

Política industrial moderna para Chile

Manuel Agosin T.
▶ managosin@fen.uchile.cl
▶ Ph.D., Columbia University,
U.S.A.



Desde hace varios años, Chile está experimentando una desaceleración secular a causa de un bajón de su crecimiento potencial. La razón fundamental por la que no despegamos, a pesar de nuestro buen marco institucional y buenas políticas macroeconómicas, es nuestra falta de diversidad productiva. Ella es importante por dos razones. Primero, economías productivamente diversificadas son más resistentes a caídas en la demanda mundial, la que tiende a afectar a algunos sectores más que a otros. Segundo, la economía nacional en estos momentos cuenta con relativamente poca demanda de trabajo calificado. Sólo unos pocos sectores están en la frontera productiva mundial y son capaces de remunerar bien a sus trabajadores. Si queremos avanzar hacia una sociedad más justa y desarrollada que pueda sustentar remuneraciones mayores, será necesario que las empresas y trabajadores aprendan a producir bienes y servicios cuya producción competitiva pueda sustentar

“Indudablemente que el rol principal del Estado en la política industrial está en la provisión de bienes públicos sin los cuales nuevos sectores no pueden surgir”.

remuneraciones elevadas.

Designaremos “política industrial” – o “política de desarrollo productivo” como lo hace el BID en su informe insignia de 2014¹ – a aquellas políticas que buscan ampliar los sectores competitivos internacionalmente. Existen dos motivos para que esto no sea fácil. En un país en desarrollo, las tecnologías de producción para un gran abanico de bienes que se producen en el mundo no son conocidas. El pionero en descubrir que sí se puede producir competitivamente un bien en el país (dos ejemplos chilenos son la uva de mesa y el vino, véase Agosin y Bravo Ortega, 2012) no puede apropiarse de todos los beneficios de su inversión en conocimiento porque éste es rápidamente copiado por otros (Hausman y Rodrik, 2003). Más aún, evidencia reciente para el caso chileno muestra que las empresas que terminan beneficiándose más de las ventas de un nuevo producto de exportación tienden a no ser las pioneras sino las seguidoras (Wagner y Zahler, 2015). Esto sugiere que los costos sociales de no apoyar el descubrimiento de nuevos sectores pueden ser de un

¹ Crespi, Fernández-Arias y Stein (2014).

orden de magnitud importante. Existe otro motivo para prestar atención a la política industrial. A este segundo problema se lo conoce en la literatura como “falla de coordinación”: muchos productores de bienes no transables y el sector público deben concurrir al suministro de insumos sin los cuales no es posible que surja una nueva industria competitiva a nivel internacional.

¿Cuál es el camino a seguir?

Indudablemente que el rol principal del Estado en la política industrial está en la provisión de bienes públicos sin los cuales nuevos sectores no pueden surgir. El papel coordinador de diversas agencias estatales y empresas privadas sólo puede desempeñarlo el Estado. En 2005 se creó el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad. Pero este paso adelante no ha contado ni con los recursos necesarios ni con la decisión política de darle la más alta prioridad. Es importante volver a hacer el esfuerzo, ahora con más

determinación. Y dotarla de mayores atribuciones y recursos, problema que han tenido casi todos los esfuerzos chilenos en las últimas décadas.

¿Hay espacios para políticas de intervención en el mercado, ya sea del tipo que subsana fallas generalizadas en la economía (horizontal) o particulares a sectores específicos (verticales)? La corrección de fallas de mercado de origen horizontal es menos riesgosa que la intervención pública directa en orden a levantar industrias específicas. Sin desdeñar los apoyos transitorios, el rol del estado es fundamentalmente el de coordinador de inversiones, que no requiere de incentivos financieros.

Una política de este tipo lo constituyó el llamado “reintegro simplificado” (RS) que operó entre 1985 y 2003, el cual fue en la práctica y un moderado subsidio a nuevas exportaciones que desaparecía cuando las exportaciones totales de esas exportaciones superaban un cierto umbral preestablecido.

Un programa particularmente atractivo ha sido el subsidio utilizado para la atracción de inversión

extranjera directa a industrias de alta tecnología, que vino en llamarse InvestChile.² Este programa consiste en ofrecer a empresas extranjeras exportadoras en alta tecnología una serie de beneficios por una sola vez.

Fundación Chile también ha cumplido un papel positivo en la diversificación productiva chilena, habiendo jugado un rol fundamental en la industria salmonera y en la exportación inicial de arándanos. El nicho que ocupa Fundación Chile es el de suplir la ausencia de una industria de capital de riesgo, orientando su actividad hacia la introducción de industrias exportadoras nuevas al país.

El fomento a la industria de capital de riesgo en general, quizás focalizada en la diversificación exportadora, podría hacer una contribución a que los nuevos sectores se autoseleccionaran. Desde luego, habrá fracasos, pero lo importante es que los éxitos, siempre mucho menos numerosos que los fracasos, sean de una magnitud adecuada para más que compensar a la suma de los fracasos. ■

² Para un recuento de este experimento y su evaluación, véase Agosin y Price (2009).

REFERENCIAS

- ▣ Agosin, M. y Bravo-Ortega, C. (2012), “The Emergence and Consolidation of the Chilean Wine Industry”, en Sabel, C., Fernández-Arias, E., Hausmann, R., Rodríguez-Clare, A. y Stein, E. (editores), *Export Pioneers in Latin America*, Harvard University Press, 2012.
- ▣ Agosin, M., Grau, N. y Larraín, C. (2009). “Industrial Policy in Chile”, Documento de Trabajo 294, Departamento de Economía, Universidad de Chile, marzo de 2009.
- ▣ Agosin, M. y Price, J.J. (2009). “La Inversión Extranjera: ¿Hacia una Política Vertical?”, en Oscar Muñoz (editor), *Desarrollo Productivo en Chile: La Experiencia de CORFO entre 1990 Y 2009*, CORFO-FLACSO, Santiago, 2009.
- ▣ Crespi, G., Fernández-Arias, E. y Stein E., editors (2014). *Rethinking Productive Development: Sound Policies and Institutions for Economic Transformation*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, DC, 2014.
- ▣ Hausmann, R. y Rodrik, D. (2003), “Development as Self-Discovery”, *Journal of Development Economics*, 72, 603– 633.
- ▣ Wagner, R. y Zahler, A., “New Exports from Emerging Markets. Do Followers Benefit from Pioneers?” *Journal of Development Economics*. 114. 203-223. 2015.

¿Qué tipo de emprendimiento fomentamos en la economía chilena?

Christian Cancino

► cancino@fen.uchile.cl
► Ph.D., Universidad Autónoma de Madrid, España.



“Los emprendimientos por necesidad se asocian a los países en vías de desarrollo y a condiciones de pobreza, pues no se considera que aporten significativamente al crecimiento económico”.

En estos últimos años hemos sido testigos de una fuerte crisis económica a nivel mundial, la cual, si bien llegó más tarde para la mayor parte de las economías que sustentan su crecimiento sobre la base de explotar eficientemente sus recursos naturales, empieza a dejar ciertas heridas que limitan el desarrollo de la economía chilena.

Un ejemplo de este deterioro se observa con el alza de la tasa de desempleo para el trimestre móvil marzo-mayo de 2016 que alcanza un 6,8% (INE). Este indicador aumentó en 0,4 puntos porcentuales en relación con el trimestre móvil anterior, siendo la cuarta alza consecutiva en términos trimestrales. De los diversos análisis y descomposición de los datos que resulta necesario realizar llama la atención qué ocurre con el empleo por Cuenta Propia.

Los datos del INE señalan que en doce meses, el incremento de los Ocupados (1,3%) fue liderado, por quinto período consecutivo, por trabajadores Cuenta Propia (6,5%), consecuencia del aumento tanto de mujeres (8,5%) como de hombres

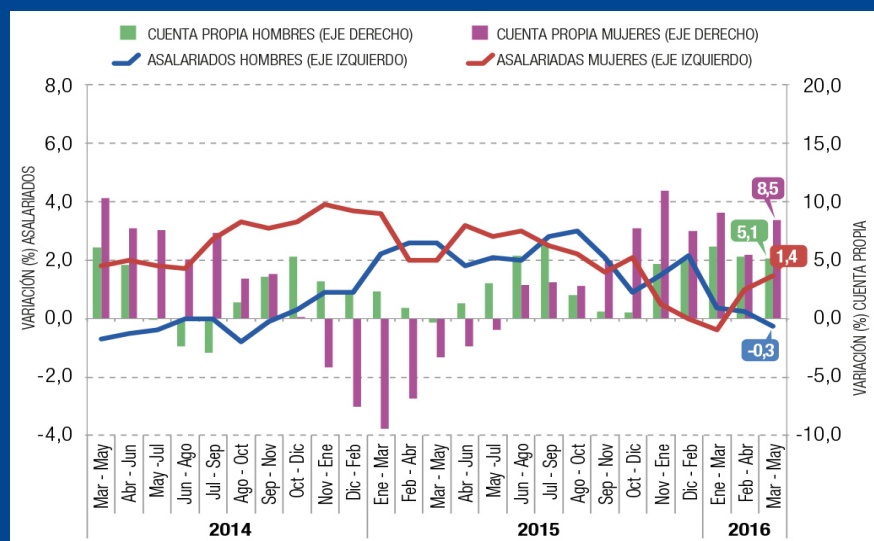
(5,1%). Dentro de esta categoría, el alza fue explicada por Trabajadores no Calificados que desempeñan su trabajo en la calle o vía pública, y por Trabajadores de los Servicios y Vendedores de Comercios y Mercados que trabajan en su propio hogar.

Llama la atención que muchas veces los trabajadores por Cuenta Propia son agrupados bajo el paraguas de emprendedores. Lo que trae algunas preguntas: ¿Será adecuado el crecimiento de este tipo de empleo?

¿Qué características tiene este tipo de emprendedor el cual se ve obligado a comenzar con un negocio ante la falta de empleo y la necesidad de sustento económico?

Según Amorós y Bosma (2014), los emprendimientos por necesidad se asocian a los países en vías de desarrollo y a condiciones de pobreza, pues no se considera que aporten significativamente al crecimiento económico. Este tipo de emprendedores se insertan en la actividad empresarial

Variación (%) 12 meses de Asalariados y Cuenta Propia, según sexo total país, trimestres móviles



Fuente: INE.

cuando no tienen otra alternativa. Los emprendimientos motivados por necesidad plantean una discusión importante en cuanto a su fomento. Así como existen detractores que creen que tienen una estrecha relación con la pobreza (Larroulet y Couyoumdjian, 2009), hay otros investigadores que ven elementos positivos en este tipo de emprendimiento al ser un mecanismo para disminuir los efectos perversos de un alto desempleo (Lohest, 2011).

En la vereda opuesta a los emprendimientos por necesidad se encuentran los emprendimientos por oportunidad. Los emprendimientos motivados por oportunidad suelen ser los más atractivos de potenciar, pues generan mayor efecto en crecimiento. En este grupo se encuentran emprendimientos que representan actividades estimuladas por el deseo de aprovechar una posibilidad de negocio potencialmente rentable. Según Díaz de León y Cancino (2014), estos emprendedores decidieron tomar ventaja de una oportunidad en el mercado y la innovación es el principal motor para iniciar la actividad empresarial.

Sería ideal poder decir que en Chile el mayor número de emprendimientos por necesidad

responde a una situación puntual, particular del momento económico que vivimos, y que nuestras políticas públicas promueven principalmente emprendimientos por oportunidad. Lamentablemente, y analizando algunos programas de conocidas agencias de desarrollo económico, como FOSIS y SERCOTEC, vemos que lo anterior no necesariamente se cumple. Por un lado, y no siendo una sorpresa, tanto los programas YO EMPRENDO Semilla como el YO EMPRENDO de FOSIS, son acciones que, dada la naturaleza del tipo de beneficiado que se ve atraído por los programas (y también por sus requisitos, por ejemplo, encontrarse dentro del 40% más vulnerable según el Registro Social de Hogares) podrían ser clasificados como programas que potencian principalmente el desarrollo de emprendimientos por necesidad en Chile. Por otro lado, Cancino, Bonilla y Vergara (2015), quienes analizan a una iniciativa de SERCOTEC, logran medir el impacto de su programa de Capital Semilla para aquellos beneficiados entre 2006 y 2009 (contra resultados obtenidos luego de varios años de obtener el beneficio). Los resultados son mixtos. Por un lado el impacto en las ventas aparece con signo positivo

pero no significativo. Respecto del número de empleados sí se encuentran resultados positivos y estadísticamente significativos, aunque este efecto es muy bajo, evidenciándose que este tipo de emprendimiento crece muy poco, y de hacerlo, solo es posible que contrate a un número menor de trabajadores. A diferencia de los programas de FOSIS, que buscan apoyar a micro-emprendedores de escasos recursos, en el caso del programa de SERCOTEC éste busca apoyar la puesta en marcha de nuevos negocios con oportunidad de participar en el mercado, es decir, que no sean por necesidad. En este último caso vemos que no necesariamente se cumplen los objetivos para el cual fue diseñado el programa. El foco de este programa es que los emprendimientos crezcan, y estos no lo hacen. Nuevamente, parecen mas cercanos a emprendimientos por necesidad que por oportunidad.

Como comentario final, en vez de fomentar la creación de más y más empresas, debiésemos trabajar en el desarrollo de emprendimientos que tengan reales efectos en la creación de empleos y que tengan oportunidad de crecimiento. El caer en asistencialismo, y programas de desarrollo social, podría limitar nuestro crecimiento. ■

REFERENCIAS

- ☑ Amorós, J.E. y Bosma, N. (2014). "Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report: Fifteen Years of Assessing Entrepreneurship Across the Globe". United States; Santiago, Chile; Malaysia; United Kingdom: Universidad del Desarrollo and Global Entrepreneurship Research Association.
- ☑ Cancino, C., Bonilla, C. y Vergara, M. (2015). "The impact of government support programs for the development of businesses in Chile". *Management Decision*, 53(8), 1736-1754.
- ☑ Díaz de León, D. & Cancino, C. (2014). "De Emprendimientos por Necesidad a Emprendimientos por Oportunidad: Casos Rurales Exitosos". *Multidisciplinary Business Review*, 7(1), 48-56.
- ☑ Larroulet, C. y J. P. Couyoumdjian (2009). "Entrepreneurship and Growth. A Latin American Paradox". *The Independent Review*, 14(1), 81-100.
- ☑ Lohest, O. (2011). "Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs". Munich: MPRA; Munich Personal RePEc Archive.

Detección de oportunidades para innovar en empresas latinoamericanas

Juan Pablo Torres C.
▶ jtorresc@fen.uchile.cl
▶ Ph.D., University of Warwick,
United Kingdom.



“El nivel de reconocimiento de oportunidades para innovar de las empresas está muy ligado al nivel de competitividad nacional exhibido por los países donde estas empresas compiten”.

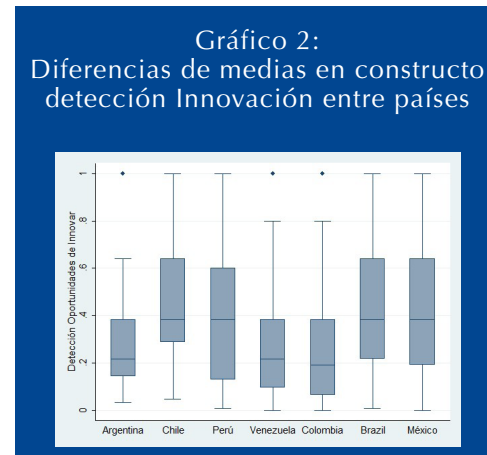
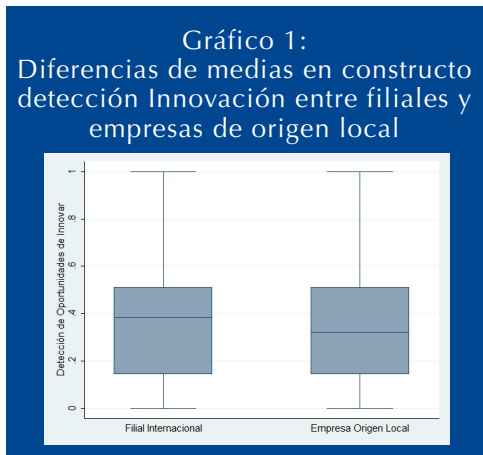
Si bien, la literatura de estrategia competitiva ha enfatizado el rol que tiene el descubrimiento y creación de oportunidades tanto individuales como de la organización para mejorar la competitividad de las industrias (Teece, 2007), el proceso de creación y desarrollo de estas capacidades organizacionales no es del todo claro (Eggers & Kaplan, 2013). Helfat y Peteraf (2015) proponen que las empresas que continuamente crean y reconfiguran sus activos son capaces de adaptarse y crear competencias distintivas en sus industrias. En este sentido, la gestión de la innovación es conceptualizada como un proceso de generación, aceptación (Zhou, Yim y Tse, 2005) e implementación de ideas (Damanpour, 1991) fuertemente ligada al proceso de gestión del conocimiento (Bell, Crick, & Young, 2004). Lages, Silva & Styles (2009) proponen una relación entre las capacidades, la innovación y el desempeño en mercados de exportación. Ellos sugieren que las empresas que invierten en capacidades de gestión (i.e. aprendizaje organizacional, redes y calidad)

mejoran la innovación de producto y la calidad del mismo, lo que gatilla un mejor desempeño en la exportación. De hecho, Bell, Crick & Young (2004), sugieren que la innovación se transforma en un promotor para los mercados internacionales, sin embargo, todo depende de las políticas del desarrollo de productos y procesos en cuanto a generación y creación de conocimiento. Cañibano, Encinar & Muñoz (2006) plantean que el proceso de innovación se modera por una intención de innovar, donde existe una interacción entre las intenciones individuales y organizacionales. Si bien, estos autores plantean que la intención a innovar permite identificar nuevas posibilidades para desarrollar cambios en la propuesta de valor, existe una falta de evidencia empírica sobre cómo se detectan oportunidades en las medianas y grandes empresas latinoamericanas.

Entre 2013 y 2014, realizamos una investigación regional con el propósito de entender cuáles son los factores que explican las dinámicas de la innovación de Latinoamérica (Torres, Díaz y Etchebarne, 2016). Esta Red llamada ENLACES fue financiada por

connotadas universidades regionales: Universidad de Chile, Universidad Los Andes de Colombia, Fundación Dom Cabral de Brasil, Universidad Esan de Perú, Universidad San Andrés de Argentina, el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) de Venezuela y el Instituto Tecnológico Autónomo de México. Realizamos un muestreo por conveniencia (empresas relacionadas a las redes de cada una de las universidades del estudio) recibiendo 681 cuestionarios completos cuya muestra se distribuyó de la siguiente forma: Argentina (5,2%), Brazil (15,9%), Chile (19,9%), Colombia (12,5%), México (15,7%), Perú (11,3%), y Venezuela (19,5%).

Si bien, diversos constructos teóricos de la innovación industrial fueron considerados para el estudio, luego del proceso de validación con un análisis factorial, la dimensión detección de la innovación apareció como uno de los aspectos relevantes que explicaban ciertos aspectos de las dinámicas de la innovación regional. El constructo de Detección de la Innovación que cumplía todos los criterios de validez y confiabilidad estaba construido en



base a los siguientes ítems: Criterios de selección de proyectos, actividades de exploración de innovaciones, actividades de captación de ideas con potencial de innovación, análisis de tendencias de mercado y actividades de planificación estratégica de la compañía. Por lo tanto se creó una escala de 0 a 1 para analizar el nivel de Detección de Oportunidades de Innovar que tenía las empresas encuestadas. Una primera pregunta fue si existía una diferencia entre la detección de oportunidades de empresas que son filiales extranjeras con las empresas de origen local. El test t de medias arrojó que no existía una diferencia significativa (gráfico 1), sin embargo el mismo test si mostró diferencias significativas de Detección de Oportunidades entre los países

de la muestra. Empresas de Chile, México, Perú y Brazil obtuvieron un puntaje significativamente mayor ($p\text{-value} < 0.05$) respecto a empresas colombianas, argentinas y venezolanas (ver gráfico 2). Estos resultados son interesantes ya que está alineados a los resultados del Ranking de Competitividad del World Economic Forum 2015-2016, donde Chile está en el lugar 35, México lugar 57, Perú lugar 69, Brazil lugar 75, Colombia lugar 61, Argentina lugar 106, y Venezuela lugar 132. Por lo tanto, una reflexión clave que se desprende de estos resultados apunta a ¿cómo es posible potenciar la detección de oportunidades en las empresas Latinoamericanas para mejorar su competitividad? Las capacidades organizacionales

de innovar se desarrollan a través del proceso de reglas, rutinas, y procedimientos en una organización que permite a ésta detectar los mejores proyectos, nuevos negocios, ideas y tendencias del mercado, y al mismo tiempo, están formalizadas en la planificación estratégica.

Como conclusión, este trabajo sugiere que las políticas públicas dirigidas a financiar innovaciones empresariales deben tener en sus métricas de control, que las organizaciones formalicen el proceso de detección de oportunidades antes de recibir la fuente de fomento a su producción, de lo contrario la probabilidad de éxito será baja ya que dependerá fuertemente del gerente, jefe o trabajador que implemente estas mejoras. ■

REFERENCIAS

- ▣ Bell, J.; Crick, D.; Young, S. Small firm internationalization and business strategy an exploratory study of 'knowledge-intensive' and 'traditional' manufacturing firms in the UK. *International Small business journal*, vol. 22, no 1, p. 23-56, 2004.
- ▣ Cañibano, C.; Encinar, M.; Muñoz, F. Evolving capabilities and innovative intentionality: Some reflections on the role of intention within innovation processes. *Innovation*, vol. 8, no 4-5, p. 310-321, 2006.
- ▣ Eggers, J. P.; Kaplan, Sarah. Cognition and capabilities: A multi-level perspective. *The Academy of Management Annals*, vol. 7, no 1, p. 295-340, 2013.
- ▣ Helfat, C. E.; Peteraf, M. A. Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 36, 831-850, 2015.
- ▣ Teece, D. J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, 28, 1319-1350, 2007.
- ▣ Torres, J.P., Diaz, D., Etchebarne, S. *Dinámicas de la Innovación Made in Latam*. Santiago: Editorial Ediciones Copygraph.
- ▣ Zhou, K.; Yim, C.; Tse, D. K. The effects of strategic orientations on technology- and market-based breakthrough innovations. *Journal of marketing*, vol. 69, no 2, p. 42-60, 2005.