

Emprendimiento en Panamá: Una década de estadísticas GEM[§]

Yarissa Marcela Palma de Bonilla *

Agueda García Carrillo **

Resumen

Este artículo analiza la evolución del emprendimiento durante una década del Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Los hallazgos principales del estudio muestran que el Total de Actividad Emprendedora Temprana (TEA, 0-42 meses) aumenta en épocas de bonanza económica. En 2009, Panamá fue uno de los países con la mayor cuota de emprendedores nacientes optimistas en términos de hacer crecer sus negocios. La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de Panamá está conformada casi en su totalidad por emprendimiento naciente (0 a 3 meses). La mayoría de los emprendedores procede de clase social media-alta. Los emprendedores jóvenes (que oscilan entre 18-24 años), son más frecuentes en Panamá que en otros países, en donde este bloque de emprendedores es predominante, y el número de emprendedores decrece a medida que la edad avanza. Entre los demás países, las empresas panameñas muestran un bajo grado de innovación. Panamá también exhibe una de las discrepancias más grandes entre un nivel alto de TEA, y muy bajo de negocios consolidados. Estos últimos son un tercio de TEA, sugiriendo que si bien existe efusividad por la creación de empresas, las actividades tienen una sostenibilidad limitada en el tiempo. Solo algunos negocios permanecen. Los rangos de discontinuidad emprendedora causada por falta de rentabilidad son particularmente altos. Muchas empresas mueren en el intento. El estudio demuestra una gran efusividad por la creación de empresas en el país, pero a su vez apuntan a la necesidad de hacer énfasis en medidas para la maduración, robustecimiento y fortalecimiento empresarial.

Palabras clave: Emprendedor, Empresas nacientes y consolidadas, Estadísticas GEM, Innovación, Panamá.

Abstract

This paper analyzes the content and the evolution of the GEM's Project (Global Entrepreneurship Monitor) data. The main findings of the study show that the 'total early-stage entrepreneurial activity' (TEA, 0-42 month), increases when the economy does. In 2009, Panama was one of the countries with highest shares of optimistic nascent entrepreneurs in terms of growing a business. Panama's TEA is almost totally

[§] Recibido 8 de mayo 2018 / Aceptado 9 de agosto 2018.

** Doctora en Ingeniería de Proyectos Universidad Tecnológica de Panamá. Correo electrónico: Yarissa.palma@utp.ac.pa

**** Doctora en Ingeniería de Proyectos Universidad Politécnica de Catalunya. Correo electrónico: agueda.garcia@upc.edu

conformed by nascent entrepreneurship (0-3 months). The majority of entrepreneurs come from upper-middle class. Younger entrepreneurs (18–24 year olds) are more frequent in Panama than in other countries, where this age range is most predominant and its numbers decrease with age. Among other countries, Panama businesses show a low innovation rate. Panama also exhibits among the greatest discrepancies between a high TEA rate and low relative business ownership. The established business ownership rates are less than a third of their TEA rate, suggesting that even though entrepreneurship is popular the activities have limited sustainability over time. Just few people are sustaining their businesses. These reveals that that there is a need of Programs for business growth. Discontinuance rates because of a lack of profitability are particularly high in Panama.

Key words: Entrepreneur, nascent and consolidated companies, GEM Statistics, Innovation, Panama.

Códigos JEL: A, E, F.

1. Introducción

En Panamá se observa un interés creciente de las diferentes administraciones públicas por fomentar la actividad emprendedora. Mientras que antes, el ente que regía las PyMES en Panamá era una Dirección adscrita al Ministerio de Comercio e Industrias (Dirección General de Pequeña Empresa), en el año 2000, cobrando mayor beligerancia evolucionó a ser la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) otorgándole autonomía; y en el año 2009 asciende a nivel de Ministerio. Distintas ONG, Universidades, y la Sociedad Civil han establecido medidas de apoyo a la creación de empresas (carteras de crédito para PyME en los bancos, formación y entrenamiento empresarial, programas de asistencia técnica, entre otros).

No obstante, existe una escasez de estudios de la evolución del emprendimiento en la región; y del proceso de creación y el ciclo de vida de las empresas en Panamá, y de los factores que influyen en el nacimiento y desenvolvimiento temprano empresarial (Kantis, 2002); mismos que puedan indicar si las políticas que se han tomado en el país están siendo efectivas, y qué otras medidas se van haciendo necesarias. Esta escasez de estudios es una realidad de toda Latinoamérica.

Desde el año 2009, Panamá se afilió al Consorcio Global de Emprendimiento (GEM), iniciativa investigadora que mide en la población en general las características emprendedoras, en base a indicadores internacionales, y estudia su influencia en el crecimiento de la economía, proporcionando información que permite hacer comparaciones entre países. Para los pasados diez años, los Reportes GEM han sido la única fuente de datos que permite analizar el comportamiento emprendedor en Panamá y compararlo con otras regiones.

El estudio que nos ocupa tiene como objetivo revisar las estadísticas y considerar el contenido y la evolución de los datos obtenidos a través de los indicadores de GEM en esta década (2009-2018); observar tendencias, que puedan ser útiles para el diseño de estrategias, y para la toma de decisiones para el mejoramiento del ecosistema emprendedor.

2. Marco Conceptual: Investigación GEM

GEM es actualmente una de las iniciativas investigadoras más completas que existe a nivel internacional sobre el estudio del emprendimiento. El mismo inició en 1999 bajo la dirección y coordinación de *Babson College* y *London Business School*, con la incorporación de un conjunto de países de todo el mundo, y se fijó como objetivo principal el cálculo de un índice de actividad emprendedora, así como el estudio de su influencia en el crecimiento de la economía de los países y el proporcionar información detallada sobre el panorama emprendedor a nivel nacional e internacional. Es muy valioso para realizar comparaciones con otros países en base a indicadores internacionales, y sirve de base para el diseño de programas y políticas públicas para el estímulo de la iniciativa emprendedora, y cuantificar el impacto de las mismas.

La clasificación de las economías por región geográfica, utilizada por GEM, se adaptó a partir de la composición de las Naciones Unidas de las macro-regiones geográficas del mundo. La clasificación económica (según desarrollo económico) es la que se usa para el cálculo del índice de Competitividad Global WEF (World Economic Forum). Esta clasificación divide a los países en tres categorías. Panamá se encuentra en la segunda categoría de “economías impulsadas por la eficiencia”, que corresponde a economías donde las instituciones comienzan a desarrollar soporte a la industrialización y crece a productividad por medio de las economías de escala.

Como se ha mencionado las cifras que proporciona la investigación sirven para hacer comparaciones entre países, y evaluar. Se recomienda que las comparaciones se realicen entre países de la misma categoría, que tienen economías similares.

El estudio GEM tiene dos secciones:

- La encuesta de población adulta (Adult Population Survey): Calcula el índice de actividad emprendedora TEA. Documenta las características de los emprendedores. Mide el grado de innovación, competitividad, y expectativas de crecimiento de los negocios.

En esta sección se obtiene indicadores tales como:

Emprendedores Potenciales: Aquellos que tienen en mente poner en marcha un negocio o autoempleo en los próximos tres años.

Actividad Emprendedora Naciente: Empresas de tres meses menos.

Emprendedores Nuevos: Empresas entre tres y cuarenta y dos meses.

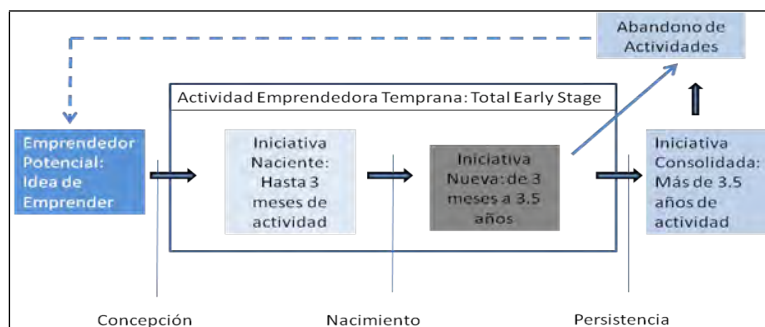
Empresas TEA: Tasa de Actividad Emprendedora.

Emprendedores Consolidados: Empresas con más de cuarenta y dos meses de operación.

- La encuesta a expertos (National Expert Survey): Entrevista a dirigentes empresariales, académicos y diversos actores del Ecosistema de Emprendimiento para obtener un panorama completo, que examina las condiciones del entorno referentes al emprendimiento, en nueve aspectos: Soporte financiero, Políticas gubernamentales, Programas gubernamentales, Educación y entrenamiento, Investigación y desarrollo, infraestructura profesional y comercial, apertura y barreras de acceso al mercado, acceso a la

infraestructura física, normas culturales y sociales, y acceso a infraestructura física.

Figura 1. El Proceso Emprendedor según el Proyecto GEM



Fuente: GEM

Por medio de ambas encuestas, GEM proporciona información útil para la medición del emprendimiento en los países.

El año en el cual Panamá se afilió a GEM (2009), la economía panameña era una de las más estables, dinámicas, promisorias y con mayor crecimiento en Latinoamérica. En el año 2010 las evaluadoras Standard & Poor's y Moody's le otorgaron a Panamá el grado de inversión. El crecimiento económico se ha mantenido en constante crecimiento durante los últimos años. Según el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización de Naciones Unidas (ONU), Panamá tiene el ingreso per cápita más alto de América Central; es además el mayor exportador e importador a nivel regional según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

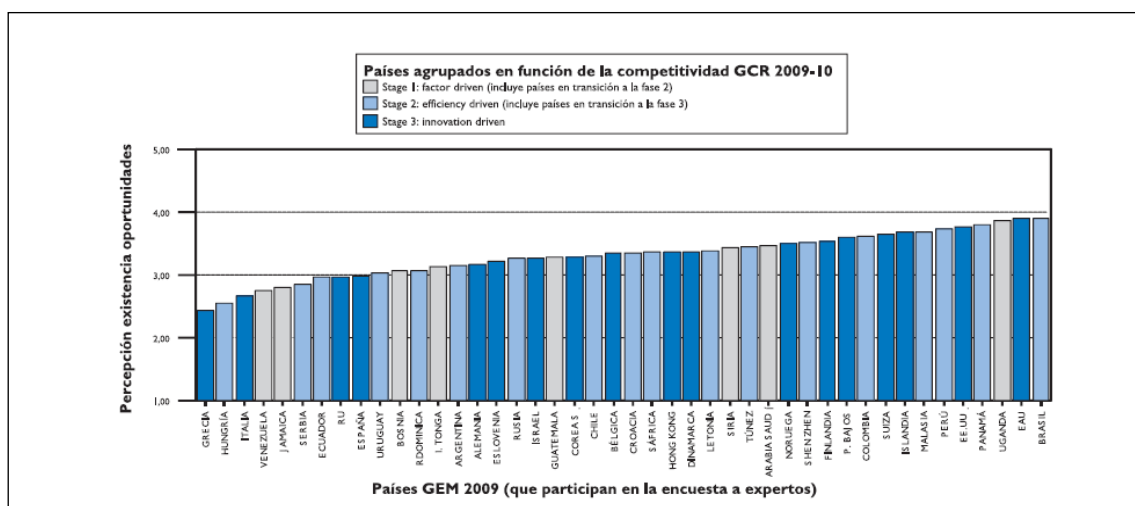
Sin embargo, el crecimiento económico de Panamá está basado en un conjunto de actividades que actúan como motores de la economía: ampliación del Canal, construcción y Sistema Financiero. Pero no se ha logrado coordinar el ecosistema de tal modo que las oportunidades que surgen se cristalicen en emprendimientos fructíferos, a la magnitud que se debiera (Kantis, 2015).

Científicos, académicos, y estudiosos de la materia afirman que hay una serie de factores específicos que inciden en la creación de empresas. Estos factores son, de país en país, los mismos; pero su relevancia, o el nivel de impacto, es característico para cada país; y emana de sus condiciones sociales, económicas, las cuales influyen sobre la actitud y la actividad emprendedora (Kantis, 2002; Urbano, 2003; Kantis, 2004; Gómez et.al., 2004; Aponte et. al., 2006). Algunos de dichos factores están condicionados por el contexto a nivel macro, que tienen que ver con la economía global, como la situación financiera, el modelo económico de cada país, y las políticas hacia la creación de empresas (costos, cantidad de pasos, tiempo requerido para la apertura, facilidades de financiamiento). Las condiciones macroeconómicas como la estabilidad económica tienen un impacto directo en el contexto en el cual los emprendedores identifican las oportunidades de negocio. Dichas condiciones económicas influyen también sobre las expectativas de los emprendedores.

Esto se refleja en el caso Panamá: Mientras que el año 2009 será recordado por la recesión económica que golpeó la mayoría de los países del mundo (Bosma & Levie,

2009), el Informe GEM 2009 destacó que Panamá servía “como referente y ejemplo a seguir en múltiples aspectos”, ya que ese año ocupó el cuarto lugar a nivel internacional de percepción de oportunidades de emprendimiento, entre los 54 países observados (figura 2).

Figura 2. Media resumen acerca de la percepción de los expertos al evaluar las oportunidades para emprender en los países GEM (2009), clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad



Fuente: GEM (2009)

A nivel macro, la crisis económica mundial que hubo en el 2009, provocó que en la mayoría de los países se percibieron menos oportunidades, y más obstáculos, al igual que mayor pesimismo en emprendedores y empresarios (GEM España, 2009). El reporte Global de GEM para ese año se enfocó en el impacto que tuvo la recesión sobre el emprendimiento, a través de todos los países, en los cuales en su mayor parte la actividad emprendedora declinó. Ese año, el número de personas iniciando negocios con el potencial de impulsar la economía, y de generar nuevos empleos, disminuyó un 10% en las naciones más ricas (Bosma y Levie, 2010). Más de la mitad de todos los emprendedores entrevistados en dicho año, afirmó que era más difícil iniciar un negocio en el año 2009 que en el 2008 (Bosma y Levie, 2009). No obstante, los indicadores de emprendimiento reflejaron un alza significativa en los países en vías de desarrollo, los cuales mostraron altas tasas de emprendimiento por necesidad (emprendimiento como alternativa al empleo formal).

En el siguiente cuadro se despliega la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), principal indicador de GEM, durante una década. Hay que añadir que el cálculo del TEA no hace distinción entre negocios formales o informales.

Tabla 1. TEA y Actividad Emprendedora Naciente en Panamá

| Año | 2009 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Promedio |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|
| TEA | 9.6 | 20.8 | 9 | 20.6 | 17.1 | 12.8 | 13.2 | 16.2 | 14.9 |
| Actividad Emprendedora Naciente | 6.2 | 12.0 | 7.0 | 15.4 | 13.1 | 5.2 | 8.6 | 10.1 | 9.7 |
| Actividad Emprendedora Naciente (menos de tres meses) / TEA | 0.65 | 0.58 | 0.78 | 0.75 | 0.77 | 0.41 | 0.65 | 0.62 | |

Fuente: GEM 2009, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017

TEA es la sumatoria de la Tasa de Actividad Emprendedora Naciente (0 a 3 meses), y la Tasa de Negocios Nuevos (3-42 meses).

Al analizar las estadísticas de la Tasa de Actividad Emprendedora Naciente, se observa que la misma siempre asciende a más de un 50% de TEA, (en ocasiones la actividad emprendedora temprana llega a ser tres cuartas partes de TEA y más). Es decir que la cifra que corresponde a la actividad emprendedora en Panamá, se compone en su mayoría por negocios muy recientes. Estos negocios están dando sus primeros pasos, sin salarios pagados siquiera por un trimestre completo, ni viabilidad probada, por lo cual no puede predecirse si tales iniciativas emprendedoras perdurarán y se traducirán en valor añadido para el país. Es sabido que los primeros meses de desempeño de la empresa, el emprendedor deberá enfrentar los retos correspondientes a la fase inicial; y el negocio, así como la capacidad administrativa del emprendedor, serán puestos a prueba en el mercado; fenómeno conocido como el Valle de la Muerte (Empresarial).

Por otro lado, en el estudio GEM Global 2011, entre los 54 países observados, Panamá destacó por observarse las discrepancias entre TEA y negocios consolidados (GEM 2011, p.33). El Informe GEM afirma que para ese año debió haber un boom de apertura de negocios, subrayando la poca sostenibilidad que reflejan los mismos, según las cifras. Al comparar este mismo dato para los países de la misma categoría, esta tendencia se observa en pocos países, siempre constante: Perú y Chile (en menor grado).

Y es que, como se ha mencionado, en Panamá se ha hecho énfasis en medidas para el fomento del emprendimiento, pero en su mayoría los programas brindados por el Gobierno, las Universidades y las ONG's son para las etapas embrionarias, nacientes e incipientes, dejando un vacío en cuanto a Programas para el crecimiento y fortalecimiento empresarial.

Tabla 2. TEA y Emprendedores Consolidados en Panamá

| Año | 2009 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| TEA | 9.6 | 20.8 | 9 | 20.6 | 17.1 | 12.8 | 13.2 | 16.2 |
| Emprendedores Consolidados | 4.2 | 6 | 2 | 3.5 | 3.4 | 4.2 | 4.4 | 4.7 |
| Emprendedores Consolidados / TEA | 0.44 | 0.29 | 0.22 | 0.17 | 0.2 | 0.33 | 0.33 | 0.29 |

Fuente: GEM 2009, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017

El último reporte GEM destaca, asimismo, la Tasa de Discontinuidad Emprendedora panameña como una de las cinco más altas, entre los 54 países observados (GEM, 2018).

En Panamá hay efusividad por la creación de empresas, las cuales no son necesariamente sostenibles. Las medidas de fomento pueden llevar a una masificación del emprendimiento temprano, que dé lugar a empresas que no permanezcan a través del tiempo. Si bien dichas medidas no deben descuidarse, se precisa avanzar hacia medidas para el fortalecimiento, crecimiento y expansión de las empresas. Lograr que las empresas que nacieron con fondos no reembolsables puedan generar sus propios ingresos.

Hay estudios acerca de los ecosistemas emprendedores que pueden darnos luces acerca de medidas efectivas para la sostenibilidad empresarial. Kantis et. al. (2002) desarrollaron estudio acerca de las condiciones del ecosistema emprendedor en Latino América, y Asia del Este, encontrando que las empresas en Latinoamérica deben iniciar con inversiones mucho menores que las empresas asiáticas, y que dicha inversión proviene en su mayoría de fondos propios o de familiares porque estos países carecen de las estructuras financieras y crediticias propias para impulsar empresas que inician cuyo riesgo es alto.

Panamá es un ejemplo de esta realidad, ya que no existen instrumentos financieros para cubrir todas las fases de los emprendimientos (Kantis, 2015). Se han desarrollado esfuerzos para apoyar las empresas que inician, pero hay escasez de programas para empresas en etapa de madurez, y crecimiento.

Las empresas de Latinoamérica inician, por lo general, con un capital que está por debajo del que hubieran requerido, con equipos de segunda mano, utilizando crédito de proveedores o adelanto de clientes. Estas empresas inician con serias desventajas para el crecimiento y expansión. Asia, por otro lado, es una sociedad más interconectada en la cual hay canales de comunicación más frecuentes entre personas de los distintos sectores sociales. Esto promueve la interacción, el aprendizaje y el flujo de información relevante a la actividad emprendedora. Otro aspecto que destacar es la formación, habilidades y experiencia que obtienen los emprendedores previamente a la formación de sus empresas. Finalmente, cabe destacar que las empresas Latinoamericanas compiten por precios más bajos, mientras que las asiáticas desarrollan ventajas competitivas de mayor magnitud.

Toda esta realidad se resume en que las empresas de Latinoamérica no cuentan con las mismas condiciones para el aprovechamiento de las oportunidades de negocio. Las

estadísticas reflejan que, en Latinoamérica, la mayoría de las veces, los emprendimientos tienen éxito en su segundo intento, mientras que en Asia en el primero. De allí que en Panamá gran cantidad de empresas no permanezcan.

Tabla 3. TEA y Emprendedores Consolidados en Latinoamérica
Fuente: GEM Global 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017

| | 2009 | | | 2010 | | | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | | 2014 | | | 2015 | | | 2016 | | | 2017 | | |
|-----------|------|--------------|------|------|--------------|-----|------|--------------|-----|------|--------------|------|------|--------------|-----|------|--------------|------|------|--------------|-----|------|--------------|-----|------|--------------|------|
| | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % | TE A | Consolidados | % |
| Argentina | 14.7 | 13.5 | 92% | 14.2 | 12.4 | 87% | 20.8 | 11.8 | 57% | 19 | 10 | 53% | 15.9 | 9.6 | 60% | 14.4 | 9.1 | 63% | 17.7 | 9.5 | 54% | 14.5 | 7.9 | 54% | 6 | 6.7 | 112% |
| Brazil | 15.3 | 11.8 | 77% | 17.5 | 15.3 | 87% | 14.9 | 12.2 | 82% | 15 | 15 | 100% | 17.6 | 15.4 | 88% | 17.2 | 17.5 | 102% | 21 | 18.9 | 90% | 19.6 | 16.9 | 86% | 20.3 | 16.5 | 81% |
| Chile | 14.9 | 6.7 | 45% | 16.8 | 6 | 36% | 23.7 | 7 | 30% | 23 | 8 | 35% | 24.3 | 8.5 | 35% | 26.8 | 8.8 | 33% | 25.9 | 8.2 | 32% | 24.2 | 8 | 33% | 23.8 | 9.9 | 42% |
| Colombia | 22.4 | 12.6 | 56% | 20.6 | 12.2 | 59% | 21.4 | 7.5 | 35% | 20 | 7 | 35% | 23.7 | 5.9 | 25% | 18.5 | 4.9 | 26% | 22.7 | 5.2 | 23% | 27.4 | 8.9 | 32% | 18.7 | 8.7 | 47% |
| Ecuador | 15.8 | 16.1 | 102% | 21.3 | 14.7 | 69% | | | | 27 | 19 | 70% | 36 | 18 | 50% | 32.6 | 17.7 | 54% | 33.6 | 17.4 | 52% | 31.8 | 14.3 | 45% | 29.6 | 15.4 | 52% |
| Peru | 20.9 | 7.5 | 36% | 27.2 | 7.2 | 26% | 22.9 | 5.7 | 25% | 20 | 5 | 25% | 23.4 | 5.4 | 23% | 28.8 | 9.2 | 32% | 22.2 | 6.6 | 30% | 25.1 | 6.1 | 24% | 24.6 | 7.4 | 30% |
| Uruguay | 12.2 | 5.9 | 48% | 11.7 | 7.2 | 62% | 16.7 | 5.9 | 35% | 10 | 5 | 50% | 14.1 | 4.9 | 35% | 16.1 | 6.7 | 42% | 14.3 | 2.1 | 15% | 14.1 | 7.4 | 52% | 14.7 | 6.4 | 44% |

Nivel Socio Económico de los Emprendedores

En Panamá existe una realidad social que entra en conflicto con la realidad económica en algunos sectores de su economía. Según los informes de instituciones nacionales e internacionales los indicadores sociales de calidad de vida y desarrollo humano son bajos, tomando en cuenta los niveles de pobreza, la falta de productividad y las carencias del sistema de educación, que desemboca en desequilibrio social. La realidad social de Panamá no es acorde con su crecimiento económico.

Panamá es uno de los países de América Latina con una distribución de la riqueza de baja equidad. Sucesivos informes mundiales del PNUD, revelan que en Panamá persiste una desigual distribución de los ingresos y las oportunidades de acceder a la educación y la salud.

El índice de desigualdad de ingreso de GINI (mismo que mide la desigualdad en los ingresos, y que puede ser usado también para medir la desigualdad en la riqueza), de acuerdo a datos del Banco Mundial se situó entre 2002 y 2004 en 56.4, considerado un valor alto de desigualdad (PNUD, 2007), al ser uno de los mayores porcentajes a nivel mundial.

La pobreza es el resultado de un bajo capital social donde el nivel de crecimiento y competitividad en Panamá no es satisfactorio para lograr los objetivos nacionales que tengan impacto económico sostenido a mediano plazo para satisfacer las necesidades nacionales y crear oportunidades suficientes para toda su población.

Los resultados de un bajo capital social también se evidencian en los niveles de emprendimiento. Hay una relación directamente proporcional entre una distribución equitativa y el capital social el cual puede acceder el emprendedor. Según Kantis et. al. (2002), las empresas más dinámicas que encontró en su estudio fueron las de hijos de empresarios, mientras que las de hijos de asalariados reflejaron bajo potencial de crecimiento. En el estudio en mención se demuestra que los contactos son crucialmente importantes para identificar la idea de negocio, obtener acceso a recursos y lidiar con los problemas de la fase inicial. Aquellos que no pertenecen a familias de empresarios, no les resulta sencillo relacionarse con el mundo de los negocios integrado por los potenciales clientes, proveedores e inversores; Las sociedades as emprendedoras son las más ricas en capital social (Kantis, 2015).

En Latinoamérica la mayor parte de los emprendedores son de clase media-alta (GEM 2017; Kantis, 2002). En Panamá, la proporción de emprendedores tempranos en los niveles socioeconómicos altos es mayor que sus pesos en los niveles bajos (GEM Panamá, 2009).

Tabla 4. Emprendedores según Nivel Socioeconómico

Fuente: GEM 2009

| NSE | Distribución de población reportada por el censo según NSE | Distribución del NSE de emprendedores de etapa temprana |
|------------|---|--|
| AB | 11% | 16% |
| C | 26% | 34% |
| D | 29% | 32% |
| E | 34% | 18% |

La mayor diferencia se encuentra en el bloque C, lo cual confirma que una clase media más amplia da lugar a una mayor cantidad de emprendedores (Kantis, 2002).

Edad del Emprendedor

La edad de los emprendedores guarda proporción con la curva poblacional del censo de la República. No obstante, la curva expresa un mayor pronunciamiento hacia el rango de edad entre 35 y 44 años (en el cual se observa una mayor concentración).

El Informe GEM Global 2011 destacó entre los países observados, que en Panamá la población entre 18 y 24 años tiene fuerte presencia emprendedora; a diferencia de países como Japón que registra la mayor cantidad de emprendedores en la etapa entre 45-54 años. Chong (2011), quien realiza investigación acerca de los emprendedores que acuden por los servicios de Acelerador de Empresas de Panamá, afirma que el emprendedor promedio en América Latina es joven. Con relación a esto, vuelve a hacerse necesarias medidas para asegurar el fortalecimiento empresarial, siendo que estos emprendedores son aún muy jóvenes. Esta etapa requiere aún un mayor grado de reforzamiento, por el nivel de madurez; y porque a esa edad, por lo general no se han asumido la totalidad de las responsabilidades de la vida adulta.

En cuanto a los programas que las universidades brindan a este segmento joven, el enfoque no debe ser exclusivo en la preparación de planes de negocio, sino en identificar oportunidades de negocio con potencial de crecimiento. Concentrar el apoyo en los emprendimientos maduros, con productos probados en el mercado y viabilidad comercial. De esta forma, la creación de emprendimientos de calidad no será vista como el resultado de la hazaña de un núcleo muy pequeño de super héroes, sino de la existencia de condiciones favorables para el desarrollo de dichos emprendimientos (Kantis, 2015).

Innovación en la Empresa Panameña

De acuerdo al Manual de Oslo (OECD, 2005), las innovaciones consisten en la introducción exitosa al mercado de un producto, proceso, práctica organizacional o de comercialización nuevos o significativamente mejorados.

Las empresas se distinguen en innovadoras y no-innovadoras. Las primeras son aquellas que eligen invertir en innovación, buscando mejoras tecnológicas y organizacionales, independientemente de sus resultados. De seguido, las empresas innovadoras que alcanzan resultados positivos se clasifican en: Innovadoras de producto, de proceso, en organización, en comercialización o en alguna combinación de estas opciones. (SENACYT-BID, 2018).

Según GEM (2018) Panamá destaca por su bajo nivel de innovación, encontrándose en la tercera posición del nivel de innovación más bajo entre los países observados. Y entre sus empresas innovadoras, más de la mitad innovan por producto (SENACYT-BID, 2018).

GEM utiliza tres indicadores básicos para medir el grado de innovación de las empresas, los cuales son:

- Novedad del producto o servicio
- Cantidad de empresas competidoras
- Tiempo desde que existe la tecnología o procedimiento para producir el producto o servicio.

Otros estudios utilizan otros factores para medir la innovación, tales como esfuerzos de innovación, inversión en innovación, o la protección de la misma (Patentes, modelos de utilidad, diseño industrial, contratos de confidencialidad y otros).

Los datos GEM para Panamá, con relación a la Innovación se muestran en las Tablas 5,6 y 7.

Tabla 5. Proporción de clientes potenciales que consideran el producto o servicio nuevo o desconocido, en Panamá

| | 2009 | 2011 | 2013 | 2015 | 2016 | Promedio |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|----------|
| Nadie lo considera nuevo | 71% | 44% | 76% | 80% | 72% | 69% |
| Algunos lo consideran nuevo | 11% | 26% | 15% | 15% | 18% | 17% |
| Todos lo consideran nuevo | 18% | 30% | 9% | 5% | 10% | 14% |

Fuente: Datos GEM Panamá (2009, 2011, 2013, 2015, 2016)

Un promedio de 14 % de las empresas son innovadoras (Tabla 5). El segundo aspecto mencionado para medir la innovación, es la cantidad de empresas que ofrece los mismos productos o servicios. Las estadísticas de este factor se muestran en la Tabla 6. Más del 50% de empresas tienen mucha competencia, es decir que no han encontrado un nicho de mercado que sea singular, y en promedio, menos del 10 % no tienen competencia, es decir que son totalmente innovadoras.

El reporte de Indicadores de Panamá 2013 analizó los esfuerzos en actividades de innovación por parte de las empresas, clasificándolos en empresas que incorporan el conocimiento adquirido de manera exógena e incorporan tecnología externa, y las que desarrollan el conocimiento de manera endógena. Con relación a este aspecto, se observó una tendencia creciente en los desarrollos tecnológicos endógenos. Desde luego, una interpretación más precisa de los resultados de estos esfuerzos solo podrá alcanzarse con estudios específicos.

Tabla 6. Cantidad de empresas ofreciendo los mismos productos o servicios a clientes potenciales, en Panamá

| | 2009 | 2011 | 2013 | 2015 | 2016 | Promedio |
|-------------------------------------|------|------|------|------|------|----------|
| Muchas empresas competidoras | 62% | 53% | 53% | 79% | 66% | 63% |
| Pocas empresas competidoras | 24% | 39% | 36% | 19% | 25% | 29% |
| Ninguna empresa competidora | 14% | 8% | 11% | 2% | 9% | 9% |

Fuente: Datos GEM Panamá (2009, 2011, 2013, 2015, 2016)

Se observa una tendencia creciente de la competencia extranjera. En el diagnóstico de PyMEs realizado por FUNDES (Pinilla, 2002) también se observó un alto porcentaje de las PyME con dificultad para colocar sus productos en el mercado local, dado el incremento de la competencia externa.

El tiempo desde que la tecnología existe es el tercer indicador innovación de las empresas que utiliza GEM. Los datos de Panamá se muestran en la Tabla 7.

Tabla 7. Tiempo desde que existe la tecnología o procedimiento requerido para producir este producto o servicio, en Panamá

| | 2009 | 2011 | 2013 | Promedio |
|-------------------------------|------|------|------|----------|
| Más de cinco años | 80% | 61% | 54% | 65% |
| Entre uno y cinco años | 12% | 21% | 24% | 19% |
| Menos de un año | 8% | 18% | 22% | 16% |

Fuente: Datos GEM Panamá (2009, 2011, 2013)

La gran mayoría de empresas en Panamá, utilizan tecnología con más de cinco años de existencia. En promedio, solo un 16% de empresas utilizan tecnología de punta.

En este aspecto también se corrobora la información proporcionada por FUNDES (Pinilla, 2002), que afirma que en Panamá existe desconocimiento de los beneficios de la actualización tecnológica sobre el desempeño de las empresas, y que un alto porcentaje de las PyME panameñas del país desarrollan sus actividades con el uso de tecnología tradicional (lo cual afecta sus niveles de competitividad y productividad). En los países asiáticos (Kantis, 2002) las empresas son basadas en conocimiento. Mientras que en los países Latinoamericanos las empresas por lo general se dedican a la manufactura tradicional (comida, ropa). Según este mismo estudio, Kantis et. Al. (2002) afirma que las empresas latinas tienen menos innovación, no ofrecen productos o servicios con diferenciación ni son competitivas en precio; poseen un limitado desarrollo industrial y tecnológico, costos transaccionales altos, y los productos que son competitivos a nivel internacional son menos del 10%.

Según el estudio GEM Panamá (2009), cabe destacar que el grado de innovación de los emprendimientos ha ido en aumento, dado que existe un mayor grado de innovación en los emprendimientos de actividad temprana (18 %), que en los emprendedores consolidados (13 %). Asimismo, según el Reporte de Indicadores de Innovación de Panamá 2013, hay indicios de mejoras en el nivel de competitividad de las empresas (SENACYT-BID, 2018). En el último Reporte (2013), al compararlo con el Reporte anterior (2008) se observó a nivel general, un incremento relativo en las ventas externas, acompañado de incrementos en los niveles medios de productividad, lo cual redundó en empresas más expuestas a la competencia internacional y con mayor potencial para el aprovechamiento de las economías de escala. Destacó, asimismo, una mayor tendencia de innovación en las empresas grandes (más de 300 empleados), y en las pequeñas (menos de 10 empleados).

Inversión en Innovación

El Reporte de “Indicadores de Panamá 2013” evidencia que los periodos de bonanza son acompañados de crecimiento de la actividad innovadora mientras que durante las crisis se restringen dichos gastos (SENACYT-BID, 2018). Cabe destacar que según el Reporte en mención, el gasto promedio en investigación y desarrollo (i+D) por empresa, ha ido en aumento.

Obstáculos a la Innovación Empresarial

Entre los obstáculos mencionados, para Innovar, las empresas destacan: la falta de personal innovador (calificado), los costos de capacitación, y el reducido tamaño del mercado (SENACYT-BID, 2018). Y cuanto menor sea el tamaño de la empresa, enfrentará estos obstáculos con mayor dificultad.

Para cerrar esta sección de Innovación en la empresa panameña, es preciso mencionar que la probabilidad de desarrollar innovaciones de producto es mayor cuanto mayor es el atraso tecnológico existente, lo cual multiplica las alternativas, y abre muchas brechas de oportunidad; y que, por definición, las empresas innovadoras utilizan la vinculación (con Institutos, Centros de Investigación, y Universidades) como estrategia de colaboración para la innovación.

Conclusiones

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es actualmente el mayor estudio sobre la actividad emprendedora en el mundo, iniciándose en 1999. Ha logrado consolidar un equipo de más de doscientos académicos e investigadores, que presenta anualmente informes nacionales y regionales y, en general, que permite el acceso a información armonizada sobre el fenómeno emprendedor. Diez años después de iniciado el proyecto GEM, Panamá se afilió al mismo (2009), contando actualmente con data de diez años consecutivos.

Dado que en Panamá existe una escasez de estudios acerca del comportamiento emprendedor, consideramos un importante aporte el análisis de los datos que se han obtenido, en cuanto a su contenido y evolución, durante esta década, y contrastarlos con otros reportes descriptivos del Emprendimiento y del comportamiento empresarial en Panamá, con la finalidad de monitorear conductas, y generar insumos para la toma de decisiones.

En Panamá, existe fuerte propensión a la creación de empresas, destacándose entre los demás países por su optimismo marcado hacia la creación de empresas; y por la percepción de los expertos al evaluar las oportunidades para emprender. No obstante, los Informes Globales GEM, destacan vez tras vez las discrepancias entre su TEA, y los negocios consolidados, que llega a ser hasta la tercera parte. Presenta, asimismo, un alto índice de discontinuidad emprendedora debido a la falta de rentabilidad.

En Panamá abundan los programas que brindan apoyo a las etapas iniciales de un negocio, pero hacen falta medidas para las fases más avanzadas de la empresa (mentoría, financiamiento).

Dado que existe un fuerte bloque de emprendedores entre 18 y 24 años, las Universidades juegan un papel muy importante, proveyendo las habilidades y formación empresarial, y creando programas de consolidación empresarial en los cuales los emprendedores tengan acceso a mentores empresarios, para identificar oportunidades de negocio, tener acceso a recursos tangibles e intangibles (conocimiento y asistencia técnica), acceso a contactos nacionales e internacionales, solucionar los problemas iniciales de la empresa; y como vínculo de colaboración para la innovación.

Se debe fortalecer el Ecosistema emprendedor panameño identificando un sendero propio y avanzando hacia medidas para hacer sostenibles y acelerar las empresas ya creadas, asegurando sus espacios en el mercado, facilitando su crecimiento, escalamiento e internacionalización.

Bibliografía

- Amorós, J. & Bosma, N. Global Entrepreneurship Monitor (2014). Executive Report. Tecnológico de Monterrey, Mexico, University Tun Abdul Rasak, Malasia, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Bosma, N., Acz, Z., Autio, E., Coduras, A. & Levie, J. (2009). Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report. London Business School, London, UK, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Global Entrepreneurship Monitor. “Informe Ejecutivo España 2009. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio & Fundación Banesto.
- Global Entrepreneurship Monitor. “Informe Ejecutivo Panamá 2010.” Acelerador de Empresas de Panamá y IESA Escuela de Negocios.
- Global Entrepreneurship Monitor. “Informe Ejecutivo Panamá 2013.” Acelerador de Empresas de Panamá y IESA Escuela de Negocios.
- Global Entrepreneurship Monitor 2013 Executive Report. University Tun Abdul Rasak, Malasia, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Global Entrepreneurship Monitor 2017 Executive Report. Korea Entrepreneurship Foundation, University Tun Abdul Rasak, Malasia, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Gómez L., Veciana J.M. y Urbano D. (2004). Medidas de apoyo a la creación de empresas en el Caribe Colombiano. Análisis de la oferta y demanda de servicios. *Investigación y Desarrollo*, 12 (2), pp. 372-395.
- IESA Escuela de Negocios. Análisis de Informe Ejecutivo Panamá 2013-2016.
- Kantis, H., Ishida, M., Komori, I. (2002) Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia. Interamerican Development Bank. 123 pp.
- Kantis, H., Angelleli, P. & Moori Koenig, V. (2004) Developing Entrepreneurship: Experience in Latin America and World Wide.
- Kantis, H. (2015) Informe del Estado de Situación del Emprendimiento Dinámico en Panamá. 56 pp.
- Kelley, D., Bosma, N. & Amorós, J. Global Entrepreneurship Monitor 2010 Executive Report. Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, London Business School, London, UK and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. Global Entrepreneurship Monitor 2011 Executive Report. University Tun Abdul Rasak, Malasia, Universidad del

- Desarrollo, Santiago, Chile, London Business School, London, UK and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. Global Entrepreneurship Monitor 2016 Executive Report. Tecnológico de Monterrey, Mexico, University Tun Abdul Rasak, Malasia, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, London Business School, London, UK and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Pinilla S. (2002). “Una oportunidad para Panamá: Remover los obstáculos de las PyME.” Fundación para el Desarrollo Sostenible, FUNDES. Panamá: Digital World Productions. pp. 123.
- Programa para las Naciones Unidas PNUD. Informe de Desarrollo Humano, Panamá: Institucionalidad para el Desarrollo Humano. (2007). pp. 219 Consultado en línea en Agosto de 2010: http://hdr.undp.org/es/informes/nacional/americalatinacaribe/panama/NHDR_Panama_2007-08.pdf
- Singer, S., Amorós, J. & Moska, D. Global Entrepreneurship Monitor 2015 Executive Report. Tecnológico de Monterrey, Mexico, University Tun Abdul Rasak, Malasia, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, London Business School, London, UK and Babson College, Wellesley, MA, US.
- Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación SENACYT y Banco Interamericano de Desarrollo BID. (2018). Indicadores de Innovación de Panamá 2013. Panamá: Editora Novo Art. pp. 176.
- Siri, R., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M. & Worderwülbecke, A. Global Entrepreneurship Monitor 2012 Executive Report. University Tun Abdul Rasak, Malasia, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, London Business School, London, UK and Babson College, Wellesley, MA, US.