojamientos y restaurantes	27,0%	2,6%	36,1%	19,0%	15,2%	100%
Comercio	17,8%	16,1%	40,1%	13,6%	12,5%	100%
Manufacturas	5,2%	10,5%	28,5%	39,5%	16,3%	100%
Servicios profesionales	6,4%	0,0%	36,7%	27,0%	30,0%	100%
Otros sectores	5,4%	24,6%	30,1%	14,3%	25,7%	100%
Sin información	0,0%	66,8%	0,0%	33,2%	0,0%	100%
Total	12,7%	14,6%	38,0%	18,9%	15,9%	100%

Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

A glosa de conclusión, en Bolivia, el emprendimiento es bien valorado socialmente, los medios de comunicación juegan un rol importante en la difusión de la actividad e incluso parecen tener un efecto positivo en la elección del emprendimiento como carrera deseable. Sin embargo, pese a que las percepciones individuales son positivas respecto a los conocimientos para el aprovechamiento de las oportunidades y a la existencia de éstas en el ambiente económico, menos del 50% de la población expresa intenciones de emprender en los próximos tres años.

El año 2014, el indicador más importante del GEM, la TEA, se ha reducido al 27,4% de la población, como también ha disminuido el porcentaje de negocios establecidos en el mercado. Es interesante observar, sin embargo, que pese a esas reducciones, la tasa de discontinuidad también ha caído en cerca de dos puntos porcentuales respecto al año 2010.

Los datos mostrados en este capítulo ratifican en parte la hipótesis de que el crecimiento económico sostenido en el país durante la última década habría reducido el porcentaje de los emprendimientos por necesidad e incrementado el porcentaje de los emprendimientos motivados por la oportunidad. En efecto, casi el 77% de los emprendedores declara que inicia sus actividades motivado por la oportunidad que brinda el mercado y no así por la necesidad de encontrar una fuente alternativa de ingresos. La declaración por oportunidad puede ser cuestionada cuando se observa que únicamente el 5% de los emprendimientos iniciales están orientados al mercado exterior y que el 60% de los emprendimientos iniciales no espera crear más de

cinco empleos en los próximos cinco años. Cabe aclarar que casi el 70% declara que su emprendimiento es innovador en términos de producto, aunque sólo el 40% indica que su negocio es innovador en el mercado. Tales diferencias hacen suponer que lo nuevo del producto se debe más bien a una ampliación en la capacidad de compra de los consumidores y no así a la novedad del producto.

En cuanto al perfil del emprendedor inicial, éste corresponde principalmente al de una persona de sexo masculino, de edad comprendida entre los 25 y los 34 años, que vive en la urbe. El emprendedor propietario de negocios, en cambio, es una persona de sexo masculino de edad algo mayor que va de los 35 a los 44 años.

En lo relativo a los principales sectores para el emprendimiento, éstos son el comercio, los alojamientos y restaurantes, dejando al sector de las manufacturas en el tercer lugar. El orden se altera al considerar a los propietarios de negocios establecidos y a los sectores predominantes, donde el comercio siempre encabeza la lista, seguido de las manufacturas y, en tercer lugar, del sector de alojamientos y restaurantes.

Estas características del emprendimiento en Bolivia motivan a indagar sobre temas como la educación de las personas que llevan adelante esos negocios y el financiamiento con el que cuentan para la concreción de sus ideas. Educación y financiamiento han sido relevados como temas clave para impulsar tanto el emprendimiento de calidad como la innovación, de manera que colaboren al crecimiento económico de un país. Ambos temas se analizan en las páginas siguientes.

4

TÓPICOS ESPECIALES

En el esfuerzo de entender el contexto del emprendimiento en Bolivia, esta investigación aborda dos tópicos especiales relacionados con las políticas públicas y con los programas privados que pueden fortalecer e impulsar el emprendimiento de calidad en el país. Tales tópicos especiales son, por una parte, el tema de educación y de capacitación, y, por otra parte, el tema de financiamiento y de acceso al crédito. Ambos son analizados con el objetivo de indagar las causas que influyen en el tipo de emprendimiento predominante en el país. Este capítulo también analiza el tema del uso de tecnologías y de asociatividad, en un esfuerzo por entender los beneficios que puedan dar al emprendimiento existente.

4.1. Educación y capacitación, acceso y uso de tecnologías

La educación se entiende como un proceso formal en el que se transmiten conocimientos básicos que posibiliten en el futuro inmediato la adquisición de otro tipo de aprendizaje más complejo. El concepto de educación comprende la capacitación como adquisición de habilidades específicas y el entrenamiento en actividades particulares. La educación es, por lo general, un proceso formal dividido en etapas, como ser la educación básica, que en nuestro país abarca la educación primaria y la secundaria, en un periodo de 12 años; la educación superior, que hace referencia a la educación postsecundaria, sea técnica o a nivel licenciatura; y la educación de postgrado, que se inicia después de la obtención de un título académico universitario.

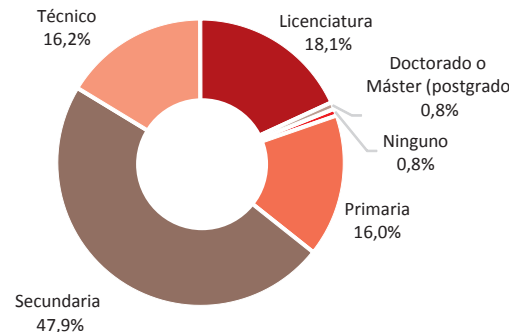
Cabe señalar que la relación entre educación y emprendimiento es compleja, y varía según el contexto cultural y el nivel de desarrollo de cada país. Es posible observar que dados los niveles de educación existentes en Bolivia, éste es un ámbito que aún presenta grandes

oportunidades para estimular la creación de empresas. En ese contexto, es de especial importancia saber si la educación brinda las capacidades apropiadas para el establecimiento de emprendimientos orientados a la innovación y a la productividad.

4.1.1. Educación

El Gráfico 4.1. presenta el nivel educativo de la población emprendedora en etapa inicial en Bolivia, es decir, del 100% de la TEA que abarca tanto a los emprendedores nacientes como a aquellos propietarios de nuevos negocios. Los datos muestran que del total de la TEA menos del 1% tiene un nivel educativo de postgrado, en tanto que el 18% cuenta con una educación a nivel de licenciatura y el 16% con una educación técnica. También revela que el 63,9% tiene algún nivel de educación escolar: el 47,9% para la educación secundaria y el 16% para la educación primaria.

Gráfico 4.1. Bolivia: Composición de la TEA según el nivel educativo más alto completado (2014)

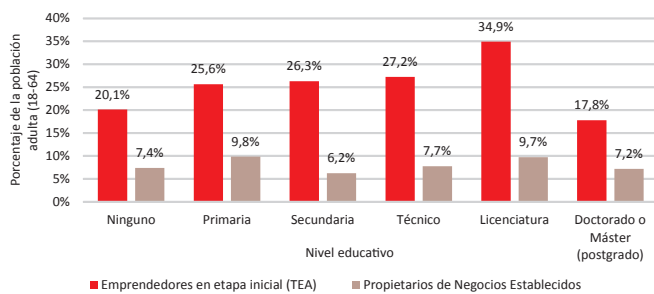


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). Incluye información de niveles educativos incompletos.

Los anteriores niveles de educación son el reflejo del esfuerzo educativo que se viene dando en Bolivia desde mediados de la década de 1990, gracias a los cuales es predominante entre la población emprendedora la presencia de personas con 12 años de escolaridad.

Del total de la población, se observa que existe una mayor actividad emprendedora entre las personas con un nivel educativo de licenciatura. Es decir que, de las personas con ese nivel educativo, el 35% estaría realizando una actividad emprendedora inicial y el 10% sería propietaria de un negocio establecido. Es notable que el otro nivel dinámico de emprendimiento se dé entre aquellas personas con el nivel de educación primaria. De ese grupo, el 26% es emprendedor inicial y el 10% corresponde a los propietarios de negocios establecidos (Gráfico 4.2.).

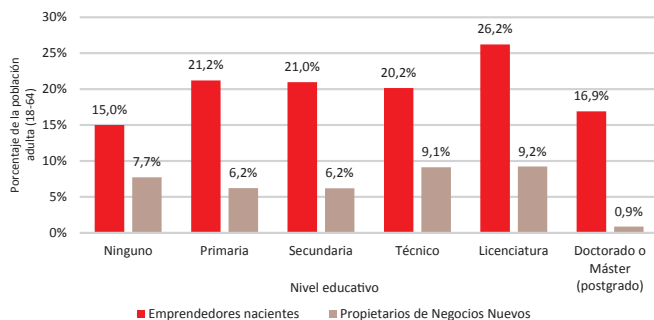
Gráfico 4.2. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según nivel educativo (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). Incluye información de niveles educativos incompletos.

Considerando que en Bolivia la mayor dinámica emprendedora inicial se da entre quienes tienen un nivel educativo de licenciatura, al interior de la TEA se observa la misma tendencia, en especial en cuanto a los emprendedores nacientes. En términos de propietarios de negocios establecidos, la dinámica es similar entre quienes tienen los niveles educativos técnico y de licenciatura (Gráfico 4.3.).

Gráfico 4.3. Bolivia: Emprendedores nacientes y de propietarios de nuevos negocios, según nivel educativo (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

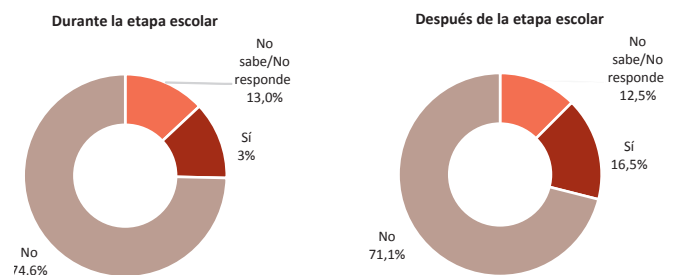
Sin lugar a dudas, cualquier avance educativo es importante para el desarrollo del país. Cabe indagar, entonces, sobre la pertinencia de la educación para el inicio y la expansión de los negocios en términos de empleo y de mercados, a fin de buscar una mayor contribución al crecimiento económico. En ese sentido, el tema de la educación se amplía con aspectos relativos a la capacitación.

4.1.2. Capacitación

La capacitación para el emprendimiento es una industria floreciente con proveedores públicos y privados. Ésta es entendida como la dotación a emprendedores potenciales y activos de competencias específicas para la concreción de ideas que posibiliten un tejido económico eficiente y competitivo con beneficios para el conjunto social.

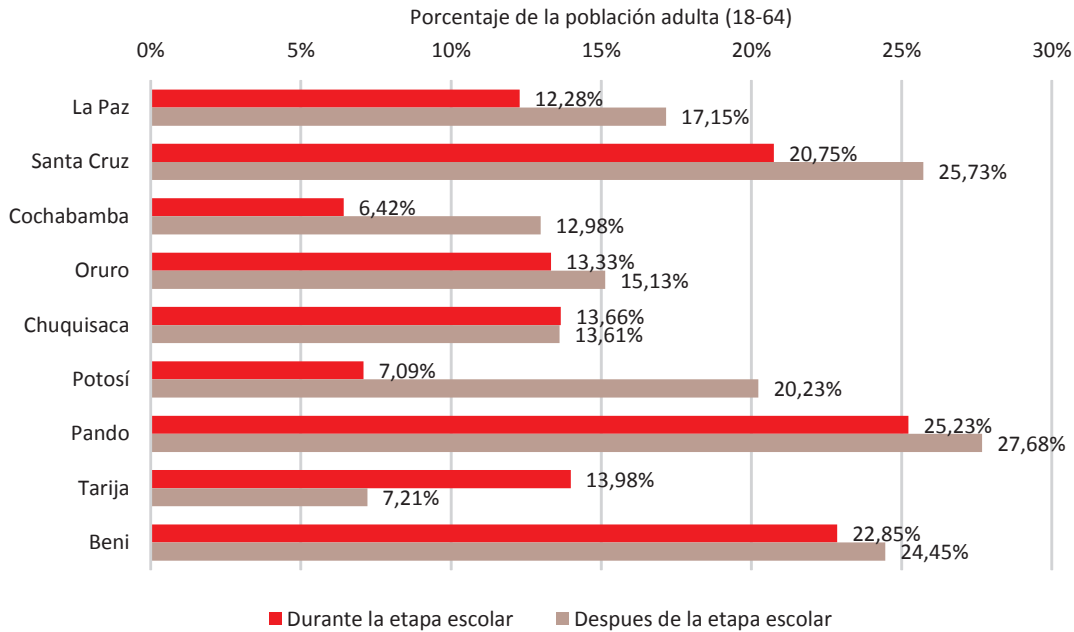
En Bolivia, solamente el 12,3% de la población adulta ha recibido algún tipo de capacitación para emprender durante la etapa escolar y el 16,5% lo hizo posteriormente. Los departamentos con mayor capacitación emprendedora durante la etapa escolar son Santa Cruz (20,7%), Beni (25,2%) y Pando (22,8%), siendo también los que registran mayor capacitación posterior a la etapa escolar. Es decir, en todos los departamentos, más de la mitad de la población no tiene educación para los negocios, especialmente en los departamentos de Cochabamba y Tarija, que registran los menores niveles de capacitación para emprender (Gráficos 4.4. y 4.5.).

Gráfico 4.4. Bolivia: Porcentaje de la población adulta que recibió capacitación para emprender un negocio durante y después de la etapa escolar (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). Los porcentajes son calculados para el total de la población adulta (18-64 años).

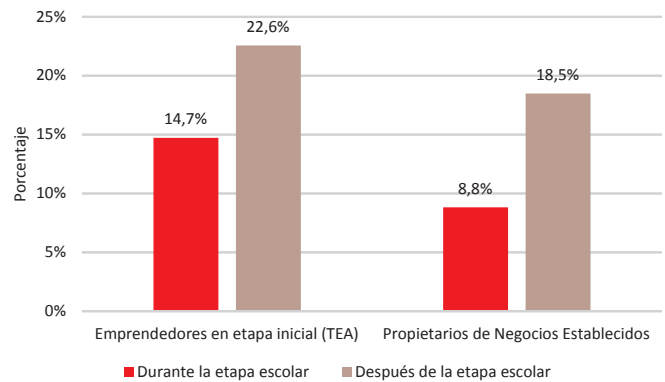
Gráfico 4.5. Bolivia: Porcentaje de la población adulta que recibió capacitación para emprender un negocio, según departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al interior del conjunto de la población en actividad emprendedora, es posible observar que la capacitación posterior a la escuela es mayor en todos los casos; es decir, tanto para quienes inician el emprendimiento como para aquellos que ya tienen negocios establecidos en el mercado por más de 3,5 años. En el Gráfico 4.6., se aprecia que la capacitación posterior a la educación escolar es mayor entre quienes están iniciando o tienen un emprendimiento nuevo (TEA). Los datos de capacitación son un indicador del tipo de negocios, de su permanencia en el mercado y de su rentabilidad en el futuro. En especial, es importante visualizar la calidad de la capacitación, aspecto que se constituye en tema de una próxima investigación, con miras a establecer los lazos entre la capacitación y la productividad del trabajo en el país.

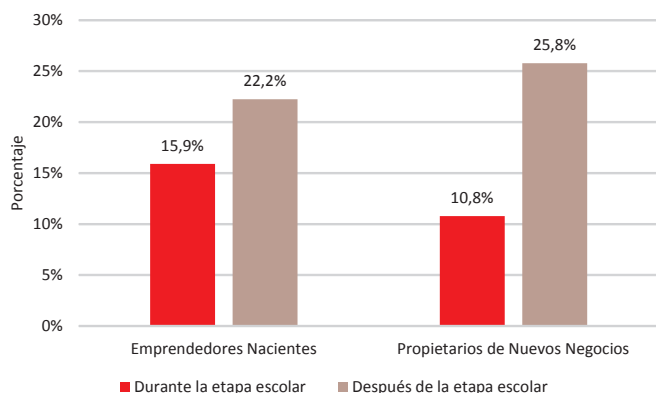
Gráfico 4.6. Bolivia: Porcentaje de emprendedores en etapa inicial (TEA) y de propietarios de negocios establecidos que recibieron capacitación para emprender un negocio (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). Los porcentajes representan los casos afirmativos al interior de cada grupo de análisis.

En Bolivia, al interior de la TEA, la capacitación durante la etapa escolar es menor que la capacitación que reciben los emprendedores en etapas posteriores a los 12 años de escolaridad. Por otra parte, se constata que entre los propietarios de nuevos negocios el porcentaje de emprendedores que reciben capacitación después de la etapa escolar (26%) es mayor que el de aquellos que están iniciando un negocio (22%). Podría decirse que los propietarios de negocios cuya duración en el mercado está entre tres y 42 meses son quienes estarían recibiendo capacitación para un mejor desempeño económico de los negocios a su cargo, aunque la mayoría de los emprendedores declaran no haber recibido capacitación alguna (Gráfico 4.7.).

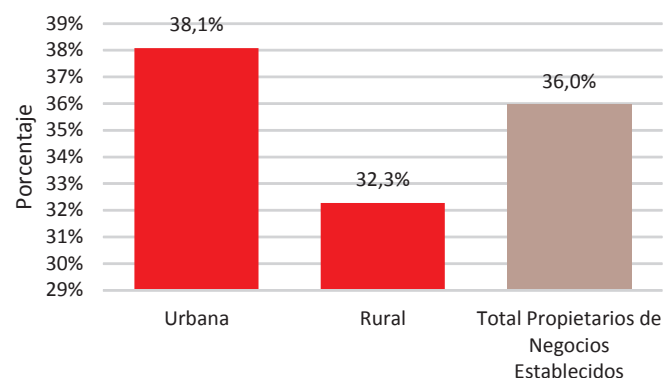
Gráfico 4.7. Bolivia: Porcentaje de emprendedores nacientes y de propietarios de nuevos negocios que recibieron capacitación para emprender un negocio (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). Los porcentajes representan los casos afirmativos al interior de cada grupo de análisis.

El emprendimiento en Bolivia, por tanto, pareciera obedecer a un espíritu emprendedor innato. En efecto, entre aquéllos cuyos emprendimientos se han consolidado en el mercado, únicamente el 36% ha recibido una capacitación inherente al negocio antes de iniciarlo. Es decir, la mayoría de los emprendedores con negocios establecidos depende mayoritariamente de sus talentos y no así de las capacidades o del entrenamiento adquiridos. El acceso a una capacitación previa al establecimiento del negocio es mayor en las áreas urbanas (Gráfico 4.8.).

Gráfico 4.8. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos- Acceso a conocimientos o entrenamientos antes de la puesta en marcha (2014)



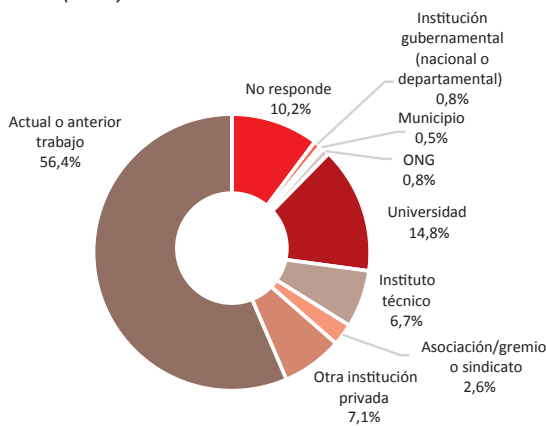
Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Incluso con el 36% de propietarios de negocios establecidos con una capacitación previa, los índices de discontinuidad y, sobre todo, los porcentajes de innovación y de expectativas de expansión observados en Bolivia reclaman una mayor investigación en cuanto a la calidad de la capacitación, en el sentido de la dotación de habilidades específicas que disminuyan la brecha entre la demanda y la oferta de tales habilidades en el mercado laboral. Las deficiencias en la capacitación específica para los negocios pueden deberse a enfoques extremadamente academicistas o asistencialistas que, en lugar de promover, cohiben el espíritu emprendedor al grado de que las personas prefieren ser empleados dependientes, si se da la oportunidad, y no así mantener la opción de ser propietarios de negocios.

Por otra parte, pese a la percepción de una multiplicidad de esfuerzos públicos y privados para la capacitación a la población, la mayoría de los emprendedores consolidados en el mercado señala que la principal fuente para adquirir habilidades y destrezas específicas para el negocio ha sido el actual o el anterior trabajo; es decir, la experiencia. Es interesante observar que en Bolivia la Universidad ha provisto de capacitación al 15% de los emprendedores establecidos, seguida por los institutos técnicos, que han brindado capacitación al 7% de ese conjunto de emprendedores. En cuanto a las instituciones privadas, éstas han llegado a un mayor porcentaje en comparación con las instituciones

públicas. Así, los centros privados han brindado capacitación al 7% de los emprendedores establecidos, mientras que los esfuerzos públicos no han llegado ni al 2% de los propietarios de negocios, siendo los municipios menos efectivos que las instituciones de orden nacional o departamental en llegar a la población objetivo (Gráfico 4.9).

Gráfico 4.9. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Instituciones que brindaron el entrenamiento antes de la puesta en marcha (2014)

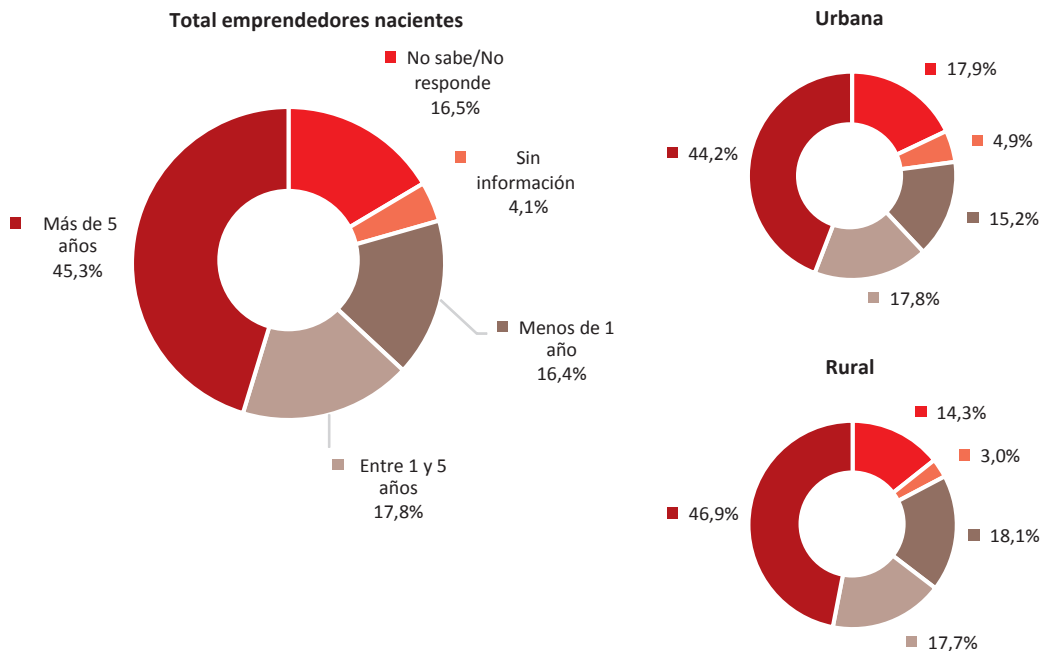


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4.1.3. Acceso y uso de tecnologías

El tema de la tecnología resulta importante para completar la idea sobre el tipo de negocios que se inician en el país. En el Gráfico 4.10., se puede observar que la disponibilidad predominante de tecnología en el mercado para quienes inician un negocio es aquella que tiene una antigüedad mayor a cinco años. Con el rápido avance del desarrollo tecnológico en el mundo, una tecnología con antigüedad mayor a cinco años es considerada en los estándares internacionales como obsoleta. Esto lleva a aventurar otra relación positiva entre la escasa permanencia de los negocios en el mercado y la obsolescencia de la tecnología utilizada. Más aún, dadas las respuestas de los encuestados, se descarta la posibilidad de contemplar emprendimientos de base tecnológica con potencial de expansión y de competitividad en el mercado (Gráfico 4.10.).

Gráfico 4.10. Bolivia: Emprendedores nacientes-Disponibilidad de tecnologías requeridas, según antigüedad, para la producción del producto o servicio (2014)



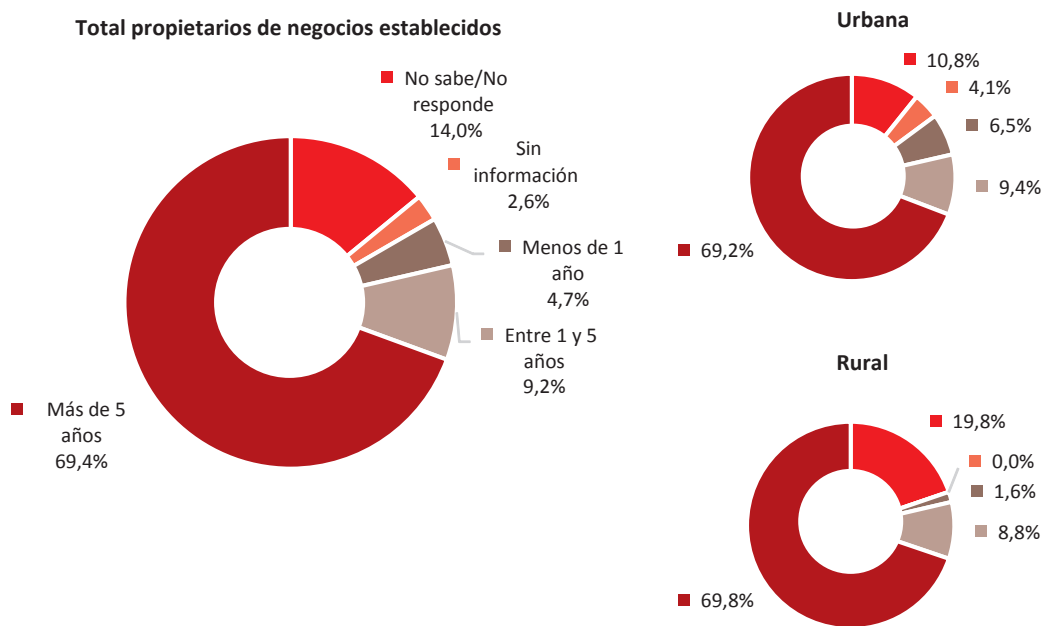
Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Los datos sin información incluyen datos de personas que no realizaron acciones en los últimos 12 meses o que no serán propietarios.

Para el caso de los emprendimientos establecidos en el mercado boliviano, la proporción que utiliza una tecnología con cinco o más años de antigüedad es incluso mayor, en comparación con los emprendimientos iniciales. En la agregación de datos, se puede observar que la tecnología es antigua para el 69% de los propietarios de negocios establecidos. De hecho, a nivel

nacional, únicamente el 14% de los negocios establecidos cuenta con una tecnología de menos de cinco años; es decir, una tecnología actualizada. Por área geográfica, ese porcentaje es del 16% para los propietarios urbanos, que se reduce al 10,5% cuando el lugar de residencia del emprendedor es el área rural (Gráfico 4.11.).

Gráfico 4.11. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Disponibilidad de tecnologías requeridas, según antigüedad, para la producción del producto o servicio (2014)

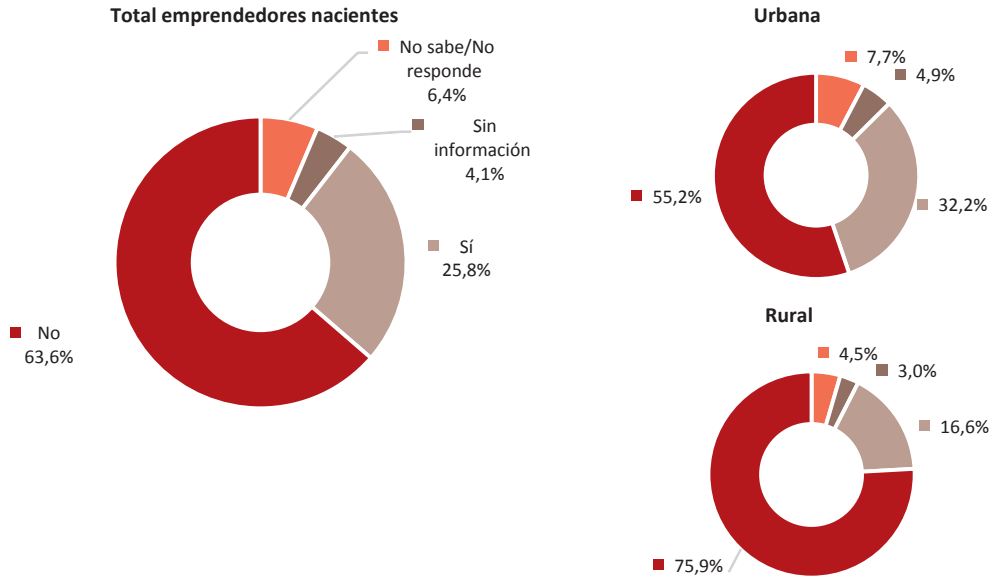


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

En términos de tecnología, la globalización tanto de la producción como del mercado hace del Internet un instrumento esencial para la reducción de costos y la expansión de mercados. En Bolivia, se observa que la población emprendedora en su conjunto no utiliza el Internet para sus estrategias de mercadeo. Las áreas rurales, en comparación con los emprendedores de las áreas urbanas, muestran porcentajes menores en cuanto a la utilización de Internet para la venta de los productos o de los servicios de sus negocios.

Ciertamente, a nivel nacional, únicamente el 26% de los emprendedores nacientes utiliza el Internet para sus actividades de mercado. Por área de residencia, en el área urbana, el 32% de los emprendedores nacientes utiliza ese medio como instrumento para sus actividades de venta de sus productos o de sus servicios. Ese porcentaje se reduce a casi la mitad (17%) en el caso de sus pares del área rural (Gráfico 4.12.).

Gráfico 4.12. Bolivia: Emprendedores nacientes- Uso de Internet para vender productos o servicios ofrecidos por su negocio (2014)

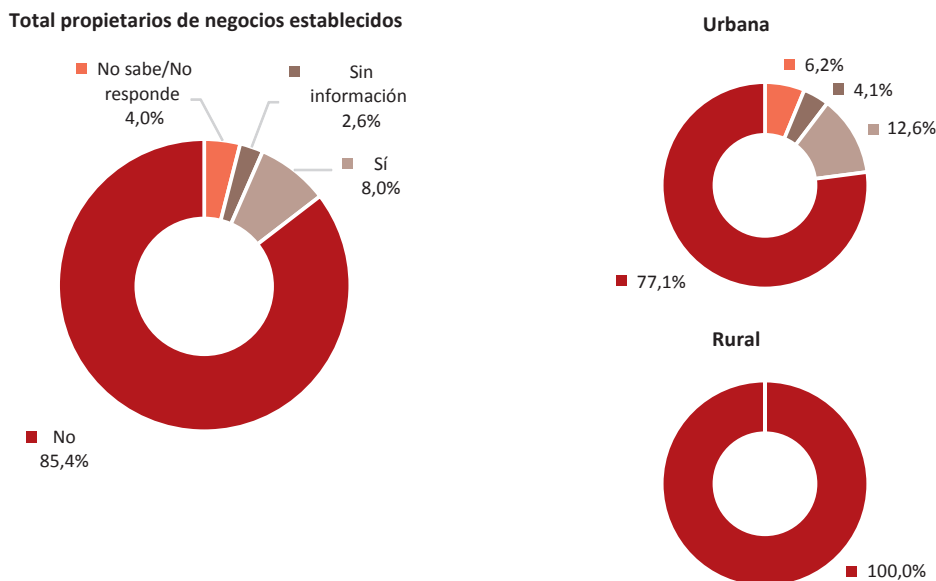


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).
 Los datos sin información incluyen datos de personas que no realizaron acciones en los últimos 12 meses o que no serán propietarios.

En tanto, los emprendedores propietarios de negocios establecidos, en comparación con los emprendedores nacientes, utilizan mucho menos el Internet para sus actividades de mercadeo. Esto puede deberse a los niveles de educación y a la disponibilidad de tecnología vistos en párrafos anteriores, que son menores entre los propietarios de negocios establecidos, como

también a la edad de los propietarios, que es relativamente mayor que el promedio existente entre los emprendedores nacientes. A nivel nacional, únicamente el 8% de los propietarios de negocios establecidos utiliza Internet. A nivel urbano, el uso es del 12,6%, mientras que en el área rural éste porcentaje es nulo (Gráfico 4.13.).

Gráfico 4.13. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos- Uso de Internet para vender productos o servicios ofrecidos por su negocio (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4.2. Ingreso de los emprendedores y financiamiento de los emprendimientos

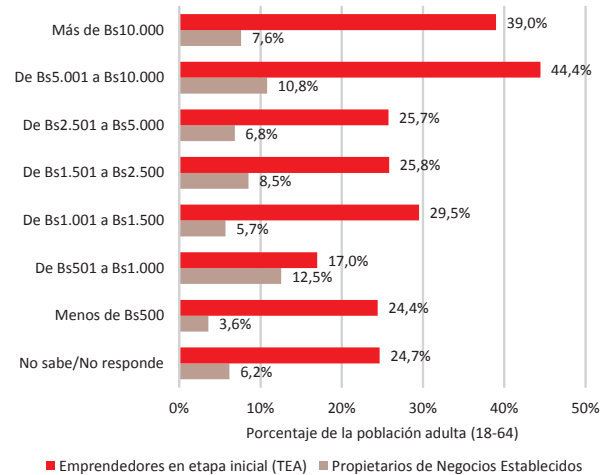
Otro tema de análisis que se considera para la presente versión del GEM Bolivia concierne a los ingresos de los emprendedores y al financiamiento de sus emprendimientos. Con relación a los ingresos, se postula la hipótesis de que éstos están relacionados con la cualidad de oportunidad o de necesidad como motivadores del emprendimiento. También es pertinente suponer que los ingresos reflejan la calidad de los emprendimientos y su potencial de crecimiento, convirtiéndose en una motivación más para el presente análisis.

Por su parte, el financiamiento de los emprendimientos ayuda a entender las fuentes a las que recurren los emprendedores para invertir, que son un determinante del grado de emprendimiento en el país. En el capítulo siguiente, este análisis se complementa con la ayuda de la encuesta a expertos nacionales, quienes indican sus percepciones sobre la condición financiera en Bolivia como componente del entorno emprendedor.

4.2.1. Ingresos del emprendedor

La primera constatación del análisis del ingreso es la relación positiva que se percibe entre éste y la actividad emprendedora. El Gráfico 4.14. revela que más del 40% de las personas con ingreso del hogar mensual superior a Bs5.000 tiene una actividad emprendedora, mientras que ese porcentaje se reduce a menos del 30% para los ingresos inferiores.

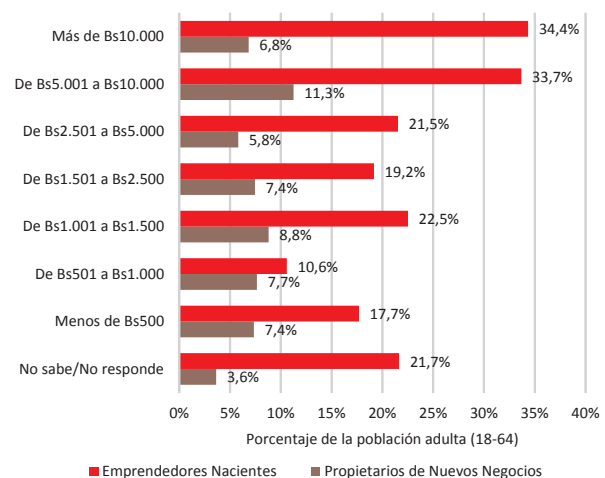
Gráfico 4.14. Bolivia: Actividad emprendedora (TEA) y propietarios de negocios establecidos, según niveles de ingreso mensual del hogar (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Según los datos del Gráfico 4.15., la relación entre ingreso y actividad emprendedora es particularmente clara en el caso de los emprendedores nacientes, situación que difiere para los propietarios de nuevos negocios y los propietarios de negocios establecidos (Gráfico 4.14.). Estas observaciones sugieren que la intención de emprender es sobre todo por oportunidad.

Gráfico 4.15. Bolivia: Emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios, según niveles de ingreso mensual del hogar (2014)

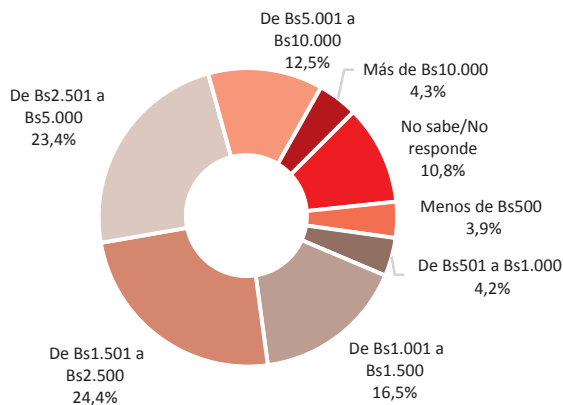


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al limitar el análisis a la población en actividad emprendedora (Gráfico 4.16.), se puede constatar que aproximadamente la mitad de ese grupo tiene ingresos totales del hogar iguales o menores a Bs2.500, en tanto que alrededor del 25% corresponde a ingresos totales del hogar menores a Bs1.500, casi el equivalente al salario mínimo nacional en el año 2014 (Bs1.440).

Los resultados también muestran que la gran mayoría de los emprendedores en etapa inicial se encuentra entre los rangos de Bs1.000 a Bs1.500, de Bs1.500 a Bs2.500 y de Bs2.500 a Bs5.000, con porcentajes del 16,5%, del 24,4% y del 23,4%, respectivamente. Por otra parte, mientras que sólo el 16,7% tiene ingresos superiores a Bs5.000 mensuales, el porcentaje de aquéllos con ingresos de más de Bs10.000 no alcanza al 5% del total de los emprendedores en etapas iniciales.

Gráfico 4.16. Bolivia: Composición de la TEA según niveles de ingreso mensual del hogar (2014)



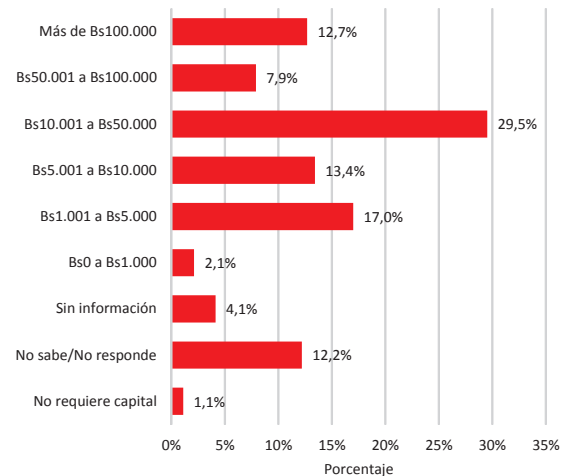
Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4.2.2. Financiamiento

El análisis del financiamiento mediante observaciones sobre la cantidad de fondos requeridos, las instituciones a las que acuden los emprendedores, el acceso al crédito y las limitantes por las que los emprendedores no pueden acceder a éste contribuye a un mejor entendimiento de la demanda de fondos prestables para emprender.

Al respecto, el Gráfico 4.17. muestra que, en Bolivia, el requerimiento de los emprendedores nacientes para su actividad es bastante variado. Sin embargo, casi el 30% declara que necesita entre Bs10.000 y Bs50.000. Los datos también permiten apreciar que la inversión necesaria supera los Bs100.000 para casi el 13% de los emprendedores nacientes, mientras que la necesidad para más del 30% es inferior a Bs10.000, cuyos emprendimientos pueden ser considerados como pequeños.

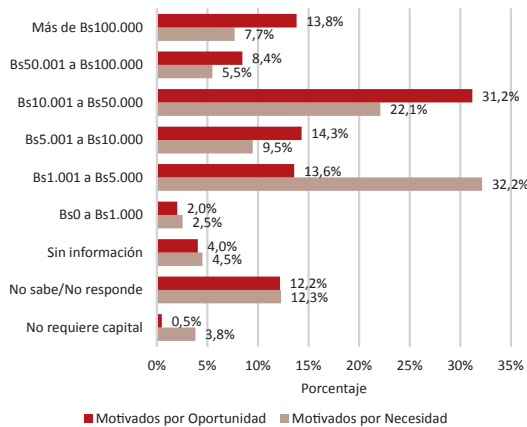
Gráfico 4.17. Bolivia: Composición de los emprendedores nacientes según el nivel de inversión necesario para su actividad (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS). Los datos sin información incluyen datos de personas que No realizaron acciones en los últimos 12 meses o que No serán propietarios.

Es de esperar que los emprendimientos que necesitan un capital mayor sean, sobre todo, aquéllos motivados por la oportunidad. Al desagregar el gráfico anterior según la motivación por oportunidad o por necesidad, la información del Gráfico 4.18. corrobora que la mayor concentración de emprendimientos por necesidad necesita inversiones que oscilan entre Bs1.000 y Bs5.000 (32% de los emprendedores nacientes por necesidad), mientras que para los emprendimientos por oportunidad la mayor concentración está entre Bs10.000 y Bs50.000 (31,2% de los emprendedores nacientes por oportunidad).

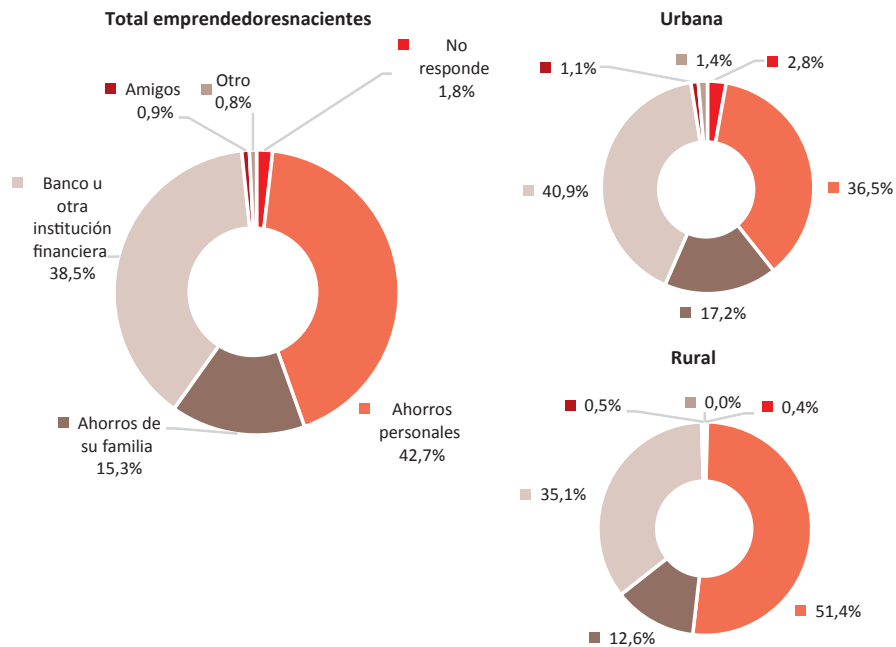
Gráfico 4.18. Bolivia: Composición de los emprendedores nacientes, según el nivel de inversión necesario para su actividad y principales motivos para emprender (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al interrogar a los emprendedores nacientes sobre la fuente principal de financiamiento para su emprendimiento, más de la mitad responde que los fondos provienen o provendrán de ahorros, ya sea personales o de la familia, principalmente en el sector rural, donde el porcentaje agrupa aproximadamente al 64% de la población en cuestión. La opción de recurrir a un Banco para el financiamiento fue observado en el 38,5% de los casos, con una mayor incidencia en el área urbana que en la rural, con porcentajes del 40,9% y del 35,1%, respectivamente.

Gráfico 4.19. Bolivia: Emprendedores nacientes-Fuentes de financiamiento, según área de residencia (2014)

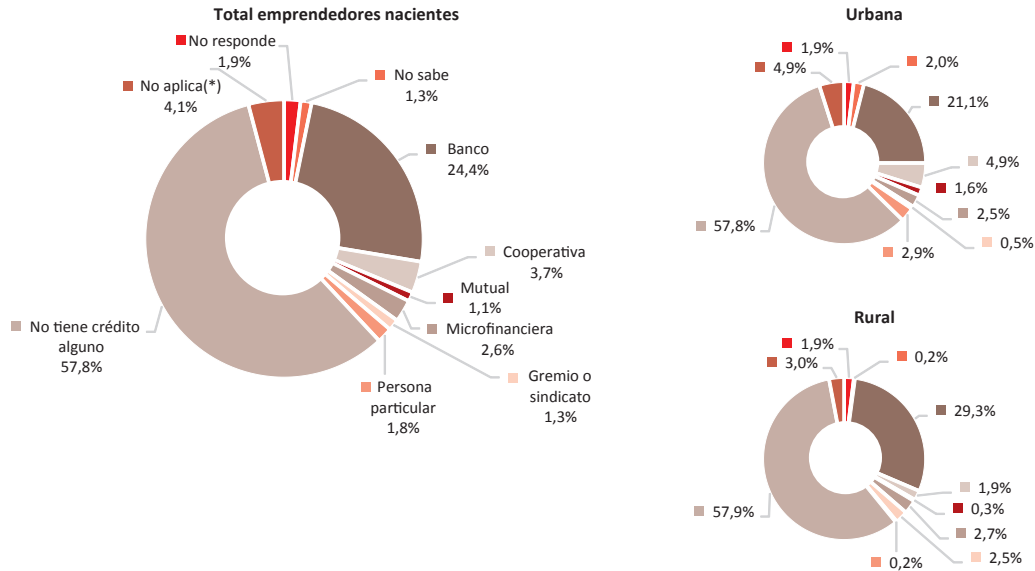


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

También se constata que la mayoría de los emprendedores nacientes (58%) no tiene acceso al crédito, en tanto que aquellos que sí lo tienen recurren principalmente a Bancos. Los resultados son similares tanto para el área urbana como para el área rural. Llama la

atención que con porcentajes próximos al 24% para los Bancos como fuente de crédito, las microfinancieras sólo atiendan al 2,6% a nivel nacional (Gráfico 4.20.).

Gráfico 4.20. Bolivia: Emprendedores nacientes-Acceso a crédito para el emprendimiento (2014)

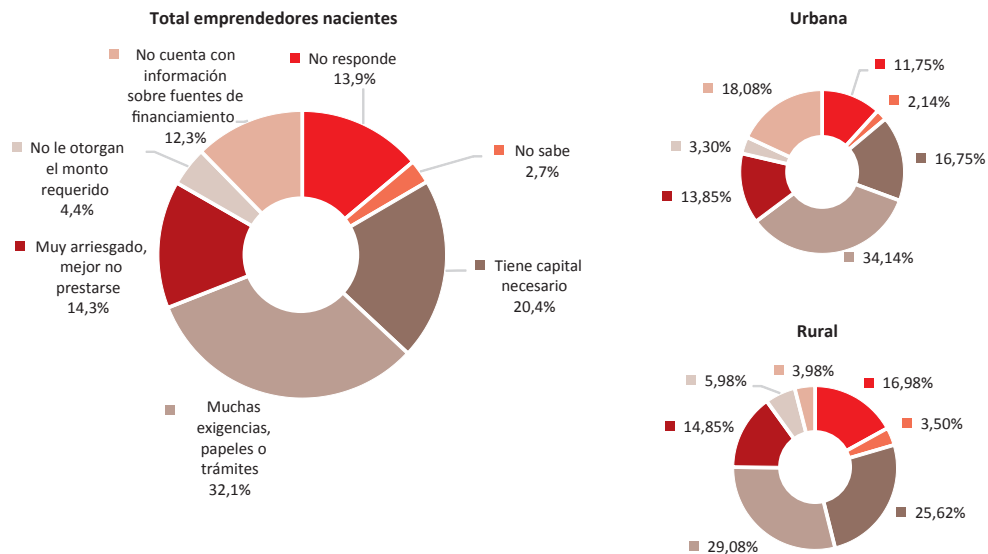


Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Finalmente, la encuesta del GEM a la población adulta proporciona información sobre las razones por las que no se tiene acceso al crédito, nombrando a la cantidad de exigencias, a los papeleos y a los trámites como las principales razones. También destacan como razones el riesgo que implica un préstamo y la falta de información. Según las respuestas de los encuestados, la

burocracia bancaria sería el mayor obstáculo para acceder al crédito necesario para sus emprendimientos. Por otra parte, el acceso al crédito aparece como innecesario para el 20% de los emprendedores nacientes, ya que ellos cuentan con el capital necesario para emprender (Gráfico 4.21.).

Gráfico 4.21. Bolivia: Emprendedores nacientes-Razones por las que no se tiene acceso a crédito (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

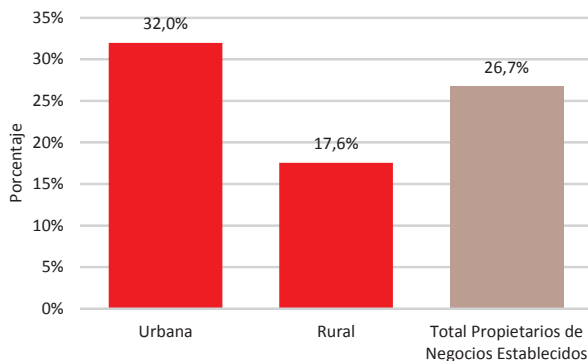
4.3. Asociatividad y redes del emprendedor

El tercer tema considerado en el presente capítulo se refiere a la asociatividad y a las redes a las que pertenece el emprendedor. El interés de este análisis se basa en que la asociatividad, como elemento clave del capital social, permite alcanzar objetivos y superar limitaciones o dificultades que posiblemente serían insuperables por los emprendedores al actuar de manera individual.

En las secciones precedentes, se analizaron los temas de educación y de financiamiento de los emprendedores, mostrando que un porcentaje muy reducido de ellos acude a gremios o a asociaciones tanto para recibir capacitación como para solicitar financiamiento. En ese sentido, la presente sección brinda información sobre el nivel de participación y los beneficios que los propietarios de negocios establecidos obtienen de sus asociaciones.

La primera constatación está referida a que sólo el 26,7% de los propietarios de negocios establecidos están afiliados a algún gremio o sindicato relacionado a su negocio, con diferencias bastante marcadas entre los sectores urbano y rural, con el 32% y el 17,6%, respectivamente (Gráfico 4.22.).

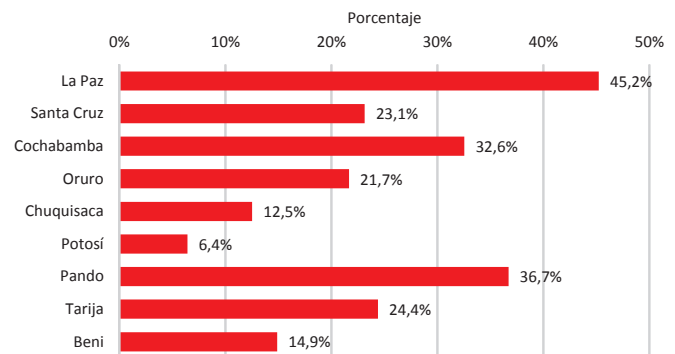
Gráfico 4.22. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos- Afiliación a algún gremio, sindicato o asociación relacionado con su negocio, según área de residencia (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

La desagregación por departamento muestra una amplia diferencia en el grado de asociatividad, con valores que van desde el 6,4%, en el departamento de Potosí, hasta el 45,2%, en el departamento de La Paz.

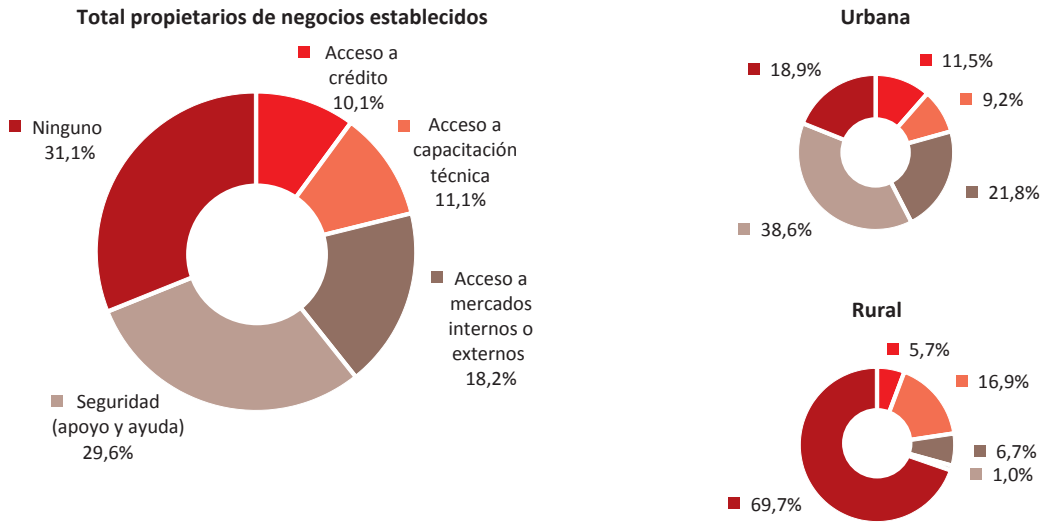
Gráfico 4.23. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos- Afiliación a algún gremio, sindicato o asociación relacionado con su negocio, por departamento (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Al interrogar sobre los beneficios que obtienen al estar afiliados a un gremio, un sindicato o una asociación, se confirma que la minoría responde que son el acceso a capacitación o el crédito. Sin embargo, llama la atención que casi uno de cada tres propietarios de negocios establecidos contesta que al estar afiliado no obtiene ningún beneficio. De manera similar, para alrededor del 30% de los encuestados, los beneficios que se obtienen de las asociaciones y de los gremios son la protección y el apoyo, mientras que el porcentaje es menor (18,2%) para el acceso a mercados internos y externos como parte de los beneficios (Gráfico 4.24.).

Gráfico 4.24. Bolivia: Propietarios de negocios establecidos-Beneficios que se pueden obtener al estar afiliados a un gremio, un sindicato o una asociación (2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Los resultados muestran que las redes en Bolivia no cumplen el rol de potenciar los emprendimientos por medio de la facilitación del acceso a la tecnología y del mayor acceso a capacitación o al crédito. Ciertamente,

el principal beneficio consiste en el apoyo y la ayuda, posiblemente para generar grupos de presión para la protección de sus respectivos gremios.

5

ECOSISTEMA PARA EL EMPRENDIMIENTO, SEGÚN LOS EXPERTOS

De acuerdo con el marco conceptual del GEM, la dinámica emprendedora está relacionada con las condiciones que pueden impulsar o dificultar la creación de nuevas empresas. Tales condiciones son denominadas Condiciones del Entorno Emprendedor (Entrepreneurial Framework Conditions: EFC) y forman parte de los componentes más importantes para cualquier ecosistema emprendedor (GEM Global Report 2015).

Las EFC se han mantenido como componente esencial del marco conceptual del GEM, aunque éste haya sido revisado en el tiempo (Gráfico 1.2.). El Proyecto GEM considera los siguientes nueve grupos principales de condiciones del entorno emprendedor:

- Financiamiento a emprendimientos:** Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo capital propio, financiamiento por acciones o por deuda, fondos del sector privado, subsidios y subvenciones del sector público, financiación proporcionada por inversores informales y capital de riesgo. También incluye el rol de la Bolsa de Valores como recurso que proporciona financiación para las empresas nuevas y en crecimiento.
- Políticas gubernamentales:** Considera la medida en que las políticas públicas apoyan el emprendimiento. Consta de dos componentes. El primero busca determinar si el emprendimiento es considerado como prioridad dentro de las políticas gubernamentales a nivel nacional, regional y municipal. El segundo se refiere a si los impuestos o las regulaciones fomentan o no la creación y el crecimiento de las empresas, y a si la burocracia es una limitante importante para emprender.
- Programas gubernamentales para el emprendimiento:** Se refiere a la presencia, a la calidad y a la eficiencia de los programas de los gobiernos nacional, regional y municipal que apoyan directamente la creación y el crecimiento de nuevas empresas en los diferentes niveles gubernamentales (nacional, regional, municipal).
- Educación emprendedora:** Se divide en dos componentes. El primero se refiere al rol de la educación básica (primaria y secundaria) en el fomento al emprendimiento por medio del estímulo de la creatividad, de la autosuficiencia y de la creación de empresas, entre otros, y mediante el aporte de conocimientos sobre la economía de mercado. El segundo se refiere a la pertinencia y a la calidad de la educación superior, en sus diferentes categorías, para la creación y el crecimiento de las empresas.
- Transferencia de I+D:** Por una parte, se refiere a la disponibilidad y a la capacidad de acceso a las nuevas tecnologías y a otros conocimientos para las empresas nuevas y en crecimiento, ya sea con recursos propios o a través de subvenciones y de ayudas gubernamentales. Por otra parte, considera si la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global, y si existen los recursos humanos suficientes en cuanto a ingenieros y a científicos para potenciar la creación y el desarrollo de emprendimientos.

- **Infraestructura comercial y legal:** Busca determinar la disponibilidad y la capacidad de acceso a proveedores, a consultores y a subcontratistas por parte de las empresas nuevas y en crecimiento. Así mismo, se orienta a establecer si para las empresas nuevas y en crecimiento es fácil el acceso a un buen asesoramiento (legal, laboral, contable y fiscal), a buenos servicios bancarios y a buenos servicios tecnológicos (laboratorios, prototipaje y consultorías tecnológicas, por citar algunos).
- **Regulaciones del mercado interno:** Comprende dos componentes. El primero se refiere a la dinámica de los mercados, es decir, a la dimensión en la que el mercado cambia de un año a otro. El segundo se refiere a la apertura del mercado, o sea, en qué extensión las empresas nuevas pueden entrar y competir en los mercados existentes.
- **Infraestructura física:** Se refiere a la calidad y a la facilidad de acceso a los recursos físicos, tales como los de comunicación, de transporte y otros servicios; y a si sus precios son o no prohibitivos para las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Normas sociales y culturales:** Se refiere al grado en que las normas sociales y culturales promueven o permiten acciones que apunten a nuevos métodos de negocios o de actividades, ya sea: valorizando el éxito individual conseguido mediante el esfuerzo personal; realzando la autosuficiencia, la iniciativa personal y la responsabilidad de gestionar por sí mismo su propia vida; o estimulando la toma de riesgo empresarial, la creatividad y la innovación.

5.1. Opinión de los expertos

El diagnóstico de las condiciones del entorno emprendedor se realiza por medio de la Encuesta Nacional a

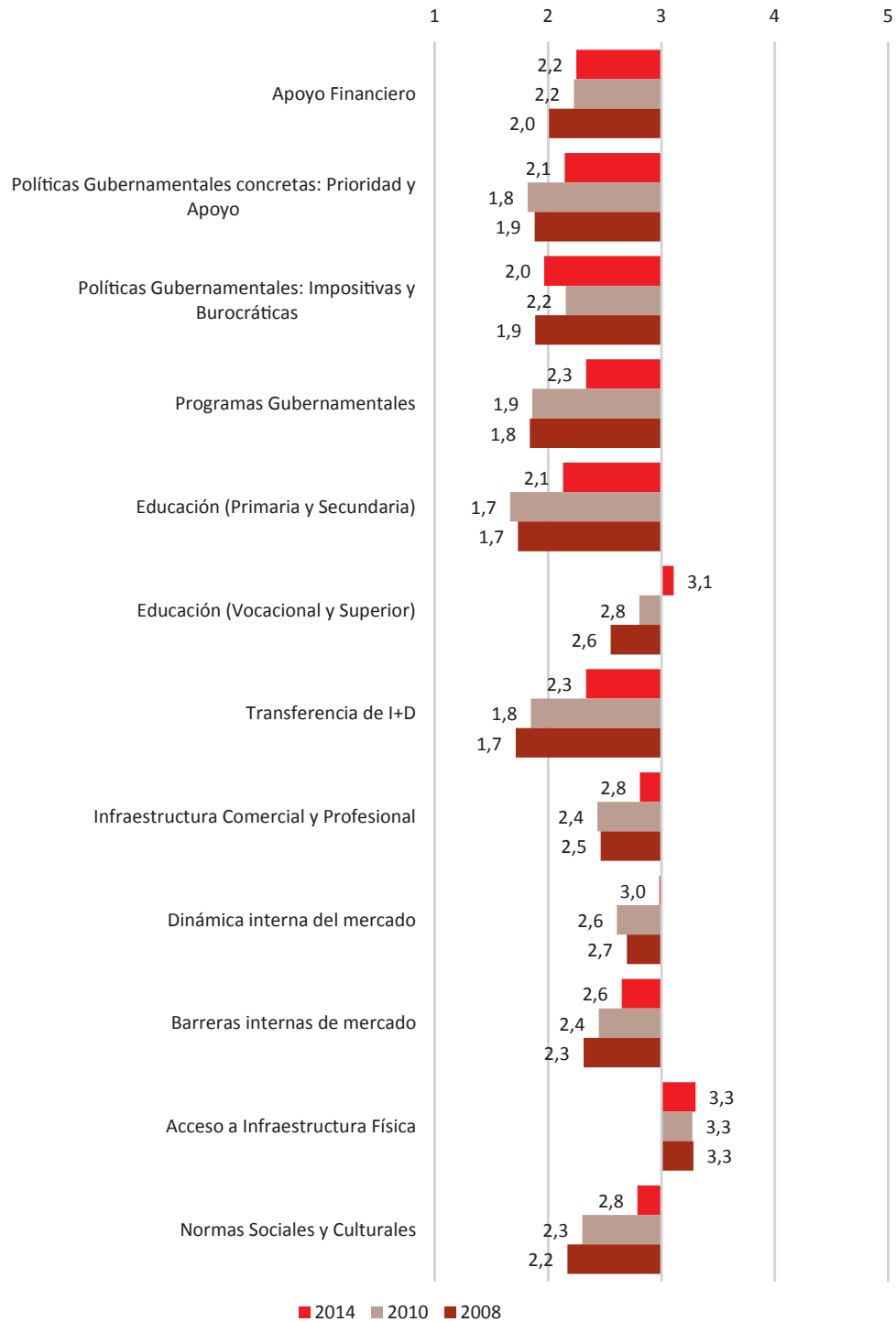
Expertos (NES). La NES fue implementada en la metodología del GEM debido a la carencia de datos nacionales armonizados que puedan ser empleados como índices de las condiciones del entorno emprendedor (Reynolds y otros, 2005 citado en el GEM Global Report 2014).

La NES fue elaborada por el GEM y está dirigida a expertos nacionales y regionales del campo emprendedor. En su aplicación, los expertos otorgan una calificación de 1 a 5 (escala de Likert) a cada una de las afirmaciones de la encuesta, donde 1 significa que el experto considera que la afirmación es completamente falsa y 5 significa que es completamente verdadera. Las más de 100 afirmaciones de la encuesta permiten, además de medir las condiciones del entorno emprendedor, recabar información de los expertos sobre los factores relevantes que potencian o limitan el emprendimiento.

Si bien el requerimiento del GEM es entrevistar a un mínimo de 36 personas por país, en el caso de Bolivia, la encuesta se aplicó a 61 expertos a nivel nacional, quienes principalmente se desempeñan como analistas económicos, emprendedores, académicos, banqueros y personeros de organizaciones no gubernamentales y de organismos internacionales, entre otros.

Los resultados de la NES aplicada a los expertos en Bolivia muestran una percepción bastante negativa sobre las condiciones del entorno emprendedor para casi todos los grupos de condiciones descritos anteriormente, exceptuando el de acceso a la infraestructura física. Aunque los resultados para el año 2014 son cualitativamente similares a los obtenidos en las anteriores versiones del estudio GEM Bolivia (2008 y 2010), se puede apreciar una mejoría en las percepciones de los expertos sobre la mayoría de las condiciones (Gráfico 5.1.).

Gráfico 5.1. Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Resultado de la NES 2014



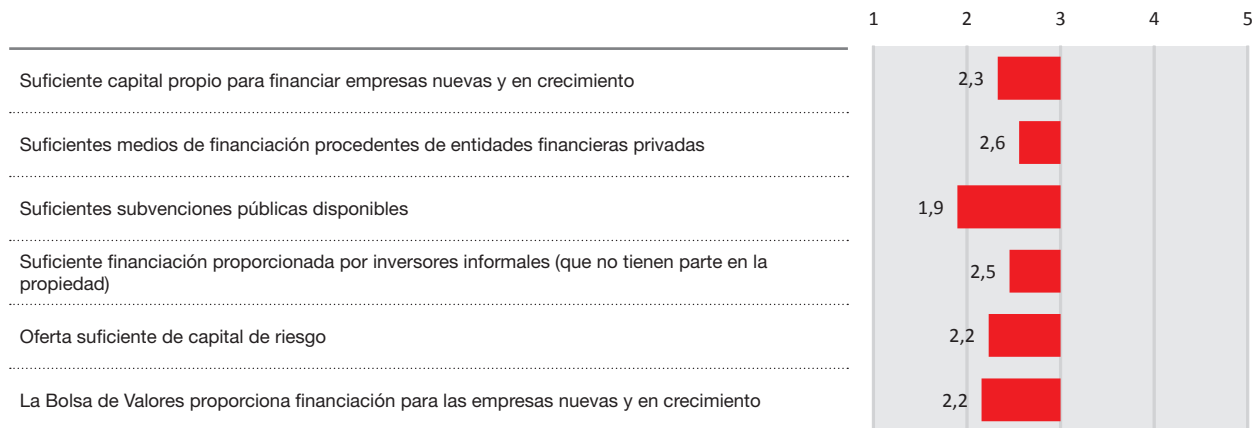
Fuente: GEM Bolivia 2008, 2010 y 2014, Encuesta Nacional a Expertos (NES).
 1) Totalmente falso; 2) Falso; 3) Ni cierto ni falso; 4) Cierto; 5) Totalmente cierto.

A partir del anterior gráfico, se puede apreciar que el único indicador que no mostró una mejoría respecto a las versiones anteriores es el de las políticas gubernamentales impositivas y burocráticas. Por otro lado, es destacable que la percepción sobre la educación secundaria en temas de emprendimiento sea el único indicador que cualitativamente ha cambiado de sentido con relación a las versiones anteriores, habiendo superado la barrera 3 de la medición, que implica una percepción ligeramente favorable de acuerdo con la muestra del GEM Bolivia 2014.

5.1.1. Entorno financiero

Según la NES, esta condición es evaluada por los expertos de manera muy negativa. En concreto, ellos consideran que los potenciales emprendedores no cuentan con recursos propios para financiar sus emprendimientos y que no existe una oferta suficiente de fondos para emprender. De esas fuentes de financiamiento, la puntuación más baja la recibió la disponibilidad de subsidios gubernamentales disponibles para empresas nuevas y en crecimiento, mientras que la más alta, pero igual negativa, fue para la condición de medios suficientes de financiación procedentes de entidades financieras privadas.

Gráfico 5.2. Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Indicadores de apoyo financiero (NES 2014)



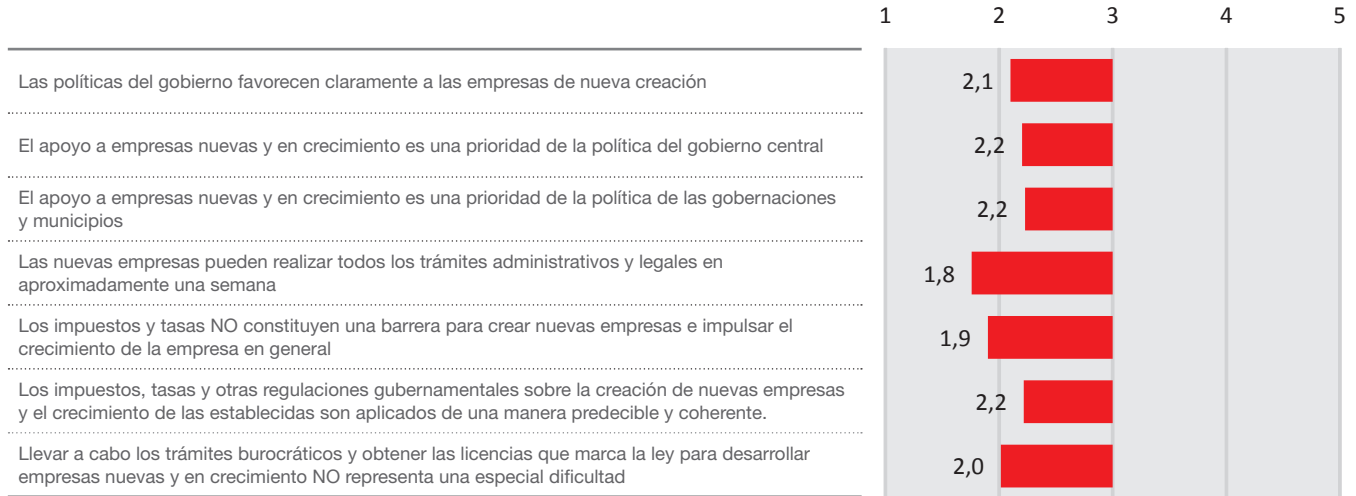
Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta Nacional a Expertos (NES).
 1) Totalmente falso; 2) Falso; 3) Ni cierto ni falso; 4) Cierto; 5) Totalmente cierto.

5.1.2. Políticas públicas

El puntaje obtenido para esta condición es uno de los más bajos de acuerdo con la NES. En particular, la percepción es muy mala en lo que se refiere a impuestos y a regulaciones que fomenten el emprendedurismo,

así como en lo referido al tiempo que toman las empresas nuevas para obtener la mayoría de los permisos requeridos para su funcionamiento. En contraste, la valoración más elevada de los expertos es para el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento como prioridad para las políticas de los gobiernos a nivel local.

Gráfico 5.3. Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Políticas gubernamentales (NES 2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta Nacional a Expertos (NES).
 1) Totalmente falso; 2) Falso; 3) Ni cierto ni falso; 4) Cierto; 5) Totalmente cierto.

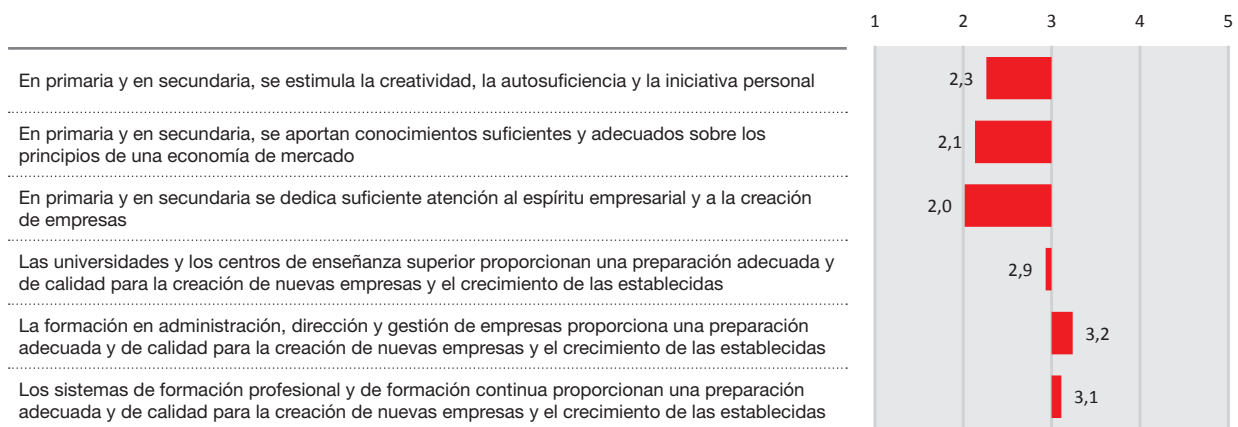
5.1.3. Programas gubernamentales

Respecto a esta condición, es posible resaltar que los especialistas otorgan a la existencia de un número adecuado de programas gubernamentales para el emprendedurismo una de las calificación más elevadas de este grupo, aunque ésta va de regular a mala. Sin embargo, la percepción más negativa, entre mala y muy mala, es la que se refiere a la existencia de una agencia única que permita acceder a ayudas gubernamentales (ventanilla única).

5.1.4. Educación para el emprendimiento

La percepción de los expertos en cuanto a la educación para el emprendimiento en la formación básica (primaria y secundaria) es mala. Como se puede apreciar en el Gráfico 5.4., los expertos no consideran que en la formación básica se estimulen la creatividad y la autosuficiencia ni que se brinden conocimientos adecuados sobre la economía de mercado; menos aún que se dedique la suficiente atención al espíritu empresarial y al desarrollo de empresas.

Gráfico 5.4. Bolivia: Evaluación del contexto emprendedor-Indicadores de educación y de capacitación (NES 2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta Nacional a Expertos (NES).
 1) Totalmente falso; 2) Falso; 3) Ni cierto ni falso; 4) Cierto; 5) Totalmente cierto.

Las percepciones son mejores hacia la educación secundaria, sobre todo en lo que se refiere a la formación en administración, dirección y gestión de empresas. Sin embargo, todavía se puede notar una percepción desfavorable sobre la preparación para crear y hacer crecer las empresas. En conjunto, la percepción sobre la condición de educación superior es una de las únicas que se sitúa entre regular y buena, percepción que resulta más positiva que la observada en las versiones anteriores del GEM Bolivia.

5.1.5. Transferencia I+D

Esta condición recibe una de las puntuaciones más negativas por parte de los expertos. En particular, ellos perciben una condición de mala a muy mala en cuanto a la existencia de subsidios del gobierno adecuados para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nuevas tecnologías. Los expertos tampoco perciben que exista suficiente apoyo para ingenieros y científicos, de manera que éstos puedan comercializar sus ideas en empresas nuevas y en crecimiento. La percepción menos negativa es hacia la equidad de acceso a nuevas investigaciones y tecnologías entre empresas establecidas y empresas nuevas y en crecimiento.

5.1.6. Acceso a infraestructura profesional y comercial

En conjunto, aunque este componente recibió de los expertos una puntuación entre regular y mala, al realizar su desglose se puede constatar que la disponibilidad de subcontratistas, de proveedores y de consultores que apoyen a las empresas nuevas y en crecimiento, así como el acceso a buenos servicios bancarios, reciben una puntuación entre regular y buena. Por otra parte, las calificaciones entre regulares y malas se otorgan a la disponibilidad y a la capacidad de las empresas nuevas y crecientes de costear subcontratistas, proveedores y consultores. Por su parte, la percepción sobre el acceso a asesoramiento legal y contable presenta una puntuación entre regular y mala.

5.1.7. Apertura del mercado interno

La percepción de este indicador también es negativa, aunque reporta una leve mejoría respecto a lo observado en los años 2008 y 2010. Esta condición consta de dos componentes. El primero se refiere a la dinámica del mercado interno, tanto de bienes y de servicios de consumo final como de consumo intermedio, cuya percepción por parte de los especialistas entrevistados es regular. El segundo tiene que ver con las barreras de entrada, sobre las cuales la percepción de los expertos es negativa, en particular en lo relativo a la legislación antimonopolio, a los costos de entrada al mercado y a las barreras de entrada generadas por las empresas ya establecidas.

5.1.8. Acceso a infraestructura física

Esta condición obtuvo la mejor calificación, situación que se mantiene constante en el tiempo. En general, la percepción de los expertos es favorable en lo que se refiere al costo y a la facilidad de acceso a servicios básicos y a servicios de comunicación. El puntaje más bajo de este grupo, con una percepción de regular a mala, se obtuvo al indagar sobre la calidad de apoyo que brindan las infraestructuras físicas (caminos, telecomunicaciones y otros servicios) a las empresas nuevas y en crecimiento.

5.1.9. Normas sociales y culturales

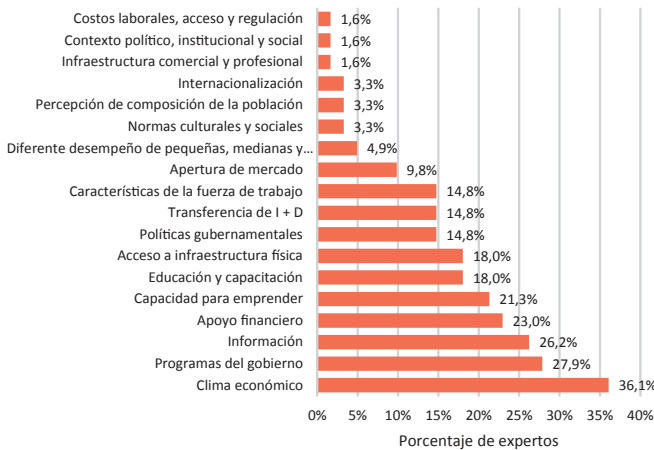
Para esta condición, la percepción de los especialistas nuevamente es negativa, pero se debe destacar que ha evolucionado de modo favorable en el tiempo. Entre los componentes de este indicador, la percepción de los expertos sobre el apoyo de la cultura nacional hacia la toma de riesgos para emprender recibió la valoración más baja, entre regular y mala. Los puntajes ligeramente más altos corresponden a los otros aspectos considerados en esta condición, como el apoyo de la cultura nacional a la creatividad y a la innovación, hacia la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal, y hacia el éxito personal conseguido con esfuerzos personales.

5.2. Factores que potencian o que limitan el papel de los emprendedores

La NES también recolecta información sobre las percepciones de los expertos acerca de los factores que pueden impulsar o restringir el emprendimiento, y que son considerados parte del entorno emprendedor en Bolivia. Además, en este apartado de la encuesta, se solicita a los expertos entrevistados mencionar qué medidas podrían fomentar el emprendimiento en el país.

Como se muestra en el Gráfico 5.5., más de dos tercios de los entrevistados consideran que el clima económico es el principal factor que impulsa el emprendimiento en Bolivia, seguido de los programas de gobierno, de la información, del apoyo financiero y de la capacidad para emprender. Nótese que la suma de los factores es mayor al 100%, debido a que se pidió a cada experto mencionar tres factores.

Gráfico 5.5. Bolivia: Principales factores que potencian el emprendimiento en Bolivia (NES 2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

En lo que concierne a los factores que limitan el emprendimiento en Bolivia, para más de tres de cada cuatro especialistas las políticas gubernamentales son el principal factor que restringe el emprendimiento, seguido, muy por debajo, por el apoyo financiero. En cuanto a los demás factores, éstos recibieron una votación equivalente a menos del 20% (Gráfico 5.6.).

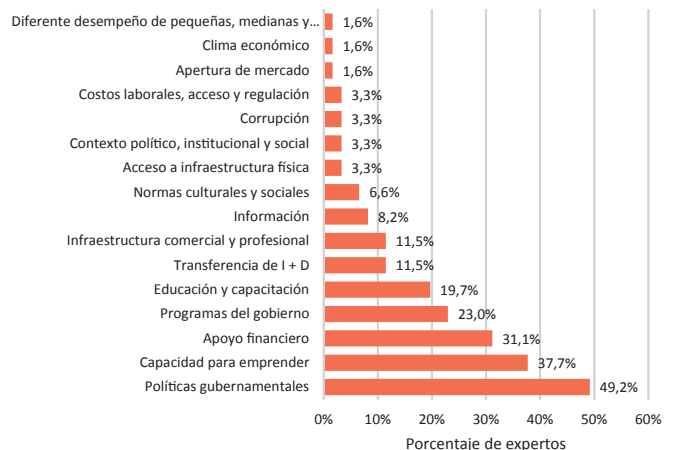
Gráfico 5.6. Bolivia: Principales factores que limitan el emprendimiento en Bolivia (NES 2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta Nacional a la Expertos (NES).

Finalmente, al preguntar qué acciones podrían fomentar el emprendimiento en Bolivia, los especialistas apuntan nuevamente a las políticas gubernamentales, seguidas de la capacidad para emprender y del apoyo financiero (Gráfico 5.7.).

Gráfico 5.7. Bolivia: Principales acciones para fomentar el emprendimiento en Bolivia (NES 2014)



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

El análisis de los resultados de la NES aplicada como parte del GEM 2014 en Bolivia muestra que las percepciones de los expertos sobre las condiciones del entorno emprendedor son bastante negativas. También se puede evidenciar que los especialistas consideran al gobierno, en sus diferentes niveles (nacional, regional

y municipal), como un actor importante para mejorar el entorno emprendedor. De hecho, las políticas gubernamentales y los programas de gobierno sobresalen como las acciones que podrían fomentar el emprendi-

miento en el país. En ese sentido, existe un llamado a los gobiernos nacional, regionales y municipales para elaborar y mejorar las políticas y los programas relacionados con el emprendimiento.

6

REFLEXIONES FINALES

Los datos que presenta el Reporte Nacional del GEM Bolivia 2014 confirman parcialmente lo estipulado en diferentes trabajos académicos, los cuales señalan que a mayor crecimiento económico el emprendimiento baja. En el país, es posible establecer que, dado el crecimiento sostenido del PIB, la tasa de emprendimientos iniciales ha disminuido respecto a la versión anterior del Reporte. La principal caída se registra en los emprendimientos por oportunidad, mientras que los emprendimientos por necesidad se han mantenido sin mayor variación.

Siguiendo otros trabajos académicos que vislumbran la existencia de una relación entre crecimiento económico y emprendimiento con forma de 'U', en Bolivia, se podría esperar que, de mantenerse los indicadores económicos observados, los emprendimientos por oportunidad, en especial aquellos autoidentificados como iniciativas innovadoras, generen un empuje que refuerce el crecimiento y alimente un círculo virtuoso hacia un desarrollo sostenible.

Igualmente, de acuerdo al contexto económico con indicadores de bonanza, se podría esperar que la reducción de la TEA vaya acompañada por una mayor tasa de empleo, especialmente de tipo asalariado (obreros, empleados), en reemplazo de aquellos trabajadores por cuenta propia. Sin embargo, durante el periodo de referencia, no se evidencian cambios sustanciales en cuanto a la composición de las personas ocupadas, como tampoco en las tasas de desempleo desde el 2008. Cabe anotar que se observa un mayor crecimiento porcentual de los trabajadores por cuenta propia, lo que para algunos es un proxy del emprendimiento. Por ello, no es posible afirmar de manera categórica que gracias al contexto económico exista una transferencia

laboral desde las actividades emprendedoras hacia situaciones de trabajador independiente.

Teniendo en el horizonte la denominada “Gran Desaceleración de América Latina”, con impactos negativos especialmente para las economías basadas en recursos, como lo es la economía boliviana, resulta oportuno observar las posibilidades de amortiguación que brinda la actividad emprendedora. La pronosticada ralentización de la economía, por la reducción en los precios de sus principales productos de exportación, tendrá efectos sobre el dinamismo de la demanda interna y, por ende, un impacto negativo sobre la actividad emprendedora mayoritaria observada en el país: comercio y servicios al consumidor.

Por lo anterior, en el país, las relaciones entre el crecimiento económico y la posibilidad de estimularlo mediante emprendimientos innovadores deben tomarse con cautela. Primero, debido a que la motivación por oportunidad y la definición de negocio innovador por producto son percepciones propias de los emprendedores, y, segundo, porque la característica de oportunidad puede ser cuestionada debido a la escasa ambición en la creación de empleos y la casi nula expectativa de expansión de mercado por medio de la internacionalización que se registran en el presente Reporte Nacional 2014.

La aseveración de los emprendedores respecto a la innovación de su producto bien podría entenderse considerando que en el lugar donde se realiza el emprendimiento se accede por vez primera al producto, pero el producto –en sí mismo– no necesariamente es novedoso. La innovación también es cuestionable ante la escasa educación y capacitación para el emprendimiento en las etapas escolares e incluso en las postescolares. La antigüedad de la tecnología y el casi nulo

uso de herramientas como el Internet para la comercialización de sus productos socaban la autopercepción de los emprendedores referida a tener un producto innovador.

Por otra parte, la falta de innovación puede ser confirmada cuando el 60% de los emprendedores reconoce no ser pionero en el mercado. Dados estos cuestionamientos, la innovación autodeclarada por los emprendedores bolivianos no es un camino seguro hacia la productividad orientada a amortiguar el golpe externo que podría afectar, sobre todo, a los más vulnerables; es decir, a aquellos que acaban de superar los límites de la pobreza y que hoy participan de la clase media. La innovación no es, ciertamente, algo que los hacedores de políticas públicas puedan controlar directamente. Sin embargo, es posible lograr una incidencia con políticas y programas para el fomento de la investigación, de la formación científica y de la socialización de los conocimientos.

La escasa expansión de los negocios está estrechamente relacionada con las capacidades de los emprendedores. Al respecto, resulta interesante notar que en Bolivia el mayor dinamismo emprendedor se da entre quienes tienen únicamente educación primaria y entre quienes han alcanzado un nivel de licenciatura. La existencia de esa dinámica entre la población con educación universitaria a nivel de licenciatura puede ser indicador favorable para el emprendimiento de calidad en escenarios de crecimiento económico elevado.

Desde otra perspectiva, aunque la proliferación de –en particular– pequeños negocios bien puede ser interpretada como una señal saludable de la actividad emprendedora, también puede ocultar distorsiones e imperfecciones en los mercados. En ese marco, cuando las personas con mayor educación realizan emprendimientos de baja productividad lo que ocurre es una mala asignación de recursos, con el consecuente despilfarro del escaso capital humano existente.

En cuanto al tema de género, en este Reporte se observa que la reducción de los emprendimientos iniciales (TEA) ha sido mayor para las mujeres, en especial porque las tasas de discontinuidad son más altas al compararlas con las de los emprendimientos liderados por hombres. Del mismo modo, se mantiene la observación referida a que aun cuando no existen mayores diferencias entre las capacidades y otras percepciones,

los emprendimientos por necesidad son mayores entre las mujeres que entre los hombres, así como los emprendimientos de mujeres son los que confrontan mayor competencia, por ser menos innovadores.

Un tema que aparece de manera muy interesante en el GEM Bolivia 2014 es la dinámica emprendedora en el área rural del país. Si bien la mayor parte de la población se sitúa en las urbes y, por tanto, el perfil del emprendedor tipo en Bolivia es urbano, las características observadas entre los emprendedores rurales ameritan atención tanto del sector privado como del sector público. Esto porque los pobladores del área rural perciben que tienen las capacidades suficientes, siendo la oportunidad la motivación preferente para emprender en un mercado donde pareciera que todo es nuevo o está por hacerse.

En términos generales, en el país, cabe hablar de emprendimientos precarios cuando, además de los indicadores mencionados, se observan aspectos financieros. Estos últimos indicadores muestran que sólo el 20% de los emprendimientos nacientes precisan de una inversión igual o mayor a Bs50.000 y que los ahorros personales o familiares son la principal fuente de financiamiento.

Por su parte, las percepciones sobre el entorno emprendedor han mejorado respecto a los resultados de las versiones anteriores del estudio GEM Bolivia. Sin embargo, siguen siendo negativas. Aquellas percepciones con mayor carga negativa son hacia las políticas públicas dirigidas al emprendimiento, que fueron identificadas, además, como el principal factor que limita la actividad emprendedora y como la principal acción que se debería tomar para fomentarlo. Tales constataciones muestran que el rol del gobierno, en sus diferentes niveles (nacional, regional y municipal), es fundamental para la construcción de un entorno emprendedor fértil tanto para la creación de nuevas empresas como, sobre todo, para el potenciamiento de los emprendedores y de sus emprendimientos.

Se debe reconocer que existen políticas públicas dirigidas a fomentar el emprendimiento. En calidad de ejemplo, se puede citar la Ley 393 de Servicios Financieros, que promueve la disponibilidad de créditos para el sector productivo. No obstante, si la demanda no acompaña ese incremento de la oferta, los resultados podrían no ser los esperados. En tal sentido, las políticas en favor del aumento de la oferta deben ir de

la mano de programas que promuevan la demanda de crédito, como incrementar la educación financiera y disminuir los procesos burocráticos para la obtención de préstamos, que son dos limitantes que repuntaron como las principales razones por las que los emprendedores no tienen acceso al crédito.

Cabe mencionar que pese a la salud económica que registra el país, únicamente el 20% de la población ocupada estaría trabajando en el sector formal. Esta aproximación evidencia que el sector informal todavía tiene un tamaño importante en Bolivia. Del presente estudio, se pueden obtener dos potenciales limitantes de la formalización de la economía nacional. Por una parte, el tema de la burocracia estatal, que también es percibido como un obstáculo para la creación de nuevas empresas. Por otra parte, la percepción de que los impuestos y las tasas constituyen una barrera para crear e impulsar empresas. En ese sentido, urge la adecuación de políticas públicas de incentivo fiscal y de disminución de la burocracia tanto para la formalización de las empresas como para la creación de nuevas empresas generadoras de empleo de calidad.

Por lo anterior, además de una formulación de políticas públicas diferenciadas por el tamaño y por las necesidades de los emprendimientos, según la etapa de desarrollo en la que se encuentren, es necesario pensar en alternativas que, precisamente, allanen los desafíos individuales de los emprendedores, a fin de empoderar

a las personas que han superado los niveles de pobreza y de alimentar su productividad.

También es importante mencionar que para que las políticas públicas tengan un mayor efecto en el emprendimiento, los emprendedores deben igualmente generar un mayor capital social. De hecho, se ha verificado que la asociatividad entre los emprendedores tiene como propósito la protección de sus asociados y no así la transmisión de tecnologías y de capacidades ni la facilitación del acceso al crédito. Una mejor explotación de esas redes tan importantes generará un espacio más apropiado para que toda política pública dirigida a promover el emprendedurismo germine con mayor facilidad.

El reto que se plantea es el logro de emprendimientos innovadores, innovación que va más allá de sólo el producto o el servicio a ofrecer, abarcando desde los ámbitos de la cultura hasta el soporte financiero y la entrega de productos y de servicios a nuevos mercados. En ese sentido, la identificación de capacidades creativas, el uso de tecnología, la aceleración de iniciativas, el soporte científico y el aprovechamiento de las redes existentes, entre otros, podrá lograrse por medio del trabajo emprendedor en espacios compartidos. La suma de esos talentos innatos que se observan en la sociedad boliviana es la vía para el estímulo de la innovación, de la competencia y de la productividad que se requiere en el mundo globalizado.

7

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. (2006).** “How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth?”, *Innovations journal*, Winter 2006, Vol. 1, N° 1, pp. 97-107. Tagore LCC.
- Acs, Z.J. y J.E. Amorós (2008).** “Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America”. *Small Business Economics*, 31(3), pp. 305-322.
- Audretsch, D.B. y Thurik, R. (2001).** *Linking entrepreneurship to growth*. STI Working Paper 2001/2. Paris: OCDE.
- Barja, G., Fernández, B.X. y Zavaleta, D. (2014).** *Diminishing Commodity Prices and Capital Flight in a Dutch Disease and Resource Curse Environment: The Case of Bolivia*. Working Paper for the IDB research project “Macroeconomic and Financial Challenges Facing Latin America and the Caribbean after the Crisis”. Latin American and Caribbean Research Network, IADB. Forthcoming.
- Baumol, W.J., Litan, R.E. y Schramm, C.J. (2007).** *Good Capitalism Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity*. Yale University Press: United States.
- Fernández, M.A. (2008).** *Global Entrepreneurship Monitor*. Reporte Nacional Bolivia 2008. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” - Maestrías para el Desarrollo: La Paz, Bolivia.
- Fernández, M.A. (2010).** *Global Entrepreneurship Monitor*. Reporte Nacional Bolivia 2010. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” - Maestrías para el Desarrollo: La Paz, Bolivia.
- Herrington, M., Kew, J. y Kew, P. (2015).** 2014 *Gem South Africa Report*. *South Africa: The crossroads - A gold mine or a time bomb?* UCT Development Unit for New Enterprise (DUNE): Cape Town, South Africa.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. y Villa, R. (2014).** *Global Entrepreneurship Monitor: Ecuador - 2013*. ESPAE Graduate School of Management: Guayaquil, Ecuador.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2014).** *El Emprendimiento en América Latina. Muchas Empresas y Poca Innovación*. Banco Mundial: Washington DC, Estados Unidos.
- Lora, E., y Castellani, F. (2014).** *Entrepreneurship in Latin America - A step up the social ladder?* Inter-American Development Bank and The World Bank: Washington DC, United States.
- Minniti, M. (2011).** *The Dynamics of Entrepreneurship - Evidence from the Global Entrepreneurship Monitor Data*. Oxford University Press: New York.
- Ortega, D., Amorós, J.E., Sinn, F. y Pizarro, O. (2009).** *Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile, 2008-2009*. Ediciones Universidad del Desarrollo: Santiago de Chile, Chile
- Porter, M.E., Sachs, J.J. y McArthur, J. (2002).** “Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development”. In *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, pp. 16.25. Oxford University Press: New York.

Querejazu, V., Larrea, C., Fernández, M.A. y Zavaleta, D. (2012). *Mujeres y Emprendimiento en Bolivia-2011: Áreas Urbana y Periurbana*. Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”: La Paz, Bolivia.

Reynolds, P., Hayand, M. y Camp, S.M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor 1999, Executive Report*. Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.

Slavica, S., Amorós, J.E. y Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor 2014, Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association: London, United Kingdom.

Van Stel, A., Carree, M. y Thurik, R. (2005). “The effect of entrepreneurial activity on national economic growth”. *Small Business Economics*, 24(3), pp. 311-321.

Varela, R., Moreno, J.A., y Bedoya, M. (2014). *Colombian Entrepreneurial Dynamics 2013. Global Entrepreneurship Monitor Caribbean*. November 2014. Universidad Icesi - Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial: Santiago de Cali, Colombia.

Varela, R., Moreno, J.A. y Bedoya, M. (2014). *Entrepreneurship in the Caribbean Region*. Universidad Icesi: Santiago de Cali, Colombia.

Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. y Thurik, A.R. (2010). “The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped?” *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3), pp. 167-237.

Anexos

Anexo 1

Glosario de definiciones operacionales del GEM 2014

Tabla A-1.1. Glosario de definiciones operacionales-GEM 2014

<p>Actividad emprendedora total en etapa inicial (TEA) Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad quienes son emprendedores nacientes o propietarios-gerentes de un nuevo negocio.</p> <p>Tasa de emprendedores nacientes Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad que actualmente son emprendedores nacientes. Por ejemplo, activamente involucrados en constituir un negocio del cual serán dueños o copropietarios; este negocio no paga sueldos, salarios o cualquier otra retribución a los dueños por más de tres meses.</p> <p>Tasa de propietarios de nuevos negocios Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad que actualmente son propietarios o gerentes de un nuevo negocio. Por ejemplo, poseen y administran un negocio en marcha que ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra retribución a los dueños por más de tres meses, pero por menos de 42 meses.</p> <p>Características de la actividad emprendedora en etapa inicial</p> <p>Actividad emprendedora en etapa inicial impulsada por la oportunidad Porcentaje de personas involucradas en la actividad emprendedora en etapa inicial (como se define anteriormente) quienes afirman estar impulsadas exclusiva o parcialmente por la oportunidad, en oposición a no encontrar otra opción de trabajo. Esto incluye el aprovechamiento de una oportunidad de negocio o, teniendo un trabajo, la búsqueda de mejores oportunidades.</p> <p>Actividad emprendedora en etapa inicial impulsada por la necesidad Porcentaje de personas involucradas en la actividad emprendedora en etapa inicial (como se define anteriormente) quienes afirman estar impulsadas por la necesidad (no teniendo mejor opción para trabajar), en oposición a la oportunidad.</p> <p>Actividad emprendedora en etapa inicial por oportunidad impulsada por el mejoramiento Porcentaje de personas involucradas en la actividad emprendedora en etapa inicial (como se define anteriormente) quienes afirman estar impulsadas por la oportunidad, en oposición a no encontrar otra opción de trabajo, y expresan que el motivo principal para estar involucradas en esa oportunidad es ser independientes o incrementar sus ingresos, más que sólo mantenerlos.</p> <p>Actividad emprendedora en etapa inicial con expectativas de alto crecimiento: prevalencia relativa Porcentaje de emprendedores en etapa inicial (como se define anteriormente) que esperan emplear al menos a 20 personas en cinco años a partir de ahora.</p>	<p>Actividad emprendedora en etapa inicial orientada a un nuevo producto-mercado: prevalencia relativa Porcentaje de emprendedores en etapa inicial (como se define anteriormente) que informan que su producto o servicio es nuevo por lo menos para algunos clientes y que no muchas empresas ofrecen el mismo producto o servicio.</p> <p>Actividad emprendedora en etapa inicial con orientación internacional: prevalencia relativa Porcentaje de emprendedores en etapa inicial (como se define anteriormente) que informan que al menos el 25% de sus clientes son de países extranjeros.</p> <p>Tasa de propietarios de negocios establecidos Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad quienes actualmente son propietarios-gerentes de un negocio establecido. Por ejemplo, poseen y administran un negocio en marcha que ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra retribución a los dueños por más de 42 meses.</p> <p>Tasa de discontinuación de negocios Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad quienes, en los últimos 12 meses, han discontinuado un negocio, tanto para venderlo o cerrarlo, o, de otra manera, abandonando la relación de propiedad/administración con el negocio. Nota: Ésta no es una medición de la tasa del fracaso de los negocios.</p> <p>Atributos individuales de un emprendedor potencial</p> <p>Oportunidades percibidas Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad (involucradas en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que ven buenas oportunidades de iniciar un negocio en el área donde viven.</p> <p>Capacidades percibidas Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad (involucradas en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que creen poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.</p> <p>Intenciones emprendedoras Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad (involucradas en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que son emprendedores latentes y tienen intenciones de iniciar un negocio dentro de los próximos tres años.</p> <p>Tasa de miedo al fracaso Porcentaje de personas entre 18 y 64 años de edad (involucradas en cualquier etapa de la actividad emprendedora) quienes indican que el miedo al fracaso les impediría constituir un negocio.</p>
---	---

Fuente: GEM Global Report 2014.

Anexo 2

Ficha técnica de la Encuesta a la Población Adulta (APS)

La aplicación de las encuestas dirigidas a la población adulta (APS) y de las encuestas para los expertos nacionales en temas de emprendimiento (NES) estuvieron a cargo de la empresa Encuestas y Estudios (E&E), en estrecha colaboración con el equipo de investigación de la Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” y con el equipo estadístico del GEM Global.

Previamente al trabajo de campo, se realizó una prueba piloto en las ciudades capitales del eje central (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) y en la ciudad de El Alto, con la finalidad de validar el instrumento para la APS.

Como resultado de la prueba piloto, se contabilizaron 259 cuestionarios válidos bajo una muestra aleatoria.

En el trabajo de campo, la muestra final utilizada para la encuesta a la población adulta tuvo un alcance de 2.590 personas, a un intervalo de confianza del 95% y con un error muestral de +2,02%. La muestra fue determinada de forma estratificada en poblaciones urbanas y rurales de los nueve departamentos de Bolivia. Los niveles de estratificación se detallan en la Tabla A-2.1.

La Tabla A-2.2. contiene la comparación de los resultados proporcionales entre la muestra utilizada y los datos preliminares del Censo 2012 para las distribuciones por género, por grupos de edad y por nivel socioeconómico, diferencias que fueron utilizadas para el ajuste de los factores de expansión.

Tabla A-2.1. Niveles de estratificación y de control empleados para la encuesta APS (GEM Bolivia 2014)

Estratificación	Detalle
Nivel 1	Por departamento.
Nivel 2	Por tamaño de población: 1) Poblaciones mayores a 20.000 habitantes, 2) Poblaciones urbanas entre 2.000 y 20.000 habitantes, 3) Poblaciones rurales concentradas entre 500 y 2.000 habitantes.
Nivel 3	Por conglomerados de poblaciones iguales: Unidades Primarias de Muestreo (UPM). Cada conglomerado corresponde a una región claramente delimitada, donde se realizó un número determinado de cuestionarios.
Nivel 4	En cada UPM seleccionado, se escogió de una a dos Unidades Secundarias de Muestreo (USM), de manera aleatoria. Se definió un máximo de 10 casos (hogares) por USM.
Control	
Nivel 1 (sólo ciudades):	Cada UPM fue adicionalmente colocada en un estrato según su nivel socioeconómico dominante (AB-C1-C2-C3-D-E).
Nivel 2	Se establecieron cuotas por edad y por sexo a fin de evitar los desbalances que se producen por género, por edad y por nivel socioeconómico cuando se pretende utilizar metodologías de selección estrictamente aleatorias al interior del hogar.

AB: Niveles socioeconómicos altos; C1: Niveles socioeconómicos medio altos; C2: Niveles socioeconómicos medio típicos; C3: Niveles socioeconómicos medio bajos; D: Niveles socioeconómicos bajos; E: Niveles socioeconómicos marginales.

Los factores de expansión fueron aplicados a la muestra en cuatro etapas, asignando a cada persona seleccionada un factor de expansión, dependiendo del número de personas de la categoría. De esa manera, el factor de expansión puede ser interpretado como la cantidad de personas en la población que representa una persona de la muestra.

El detalle sobre la cantidad de personas encuestadas en cada ciudad/localidad, municipio y departamento, seleccionadas en la muestra, además de la distribución por área de residencia, se presentan en la Tabla A-2.3.

Para la elegir a las personas, se realizó una selección aleatoria de los entrevistados al interior del hogar, bajo

la consideración de la categoría 'próximo cumpleaños'. En esa dirección, se siguieron los siguientes pasos:

1. Selección de la ciudad o poblado.
2. Definición y selección aleatoria de la UPM.
3. Selección aleatoria de la agrupación USM para aplicar la encuesta.
4. Selección aleatoria del manzano y del predio para aplicar la encuesta.
5. Selección del entrevistado en base a la condición de próximo cumpleaños.
6. Regreso de por lo menos tres veces si el entrevistado seleccionado no es hallado⁴.
7. Mismo proceso de selección del sustituto para casos de rechazo.

Tabla A-2.2. Porcentajes de comparación entre la muestra y el Censo 2012 (GEM Bolivia 2014)

Variable	Categoría	Censo 2012	Muestra	Desviación
Género	Hombre	49,5%	48,6%	2%
	Mujer	50,5%	51,4%	-2%
Edad	18-24	30,4%	29,5%	3%
	25-34	26,2%	21,6%	21%
	35-44	20,7%	19,8%	5%
	45-54	13,9%	18,3%	-24%
	55-64	8,8%	10,8%	-19%
Nivel socioeconómico	ABC1	4,5%	4,7%	-4%
	C2C3	42,8%	41,3%	4%
	DE	52,7%	54,0%	-2%

Tabla A-2.3. Muestra utilizada para la encuesta APS (GEM Bolivia 2014)

Departamento	Municipio	Ciudad o poblado	Urbana	Rural	Total	Tamaño(*)
1. La Paz	La Paz	Ciudad de La Paz	142		142	1
	El Alto	Ciudad de El Alto	100		100	1
	Viacha	Viacha	22		22	2
	Caranavi	Caranavi	21		21	2
	Coroico	Coroico	20		20	2
	Sica Sica	Sica Sica		20	20	3
	Achacachi	Huarina		20	20	3
	Tipuani	Tipuani		20	20	3
Subtotal			305	60	365	

4 La propuesta de E&E establece sólo dos intentos para encontrar al entrevistado. El GEM exigió que al menos fueran tres. En la prueba piloto, se requirieron nueve intentos para conseguir una entrevista, que luego fueron mejorados a siete intentos por entrevista.

2. Santa Cruz	Santa Cruz	Ciudad de Santa Cruz	130		130	1
	Montero	Montero	50		50	1
	Camiri	Camiri (centro urbano)	30		30	2
	San ignacio	San Ignacio de Velasco	20		20	2
	Warnes	Warnes	20		20	2
	Roboré	Roboré	20		20	2
	Puerto suárez	Puerto suárez	20		20	2
	Pailón	Pailón		15	15	3
	San Julian	San Julian		15	15	3
	Ascención de Guarayos	Ascención de Guarayos		10	10	3
	Cabezas	Abapó		10	10	3
	San Carlos	Buen Retiro		10	10	3
El Puente	Yotaú		10	10	3	
Subtotal			290	70	360	
3. Cochabamba	Cercado	Ciudad de Cochabamba	171		171	1
	Quillacollo	Quillacollo (centro urbano)	60		60	2
	Sacaba	Sacaba	40		40	2
	Chimoré	Chimoré		20	20	3
	Aiquile	Aiquile		20	20	3
	Capinota	Capinota		21	21	3
	Morochata	Morochata		20	20	3
	Villa Tunari	Isinuta		10	10	3
Subtotal			271	91	362	
4. Oruro	Oruro	Ciudad de Oruro	150		150	1
	Caracollo	Caracollo	40		40	2
	Huanuni	Huanuni		30	30	3
	Toledo	Toledo		30	30	3
Subtotal			190	60	250	
5. Chuquisaca	Sucre	Ciudad de Sucre	151		151	1
	Monteagudo	Monteagudo	40		40	2
	Zudáñez	Zudáñez		30	30	3
	Camargo	Camargo		30	30	3
Subtotal			191	60	251	
6. Potosí	Potosí	Ciudad de Potosí	111		111	1
	Villazón	Villazón	30		30	2
	Tupiza	Tupiza	30		30	2
	Uyuni	Uyuni		20	20	3
	Atocha	Atocha		20	20	3
	Llallagua	Siglo XX		20	20	3
	Betanzos	Betanzos		20	20	3
Subtotal			171	80	251	

7. Pando	Cobija	Ciudad de Cobija	160		160	1
	Campo Ana	Porvenir		30	30	3
	Victoria	Puerto Rico		30	30	3
	Agua Dulce	Gonzalo Moreno		30	30	3
Subtotal			160	90	250	
8. Tarija	Tarija	Ciudad de Tarija	120		120	1
	Yacuiba	Yacuiba	30		30	2
	Bermejo	Bermejo	30		30	2
	Villamontes	Villamontes		20	20	3
	Entre Ríos	Entre Ríos		20	20	3
	Padcaya	Padcaya		20	20	3
	Uriondo	Uriondo o Valle de Concepción		10	10	3
Subtotal			180	70	250	
9. Beni	Trinidad	Ciudad de Trinidad	60		60	1
	Riberalta	Riberalta	50		50	1
	Guayaramerín	Guayaramerín	40		40	1
	Santa Ana	Santa Ana	30		30	2
	San Borja	San Borja	30		30	2
	Rurrenabaque	Rurrenabaque		21	21	3
	Magdalena	Magdalena		20	20	3
Subtotal			210	41	251	
TOTAL MUESTRA			1968	622	2590	

(*) Tamaño de población: 1) Más de 20.000 habitantes, 2) Entre 2.000 y 20.000 habitantes, 3) Entre 500 y 2.000 habitantes.

Anexo 3

Ficha técnica de la Encuesta Nacional a Expertos (NES)

Para la determinación de la muestra de expertos nacionales a ser entrevistados, de acuerdo con la metodología del GEM, la estratificación de la muestra se hizo en nueve segmentos, correspondientes a los sectores o los rubros a los que representaban los entrevistados (Tabla A-3.1.). La metodología GEM exige que en cada segmento se entreviste a por lo menos cuatro expertos, por lo tanto se requería un mínimo de 36 entrevistas.

En una etapa inicial, se contaba con una lista de 106 expertos a ser posiblemente entrevistados, proporcionada por la Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Finalmente, el alcance de la muestra de expertos fue de 61 entrevistas concluidas. Los nombres de cada una de las personas entrevistadas y de las organizaciones a las que pertenecen están detallados en la Tabla A-3.2. A todos ellos, se les agradece particularmente por el apoyo brindado para el desarrollo de este estudio sobre la situación y las características del emprendimiento en Bolivia.

Tabla A-3.1. Sectores de estratificación para la Encuesta Nacional a Expertos (NES)-GEM Bolivia 2014

Estratificación	Detalle
9 sectores	a) Sector financiero b) Sector generadores de políticas públicas c) Sector generadores de programas públicos para emprendedores d) Sector educación y adiestramiento e) Investigadores y sector tecnológico f) Sector infraestructura comercial y profesional g) Sector apertura de mercados h) Sector infraestructura física y servicios i) Sector cultural y normativo

Tabla A-3.2. Lista de expertos entrevistados (NES)-GEM Bolivia 2014

Nº	Nombres y apellidos	Organización
1	Eduardo Bazoberry	Oportunidad Microfinanciera Latinoamericana
2	María Elena Querejazu	Fundación SEMBRAR
3	Omar Medrano	Banco SOL S.A.
4	Bismark Márquez Almonte	Banco FIE S.A.
5	Jorge Guillermo Rodríguez Doria Medina	ICCO
6	Máximo Arévalo Raznatovic	Consultor FF.AA. (Empresas Militares)
7	José Luis Valencia Aquino	Confederación de Empresarios Privados de Bolivia
8	Carlos Hugo Molina	CEPAD
9	Ernesto Pérez de Rada	PNUD Bolivia

10	Fernando Aramayo	Cámara Americana de Comercio de Bolivia - AMCHAM
11	Víctor Hugo Guachalla	Promueve Bolivia
12	Olivia Caetano Chuquimia	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz
13	Patricia Choque Fernández	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Bolivia
14	Pablo Alberto Herrera Suárez	Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Unidad Regional Santa Cruz
15	Ricardo Guzmán Gutiérrez	Fundación FAUTAPO
16	Mario Eduardo Valori Pérez	Universidad Católica Boliviana
17	Fabrizio Zelada Vásquez	Universidad Católica Boliviana
18	José Jiménez Taquiguchi	Consultor independiente
19	María Rosario Vásquez Araujo	Universidad Autónoma Tomás Frías
20	Enzo Aliaga Rossel	Instituto de Ecología UMSA
21	Yamil Cárdenas	Florida State University FSU - Universidad Católica Boliviana
22	René Salomón VargaS	Fundación Trabajo Empresa
23	Edson Espinoza Ordóñez	DELAPAZ S.A.
24	Gabriela Flores Terceros	Kirah Design S.R.L.
25	Franco Vargas Golac	BYGATO.COM / DISCOVEREEL.COM
26	Alejandro Marcio Monasterios Ríos	Discovereel
27	Alison Silva Silva	Eresessea Solutions S.R.L.
28	Daniel Agramont Lechín	Fundación EBERT
29	Mario Yaffar	Cámara Nacional de Industria
30	Carola Capra	Grupo Nueva Economía
31	María del Pilar RamírezZ	Confie Holding SL
32	Miguel Ángel Figueroa Calcina	Fundación Novus / HUB 7 S.A.
33	Rolando Sahonero Ortisi	Fundación para la Producción
34	José Santa Cruz	Arellano Limitada
35	Eddy Dieter Sánchez Salas	STARTUP.BO
36	Larry Serrate	Alpaca Style
37	Susana Trigo	Trigo Consultores en Comunicación y Marketing
38	Edgar Guardia Galindo	Fundación Valles
39	Eduardo Bracamonte Velasco	Exportadores Bolivianos S.R.L.
40	Jorge Daniel Galindo Ortiz	Gobierno Autónomo Municipal de la Santísima Trinidad
41	Francisco Reynaga Berríos	Consultor independiente
42	Paola Barrón Guardia	Organiza eventos y negocios corporativos
43	Saúl Joaquín Escalera Vásquez	Profesor emérito - UMSS
44	Andrés Jiménez Villegas	ICCO Cooperación
45	José Carlos Campero Nuñez del Prado	Beta Gama S.A.
46	Emilio Arce Mattas	Fe y Alegría
47	Luis Alberto Melgar Rada	Aldeas Infantiles S.O.S. - Cochabamba
48	Jorge Hinojosa	CAISA Agencia de Bolsa
49	Paola Andrea Velarde Chuquimia	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz
50	Néstor Dennis García Ocaña	Universidad Técnica de Oruro
51	José Daniel Añez Manrique	Modo Beta S.R.L.
52	Horacio Barrancos Bellot	SNV Servicio Holandes de Cooperación al Desarrollo

53	Marcelo Mallea Castillo	Sembrar SARTAWI IFD
54	Patricia Maldonado	NANAY S.R.L.
55	Roberto Casanovas Sainz	IDEPRO Desarrollo Empresarial
56	Jaime Ricardo Terán Cardozo	SERAZUL VERDESER S.R.L.
57	Wilfredo Rojo	Muebles SOMAIN S.R.L.
58	Julio Silva	CAINCO
59	Raúl Oscar Aparicio	Fundación Amigarse
60	Samuel Sangüeza Pardo	ICCO Cooperación Sudamericana
61	Juan Carlos Cardenas Aguilar	Topas Bolivia S.R.L.

Anexo 4

Equipo de trabajo del GEM Bolivia 2014

Verónica Querejazu Vidovic es economista graduada de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con maestrías en Gestión y Políticas Públicas de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, y en International Affairs de la Universidad de Columbia, Estados Unidos. Actualmente es profesora a tiempo completo en la Escuela de la Producción y la Competitividad de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Los temas de emprendimiento, género, políticas públicas y negocios internacionales son las líneas de investigación que le ocupan. Ha sido Directora por Bolivia ante el Banco Mundial y funcionaria diplomática en la Embajada de Bolivia ante la Casa Blanca en Washington D.C. Como docente, ha trabajado en el Trinity College, Washington D.C., y en la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Entre sus publicaciones destacan *“Mujeres y Emprendimiento en Bolivia 2011: Áreas Urbana y Periurbana”*, y *“Barómetros Cualitativos de Pobreza, Participación, Gestión y Transparencia Municipal”*, además de artículos varios en revistas y en periódicos de México y Bolivia.

David Zavaleta Castellón es Doctor en Econometría de la Universidad de Ginebra, Suiza. Ha desarrollado y aplicado modelos de equilibrio general calculable y de microsimulación para evaluar el impacto de diversas políticas económicas sobre la pobreza y la desigualdad en Bolivia, temas que son su principal interés y su línea de

investigación. Actualmente es profesor a tiempo completo en la Escuela de la Producción y la Competitividad, y en las Maestrías para el Desarrollo de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, lugar donde ha participado en diversos proyectos, entre ellos la investigación *“Mujeres y Emprendimiento en Bolivia 2011: Áreas Urbana y Periurbana”*.

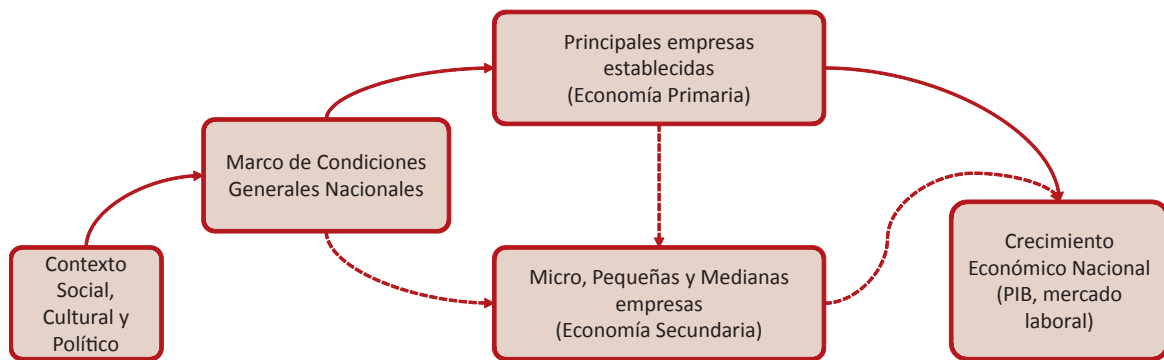
Joel Mendizábal Córdova es consultor independiente y realiza trabajos relacionados con investigación económica. Se ha desempeñado como especialista en políticas del sector financiero y de pensiones, en la Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas (UDAPE), y como profesional en pensiones en el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de Bolivia. Su formación académica incluye estudios de pregrado en Ingeniería Comercial de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” y de posgrado en la Maestría en Políticas Económicas del Williams College, Estados Unidos.

Lourdes Quispe es licenciada en Ingeniería Comercial de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Forma parte del equipo de la Escuela de la Producción y la Competitividad desde el año 2009. Asiste al equipo de investigación para brindar el soporte administrativo en la preparación, la ejecución, el seguimiento y la conclusión de los proyectos de investigación, coordinando con la Dirección Administrativa Financiera los asuntos administrativos pertinentes por medio de la gestión eficiente y eficaz de los recursos asignados a cada proyecto.

Anexo 5

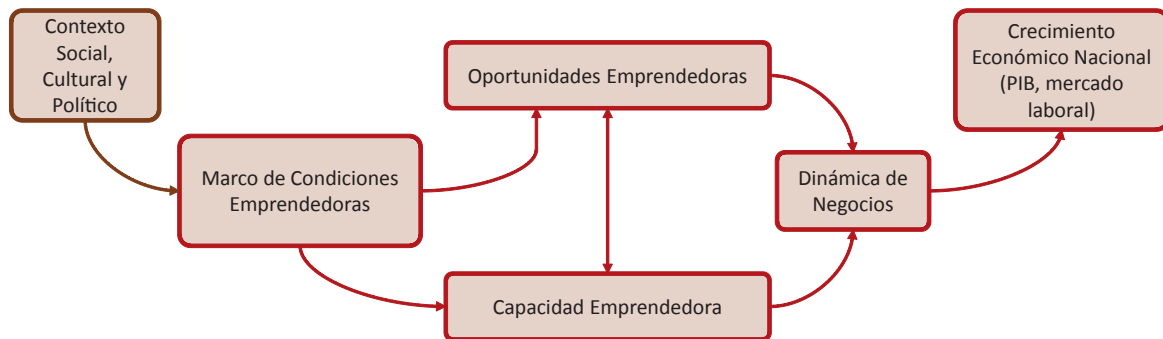
Modelos de Crecimiento Económico (GEM 2014)

Gráfico A-5.1. Modelo convencional de Crecimiento Económico Nacional



Fuente: GEM Global Report 2014, basado en Reynolds, P.D., M. Hay y S.M. Camp, Global Entrepreneurship Monitor, 1999, Executive Report, p. 9.

Gráfico A-5.2. Modelo de procesos empresariales que afectan al crecimiento económico nacional



Fuente: GEM Global Report 2014, basado en Reynolds, P.D., M. Hay y S.M. Camp, Global Entrepreneurship Monitor, 1999, Executive Report, p. 10.

Anexo 6

Indicadores de emprendimiento, según país y región (2014)

Tabla A-6.1. Percepciones hacia el emprendimiento, por país y región (2014)

Región	País	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Temor al fracaso(*)	Intención de emprender(**)
África	Angola	69,7	61,7	44,8	39,3
	Botsuana	57,2	67,1	13,7	63,4
	Burkina Faso	63,6	65,9	23,7	42,3
	Camerún	69,3	73,8	22,8	55,6
	Sud África	37,0	37,6	25,4	10,1
	Uganda	76,9	84,9	12,6	60,2
	Promedio (No ponderado)	62,3	65,2	23,8	45,1
Asia y Oceanía	Australia	45,7	46,8	39,2	10,0
	China	31,9	33,0	39,5	19,3
	India	38,9	36,7	37,7	7,7
	Indonesia	45,5	60,2	38,1	27,4
	Irán	27,7	59,5	32,7	25,5
	Japón	7,3	12,2	54,5	2,5
	Kazajistán	26,5	52,5	23,8	15,4
	Malasia	43,4	38,4	26,8	11,6
	Filipinas	45,9	66,1	37,7	42,8
	Qatar	63,4	60,9	25,5	50,4
	Singapur	16,7	21,4	39,4	9,4
	Taiwán	33,5	29,0	37,4	25,6
	Tailandia	47,3	50,1	42,4	21,8
	Vietnam	39,4	58,2	50,1	18,2
Promedio (No ponderado)	36,6	44,6	37,5	20,5	

América Latina y el Caribe	Argentina	31,9	57,8	23,5	27,8
	Barbados	38,2	63,5	23,4	11,5
	Belice	49,6	69,0	32,6	10,1
	<i>Bolivia</i>	<i>57,7</i>	<i>73,1</i>	<i>38,4</i>	<i>46,9</i>
	Brasil	55,5	50,0	35,6	24,5
	Chile	67,0	64,9	28,4	50,1
	Colombia	65,7	57,4	30,7	47,0
	Costa Rica	39,0	59,4	36,8	29,0
	Ecuador	62,0	72,8	30,7	43,1
	El Salvador	44,7	70,8	34,9	23,1
	Guatemala	45,4	64,2	33,0	35,8
	Jamaica	57,0	81,2	22,0	35,3
	México	48,9	53,5	29,6	17,4
	Panamá	43,3	54,4	14,6	19,7
	Perú	62,3	69,4	29,1	50,6
	Puerto Rico	25,1	48,8	24,0	12,5
	Surinam	41,0	77,4	16,1	4,6
	Trinidad y Tobago	58,6	75,2	16,8	33,9
Uruguay	45,6	63,1	26,7	24,8	
	Promedio (No ponderado)	49,4	64,5	27,7	28,8
Unión Europea	Austria	44,4	48,7	34,9	8,1
	Bélgica	35,9	30,4	49,4	10,6
	Croacia	18,4	45,9	30,3	19,5
	Dinamarca	59,7	34,9	41,0	6,9
	Estonia	49,4	42,5	41,8	9,8
	Finlandia	42,4	34,9	36,8	7,9
	Francia	28,3	35,4	41,2	14,2
	Alemania	37,6	36,4	39,9	5,9
	Grecia	19,9	45,5	61,6	9,5
	Hungría	23,4	40,9	42,0	13,9
	Irlanda	33,4	47,2	39,3	7,2
	Italia	26,6	31,3	49,1	11,4
	Lituania	31,7	33,4	44,8	19,7
	Luxemburgo	42,5	37,6	42,0	11,9
	Holanda	45,6	44,3	34,8	9,3
	Polonia	31,3	54,3	51,1	15,6
	Portugal	22,9	46,6	38,4	15,8
	Rumania	32,4	48,4	41,3	31,7
	Eslovaquia	23,5	54,4	36,0	15,1
	Eslovenia	17,2	48,6	29,0	11,4
	España	22,6	48,1	38,0	7,1
	Suecia	70,1	36,7	36,5	8,5
Reino Unido	41,0	46,4	36,8	6,9	
	Promedio (No ponderado)	34,8	42,3	40,7	12,1

No-Unión Europea	Bosnia y Herzegovina	19,6	47,3	26,8	20,4
	Georgia	36,6	37,5	34,8	15,6
	Kosovo	65,6	65,2	26,7	6,3
	Noruega	63,5	30,5	37,6	5,0
	Rusia	26,5	27,8	39,5	3,5
	Suiza	43,7	41,6	29,0	7,1
	Promedio (No ponderado)	42,6	41,7	32,4	9,7
Norte América	Canadá	55,5	49,0	36,5	12,0
	Estados Unidos	50,9	53,3	29,7	12,1
	Promedio (No ponderado)	53,2	51,2	33,1	12,0

Fuente: GEM Global Report 2014.

(*) Denominador: Población adulta de 18 a 64 que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio.

(**) Se espera iniciar un negocio en los siguientes tres años. Denominador: Grupo de personas entre 18 y 64 años que no está involucrado en actividades emprendedoras.

Tabla A-6.2. Índices de actividad emprendedora en países GEM 2014, por región geográfica

Región	País	Emprendedores nacientes	Propietarios de nuevos negocios	Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA)	Propietarios de negocios establecidos	Discontinuidad de negocios (% TEA)
África	Angola	9,5	12,4	21,5	6,5	15,1
	Botsuana	23,1	11,1	32,8	5,0	15,1
	Burkina Faso	12,7	9,7	21,7	17,7	10,8
	Camerún	26,4	13,7	37,4	11,5	17,7
	Sud África	3,9	3,2	7,0	2,7	3,9
	Uganda	8,9	28,1	35,5	35,9	21,2
	Promedio (No ponderado)	14,1	13,0	26,0	13,2	14,0
Asia y Oceanía	Australia	7,6	5,7	13,1	9,8	3,9
	China	5,4	10,2	15,5	11,6	1,4
	India	4,1	2,5	6,6	3,7	1,2
	Indonesia	4,4	10,1	14,2	11,9	4,2
	Irán	7,5	8,7	16,0	10,9	5,7
	Japón	2,7	1,3	3,8	7,2	1,1
	Kazajistán	8,1	6,2	13,7	7,4	2,9
	Malasia	1,4	4,6	5,9	8,5	2,0
	Filipinas	8,2	10,5	18,4	6,2	12,6
	Qatar	11,3	5,4	16,4	3,5	4,8
	Singapur	6,4	4,8	11,0	2,9	2,4
	Taiwén	4,4	4,1	8,5	12,2	5,1
	Tailandia	7,6	16,7	23,3	33,1	4,2
	Vietnam	2,0	13,3	15,3	22,2	3,6
Promedio (No ponderado)	5,8	7,4	13,0	10,8	3,9	

America Latina y el Caribe	Argentina	9,5	5,2	14,4	9,1	4,9
	Barbados	8,5	4,2	12,7	7,1	3,7
	Belice	4,3	3,0	7,1	3,7	4,7
	<i>Bolivia</i>	<i>21,5</i>	<i>7,1</i>	<i>27,4</i>	<i>7,6</i>	<i>6,9</i>
	Brasil	3,7	13,8	17,2	17,5	4,1
	Chile	16,6	11,0	26,8	8,8	8,3
	Colombia	12,4	6,7	18,5	4,9	5,6
	Costa Rica	7,6	3,7	11,3	2,5	4,9
	Ecuador	24,5	9,9	32,6	17,7	8,1
	El Salvador	11,4	8,7	19,5	12,7	10,8
	Guatemala	12,0	9,2	20,4	7,4	4,4
	Jamaica	7,9	11,9	19,3	14,4	6,3
	México	12,7	6,4	19,0	4,5	5,6
	Panamá	13,1	4,1	17,1	3,4	4,5
	Perú	23,1	7,3	28,8	9,2	8,0
	Puerto Rico	8,8	1,3	10,0	1,3	3,6
	Surinam	1,9	0,2	2,1	5,2	0,2
	Trinidad y Tobago	7,5	7,4	14,6	8,5	2,8
	Uruguay	10,5	5,7	16,1	6,7	4,4
	Promedio (No ponderado)	11,4	6,7	17,6	8,0	5,4
Unión Europea	Austria	5,8	3,1	8,7	9,9	2,7
	Bélgica	2,9	2,5	5,4	3,5	2,3
	Croacia	6,0	2,0	8,0	3,6	3,8
	Dinamarca	3,1	2,5	5,5	5,1	2,2
	Estonia	6,3	3,5	9,4	5,7	2,0
	Finlandia	3,4	2,3	5,6	6,6	2,3
	Francia	3,7	1,7	5,3	2,9	1,7
	Alemania	3,1	2,3	5,3	5,2	1,7
	Grecia	4,6	3,4	7,9	12,8	2,8
	Hungría	5,6	3,9	9,3	7,9	3,1
	Irlanda	4,4	2,5	6,5	9,9	1,9
	Italia	3,2	1,3	4,4	4,3	2,1
	Lituania	6,1	5,3	11,3	7,8	2,9
	Luxemburgo	4,9	2,3	7,1	3,7	2,6
	Holanda	5,2	4,5	9,5	9,6	1,8
	Polonia	5,8	3,6	9,2	7,3	4,2
	Portugal	5,8	4,4	10,0	7,6	3,0
	Rumania	5,3	6,2	11,3	7,6	3,2
	Eslovaquia	6,7	4,4	10,9	7,8	5,2
	Eslovenia	3,8	2,7	6,3	4,8	1,5
	España	3,3	2,2	5,5	7,0	1,9
	Suecia	4,9	1,9	6,7	6,5	2,1
	Reino Unido	6,3	4,5	10,7	6,5	1,9
	Promedio (No ponderado)	4,8	3,2	7,8	6,7	2,6

No-Unión Europea	Bosnia y Herzegovina	4,5	2,9	7,4	6,7	4,5
	Georgia	4,1	3,2	7,2	7,3	2,5
	Kosovo	2,5	1,8	4,0	2,1	6,6
	Noruega	2,8	3,0	5,7	5,4	1,9
	Rusia	2,4	2,4	4,7	3,9	1,2
	Suiza	3,4	3,8	7,1	9,1	1,5
	Promedio (No ponderado)	3,3	2,8	6,0	5,7	3,0
Norte América	Canadá	7,9	5,6	13,0	9,4	4,2
	Estados Unidos	9,7	4,3	13,8	6,9	4,0
	Promedio (No ponderado)	8,8	4,9	13,4	8,2	4,1

Fuente: GEM Global Report 2014.

