A stylized world map composed of a grid of small white dots on a blue background. The map is centered and occupies most of the upper and middle portions of the cover. A large, semi-transparent yellow circle is overlaid on the right side of the map, containing the title text.

Global Entrepreneurship Monitor Reporte Nacional de Chile 2014

José Ernesto Amorós
Adriana Abarca



Universidad del Desarrollo





Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Nacional de Chile 2014



José Ernesto Amorós
Adriana Abarca



Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Nacional de Chile 2014

© Universidad del Desarrollo, 2015

N de Registro 252157
ISBN 978-956-7961-74-0

Diseño y Portada Trinidad Concha G.
Impreso por Gráfica Andes Ltda.

Fotos Banco Audiovisual SERNATUR
Capítulo 1 pg.13 > Huilquilemu, Sernatur Región del Maule
Capítulo 2 pg.23 > Barrio Italia, Camila González Herrera
Capítulo 3 pg.32 > Huilquilemu, Sernatur Región del Maule
Capítulo 4 pg.51 > Museo Chileno de Arte Precolombino,
Camila González Herrera
Capítulo 5 pg.62 > Centro de Exposición de Arte Indígena,
Camila González Herrera
Capítulo 6 pg.81 > Barrio Italia, Camila González Herrera
Capítulo 9 pg.92 > Feria Artesanal Bellavista, Camila González Herrera

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los Resúmenes Globales, Nacionales y los micro-sitios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en www.gemconsortium.org. Toda la información sobre el proyecto en Chile está disponible en www.gemchile.cl. Tanto el sitio web del GEM Global como el del GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Aun cuando los datos utilizados en este reporte son reunidos por el consorcio GEM, su análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Contenido

Presentación	7
Resumen ejecutivo	8
1. Introducción	13
1.1 Acerca del GEM	13
1.2 Marco conceptual del GEM	14
1.3 Metodología del GEM	20
1.4 Principales indicadores GEM	21
1.5 Sobre este reporte	22
2. Los valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales en Chile	23
2.1 Comparativa a nivel internacional	24
2.2 Aspectos sociales y características individuales de actitud hacia el emprendimiento en Chile	29
3. Actividad emprendedora: ciclo de vida, el emprendedor y su negocio	33
3.1 Motivaciones para emprender	41
3.2 Distribución por sectores	43
3.3 Edad y género	44
3.4 Nivel educativo	47
3.5 Nivel de ingresos	48
3.6 Situación laboral de los emprendedores	49
3.7 Descontinuación de los negocios	50
4. Caracterización de la actividad emprendedora	51
4.1 Expectativas de alto crecimiento	51
4.2 Competitividad	56
4.3 Actividad emprendedora de los empleados	61

5.	Factores del ecosistema para emprender	63
	5.1 Metodología de la encuesta a expertos	64
	5.2 Análisis general de las condiciones del ecosistema emprendedor	66
	5.3 Análisis específico de las condiciones del contexto para emprender en Chile	69
6.	Conclusiones	81
7.	Referencias	85
8.	Ficha metodológica	87
	8.1 Encuesta a población adulta	87
	8.2 Encuesta a expertos	87
	8.3 Distribución porcentual de los expertos, según especialidad	88
	8.4 Expertos consultados	88
9.	Más información del GEM Chile	93
	9.1 Equipo GEM Chile	94
10.	Colaboradores	95
11.	Patrocinadores	97

Tablas

Tabla 1.1: El contexto social, cultural, político y económico y las fases de desarrollo económico	19
Tabla 2.1: Actitud hacia el emprendimiento en los países participantes en el GEM 2014, por región geográfica	25
Tabla 3.1: Actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2014, por región geográfica	34
Tabla 3.2: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales, en países de América Latina y el Caribe	38
Tabla 3.3: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales, en países miembros de la OECD	39
Tabla 4.1: Expectativas de generación de empleo en los países de la OECD para el ciclo 2014	53
Tabla 5.1: Condiciones de la actividad emprendedora	64
Tabla 5.2: Promedio de cada condición de la actividad emprendedora en los países OECD	67
Tabla 5.3: Conversión de escala de Likert de 5 puntos a índice de -2 a +2	69
Tabla 5.4: Variaciones de los factores del contexto para emprender	70

Figuras

Figura 1.1: Modelo convencional de crecimiento económico nacional	15
Figura 1.2: Modelo de procesos emprendedores que afectan el crecimiento económico nacional	16
Figura 1.3: El modelo del GEM hasta 2014	17
Figura 1.4: El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015	17
Figura 1.5: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	22
Figura 2.1: Intención de iniciar una actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2014, según fase de desarrollo económico	28
Figura 2.2: Promedio de la actitud hacia el emprendimiento, según nivel de desarrollo económico	29
Figura 2.3: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa de emprendimiento	31
Figura 3.1: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA), en los países participantes en el GEM 2014, según fase de desarrollo económico	37
Figura 3.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales, por región en Chile	40
Figura 3.3: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales, por motivación para emprender, en las regiones participantes de GEM Chile	41
Figura 3.4: Balance de las motivaciones para emprendedores en etapas iniciales	42
Figura 3.5: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales	43

Figura 3.6: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos	44
Figura 3.7: Emprendimiento en etapas iniciales, según grupo de edad	45
Figura 3.8: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad	45
Figura 3.9: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA), según sexo	46
Figura 3.10: Tasa de emprendimientos establecidos, según sexo	46
Figura 3.11: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora	47
Figura 3.12: Actividad emprendedora según ingreso familiar	48
Figura 3.13: Actividad emprendedora según tipo de empleo	49
Figura 3.14: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento	50
Figura 4.1: Expectativas de generación de empleo como porcentaje del total de actividad emprendedora en etapas iniciales, en los países de la OECD, para el ciclo 2014	57
Figura 4.2: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores, según etapa de emprendimiento	57
Figura 4.3: Novedad de los productos ofrecidos	58
Figura 4.4: Intensidad de la competencia esperada	58
Figura 4.5: Uso de nuevas tecnologías o procesos	59
Figura 4.6: Expectativa de expansión de mercado	59
Figura 4.7: Actividad emprendedora y orientación internacional	60
Figura 4.8: Actividad emprendedora de empleados (EEA) en los países participantes del GEM, por desarrollo económico	61
Figura 5.1: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional	63
Figura 5.2: Indicadores del contexto para el emprendimiento, según fase de desarrollo económico y Chile (1/2)	68
Figura 5.3: Indicadores del contexto para el emprendimiento, según fase de desarrollo económico y Chile (2/2)	69
Figura 5.4: Evolución del contexto emprendedor de Chile, 2011-2014	71
Figura 5.5: Apoyo financiero para el emprendimiento	72
Figura 5.6: Evaluación de la transferencia de I+D	73
Figura 5.7: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento	74
Figura 5.8: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes	75
Figura 5.9: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional	76
Figura 5.10: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento	77
Figura 5.11: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento	78
Figura 5.12: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento	79
Figura 5.13: Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios	80

Presentación

El emprendimiento y la innovación son términos que ya están instalados en el quehacer económico y social de Chile, habiendo permeado con gran fuerza en nuestra sociedad en todos los niveles. Para quienes hemos trabajado, estudiando y analizando el fenómeno del emprendimiento en Chile, nos alegramos del gran desarrollo que la actividad emprendedora ha tenido en el país, lo cual ha quedado de manifiesto en las extraordinarias cifras de creación de nuevas empresas. En este contexto, el proyecto GEM ha sido un aporte relevante para entender el ecosistema emprendedor e innovador en Chile, y para orientar a los responsables del diseño de las políticas públicas a focalizar en aquellos aspectos que requieren mayor atención.

El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, lo cual lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile ya con más de una década de mediciones, el GEM se ha convertido en un referente dado su alcance nacional y regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país. El proyecto GEM ha cubierto históricamente 12 regiones del país incluyendo la Región Metropolitana de Santiago, gracias al esfuerzo de académicos y profesionales del ámbito del emprendimiento y creación de negocios. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un importante aporte al mundo académico, empresa-

rial y de la administración pública. Esto reafirma nuestra vocación de seguir ofreciendo datos de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en Chile.

Queremos agradecer a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional que participaron en el año 2014: Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Corporación para la Competitividad e Innovación Región de Atacama, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María (casa central y sede Concepción), Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera, así como a sus coordinadores e investigadores y a sus diferentes auspiciadores. Agradecemos la invaluable ayuda y tiempo dedicado a los 395 informantes claves que respondieron la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento. Por supuesto, también nuestro más sincero agradecimiento a las más de 6.200 mujeres y hombres encuestados, de forma anónima, cuya información constituye el pilar fundamental de esta investigación. Finalmente, a cada una de las emprendedoras y emprendedores que, con su trabajo, contribuyen al desarrollo económico y social de Chile.

Que disfruten la lectura de este reporte.

Hernán Cheyre
Director de Emprendimiento
Facultad de Economía y Negocios, UDD

José Ernesto Amorós, Ph.D.
Coordinador GEM Chile
Director Ejecutivo del Instituto
de Emprendimiento
Facultad de Economía y Negocios, UDD

Resumen ejecutivo

En el año 2014, el Global Entrepreneurship Monitor, GEM, ha completado su decimosexto ciclo anual, lo que lo ha posicionado como uno de los proyectos académicos, sobre emprendimiento, más importantes a nivel internacional. El GEM genera información relevante, al proporcionar medidas acerca de las actitudes, actividades y características de los individuos partícipes en las diferentes fases que conlleva emprender. De igual manera, son analizadas las aspiraciones que estos emprendedores tienen respecto a sus negocios, así como otros factores claves de sus proyectos.

Durante el año 2014, fueron encuestados más de 206 mil individuos alrededor del mundo y, 3.936 expertos en emprendimiento participaron en el estudio que cubre más de 73 países de todos los continentes y, prácticamente, todas las regiones del mundo. Dicha muestra representa un 72,4% de la población mundial y un 90% del PIB mundial, incluyendo una amplia gama de niveles de desarrollo. Los distintos países partícipes del proyecto GEM son agrupados por zonas geográficas: África, Asia y Oceanía, América Latina y el Caribe, Europa (diferenciando entre aquellos que son parte de la Unión Europea y aquellos que no) y América del Norte. Adicionalmente, se considera la clasificación utilizada en el World Economic Forum's

Global Competitiveness Report, diferenciando tres etapas para los niveles de desarrollo de los países: economías basadas en recursos, economías basadas en eficiencia y economías basadas en la innovación. Usando ambas clasificaciones, es posible comparar países en similares niveles de desarrollo y/o posición geográfica.

Chile cuenta con una economía basada en eficiencia, en la transición hacia ser una economía basada en la innovación, aspecto que le ha llevado a ser uno de los países más competitivos de la región. Esto también le imprime características diferenciadoras a la actividad emprendedora nacional.

El GEM, en Chile, durante el ciclo 2014, ha utilizado como muestra a 6.212 personas mayores de 18 años. Para constituir este estudio se realizó un muestreo representativo a nivel nacional, más muestras adicionales de las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Biobío, la Araucanía y Región Metropolitana. Adicionalmente, se realizó una consulta a un total de 395 informantes claves, considerados expertos en emprendimiento, provenientes de diferentes sectores, actividades y regiones. Los principales resultados son presentados a continuación.

Los valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales en Chile

Oportunidades percibidas ●

El 73,4% de los emprendedores en etapas iniciales y 62,3% de los emprendedores establecidos consideran que habrá buenas oportunidades de negocio para los próximos 6 meses.

Capacidades percibidas ●

El 87,1% de los emprendedores en etapas iniciales y 87,3% de los emprendedores establecidos consideran que posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa.

Intenciones emprendedoras ●

El 50,1% de la población no involucrada en actividades emprendedoras señala que espera crear un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años.

Miedo al fracaso ●

Al 23% de los emprendedores en etapas iniciales y 23,8% de los emprendedores establecidos, el temor al fracaso les impide iniciar un nuevo negocio.

Emprendimiento como una elección de carrera deseable ●

El 66,8% de los emprendedores en etapas iniciales y 64,1% de los emprendedores establecidos señalan que la mayoría de las personas considera que el emprendimiento es una opción de carrera deseable.

Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores ●

El 64,6% de los emprendedores en etapas iniciales y 66,2% de los emprendedores establecidos piensan que los emprendedores exitosos son respetados y gozan de un gran prestigio.

Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento ●

El 62,7% de los emprendedores en etapas iniciales y 72,5% de los emprendedores establecidos considera que existe una alta cobertura mediática, pues los medios de comunicación con frecuencia muestran historias de emprendimientos exitosos.

Las características de la actividad emprendedora en Chile

Edad

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 38,4 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 46,1 años.

Escolaridad

El 64% de los emprendedores en etapas iniciales tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria.

Motivación

El 81,2% de los emprendedores iniciales manifestó que su motivación para emprender fue una oportunidad de negocio y, el 17,6%, que lo hizo por necesidad.

Sector económico

El 55,5% de los emprendedores iniciales y el 44,7% de los establecidos se encuentran insertos en el sector de servicio al consumidor.

Dedicación

El 50,3% de los emprendedores iniciales y el 82,42% de los establecidos se declaran autoempleados.

Creación de empleo

El 45,6% de los emprendedores iniciales y el 47,2% de los establecidos esperan contratar de uno a cinco trabajadores en los próximos 5 años.

Nivel de ingresos

Prácticamente la mitad de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran en los estratos socioeconómicos ABC1 y C2.

Principales características de las aspiraciones de los emprendedores en Chile

Emprendedores en etapas iniciales con altas perspectivas de generación de empleo

Se estima que el 15,95% de la población adulta (18-64 años) tiene un emprendimiento en etapa temprana en el que quiere generar 20 o más empleos en los próximos cinco años.

Novedad de los productos o servicios ofrecidos

El 47% de los emprendedores en etapas iniciales y el 41% de los emprendedores establecidos consideran que su negocio ofrece productos o servicios que son novedosos para sus clientes.

Intensidad de la competencia esperada

El 42% de los emprendedores en etapas iniciales y 60% de los emprendedores establecidos consideran que muchos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios.

Uso de nuevas tecnologías o nuevos procesos

Solo el 14,3% de los emprendedores en etapas iniciales y 4,6% de los emprendedores establecidos declaran que usa muy nuevas tecnologías (o nuevos procesos) en sus negocios.

Expectativa de expansión de mercado

El 62,1% de los emprendedores en etapas iniciales y 52,9% de los emprendedores establecidos señalan que tendrán una moderada expansión de mercado.

Actividad emprendedora y orientación internacional

El 39,2% de los emprendedores en etapas iniciales y 42,1% de los emprendedores establecidos manifiestan que entre el 1% y 25% de sus clientes provienen del extranjero, lo cual indica un crecimiento en la orientación internacional del emprendimiento.

Ecosistema del emprendimiento en Chile

● Según la percepción de los expertos sobre el acceso a financiamiento por parte de los emprendedores, este se ha dificultado en términos de que perciben que no hay suficientes fuentes de financiamiento externo para las empresas nuevas y en crecimiento.

● A pesar que en ciclos anteriores la transferencia de I+D ha tenido evaluación negativa, en 2014 tuvo una pequeña mejora y, por lo mismo, los expertos consideran que las nuevas empresas y aquellas en crecimiento tienen el mismo nivel de acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas.

● En Chile, la base científico-tecnológica apoya eficazmente la creación de empresas de tecnología capaces de competir a nivel mundial.

● Un aspecto que sigue mal evaluado es que, tanto en la enseñanza primaria como en la secundaria, no se estimula la creatividad, la autosuficiencia ni la iniciativa personal y que, sumando a esto, en las aulas no se le dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.

● Los expertos son críticos respecto al hecho que en el mercado no hay un dinamismo que potencie el emprendimiento.

● En cuanto a infraestructura comercial y profesional, los expertos son críticos respecto de si las nuevas empresas y en crecimiento son capaces de absorber los costos de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores.

● Una de las variables peor evaluadas por los expertos se refiere a las políticas de gobierno. Al respecto, señalan que no favorecen a las empresas nuevas y en crecimiento en lo que tiene relación con las licitaciones y compras públicas.

● Un aspecto positivo a destacar es la existencia de un creciente número de programas que fomentan la creación de nuevas empresas y que potencian las empresas en crecimiento.

● Otro aspecto que destaca es la percepción positiva respecto a que la cultura nacional apoya y valora el éxito individual conseguido a través del éxito personal y, además, que enfatiza la capacidad, autonomía e iniciativa personal.

● Nuevamente la dimensión de acceso a infraestructura física es uno de los factores mejor evaluados, en donde se declara que resulta fácil la puesta en marcha y operación de los negocios.



01

Introducción

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM internacional, cumplió dieciséis años de existencia en 2014, tiempo en el que ha publicado ininterrumpidamente un reporte anual sobre el estado del emprendimiento en los más de 100 países participantes en él. Durante ese periodo se ha analizado la transversalidad del emprendimiento a través de la generación de diversos indicadores que incluyen desde el inicio de nuevos negocios, hasta temas especiales como el emprendimiento social, educación para el emprendimiento o financiamiento a nuevas empresas. En Chile, incluyendo la presente edición, se cuenta con doce ciclos en los cuales se han publicado, además, reportes específicos sobre la actividad emprendedora de mujeres en Chile y, a partir del año 2007, también se ha analizado la actividad emprendedora en diferentes regiones del país. Así, el GEM Chile se ha consolidado como un proyecto relevante para entender la dinámica emprendedora del país.

Acerca del GEM

1.1

El proyecto GEM ha contribuido a entender la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. Desde los inicios del proyecto, en

el año 1997, donde se estudiaron 10 países, el GEM ha procurado subsanar la carencia de datos por medio de la recolección de información relevante sobre la dinámica emprendedora. Dado el crecimiento del proyecto, en el año 2004 se conformó la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) para servir como órgano de supervisión del GEM. GERA es una organización sin fines de lucro regida por representantes de los equipos nacionales, las dos instituciones fundadoras, Babson College y la London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con esto, el GEM se basa en tres premisas: la primera es que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social depende, en buena parte, de la dinámica emprendedora. Evidentemente, las economías son heterogéneas. De esta manera, en algunas

prevalece un mayor nivel de emprendimiento “por necesidad” (que puede ser una respuesta al desempleo), mientras que en las economías más desarrolladas prevalece el concepto de oportunidad de negocio vinculada a la innovación. Una segunda premisa es que son los individuos quienes, a través de su motivación y capacidad, inician los nuevos negocios y estos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Así, el GEM pone énfasis en el concepto de explotación de oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000) donde son, justamente, los individuos los que llevan a cabo la actividad emprendedora. Los beneficios del emprendimiento son relevantes, porque involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación y las minorías desfavorecidas. Por último, una tercera premisa es que la generación de nuevas empresas es un elemento clave para la creación de nuevos empleos y, a su vez, la única parte importante de la competitividad nacional depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras.

Marco conceptual del GEM 1.2

Durante los últimos 16 años, el marco conceptual y las definiciones básicas del GEM evolucionaron gradualmente sin comprometer la comparabilidad de la información recopilada, pero brindando mayor claridad para entender las relaciones entre las distintas variables que afectan el emprendimiento. Este proceso fue apoyado por el trabajo de muchos investigadores que, a partir de datos del GEM, contribuyeron a entender mejor el fenómeno del emprendimiento y la creación de nuevas empresas (Alvarez et al., 2014, Bosma, 2013, Levie y Autio, 2008, Reynolds et al, 2005). La definición de emprendimiento, planteada en los primeros reportes del GEM, en el contexto de la comprensión del rol del emprendimiento en el crecimiento económico, fue la siguiente:

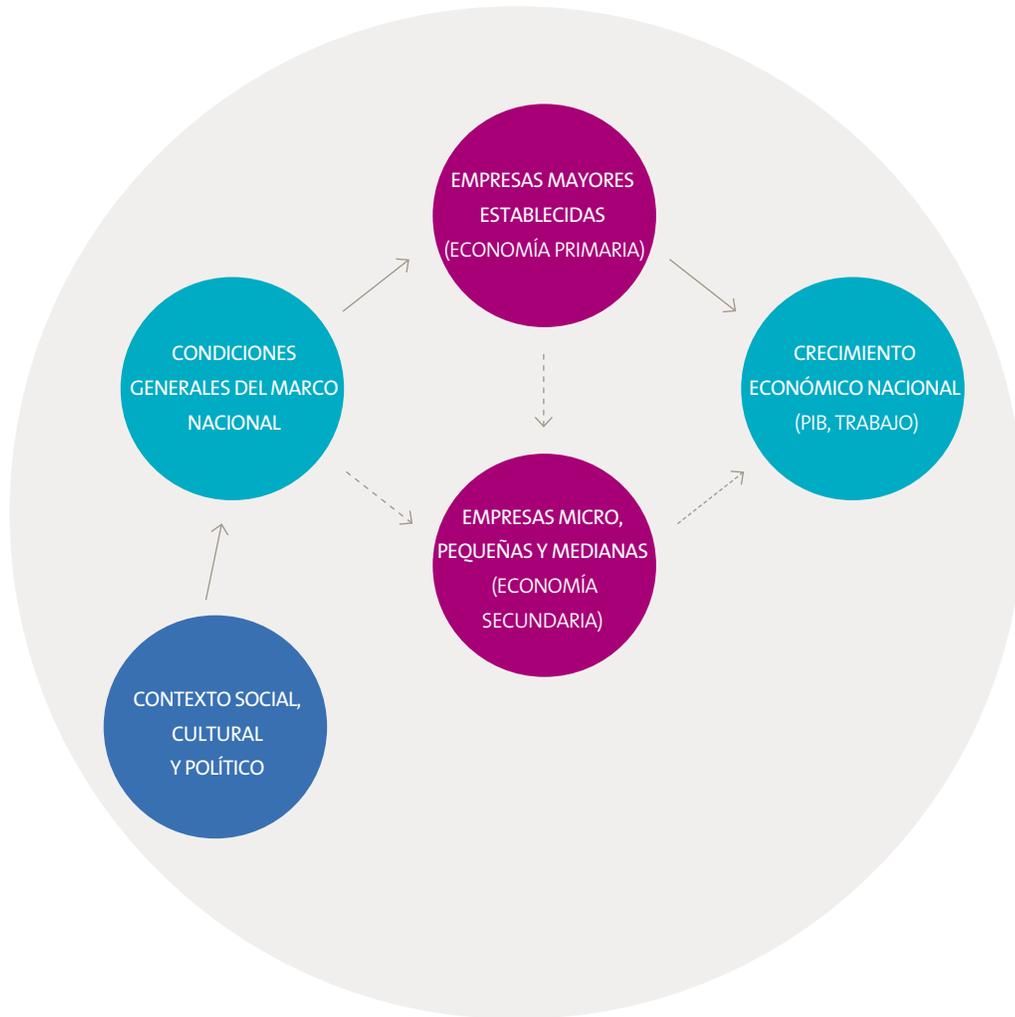
“Cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización de la empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido.” (Reynolds, P. et al, 1999, p. 3).

De esta definición surgieron tres preguntas que abrieron el camino a la encuesta del GEM (Reynolds, P. et al, 1999, p. 3):

- > ¿El nivel de actividad empresarial varía entre los países? y, en caso afirmativo, ¿en qué medida?
- > ¿El nivel de actividad empresarial afecta a la tasa de crecimiento económico y la prosperidad de un país?
- > ¿Qué hace que en un país la gente emprenda más?

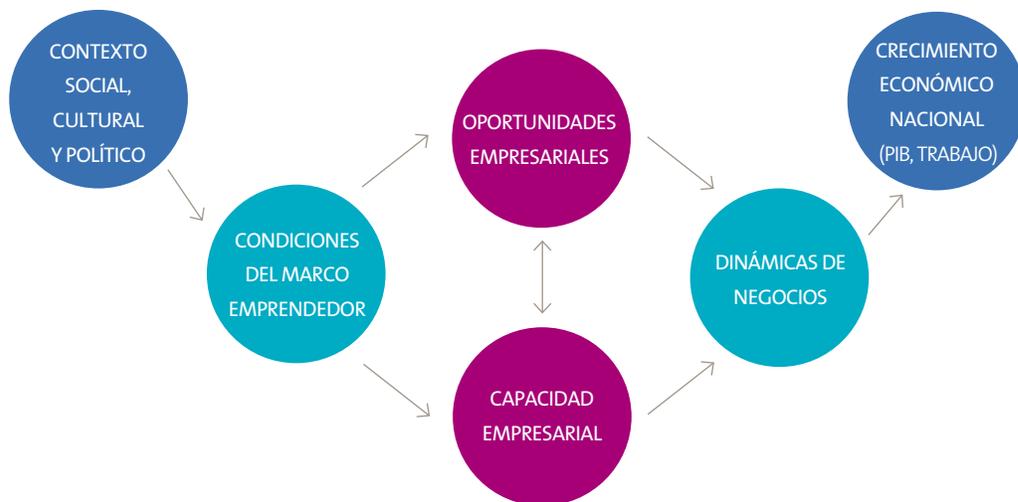
Con el fin de responder a estas preguntas, el GEM ha tenido que apartarse del enfoque convencional en el pensamiento sobre el crecimiento económico nacional y desarrollar un nuevo marco conceptual. En contraste con el modelo tradicional de crecimiento económico nacional (**Figura 1.1**), dicho marco conceptual (**Figura 1.2**), representa el supuesto básico que el crecimiento económico nacional es el resultado de las capacidades personales de los individuos, independientemente de su ubicación (del tamaño de las empresas o si son trabajadores por cuenta propia), para identificar y aprovechar las oportunidades y que este proceso está sucediendo en la interacción con el medio ambiente.

● **Figura 1.1: Modelo convencional de crecimiento económico nacional**



Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 9.

● **Figura 1.2: Modelo de procesos emprendedores que afectan el crecimiento económico nacional**



Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 10.

En base al análisis de los resultados anuales del proyecto GEM, en el año 2008 se desarrolló un marco conceptual que es el que ha estado vigente y está representado en la **Figura 1.3**.

La revisión a fondo de este marco conceptual del GEM es una “apertura de la caja negra” del emprendimiento, tal como se presenta en la **Figura 1.4**. Desde el comienzo del proyecto GEM, se asume implícitamente la existencia de relaciones entre las actitudes, aspiraciones y actividades que estaban construidas en el marco conceptual, pero sin explicar la naturaleza de estas. Ahora se pretende probar las características de las relaciones supuestas entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial:

1. En este nuevo marco conceptual, algunos de los supuestos básicos que se han modificado son, principalmente: que la actividad emprendedora no es un acto heroico de un individuo, independientemente del entorno en el que se realiza la actividad.

2. La actividad emprendedora es consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esto y las condiciones del entorno en el que se encuentra el individuo.

El proyecto GEM ha venido confirmando que el nivel de actividad emprendedora varía entre países, lo que, también, reafirma que se necesita tiempo y coherencia en las intervenciones

Figura 1.3: El modelo del GEM hasta 2014

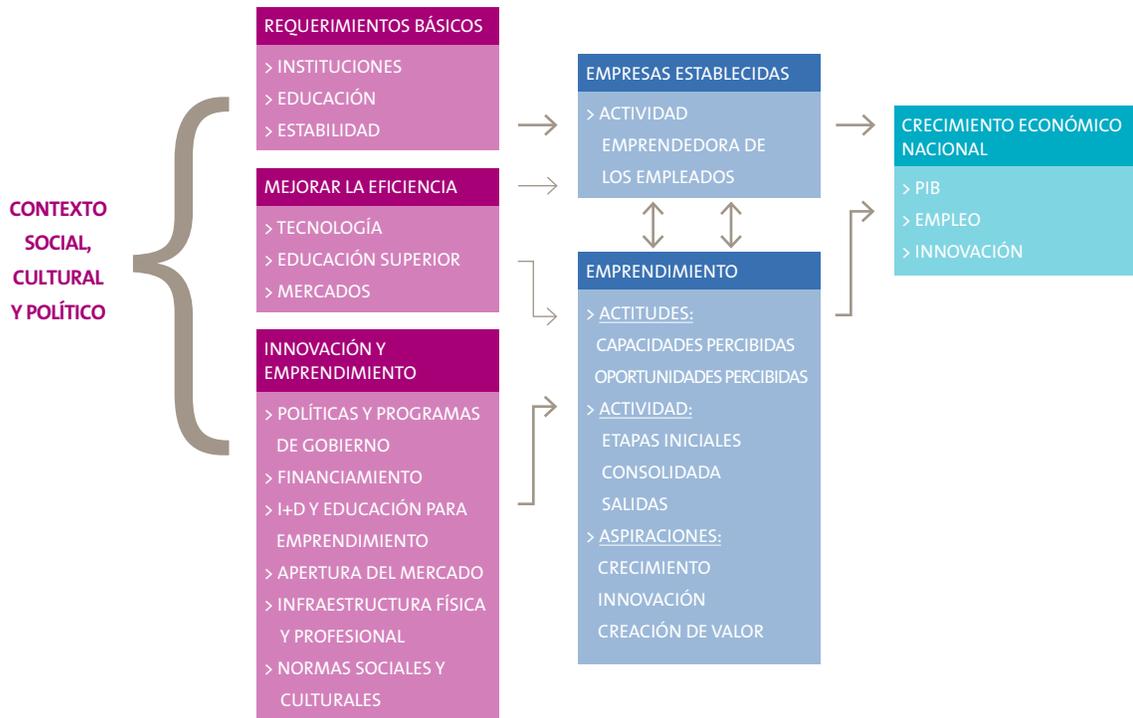
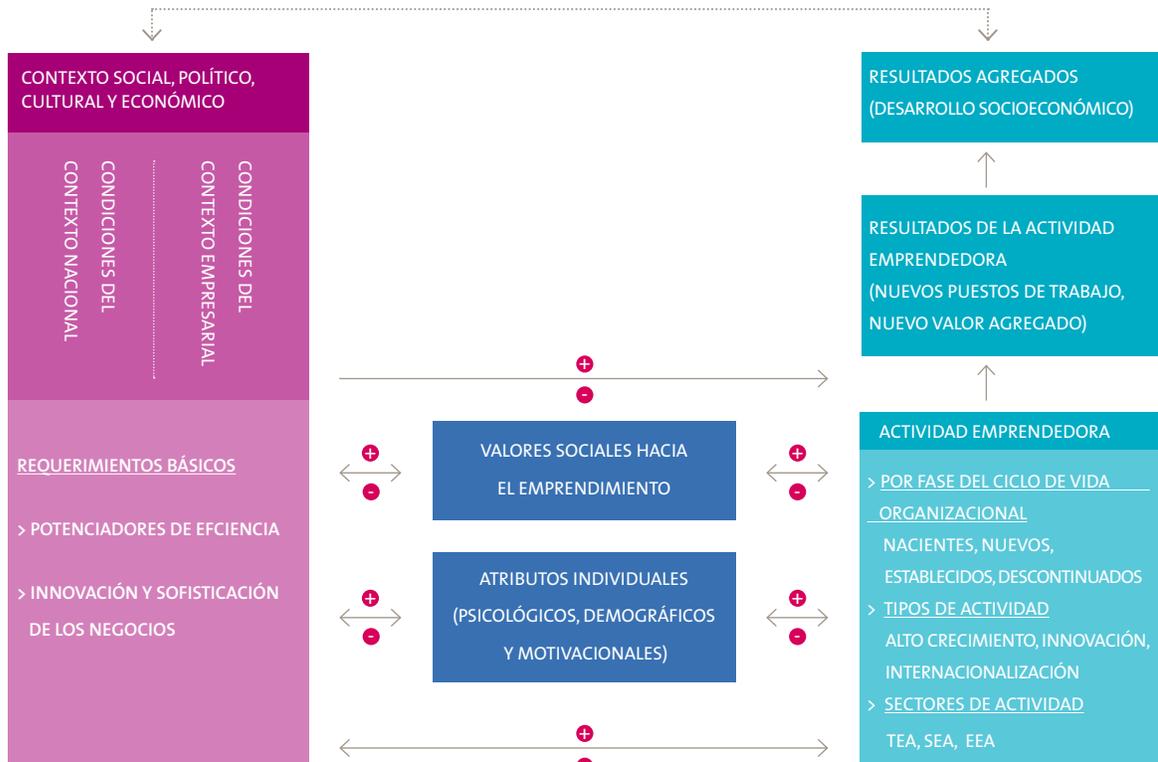


Figura 1.4: El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015



de política con el fin de construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las encuestas del GEM han probado que la actividad emprendedora, en diferentes formas (naciente, consolidada, intra-emprendimiento) se correlaciona positivamente con el crecimiento económico y que, además, esta relación es diferente a lo largo de las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al., 2010). Asimismo, las condiciones macroempresariales (del contexto socio-político y económico), la capacidad individual para identificar y aprovechar las oportunidades y la capacidad de la sociedad para desarrollar una cultura emprendedora son muy relevantes, no sólo para crear más nuevas empresas sino, también, para tener individuos emprendedores con mayor ambición de hacer crecer su negocio y más innovación empresarial (WEF-GEM, 2015). Con esto, el GEM también puede ayudar a comprender cómo iniciativas públicas y privadas pueden mejorar los ecosistemas pro-emprendimiento (Drexler y Amorós, 2015).

Por lo tanto, el GEM sigue centrándose en la contribución al desarrollo de la economía mundial a través de la investigación del emprendimiento. Tiene como base la misión del GERA, la cual es contribuir al desarrollo económico global a través de la iniciativa emprendedora. Para lograr esto, el consorcio del GERA busca incrementar el conocimiento sobre el emprendimiento, en todo el mundo, mediante la realización y difusión de investigación de clase mundial a través de:

- Descubrir y medir los factores que impactan el nivel de la actividad emprendedora entre las economías.
- Ayudar a identificar las políticas que incentivan niveles adecuados de actividad emprendedora.
- Aumentar la influencia de la educación en el apoyo a la iniciativa emprendedora.

Específicamente, el proyecto GEM, bajo este nuevo marco conceptual, se focaliza en los siguientes objetivos fundamentales:

- Determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en las economías de los diferentes países.
- Descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, valores sociales y características personales y de la actividad emprendedora.
- Identificar las implicancias políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía.
- Desde el año 2008 (Bosma et al., 2009), el GEM ha seguido la tipología del Foro Económico Mundial (Porter et al., 2002) relacionada con los niveles de desarrollo económico: economías basadas en recursos, las economías basadas en eficiencia y las economías basadas en innovación. Esto contribuyó a mostrar cómo el GEM se complementa y puede complementar otras grandes encuestas de creación de nuevas empresas, proporcionando información importante sobre los individuos (atributos, valores, actividades) y su interacción con el medio ambiente en la práctica de la conducta emprendedora (proactividad, innovación y decisiones responsables).

Los componentes revisados del marco conceptual GEM ●

El Foro Económico Mundial utiliza doce pilares para perfilar las fases del desarrollo económico en el contexto de la competitividad de los países. Estos pilares miden el contexto social, cultural, político y económico. El GEM aporta a esta perspectiva nueve componentes denominados Condiciones de la Actividad Emprendedora (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), tal como se presenta en la **Tabla 1.1**. Es importante destacar que estos pilares están presentes, en diferentes combinaciones, entre los diferentes tipos de economías y que los niveles de desarrollo económico están determinados por la presencia dominante de un grupo específico de pilares. Por lo tanto, el marco conceptual del GEM supone, también, que las economías más desarrolladas presentan mejores condiciones para el emprendimiento.

🔗 **Tabla 1.1: El contexto social, cultural, político y económico y las fases de desarrollo económico**

	De otras fuentes disponibles	De la Encuesta Nacional de Expertos (NES)
FASES DE DESARROLLO ECONÓMICO	CONDICIONES DEL MARCO NACIONAL, BASADO EN LOS PILARES DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL PARA PERFILAR LAS FASES DE DESARROLLO ECONÓMICO	CONDICIONES DEL MARCO EMPRENDEDOR
Requerimientos básicos- economías basadas en recursos	<ul style="list-style-type: none"> > Instituciones > Infraestructura > Estabilidad macroeconómica > Salud y educación primaria 	
Potenciadores de eficiencia - la clave para las economías basadas en eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> > Mayor educación y formación > Eficiencia del mercado de bienes > Eficiencia del mercado laboral > Sofisticación del mercado financiero > Preparación tecnológica > Tamaño de mercado 	
Factores de innovación y sofisticación - clave para las economías basadas en innovación	<ul style="list-style-type: none"> > Sofisticación de los negocios > Innovación 	

Es importante señalar que todos los componentes del entorno en el que las mujeres y los hombres emprenden (con cierto nivel de proactividad e innovación) son interdependientes. Esta dependencia no solo exige un enfoque holístico en la investigación sino, también, en el diseño de políticas adecuadas para la construcción de un ambiente de apoyo en el que el comportamiento emprendedor se puede realizar. Por consiguiente tal como se muestra en la **Figura 1.5** los componentes adicionales a las Condiciones de la Actividad Emprendedora son:

❶ Los valores sociales hacia la iniciativa emprendedora incluyen aspectos como: valorar al emprendimiento como una buena elección de carrera, si los emprendedores tienen un alto estatus social y cómo la atención mediática a los emprendedores y sus negocios contribuye (o no) para el desarrollo de la cultura pro-emprendimiento en el país.

❷ Los atributos individuales incluyen diferentes factores demográficos (como el género, la edad, la ubicación geográfica), psicológicos (capacidades y oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y aspectos motivacionales (necesidad versus oportunidad y deseo de independencia, entre otros).

❸ La actividad emprendedora se define en función de las fases del ciclo de vida del emprendimiento (nacientes, nuevos empresarios, empresarios establecidos, la interrupción del negocio), los tipos de la actividad (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y la caracterización de la actividad (emprendimientos independientes en etapas iniciales- TEA, emprendedores sociales- SEA, actividad emprendedora de los empleados- EEA). Las definiciones detalladas se presentan en la sección 1.3 de este capítulo.

Metodología del GEM 1.3

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el

equipo central de datos del GERA, apoyado por dos cuerpos formados por representantes de los equipos nacionales: el Comité Asesor de Investigación e Innovación (quienes definen aspectos sobre el marco conceptual, las definiciones operacionales y la metodología, incluyendo herramientas para el trabajo de campo) y el equipo de Calidad de Datos. El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos, la definición de muestras nacionales (o regionales) representativas, el diseño e implementación del trabajo de campo y la codificación de la información recogida.

Con el fin de capturar las interacciones entre los individuos y el entorno en el que actúan, GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

—● La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS), la que se aplica a un mínimo de 2 mil adultos, entre 18 y 64 años, por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente entre los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en -y la actitud hacia- el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos con los que se analiza, en profundidad, los elementos del marco conceptual del GEM que tienen relación directa con los valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de un contexto internacional.

—● La Encuesta Nacional de Expertos (National Expert Survey, NES) es una encuesta más de tipo cualitativa, que recoge información de las condiciones del marco emprendedor, de cada país. Es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 personas que son catalogadas como expertos y expertas, ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país o bien porque son emprendedores de gran tra-

yectoria que han “vivido en carne propia” el proceso emprendedor.

Ambas encuestas son idénticas para todos los países, economías o regiones que participan en el GEM, de tal manera que tener estas herramientas estandarizadas, así como los procedimientos permiten asegurar la calidad de los datos y que estos sean comparables entre los países/regiones participantes¹. Cada año se agregan o modifican algunas preguntas, tanto a la APS como a la NES, con la finalidad de obtener más información sobre temas especiales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron la actividad emprendedora de los inmigrantes, jóvenes emprendedores o emprendimiento y bienestar.

Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y calidad de datos. Así, en el año 2014, en el país se han realizado un poco más de 6.200 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que ha llevado a tener una muestra de 395 expertos de 9 regiones del país.

Los datos recogidos por los equipos nacionales son parte del conjunto global de datos del GEM y todas las actividades computacionales son realizadas por el equipo de expertos en el GERA. Finalmente, el informe anual global es producido por los investigadores que se ofrecieron como voluntarios de los equipos nacionales.

Principales indicadores GEM 1.4

Sobre la base del marco conceptual del GEM y los datos recogidos, un conjunto de numerosos indicadores se calculan y presentan en los informes mundiales y nacionales. El GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona a partir del momento en el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres me-

ses, pero por no más de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La **Figura 1.5** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses, a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aun cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que estos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño. Este indicador se puede enriquecer adicionalmente por el suministro de información relacionada con atributos individuales (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la innovación, la internacionalización) y la industria (sectores). Las definiciones se presentan en la **Figura 1.5**.

Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. En un país con una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. Sin embargo, si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con

¹ La información actualizada sobre los procedimientos de recolección de datos está disponible en el Manual de Datos del GEM en www.gemconsortium.org.

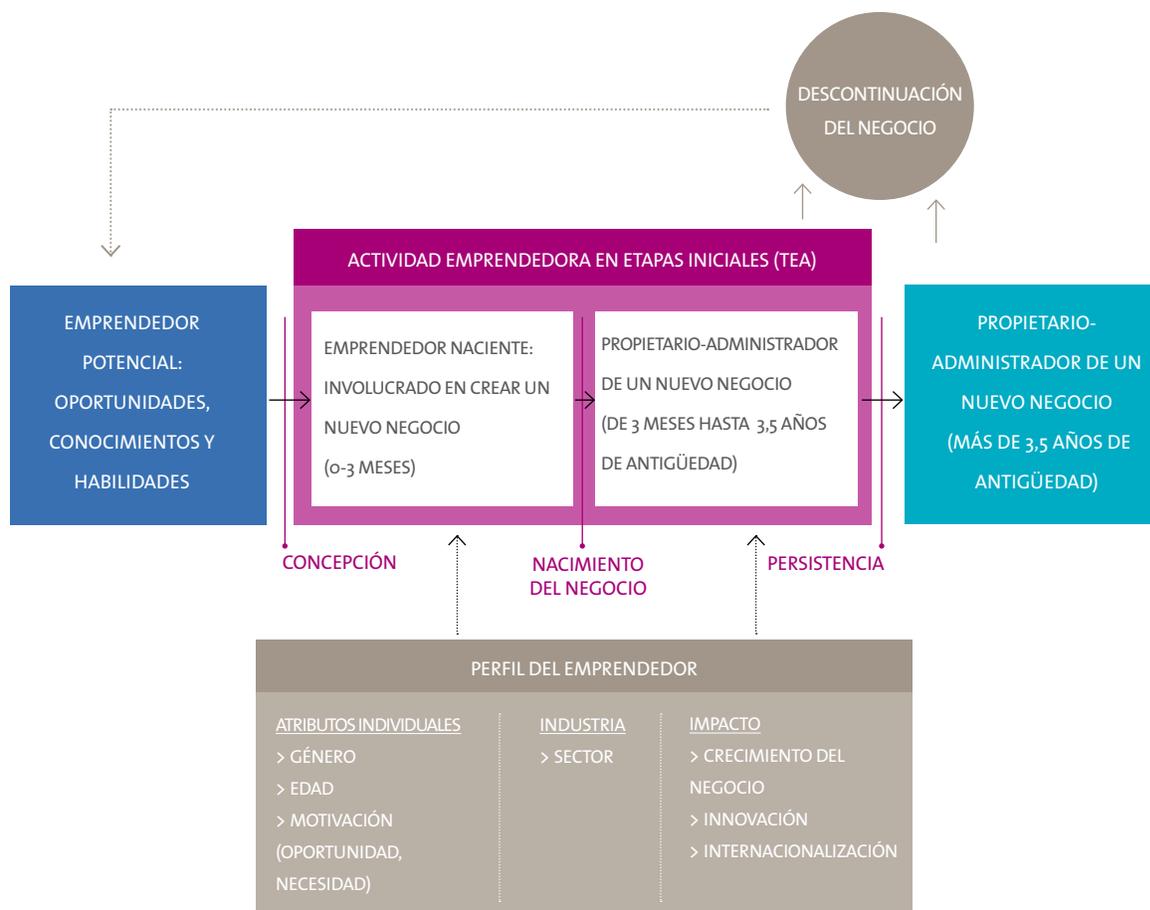
un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

Adicional al TEA, desde el año 2011 se calcula la tasa de participación de los empleados en las actividades emprendedoras, o EEA por sus siglas en inglés (Entrepreneurial Employee Activity), que está relacionada con el desarrollo o el lanzamiento de nuevos productos o servicios, o la creación de una nueva unidad de negocio, un nuevo establecimiento o filial dentro de un negocio establecido. También, se está explorando, a partir del año 2015, la tasa de personas que participan en las actividades emprendedoras con un objetivo social, cuyos indicadores se publicarán en futuros reportes.

Sobre este reporte 1.5

La información del ciclo 2014 está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. En este reporte se dará cuenta de los diferentes indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como del contexto para emprender en Chile y, también, se incluyen algunos indicadores globales de los diferentes países que participaron en el GEM 2014, poniendo especial énfasis en comparaciones entre los países de América Latina, países basado en eficiencia (grupo al que pertenece Chile según la clasificación del WEF) y los países miembros de la OECD.

Figura 1.5: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM





Los valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales en Chile

02

Como fue mencionado en la introducción, el GEM en su modelo conceptual revisado, resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la valoración social que expresa la población de un país hacia el emprendimiento y, también, con ciertos atributos individuales que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento.

Diversa evidencia empírica demuestra que los valores sociales son un componente importante en un contexto que favorece (o no) el desarrollo de nuevos emprendimientos de negocio (Kwon y Arenius, 2010). Por ejemplo, un entorno rodeado de emprendedores exitosos puede influir positivamente a que las personas mejoren su actitud frente al emprendimiento, aumentando su propensión a iniciar un nuevo negocio. Complementario a esto, los medios de comunicación también cumplen un rol fundamental en la divulgación de casos exitosos de emprendedores, dándoles reconocimiento y permitiéndoles ser un ejemplo motivador para otros potenciales emprendedores. Aspectos demográficos -como edad, género y origen étnico, entre otros- ya sea por temas históricos, socioculturales o económicos, también pueden ser determinantes en la actitud hacia el emprendimiento. En este sentido, una política pública es-

pecíficamente enfocada en un grupo determinado puede ser una herramienta eficaz para influir de manera positiva en la propensión a emprender.

Sin embargo, es necesario enfatizar que sólo tener una actitud positiva hacia el emprendimiento no es determinante en la materialización de la idea de negocio por más que aumente la propensión a querer emprender. La decisión de emprender depende no sólo de un análisis consciente de los retornos que se esperarían de ser emprendedor respecto a otras opciones, como por ejemplo ser empleado, sino que también, en algunos casos, simplemente es una decisión impulsiva e inconsciente. La evidencia demuestra que la mayoría de las personas prefieren ser empleadas antes que emprendedores. Esto se acrecienta en aquellos países donde ser empresario no es bien visto, el fracaso empresarial está estigmatizado y las oportunidades de negocio son escasas. En dicho contexto, el riesgo que se debe asumir es demasiado alto para quienes están pensando iniciar un nuevo negocio. En casos donde se poseen altas remuneraciones, la evaluación sobre emprender o no está determinada, entre otras cosas, por la capacidad de poder aumentar aún más los ingresos. En el caso de las mujeres, tienden a ver el emprendimiento como una posibilidad de poder compatibilizar el desarrollo profesional con la vida familiar (Amorós y otros, 2011).

Comparativa a nivel internacional

2.1

El GEM destaca, como parte de la valoración social, algunos aspectos tales como si la gente considera que iniciar un negocio es una forma de carrera laboral (en contraste con ser empleado); si los emprendedores exitosos son reconocidos y admirados por la sociedad en su conjunto y si los medios de comunicación dan cobertura (y promueven) a los emprendedores exitosos generando una cultura pro-emprendimiento.

Por el lado de los atributos personales, algunas de estas actitudes son el deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. De igual manera, están los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras, así como el tener redes cercanas de personas que están emprendiendo y que pueden servir como ejemplo positivo. Otro aspecto relevante es el miedo al fracaso o “penalización” social de haber fallado al realizar un nuevo negocio.

La **Tabla 2.1** muestra varios indicadores del GEM referentes a la valoración social y los atributos individuales, para cada uno de los países participantes en el ciclo 2014 (Singer, Amorós y Moska, 2015). De forma general, se observa que estos indicadores tienen mayores valores en países menos desarrollados como los africanos. Se destaca, sobre todo, la alta propensión que tiene la población a emprender medido en términos de intención de crear un nuevo negocio. Casi un 45% de la población económicamente activa de los países de África estudiados dijo que tenía deseo de emprender un nuevo negocio en los próximos 6 meses. En contraste, en algunos países desarrollados de Europa y América del Norte, donde la población tiene evaluaciones positivas hacia el emprendimiento, los niveles de intención son relativamente bajos. La explicación de este fenómeno estaría en las diferentes características nacionales; desde trabas burocráticas asociadas a la constitución

de una empresa -las que reducen el atractivo de emprender-, hasta una excesiva protección al empleo, lo que podría desanimar a emprender a quienes están empleados, aun cuando tengan percepciones emprendedoras positivas.

En la **Tabla 2.1** se muestran tres indicadores sobre la valoración social a nivel economías por región geográfica. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía sustancialmente entre países pero, en promedio, es más bajo en los países más desarrollados. Una de las explicaciones a esto se debe a que el desarrollo económico genera un aumento en la oferta de empleo. El segundo indicador permite saber si las personas sienten que en su entorno inmediato hay emprendedores exitosos. Al igual que en el caso anterior, también se observan diferencias según las fases de desarrollo económico, pese a que estas son menores, destacándose África pero, también, América del Norte con mayores indicadores. En relación a la cobertura de los medios de comunicación, este tercer indicador entrega una aproximación respecto a la popularidad del emprendimiento. En este aspecto, los menores indicadores se presentan en Europa mientras que, en promedio, los mayores valores están en los países asiáticos pero, también, en América del Norte. Estos ejemplos permiten evidenciar lo complejo que es el fenómeno del emprendimiento y cómo diversos factores socioculturales afectan la actitud hacia este.

A la derecha de la tabla están los indicadores relacionados de forma directa con características individuales como las oportunidades, capacidades, miedo al fracaso y propensión a emprender. Como ya ha sido mencionado, las regiones que reúnen a los países en vías de desarrollo tienen, en promedio, una mayor percepción de oportunidades, manifiestan mayores capacidades emprendedoras y menor miedo al fracaso que los países más desarrollados. Esto se acentúa particularmente en África y, posteriormente, América Latina y el Caribe donde existe una alta propensión a emprender (Amorós y Bosma, 2014).

La **Figura 2.1** analiza con más detalle el indicador de intención de emprender entre los países participantes del GEM en 2014, los que fueron agrupados de acuerdo a su nivel de desarrollo eco-

nómico. Como ya se comentó, son los países menos desarrollados, es decir los basados en factores de producción, quienes presentan los mayores indicadores, especialmente los países africanos.

Tabla 2.1: Actitud hacia el emprendimiento en los países participantes en el GEM 2014, por región geográfica

PAÍS	Emprendimiento como opción de carrera deseable ⁺	Alto estatus a los emprendedores exitosos ⁺	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento ⁺	Percepciones de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso [*]	Intenciones emprendedoras ^{**}
ÁFRICA							
Angola	75,1	81,7	71,7	69,7	61,7	44,8	39,3
Botsuana	69,9	78,1	74,5	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
Sudáfrica	69,6	72,9	72,6	37,0	37,6	25,4	10,1
Uganda				76,9	84,9	12,6	60,2
Promedio (no ponderado)	71,5	77,6	72,9	62,3	65,2	23,8	45,1
ASIA Y OCEANÍA							
Australia	53,4	67,1	72,6	45,7	46,8	39,2	10,0
China	65,7	72,9	69,3	31,9	33,0	39,5	19,3
India	57,9	66,2	56,6	38,9	36,7	37,7	7,7
Indonesia	72,9	78,0	84,8	45,5	60,2	38,1	27,4
Irán	52,3	75,6	55,1	27,7	59,5	32,7	25,5
Japón	31,0	55,8	58,7	7,3	12,2	54,5	2,5
Kazajstán	78,6	74,3	83,0	26,5	52,5	23,8	15,4
Malasia	50,4	50,0	69,8	43,4	38,4	26,8	11,6
Filipinas	81,8	78,1	84,7	45,9	66,1	37,7	42,8
Qatar	75,8	87,1	76,8	63,4	60,9	25,5	50,4
Singapur	51,7	62,9	79,1	16,7	21,4	39,4	9,4
Taiwán	75,2	62,6	83,5	33,5	29,0	37,4	25,6
Tailandia	73,6	71,1	80,3	47,3	50,1	42,4	21,8
Vietnam	67,2	75,9	86,8	39,4	58,2	50,1	18,2
Promedio (no ponderado)	63,4	69,8	74,4	36,6	44,6	37,5	20,5



PAÍS	Emprendimiento como opción de carrera deseable ⁺	Alto estatus a los emprendedores exitosos ⁺	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento ⁺	Percepciones de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso ⁺	Intenciones emprendedoras ^{**}
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE							
Argentina	57,8	52,2	63,6	31,9	57,8	23,5	27,8
Barbados	57,6	58,5	46,3	38,2	63,5	23,4	11,5
Belice	57,8	55,5	43,3	49,6	69,0	32,6	10,1
Bolivia	70,3	77,0	76,5	57,7	73,1	38,4	46,9
Brasil				55,5	50,0	35,6	24,5
Chile	69,4	64,4	65,2	67,0	64,9	28,4	50,1
Colombia	70,5	67,1	74,4	65,7	57,4	30,7	47,0
Costa Rica	61,3	59,0	79,7	39,0	59,4	36,8	29,0
Ecuador	66,4	67,1	82,9	62,0	72,8	30,7	43,1
El Salvador	82,6	59,5	59,5	44,7	70,8	34,9	23,1
Guatemala	95,3	76,9	60,6	45,4	64,2	33,0	35,8
Jamaica	83,5	84,0	83,9	57,0	81,2	22,0	35,3
México	53,2	50,8	45,5	48,9	53,5	29,6	17,4
Panamá				43,3	54,4	14,6	19,7
Perú	82,4	81,4	83,6	62,3	69,4	29,1	50,6
Puerto Rico	18,5	51,1	72,7	25,1	48,8	24,0	12,5
Suriname	66,7	67,2	80,7	41,0	77,4	16,1	4,6
Trinidad y Tobago	79,5	69,5	65,6	58,6	75,2	16,8	33,9
Uruguay	62,1	56,7	60,8	45,6	63,1	26,7	24,8
Promedio (no ponderado)	66,8	64,6	67,3	49,4	64,5	27,7	28,8
UNIÓN EUROPEA							
Austria				44,4	48,7	34,9	8,1
Bélgica	52,4	51,7	50,8	35,9	30,4	49,4	10,6
Croacia	63,3	46,6	40,4	18,4	45,9	30,3	19,5
Dinamarca				59,7	34,9	41,0	6,9
Estonia	55,6	64,9	43,3	49,4	42,5	41,8	9,8
Finlandia	41,2	84,4	66,9	42,4	34,9	36,8	7,9
Francia	59,0	70,4	39,0	28,3	35,4	41,2	14,2
Alemania	51,7	79,1	51,4	37,6	36,4	39,9	5,9
Grecia	58,4	66,4	45,8	19,9	45,5	61,6	9,5



PAÍS	Emprendimiento como opción de carrera deseable ⁺	Alto estatus a los emprendedores exitosos ⁺	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento ⁺	Percepciones de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso [*]	Intenciones emprendedoras ^{**}
UNIÓN EUROPEA							
Hungría	47,4	72,4	33,5	23,4	40,9	42,0	13,9
Irlanda	49,4	76,9	75,7	33,4	47,2	39,3	7,2
Italia	65,1	72,1	48,3	26,6	31,3	49,1	11,4
Lituania	68,8	58,3	55,1	31,7	33,4	44,8	19,7
Luxemburgo	40,7	68,2	43,5	42,5	37,6	42,0	11,9
Países Bajos	79,1	67,8	55,7	45,6	44,3	34,8	9,3
Polonia	63,3	56,5	54,5	31,3	54,3	51,1	15,6
Portugal	62,2	62,9	69,7	22,9	46,6	38,4	15,8
Rumania	73,6	75,2	71,3	32,4	48,4	41,3	31,7
Eslovaquia	45,4	58,1	52,6	23,5	54,4	36,0	15,1
Eslovenia	53,4	72,3	57,6	17,2	48,6	29,0	11,4
España	53,9	49,0	46,3	22,6	48,1	38,0	7,1
Suecia	51,6	70,9	60,3	70,1	36,7	36,5	8,5
Reino Unido	60,3	75,0	58,4	41,0	46,4	36,8	6,9
Promedio (no ponderado)	56,9	66,6	53,3	34,8	42,3	40,7	12,1
PAÍSES EUROPEOS (NO UE)							
Bosnia y Herzegovina	78,1	69,9	39,8	19,6	47,3	26,8	20,4
Georgia	66,0	75,9	58,5	36,6	37,5	34,8	15,6
Kosovo	68,3	76,2	57,2	65,6	65,2	26,7	6,3
Noruega	58,2	83,5		63,5	30,5	37,6	5,0
Rusia	67,1	65,9	50,4	26,5	27,8	39,5	3,5
Suiza	42,3	65,8	50,4	43,7	41,6	29,0	7,1
Promedio (no ponderado)	63,3	72,9	51,3	42,6	41,7	32,4	9,7
AMÉRICA DEL NORTE							
Canadá	57,2	69,7	67,7	55,5	49,0	36,5	12,0
Estados Unidos	64,7	76,9	75,8	50,9	53,3	29,7	12,1
Promedio (no ponderado)	61,0	73,3	71,8	53,2	51,2	33,1	12,0

* Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que percibe buenas oportunidades para comenzar un negocio.

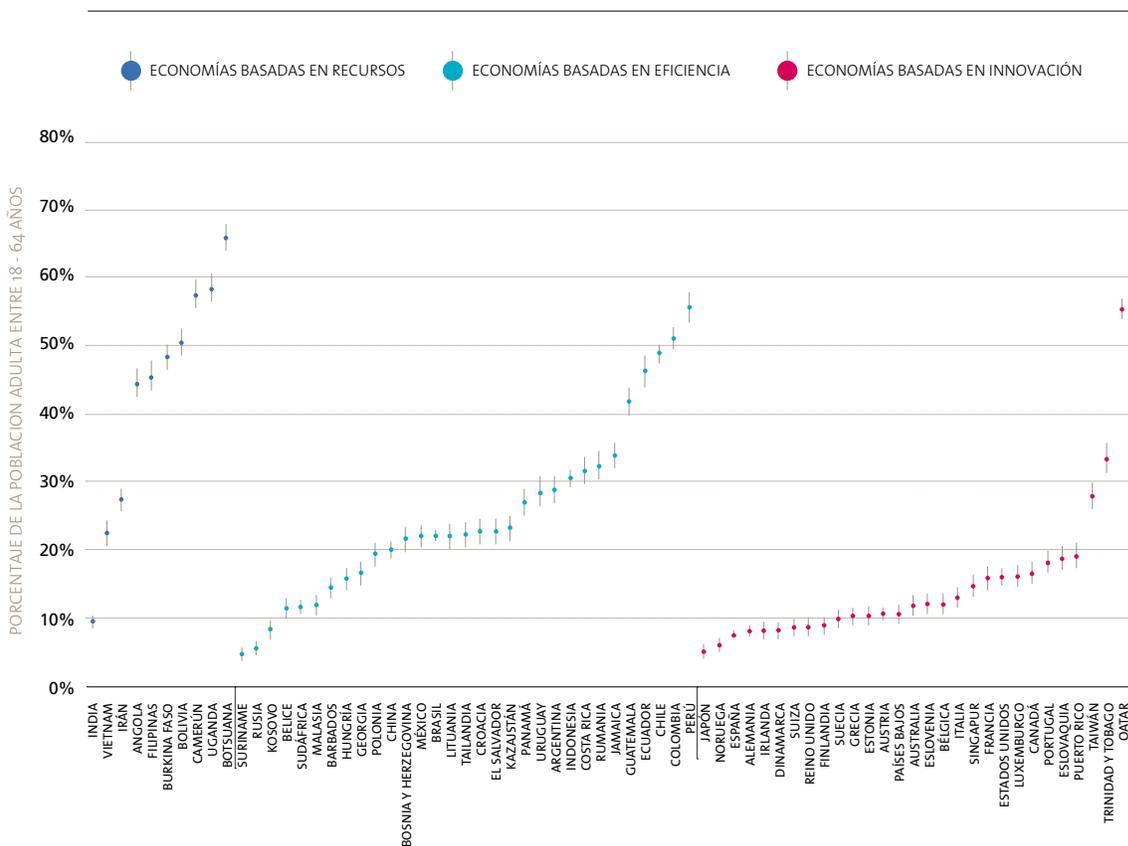
** Porcentaje de la población que no está involucrada en actividades emprendedoras.

+ Preguntas opcionales por lo que no todos los países las incluyeron.

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



● Figura 2.1: Intención de iniciar una actividad emprendedora en los países participantes del GEM, según fase de desarrollo económico

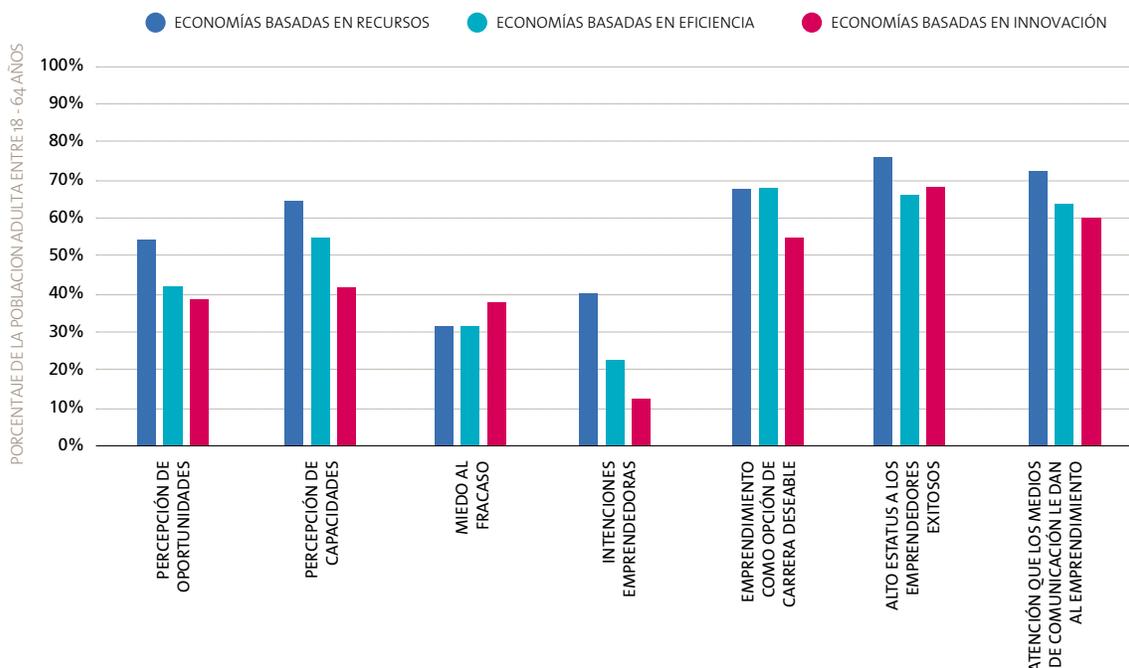


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Los altos niveles de intención de emprender no tienen una relación directa con el desarrollo económico. Por ejemplo, en las economías basadas en los recursos, que también tienen altos niveles de actividad emprendedora, el deseo de iniciar un negocio puede estar relacionado, por un lado, con la falta de oportunidades en el mercado laboral pero, por otro lado, dado que hay muchas carencias de mercado, los potenciales emprendedores visualizan buenas oportunidades. De hecho, como

se muestra en la **Tabla 2.1**, son los países de África quienes, en promedio, tienen la mayor percepción de oportunidades. La **Figura 2.2** muestra los promedios de los indicadores de actitud para cada grupo de países. En dicha figura se observa claramente que las economías basadas en recursos, en promedio, presentan mayores porcentajes en los indicadores de actitud, salvo miedo al fracaso que, al tener una connotación inversa, presenta menores niveles en los países más desarrollados.

● **Figura 2.2: Promedio de la actitud hacia el emprendimiento según nivel de desarrollo económico**



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

Aspectos sociales y características individuales de actitud hacia el emprendimiento en Chile 2.2

Para tener un análisis más detallado de las percepciones de las personas encuestadas en el país y debido a que existe heterogeneidad, resulta relevante agrupar a la población en función de las diferentes fases de la actividad emprendedora, incluyendo también a aquellos que no tienen relación alguna con un emprendimiento. Así se puede analizar a quienes respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con las características de atributos individuales descritos anteriormente. Adicionalmente, existe una pregunta relacionada con el hecho de conocer a otros emprendedores. Los porcentajes de respuestas afirmativas se muestran en la **Figura 2.3**.

Conocimiento de otros emprendedores ●

Uno de los factores que ayuda a consolidar un ecosistema emprendedor, se refiere a las relaciones personales y contactos que se establecen a partir de las redes que forman los emprendedores. Por un lado se puede hablar de un “efecto imitación”, es decir, más gente que observa y tiene contacto con emprendedores puede sentirse atraída hacia iniciar un nuevo negocio. Por otro lado, el tener mayor capital social es muy relevante, ya que el tener vínculos con otros emprendedores, potencialmente, puede crear sinergias como transferencia de conocimiento, cooperación y, con el tiempo, nodos o polos específicos de desarrollo.

En el caso de Chile, el 37% de la población adulta, que no posee ningún contacto con el emprendimiento, menciona conocer alguna

persona que está iniciando un nuevo negocio. Sin embargo, aquellos que sí están ligados directa o indirectamente con el emprendimiento poseen valores considerablemente superiores. Alrededor del 60% de aquellos que poseen alguna relación con el emprendimiento, ya sea porque son emprendedores o inversionistas informales, como los emprendedores nacientes, mencionan conocer otro emprendedor. Este porcentaje es cercano al 80% para los nuevos empresarios y 61% para los emprendedores establecidos. Estos valores son superiores a los del ciclo 2013, dando cuenta de que cada vez más personas están en contacto con emprendedores lo cual es positivo para el desarrollo de un ecosistema más proclive al emprendimiento.

Percepción de capacidades

Parte importante de la decisión de querer emprender estaría determinada por la percepción del emprendedor de poder desarrollar exitosamente el negocio. Dentro de este contexto, es posible ver que, en Chile, no sólo aquellos que son emprendedores consideran poseer los conocimientos y habilidades para poder iniciar un nuevo negocio. Un 53% de la población que no está involucrada con el emprendimiento considera que posee estas características y experiencia necesaria, valor que también supera al 46% del ciclo 2013.

Como era de esperar, las personas involucradas en algún tipo de actividad emprendedora se evalúan con mayores capacidades para iniciar un nuevo negocio. Los valores que se observan para los emprendedores, en Chile, no varían considerablemente dependiendo de la etapa en que se encuentra el negocio. En general, cerca del 87% de los emprendedores considera poseer las capacidades para iniciar un negocio. Estos valores son solo levemente mayores a los observados el ciclo anterior, con un 84%.

Oportunidades percibidas

La percepción de buenas oportunidades de negocio en el entorno donde se desenvuelven las personas es un buen indicador para medir

la propensión a emprender. Es importante destacar que, al momento de identificar una oportunidad, no necesariamente la persona tiene definido su deseo de ser emprendedor, sin embargo, sí existe una correlación importante.

Durante el periodo 2014 se estimó que el 65% de la población adulta, no directamente involucrada en actividad emprendedora, manifiesta que hay buenas oportunidades en el país. Este valor es ligeramente superior al 2013 donde fue de 64%. Este dato sigue siendo muy alentador dando cuenta que, en el país, se mantiene una buena percepción respecto a oportunidades de negocio. Como es de esperarse, esta percepción sube en las personas emprendedoras en etapas iniciales, donde más del 70% manifestó que hay buenas oportunidades, aunque en los emprendedores establecidos esta percepción baja al 62%, un poco inferior al ciclo anterior.

Miedo al fracaso

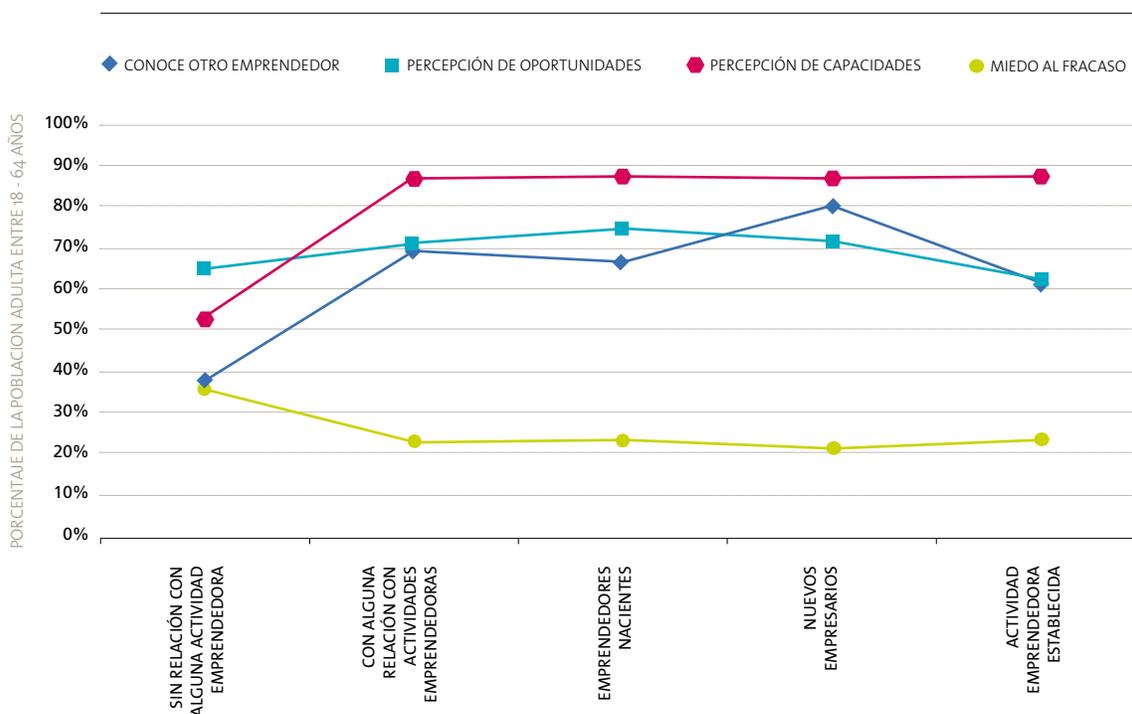
Uno de los principales desafíos que enfrentan los potenciales emprendedores es la posibilidad de fracasar. Tomando en cuenta que una proporción muy grande de emprendimientos no logran sobrevivir más allá de los cuatro primeros años desde su constitución, el “miedo al fracaso” es algo que puede presentarse como una barrera socio-emocional a la hora de tomar la decisión de emprender. Aun cuando, intrínsecamente, las personas posean diferentes niveles de miedo al fracaso, una buena institucionalidad puede proveer un marco facilitador para incentivar la creación de nuevos negocios. Finalmente, como ya se mencionó, esta dimensión está fuertemente influenciada por factores sociales y culturales. En Chile se ha mejorado mucho la percepción pero, en general, aún existe una estigmatización al emprendedor que tuvo un fracaso empresarial.

Cerca del 36% de las personas que no tienen ninguna relación con el emprendimiento manifestaron que el miedo al fracaso es una barrera al emprender, frente al 39% del 2013, lo cual es un avance. Más específicamente, como ya se

mostró en la **Tabla 2.1**, el 28% de las personas que manifestó que había buenas oportunidades, siente que el miedo a fracasar es un impedimento para iniciar un negocio, versus 31% del ciclo pasado, lo cual también es una mejoría. Por consiguiente y como era de esperar, los emprendedores tienen mucho menos temor al fracaso, sobre todo en etapas iniciales. Alrededor del 22% de los emprendedores manifestó que el

temor a fracasar es un factor que inhibe a la hora de iniciar un nuevo negocio, sin embargo, en la práctica lograron sortearlo. Para poder reducir la brecha entre un negocio potencial y uno real, es importante considerar que el proceso emprendedor incluye, dentro de sí, el fracaso empresarial. Este debe considerarse como una oportunidad de aprendizaje y no como una situación negativa.

● **Figura 2.3: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento**



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



Actividad emprendedora: ciclo de vida, el emprendedor y su negocio

03

Tal como se explicó en la introducción, el GEM contextualiza la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye:

- ① Los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio.
- ② Los emprendedores dueños de nuevos negocios.
- ③ Quienes poseen un negocio ya establecido.

El GEM también se encarga de evaluar el ritmo y la naturaleza de discontinuación de los negocios. En la **Tabla 3.1** se muestran diferentes indicadores de la actividad emprendedora de los países que participaron en el GEM 2014, ordenados por región geográfica. Aquí se destaca uno de los indicadores más reconocidos del GEM: la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA, en inglés) que mide la proporción de personas, entre 18 y 64 años, que actualmente se encuentra involucrada dentro de un emprendimiento, ya sea en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario de un nuevo negocio. En promedio, las menores tasas de emprendimiento se dan en Europa y, las mayores, en África. Sin embargo, en aquellos individuos

que manifiestan una oportunidad de negocios (% del TEA), el mayor promedio se da en América del Norte. En contraparte, si se analiza la actividad emprendedora por necesidad (% del TEA), los países Europeos, no pertenecientes a la Unión Europea, son aquellos que tienen mayor porcentaje, con 29,7% de emprendimiento por necesidad. Este alto porcentaje es explicado por países como Bosnia y Herzegovina y Georgia. África es la segunda región que posee mayor emprendimiento por necesidad, con un 26,3%, esto responde a que los países africanos pertenecen a economías basadas en recursos y que son países cuyo entorno económico, social y político repercute en el emprendimiento por necesidad. Más adelante, en este capítulo, se hablará sobre los motivadores para emprender.

Chile, por su parte, tiene una de las más altas tasas de TEA de la región, con un 26,8%, y se encuentra bajo el promedio de América Latina y El Caribe en lo que se refiere a TEA por necesidad, solo con un 17,6% frente a un 22,7% de la región. Por lo tanto, se observa que la actividad emprendedora por oportunidad: independencia y mayor ingreso (% del TEA), Chile está sobre el promedio de la región, con 62,2%, frente a un 49,7%.

Tabla 3.1: Actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2014, por región geográfica

PAÍS Y REGIÓN	Actividad Emprendedora Naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase Inicial de Actividad Emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Descontinuación de Negocios	Actividad Emprendedora por necesidad (% del TEA)	Actividad emprendedora por oportunidad: independencia y mayor ingreso (% del TEA)
ÁFRICA							
Angola	9,5	12,4	21,5	6,5	15,1	24,5	43,4
Botsuana	23,1	11,1	32,8	5,0	15,1	30,3	54,7
Burkina Faso	12,7	9,7	21,7	17,7	10,8	22,3	52,8
Camerún	26,4	13,7	37,4	11,5	17,7	33,5	40,5
Sudáfrica	3,9	3,2	7,0	2,7	3,9	28,2	35,5
Uganda	8,9	28,1	35,5	35,9	21,2	18,9	54,3
Promedio (no ponderado)	14,1	13,0	26,0	13,2	14,0	26,3	46,9
ASIA Y OCEANÍA							
Australia	7,6	5,7	13,1	9,8	3,9	17,6	63,8
China	5,4	10,2	15,5	11,6	1,4	33,2	45,4
India	4,1	2,5	6,6	3,7	1,2	31,7	36,5
Indonesia	4,4	10,1	14,2	11,9	4,2	20,5	38,0
Irán	7,5	8,7	16,0	10,9	5,7	38,7	49,6
Japón	2,7	1,3	3,8	7,2	1,1	18,8	68,2
Kazajstán	8,1	6,2	13,7	7,4	2,9	26,4	33,7
Malasia	1,4	4,6	5,9	8,5	2,0	17,5	64,0
Filipinas	8,2	10,5	18,4	6,2	12,6	29,4	33,5
Qatar	11,3	5,4	16,4	3,5	4,8	21,5	54,4
Singapur	6,4	4,8	11,0	2,9	2,4	11,4	70,8
Taiwán	4,4	4,1	8,5	12,2	5,1	13,3	66,0
Tailandia	7,6	16,7	23,3	33,1	4,2	17,8	71,2
Vietnam	2,0	13,3	15,3	22,2	3,6	29,7	53,3
Promedio (no ponderado)	5,8	7,4	13,0	10,8	3,9	23,4	53,5



PAÍS Y REGIÓN	Actividad Emprendedora Naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase Inicial de Actividad Emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Descontinuación de Negocios	Actividad Emprendedora por necesidad (% del TEA)	Actividad emprendedora por oportunidad: independencia y mayor ingreso (% del TEA)
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE							
Argentina	9,5	5,2	14,4	9,1	4,9	28,0	43,5
Barbados	8,5	4,2	12,7	7,1	3,7	14,6	53,1
Belice	4,3	3,0	7,1	3,7	4,7	13,1	47,6
Bolivia	21,5	7,1	27,4	7,6	6,9	22,8	51,7
Brasil	3,7	13,8	17,2	17,5	4,1	29,0	57,8
Chile	16,6	11,0	26,8	8,8	8,3	17,6	62,2
Colombia	12,4	6,7	18,5	4,9	5,6	33,3	51,6
Costa Rica	7,6	3,7	11,3	2,5	4,9	19,3	63,5
Ecuador	24,5	9,9	32,6	17,7	8,1	29,4	35,0
El Salvador	11,4	8,7	19,5	12,7	10,8	32,0	54,5
Guatemala	12,0	9,2	20,4	7,4	4,4	40,6	38,9
Jamaica	7,9	11,9	19,3	14,4	6,3	32,1	33,5
México	12,7	6,4	19,0	4,5	5,6	22,5	50,0
Panamá	13,1	4,1	17,1	3,4	4,5	26,3	60,2
Perú	23,1	7,3	28,8	9,2	8,0	16,4	58,9
Puerto Rico	8,8	1,3	10,0	1,3	3,6	20,5	51,1
Suriname	1,9	0,2	2,1	5,2	0,2	5,4	39,8
Trinidad y Tobago	7,5	7,4	14,6	8,5	2,8	12,0	64,3
Uruguay	10,5	5,7	16,1	6,7	4,4	16,0	27,3
Promedio (no ponderado)	11,4	6,7	17,6	8,0	5,4	22,7	49,7
UNIÓN EUROPEA							
Austria	5,8	3,1	8,7	9,9	2,7	11,0	37,4
Bélgica	2,9	2,5	5,4	3,5	2,3	30,7	43,1
Croacia	6,0	2,0	8,0	3,6	3,8	46,6	28,7
Dinamarca	3,1	2,5	5,5	5,1	2,2	5,4	60,2
Estonia	6,3	3,5	9,4	5,7	2,0	15,1	41,2
Finlandia	3,4	2,3	5,6	6,6	2,3	15,6	63,1
Francia	3,7	1,7	5,3	2,9	1,7	16,1	69,2
Alemania	3,1	2,3	5,3	5,2	1,7	23,2	53,7
Grecia	4,6	3,4	7,9	12,8	2,8	34,8	30,5

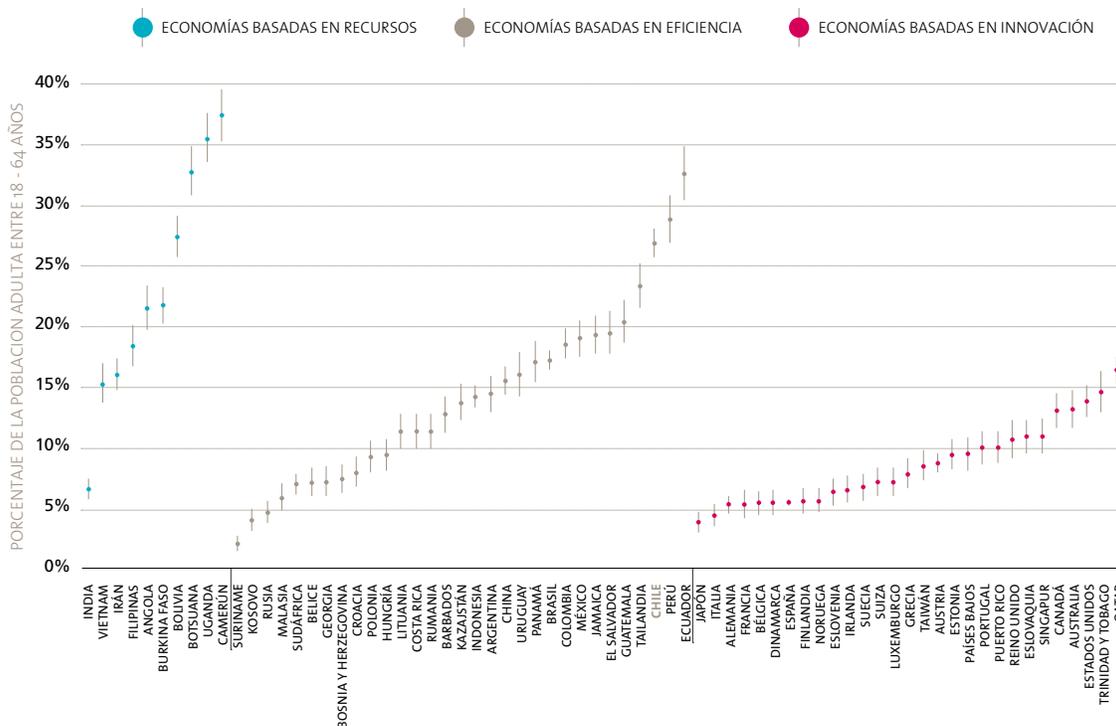


PAÍS Y REGIÓN	Actividad Emprendedora Naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase Inicial de Actividad Emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Descontinuación de Negocios	Actividad emprendedora por necesidad (% del TEA)	Actividad emprendedora por oportunidad, independencia y mayor ingreso (% del TEA)
UNIÓN EUROPEA							
Hungría	5,6	3,9	9,3	7,9	3,1	33,2	36,3
Irlanda	4,4	2,5	6,5	9,9	1,9	29,7	48,6
Italia	3,2	1,3	4,4	4,3	2,1	13,6	38,6
Lituania	6,1	5,3	11,3	7,8	2,9	19,6	43,8
Luxemburgo	4,9	2,3	7,1	3,7	2,6	11,8	59,8
Países Bajos	5,2	4,5	9,5	9,6	1,8	15,7	62,8
Polonia	5,8	3,6	9,2	7,3	4,2	36,8	47,1
Portugal	5,8	4,4	10,0	7,6	3,0	27,4	49,3
Rumania	5,3	6,2	11,3	7,6	3,2	28,9	49,8
Eslovaquia	6,7	4,4	10,9	7,8	5,2	32,6	51,8
Eslovenia	3,8	2,7	6,3	4,8	1,5	25,5	44,8
España	3,3	2,2	5,5	7,0	1,9	29,8	33,5
Suecia	4,9	1,9	6,7	6,5	2,1	7,9	56,2
Reino Unido	6,3	4,5	10,7	6,5	1,9	12,9	52,7
Promedio (no ponderado)	4,8	3,2	7,8	6,7	2,6	22,8	47,9
PAÍSES EUROPEOS (NO UE)							
Bosnia y Herzegovina	4,5	2,9	7,4	6,7	4,5	50,8	25,2
Georgia	4,1	3,2	7,2	7,3	2,5	48,6	31,0
Kosovo	2,5	1,8	4,0	2,1	6,6	22,0	29,1
Noruega	2,8	3,0	5,7	5,4	1,9	3,5	69,0
Rusia	2,4	2,4	4,7	3,9	1,2	39,0	41,6
Suiza	3,4	3,8	7,1	9,1	1,5	14,4	58,1
Promedio (no ponderado)	3,3	2,8	6,0	5,7	3,0	29,7	42,3
AMÉRICA DEL NORTE							
Canadá	7,9	5,6	13,0	13,0	4,2	15,7	63,3
Estados Unidos	9,7	4,3	13,8	13,8	4,0	13,5	66,9
Promedio (no ponderado)	8,8	4,9	13,4	13,4	4,1	14,6	65,1

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



● Figura 3.1: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA), en los países participantes en el GEM 2014, según fase de desarrollo económico



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

En la **Figura 3.1** se puede observar el TEA de todos los países participantes en el GEM, para el ciclo 2014. Este análisis está agrupado por tipo de economías y, además, dentro de cada categoría fueron ordenados de forma ascendente de acuerdo a su nivel de TEA. Si las barras verticales de cada lado de la estimación del TEA no coinciden, implica que tienen diferencias estadísticamente significativas. Dicha estimación sirve como referencia para que los países puedan observar su nivel de actividad en etapas iniciales y poder comparar su TEA con otros países que se ubiquen dentro de su misma fase de desarrollo económico.

Se puede observar que los niveles del TEA no tienen relación directa con la fase de desarrollo económico en que se encuentren los países. En otras palabras, se observa que los países menos desarrollados tienen más población económicamente activa involucrada en el desarrollo de un nuevo negocio o auto-empleo. Esto ha sido una constante observada en el GEM e implica que el

simple hecho de tener “muchos” emprendedores tiene correlación directa con mayores niveles de desarrollo. Por lo mismo, como lo muestra el marco conceptual del GEM, se debe considerar que existen otras variables que son determinantes del TEA, como son las condiciones específicas del entorno para cada país, entre otras.

La **Tabla 3.2** resume la evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países de América Latina y El Caribe, desde el año 2002 hasta 2014. Como se visualiza en la tabla, Chile incrementó su actividad emprendedora en comparación 2013 (26,8% versus 24,3% el año anterior), siguiendo la tendencia desde el 2009. Los países con mayor TEA dentro de la región son Ecuador y Perú y, los con menor índice, son Surinam y Belice. Se debe aclarar que no todos los años participan los mismos países en el GEM, razón por la cual en algunos países existen años en que no hay mediciones y, también, países que se incorporan solo a partir de la medición 2014 como Barbados, Belice y Surinam.

Tabla 3.2: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales, en países de América Latina y el Caribe

PAÍS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	14,2	19,7	12,8	9,5	10,2	14,4	16,5	14,7	14,2	20,8	18,9	15,9	14,4
Barbados													12,7
Belize													7,1
Bolivia							29,8		38,6				27,4
Brasil	13,5	12,9	13,5	11,3	11,7	12,7	12,0	15,3	17,5	14,9	15,4	17,3	17,2
Chile	15,7	16,9		11,1	9,2	13,4	13,0	14,8	16,8	23,7	22,6	24,3	26,8
Colombia					22,5	22,7	24,5	22,6	20,6	21,4	20,1	23,7	18,5
Costa Rica									13,4		15,0		11,3
Ecuador			27,2				17,2	15,8	21,2		26,6	36,0	32,6
El Salvador													19,5
Guatemala								19,2	16,3	19,3		12,3	20,4
Jamaica				17,0	20,3		15,6	22,7	10,5	13,7		13,8	19,3
México	12,4			5,9	5,3		13,1		10,4	9,6	12,1	14,8	19,0
Panamá								9,6		20,8	9,5	20,6	17,1
Perú			40,3		40,1	25,9	25,6	20,9	27,2	22,9	20,2	23,4	28,8
Puerto Rico						3,1						8,3	10,0
Rep. Dominicana						16,8	20,4	17,5					
Suriname													2,1
Trinidad & Tobago									15,0	22,7	15,0	19,5	14,6
Uruguay					12,6	12,2	11,9	12,2	11,7	16,7	14,6	14,1	16,1
Venezuela		27,3		25,0		20,2		18,7		15,4			

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

La **Tabla 3.3** muestra la evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales para los países miembros de la OECD. Se observa que Chile sigue con la tendencia de destacar por su nivel de actividad emprendedora en etapas ini-

ciales, con un 26,8%. El promedio de la actividad emprendedora en etapas iniciales de los países de la OECD, que estuvieron presentes en el GEM 2014, es de 8,9% siendo Japón el país que presenta un menor índice, con sólo un 3,8%.

Tabla 3.3: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales, en países miembros de la OECD

PAÍS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Alemania	5,2	5,2	5,1	5,4	4,2		3,8	4,1	4,2	5,6	5,3	5,0	5,3
Australia		11,6	13,4	10,9	12,0				7,8	10,5			13,1
Austria				5,3		2,4					9,6		8,7
Bélgica	3,0	3,9	3,5	3,9	2,7	3,1	2,9	3,5	3,7	5,7	5,2	4,9	5,4
Canadá	8,8	8,0	8,8	9,3	7,1							12,2	13,0
Chile	15,7	16,9		11,1	9,2	13,4	13,0	14,8	16,8	23,7	22,6	24,3	26,8
Corea	14,5						10,0	7,0	6,6	7,8	6,6	6,9	
Dinamarca	6,5	5,9	5,3	4,8	5,3	5,4	4,4	3,6	3,8	4,6	5,4		5,5
Eslovenia	4,6	4,0	2,6	4,4	4,6	4,8	6,4	5,4	4,7	3,7	5,4	6,5	6,3
España	4,6	6,8	5,1	5,7	7,3	7,6	7,0	5,1	4,3	5,8	5,7	5,2	5,5
Estados Unidos	10,5	11,9	11,3	12,4	10,0	9,6	10,8	8,0	7,6	12,3	12,8	12,7	13,8
Estonia													9,4
Finlandia	4,6	3,1	4,4	5,0	5,0	6,9	7,3	5,2	5,7	6,3	6,0	5,3	5,6
Francia	3,2	1,4	6,0	5,4	4,4	3,2	5,6	4,3	5,8	5,7	5,2	4,6	5,3
Grecia		6,8	5,8	6,5	7,9	5,7	9,9	8,8	5,5	8,0	6,5	5,5	7,9
Hungría	6,6		4,3	1,9	6,0	6,9	6,6	9,1	7,1	6,3	9,2	9,7	9,3
Irlanda	9,1	8,1	7,7	9,8	7,4	8,2	7,6		6,8	7,2	6,1	9,2	6,5
Israel	7,1		6,6			5,4	6,4	6,1	5,0		6,5	10,0	
Italia	5,9	3,2	4,3	4,9	3,5	5,0	4,6	3,7	2,3		4,3	3,4	4,4
Japón	1,8		1,5	2,2	2,9	4,3	5,4	3,3	3,3	5,2	4,0	3,7	3,8
Luxemburgo													7,1
México	12,4			5,9	5,3		13,1		10,4	9,6	12,1	14,8	19,0
Noruega	8,7	7,5	7,0	9,2	9,1	6,5	8,7	8,5	7,7	6,9	6,8	6,3	5,7
Nva. Zelanda	14,0	13,6	14,7	17,6									
Países Bajos	4,6	3,6	5,1	4,4	5,4	5,2	5,2	7,2	7,2	8,2	10,3	9,3	9,5
Polonia	4,4		8,8							9,0	9,4	9,3	9,2
Portugal			4,0			8,8			4,4	7,5	7,7	8,2	10,0
Reino Unido	5,4	6,4	6,2	6,2	5,8	5,5	5,9		6,4	7,3	9,0	7,1	10,7
Rep. Checa					7,8					7,6		7,3	
Suecia	4,0	4,1	3,7	4,0	3,4	4,2			4,9	5,8	6,4	8,2	6,7
Suiza	7,1	7,4		6,1		6,3		7,7	5,0	6,6	5,9	8,2	7,1
Turquía					6,1	5,6	6,0		8,6	11,9	12,2		

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

● Cuadro 1

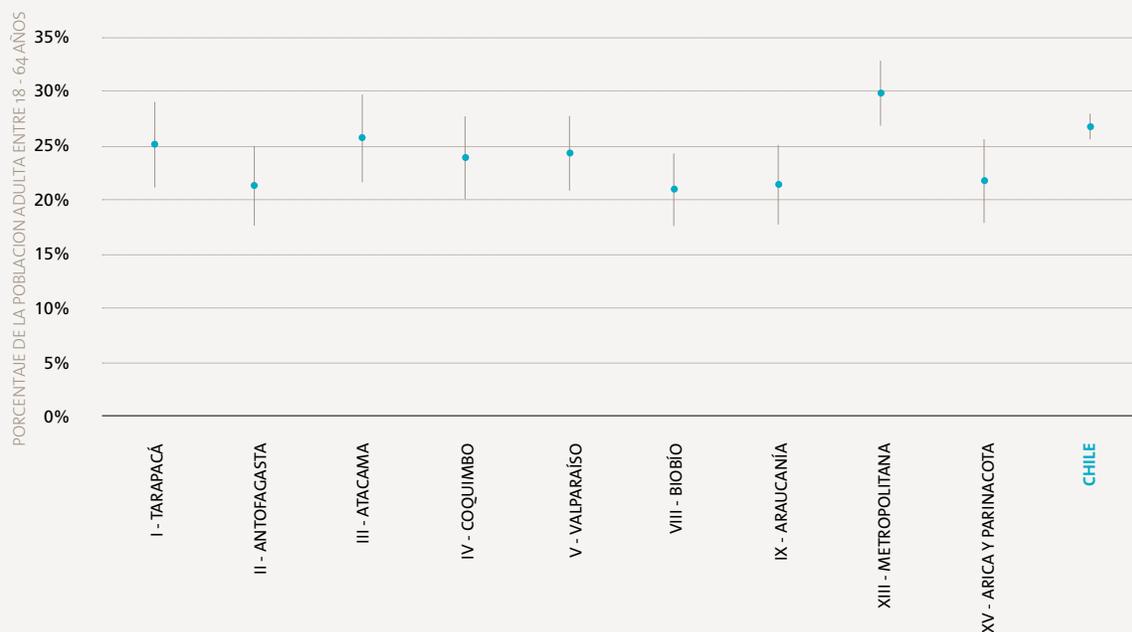
Actividad emprendedora en Chile: una aproximación regional

Este es el octavo año consecutivo en que el proyecto GEM Chile incluye la perspectiva regional al estudio del emprendimiento a través de la colaboración de equipos regionales. La finalidad de esta aproximación es obtener datos de la dinámica regional, debido a que las condiciones y el contexto emprendedor cambia de una región a otra, por lo que es importante obtener datos que ayuden a comprender la dinámica desde una perspectiva más local.

Como se observa en la **Figura 3.2**, la región que posee la mayor proporción de personas involucradas en emprendimientos en etapas iniciales es la Región Metropolitana, seguida de la Región de Atacama. En cuanto a las regiones que presentan menor índice son la Región del Biobío y la Región de Antofagasta.

En la mayoría de las regiones, el indicador de emprendimiento en etapas iniciales se encuentra dentro del intervalo del promedio de Chile, es decir, no presentan diferencias significativas con respecto a la medición nacional.

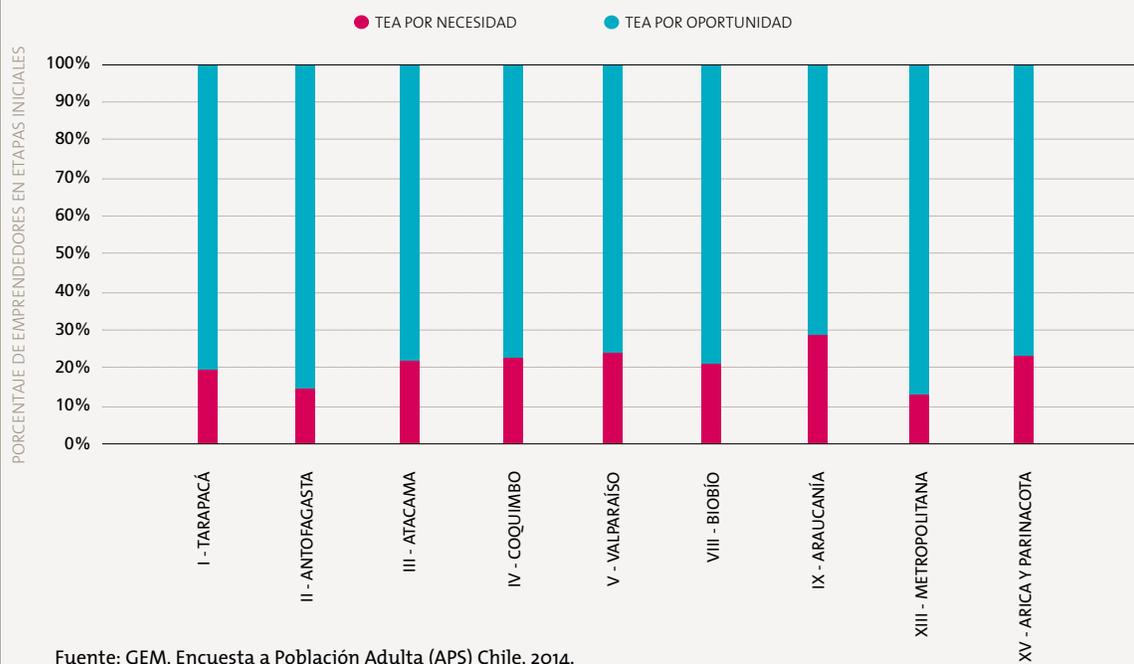
● **Figura 3.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales por región en Chile**



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



Figura 3.3: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales, por motivación para emprender, en las regiones participantes de GEM Chile



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

Como se revisó anteriormente, el emprendimiento puede ser motivado por necesidad o por oportunidad. En la Figura 3.3 se muestra, por región, a los emprendedores en etapas iniciales según su motivación para emprender. La Región de la Araucanía es la que presenta mayor porcentaje en cuanto a emprendimiento por necesidad y la Región Metropolitana es aquella que tiene la mayor proporción de emprendedores por oportunidad.

Se debe reconocer el esfuerzo de GEM Chile, ya que ha sido uno de los países que ha desarrollado estudios de gran importancia que incluyen a las regiones. Cada equipo de región es el encargado de reportar los resultados más importantes a nivel regional².

Motivaciones para emprender

3.1

Existen diferentes razones que motivan a una persona a iniciar un emprendimiento. El GEM registra las diferentes motivaciones para emprender, diferenciando las razones de si el emprendedor inicia su negocio por necesidad

o por oportunidad. El emprendedor motivado por necesidad es aquél que pone en marcha un nuevo negocio con la finalidad de dar solución a problemas financieros personales o porque no fue capaz de emplearse en el mercado laboral. Estos emprendedores se ven forzados, de cierta forma, a iniciar un negocio de manera apresurada. En contraparte, el emprendedor por oportunidad, es un individuo que materializa la idea

² Mayor información sobre la actividad emprendedora en regiones es posible encontrarla en los informes regionales o en www.gemchile.cl

de negocio o emprende una empresa dado que reconoce que hay una oportunidad en el mercado. Este emprendedor ve la oportunidad y crea su negocio para dar una solución innovadora al problema que está visualizando. Se pueden dividir las motivaciones de estos emprendedores en:

- 1 Búsqueda de más independencia.
- 2 Incrementar sus ingresos.
- 3 Mantener su nivel de ingreso³.

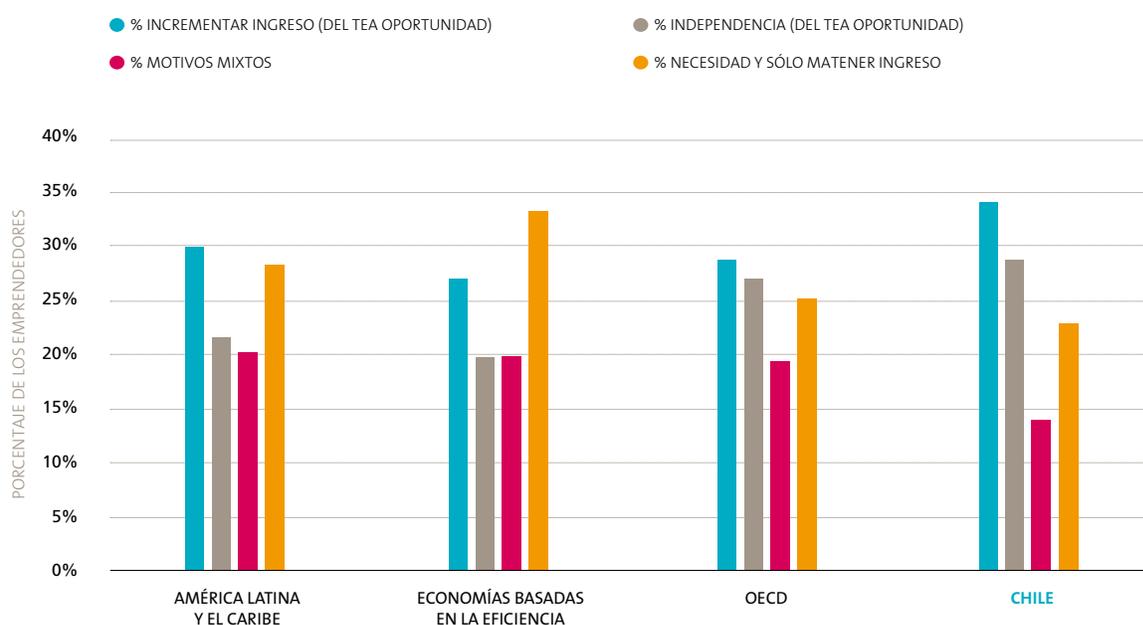
La metodología del GEM, de cierta forma, subestima el emprendimiento por necesidad y sobreestima el emprendimiento por oportunidad, debido a que la pregunta que está considerada dentro del cuestionario, da dos opciones de respuesta, que son: “no existen mejores oportunidades de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Por lo tanto, las personas encuestadas no tienen un punto medio que elegir que se acomode más a su realidad y a la decisión final-

mente de emprender. Generalmente, aquellos emprendedores que se ven en la situación de estar en medio de estas dos respuestas tienden a elegir “explotar una necesidad de negocio”, aunque pudiera ser que estuviera más cerca de la primera alternativa.

La **Figura 3.4** compara la región de América Latina y El Caribe, con economías basadas en eficiencia, países de la OECD y Chile, en cuanto a los tipos de emprendimiento. Se puede observar que, en Chile, el 34% de los emprendedores declara que su motivación fue incrementar su ingreso, es decir, TEA por oportunidad; seguido de un 29% que declara emprender para tener mayor independencia. Las cifras son similares para América Latina y El Caribe, en donde, un 30% declara emprender por oportunidad de mejorar su nivel de ingreso y, el 22%, para incrementar su independencia.

Además, en Chile, el 14% de los emprendedores declara emprender por motivos mixtos, cifra

Figura 3.4: Balance de las motivaciones para emprendedores en etapas iniciales



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

³ Esta categoría no es considerada como un indicador de oportunidad real y se excluye en el cálculo del indicador de emprendimiento por oportunidad.

relativamente menor comparada con el 20% de América Latina y El Caribe y economías basadas en eficiencia y el 19% de la OECD. Finalmente, un 23% declara que emprende por necesidad de mantener su ingreso, similar con el 25% que registra la OECD, sin embargo, por debajo del 34% de economías basadas en eficiencia. Se puede decir que, en el país, al igual que en la edición anterior, se mantiene un alto porcentaje de emprendimiento por oportunidad que puede estar relacionado con el mayor nivel de desarrollo de Chile, al menos, respecto a la región.

Distribución por sectores 3.2

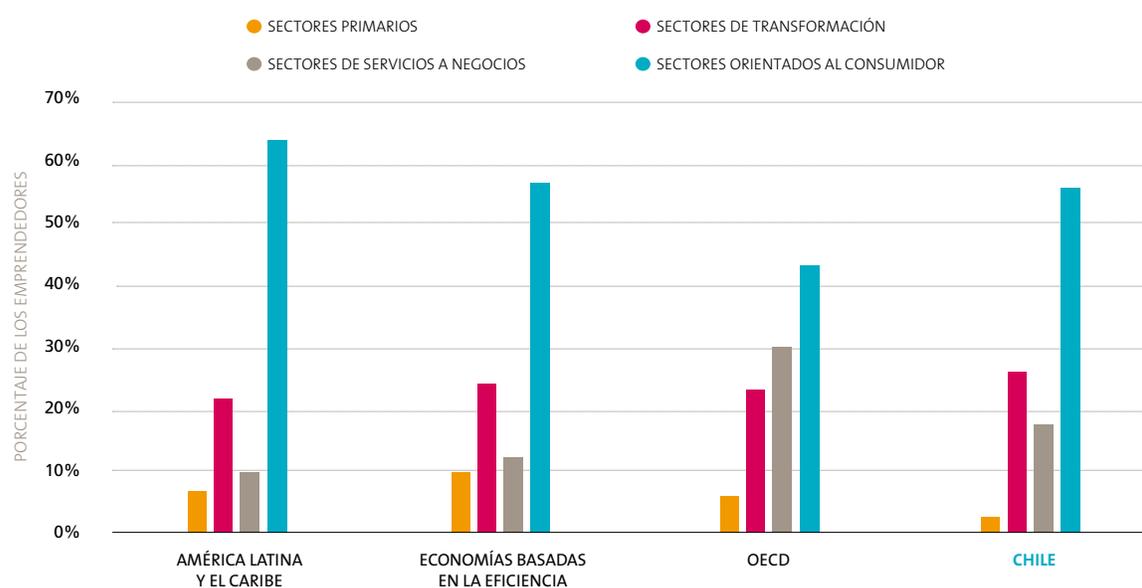
La **Figura 3.5** muestra la distribución de los emprendimientos en etapas iniciales por sector industrial. En ella se realiza la comparación de América Latina y el Caribe, economías basadas en eficiencia (que es el ciclo de desarrollo económico en donde se encuentra Chile), los países de la OECD y, finalmente, Chile. Se observa que el mayor porcentaje en la distribución de sectores son aquellos orientados al consumidor final. En América Latina y el Caribe este porcentaje es de 63,7%, mientras

que Chile alcanza un 55,5%. En segundo lugar, son sectores orientados a la transformación, en donde el rango va de 20,7% a 25,9% y, el con menor presencia en todas las categorías de sectores primarios. Es importante remarcar que, a medida que los países se desarrollan, existe una mayor prevalencia de emprendimientos “más sofisticados” en sectores de servicios profesionales o de negocios.

A continuación, en la **Figura 3.6**, se presenta el mismo análisis pero para emprendedores establecidos. Es posible visualizar que se repite la tendencia de los emprendedores en etapas iniciales, en donde lideran los sectores orientados al consumidor, sobretudo en América Latina y el Caribe, con un 56,7%. En segundo lugar, al igual que anteriormente, son los sectores orientados a la transformación y, por último, la orientación a los sectores primarios.

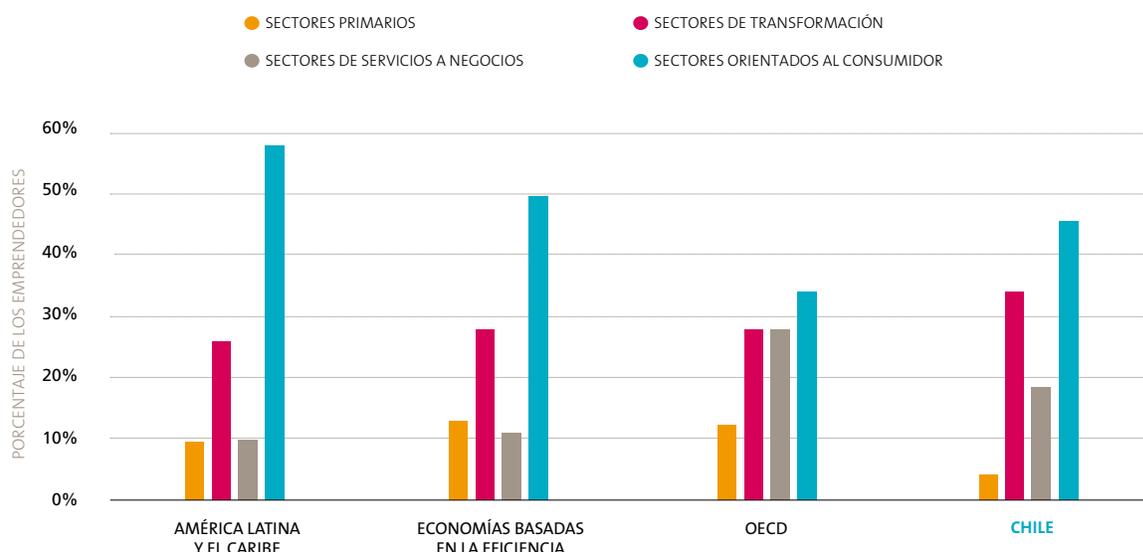
En Chile, la descomposición es: un 44,7% de los emprendedores establecidos está en sectores orientados al consumidor, un 33,2% orientado a sectores de transformación, un 18,2% orientado a servicios o negocios y, finalmente, un 3,9% orientado a sectores primarios.

Figura 3.5: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales



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

Figura 3.6: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos



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

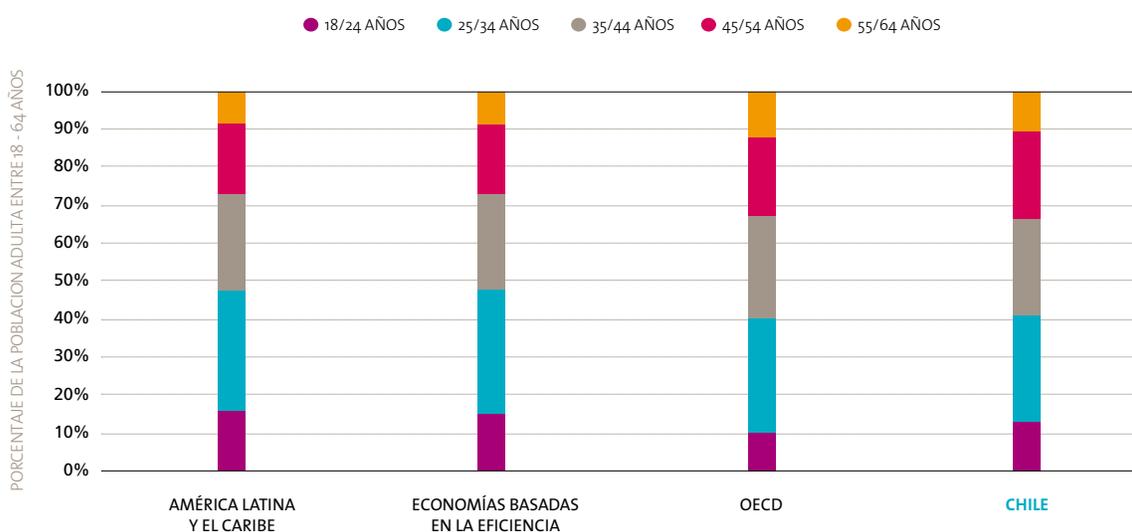
Edad y género 3.3

En Chile se ha observado históricamente que hay menos jóvenes (18-24 años) emprendiendo. Para emprendedores en etapas iniciales, la **Figura 3.7**, compara la región, economías basadas en eficiencia, la OECD y Chile, en donde la OECD presenta el menor porcentaje en el grupo de 18 a 24 años, solo con un 11%, seguido de Chile, con un 13%. La mayor concentración está en el rango etario de 25 a 34 años, en donde prima la actividad emprendedora, en Chile, con un 28% y, en la región, con un 31%. Se puede distinguir claramente un patrón en que la actividad emprendedora en etapas iniciales disminuye a medida que incrementa la edad, es decir, en el rango de 55 a 64 años es donde se encuentra el menor porcentaje de emprendedores en etapas iniciales; solo un 11% para Chile y un 8% para América Latina y El Caribe, junto con las economías basadas en eficiencia.

La **Figura 3.8** muestra la distribución, por edad, para los emprendedores establecidos. Al contrario de la figura anterior, acá la actividad emprendedora es mucho menor en el rango etario entre 18-24 años, alcanzando entre el 2% y el 5%. Si se observa la figura, se puede identificar que la mayoría de los emprendedores establecidos se concentra entre los 45-54 años, en casi igual proporción que en los 35-44 años. Es así, que el ciclo de vida del negocio se ajusta al de la persona. Debido a que estos son emprendedores establecidos, resulta lógico que, a pesar de tener entre 55-64 años, sigan emprendiendo. Esto, porque hay una mayor propensión a establecer emprendimientos en edades más adultas.

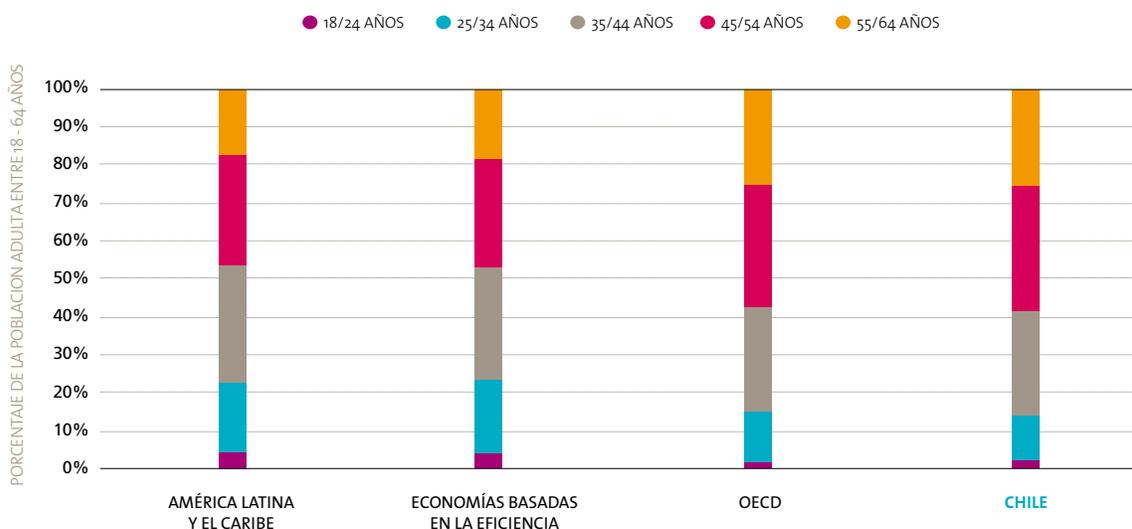
Para el caso de Chile, la edad promedio ponderada (en adultos entre 18 y 64 años), para emprendedores en etapas iniciales, es de 38,4 años, mientras que para los emprendedores establecidos es de 46,1 años.

Figura 3.7: Emprendimiento en etapas iniciales, según grupo de edad



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

Figura 3.8: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad



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

A continuación, la **Figura 3.9** muestra los porcentajes del TEA, por género para la región, economías basadas en eficiencia, la OECD y Chile.

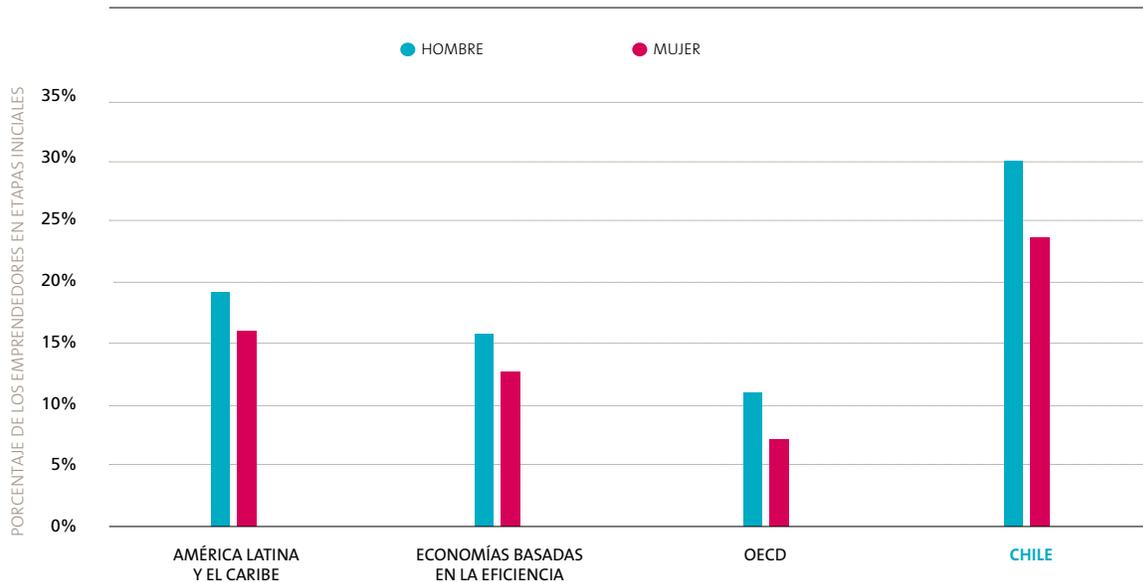
Se observa la tendencia de que las mujeres emprenden en menor proporción que los hombres. Al respecto, en Chile, en emprendimien-

tos en etapas iniciales, el 23,6% son mujeres versus el 30,1% que son hombres. La misma tendencia se presenta para América Latina y el Caribe, con un 19,2% que corresponde a hombres y un 16,1% a mujeres. La **Figura 3.10** muestra que, respecto a los emprendedores establecidos, en Chile también existe una

mayor proporción de emprendedores hombres. Comparado con el ciclo anterior, aumentó ligeramente la actividad emprendedora en hombres, de un 10,5% a un 10,8%. Lo mismo ocurrió para mujeres con un aumento de un 6,5% a un 6,7%, para el año 2014. La proporción es similar para América Latina y El Caribe, en donde, el 9,8%

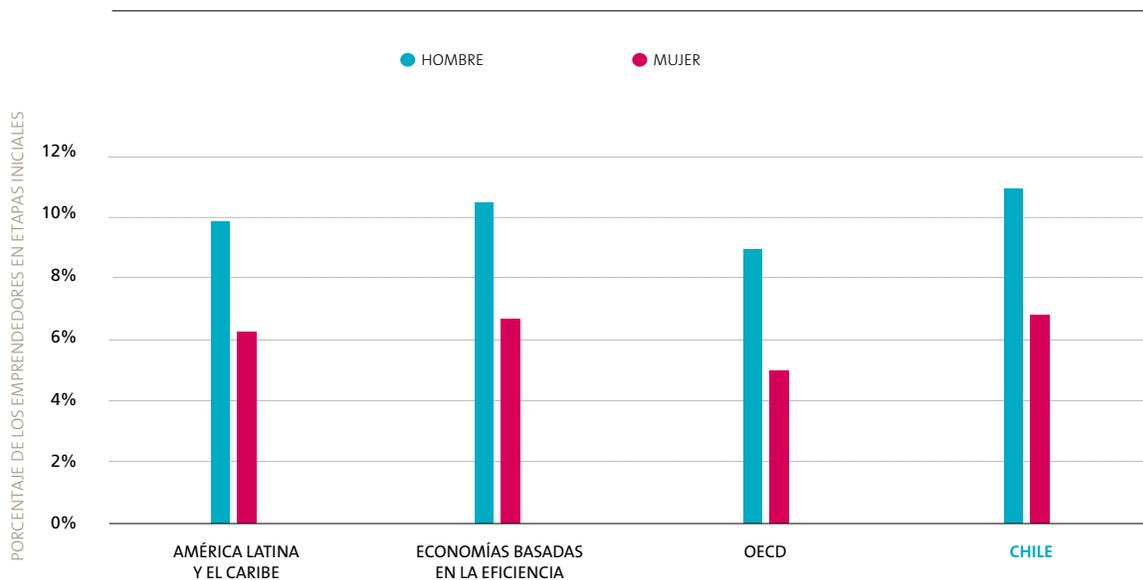
son hombres los que emprenden versus el 6,2% de mujeres. Se debe recalcar que, al igual que en años anteriores, en Chile se realiza un informe específico sobre la actividad emprendedora de mujeres, en donde se analiza, en detalle, los factores relacionados con los aspectos y motivaciones de las mujeres emprendedoras chilenas.

Figura 3.9: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA), según sexo



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

Figura 3.10: Tasa de emprendimientos establecidos, según sexo



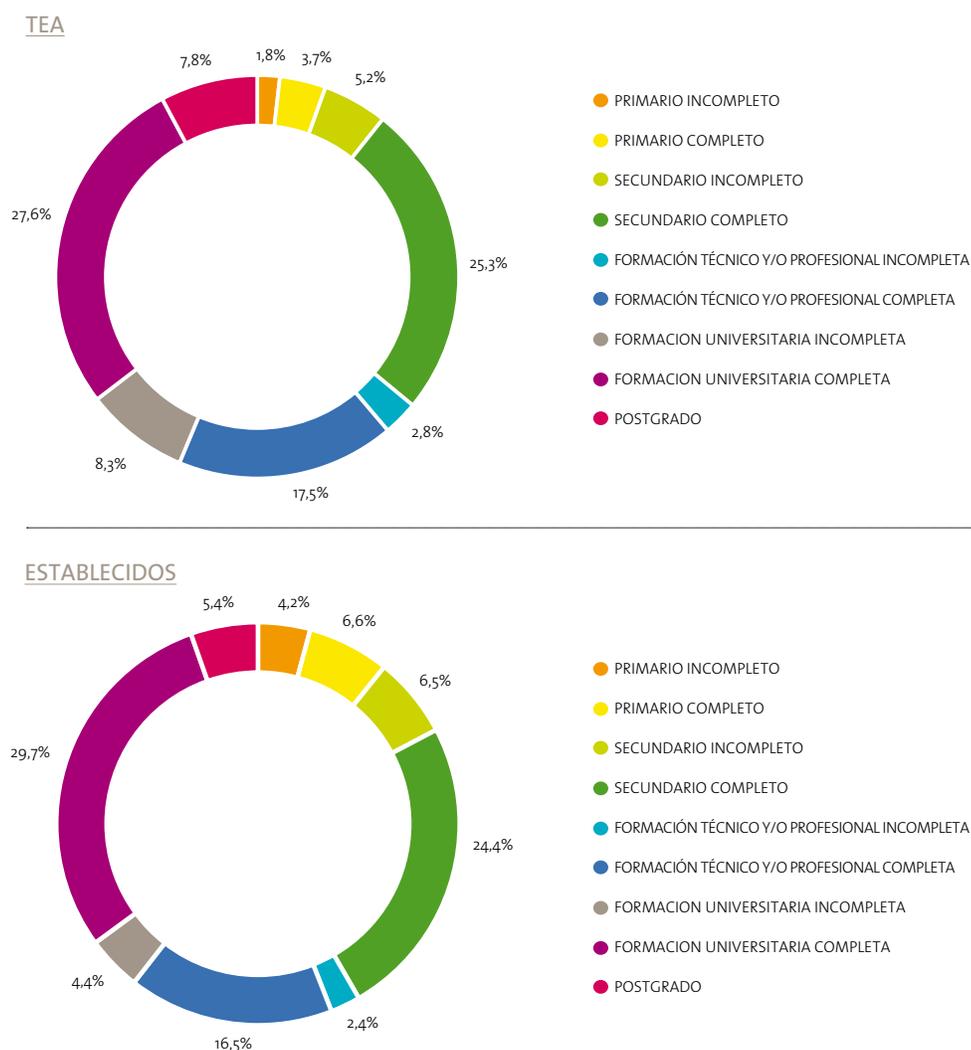
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Nivel educativo 3.4

Respecto al nivel educativo, en la **Figura 3.11** se puede observar que se mantiene la tendencia de los años anteriores, en donde para emprendedores en etapas iniciales el 27,6% de los emprendedores tiene formación universitaria, el 25,3% secundaria completa y el 17,5% posee formación técnica profesional.

Para los emprendedores establecidos, el 29,7% de ellos tiene formación universitaria, seguido del 24,4% que posee formación secundaria completa y un porcentaje menor, solo el 5,4% posee formación en post-gradó. Si se realiza la división entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad, se observa que los emprendedores por necesidad suelen tener menor nivel educativo que aquellos que emprenden por oportunidad.

Figura 3.11: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora



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

Nivel de ingresos 3.5

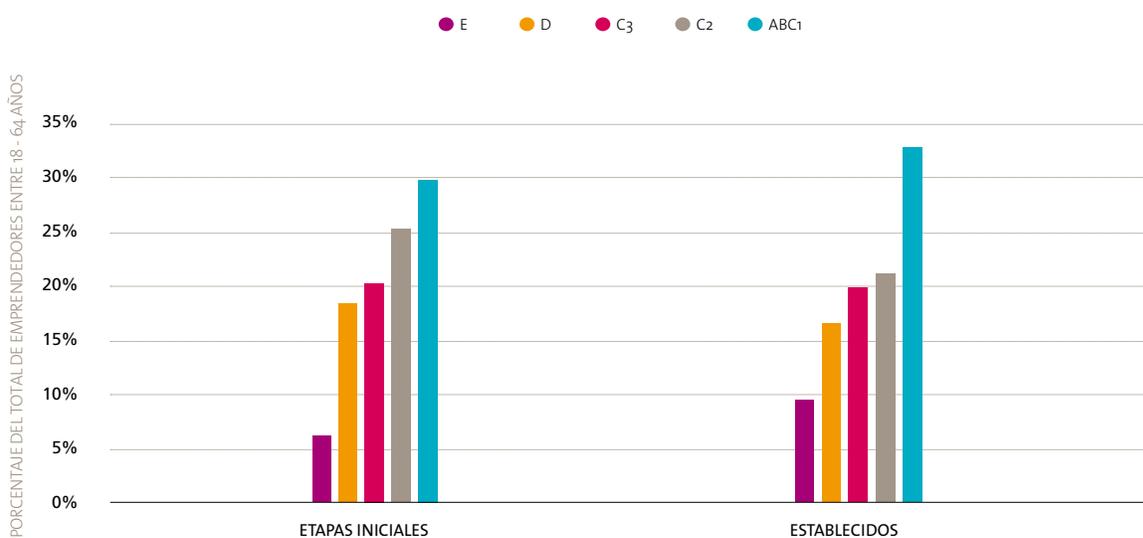
La encuesta GEM clasifica a los emprendedores según su nivel de ingresos familiares. Para el análisis se utilizan las cinco categorías generalmente manejadas en Chile para denominar los niveles socio-económicos⁴.

Los emprendedores en etapas iniciales se concentran en los niveles socio-económicos más altos: el 29,9% corresponde a ABC1 y 25,2% al nivel de ingresos C2. Tal como lo muestra la **Figura 3.12**, en los emprendedores estableci-

dos se observa la misma tendencia: el mayor porcentaje de los emprendedores es ABC1, con un 32,8%, seguido de un 21,3% que corresponde a la categoría C2.

Para ambos análisis es posible apreciar que existe un bajo porcentaje de la categoría E, con un 6,2% en etapas iniciales y un 9,5% en emprendedores establecidos. Esto responde a que iniciar un emprendimiento genera ingresos, por lo que los emprendedores son capaces de mejorar su situación económica y situarse en estratos de ingresos más altos.

Figura 3.12: Actividad emprendora según ingreso familiar



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

⁴ Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 - 230.000; D \$230.001 - 400.000; C3 \$400.001 - 680.000; C2 \$680.001 - 1.200.000; ABC1 más de \$ 1.200.001

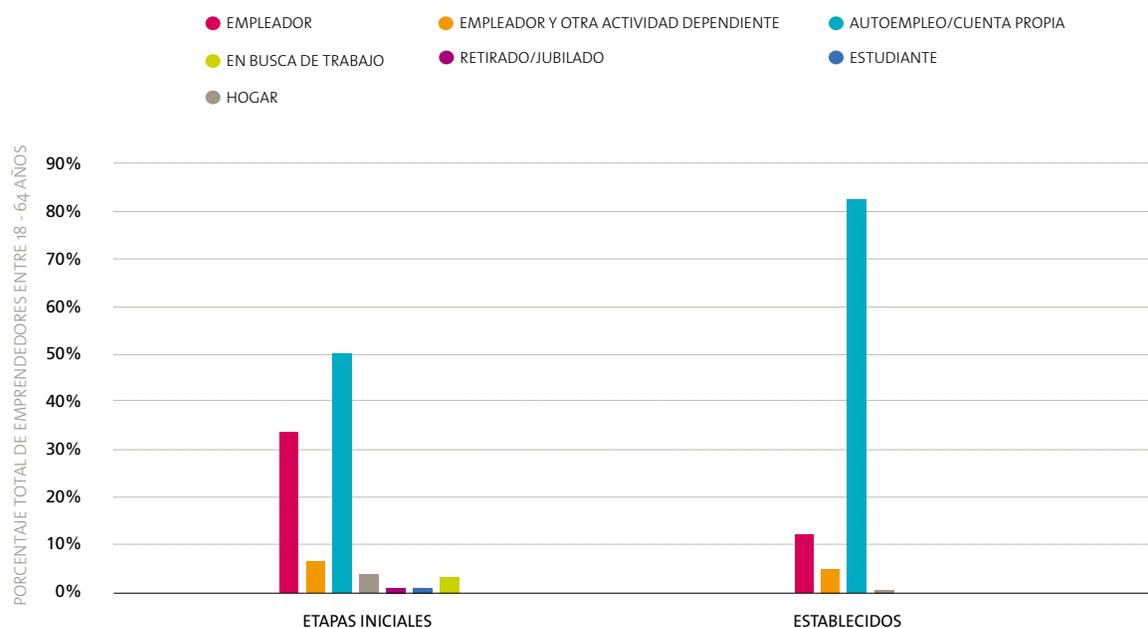
Situación laboral de los emprendedores 3.6

La mayoría de los emprendedores declara ser autoempleados o autónomos. Es muy pequeña la proporción que tiene empleos formales o distinta situación laboral. Hay cierto porcentaje de personas que declara ser autoempleadas y, dentro de esta categoría, se encuentran emprendedores que trabajan con otras personas,

que generalmente pertenecen a su grupo familiar o a sus cercanos.

La **Figura 3.13** muestra la actividad emprendedora según tipo de empleo. Se aprecia que, tanto para emprendedores en etapas iniciales como para establecidos, la gran mayoría —50,3% y 82,4% respectivamente— declara ser autoempleado, es decir, que no tiene contrato formal con alguna empresa externa.

Figura 3.13: Actividad emprendedora según tipo de empleo



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

Descontinuación de los negocios 3.7

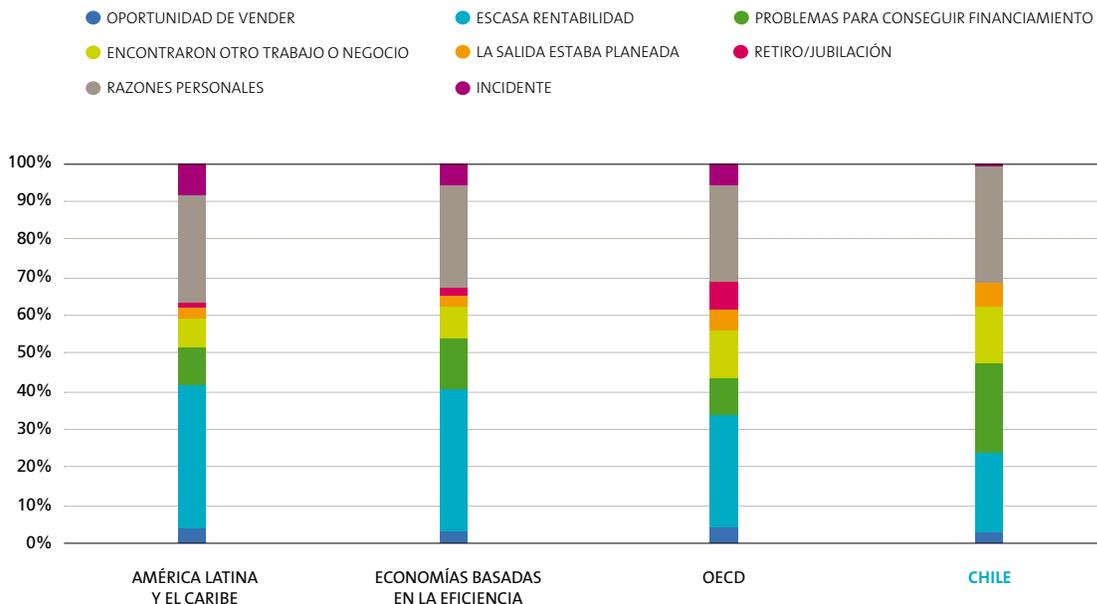
Como todo ciclo, el emprendimiento también llega a su fin. Es natural que los emprendimientos se discontinúen y las causas son de diversa índole. No necesariamente la causa de la discontinuación de un emprendimiento es económica, es decir, que el emprendimiento no fuera rentable, existen emprendimientos que no siguen avanzando, sin presentar dificultades económicas.

Que el emprendimiento se discontinúe no es sinónimo de que dicho emprendedor no pueda volver a emprender, de hecho esto forma parte del proceso dinámico de la actividad emprendedora. El “reciclamiento de emprendedores” (Mason y Harrison, 2006) se puede manifestar de dos maneras:

- ① a través de la reincorporación con un nuevo negocio, o
- ② invirtiendo en negocios de terceros.

En la **Figura 3.14** se grafican las razones de la discontinuación de negocios para la región de América Latina y El Caribe, economías basadas en eficiencia, la OECD y Chile. Se aprecia que las razones para las cuatro categorías son similares, en menor medida: oportunidad de vender y retiro/jubilación. Las dos razones que lideran en todas son: escasa rentabilidad y razones personales. Para el caso específico de Chile, un 30,9% declara que discontinuó su negocio por razones personales y solo el 20,9% declara haberlo hecho por escasa rentabilidad. Sumado a esto, el 23,5% manifiesta que la razón fue por problemas para conseguir financiamiento y, un 15,1%, debido a que encontró otro trabajo.

Figura 3.14: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento



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



04

Caracterización de la actividad emprendedora

Este capítulo analiza los resultados correspondientes a algunas características específicas de la actividad emprendedora, especialmente en los indicadores de expectativas de generación de empleo, innovación y orientación hacia los mercados internacionales. Estos indicadores tienen como foco las expectativas que declaran los emprendedores en relación con su competitividad relativa y su deseo de hacer que su negocio crezca. Esto es de suma importancia debido a que existe una asociación positiva entre el desarrollo económico y la competitividad y sustentabilidad de las empresas en el tiempo (Wong y otros, 2005; Wennekers y otros, 2010; Bosma, 2011). También se analizan los indicadores de la actividad emprendedora de los empleados (EEA, por sus siglas en inglés) que es una manifestación diferente de la actividad emprendedora, con independencia del emprendimiento independiente en etapas iniciales (o TEA).

Expectativas de alto crecimiento

4.1

Las expectativas de crecimiento son un elemento de importancia dentro del potencial de impacto de la actividad emprendedora. Es sabido que el crecimiento de las empresas tiene una relación directa con la creación de puestos de trabajo, que es uno de los objetivos de la política económica de muchos gobiernos. El GEM categoriza las expectativas de generación de empleo pidiendo a los emprendedores en etapas iniciales, que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar en un plazo de cinco años, excluyendo a los dueños. Generalmente los emprendedores en etapas iniciales son optimistas a la hora de responder acerca de sus expectativas de generación de empleo. Si bien esta medición es, estrictamente, de tipo aspiracional, dicho crecimiento vinculado a la ge-

neración de puestos de trabajo rara vez se logra si no se tienen altas expectativas de crecimiento (Stam y otros, 2012).

La **Tabla 4.1** muestra las expectativas de generación de empleo para los países participantes del GEM 2014, en función del indicador de emprendimiento en etapas iniciales (TEA, por sus siglas en inglés). Los datos son agrupados en cuatro categorías:

- ① Expectativas de generar de 0 a 5 empleos.
- ② Expectativas de generar de 6 a 19 empleos.
- ③ Expectativas de generar 20 o más empleos.
- ④ No sabe o no responde.

En el primer grupo se encuentran los empresarios que trabajan por cuenta propia y que no tienen, en gran medida, la intención de generar empleos. Acá se encuentran la mayoría de los emprendedores por necesidad, es decir, el emprendedor que pone en marcha un negocio apresuradamente para darle solución a temas financieros o de desempleo y que, generalmente, depende de él mismo, lo que lo convierte en un trabajador profesional independiente.

En el segundo grupo están los emprendedores en etapas iniciales que generan empleo,

pero no masivamente. Generalmente estos emprendedores contratan a personas de su entorno personal, es decir, su red laboral, que principalmente son familiares o amigos cercanos que deseen participar del emprendimiento. Pueden llegar a emplear hasta diecinueve personas, pero su enfoque no es de gran crecimiento.

En el tercer grupo se encuentran los emprendedores que esperan contratar más de veinte trabajadores, es decir, ellos esperan generar una gran cantidad de puestos de trabajo en un plazo no mayor a cinco años. Son ambiciosos en sus expectativas de crecimiento y, por ende, en sus expectativas de generación de empleo.

Según lo que muestra la **Tabla 4.1**, los países con mayores promedios en el rango de menor expectativa (el primer grupo, de 0-5 empleos) son los países asiáticos y los de América Latina y el Caribe. En el grupo con expectativas de generar entre 6-19 empleos, lidera la percepción América del Norte, con un 17,8% y, el menor, es América Latina y el Caribe, con un 12,8%. Finalmente, en el grupo que espera generar 20 o más empleos, el máximo lo posee América del Norte, nuevamente con un 17,4% y, el menor, los Países Europeos (No UE), con un 6,2%, muy cercano a América Latina y El Caribe, con un 6,5 %. Se debe recalcar que, en ciertos países como Angola, existe un alto porcentaje de los encuestados que declara no saber o que no responde y que el total se calcula como promedio simple.

🕒 Tabla 4.1: Expectativas de generación de empleo en los países de la OECD para el ciclo 2014

PAÍS Y REGIÓN	Expectativas de crecimiento 0-5 empleos	Expectativas de crecimiento 6-19 empleos	Expectativas de crecimiento 20 empleos o más	No sabe/ No responde
ÁFRICA				
Angola	19,97	19,06	4,62	56,35
Botsuana	51,57	22,69	13,25	12,49
Burkina Faso	78,18	14,80	4,90	2,12
Camerún	51,67	13,21	6,41	28,72
Sudáfrica	59,56	15,86	11,90	12,69
Uganda	89,45	8,40	2,15	0,00
Promedio Región	58,40	15,67	7,20	18,73
ASIA Y OCEANÍA				
Australia	62,31	17,37	11,63	8,69
China	57,52	17,76	6,52	18,20
India	50,75	6,18	3,62	39,44
Indonesia	46,50	4,65	1,22	47,62
Irán	61,73	16,55	12,55	9,16
Japón	48,97	15,46	17,64	17,93
Kazajstán	27,43	16,32	14,93	41,32
Malasia	88,61	11,39	0,00	0,00
Filipinas	88,20	5,59	1,75	4,46
Qatar	49,27	21,53	23,06	6,13
Singapur	41,73	23,17	19,37	15,74
Taiwán	32,55	26,68	27,26	13,51
Tailandia	80,16	7,75	1,14	10,95
Vietnam	82,03	12,42	4,25	1,31
Promedio Región	58,41	14,49	10,35	16,75



PAÍS Y REGIÓN	Expectativas de crecimiento 0-5 empleos	Expectativas de crecimiento 6-19 empleos	Expectativas de crecimiento 20 empleos o más	No sabe/ No responde
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE				
Argentina	57,59	16,96	8,89	16,57
Barbados	42,07	9,76	3,83	44,34
Belice	48,71	16,48	4,69	30,12
Bolivia	71,02	14,10	6,30	8,59
Brasil	76,47	8,74	2,32	12,47
Chile	44,72	27,26	15,95	12,06
Colombia	33,08	33,87	28,11	4,93
Costa Rica	72,10	10,73	7,73	9,44
Ecuador	75,25	7,36	2,68	14,72
El Salvador	59,32	5,90	0,76	34,01
Guatemala	33,26	5,45	2,29	59,00
Jamaica	63,34	8,82	2,35	25,49
México	49,24	11,82	1,48	37,46
Panamá	82,46	4,39	2,63	10,53
Perú	70,10	7,84	3,45	18,61
Puerto Rico	76,85	7,62	1,72	13,81
Suriname	69,86	5,08	2,48	22,58
Trinidad y Tobago	53,21	21,58	11,33	13,88
Uruguay	46,80	20,88	15,72	16,60
Promedio Región	59,23	12,88	6,56	21,33
UNIÓN EUROPEA				
Austria	58,29	9,50	5,34	26,87
Bélgica	77,59	8,01	8,87	5,54
Croacia	25,11	25,72	14,79	34,38
Dinamarca	66,36	16,27	5,57	11,80
Estonia	58,85	15,63	6,77	18,75
Finlandia	78,37	4,11	11,59	5,93
Francia	56,55	16,87	13,94	12,64
Alemania	62,76	14,61	12,82	9,81
Grecia	55,59	8,79	3,23	32,39



PAÍS Y REGIÓN	Expectativas de crecimiento 0-5 empleos	Expectativas de crecimiento 6-19 empleos	Expectativas de crecimiento 20 empleos o más	No sabe/ No responde
UNIÓN EUROPEA				
Hungría	47,79	22,06	19,26	10,90
Irlanda	56,28	22,13	12,04	9,55
Italia	64,73	8,88	5,28	21,10
Lituania	42,56	22,10	12,22	23,12
Luxemburgo	44,88	24,18	4,37	26,57
Países Bajos	66,60	12,80	6,70	13,90
Polonia	47,86	14,30	13,35	24,49
Portugal	41,63	14,24	8,79	35,34
Rumania	31,08	26,67	20,50	21,75
Eslovaquia	40,37	16,51	17,89	25,23
Eslovenia	51,23	15,56	13,02	20,20
España	58,96	14,90	4,39	21,75
Suecia	63,37	9,54	11,98	15,11
Reino Unido	54,85	12,28	11,74	21,13
Promedio Región	54,42	15,46	10,63	19,49
PAÍSES EUROPEOS (NO UE)				
Bosnia y Herzegovina	53,35	23,14	9,73	13,77
Georgia	43,34	15,00	6,64	35,02
Kosovo	18,21	17,42	1,39	62,97
Noruega	75,22	9,73	5,31	9,73
Rusia	41,70	14,19	9,79	34,31
Suiza	67,01	15,41	4,90	12,68
Promedio Región	49,81	15,82	6,29	28,08
AMÉRICA DEL NORTE				
Canadá	52,59	17,31	14,02	16,08
Estados Unidos	48,51	18,33	20,95	12,21
Promedio Región	50,55	17,82	17,49	14,14

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

En la **Figura 4.1** se analizan los países miembros de OECD que participaron en el GEM 2014. Esta figura muestra las tres categorías de expectativa de generación de empleo como porcentaje del total de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA). Los altos niveles de intención de creación de empleo no tienen necesariamente relación directa con el desarrollo económico del país, sino más bien con ciertos factores exógenos. Así, es posible apreciar que el país que tiene mayor expectativa de generación de empleo resulta ser Hungría, con un 19% de sus emprendedores que manifestó que desean contratar a 20 o más trabajadores. Chile tiene, también, emprendedores con altas expectativas de crecimiento.

La **Figura 4.2** muestra el desglose, para Chile, del número actual de trabajadores y el número potencial de trabajadores que los emprendedores esperan contratar (porcentaje solo de los que respondieron algún tramo de contratación). Se observa que, tanto en etapas iniciales como en etapas establecidas, el mayor porcentaje se encuentra entre 1 y 5 trabajadores. Es decir, en etapas iniciales, un 45,6% de los emprendedores planea contratar entre 1 y 5 trabajadores y, en el caso de los trabajadores establecidos, la cifra es de 47,2%.

En lo que se refiere a contratar 20 o más empleados, los emprendedores en etapas iniciales son mucho más optimistas que los establecidos, con un 19,1% versus un 15,2%. Si se analiza el número actual de trabajadores dentro de una empresa, el 2,5% de los emprendedores en etapas iniciales tiene actualmente 20 o más trabajadores, mientras que para emprendedores establecidos esa cifra supera el 12,1%.

Competitividad 4.2

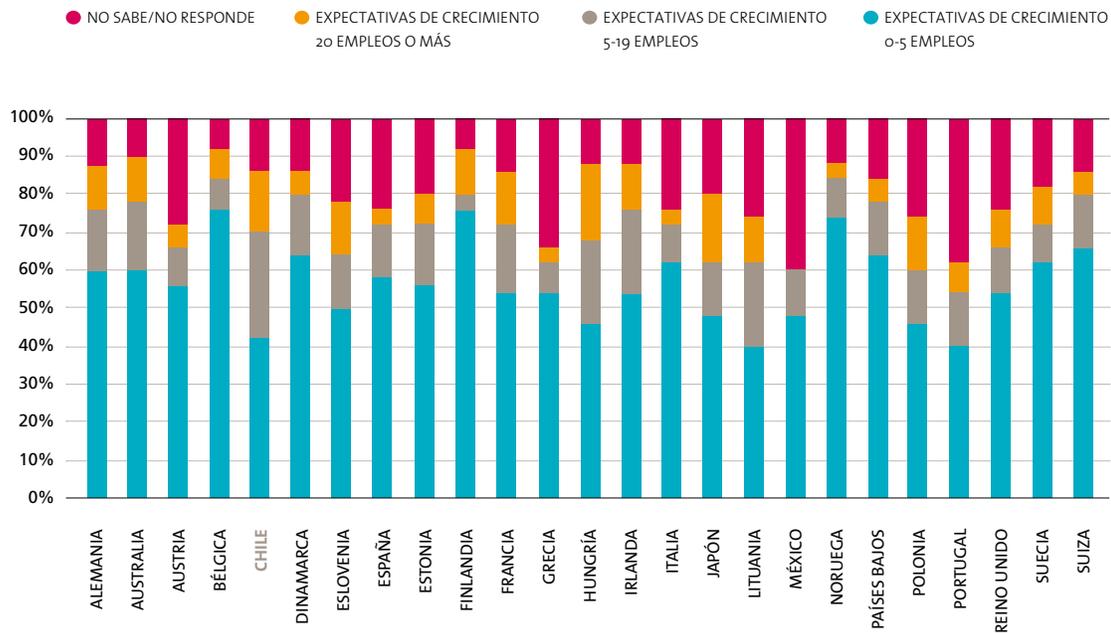
En la sección anterior se analizaron las aspiraciones de los emprendedores, ligadas directamente con su capacidad de generar empleo, sin embargo, existe otro tipo de indicador que se puede vincular con la actividad emprendedora: la competitividad.

La innovación y el emprendimientos están altamente relacionados. Schumpeter (1912) describe a los emprendedores como innovadores revolucionarios. Los emprendedores schumpeterianos son individuos que tienen una motivación “pull”, es decir, personas que tienen el deseo de independencia, de aumentar sus ingresos, estatus o reconocimiento. Los emprendedores son capaces de cambiar el patrón de producción, explotando una nueva invención o una técnica no probada, produciendo un nuevo producto o mejorando uno antiguo de una nueva forma.

El GEM analiza distintos factores relacionados con la innovación y la competitividad de la actividad emprendedora. Se les consulta, tanto a los emprendedores en etapas iniciales como a los establecidos, qué tan nuevos son los productos o servicios que están ofreciendo a sus clientes y, con esto, se mide la innovación en el emprendimiento. Ahora, para medir la competitividad, el emprendedor debe mencionar el grado de competencia a la que se ve enfrentada su empresa, explicitando si ellos piensan que hay alguna empresa más dentro del mercado que ofrezca productos similares a los que ofrecen ellos.

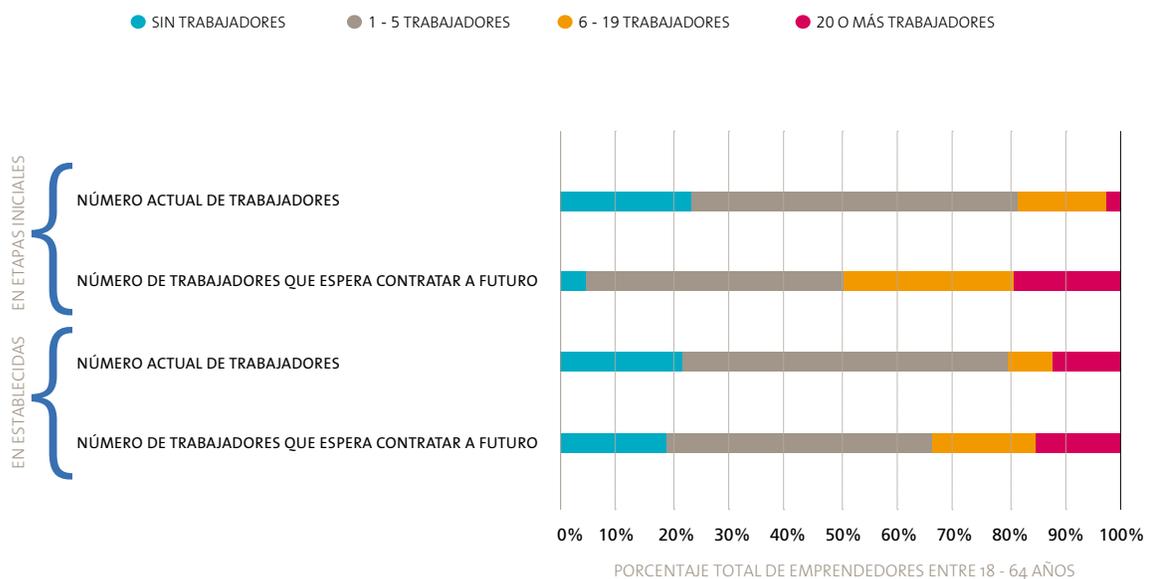
La **Figura 4.3** describe, en detalle, que para el caso de Chile, el 47% de los emprendedores en etapas iniciales considera que el producto o servicio que están ofreciendo es nuevo para todos. Esta cifra disminuye si se analiza la misma variable para emprendedores establecidos, llegando solo al 41%. El 42% de los emprendedores en etapas iniciales cree que su producto o servicio resulta nuevo para algunos y el 32% de emprendedores establecidos tiene la misma creencia. Si se considera la variable que tanto el producto como el servicio no resultan nuevos para ninguno, el 27% de los emprendedores establecidos considera que es así, versus el 11% de los emprendedores en etapas iniciales. Esta cifra aumentó desde el ciclo anterior para los establecidos (20%) y disminuyó para los emprendedores en etapas iniciales (11%).

Figura 4.1: Expectativas de **generación de empleo** como porcentaje del total de actividad emprendedora en etapas iniciales, en los países de la OECD, para el ciclo 2014



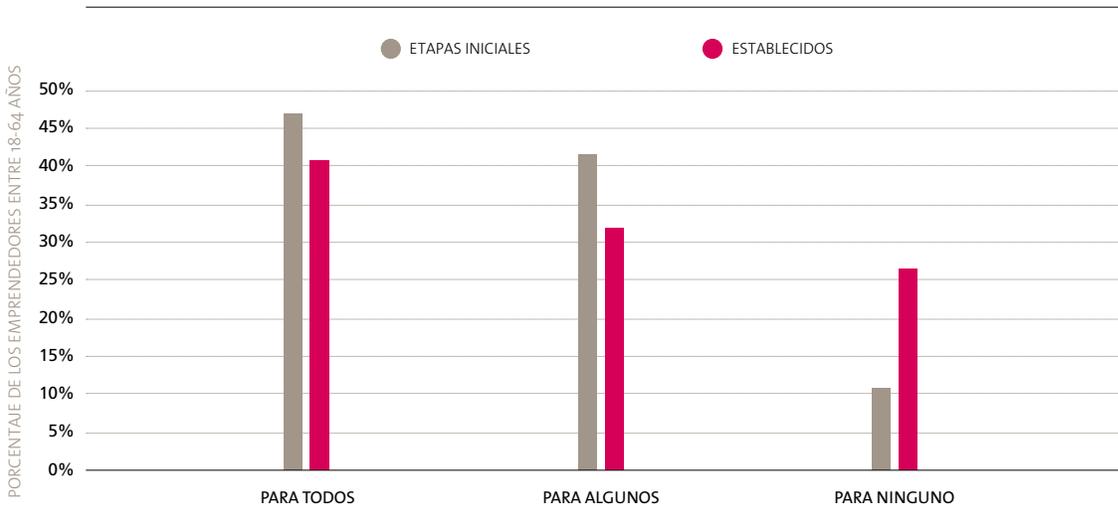
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 4.2: **Número de trabajadores y potencial número de trabajadores, según etapa de emprendimiento**



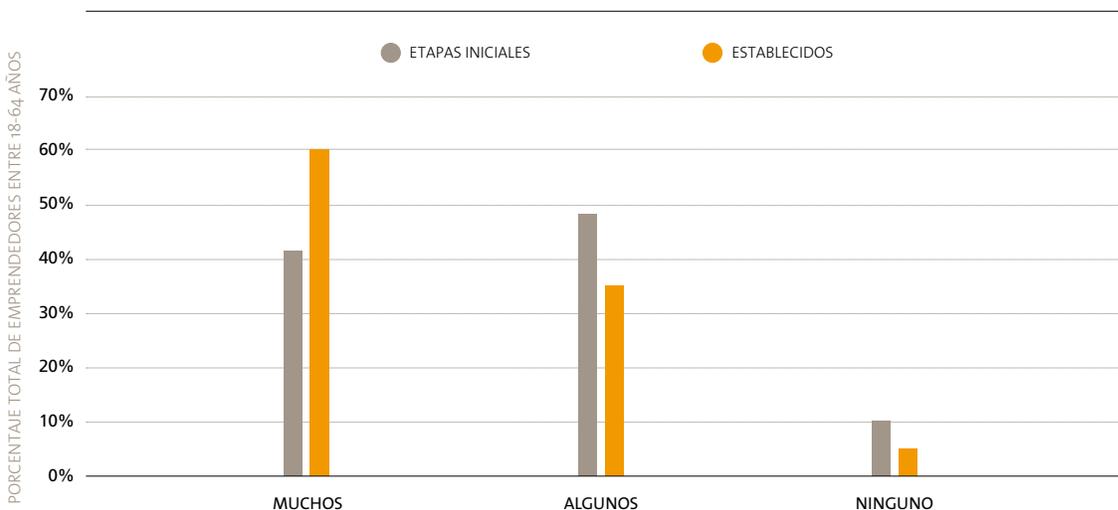
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 4.3: Novedad de los productos ofrecidos
¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?



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

Figura 4.4: Intensidad de la competencia esperada
¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?



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

La **Figura 4.4** muestra que el 10% de los emprendedores en etapas iniciales no percibe competencia directa, al igual que en el ciclo anterior, y un 5% de los emprendedores establecidos considera lo mismo.

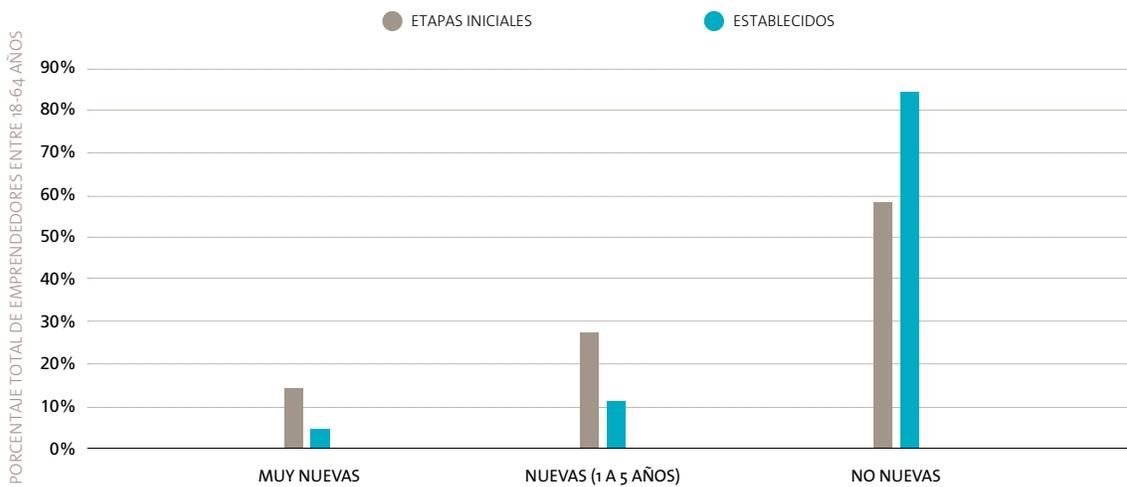
El 60% de los emprendedores en etapas establecidas considera que muchos competidores

ofrecen sus mismos productos o servicios, cifra que es menor para los emprendedores en etapas iniciales, con solo un 42%. Esto puede interpretarse como que ciertos emprendedores no necesariamente innovan con sus productos o servicios, sino más bien son emprendedores “oportunistas” y, al ver que a un cierto producto le va bien y resulta innovador, “copian” al primer entrante.

En relación a la tecnología utilizada, como muestra la **Figura 4.5**, solo el 14,3% de los emprendedores en etapas iniciales y el 4,6% de emprendedores establecidos piensa que la tecnología utilizada en su emprendimiento es muy nueva. Resulta interesante que el 84,6%

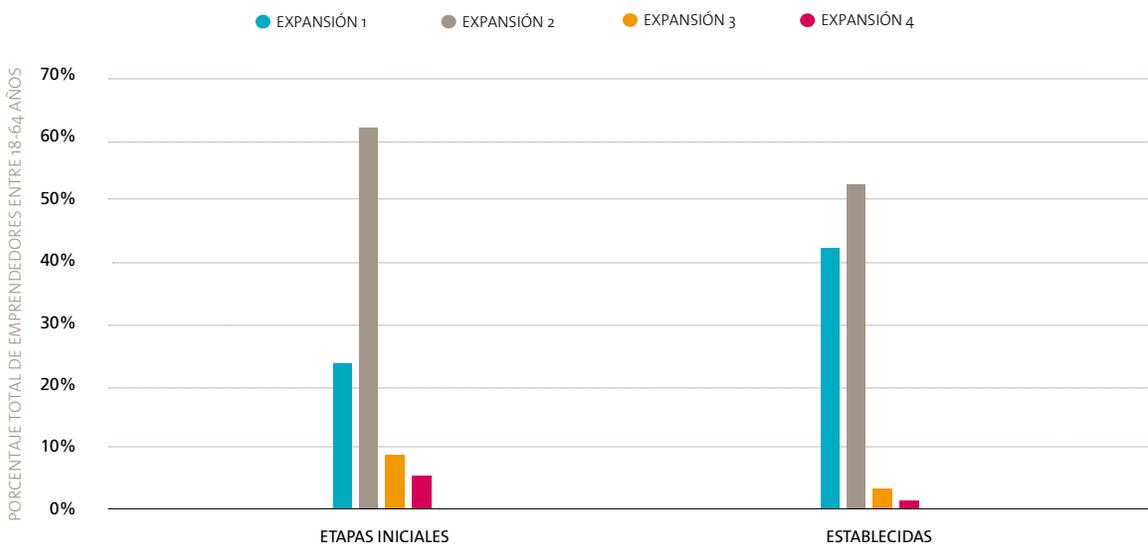
de los emprendedores establecidos y el 58,5% de los emprendedores en etapas iniciales considera que la tecnología que utiliza no es nueva. Esto puede deberse al costo asociado y al acceso limitado que pueden tener a las nuevas tecnologías.

Figura 4.5: Uso de nuevas tecnologías o procesos
¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza la empresa?



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

Figura 4.6: Expectativa de expansión de mercado



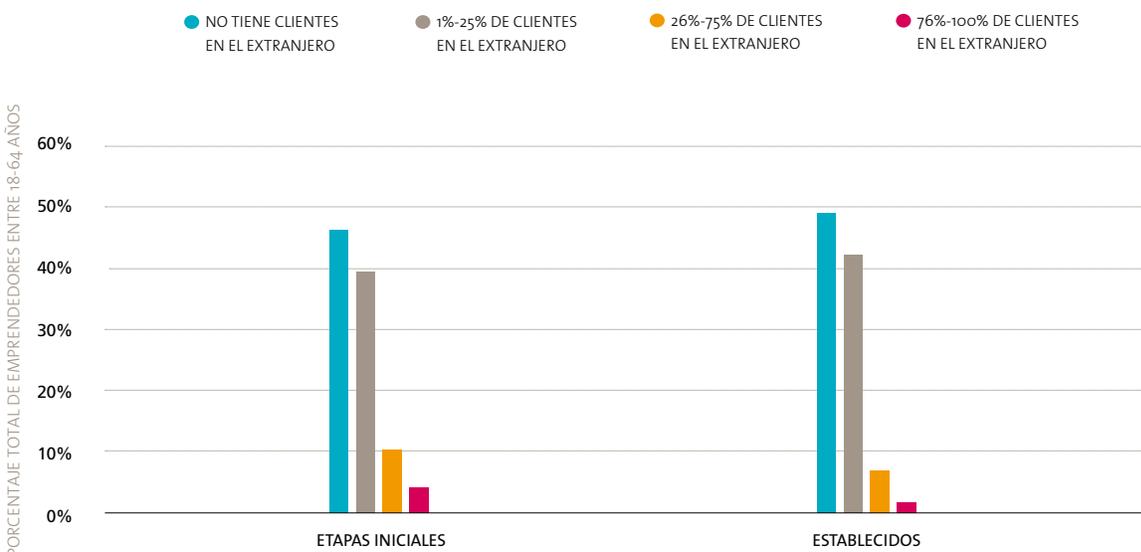
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

La **Figura 4.6** muestra cuatro categorías que son graduales respecto al nivel de expansión de mercado que los emprendedores quieren seguir y si esta expansión viene acompañada con el uso de nuevas tecnologías. La gran mayoría de los emprendedores declara tener expansión nivel 2, un 62,1% de los emprendedores en etapas iniciales y un 52,9% de los emprendedores establecidos considera que está dentro de esa categoría, es decir, que sus expectativas son moderadas, sin usar nuevas tecnologías. Esta tendencia se ve reflejada por tercer ciclo consecutivo.

Otra forma de medir las aspiraciones de los emprendedores se relaciona con la internacionalización de sus productos o servicios, es decir, la búsqueda de mercados internacionales.

Como se observa en la **Figura 4.7**, que muestra la orientación de los mercados internacionales, el 46,3% de los emprendedores en etapas iniciales y el 48,9% establecidos declaran no tener clientes en el extranjero. Sin embargo, a pesar del alto porcentaje que declara no tenerlos, hay ciertos emprendedores que realizan esfuerzos y acciones para ser competitivos a nivel internacional y, así, consolidar sus expectativas de crecimiento. Al respecto, el 10,4% de emprendedores en etapas iniciales y el 7,2% de establecidos declara estar en la tercera categoría, es decir, entre 26%-75% de clientes en el extranjero. Sumado a esto, el 4,1% de los emprendedores en etapas iniciales declara tener la mayoría de sus clientes en el extranjero (76%-100%), tendencia que se ha ido incrementando con el tiempo.

● Figura 4.7: Actividad emprendedora y orientación internacional



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



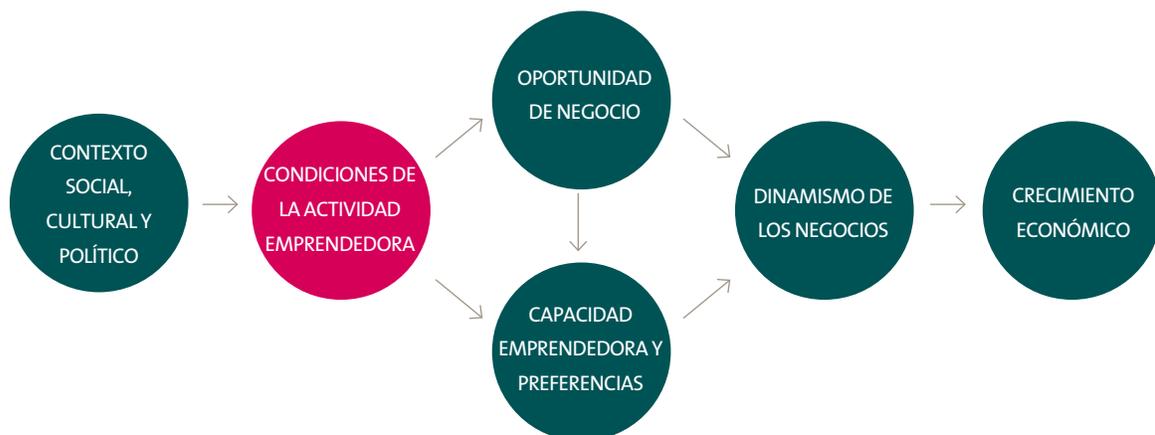
Factores del ecosistema para emprender

05

Tal como fue comentado en la introducción de este reporte, el GEM, desde sus inicios (Reynolds y otros, 2005), plantea que la actividad emprendedora depende de una serie de factores denominados Condiciones de la Actividad Emprendedora (EFCs por sus siglas en inglés). Estos factores son los que proporcionan la “reglas del juego” en la que se desenvuelven las nuevas empresas (Baumol, 1990). Por lo tanto, estas condiciones son las que permiten desarrollar el ecosistema para el emprendimiento. Este ecosistema tiene como elementos los recursos, incentivos, apoyo institucional y características propias del mercado

para el desarrollo y crecimiento de la actividad emprendedora (véase **Figura 5.1**). De esta forma, el nuevo marco conceptual del GEM expone que son justamente estas condiciones del contexto en el que se desarrolla el emprendimiento las que pueden influir de manera positiva (o ser barreras) en los valores sociales hacia éste, los atributos individuales de los emprendedores y la actividad emprendedora. Es posible concluir, con esto, que la actividad emprendedora que conlleva al crecimiento económico de los países depende, en gran medida, de las Condiciones de la Actividad Emprendedora.

● **Figura 5.1: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional**



Metodología de la encuesta a expertos

5.1

La encuesta a expertos (NES, debido a sus siglas en inglés) fue específicamente diseñada para estudiar las condiciones en donde se realiza el emprendimiento y poder obtener datos armonizados que permitieran realizar un análisis comparable entre diferentes economías. Esto hace que sea un instrumento único que permite, precisamente, que los datos sobre el contexto para emprender sean comparables a nivel internacional. La encuesta recopila la evaluación de un grupo de informantes claves, denominados expertos, en las diferentes dimensiones que componen la actividad emprendedora. Los encuestados se denominan expertos, debido a que son individuos con una trayectoria destacada en relación con algunos de los factores del ecosistema del emprendimiento en Chile y tienen una amplia experiencia en, al menos, una de las

condiciones relevantes. Estos expertos pueden provenir de diferentes ámbitos, ya sea el académico, empresarial o de políticas públicas. La metodología de la NES plantea que debe haber, al menos, cuatro expertos o informantes clave por cada una de las nueve condiciones descritas en la **Tabla 5.1**, lo que da un mínimo de treinta y seis expertos por país. En el caso de Chile, al tener una aproximación regional, hay un grupo de, al menos, treinta y seis expertos por cada una de las regiones, más un grupo de expertos que dan su evaluación general del contexto del país.

Para ejemplificar, un experto en temas de apoyo financiero para el emprendimiento puede provenir de alguna institución financiera, como un banco, una corredora de bolsa o una empresa de capital de riesgo. También puede ser un inversionista inmerso en temas de emprendimiento o un emprendedor con experiencia en temas de apoyo financiero, entre otros. Con las demás condiciones se realiza un proceso análogo.

 **Tabla 5.1: Condiciones de la actividad emprendedora**

Apoyo financiero	Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas).
Políticas gubernamentales	Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de estas tienen como objetivo: <ul style="list-style-type: none"> > apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento, y > ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y las ya establecidas.
Programas de gobierno	Se refiere a la existencia de programas para ayudar, de forma directa, a las firmas nuevas y en crecimiento, ya sea a nivel municipal, regional o nacional.



 **Tabla 5.1: Condiciones de la actividad emprendedora**

Educación para el emprendimiento	Se refiere a la medida en que son incorporadas a los sistemas educacionales y de capacitación el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.
Transferencia de I+D	Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales y si estas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y en crecimiento.
Infraestructura comercial y profesional	Se refiere, tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables, y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.
Apertura del mercado interno	Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y, eventualmente, reemplazar a los proveedores actuales.
Acceso a la infraestructura física	Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tal, que no representen una discriminación para las firmas nuevas, pequeñas o en crecimiento.
Normas sociales y culturales	Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan o desalientan acciones individuales que puedan llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.



La primera parte del cuestionario está diseñada para que sea respondida con una escala Likert de cinco puntos, en donde el cinco significa que el experto está completamente de acuerdo con la afirmación y, el uno, significa que está completamente en desacuerdo con lo que se le está consultando. A continuación en la sección 5.3 se encuentra el análisis de las preguntas de las nueve condiciones principales que fueron previamente mencionadas en la **Tabla 5.1**.

Análisis general de las condiciones del ecosistema emprendedor 5.2

Como se explicó previamente en este capítulo, la encuesta a expertos (NES) permite recaudar información armonizada comparable entre países. En la **Tabla 5.2** se pueden observar los promedios de las nueve condiciones principales de los países que integran la OECD, participantes en el GEM 2014. Se debe mencionar que hay tres condiciones que están subdivididas. La dimensión Políticas Públicas incorpora una general y otra de regularización,

en la dimensión Educación está subdividida en primaria y secundaria y postsecundaria y, finalmente, en Mercado Interno, se encuentra el dinamismo del mercado y la apertura del mercado interno.

Chile presenta deficiencias en las dimensiones de apoyo financiero y educación primaria y secundaria las que, junto con Australia y Grecia, son las que poseen los promedios más bajos (2,35 y 1,63 respectivamente). A pesar que en transferencia de I+D se encuentra bajo el promedio, está por sobre Australia e Italia. También presenta deficiencias en infraestructura comercial y dinamismo y apertura del mercado interno con respecto a los promedios de los demás países que integran la OECD.

Con respecto a las demás dimensiones, Chile se encuentra por sobre el promedio de la OECD, destacando en infraestructura física, con un promedio de 4,33, por sobre Francia, Polonia y Estados Unidos, entre otros. Las demás dimensiones son política pública general y de regularización, programas de gobierno, educación postsecundaria, esta última con un promedio de hasta 2,98, ubicándose por sobre Noruega, por ejemplo, y normas sociales y culturales por sobre Reino Unido, inclusive.

Tabla 5.2: Promedio de cada condición de la actividad emprendedora en los países OECD

PAÍS	Apoyo financiero	Política pública general	Política pública regularización	Programas de gobierno	Educación primaria y secundaria	Educación post Secundaria	Transferencia de I+D	Infraestructura comercial	Dinamismo del mercado interno	Apertura del mercado interno	Infraestructura física	Normal Sociales y culturales
Alemania	2,84	2,93	2,87	3,46	2,13	2,81	2,75	3,34	2,84	2,81	3,82	2,65
Australia	2,34	1,83	2,44	2,23	2,19	2,85	2,18	3,42	3,03	2,79	3,91	3,19
Austria	2,51	2,46	2,60	3,58	1,66	3,02	2,82	3,40	2,49	3,33	4,12	2,46
Bélgica	3,38	2,62	1,98	2,71	1,95	2,75	2,99	3,74	2,50	3,19	3,79	2,15
Canadá	3,10	2,50	2,85	2,86	2,32	3,14	2,57	3,49	2,31	2,95	4,28	3,28
Chile	2,35	2,77	2,91	3,06	1,63	2,98	2,20	2,80	2,18	2,57	4,33	3,09
Dinamarca	2,73	3,33	3,31	3,43	3,10	3,43	2,77	3,56	2,43	3,44	4,49	2,82
Eslovenia	2,33	2,13	1,92	2,43	1,77	2,34	2,29	2,71	3,04	2,56	3,56	2,06
España	2,14	2,50	2,40	2,88	1,84	2,61	2,45	3,03	2,87	2,47	3,64	2,64
Estados Unidos	2,99	2,69	2,33	2,61	2,21	2,87	2,64	3,12	3,30	2,67	3,98	3,75
Estonia	2,86	2,43	3,58	3,39	2,63	2,99	2,92	3,21	3,39	3,12	4,39	3,39
Finlandia	2,82	3,17	2,95	2,77	2,28	2,70	2,61	3,20	3,23	2,72	4,25	2,76
Francia	2,77	2,99	2,96	3,17	1,75	2,92	2,73	3,06	3,02	2,34	4,04	2,14
Grecia	2,11	2,07	1,74	1,95	1,50	2,31	2,26	3,05	3,42	2,12	3,53	2,47
Hungría	2,63	2,43	1,93	2,41	1,68	2,82	2,41	3,29	3,13	2,62	3,94	2,32
Irlanda	2,87	3,24	2,64	3,26	2,09	2,95	2,82	3,29	2,59	3,13	3,71	2,95
Italia	2,55	2,40	1,50	2,08	1,68	2,33	2,18	2,83	3,50	2,61	2,92	2,22
Japón	3,01	3,12	2,56	2,80	1,64	2,82	3,15	2,44	3,92	2,85	4,47	2,58
Luxemburgo	2,76	3,41	3,22	3,47	2,13	2,90	2,98	3,50	2,76	3,05	4,04	2,56
México	2,20	2,27	1,87	2,69	2,00	3,12	2,44	2,64	2,81	2,21	3,29	2,99
Noruega	2,58	2,49	3,18	3,18	2,48	2,56	2,78	3,42	2,59	2,64	4,43	2,86
Países Bajos	2,81	2,59	3,13	3,15	2,85	3,17	2,88	3,68	2,85	3,40	4,82	3,58
Polonia	2,77	3,07	2,16	2,77	1,75	2,54	2,44	2,77	4,04	2,75	3,79	2,96
Portugal	2,73	2,57	2,01	3,00	2,04	3,04	2,76	3,34	2,40	2,75	4,43	2,55
Reino Unido	2,77	2,90	2,33	2,62	2,44	3,02	2,20	2,95	3,28	2,73	3,54	2,83
Suecia	2,63	2,74	2,53	3,00	2,55	2,75	2,65	3,28	3,13	2,80	4,25	3,07
Suiza	3,23	3,08	3,70	3,48	2,56	3,42	3,57	3,51	2,34	2,97	4,45	3,40
Turquía	2,41	2,69	1,99	2,32	2,04	2,88	2,59	2,85	3,56	2,35	3,66	3,07
Promedio	2,69	2,69	2,56	2,88	2,10	2,86	2,64	3,18	2,96	2,78	4,00	2,81

Las Figuras 5.2 y 5.3 presentan la información de la evaluación de las condiciones, agrupadas por tipos de economías: basada en recursos, en eficiencia y en innovación. Esta clasificación se basa en el Índice de Competitividad del World Economic Forum. Así, se comparan los niveles observados en Chile. La escala de estos indicadores está calculada y normalizada utilizando el método de componentes principales, ya que resulta ser una alternativa más robusta que utilizar promedios simples.

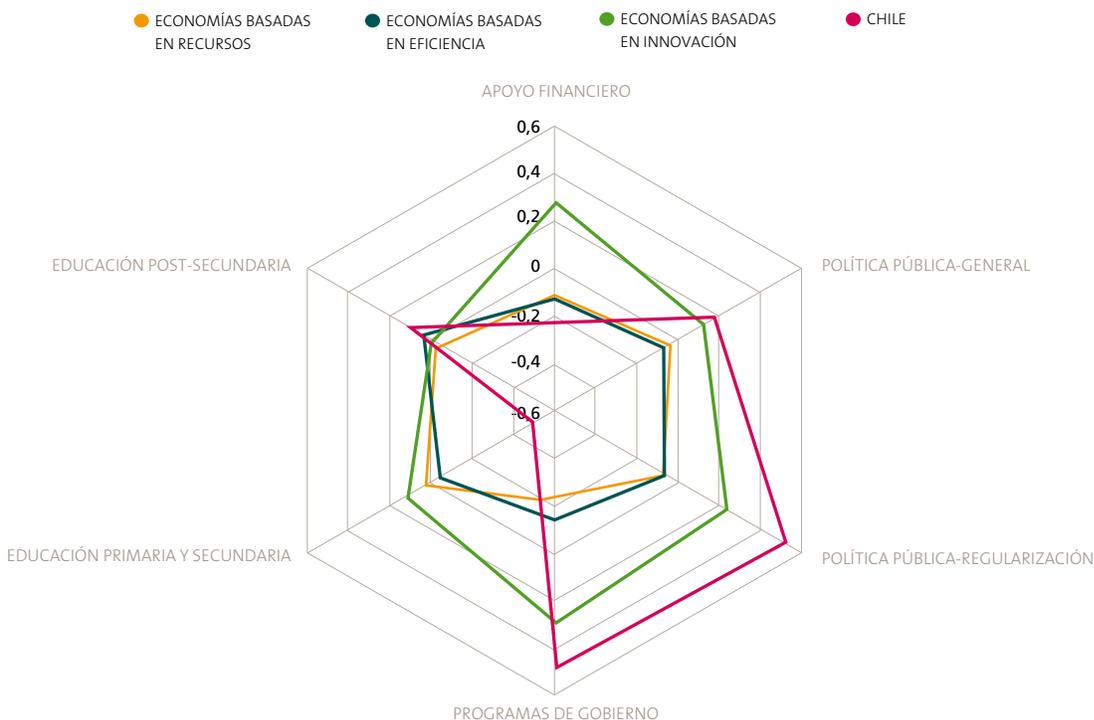
Es posible observar que, en la Figura 5.2, se encuentran las dimensiones de: apoyo financiero, política pública general y de regularización, programas de gobierno y educación primaria y secundaria y educación post-secundaria. Se aprecia que Chile está muy bien evaluado en términos de programas de gobierno y políticas públicas de regularización y, en menor medida, en educación postsecundaria. Sin embargo, tiene indicadores negativos en temas de apoyo financiero para el

emprendimiento y un desempeño muy deficiente en educación primaria y secundaria.

En la Figura 5.3, se observa que Chile se encuentra en los niveles más altos, al igual que en el ciclo anterior, en las dimensiones de acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales. La dimensión que está peor evaluada, comparativamente, es dinamismo con el mercado interno. En cuanto a apertura del mercado interno, se encuentra bajo los niveles de economías basadas en innovación y muy similar a economías basadas en eficiencia. En cuanto a transferencia de I+D, se encuentra por debajo de economías basadas en eficiencias e innovación.

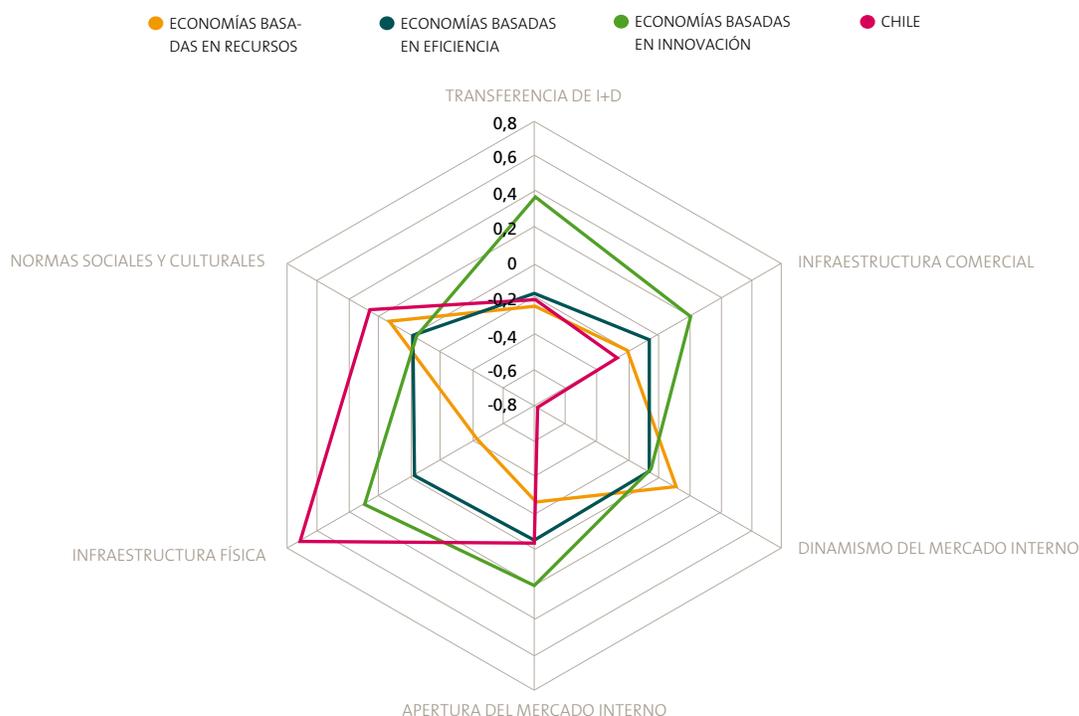
Cabe agregar que este estudio sería consistente con el modelo del GEM, debido a que nuevamente se observa que las economías basadas en innovación son las que poseen el mejor nivel prácticamente en cada categoría.

Figura 5.2: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (1/2)



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

Figura 5.3: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (2/2)



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

Análisis específico de las condiciones del contexto para emprender en Chile 5.3

En la encuesta de expertos se aplican preguntas que son evaluadas en una escala de 1 a 5. En el año 2005 se decidió que en los reportes de Chile se realizara una conversión de la escala Likert, cuyo nivel de respuesta es determinado por el nivel de acuerdo o desacuerdo con

una afirmación, a un índice que fluctúa entre -2 a +2. En la **Tabla 5.3** se especifica cómo se convierten los valores de una escala a la otra.

Esta nueva escala permite dar a aquellas respuestas que son valor 3, es decir, en donde el encuestado no manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, un valor cero. Así, se consigue forzar que la varianza de los datos aumente y se puede ver, con mayor énfasis, los cambios anuales por condición analizada.

Tabla 5.3: Conversión de escala de Likert de 5 puntos a índice de -2 a +2

Escala de Likert	Conversión	Aporte al emprendimiento
1	-2	Muy bajo
2	-1	Bajo
3	0	Medio
4	+1	Alto
5	+2	Muy alto

La **Tabla 5.4** muestra los principales cambios en la evaluación de los nueve factores entre los años 2013 y 2014. Es posible observar que, respecto a los datos del año 2013, hubo una disminución en las condiciones de políticas de gobierno y programas de gobierno, pasando de ser valores positivos a negativos en 2014. Esto se debe a que, según los expertos, ha habido una evolución negativa en lo que se refiere a apoyo en nuevas empresas y empresas en crecimiento, sumado a que no evalúan positivamente la afirmación que señala que las políticas de gobierno favorecen a las empresas nuevas. En cuanto a la condición de educación, ésta se mantiene en el mismo rango que en 2013. Con mayor

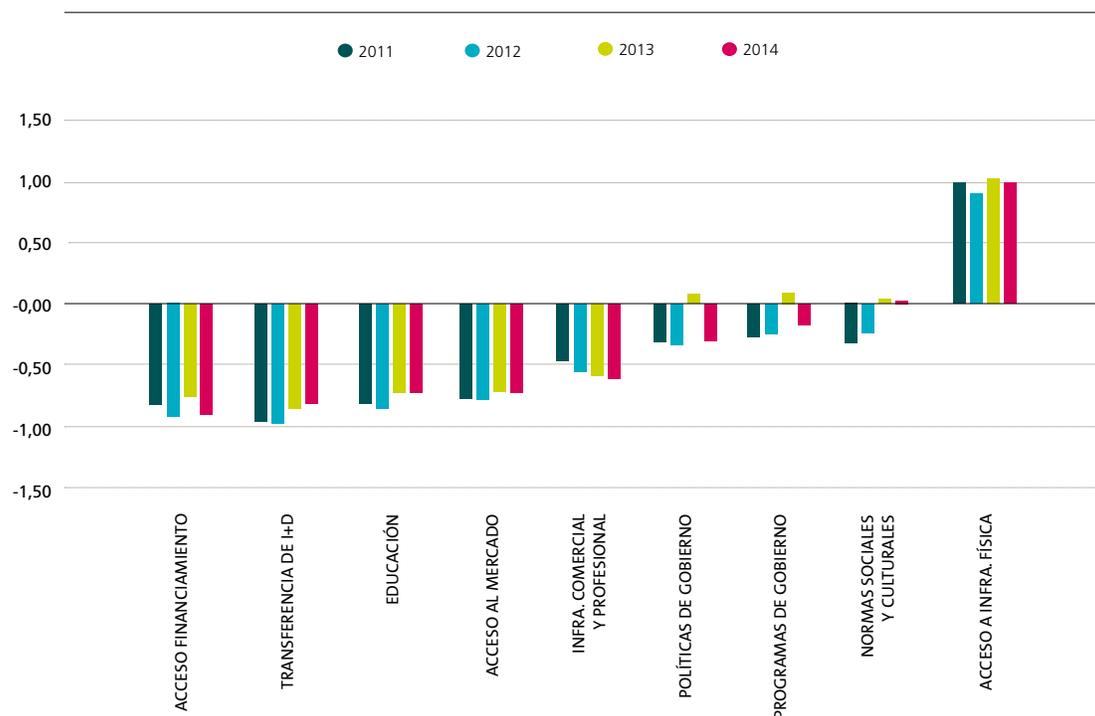
detalle, la **Figura 5.4**, compara la evolución del contexto emprendedor en Chile con la nueva escala, desde el año 2011 al 2014, es decir, los últimos cuatro años de evaluación. La figura se ordena de la condición que tuvo peor evaluación, durante 2014, a la que tuvo mejor evaluación. Si se observa la figura, es posible notar que, de las nueve condiciones estudiadas, siete de ellas están en rangos negativos, siendo solo dos las que se encuentran en niveles positivos: acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales.

En la **Tabla 5.4** se muestran los resultados obtenidos para el año 2014 y la variación con respecto al año anterior:

 **Tabla 5.4: Variaciones de los factores del contexto para emprender**

CONDICIÓN	2014	2013	Variación
Acceso Financiamiento	-0,9	-0,75	-0,15
Transferencia de I+D	-0,81	-0,86	0,05
Educación	-0,72	-0,72	0
Acceso al Mercado	-0,72	-0,71	-0,01
Infraestructura Comercial y Profesional	-0,6	-0,58	-0,02
Políticas de Gobierno	-0,3	0,08	-0,37
Programas de Gobierno	-0,16	0,09	-0,25
Normas Sociales y Culturales	0,02	0,04	-0,02
Acceso a Infraestructura Física	0,99	1,02	-0,03

● **Figura 5.4: Evolución del contexto emprendedor de Chile, 2011-2014**



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

Según la opinión de 395 expertos consultados, de nueve regiones del país, el contexto para el emprendimiento, en Chile, ha tenido una relativa evolución negativa con respecto al año 2013 en ocho de las condiciones, siendo la excepción transferencia de I+D, que tuvo un incremento leve de 0,05. Esto se traduce en que ellos opinan que el contexto emprendedor sigue presentado grandes áreas de oportunidad para empresas nuevas y en crecimiento en distintos ámbitos.

A continuación se exponen, detalladamente, los resultados de la encuesta a expertos, en cada una de las condiciones para el emprendimiento, para el año 2014.

Acceso a Financiamiento ●

Nivel - 0,90

Esta dimensión resultó ser la más negativa el año 2014 con una variación de -0,15 con respecto al año anterior. A pesar que en 2013 también era una de las condiciones peor evaluadas, no alcanzaba a ser la con peor evaluación, desplazando a transferencia de I+D, que por tres años consecutivos fue la peor evaluada.

Lo anterior se relaciona directamente con su percepción respecto que el acceso a financiamiento por parte de los emprendedores se ha dificultado en términos de que perciben que

no hay suficientes fuentes de financiamiento externo para las empresas nuevas y en crecimiento, ni tampoco acceso a financiamiento procedente de inversionistas privados (que no sean los fundadores).

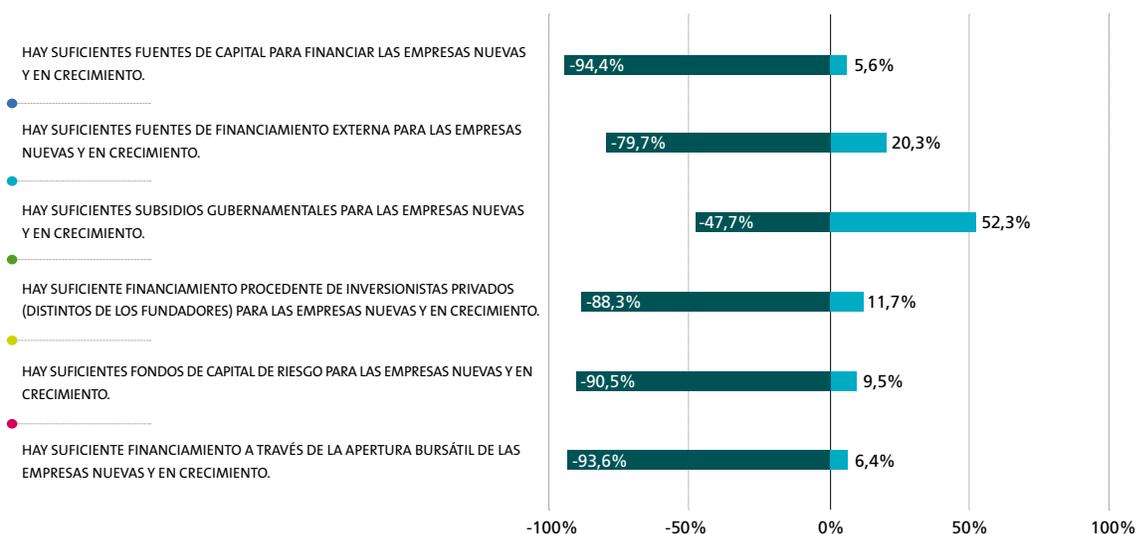
La diferencia que más se acentúa respecto al período anterior tiene relación con el nivel de acuerdo y desacuerdo sobre si existen suficientes subsidios gubernamentales para las empresas nuevas. En el año 2013, un 65,3% estaba de acuerdo y un 34,7% en desacuerdo; mientras que en esta edición, correspondiente al año 2014, el porcentaje de aprobación es solo de un 52,3%, como se puede observar en la **Figura 5.5**.

En comparación con el ciclo del año 2013, la única variable en que la percepción se comporta de forma muy similar es si exis-

te suficiente financiamiento a través de la apertura bursátil de las empresas nuevas y en crecimiento. Se debe recalcar que el hecho que se comporte de forma similar no quiere decir, necesariamente, que la situación sea similar, debido a que la NES es una encuesta que mide percepciones.

Solo el 9,5% de los encuestados versus el 11,5% del año 2013, considera que hay suficientes fondos de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento. Como se puede concluir, hay una opinión consistente, durante los dos últimos ciclos, que para los emprendedores resulta complejo el acceso a financiamiento. Esto puede ser una oportunidad para crear instancias en que se les facilite la apertura a fondos y/o inversionistas para que puedan llevar adelante sus nuevas empresas o empresas en crecimiento.

Figura 5.5: Apoyo financiero para el emprendimiento



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

Transferencia de Investigación y Desarrollo

Nivel -0,81

Sin duda, la investigación y desarrollo es una de las aristas claves para las empresas nacientes y aquellas en desarrollo. El contar con nuevas tecnologías y acceso a nuevas investigaciones, generalmente se traduce en un traspaso efectivo del conocimiento, lo que conlleva, finalmente, a un producto de mejor calidad y más competitivo a nivel mundial.

Esta dimensión fue la única que tuvo mejor evaluación que el ciclo anterior, con un incremento de 0,05%. Sin embargo, sigue siendo una dimensión evaluada negativamente, consistente con la percepción que tienen los expertos sobre cuán efectiva es la transferencia de I+D en los emprendimientos de empresas nuevas y en crecimiento. Todos los resultados se visualizan en la **Figura 5.6**.

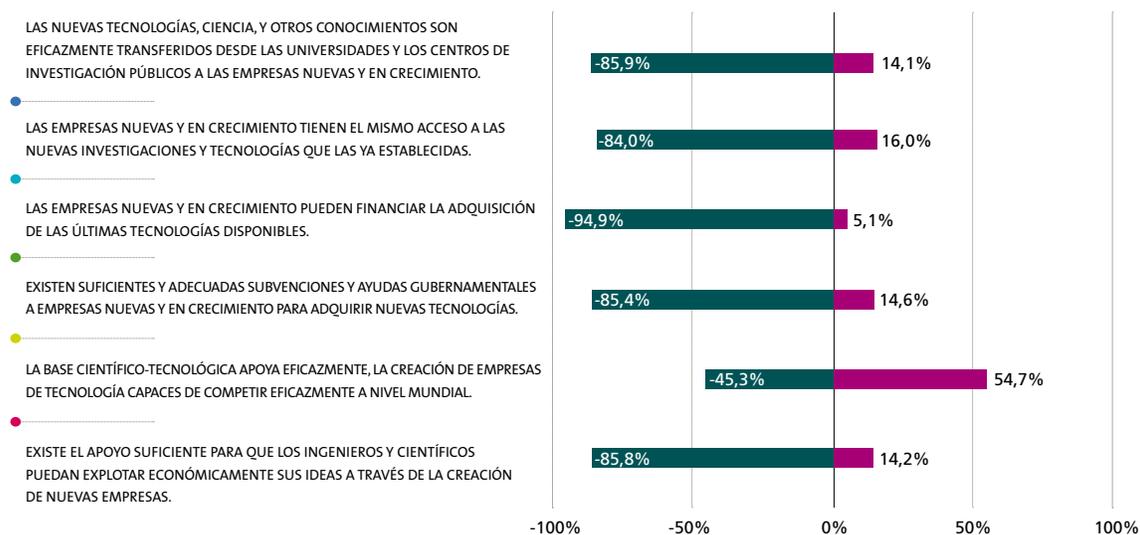
De todas las condiciones, solo dos tuvieron un incremento respecto al año 2013. La primera fue que los expertos consideran que las nue-

vas empresas y aquellas en crecimiento tienen el mismo nivel de acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas, con un incremento del 0,9%. La segunda, que se considera que la base científico-tecnológica apoya eficazmente la creación de empresas de tecnología capaces de competir a nivel mundial.

Todas las dimensiones restantes tuvieron una evaluación negativa en este ciclo, siendo la más significativa la que guarda relación con la pregunta de si existen suficientes y adecuadas subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para obtener nuevas tecnologías.

A pesar de los esfuerzos de iniciativas proemprendimiento como, por ejemplo, el programa de la CORFO de Apoyo para el Emprendimiento y la Innovación, aún existe una creencia muy marcada que no son suficientes los conocimientos transferidos desde universidades y centros de investigación pública a los emprendedores. Sigue la tendencia que las empresas establecidas incorporan esa información de manera más eficaz.

● **Figura 5.6: Evaluación de la transferencia de I+D**



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

Educación y capacitación para el emprendimiento

Nivel -0,72

Esta dimensión no presenta variación en su nivel respecto al año 2013, manteniéndose en -0,72. Es relevante mencionar que durante el año 2014 se realizaron diversos esfuerzos en materia de educación, difusión y enseñanzas de metodologías, entre otras, con la única intención de fomentar el espíritu emprendedor a nivel nacional.

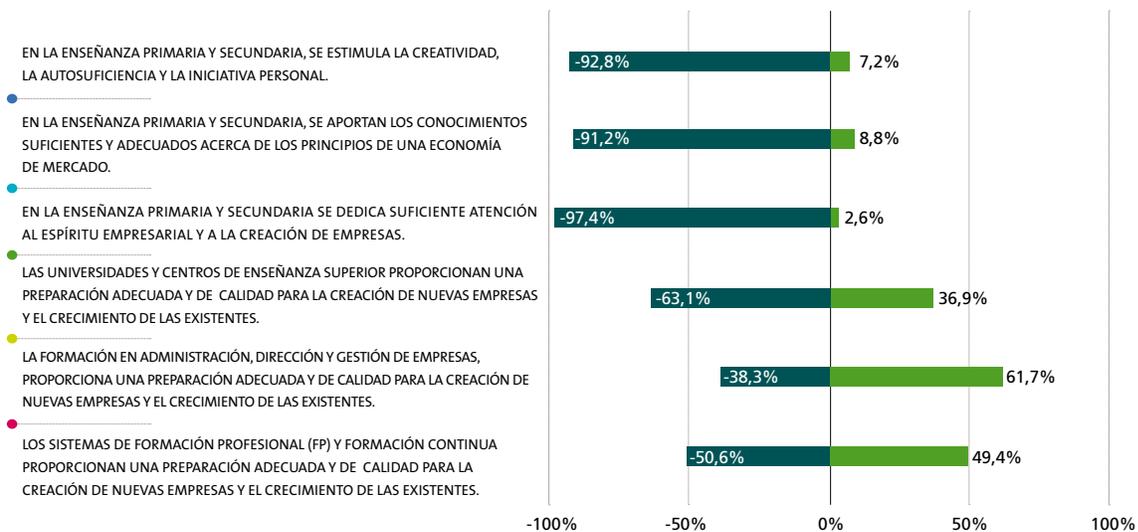
Los expertos siguen manifestando que, en la enseñanza primaria y secundaria, no se estimula la creatividad, la autosuficiencia ni la iniciativa personal y que, sumando a esto, en las aulas no se le dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. Esto también incluye conocimientos y habilidades con el propósito de emprender. Hay un leve incremento del 2,5% en la creencia que sí se aportan los conocimientos adecuados acerca

de los principios de una economía de mercado, sin embargo, esta dimensión tiene un 97,4% de desacuerdo. En la actualidad existen iniciativas de educación para el emprendimiento en escolares, que tienen la intención de dar mayor acceso a los alumnos de primaria y secundaria sobre temas de emprendimiento y acercarlos, tempranamente, al contexto emprendedor.

En lo que respecta a universidades y centros de enseñanza superior, los expertos concuerdan, en un 36,9%, que proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas, mientras que un 61,7% está de acuerdo con que la formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada, siendo esta dimensión la mejor evaluada.

Por último, un 49,4% de los encuestados tiene una percepción positiva acerca de los sistemas de formación profesional y cómo estos preparan adecuadamente para la creación de nuevas empresas y empresas en crecimiento.

Figura 5.7: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



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

Acceso al mercado interno

Nivel -0,72

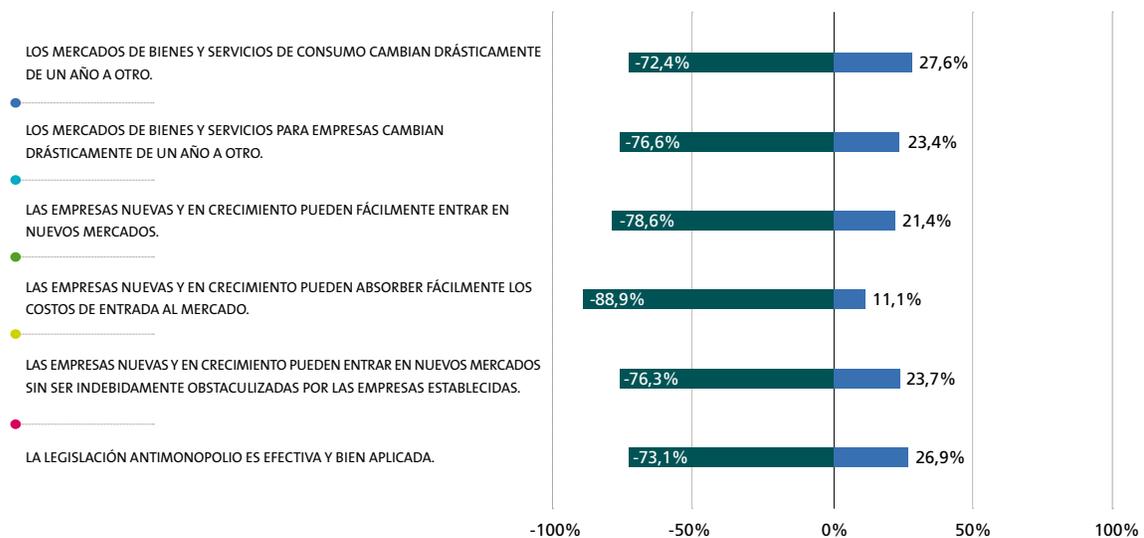
Al igual que en ciclo anterior, se debe recalcar que la definición utilizada por el GEM para la condición de contexto “acceso al mercado interno”, es la evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes. Se define, a la vez, como todas las barreras que deben ser superadas por las nuevas empresas para poder introducir su producto al mercado. Esto tiene dos aristas: se puede decir que las dificultades a las que se enfrenta un emprendedor pueden ser propias del mercado, o propias de las empresas existentes que pueden poner trabas e impedimentos a la entrada de nuevas empresas en sus mercados.

Para el año 2014 sigue la creencia, por parte de los expertos, que en el mercado no hay un dinamismo que potencie el emprendimiento y, por esta razón, el 72,4% de los encuestados piensa que los mercados de bienes y consumo no cambian drásticamente de un año a otro.

Sumado a esto, un 76,6% piensa que los mercados de bienes y servicios para las empresas tampoco cambian. El dinamismo del mercado estimula los cambios y el desarrollo. De no ser así, se complica la introducción de nuevos negocios, dificultando así la capacidad de hacer o emprender con nuevos productos y servicios.

En 2014, un 11,1% -versus un 5,5% del ciclo anterior- piensa que las empresas nuevas y en crecimiento pueden absorber fácilmente los costos de entrar a nuevos mercados. También, un 23,7% de los expertos cree que estas empresas pueden entrar en nuevos mercados sin ser indebidamente obstaculizadas por las empresas ya establecidas. De este modo, existe una creencia arraigada, en los expertos, que una de las barreras de entrada son las trabas que pondrían las empresas ya establecidas en el mercado al que se desea ingresar a competir. Esto se puede apreciar en que solo el 26,9% cree que la legislación antimonopolio es efectiva y bien aplicada.

Figura 5.8: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes



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

Infraestructura comercial y profesional

Nivel -0,60

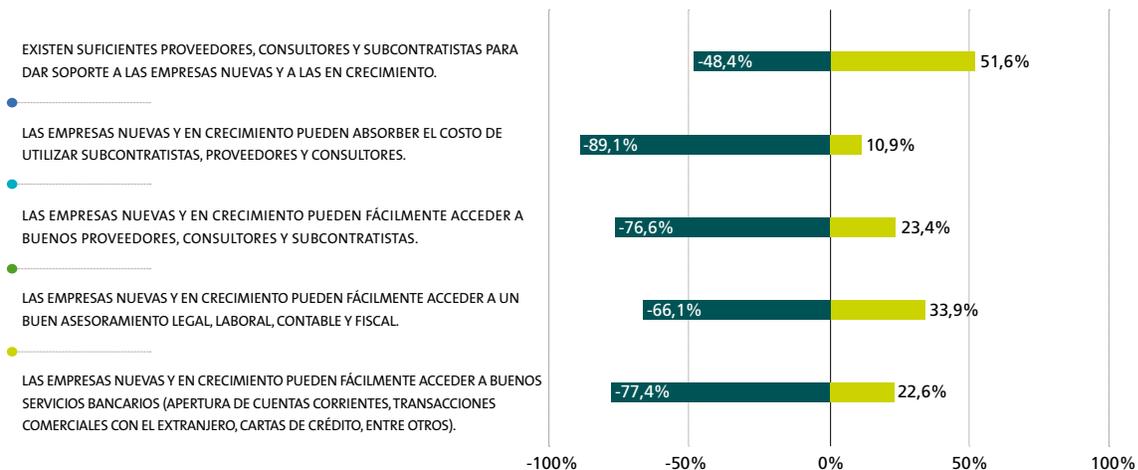
Para el ciclo 2014, la evaluación de esta dimensión fue más negativa que en el ciclo anterior, con una variación del -0,02. La variable peor evaluada es aquella que se refiere a si las nuevas empresas y las en crecimiento son capaces de absorber los costos de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores, con un 89,0% de desacuerdo, cifra que mantiene la tendencia respecto al año anterior, con un 88,4%. Solo el 23,4% cree que estas empresas pueden fácilmente acceder a nuevos proveedores, consultores y subcontratistas.

El 51,6% de los expertos piensa que existen suficientes proveedores, consultores y subcon-

tratistas para dar soporte a las empresas nuevas y a aquellas empresas que están en crecimiento. Este apoyo profesional resulta trascendente a la hora de dar recomendaciones y consejos a los emprendedores, ya que ellos poseen conocimientos del mercado y de cómo debe realizarse la gestión del negocio.

Las dos últimas variables que presentaron una leve disminución respecto al período anterior, es la percepción si las empresas nuevas y las en crecimiento pueden, fácilmente, acceder a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal, pasando de un 37,2% a un 33,9%. Esto se refleja en que los expertos, con un 77,4% de desacuerdo, creen que las nuevas empresas tienen dificultades a la hora de abrir cuentas corrientes, realizar transacciones en el extranjero, entre otros trámites.

Figura 5.9: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional



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

Políticas de Gobierno

Nivel Nivel: -0,30

En el reporte del año 2013, esta dimensión, por primera vez, tuvo una evaluación positiva, con 0,08, bajo la metodología del GEM. Esto se debió a la implementación de nuevas políticas proemprendimiento, traducidas en una serie de incentivos a las empresas nuevas y en crecimiento. Para este ciclo, el indicador vuelve a ser negativo, con una variación del -0,37, es decir, la percepción de los expertos ha empeorado respecto a los estímulos dados por las políticas de gobierno para fomentar el emprendimiento.

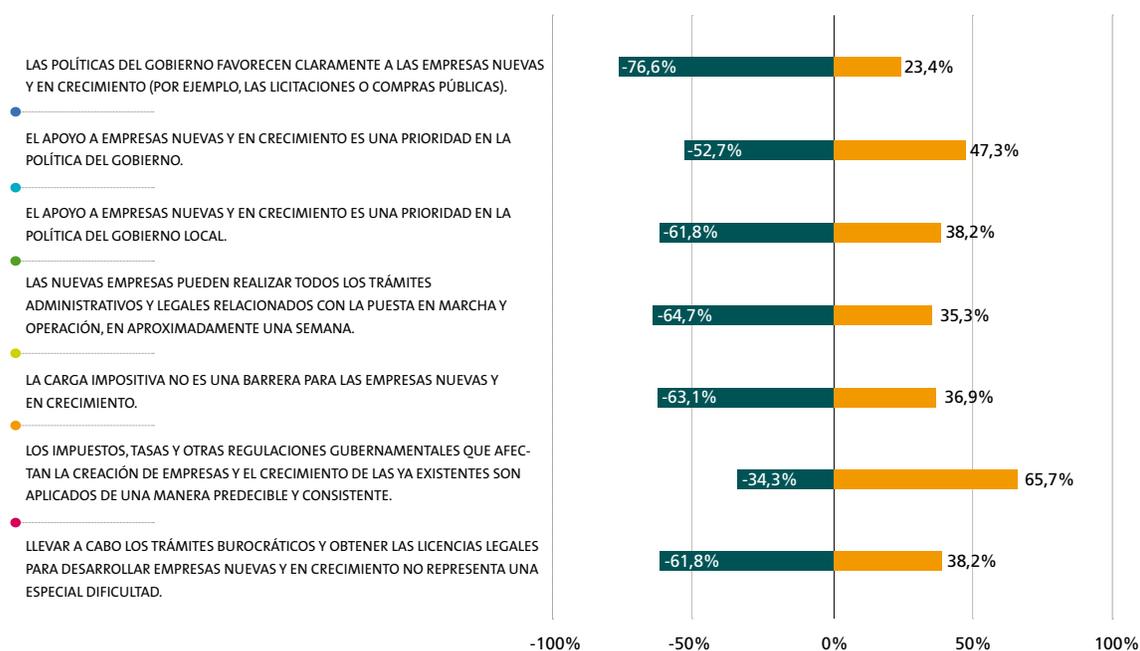
La única variable que tuvo un incremento positivo en este ciclo fue que los expertos consideran, con un 38,2% de concordancia, que llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias legales para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa especial dificultad. Esto puede ser explicado por plataformas web que incentivaban la creación de empresas en un día por parte del

Gobierno (www.tuempresaenundia.cl). Solo un 35,3% piensa que las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites necesarios en temas administrativos y legales para la puesta en marcha del negocio en menos de una semana.

La variable peor evaluada, según los expertos, es la que se refiere a que las políticas de gobierno no favorecen claramente a las empresas nuevas y en crecimiento en lo que tiene relación con las licitaciones y compras públicas, con un 76,6% de desacuerdo. Sumado a esto, un 52,7% cree que no es una prioridad en temas de políticas de gobierno -ni de los gobiernos locales, con un 61,8%-brindarle apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento, como se puede observar en la **Figura 5.10**.

Para las empresas nuevas y en crecimiento, uno de los temas más relevante a la hora de emprender es la carga impositiva. Un 63,1% de los encuestados cree que es una barrera a la hora de tomar la decisión de emprender o continuar con el negocio.

Figura 5.10: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento



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

Programas de gobierno

Nivel -0,16

Esta dimensión, en el ciclo anterior, tuvo una evaluación positiva, con 0,09. Esta apreciación se debió, principalmente, a los programas implementados por parte del gobierno que impulsaban el emprendimiento. Sin embargo, para el año 2014, la dimensión tuvo un retroceso en lo que respecta a la opinión que tienen los expertos frente a los programas vigentes.

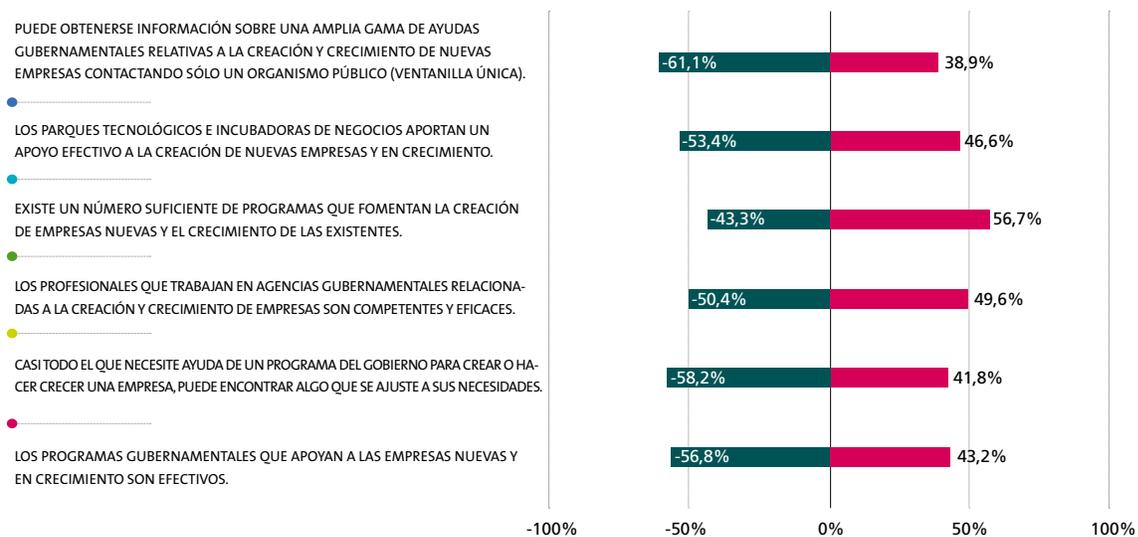
De acuerdo a lo observado en la **Figura 5.11**, el aspecto más criticado fue que los expertos creen, en un 61,1%, que es difícil obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales relativas a la creación y crecimiento de nuevas empresas contactando sólo un organismo público (ventanilla única).

solo un 43,2% cree que los programas de gobiernos son efectivos.

Hay una percepción positiva en cuanto al número de programas que fomentan la creación de nuevas empresas y que potencian las empresas en crecimiento. Este fue el aspecto mejor valorado con un 56,7% de concordancia. En cuanto al nivel profesional de las personas dentro de esos programas, la opinión está dividida en cuanto a los funcionarios que trabajan en las agencias gubernamentales, un 50,4% en desacuerdo y un 49,6% de acuerdo.

Además, el 46,6% está de acuerdo con que los parques tecnológicos e incubadoras de negocios aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y empresas que se encuentran en crecimiento.

Figura 5.11: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento



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

Normas sociales y culturales ●

Nivel: 0,02

El contexto socio-cultural en Chile tuvo una percepción positiva para el año 2014, al igual que para el año anterior, con un índice del 0,02, comparado con el 0,04 del ciclo pasado. La diferencia se debe a que hubo un retroceso en la percepción que tienen los expertos respecto a si la cultura nacional fomenta la creatividad e innovación, bajando dos puntos porcentuales.

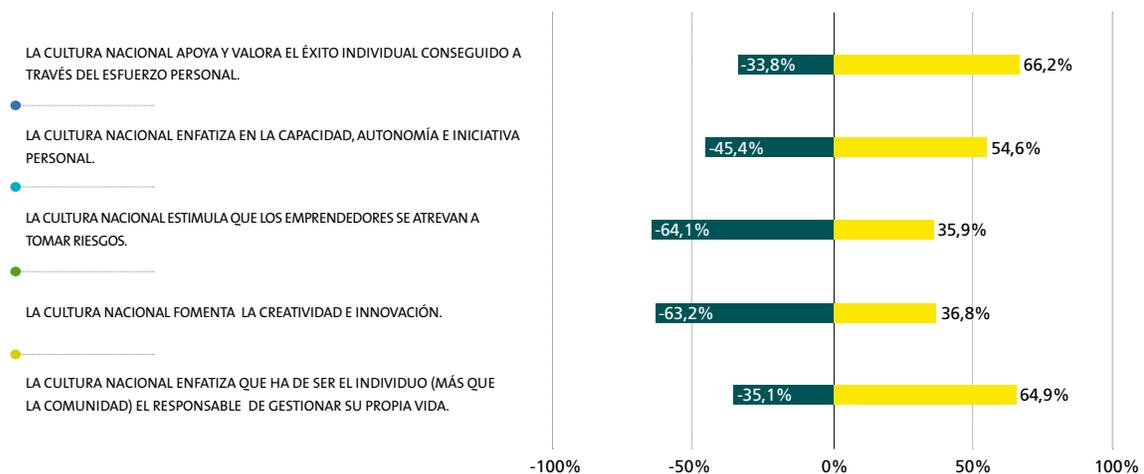
Sigue la percepción positiva, con un 66,2%, respecto a que la cultura nacional apoya y valora el éxito individual conseguido a través del

éxito personal y, además, que enfatiza la capacidad, autonomía e iniciativa personal. Un 54,6% está de acuerdo con esta afirmación.

Como se puede observar en la **Figura 5.12**, solo el 35,1% de los encuestados está en desacuerdo con que la cultura nacional enfatiza que debe ser el individuo, y no la comunidad, el responsable de gestionar su propia vida.

En cuanto a la toma de riesgos, el 35,9% está de acuerdo con que la cultura nacional estimula a que los emprendedores tomen riesgos. Por lo visto, se trata de una cultura más conservadora en cuanto a la toma de riesgos.

● Figura 5.12: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento



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

Infraestructura física

Nivel 0,99

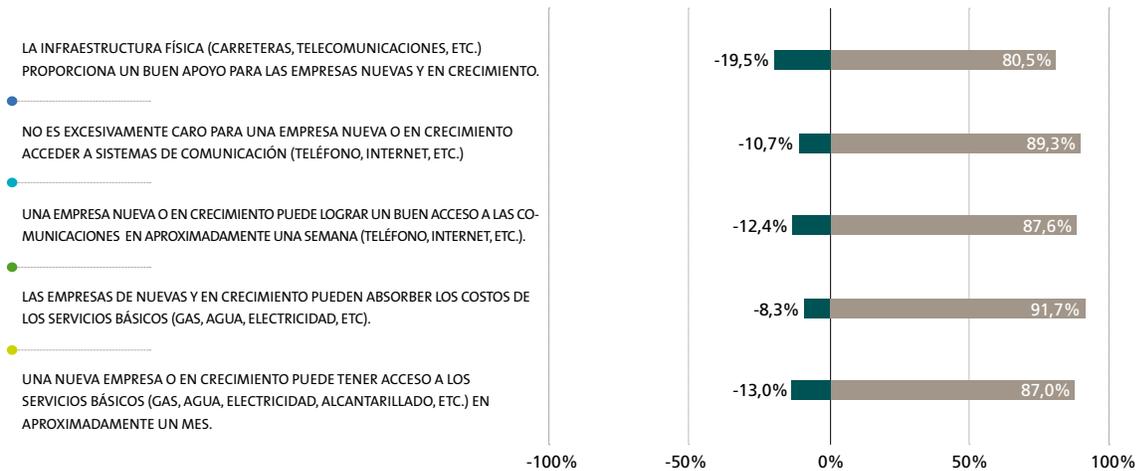
Esta dimensión mide cuán fácil es para el emprendedor acceder a carreteras, comunicaciones y servicios básicos como agua, gas, teléfono e internet, entre otros.

En general, es una dimensión que está evaluada positivamente, como se puede apreciar para este ciclo, de 0,99. Presenta una disminución debido a que, en 2014, solo el 80,5% de los expertos está de acuerdo con que la infraestructura física proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento, versus el 85,8% del año anterior.

En general, los aspectos se comportan de manera similar con respecto a la edición anterior, en donde solo el 10,7% de los expertos considera que es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación. Con relación a lo mencionado, el 87,6% cree que puede lograr el acceso a las comunicaciones en, aproximadamente, una semana.

Como se puede observar en la **Figura 5.13**, el 91,7% cree que las empresas nuevas y en crecimiento pueden absorber los costos de los servicios básicos y el 87,0% cree que puede tener acceso a todos los servicios básicos en un plazo inferior a un mes.

Figura 5.13: Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios



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



Conclusiones

06

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, en sus dieciséis años de existencia, se ha consolidado como un referente internacional en la medición de indicadores sobre la valoración social del emprendimiento, características de la actividad emprendedora y, sobre todo, diagnósticos sobre los ecosistemas de emprendimiento en diferentes países (Singer, Amorós y Moska, 2015). En Chile, el GEM está presente desde el año 2002 y ha permitido analizar la dinámica emprendedora de la población adulta del país con la finalidad de relevar indicadores positivos pero, también, áreas de oportunidad que ayuden al diseño de mejores programas y políticas proemprendimiento.

En el ciclo 2014 del GEM Chile, se observan cifras ligeramente superiores al año 2012 y 2013, lo cual sin duda muestra que la población chilena es cada vez más proclive a iniciar un nuevo negocio. Esto, aunado al hecho que, en la opinión de los más de 6.500 encuestados, sigue prevaleciendo una visión favorable hacia el emprendimiento, independientemente si la gente decide o no iniciar un nuevo negocio. Por ejemplo, sigue sobresaliendo el alto porcentaje de la población que expresó que posee los conocimientos, habilidades y experiencia

para iniciar un nuevo negocio. La “cultura emprendedora” en el país sigue viviendo un auge importante y esto puede conllevar a un sobreoptimismo, por lo que hay que ser cautos y reconocer que no todo el mundo está preparado para ser emprendedor aunque, también, se observa que los emprendedores están cada vez más preparados y conectados en redes colaborativas de trabajo. Por ejemplo, más del 50% de los emprendedores tiene estudios de educación superior (muchos de ellos también con algún postgrado). Esto es importante porque, a medida que existan emprendedores con mejor capital social, como es la educación, es muy probable que se desarrollen otros aspectos también de dinámica emprendedora que son positivos como la detección de mejores oportunidades de negocios, mejores redes y mayores aspiraciones.

Sin embargo, como los propios indicadores del año 2014 lo confirman, sigue habiendo una brecha en la educación formal para el emprendimiento. Mejores programas de capacitación, desde edades más tempranas, pueden crear conciencia de lo que significa la creación de un nuevo negocio y esto pudiera permitir mejorar las tasas de éxito y emprendimientos más sostenibles.

Un aspecto que ha mejorado, aun cuando sigue siendo una barrera real al emprendimiento, es la estigmatización social que se produce hacia el emprendedor que fracasa. En términos comparativos, Chile posee una tasa de miedo al fracaso relativamente baja, cuando se compara con otras economías. En esta línea se han desarrollado en los últimos años varios esfuerzos y cambios en programas y políticas que han ayudado a mejorar “la estigmatización del fracaso” que obedece también a factores socio-culturales que son más complejos de cambiar en el corto y mediano plazo. Sin embargo, hay temas prácticos que disminuyen el “miedo al fracaso” a la hora de emprender. Por ejemplo, la obtención de fuentes de financiamiento para aquellos emprendedores que han fracasado en el pasado y que deciden re-emprender. Parte de estos cambios ya se están viendo reflejados a partir de nuevas leyes como la de quiebra rápida. En este y otros temas se puede seguir avanzando mediante mejores programas que ayuden a re-emprender.

Por lo tanto, la valoración social hacia el emprendimiento por parte de la población sigue siendo un pilar fundamental para sustentar el desarrollo de la actividad emprendedora. El fomento de una actitud favorable hacia el emprendimiento es un trabajo conjunto de diferentes actores, donde no solo están los desarrolladores de políticas públicas o medios de comunicación, sino la sociedad como un todo. Esto debe ser un esfuerzo conjunto y alineado entre muchos actores público-privados que contribuyan a generar un ecosistema más favorable para los emprendedores.

Es muy relevante destacar que las emprendedoras y emprendedores del país siguen manifestando que inician su actividad, principalmente, motivados por oportunidades de negocios. En este ciclo 2014 los emprendedores por necesidad bajaron a un 17,6%, frente al 20% del ciclo anterior, y estos indicadores siguen estando muy por debajo de los indicadores del 30-35% que se observaban seis años

atrás. Estas cifras siguen siendo consecuentes con la baja tasa de desempleo que ha experimentado el país en los últimos años, a pesar que el año 2014 no fue muy favorable en términos de crecimiento económico. Por otra parte, se observa que la participación de jóvenes y mujeres en la actividad emprendedora sigue creciendo. Este es un factor fundamental dentro de la consolidación de la dinámica emprendedora del país. Por un lado, los jóvenes, tanto hombres como mujeres, generalmente desarrollan proyectos más vinculados al uso de nuevas tecnologías y, también, son propicios a tener más innovación. Por otro lado, las mujeres, al comenzar un nuevo negocio, se incorporan a la fuerza laboral, lo cual más allá de los aspectos estrictamente económicos, tiene importantes implicaciones sociales.

Las altas tasas de emprendimiento están relacionadas con una alta prevalencia de emprendedores que se declaran auto-empleados o trabajadores por cuenta propia, es decir no generan empleo. Adicionalmente, la mayoría de estos emprendimientos está en sectores de servicios al consumidor final y son negocios poco competitivos. Generalmente, la combinación de auto-empleado y una actividad poco competitiva genera una alta rotación y/o abandono de la actividad emprendedora. Relacionado con este último aspecto de discontinuación de la actividad emprendedora, en el ciclo 2014 se observó un aumento en la proporción de emprendedores que cierran sus negocios, principalmente, por motivos económicos o de falta de rentabilidad. Por lo tanto, estimular mejores mecanismos que promuevan la asociación y que permitan dinamizar muchas de estas actividades puede ser relevante para incentivar una mayor sobrevivencia de las actividades emprendedoras.

Respecto a las aspiraciones de los emprendedores en Chile, los principales resultados apuntan a que estos tienden a aumentar sus expectativas en lo que se refiere a creación de empleo. Cuando se comparan estas cifras en

el contexto internacional, poniendo énfasis en los países de la OECD, el país está entre aquellos donde los emprendedores destacan que quieren crear 20 o más empleos en los próximos cinco años. Si bien este porcentaje es menor cuando se compara con todos los emprendedores, es importante destacar que son, justamente estos emprendedores dinámicos, lo que pueden hacer grandes diferencias respecto al crecimiento y desarrollo. Una economía que es capaz de generar gran cantidad de empresas con altos niveles de crecimiento (conocidas como gacelas) pudiese ser considerada óptima. Es necesario tener presente que los resultados de largo plazo -entendiéndolo como sustentabilidad del negocio-, no dependen exclusivamente de la temprana generación de empleos, sino de una buena gestión integral del negocio y de la generación de ecosistemas favorables para los emprendedores.

En relación a los niveles relativos de competitividad de los nuevos negocios, en Chile sigue habiendo un porcentaje importante (cerca del 50%) que señala ofrecer productos novedosos. Lo anterior es positivo desde el punto de vista de la capacidad de los emprendedores de proveer de nuevos productos y servicios a la sociedad. Sin embargo, al mismo tiempo, una segunda característica que es posible observar es que la mayoría de los emprendedores manifiestan poseer altos niveles de competencia, es decir, manifiestan que muchos otros emprendedores ofrecen sus mismos productos o servicios. Aun cuando ofrecen productos o servicios relativamente novedosos, rápidamente se encuentran con otros competidores que tienen los mismos productos o servicios. Una tercera característica sigue siendo la ausencia de uso y/o desarrollo de nuevas tecnologías. La gran mayoría de los emprendedores no incorpora dentro de sus procesos productivos o de prestación de servicios nuevas tecnologías. Como ya se comentó, la mayoría de los emprendimientos en Chile están enfocados en servicios al consumidor y, en este tipo de actividades, tienen bajas barreras de entrada por lo que mantenerse como oferentes

único por mucho tiempo resulta muy difícil. Esto ocurre debido a que la novedad puede ser solo a nivel local bajo un fenómeno de “copia” de innovación ya probada en otros mercados internacionales. Esto no es necesariamente malo, pero reduce las expectativas competitivas. Lo anterior podría ser una de las razones que explicaría el porqué en el país, a pesar de que desde hace varios años existe una alta evaluación de la novedad en productos o servicios, también se perciben altos niveles de competencia. De ahí que la competitividad también sea muy relativa, dado que las expectativas de expansión de mercado también indican que los emprendedores no visualizan mucho crecimiento en el corto plazo. Sin embargo, un indicador positivo es la creciente búsqueda de mercados internacionales como respuesta a los altos niveles de competencia local.

Respecto al contexto para emprender, se han analizado nueve dimensiones que miden las condiciones de la actividad emprendedora. Chile sigue destacando en los programas y políticas públicas pro-emprendimiento, incluso cuando se compara con economías más desarrolladas. En el ciclo 2013 se alcanzó una evaluación positiva en estos factores y este ciclo, si bien presentó una variación a la baja, los expertos consultados evaluaron de forma positiva varios de los esfuerzos gubernamentales que se han hecho en pro de generar un mejor ecosistema para el emprendimiento. Uno de los aspectos que registró una baja en las opiniones positivas fue la prioridad que en las políticas de gobierno, tanto a nivel nacional como de los gobiernos locales, están dando a las nuevas empresas. Otro aspecto que también tuvo una baja en las aprobaciones fue la efectividad de los programas pro-emprendimiento. Sin embargo, los subsidios gubernamentales son el aporte económico mejor evaluado dentro del apoyo financiero, aun cuando se observan críticas a la burocracia y trámites para iniciar un negocio.

Un factor que mantiene su evaluación positiva es lo relacionado con las normas socia-

les y culturales que favorecen la creación de nuevas empresas. En este aspecto, se sigue destacando la valoración del esfuerzo personal que implica la creación de una nueva empresa y que la población en general sigue apoyando a los emprendedores. Sin embargo, como ya se ha comentado, aún persisten algunos aspectos que tienen relación con la estigmatización del fracaso empresarial y el bajo estímulo a tomar riesgos. Se espera que la buena actitud hacia el emprendimiento, es decir, que los emprendedores exitosos sigan teniendo prestigio social y reconocimiento ayude a tener un mejor ambiente pro-emprendimiento y pro-nueva empresa.

Algunos aspectos que siguen siendo negativos son la dinámica del mercado interno y la apertura que existe para competir contra las empresas grandes establecidas. La economía chilena sigue presentando bajos niveles de dinamismo, alta concentración en algunos sectores y altas barreras de entrada, lo que dificulta la inserción de nuevas empresas que puedan dinamizar algunos de estos sectores. Los expertos siguen evaluando de forma negativa el que existan muy pocos apoyos financieros que permitan el crecimiento de las nuevas empresas, tanto por falta de capital propio de los emprendedores como, principalmente, por la escasez y complejidad de obtener fuentes privadas de financiamiento.

Finalmente, aun cuando siguen existiendo muchas buenas oportunidades de negocio, todavía hay brechas entre quienes tienen deseos de emprender y quienes efectivamente pueden desarrollar un emprendimiento dinámico y con capacidad de crecimiento. La educación para el emprendimiento, a juicio de los expertos, sigue siendo deficiente, lo que deriva en que solo algunas personas puedan tener habilidades y conocimientos necesarios para crear y dirigir correctamente nuevos negocios. Por otra parte, existe una gran distancia entre las universidades y centros de investigación con los emprendedores, lo cual se traduce en una

prácticamente nula transferencia de investigación y desarrollo.

En conclusión, si bien el contexto para emprender se ha mantenido relativamente estable en el año 2014, sigue teniendo importantes áreas de oportunidad y, al mismo tiempo en Chile la tasa de población adulta que se declara emprendedora sigue subiendo. Ambas caras de la misma moneda deben llevar a analizar, con mayor profundidad, la importancia de tener un mejor ecosistema para el emprendimiento en donde el creciente número de emprendedores puedan realizar sus actividades de forma que les permita crecer y ser más competitivos. De ahí que mejorar la calidad del emprendimiento es fundamental para que las emprendedoras y emprendedores en Chile aporten de forma sustantiva al crecimiento y desarrollo del país.

Referencias

07

- > Acs, Z. J. & J.E. Amorós (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.
 - > Álvarez, C., D. Urbano & J.E. Amorós (2014) The GEM Research: Achievements and Challenges. *Small Business Economics*, 42(3):445-465
 - > Amorós, J.E. & N. Bosma (2014). Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
 - > Amorós, J.E., M. Guerra, O. Pizarro & C. Poblete (2011) Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011. Santiago, Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
 - > Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-919.
 - > Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.
 - > Bosma, N.S. & J. Levie (2010). Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
 - > Bosma, N.S., K. Jones, E. Autio, & J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report. London: Global Entrepreneurship Research Association.
 - > Drexler, M. & J. E. Amorós (2015). Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap. *Financial Times*, January 8th. On line: <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/>
 - > Know, S-W. & P. Arenius (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
-

-
- > Levie, J. & E. Autio (2008). A theoretical grounding and test of GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
 - > Mason, C. & R. Harrison (2006). After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development. *Regional Policy*, 40(1), 55-73.
 - > Porter, M.E., J.J. Sachs & J. McArthur (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16-25. New York, NY: Oxford University Press.
 - > Reynolds, P., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia & N. Chin, (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
 - > Reynolds, P., M. Hayand & S.M. Camp (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
 - > Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
 - > Shane, S. & S. Venkataraman (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
 - > Singer, S., J.E. Amorós & D. Moska. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak; Monterrey, México: Tecnológico de Monterrey and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association
 - > Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy*, AWT report, 41. The Hague: AWT.
 - > Van Stel, A., M. Carree & R. Thurik (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
 - > WEF-GEM (2015). *Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development*. World Economic Forum: Geneva. <http://www.weforum.org/reports/leveraging-entrepreneurial-ambition-and-innovation-global-perspective-entrepreneurship-compe>
 - > Wennekers, S., A. Van Stel, M. Carree & A.R. Thurik (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.
 - > Wong, P. K. & P. Ho & E. Autio (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 24 (3): 335-50.
-

Ficha metodológica

08

Encuesta a población adulta 8.1

Tipo de Estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012- INE.
Total muestral	6.212 casos del año.
Fecha de trabajo de campo	Mayo-julio 2014.
Encuestador	Questio Estudios de Mercado y Opinión

Encuesta a expertos 8.2

Tipo de Estudio	Encuesta autoadministrada
Muestra	395 expertos de 8 regiones del país, más la Región Metropolitana.
Fecha de trabajo de campo	Mayo-julio 2014.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

Distribución porcentual de los expertos, según especialidad 8.3

Porcentaje	Especialidad
11,4%	Apoyo financiero
9,1%	Políticas gubernamentales
10,1%	Programas de gobierno
12,9%	Educación para el emprendimiento
11,9%	Transferencia de I+D
10,4%	Infraestructura comercial y profesional
11,9%	Apertura del mercado interno
10,4%	Infraestructura física
11,9%	Normas sociales y culturales

Expertos consultados 8.4

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que de forma desinteresada contribuyeron al presente reporte. A continuación, el listado de sus nombres en orden alfabético. Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente lista se ofrecen las disculpas correspondientes.

Abel Grant A

Adriana Kunstmann Valenzuela
 Alberto Belmar Badillo
 Alberto Martínez Quezada
 Alberto Rengifo
 Aldo Barreto Sanguinetti
 Alejandra Godoy Ibáñez
 Alejandra Von Baer
 Alejandro Cabrera
 Alejandro Proestakis
 Alejandro Rubilar Méndez
 Alejandro Sande Hitschfeld
 Alex Paredes
 Alexander Wielohorski
 Alexandra Frigerio Poblete
 Alexis Mollo Taucare
 Alfredo Devotto Moreno

Alfredo Riveros Tello

Aliro Bórquez Ramírez
 Alisson Aceituno
 Álvaro Acevedo
 Álvaro Fecci Quiroga
 Álvaro García Sepúlveda
 Amilcar Morales
 Ana María Espindola Blanco
 Andrea Murillo Neumann
 Andrés Felmer
 Andrew Youlton
 Anette Krohn
 Ansonia Lillo Tor
 Antonio Iván Videka Soler
 Any Dorador
 Ariel Capetillo Méndez
 Ayu San Martin Li

Bárbara Eytel Pastor B

Bárbara Holvoet
 Benjamín Zuleta Tapia
 Bernardina Cisternas Arapio
 Bernardita Zapata
 Bernardo Guerrero
 Berta Schnettler
 Boyd Cohen
 Breezy Vallejos
Camila Yagnam Contreras C
 Carlos Albornoz
 Carlos Araya
 Carlos Fuenzalida Cereceda
 Carlos Inquiltupa Tito
 Carlos Millar Etti
 Carlos Poblete
 Carlos Urrutia Schmauk

Carlos Varas Madrid
Carlos Varela Acevedo
Carmen Greco Silva
Carmen Phillips Sáenz
Carmen Salfate Doren
Carolina Cortés Brown
Carolina Peña
Carolina Rivera
Catalina Gutiérrez Moya
César Valdovino
Christian Díaz Ramírez
Christian Felzensztein
Claudia Becerra Pizzani
Claudia Cecilia Ávalos Paredes
Claudia Escobar
Claudio Acuña
Claudio Bello Anderson
Claudio Covacevich Ponce
Cristián Arturo Campomanes Gutiérrez
Cristián Clark Cuevas
Cristián Cortés Olivares
Cristián Larrain Goycoolea
Cristián Larroulet
Cristián López
Cristián Mundaca Gómez
Cristián Muñoz Canales
Cristián Romero Montecinos
Cristián Salas Sanhueza
Cristián Silva Madrazo
Cristián Toledo
Cristina Alfred
Dana Sierra **D**
Daniel Winkler Rosa
Daniela Hernández
Daniela Jacob Villar
Dante Carrizo Moreno
Dante Casagrande
David Pastén C.
Diego Barros
Diego Bulnes
Dominique Stephanie
Fabiani Lehuédé
Dorka Rubilar Sandoval
Douglas Ives
Edgar Estupinan Pulido **E**
Edith Parraguez Castroi

Eduardo Alamos Vera
Eduardo Araneda
Eduardo Jeria Castro
Eduardo Santander Obligado
Eduardo Silva
Elías Tefarikis Urquieta
Elisabeth Von Brand Skopnik
Elizabeth Brand Deisler
Emerson Marín Licanleo
Emilio Ricci
Emilio Yavar
Enelda Andrea Pizarro Tapia
Erich Moya Dommke
Erik Díaz
Ernestina Del Silva
Erwin Sierra
Esteban Illanes
Estela Drake Mendoza
Esther Croudo
Etienne Choupay
Evelyn Daines C.
Fabiola Vasquez **F**
Federico Iriberry
Felipe Osses Cerna
Felipe Torres Benoni
Fernando Araya
Fernando Cabrales Gómez
Fernando Contreras Jara
Fernando Núñez
Fernando Urra Jara
Fernando Vicencio Basaez
Francisco Elizalde
Francisco Isla Montoya
Franco Demaria Torres
Freddy Gutiérrez Lopez
Gabriel Martínez Herrera **G**
Gastón Díaz Godoy
Georgina Kong
Geraldo Jusakos Lazo
Gerardo Lagos
Germán Eche copar
Ghislane Merino Bascour
Gilda Oro Vergara
Giovanni Magnani
Giullio Avelli Erba
Gloria Castro
Gloria Joya García

Gonzalo Del Río Reyes
Gonzalo Flores Muñoz
Gonzalo Fuentes Medel
Gonzalo González Cartagena
Gonzalo Jiménez
Gonzalo Yun
Guillermo Baier Lavanderos
Guillermo Valdés Suárez
Gustavo Dubo G
Hardy Chávez **H**
Héctor Jerez Fernandoi
Héctor Muñoz
Héctor Silva D.
Hernán Cheyre
Hernán Kong Mac Lean
Horacio Díaz
Horacio Melo
Huda Rivas Morales
Hugo González Espinoza
Hugo Rojas Sánchez
Hugo S. Salinas
Ian Macpherson S. **I**
Igor Araya Bustamante
Inés Repetto
Ingrid Guzmán Olmos
Ingrid Von Baer
Inti Núñez
Ismael Toloza
Iván Betancourt Astete
Iván Valenzuela Díaz
Iván Vera Pinto
Ixi Rivera Olivares
Izaskun Bengoechea
Jadranka Rendic **J**
Jaime Bravo Campos
Jaime Arnaiz
Jaime Camposano
Jaime Lobos Cabero
Jaime Meruane Zumelzu
Jairo Jachura Chavez
Javier Barros Muñoz
Javier Ignacio Hasbún Abugarade
Jeanne Simon
Jenny Zepeda
Jesús Pardo
Jimena Medina Moya
Joan Gatica Navarrete

Joaquín Lavín
 John Silva Mandiola
 Jonathan Hermosilla Cortés
 Jorge Antonio Vega Donoso
 Jorge Bastías Venegas
 Jorge Díaz Monsalves
 Jorge Huerta Rodríguez
 Jorge Salomó Flores
 Jorge Santana Salazar
 José Aguirre Acuña
 José Antonio Muñoz Manríquez
 José Gómez López
 José Luis Bahamondes Barría
 José Manuel Correa
 Joshua Langenegger Carrizo
 Juan Alberto Rodríguez Silva
 Juan Arcaya
 Juan Carlos Gonzalez
 Juan Enrique Hinostroza Scheel
 Juan Ernesto Graffigna Bordigoni
 Juan Esteban Ramos Jara
 Juan Fernández Castro
 Juan Hidalgo Ugalde
 Juan Ignacio
 Juan Luis Godoy Agüero
 Juan Luza Contreras
 Juan Marcelo Castro Riquelme
 Juan Pablo Hernández G.
 Juan Pablo Silva Prado
 Juan Pincheira Muñoz
 Juan Vásquez Vera
 Juan Yamil Sandoval Nehme
 Julio Silva Pérez
Karen Montalva Rail **K**
 Karen Vargas Santander
 Karina Arratia Neira
 Karina Sandoval Henríquez
 Karla Fernandini
 Kenneth Gent Franch
Leda Guzmán **L**
 Leonel Cortés Carpio
 Leslie Forman
 Lily Virginia Paz Vilela
 Loraine Bernhardt Krebs
 Lorena Moreira Araya
 Loreto Morales Acevedo
 Lucas Silva Sepúlveda
 Luis Alberto Gallegos
 Norambuena
 Luis Alejandro Berardi
 Luis Ayet Blanchard
 Luis Cruces Espejo
 Luis Edgardo Cortés Caroca
 Luis Flores Cabezas
 Luis González Alquinta
 Luis Guzmán Contreras
 Luis Morales Vergara
 Luis Roberto Reveco Sepúlveda
 Luis Torralbo Barría
Macarena Ciudad Pavez **M**
 Manuel Farías
 Manuel Farías
 Manuel Perines Peña
 Manuel Pino León
 Manuel Young Anze
 Marcela Araneda Fierro
 Marcela Carreño
 Marcela Jofré
 Marcela Puz León
 Marcela Ramos Pizarro
 Marcelo Cortés Moreno
 Marcelo Galleguillos
 Marcelo Guital Prieto
 Marcelo Ubilla Rebolledo
 Marcelo Zepeda Montalva
 Marco Chandía Bascuñán
 Marco Morales Vargas
 Marcos Gómez Barrera
 Marcos Vera
 María Alejandra Bustamante Z.
 María Alejandra López Pazos
 María Bustos
 María Carla Arellano Garrido
 María de los Angeles Romo
 María José Gutiérrez Reyes
 María José Urrutia Rivas
 María Pía Balanda Miranda
 Mario Consigliere Bozzolo
 Mario Dorochesi Fernandois
 Mario Jara
 Maritza Gómez Opazo
 Maritza Obando
 Martín Vender Acevedo
 Matías Ríos
 Mauricio Silva Malig
 Miguel Carrasco
 Miguel Ghione
 Miguel Maluje
 Miguel Rubilar Rubilar
 Milena Mollo Jachura
 Mimy Mayol
 Mónica González
Neivi Molina **N**
 Nelson Rojas Velis
 Nivaldo Guaita Godoy
 Nicolás Salinas Sepúlveda
 Nicole Pinaud
 Nicole Toledo
 Noelia Lara Sanhueva A.
 Norman Dabner
Olga Pizarro Stieповic **O**
 Oliver Varela Madariaga
 Omar Eugenio Sagredo Núñez
 Orlando Neira Cuevas
 Oscar Alvarado Fernández
 Oscar Torres Cortés
 Osvaldo Abdala Valenzuela
Pablo Alejandro Vásquez
Saavedra **P**
 Pablo Arancibia Mattar
 Pablo González
 Pablo Reyes Arellano
 Pablo San Martín Mosqueira
 Patricia Castillo Ochoa
 Patricia Alanis
 Patricia Carey Valenzuela
 Patricia Martínez Barber
 Patricia Olivares
 Patricio Herrera González
 Patricio Pizarro
 Paulina Madariaga
 Paulina Martínez
 Pedro Leopoldo Nickelsen Dessy
 Pelayo Covarrubias Correa
 Petri Salopera
 Pía Bravo Castro
 Pía Rojas Muñoz
 Pilar Campos Gracia
 Pilar Majmud
Raúl Allard Soto **R**
 Raúl Contreras H.

René Godoy Alday
Reynaldo Cabezas
Reynaldo Córdova Espinoza
Ricardo Cepeda
Ricardo Muñoz Miranda
Ricardo Ovalle Cubillos
Ricardo-Franco Mendoza-García
Richard Godoy
Roberto Calderón Ortiz
Roberto Galleguillos Hernández
Roberto Pino León
Roberto Pizarro Díaz
Roberto Varas Ventura
Rodrigo Andrés Muñoz Contreras
Rodrigo Barra Nova
Rodrigo Behncke Concha
Rodrigo Carrasco Junge
Rodrigo Díaz Bogdanic
Rodrigo Díaz Valenzuela
Rodrigo Jara Donoso
Rodrigo Madrid
Rodrigo Sánchez Giraldez
Rodrigo Valenzuela Benítez
Rosemarie Junge
Roxana Espinosa González
Roxana Toro Barrientos
Salvador Achondo Larraín **S**
Sandra Díaz Ortega
Sebastián Cortés Osorio
Sebastián Gilbert
Sebastián Opazo
Sergio Cabezas Ferrari
Sergio Draguicevic
Sergio González Carvajal
Sergio Pino Vergara
Sergio Torres Maldonado
Silvia Merlet Vega
Soledad Etchebarne
Sonia Saavedra Sánchez
Steve Baeza
Tamara Rojas Abarca **T**
Tamara Sepúlveda Morales
Tania Andrea Avilés Zúñiga
Teresa Collados
Tomás Bradanovich Pozo
Valeska Geldres Weiss **V**
Vento Consultores Ltda

Verlo Araya Jofré
Verónica Asis Varela
Verónica Larrañaga Ruiz
Viana Beratto Villagra
Vicente Navarro Koschitzky
Vicente Valdés
Víctor Manuel Mora Padrón
Víctor Melinao
Víctor Ponce Toledo
Víctor Ramos Castillo
Víctor Villagrán
Vlado Mirosevic Verdugo
Waldo Alfaro Alfaro **W**
Williams Briceño Romero
Ximena Cruz Schmidt **X**
Yenny Estay Palacios **Y**
Yeny Osorio Lozan
Yordanka Barrios González
Yorka Uribe Díaz



Más información del GEM Chile

09

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el
Instituto de Emprendimiento, Facultad de Economía y Negocios,
Universidad del Desarrollo.

<http://www.gemchile.cl/>
Contacto: Adriana Abarca Montero
Coordinadora
aabarca@udd.cl
Tel: (562) 2 32 79 801

Equipo GEM Chile 9.1

Desde el año 2007 en adelante, el proyecto GEM Chile ha incorporado una perspectiva regional generando alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan los equipos regionales y sus respectivos investigadores, que participaron en el ciclo 2014.

Región	Institución	Equipo
Región de Arica y Parícuta	Universidad de Tarapacá	Vesna Karmelic Dante Choque Ximena Vega Roberto Gamboa
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega Fernando Rosales Alberto Martínez Evadil Ayala
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Atienza
Región de Atacama	Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama	Carolina Blanco Nicolás Cabrera
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Jorge Cea Valencia Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Adriana Abarca
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza
	Universidad Técnico Federico Santa María, Sede Concepción	Patricio Rojas
	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Adriana Abarca
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Claudia Gómez Víctor Valenzuela

Colaboradores

10

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

Universidad del Desarrollo



Universidad del Desarrollo

La Universidad del Desarrollo, UDD, se fundó en 1990 y, desde sus inicios, su objetivo fue contribuir al desarrollo económico, social y cultural de nuestro país a través del cultivo, perfeccionamiento y enseñanza de las ciencias y las artes. Convencida de que el emprendimiento es una de las variables clave del desarrollo y que debe ser un sello para los nuevos profesionales, en 2001 suscribió un convenio con Babson College, universidad número uno en la enseñanza del espíritu emprendedor, lo que ha permitido que hoy todas las carreras que imparte esta casa de estudios reciban cursos formales de esta materia.

En el año 2008, se estableció un acuerdo con la Global Entrepreneurship Research Association mediante el cual la UDD pasa a ser global sponsor del proyecto GEM internacional, lo que ratifica el compromiso institucional con la investigación sobre emprendimiento.

En el año 2010, la UDD firma una alianza estratégica con el Stanford Technology Ventures Program (STVP), el centro de innovación más importante de la Universidad de Stanford. Se crea el Programa iCubo que une a las Facultades de Diseño, Ingeniería y Negocios para impulsar la innovación en la UDD, en el marco de la alianza suscrita con el STVP.

Durante los últimos años, el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado los primeros puestos a nivel latinoamericano en la enseñanza del emprendimiento en el Ranking de Escuelas de Negocios de la revista América-Economía.

Más información en: www.udd.cl

Wayra- Grupo Telefónica

Telefónica, empresa privada que tiene en su centro conectar a las personas con sus afectos e intereses por medio de la tecnología, está consciente de la importancia y el diferencial que agrega la innovación y el emprendimiento. Desde el año 2009, se ha hecho parte del Ecosistema de Emprendimiento Nacional y del esfuerzo por llevar al país al desarrollo por esta vía. Ese año apuesta por el camino de la Innovación Abierta y crea Movistar Innova, la primera Incubadora Corporativa del país. Luego, da un paso más allá, el año 2012, convirtiéndose en Wayra, la aceleradora de negocios global de Telefónica,



ca, con presencia en 13 países y una cobertura total de alrededor de 108 millones de personas.

Desde que comenzó a operar, Wayra ha recibido más de 17 mil propuestas de negocio en 20 meses, lo que equivale a casi una por hora. El año 2012 invirtió USD \$ 9.100.100 en financiamiento en emprendimientos.

Más información en: www.wayra.org

Patrocinadores

11

SOFOFA INNOVA



El mundo de hoy apunta hacia un mañana distinto. Las empresas, para crear valor, están bajo constantes presiones de cambio tecnológico, clientes más sofisticados y competencia cada día más globalizada. Con el fin de tomar ventaja de este escenario, es que debemos transitar hacia un nuevo paradigma hacia la economía del conocimiento. Lo anterior hace indispensable idear nuevas formas de producir, desarrollar nuevas industrias y dominar nuevos conocimientos.

En este contexto, nace Sofofalnova, el Centro de Innovación y Emprendimiento de Sofofa. Se funda el 3 de junio de 2010, en el Primer Encuentro Nacional de Emprendimiento e Innovación ENEI 2010, el primer Summit de Innovación de la Corporación.

Sofofalnova busca catalizar la creación de nuevas industrias y aumentar la competitividad de las actuales, mediante la difusión de las mejores prácticas, gestión de ecosistemas de valor agregado para las empresas y el país y la promoción de alianzas colaborativas entre los diversos actores de la cadena de la innovación: investigadores, fondos de inversión, incubadoras de negocios y corporativas, empresas y agencias gubernamentales; tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, aportar al cambio cultural a través de la participación en diversas instancias para aminorar el sesgo a la falla empresarial y premiar la justa toma de riesgos.

Más información en: www.sofofainnova.cl



CORFO

La Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, es un organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades.

Visión

Ser una agencia promotora del emprendimiento y la innovación de clase mundial, que acelere el desarrollo, generando mayores oportunidades para los chilenos.

Misión

Fomentar el emprendimiento y la innovación para mejorar la productividad de Chile y alcanzar posiciones de liderazgo mundial en materia de competitividad.

Más información en: www.corfo.cl

Global Entrepreneurship Monitor



www.gemchile.cl

ISBN: 978-956-7961-74-0