



REPORTE REGIONAL BÍO-BÍO 2009-2010

José Ernesto Amorós / Carlos Smith / Pedro Silva



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIONAL BÍO-BÍO 2009 / 2010

José Ernesto Amorós / Carlos Smith / Pedro Silva

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Regional Bío-Bío 2009 / 2010

Primera Edición

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción N°: 195.354
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-7961-42-9

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2009 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Arabia Saudita, Argelia, Argentina, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Cisjordania y la Franja de Gaza, Chile, China, Colombia, Corea, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Emiratos Árabes, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, Islandia, Israel, Irán, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Letonia, Líbano, Malasia, Marruecos, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Siria, Sudáfrica, Suiza, Tonga, Túnez, Uganda, Uruguay, Venezuela y Yemen. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros, están publicados en el Global Entrepreneurship Monitor 2009 Report, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

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

*Portada: La fotografía de la portada fue tomada por Miguel Gonzalez Ferrer.
Queremos agradecerle por compartir con nosotros esta fotografía.
www.miguelgonzalez.cl*

Diagramación: Trinidad Concha G.

*Impreso en Chile / Printed in Chile
Servicios de Impresión: Imprenta Diario El Sur S.A.
Dirección: Avda. Jorge Alessandri 1937, Talcahuano.
Región del Bío- Bío. Chile
Fono: (41) 2794913
Rut: 76.564.940-4*

ÍNDICE DE CONTENIDO

<i>PREFACIO</i>	7
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	8
¿Cómo es el emprendedor de la región del Bío-Bío?	10
<i>1. INTRODUCCIÓN</i>	<i>11</i>
1.1 El modelo del GEM	12
Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones	14
El contexto para el emprendimiento	15
1.2 Concepto de emprendimiento en el GEM	15
1.3 La metodología del GEM	17
1.4 La disponibilidad de datos del GEM y su sitio web	18
<i>2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL</i>	<i>19</i>
2.1 Actitudes emprendedoras	19
2.2 Actividades emprendedoras	23
Motivaciones emprendedoras	26
Distribución por sectores	29
Edad y sexo	30
Nivel educativo	33
Nivel de ingresos	34
Situación laboral de los emprendedores	35
2.3 Aspiraciones emprendedoras	37
Expectativas de crecimiento	37
Competitividad	39
<i>3. ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN EN EL MARCO DE LA CRISIS ECONÓMICA DEL 2009</i>	<i>43</i>
<i>4. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DEL BÍO- BÍO</i>	<i>47</i>
4.1 Análisis general de los factores	48
4.2 Transferencia de investigación y desarrollo	52
4.3 Apertura al mercado interno	54
4.4 Políticas de gobierno	55
4.5 Apoyo financiero	57
4.6 Protección a la propiedad intelectual	58
4.7 Educación y capacitación para el emprendimiento	59
4.8 Normas sociales y culturales	60

4.9 Programas de gobierno	61
4.10 Infraestructura comercial y profesional	63
4.11 Acceso a la infraestructura física	64
4.12 Oportunidades del emprendedor y capacidad emprendedora	65
Oportunidades disponibles	65
Capacidad de formar una nueva empresa	66
5. <i>CONSIDERACIONES FINALES</i>	68
6. <i>EXPERTOS CONSULTADOS</i>	70
7. <i>REFERENCIAS</i>	71
8. <i>ANEXO 1</i>	73
9. <i>FICHA METODOLÓGICA</i>	75
9.1 Encuesta a población adulta	75
9.2 Entrevistas a expertos regionales	75
10. <i>SOBRE LOS AUTORES</i>	76
11. <i>COORDINACIÓN DEL GEM CHILE</i>	77
12. <i>COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES</i>	78
13. <i>AUSPICIADORES</i>	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la región del Bío-Bío	10
Figura 2: El modelo del GEM	12
Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	16
Figura 4: El modelo y definiciones del GEM	18
Figura 5: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en Chile y en la región del Bío-Bío	24
Figura 6: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en las regiones participantes en el consorcio GEM Chile 2009 con un intervalo de confianza de 95%	25
Figura 7: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile	26
Figura 8: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales	27
Figura 9: Emprendedores nacientes por motivación para emprender	28
Figura 10: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales y establecidos	29
Figura 11: Actividad emprendedora en etapas iniciales según grupo de edad	30
Figura 12: Actividad emprendedora establecida según grupo de edad	31
Figura 13: Proporción de rangos de edad en actividad emprendedora	31
Figura 14: Emprendimiento en etapas iniciales y establecidos por sexo	32
Figura 15: Nivel educacional en los emprendedores de la región del Bío- Bío	33
Figura 16: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora	33
Figura 17: Nivel de ingresos y actividad emprendedora	34
Figura 18: Actividad emprendedora según ingreso familiar	35
Figura 19: Actividad emprendedora según tipo de empleo en Chile y la región del Bío- Bío	36
Figura 20: Expectativas de crecimiento en emprendimientos en etapas iniciales	37
Figura 21: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento	38
Figura 22: Novedad de los productos o servicios ofrecidos	40
Figura 23: Intensidad de la competencia esperada	40
Figura 24: Uso de nuevas tecnologías o procesos	41
Figura 25: Expectativa de expansión de mercado	41
Figura 26: Actividad emprendedora y exportación	42
Figura 27: Percepción de los efectos de la crisis en las oportunidades de negocios	44
Figura 28: Percepción acerca de las dificultades existentes para crear un negocio comparado con las existentes el año pasado	45
Figura 29: Percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio en relación a las existentes el año pasado	45
Figura 30: Efectos generales de la crisis	46
Figura 31: Evaluación del contexto emprendedor en la región del Bío- Bío	50
Figura 32: Contexto emprendedor en la región del Bío- Bío 2008-2009	51
Figura 33: Contexto emprendedor en Chile: comparativo entre la región y el país	52
Figura 34: Evaluación de la transferencia de I+D	53
Figura 35: Evaluación sobre la innovación	53
Figura 36: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes	54
Figura 37: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento	55
Figura 38: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento	57
Figura 39: Protección de la propiedad intelectual	58
Figura 40: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento	59
Figura 41: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento	60
Figura 42: Valoración social del ser empresario	61

Figura 43: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento	62
Figura 44: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento	63
Figura 45: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional	64
Figura 46: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios	65
Figura 47: Oportunidades disponibles	66
Figura 48: Capacidad de formar una nueva empresa	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Importancia de los diferentes tipos de condiciones nacionales para el desarrollo económico	14
Tabla 2: Actitudes y percepciones emprendedoras en regiones participantes de GEM Chile	20
Tabla 3: Factores de influencia en la percepción de los encuestados(as) según etapa del emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)	21
Tabla 4: Factores de percepción general de la región sobre el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)	22
Tabla 5: Actividad emprendedora en las regiones participantes en el GEM 2009	23
Tabla 6: Análisis de las políticas de gobierno relacionadas con el emprendimiento	56

PREFACIO

En el año del Bicentenario tenemos el gusto de presentar el tercer Reporte Global Entrepreneurship Monitor, GEM, de la Región del Bío-Bío correspondiente a los datos recabados durante el periodo 2009 y que es desarrollado por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo.

Después de un año 2009 complicado en materia económica, debido a la recesión en las principales economías del mundo, en Chile enfrentamos un gran desafío para reconstruir las zonas dañadas por el pasado terremoto del 27 de febrero. Sin duda la solidaridad de todos los chilenos de norte a sur es un símbolo inequívoco de la fortaleza y espíritu emprendedor de mucha gente a lo largo del país.

El GEM justamente aporta con investigación y conocimiento al estudio del emprendimiento regional. Desde el 2007 con la primera aproximación en 4 regiones, este año se han sumando equipos que incluyen las regiones de Arica y Parinacota, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Bío-Bío, Araucanía y la Región Metropolitana de Santiago. Nuestro proyecto sigue creciendo y esperamos para el ciclo 2010 tener 10 regiones del país. Este es el tercer informe de la Región del Bío-Bío y con este nuevo esfuerzo regional seguimos creyendo que el proyecto GEM

ofrece al mundo académico, empresarial y de la administración pública una mejor y más completa información sobre la situación del emprendimiento, considerado como un fenómeno que abarca desde lo local a lo global.

Queremos agradecer el soporte brindado por Babson College, la Universidad del Desarrollo y la Universidad Reykjavik, quienes en el ciclo 2009 fueron los auspiciadores globales del proyecto GEM. Asimismo, agradecemos el apoyo de la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad del Desarrollo que conformaron el equipo GEM Chile, y que han incorporado la dimensión regional en este importante proyecto. En especial queremos agradecer a Daniela Ortega que durante su estancia en la UDD, ayudó a la realización de este reporte y actualmente a Carlos Poblete en la edición del mismo. Finalmente queremos agradecer el entusiasmo, para llevar a cabo este proyecto, así como el apoyo de sus auspiciadores que, mediante esta iniciativa de investigación, promueven la actividad emprendedora en todo Chile y en especial en la Región del Bío-Bío.

*José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile*

RESUMEN EJECUTIVO

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es el mayor proyecto de investigación mundial que analiza la propensión de la población de un país para participar en las actividades emprendedoras. A la fecha el GEM es uno de los pocos proyectos académicos que permite tener datos armonizados comparables a nivel internacional, de manera sistemática y de forma anual. Este proyecto fue ideado en 1997 por investigadores de la London Business School y Babson College, EE.UU., y el primer estudio del GEM fue constituido por un grupo de 10 países en el año 1999. Desde aquel entonces el GEM se ha transformado en un consorcio constituido por más de 70 equipos nacionales. En 2004, London Business School y Babson College transfirieron el capital intelectual del GEM a la Asociación de Investigación en Emprendimiento Global (GERA por su sigla en inglés), la cual es una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales, más las dos instituciones fundadoras y las instituciones patrocinantes.

En Chile, el proyecto GEM se inició en el año 2002 y para el ciclo 2009-2010 fue coordinado por la Universidad del Desarrollo y la Universidad Adolfo Ibáñez. Desde el año 2007, GEM Chile ha incorporado el análisis de la actividad emprendedora en regiones, generando alianzas con prestigiosas Universidades e Instituciones regionales que han permitido que actualmente se estudie la actividad emprendedora en 7 regiones del país: Regiones de Arica y Parinacota, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Bío-Bío y Región de la Araucanía.

El GEM hace una recolección de información primaria relevante sobre el emprendimiento. Esto a través del uso de dos metodologías: la primera

es una encuesta aleatoria, la cual consiste en aplicar un cuestionario estructurado a una muestra compuesta por adultos mayores de 18 años. Esta encuesta se conoce como APS y se aplicó a 5000 personas. La segunda metodología consiste en la aplicación de una encuesta a expertos, también conocida como NES, sobre temas específicos del contexto para el emprendimiento en el país. Cabe mencionar que en este ciclo del GEM se encuestó a 293 expertos y expertas de las 7 regiones pertenecientes a GEM Chile. Estas metodologías permiten que, a diferencia de otros estudios, el GEM se focalice en la figura del emprendedor, adoptando una aproximación comprensible y considerando cual es el grado en que las personas de un país o determinada región se involucran en actividades emprendedoras. El GEM permite identificar diferentes tipos y fases del emprendimiento. Una primera fase se denomina emprendedores en etapas iniciales que es la proporción de la población adulta nacional que es dueña de un negocio que no supera los 3,5 años de antigüedad, mientras que se considera un emprendedor establecido como todo aquel que es dueño de un negocio que supera los 3,5 años de antigüedad.

Principales Conclusiones

1. En la región del Bío-Bío, el 69,85% de la población entre los 18 y 64 años considera que los emprendedores gozan de un alto nivel de reconocimiento y respeto social y el 57,48% considera que tiene las habilidades y conocimientos para iniciar un nuevo negocio. No obstante, el 31,73% declara que un obstáculo para emprender es el miedo al fracaso.

2. Un 14,37% de la población de la región del Bío-Bío entre los 18 y 64 años está involucrada en una actividad emprendedora en etapas iniciales, es decir negocios que tienen entre 3 meses y 3,5 años de existencia. Esta cifra es similar, aunque levemente menor, a la observada a nivel nacional que es de 14,9%

3. De los emprendedores de la región, el 69,89% declara haber iniciado su negocio motivado por una oportunidad, mientras que el 30,1% declara haberlo hecho motivado por una necesidad.

4. El perfil promedio del emprendedor de la región del Bío-Bío se puede describir como una persona del sexo masculino, cuya edad promedio oscila entre los 25 a 34 para el caso de los emprendedores en etapas iniciales y de 45 a 54 años para los establecidos, con al menos estudios secundarios y cuyo negocio se orienta al sector de servicios al consumidor y transformación.

5. El mayor porcentaje de los emprendedores de la región se concentra entre los niveles socioeconómicos D y E. A nivel nacional lo que se observa es que los sectores de la población con mayor proporción de emprendedores son D y C3.

6. En la región, cerca del 45% de los emprendedores en etapas iniciales, y 74% para el caso de

los establecidos, declara tener un negocio como auto-empleado.

7. En cuanto a las aspiraciones emprendedoras de la región, cerca del 20,98% de los emprendedores en etapas iniciales tiene altas expectativas de crecimiento, es decir, pretende generar 10 o más puestos de trabajo en los próximos 5 años.

8. Cerca del 55% de los emprendedores tanto en etapas iniciales como en establecidos, considera que los servicios o productos que ofrece son novedosos para todos sus clientes.

9. En cuanto al contexto emprendedor regional, la opinión de los expertos señala que los indicadores mejor evaluados son el acceso a la infraestructura física, infraestructura comercial y profesional y programas de gobierno.

10. Finalmente, en la opinión de los expertos, los factores que perjudican la actividad emprendedora apuntan hacia la transferencia de I+D, acceso al mercado y políticas de gobierno. Estas opiniones se orientan hacia aspectos estructurales en la generación y gestión de políticas públicas pro-emprendimiento así como a la capacidad de generar nuevo conocimiento y ponerlo al servicio de las nuevas empresas.

¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DEL BÍO-BÍO?

FIGURA 1: Las 10 características del emprendedor en la región del Bío-Bío



1. INTRODUCCIÓN

Sin duda el 2009 y el primer trimestre del 2010, serán recordados por dos grandes experiencias ligadas a momentos de crisis. Durante el 2009, como país nos vimos afectados por una crisis financiera que recayó en una recesión económica y que no sólo nos perjudicó a nosotros, sino que también afectó a muchos países alrededor del mundo y, luego, el primer trimestre del 2010, será recordado por el catastrófico terremoto que afectó a la zona centro - sur de nuestro país y que generó alguno de sus efectos más catastróficos en la región del Bío-Bío. Si bien, los efectos de estas crisis, sobre todo los del terremoto, aún no se saben con exactitud, lo cierto es que tanto el mundo público, la esfera privada y/o la sociedad civil han tenido y seguramente, seguirán teniendo que redoblar los esfuerzos para salir de estas crisis. En este contexto, las actividades emprendedoras y en especial la figura del emprendedor vuelven a aparecer en este complejo escenario económico.

En la actualidad, es ampliamente aceptado que el emprendimiento es una fuerza importante en la generación de cambios económicos y sociales y la relación entre emprendimiento y desarrollo aún está lejos de ser comprendida del todo. Paralelamente, los esfuerzos por desentrañar estas complejas relaciones han sido particularmente obstaculizados por la carencia de bases de datos armonizadas sobre emprendimiento en los diversos países, carencia que se profundiza a nivel regional. Desde el año 1997, el proyecto GEM ha procurado subsanar esta carencia por medio de la recolección de información relevante, focalizándose en tres objetivos fundamentales:

1. Medir las diferencias en los niveles de actividad emprendedora entre países y regiones dentro de un país.
2. Develar los factores determinantes de los niveles nacionales y regionales de la actividad emprendedora.
3. Identificar las políticas nacionales y regionales que pueden mejorar los niveles de la actividad emprendedora.

Los análisis tradicionales de crecimiento económico y competitividad han tendido a relegar el rol jugado por nuevas y pequeñas empresas en la economía. El GEM adopta una aproximación comprensible y considera el grado en que estas empresas son relevantes dentro del contexto económico de un país y de una región, identificando diferentes tipos y fases de emprendimiento.

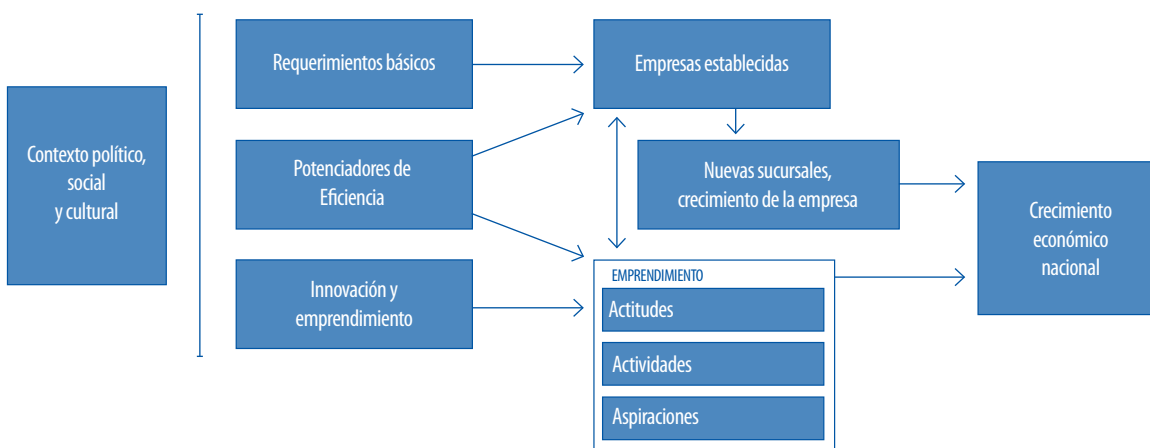
Asimismo, el GEM dentro de su modelo conceptual explora el rol de la actividad emprendedora en la economía y, como ya se ha mencionado, pone especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, su modelo reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de los países, las diferencias en el rol y naturaleza del emprendimiento. Por esta razón, el GEM para distinguir a los países utiliza las tres fases principales del desarrollo económico, tomadas del Reporte Global de Competitividad (GCR por su siglas en inglés) del Foro Económico Mundial: economías basadas en recursos, economías basadas en la eficiencia y, finalmente, las economías basadas en la innovación. Naturalmente, se observa que a medida que un país se desarrolla, tiende a pasar de una fase a la siguiente.

1.1 EL MODELO DEL GEM

Alrededor del mundo existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo; esto porque se sabe que gran parte de los emprendedores impulsan y dan forma a los procesos de innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía e incluso, hacen que las empresas establecidas deban actualizarse, generando una contribución indirecta a la productividad. Debido a esta situación, es ampliamente aceptado que los emprendedores realizan una importante contribución a la creación de empleos.

No obstante, a pesar de su importancia, la contribución de los emprendedores a la economía también varía en relación a la fase de desarrollo económico. Como se mencionó, el modelo del GEM hace una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) y el GCR: “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”. Cada una de estas etapas también posee diferentes características, las cuales se ven reflejadas en distintos aspectos de la actividad productiva. Como se muestra en la **Figura 2**, el Modelo del GEM recoge estas características para tratar de medir el efecto del emprendimiento en el crecimiento económico de los países.

FIGURA 2: El modelo del GEM



El modelo del GEM remarca que el emprendimiento está compuesto por actitudes, actividades y aspiraciones personales que están directa e indirectamente involucradas en actividades emprendedoras. A su vez, esto depende de la sofisticación e innovación que haya en la economía nacional y/o regional, lo que a su vez también depende de cierto contexto político, social y cultural. Esto no implica que una economía “más desarrollada” no requiera de los elementos básicos y de eficiencia para llegar a una “economía emprendedora basada en la innovación. Por ejemplo, existe la idea que

el nivel de actividad de auto-empleo impulsada por la necesidad es alto, cuando los niveles de desarrollo económico son bajos, esto porque es posible que una economía no sea capaz de sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad. De este modo, a medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad gradualmente declinan debido al aumento de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto.

CUADRO 1: El rol del emprendimiento y las áreas de política pública en diferentes fases del desarrollo económico

Los detalles de cuál es el rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico y cómo estos se enfocan y traducen en la política pública, se explica a continuación.

1. El emprendimiento en las economías basadas en recursos

El desarrollo económico consiste en cambios en la calidad y el carácter del valor económico añadido (Lewis, 1954). Tales cambios tienen una mayor productividad, un aumento de los ingresos per-cápita y, frecuentemente, coinciden con el desplazamiento de la fuerza de trabajo a lo largo de diferentes sectores económicos, por ejemplo de los sectores primarios y extractivos al sector manufacturero y, finalmente, al sector servicios (Gries y Naude, 2008). Países con bajos niveles de desarrollo económico tienen tradicionalmente un gran sector agrícola que mayoritariamente vive en las áreas rurales. Esta situación cambia cuando la actividad industrial comienza a desarrollarse, frecuentemente en torno a la industria extractiva. Esto precipita el desarrollo económico, estimulando a la población agrícola excedente a migrar hacia los sectores extractivos y emergentes de baja escala, los cuales están frecuentemente localizados en regiones específicas. La sobreoferta de trabajo resultante alimenta la generación de emprendimientos de subsistencia en las aglomeraciones regionales, en la medida que los trabajadores excedentes procuran crear oportunidades de autoempleo como una vía para subsistir.

2. Emprendimiento en economías basadas en la eficiencia

A medida que el sector industrial se sigue desarrollando, comienzan a surgir instituciones que apoyan una mayor industrialización y la búsqueda de una mayor productividad por medio de economías de escala. Típicamente, las políticas económicas nacionales en los sectores económicos intensivos en

“economías de escala” diseñan sus políticas e instituciones económicas y financieras para favorecer principalmente a las grandes empresas nacionales y a medida que la productividad económica creciente contribuye a la formación de capital financiero se pueden abrir nichos en las cadenas de suministro industrial que sirven a esas empresas. Esto, combinado con el surgimiento de fuentes independientes de capital financiero por parte del sector bancario emergente, expandiría las oportunidades para el desarrollo de un sector manufacturero de pequeña y mediana escala. Así, en una economía intensiva en eficiencias de economías de escala, uno podría esperar que la actividad industrial, basada en necesidad, bajase gradualmente y dejara lugar a un emergente sector manufacturero de pequeña escala.

3. Emprendimiento en economías basadas en innovación

A medida que una economía madura y la riqueza aumenta, uno podría esperar que el énfasis en la actividad industrial gradualmente pase hacia una expansión del sector de servicios que atiende las necesidades de una población pudiente y creciente, que suministre los servicios que normalmente son requeridos por una sociedad de alto nivel de ingresos. El sector industrial, por su parte, evoluciona y experimenta progresos en variedad y sofisticación. Un desarrollo así, estaría típicamente asociado con una creciente actividad en investigación y desarrollo y en la intensidad en el uso de los conocimientos. Este desarrollo económico abre el camino para una actividad emprendedora innovadora y basada en la búsqueda de oportunidades reales de negocio. En la medida que las instituciones económicas y financieras son capaces de adaptarse y apoyar la actividad emprendedora basada en la búsqueda de oportunidades, nuevos emprendimientos innovadores pueden emerger, actuando como los impulsores principales del desarrollo económico y la creación de riqueza (Henrekson, 2005).

Por otro lado, y dado que las actividades emprendedoras varían con el desarrollo económico, los responsables de las políticas nacionales tienen que adaptar sus programas socio-económicos al contexto del desarrollo de su país. A continuación, se ofrece una guía sencilla de cuáles pueden ser las prioridades para cada fase del desarrollo económico. Considerando que el emprendimiento también puede ser favorable en las economías impulsadas por factores básicos, no

hay que olvidar que condiciones previas como la educación primaria y salud básica son necesarias y deberían tener prioridad, dado que el emprendimiento es poco probable que aporte mejoras sustanciales en la creación de riqueza si los requisitos básicos se encuentran en mal estado. Por la misma razón, la búsqueda de eficiencia debe ser el foco de los gobiernos en los países en desarrollo, ya que esto llevaría a un entorno más sostenible para los empresarios.

Tabla 1: Importancia de los diferentes tipos de condiciones nacionales para el desarrollo económico

	Requerimientos básicos	Mejoradores de la eficiencia	Condiciones para el emprendimiento
Economías basadas en recursos	Foco principal	Desarrollar	Iniciar
Economías basadas en la eficiencia	Mantener	Foco principal	Desarrollar
Economías basadas en innovación	Mantener	Mantener	Foco principal

Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones

En la literatura reciente, y a lo largo del tiempo, pueden encontrarse diversas definiciones de emprendimiento. No obstante, desde Cantillón (1755) hasta las más recientes visiones sobre el emprendimiento -que resaltan la naturaleza multifacética y holística del emprendimiento- se han identificado diversos elementos comunes (Godin y otros, 2008). Tomando en cuenta muchos de estos conceptos el Modelo del GEM identifica tres componentes principales del emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2009), en donde, una combinación de estos componentes y su interrelación conforman un sistema.

- **Actitudes emprendedoras** son actitudes positivas hacia el emprendimiento. Por ejemplo, el grado en que las personas piensan que hay buenas oportunidades para comenzar un negocio, o el grado en que asignan un alto estatus y reconocimiento a los emprendedores, pueden ser consideradas actitudes emprendedoras. Otras actitudes relevantes podrían incluir el nivel de riesgo que la persona está dispuesta a soportar y la percepción que las personas tienen de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.

Las actitudes hacia el emprendimiento son importantes porque expresan el sentimiento general de la población hacia los emprendedores y su actividad. Es importante para los países y las

regiones tener personas que puedan reconocer valiosas oportunidades de negocio y que perciban en sí mismas la existencia de habilidades requeridas para explotar dichas oportunidades. Además, si las actitudes hacia el emprendimiento son positivas, esto generará apoyo cultural, recursos financieros, y beneficios de red para aquellos que son realmente emprendedores o quieren comenzar un negocio.

- **Actividades emprendedoras**, por su parte, son multifacéticas, sin embargo, un aspecto importante es el grado en que las personas están creando nuevas actividades de negocios, tanto en términos absolutos como en relación a otras actividades económicas. Dentro de este aspecto se pueden distinguir diferentes tipos de actividades emprendedoras. Por ejemplo, la creación de negocios puede variar según sector industrial, tamaño del equipo fundador, el hecho que si el nuevo emprendimiento es legalmente independiente de otros negocios, así como también en las características demográficas del fundador, como género, edad o educación.

La actividad emprendedora suele ser vista como un proceso más que un acontecimiento aislado. Esta es la razón por la cual el GEM mide las intenciones emprendedoras, así como la actividad de negocios en la fase naciente, nueva y establecida.

- **Aspiraciones emprendedoras**, en tanto, reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad empresarial. Por ejemplo, los emprendedores tienen diferentes aspiraciones con respecto a su negocio como son el grado de innovación que tendrán sus productos o servicios, nuevos procesos productivos, el procurar acceso a mercados externos o cómo financiar el crecimiento del negocio. No obstante, de concretizarse estas aspiraciones, pueden afectar significativamente el impacto económico de estas actividades emprendedoras.

El contexto para el emprendimiento

El modelo del GEM resalta la relevancia de las denominadas Condiciones de Marco para el Emprendimiento (EFCs por sus siglas en inglés) como un indicador del potencial de un país o región para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y

otros, 2009). Las EFCs reflejan las principales características del ambiente socio-económico del país o región, las cuales pueden tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. Las condiciones regionales relevantes para la actividad económica basada en los recursos y en la eficiencia se han adoptado de las mismas que remarca el Global Competitiveness Report (GCR) 2009-2010 (Schwab 2009).

A nivel regional, es importante reconocer que los tres principales tipos de actividad económica, la basada en recursos, basada en eficiencia y basada en innovación, están presentes en todas las economías regionales (por supuesto, también en las nacionales), pero su prevalencia relativa –y contribución al desarrollo económico– varía.

De este modo, a medida que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más y más relevantes, otras condiciones, que son denominados reforzadores de la eficiencia, aseguran que un funcionamiento adecuado del mercado se vuelva algo importante. Aún cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento, en el sentido que le dio Schumpeter (destrucción creativa), sí están indirectamente relacionadas, en cuanto, al desarrollo de los mercados y cómo éste atraerá más emprendimientos.

1.2 CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO EN EL GEM

La sección anterior mostró que el emprendimiento es un fenómeno complejo que se extiende a una variedad de contextos. Frente a esto, el GEM adopta una visión amplia del emprendimiento y se focaliza en el rol jugado por diferentes individuos en el proceso emprendedor. A diferencia de la mayoría de las bases de datos sobre emprendimiento que miden las empresas pequeñas y nuevas, el GEM estudia las características de las personas con respecto al comienzo y gestación de un negocio. Esto lo diferencia de otras bases de datos, muchas de las cuales recopilan información a nivel de la firma y sobre la inscripción de nuevas empresas. Las nuevas empresas son, en la mayoría de los casos, iniciadas por individuos. Aún en el

caso de organizaciones establecidas, las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras varían de acuerdo a las personas.

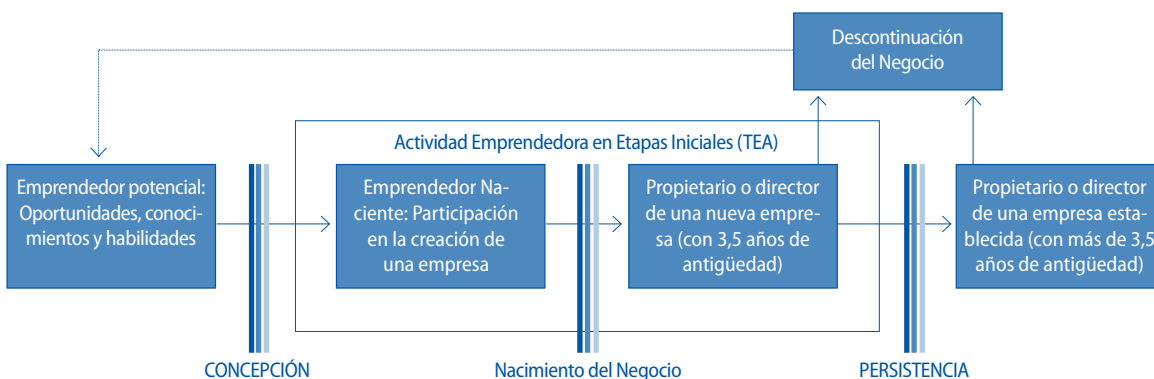
Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM compara más allá de actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. También analiza actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del emprendimiento, desde las intenciones generales hasta una fase inicial o “naciente” de los negocios que están en gestación, siguiendo con los nuevos negocios que pueden ser identificados como aquellos que han comenzado operaciones, hasta la fase del negocio establecido y posiblemente la discontinuación del negocio.

Un emprendedor que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo el proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes de que el negocio sea 100% operativo. Alguien que recién comienza un emprendimiento y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de no tener aspiraciones de gran crecimiento. Por otra parte, una persona

puede ser el dueño de una empresa establecida que ha estado en los negocios por un número significativo de años y todavía innova, es competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento. Esta persona sigue siendo un emprendedor. El GEM suministra un paraguas bajo el cual una variedad de características emprendedoras, tales como motivación, innovación, competitividad, y aspiraciones de alto crecimiento, pueden ser estudiadas sistemática y rigurosamente.

Dentro de este contexto, la recolección de datos del 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, es decir Emprendedor Naciente; cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres meses, pero por no más de 42 meses es considerado 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 o bien Emprendedores Establecidos. La **Figura 3** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Figura 3: 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 emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad del negocio. Los que han pagado salarios y sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos. 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; uno de los indicadores más reconocidos del proyecto. El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus acciones pueden tener un efecto beneficioso en la economía, en tanto la amenaza de nuevos ingresos y más competencia pueden poner presión a las firmas establecidas para que mejoren su desempeño.

Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como “dueños de negocios establecidos”. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado de ser nuevos. Una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de la firma. De cualquier manera, esto no es necesariamente el caso. Si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora de etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora. Para mayor información acerca de los diferentes conceptos que mide el GEM, ver el Anexo 1.

1.3 LA METODOLOGÍA DEL GEM

Una vez que se ha definido el modelo general y las principales definiciones, se explica la metodología que sigue el proyecto GEM. El proyecto tiene dos instrumentos con los cuales recopila información primaria, es decir, datos di-

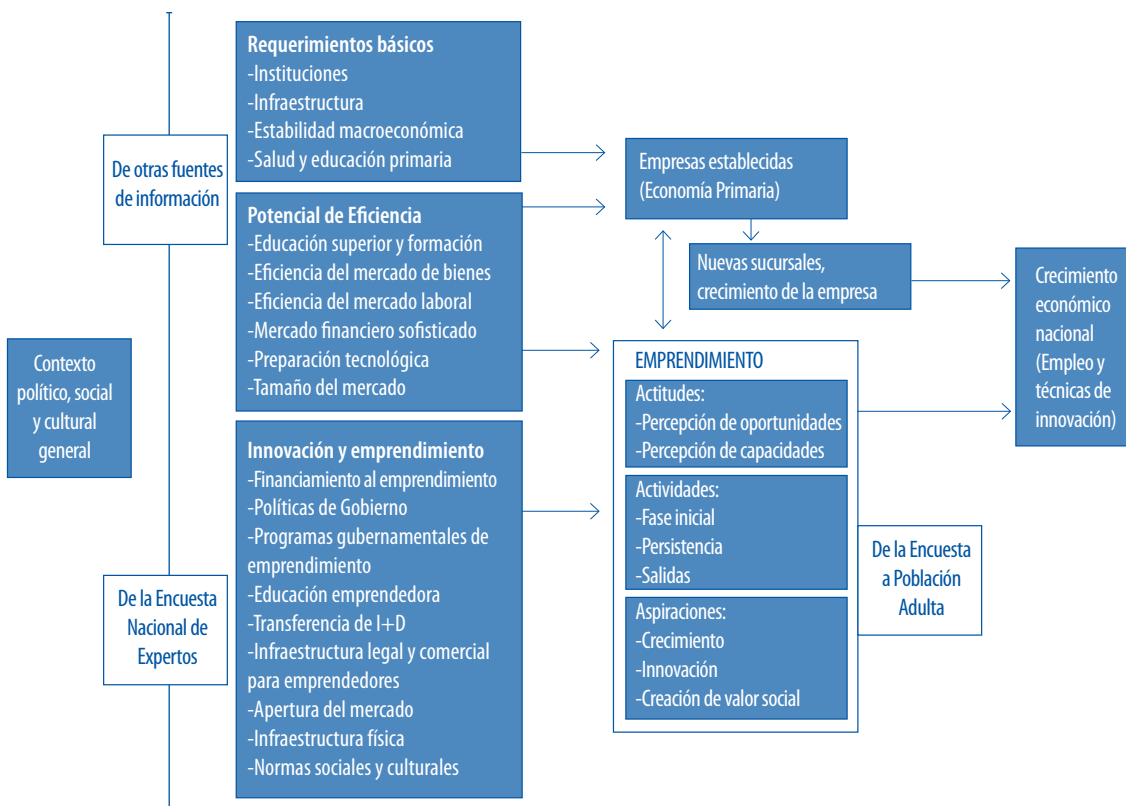
rectamente de la fuente de estudio. El primero de estos instrumentos es denominado Encuesta a la Población Adulta y el segundo se denomina Encuesta a Expertos. Adicionalmente, el GEM utiliza diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento y hacer comparaciones con otros datos relevantes a nivel internacional.

La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2000 adulto mayores de 18 por cada país participante en el proyecto, a nivel regional se obtiene una proporción de la población en base a los datos proporcionados por el CENSO del 2002 y en las regiones participantes del GEM se hace un sobremuestreo de 500 casos. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia- el emprendimiento. La encuesta entrega los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de este contexto internacional.

La Encuesta Nacional de Expertos (National ExpertSurvey, NES) es una encuesta de tipo cualitativa, ya que recoge información de las condiciones del marco emprendedor, es decir, el contexto emprendedor de cada país. Esta es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 personas que son catalogadas como expertos y expertas a nivel regional, ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país o bien porque son emprendedores de gran trayectoria que han “vivido en carne propia” el proceso emprendedor.

Teniendo en cuenta las definiciones y la metodología, se muestra el Modelo del GEM completo que a manera de resumen, recoge cada uno de los elementos descritos así como los instrumentos metodológicos utilizados.

Figura 4: El modelo y definiciones del GEM



1.4 LA DISPONIBILIDAD DE DATOS DEL GEM Y SU SITIO WEB

Como ya se ha explicado, el GEM es un consorcio de equipos nacionales que forman parte del Global Entrepreneurship Research Association, GERA. Este año el informe del GEM incluye a 54 países. Más de 180.000 adultos alrededor del mundo fueron entrevistados y contestaron preguntas sobre su actitud y el nivel en que están involucrados en la actividad emprendedora.

Gracias al esfuerzo y la dedicación de cientos de académicos y personas interesadas del fenó-

meno del emprendimiento, así como asesores en la formulación de políticas públicas a través del mundo, el consorcio del GEM consiste de una red articulada que construye una única base de datos. Los datos de contacto, los Resúmenes Nacionales y Regionales del GEM 2009, y los micros-sitios de cada equipo nacional y regional, pueden ser encontrados en www.gemconsortium.org. Toda la información sobre el proyecto en Chile está disponible en www.gemchile.cl (Amorós y otros, 2010).

Tanto el sitio Web del GEM Global como el GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL

Este capítulo muestra el estado de las actitudes, las actividades, y las aspiraciones emprendedoras en la región del Bío-Bío y establece una comparación con las observadas en las otras regiones participantes del consorcio GEM Chile. Las dos primeras secciones de este capítulo analizan de forma general las actitudes y las actividades emprendedoras de la región y a nivel nacional. La última sección estudia las aspiraciones emprendedoras. Cabe mencionar, que toda la información publicada por GEM Chile en esta sección corresponde a los principales resultados obtenidos de la Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey), APS, del año 2009.

2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

Para que en un país y sobre todo, en una región la actividad emprendedora se desarrolle, es necesario que tanto las oportunidades, las actitudes y las capacidades emprendedoras estén presentes. Sin embargo, es igualmente importante que las personas perciban estas oportunidades y que se reconozcan capaces de materializar el emprendimiento.

No obstante, hay más factores en juego. A modo de ejemplo está la cantidad de empresarios exitosos que las personas ven en su entorno más cercano o a través de los medios de comunicación. Esta situación genera que las personas mejoren o reafirmen las percepciones acerca de sus propias capacidades, aun cuando muchas veces no incrementen sus capacidades reales para emprender. Por otra parte, también, entran en juego las diferencias demográficas, sobre todo las relacionadas

con el desarrollo socio-histórico de los países o razones económicas o culturales. Dado esto, es muy frecuente encontrar diferencias entre regiones. Frente a este contexto, los programas de políticas para el emprendimiento se deben orientar hacia los grupos que presenten menores capacidades para emprender.

Por otra parte, el hecho que una persona tenga una actitud positiva hacia el emprendimiento no significa que él o ella efectivamente vayan a iniciar un negocio. Cuando una persona decide emprender lleva a cabo una serie de evaluaciones que, en algunas ocasiones, pueden ser conscientes y en otras no. En primer lugar, se lleva a cabo una evaluación de los costos de oportunidad, los cuales incluyen la comparación de los retornos esperados de la actividad emprendedora frente a los esperados en una ocupación diferente, por ejemplo, ser empleado. Comúnmente, las personas prefieren ser empleados en vez de ser empleadores, especialmente en países donde las actividades empresariales son, por lo general, no muy gratificantes. En ocasiones, aún cuando la recompensa esperada del emprendimiento es considerablemente mayor, los riesgos de emprender pueden ser demasiado altos para quien está pensando iniciar un nuevo negocio. Esto porque los riesgos individuales son un factor importante en el paso de un negocio potencial a uno real (Khilstrom y Laffont, 1979).

Aspectos como los mencionados, pueden llevar a que una persona concrete el desarrollo de un negocio. Pese a lo anterior, generalmente en los países más pobres, el emprendimiento es una necesidad, debido a las escasas alternativas viables para generar cierto nivel de ingresos.

Sin embargo, no existe un patrón general que describa una secuencia de evaluación o decisiones, así como tampoco hay respecto a los pasos para iniciar un negocio. De hecho, es posible que quienes a priori no veían oportunidades para desarrollar un negocio, decidan iniciarlo cuando se presenta la ocasión.

La **Tabla 2** muestra varios indicadores del GEM en temas de actitud emprendedora para cada una de las regiones. Se puede observar cómo algunas regiones tienen una percepción más favorable hacia el emprendimiento, pero otras tienen bajos índices de iniciativa emprendedora.

Como se observa en la **Tabla 2**, la región del Bío-Bío presenta indicadores muy parecidos a los observados a nivel nacional, destacándose el reconocimiento a los emprendedores exitosos, donde incluso se coincide en el porcentaje. No obstante, las cifras también nos permiten inferir que en la región, las personas se perciben menos capaces de emprender con respecto a la media nacional,

presentan mayores tasas de miedo al fracaso, pero tienen más intenciones para emprender que las observadas en el promedio del país. A partir de esta situación se puede interpretar que la población adulta de la región, si bien perciben la existencia de oportunidades y tienen intenciones de emprender, son temerosos al momento de tomar la decisión para desarrollar el negocio.

La **Tabla 3** muestra los porcentajes de personas diferenciados por la relación que ellas tienen con la actividad emprendedora, a nivel nacional y para la región. De este modo, se hace un análisis diferenciado de ciertos indicadores relacionados con las actitudes emprendedoras en función de si la persona tiene, o no, algún grado de relación con la actividad emprendedora, ya sea porque ha financiado algún emprendimiento, es un emprendedor naciente, un nuevo empresario o es un emprendedor establecido. El análisis de esto muestra la existencia de diferencias entre las personas según su nivel de relación con el emprendimiento.

Tabla 2: Actitudes y percepciones emprendedoras en regiones participantes de GEM Chile

	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso *	Intenciones emprendedores **	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
Arica y Parinacota	49	70	26	47	87	76	52
Antofagasta	74	66	21	46	84	69	45
Coquimbo	56	56	25	39	87	67	42
Valparaíso	50	67	31	40	85	74	49
Metropolitana	53	66	30	44	87	71	47
Bío-Bío	51	57	32	40	86	70	52
Araucanía	42	65	34	45	88	69	52
Chile	52	66	23	35	87	70	47

* 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.

Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

Tabla 3: Factores de influencia en la percepción de los encuestados(as) según etapa del emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)

¿Conoce Usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región del Bío-Bío	26,4	64,3	70,5	71,4	58,1
Chile	28,5	63,3	71	69,5	55,6
¿Cree Usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región del Bío-Bío	47,6	57,3	65,5	48,4	42,5
Chile	48,1	58,1	65,9	54,7	55,8
¿Considera que Usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región del Bío-Bío	32,6	77,9	81,0	94,3	81,4
Chile	44,6	80,2	90,3	88,1	89,7
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región del Bío-Bío	40,5	24,3	31,7	5,9	23,3
Chile	36,9	23,8	19,4	18,8	21,9

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2009

En primer lugar, con respecto al primer indicador “¿Conoce personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos años?”, se destaca que la distribución varía notoriamente de acuerdo a la relación de cada encuestado con la actividad emprendedora. Como era de esperarse, quienes no tienen alguna relación con el emprendimiento, son quienes

presentan menores porcentajes en este indicador y, por lo tanto, son quienes menos conocen a emprendedores en su entorno más cercano. Posteriormente, el indicador va en aumento conforme aumenta la relación con el emprendimiento, no obstante, esta tendencia se revierte en los emprendedores establecidos. Esta distribución también se observa a nivel nacional.

En cuanto al indicador que mide las oportunidades percibidas a nivel regional, quienes tienen alguna relación con el emprendimiento son quienes perciben mayores oportunidades. Asimismo, son los emprendedores nacientes y aquellos que tienen alguna relación con el emprendimiento quienes presentan mayores porcentajes en este indicador. Esta situación podría explicarse porque ellos están siendo parte del comienzo del ciclo emprendedor. Finalmente, cabe mencionar que a nivel nacional y también regional este indicador presenta una mejoría notable respecto al ciclo anterior.

El tercer indicador, se relaciona con la percepción de los encuestados en cuanto a los conocimientos, habilidades y experiencias para iniciar un nuevo negocio. En esta oportunidad, este indicador presenta grandes diferencias entre quienes tienen y quienes no tienen relación alguna con el emprendimiento. Por ejemplo, de quienes no tienen relación, sólo un 32,6% dice tener los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un nuevo negocio, mientras que esta cifra, en el caso de los nuevos emprendedores, asciende a 94,3%.

Finalmente, y en relación al miedo al fracaso, se destaca que sólo el 5,9% de los nuevos emprendedores considera que el miedo al fracaso le impediría o impide emprender. Esta cifra es mucho menor que la observada a nivel nacional y es un gran avance en esta materia. Asimismo, como era de esperarse, quienes no tienen relación con el emprendimiento son quienes presentan un porcentaje mayor, lo cual podría explicar parcialmente el hecho que no emprendan. En este sentido, este indicador es muy importante porque tiene mucha

influencia en el contexto nacional. En general, quienes fracasaban o discontinuaban un emprendimiento solían recibir una carga social muy grande, por lo que este indicador podría dar indicios de que se estaría aceptando el fracaso como parte del proceso emprendedor.

Respecto a cuál es la actitud más general sobre la creación de negocios, usando las mismas variables, la **Tabla 4** nos entrega información sobre si emprender es considerado una buena elección profesional, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en Chile es considerable. Esta tabla recoge los porcentajes de respuestas afirmativas de la muestra encuestada, para cada una de las tres preguntas planteadas.

El 85,63% de las personas de la región del Bío-Bío considera que en Chile iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión. El 69,85% considera que en el país, las personas que han sido exitosas al iniciar un negocio o empresa tienen un alto nivel de reconocimiento y respeto. En este sentido, cabe mencionar que la evaluación positiva de ambos indicadores nos da indicios claros del buen posicionamiento y alto valor que los habitantes de la región le dan al emprendimiento como actividad laboral. No obstante, esta situación no estaría apoyada por los medios de comunicación, pues sólo un 52,21% considera que en el país se puede ver con frecuencia en los medios de comunicación historias de nuevos negocios exitosos. El llamado, en este ámbito, debe ser a los medios de comunicación, para que apoyen la creación de empresas mediante la cobertura de historias de éxito.

Tabla 4: Factores de percepción general de la región sobre el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)

En mi país la mayoría de las personas considera que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión.	85,63
En mi país aquellas personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa tienen un alto nivel de reconocimiento y respeto.	69,85
En mi país se puede ver con frecuencia en los medios de comunicación historias de nuevos negocios exitosos.	52,21

Esta situación nos devela que la buena percepción del emprendimiento como carrera deseable no es fuertemente influenciado por los medios de comunicación, sino que estaría construido, principalmente, por lo que los emprendedores ven y conocen en su entorno.

2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

La **Tabla 5** resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada una de las regiones participantes en el GEM Chile 2009. En esta tabla aparece uno de los principales indicadores de emprendimiento calculados históricamente por el GEM, esta es la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (conocido como TEA por sus siglas en inglés). El TEA es la proporción de personas entre los 18 y 64 años que actualmente se encuentran involucrados en un emprendimiento en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o director(a) de un nuevo negocio.

La Región del Bío-Bío se encuentra en la media, en relación al indicador actividad emprendedora naciente, con un 9,2% de su población económicamente activa involucrada en esta categoría de actividad. Sin embargo, esta tendencia no es replicable en el caso de nuevos negocios y gerentes donde sólo un 6% se considera así. Este porcentaje es uno de los más bajos a nivel regional, pero se condice con el porcentaje observado a nivel nacional.

En cuanto al TEA, la región del Bío-Bío presenta un 14,4% de emprendedores iniciales, porcentaje que también es uno de los más bajos observados, después de la región Metropolitana. Por otro lado,

en relación a los emprendedores establecidos, si bien la región vuelve a presentar niveles bajos, si la contrastamos a nivel de regiones participantes, este porcentaje no es tan bajo.

Finalmente, en la región sólo un 4,7% manifestó haber tenido algún emprendimiento en el pasado que ya no es operativo en la actualidad. Este porcentaje es bajo y en relación a él, podemos decir que generalmente los porcentajes de personas que pasan de ser emprendedores en etapas iniciales a emprendedores establecidos también disminuyen a medida que el país se va desarrollando. Esta situación es la rotación entre quienes son nuevos emprendedores y quienes discontinúan.

Para analizar esta dinámica también se les pregunta a los encuestados que han descontinuado algún emprendimiento sobre la principal razón que los motivó a hacerlo. Es importante enfatizar que no todos los negocios que no sobreviven deben ser considerados como fracasos. Un estudio de Headd (2003), dio cuenta que los propietarios de aproximadamente un tercio de los negocios que cerraron, dijeron que sus empresas eran exitosas al momento de cerrar. En este sentido, para muchos emprendedores que cierran o discontinúan sus negocios, éste no es el fin de sus actividades como emprendedores, sino el inicio de una nueva actividad de negocio. "El reciclamiento de emprendedores" (Mason y Harrison, 2006) se manifiesta de dos formas principales: En primer lugar, los emprendedores que "se salieron" pueden volver a entrar al mundo de los negocios con un nuevo emprendimiento y en segundo lugar, los emprendedores que se han salido es más probable que inviertan en negocios de otras personas, comparados con el resto de la población.

Tabla 5: Actividad emprendedora en las regiones participantes en el GEM 2009

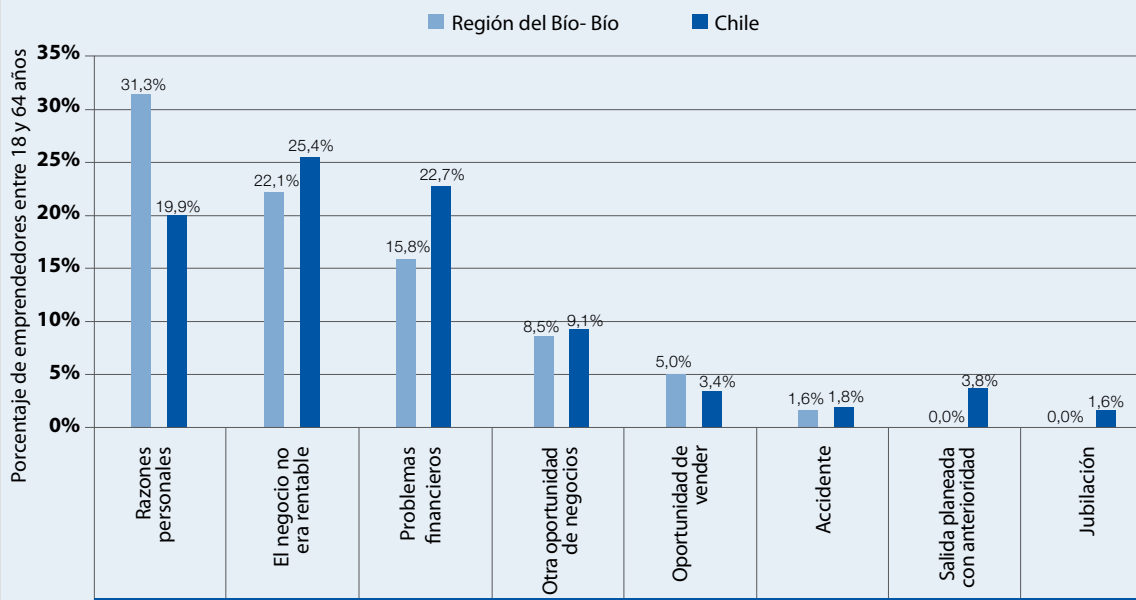
	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Arica y Parinacota	9,9	8,4	17,8	8,0	4,2
Antofagasta	10,9	7,2	17,4	4,9	4,2
Coquimbo	8,8	6,3	15,1	7,3	3,8
Valparaíso	9,3	7,4	16,4	5,1	4,2
Metropolitana	9,4	4,7	13,7	7,4	3,2
Bío-Bío	9,2	6,0	14,4	6,5	4,7
Araucanía	9,4	7,3	16,6	7,4	6,3
Chile	9,6	5,6	14,9	6,7	6,4

Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

La **Figura 5** muestra los principales motivos manifestados por las personas que las llevó a discontinuar sus negocios. Se observa que el 31,28% discontinuó por razones personales, seguido por el 22,12% que lo hizo producto de la escasa rentabilidad del negocio y un 15,84% porque se le presentaron problemas para conseguir financiamiento. En este sentido, cabe mencionar que estas tres razones son también los tres principales motivos observados a nivel nacional. Dentro de los motivos personales se puede incluir a la maternidad, matrimonio, viudez, entre otros. Dado lo anterior, se destaca que no siempre hay razones financieras o económicas ligadas a la discontinuación de un negocio.

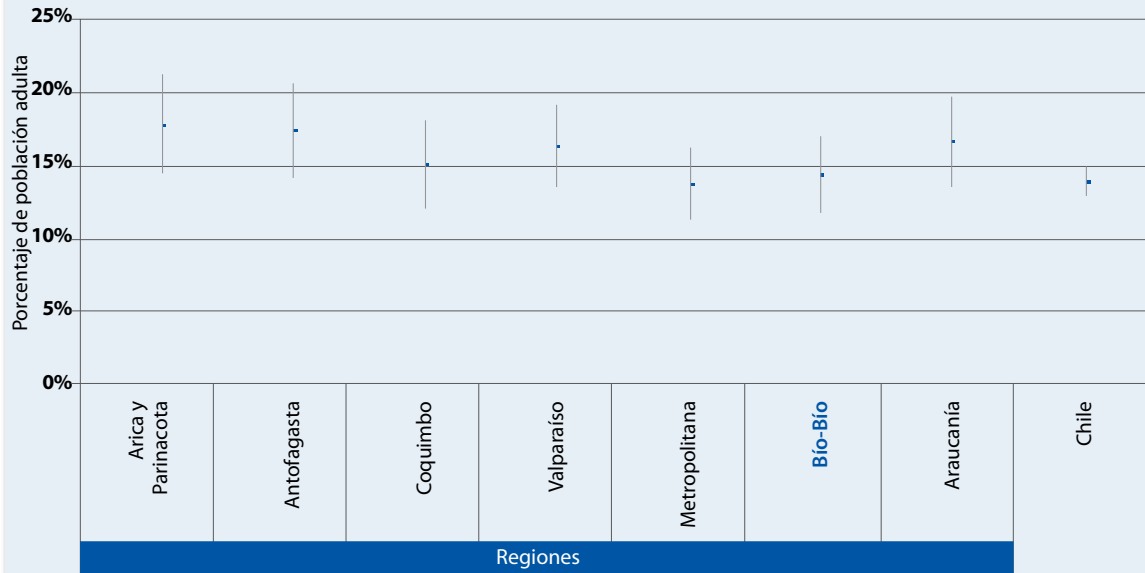
En relación a la actividad emprendedora y el TEA, la **Figura 6** representa los ratios de la tasa de emprendimiento en etapas iniciales para cada región participante en el consorcio GEM Chile durante el 2009. Esta estimación sirve como referencia para que las regiones puedan observar su nivel de TEA y, a la vez, compararse con otras. Así como se puede observar, la región del Bío-Bío presenta- junto con la Región Metropolitana- una de las tasas más bajas de TEA, lo que se condice con la tendencia observada a nivel nacional.

Figura 5: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en Chile y en la Región del Bío-Bío



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Figura 6: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en las regiones participantes en el consorcio GEM Chile 2009 con un intervalo de confianza de 95%

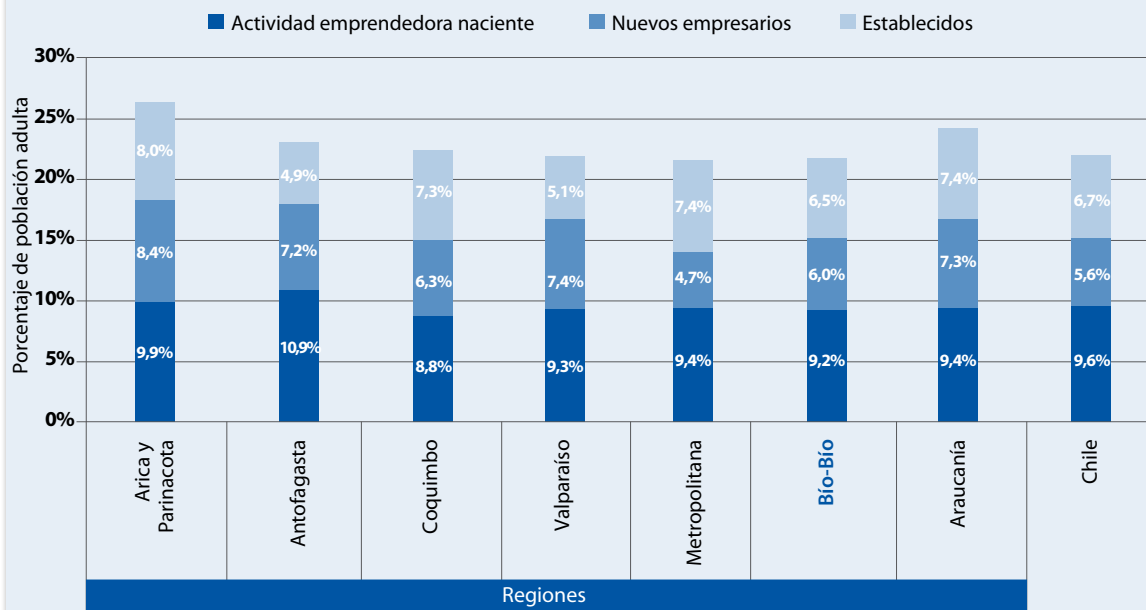


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Es importante señalar que, en algunas ocasiones, una disminución en el TEA puede ser vista como una buena señal económica, ya que muchas veces apunta hacia el desarrollo de la región o de los países, debido a que podría estar relacionado con el aumento de las oportunidades de empleo. Conjuntamente, dicha disminución muchas veces puede deberse al decrecimiento de emprendimientos motivados por necesidad.

Las diferentes distribuciones de los porcentajes emprendedores por cada etapa del negocio puede deberse a diferencias en las características institucionales, aspectos demográficos, cultura empresarial y grado de bienestar económico. Es importante considerar que en nuestro país, cada región presenta una realidad diferente y muy particular. La siguiente figura demuestra de forma más clara estas diferencias en las distribuciones, ya que representa la proporción de cada una de las diferentes categorías de actividad emprendedora en las regiones analizadas.

Figura 7: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Motivaciones emprendedoras

Un aspecto muy importante de la actividad emprendedora se relaciona con las motivaciones que tienen las personas para ingresar al mundo de los negocios. Si bien muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora porque encontraron una oportunidad, otros se ven obligados por la falta de oportunidad que les ofrece el mercado laboral. Para aquellos que son atraídos a emprender por oportunidad, existen dos motivadores principales que los impulsan: emprender porque quieren (1) incrementar sus ingresos en comparación a los que obtendrían en comparación a permanecer empleados y aquellos individuos que manifiestan querer una (2) mayor independencia. En contraparte los emprendedores por necesidad incluyen a las personas que sostienen no poseer otras herramientas para desarrollarse laboralmente y aquellas que se involucran en actividades emprendedoras, fundamentalmente, para mantener su nivel ingreso.

Con esta medición, hay que tener en consideración que, es posible que, el GEM esté subestimando el emprendimiento por necesidad y sobrestimando el emprendimiento por oportunidad. Esto porque en el cuestionario del GEM se fuerza a los entrevistados a elegir entre “no existen mejores opciones de trabajo” o “explotar una oportunidad de negocio”. Frente a esto, las personas tienen poco espacio para elegir una opción entre estos extremos, y aquellos que se encuentran en un punto intermedio, generalmente, tienden a optar por la última opción, aún cuando están en los hechos más cerca de la anterior.

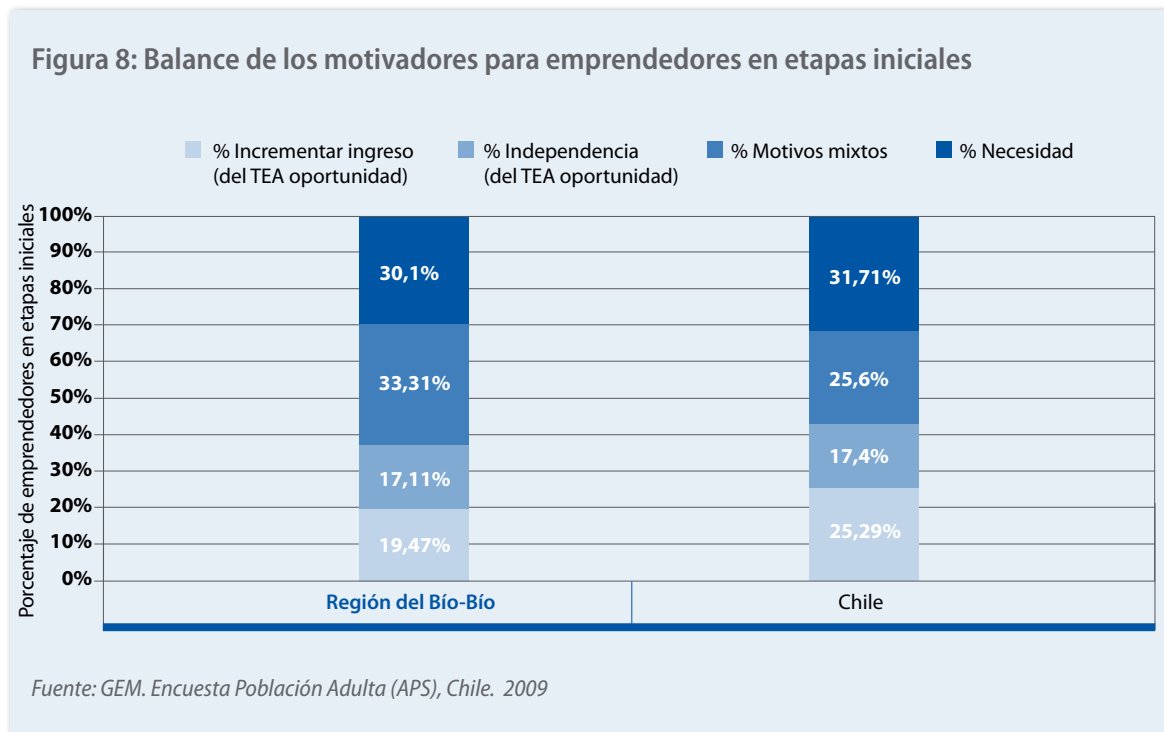
En este contexto en el ciclo correspondiente al 2007, el método de cálculo de la actividad emprendedora en etapas iniciales orientada por la oportunidad fue refinado. Este indicador sólo incluye aquellos que son atraídos al emprendimiento por una oportunidad, porque desean independencia o incrementar sus ingresos, no aquellos que son empujados a emprender por necesidad o aquellos

que sólo pretenden mantener su nivel de ingresos. Se considera que el hecho de “mantener el ingreso” no es una legítima manifestación de emprendimiento por oportunidad, por lo tanto, aunque el individuo haya manifestado “seguir una oportunidad de negocio” no son considerados dentro del indicador oportunidad.

La **Figura 8** muestra el balance de los motivadores para emprender en etapas iniciales. Se observa que en la Región del Bío-Bío existe un porcentaje importante de emprendedores que se encuentran motivados por necesidad y oportunidad, es decir, motivos mixtos. Sin embargo, a nivel nacional no se observa la misma tendencia, pues las cifras indican que el 25,29% buscaba incrementar los ingresos, el 17,4% independencia económica, el 25,6% tiene motivos mixtos y el 31,71% está motivado por necesidad y no tienen otra forma de ganarse la vida.

Un análisis más específico de la región del Bío-Bío da cuenta que este indicador sufrió modificaciones en relación a las cifras mostradas el año anterior, pues se observa un aumento significativo de emprendedores con motivos mixtos pasando de un 16,9% de la medición anterior a un 33,31% este año. Lo cual es el reflejo de que la motivación que estimula a los individuos a emprender es una combinación de oportunidad y necesidad.

Una posible explicación a esta situación, podría encontrarse en los efectos directos y colaterales de la crisis económica. Esto porque es posible que haya emergido un grupo de personas que, si bien al emprender vieron una oportunidad de negocios, también lo hicieron porque no tenían otra forma de generar mayores ingresos. Es decir, la crisis también abre “ventanas de oportunidad”, las cuales pueden ser aprovechadas por algunos emprendedores.



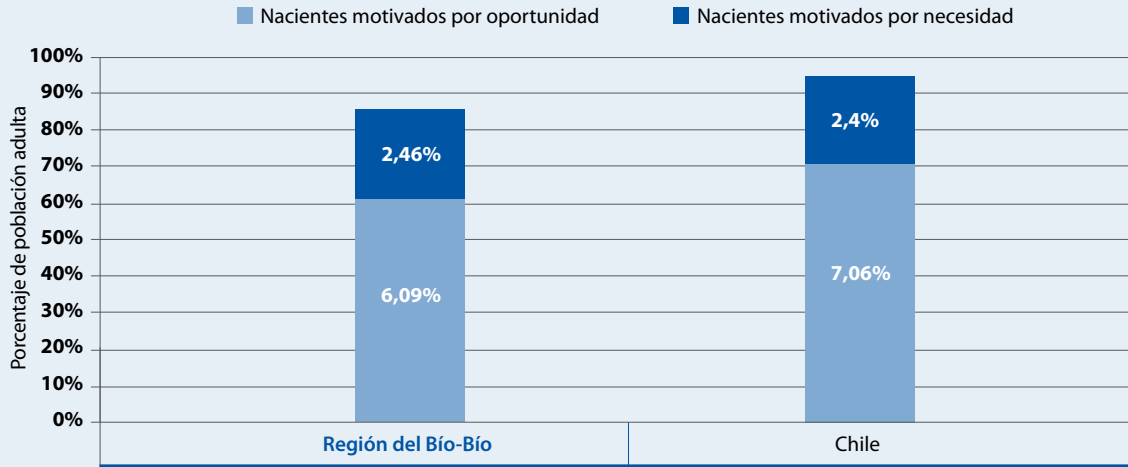
Otra forma de analizar las motivaciones para emprender consiste en analizar a los emprendedores nacientes. Esto significa, analizar si ellos están motivados por necesidad o por la búsqueda real de una oportunidad. Históricamente, los resultados del GEM indican que, tanto a nivel nacional como regional, las personas emprenden mayoritariamente por oportunidad. La **Figura 9** muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes a nivel regional y a nivel nacional.

Como se observa en la figura, cuando se hace un análisis de los emprendedores nacientes, el escenario cambia tanto en comparación a los niveles nacionales como en comparación a la medición del año anterior. En primer lugar, si se compara con los porcentajes observados a nivel país, es posible inferir que en la Región del Bío-Bío existe un porcentaje menor (proporcio-

nalmente hablando) de emprendedores nacientes motivados por oportunidad y un porcentaje mayor de emprendedores nacientes motivados por necesidad. Asimismo, si se compara estas cifras con las obtenidas en la medición anterior, se observa de igual forma, una disminución de los emprendedores nacientes motivados por oportunidad en un 1,07% y un aumento de los emprendedores nacientes motivados por necesidad en un 0,64%.

Estas cifras, reafirman el reto de tener indicadores más cercanos a los de las economías más desarrolladas, esto es, tener más emprendedores motivados por oportunidad que por necesidad. Para lograr esto, se deben tener un ecosistema emprendedor que ofrezca mayores oportunidades para hacer negocios y los menores niveles de emprendimiento por necesidad.

Figura 9: Emprendedores nacientes por motivación para emprender



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Distribución por sectores

La **Figura 10** muestra la distribución de la actividad emprendedora tanto a nivel de la región del Bío-Bío como a nivel nacional, diferenciando dicha actividad en tanto es actividad emprendedora inicial o establecida.

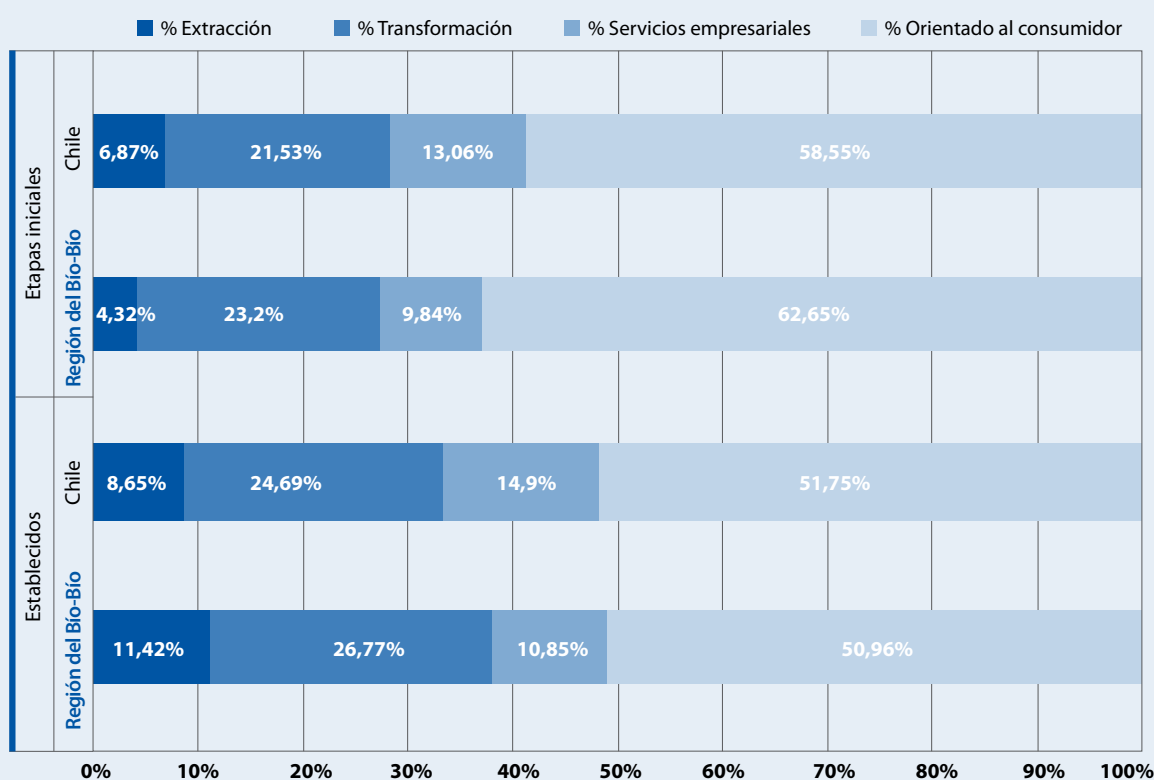
Las cifras demuestran que los emprendedores en etapas iniciales generan actividades orientadas mayoritariamente a consumidores finales, seguido por quienes se orientan al sector transformación, servicios empresariales y sector extractor.

Esta misma distribución se observa en los emprendedores establecidos, tanto a nivel regional

como nacional. Lo anterior indica la importancia que tienen los consumidores finales; quienes ocupan el último lugar de la cadena de producción y distribución, y cuyas demandas de productos y servicios motivan a la mayoría de las iniciativas emprendedoras.

Al respecto, la distribución sectorial y establecida de la actividad emprendedora se ha nivelado, considerando un aumento sustancial en el porcentaje de la distribución orientada al consumidor, tanto en la etapa inicial como en negocios establecidos. Esto se debe, en gran medida, a la relativa facilidad y bajo requerimiento de capital que tienen muchos de estos emprendimientos.

Figura 10: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales y establecidos



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Edad y Sexo

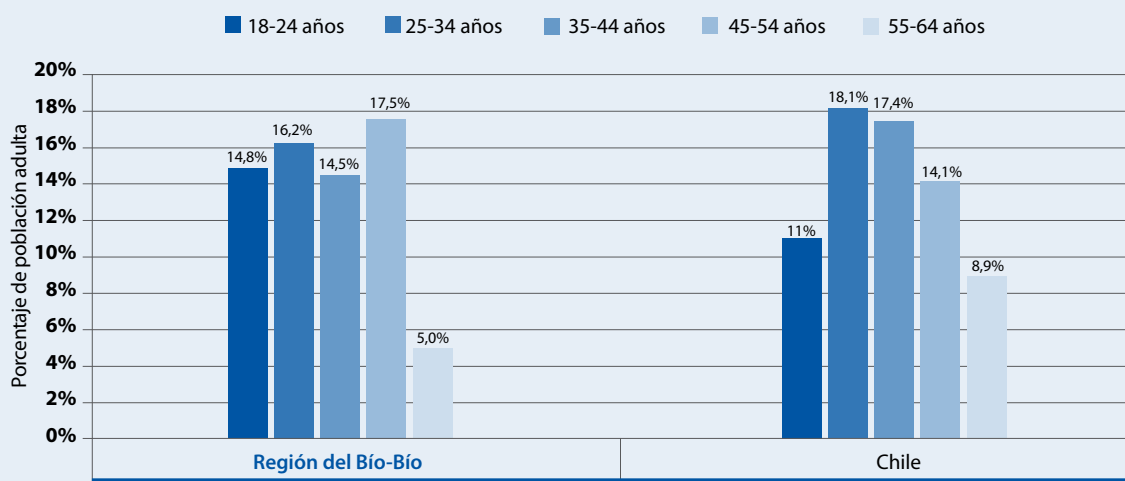
Las variables de edad y género resultan ser muy relevantes a la hora de graficar la actividad emprendedora. Históricamente se ha observado que, tanto a nivel nacional como regional, hay menos mujeres emprendiendo que hombres y ellas, por lo general, lo hacen a edades más tardías. A continuación, se graficarán estas variables, con el fin de determinar si esta tendencia se mantiene.

La **Figura 11** muestra la distribución por grupos de edad de emprendedores iniciales. Esta distribución demuestra que en la región hay un porcentaje significativo de emprendedores iniciales que son jóvenes (14,8%). Este alto porcentaje es una diferenciación clara con la tendencia observada a nivel nacional en donde es común que los emprendedores iniciales sean mayoritariamente de edades que fluctúan entre los 25 y 44 años. Esta

distribución se conoce como patrón de U invertida y refleja que el deseo de iniciar un negocio disminuye a medida que aumenta la edad. Así también, la percepción de las habilidades tiende a aumentar con la edad.

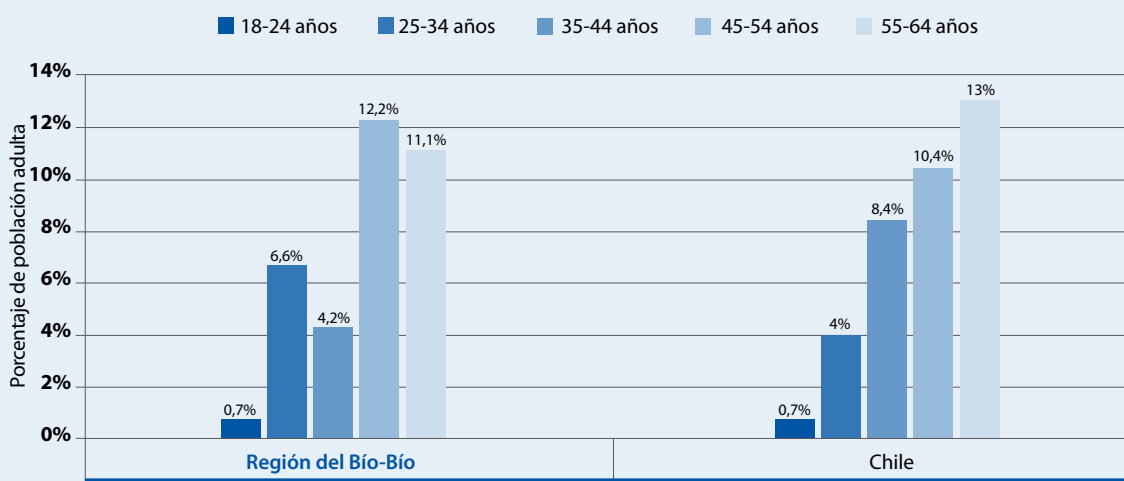
La **Figura 12** refleja estos mismos indicadores, pero en emprendedores establecidos y devela la existencia de diferencias claras en relación a la distribución por edades en emprendimientos iniciales. Esto porque si en los emprendedores iniciales de la región del Bío-Bío observábamos un alto porcentaje de jóvenes, en los emprendedores establecidos es mucho más común encontrar rango de edades más altos. Una posible explicación a esta situación es que los emprendimientos establecidos se ajustan al ciclo de vida. Es esperable que la persona conforme aumente su edad, tenga emprendimientos establecidos y que sean los jóvenes quienes presenten mayores niveles de emprendimientos iniciales.

Figura 11: Actividad emprendedora en etapas iniciales según grupo de edad



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Figura 12: Actividad emprendedora establecida según grupo de edad



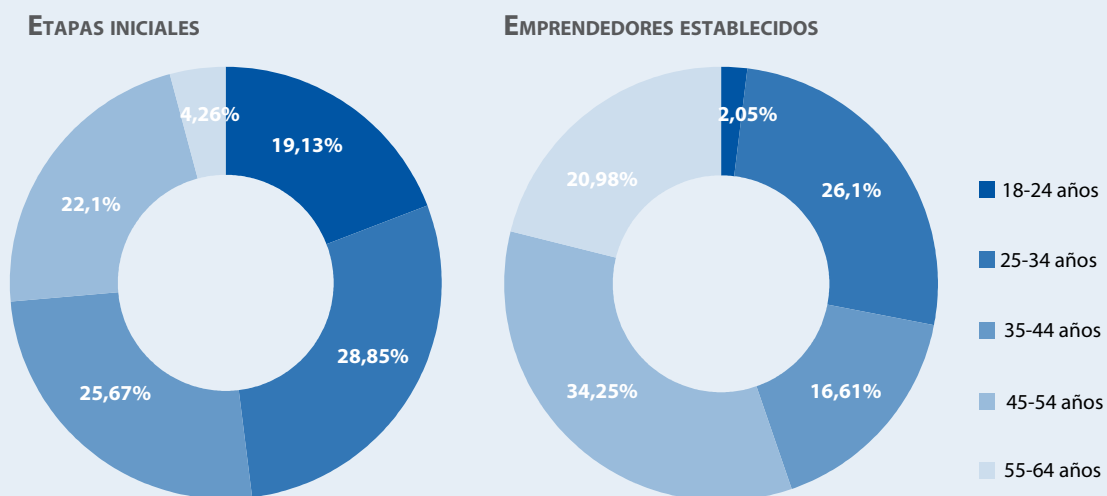
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

En la región del Bío-Bío, el promedio de edad de los emprendedores iniciales es de 38,3 años, mientras que la de los establecidos es 46,6. En Chile, por su parte, el promedio de edad para emprendedores en etapas iniciales en este ciclo, es de 37,5 años, mientras que en establecidos es de 47,6 años. Esta edad promedio es mayor a la observada a nivel global en los países del GEM. De hecho, a nivel global, el promedio de las perso-

nas que manifiesta estar iniciando una empresa (emprendedores nacientes) es de 36,4 años y el promedio de edad de los nuevos empresarios es de 39,1.

Como se puede observar en la **Figura 13** los porcentajes de edad de personas involucrados en alguna actividad emprendedora varía conforme a la edad y al estado del emprendimiento.

Figura 13: Proporción de rangos de edad en actividad emprendedora



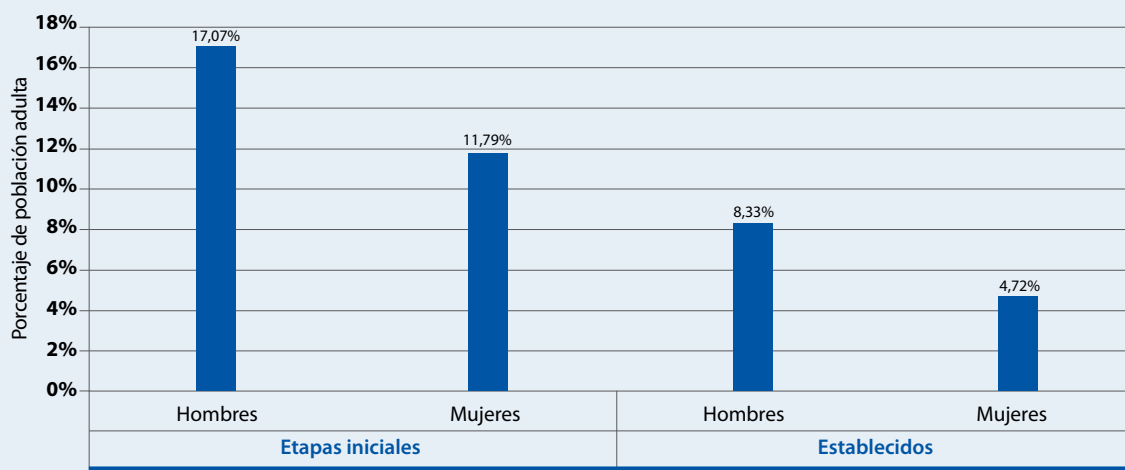
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

En el caso de la región del Bío-Bío, y también de Chile, la incidencia por sexo en las actividades emprendedoras suele ser mayor en los hombres. Así lo muestra la **Figura 14**, en donde el 17,07% son hombres que manifiestan ser emprendedores en etapas iniciales, versus el 11,79% de mujeres que también son emprendedoras en etapas iniciales. En el caso de los emprendedores establecidos esta tendencia se mantiene, ya que un 8,33% son hombres y un 4,72% mujeres. En este sentido, cabe mencionar

que la tendencia observada en la región es muy similar a la observada a nivel nacional.

Por último, al igual que en otros años, las diferencias entre sexos se analizan en un reporte específico sobre actividad emprendedora que realizan las mujeres. Este reporte estudia nivel nacional y regional las principales diferencias y similitudes entre el emprendimiento encabezado ya sea por hombres o por mujeres.

Figura 14: Emprendimiento en etapas iniciales y establecidos por sexo



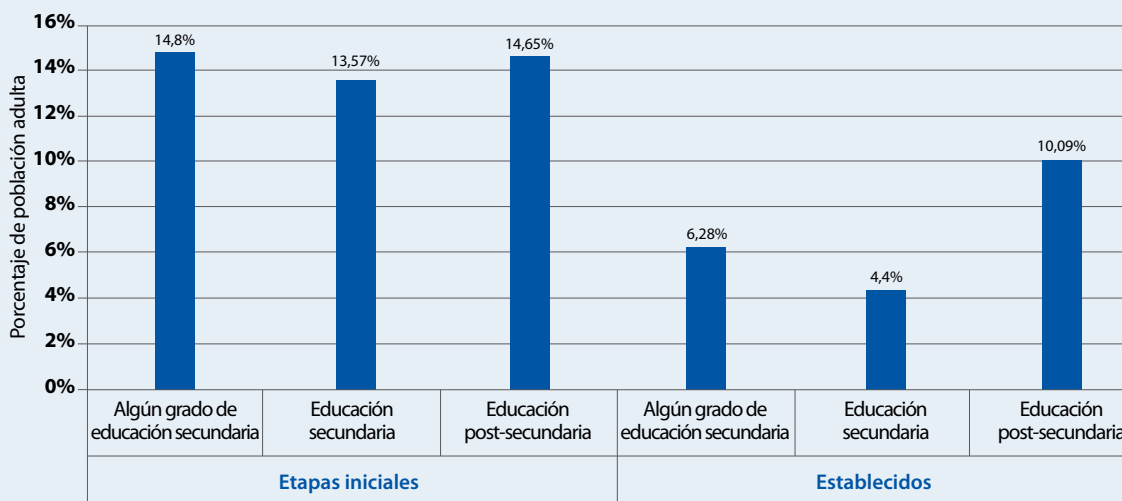
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Nivel educativo

Usando los datos de los encuestados involucrados en actividades emprendedoras, ya sea en estado inicial o establecido, la **Figura 15** muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación en 3 categorías generales; algún grado de educación secundaria, educación secundaria y educación post-secundaria.

Se observa que los emprendedores en etapas iniciales, en su mayoría, poseen estudios secundarios, ya sea completo o incompleto, mientras que en los emprendedores establecidos es más común que cuenten con educación post-secundaria. (Ver **Figura 15**).

Figura 15: Nivel educacional en los emprendedores de la región del Bío-Bío

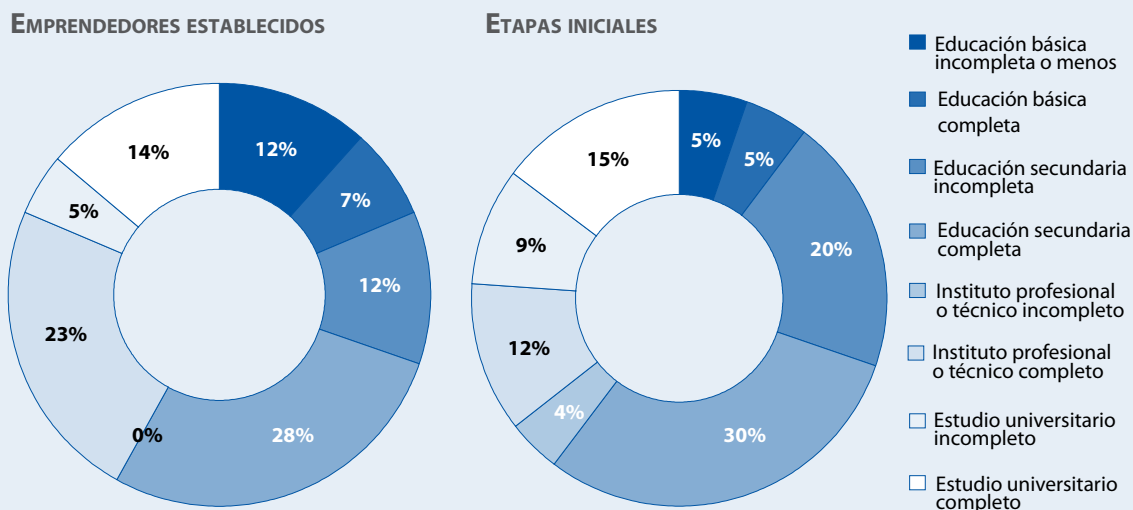


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Para este ciclo del GEM, se observa que se mantiene la tendencia observada en los ciclos anteriores y, en términos generales, prácticamente la mitad de los emprendedores tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria. No obs-

tante, la distribución de los niveles educacionales varía conforme se analiza según motivación para emprender, por ejemplo, el emprendimiento por necesidad, en general, se asocia con menores niveles educativos.

Figura 16: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Nivel de ingresos

Un indicador relevante para determinar el nivel de vida de los emprendedores y los ingresos que reciben de sus emprendimientos, es situarlos en diferentes niveles de renta familiar o nivel de ingresos.

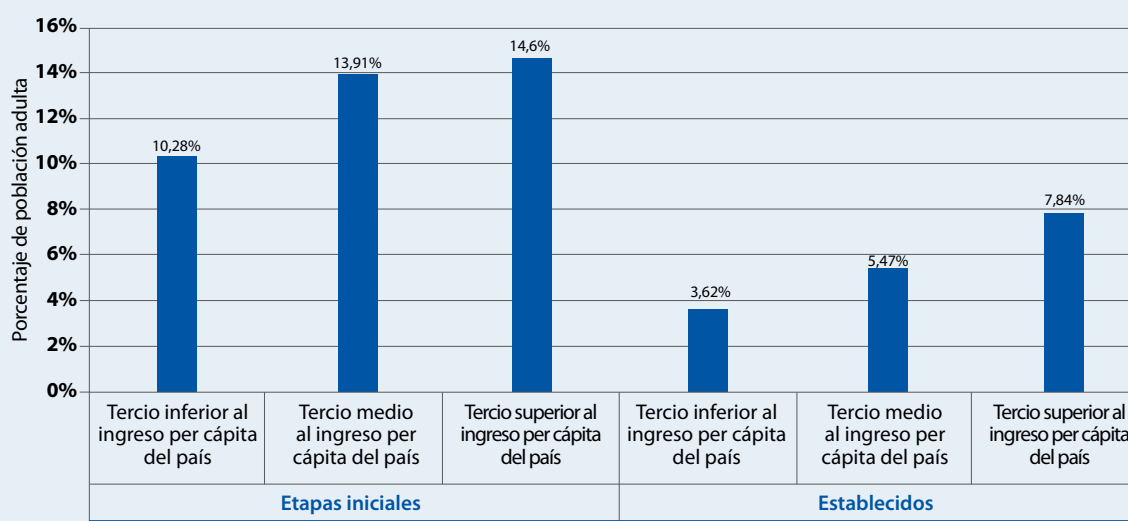
Al igual que lo observado en los niveles educativos, y con el fin de estandarizar la información de los ingresos y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM divide el ingreso de las personas en tercios, de acuerdo al ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. Esta distribución se grafica, para la región del Bío-Bío, en la **Figura 17**.

Se observa que a nivel regional, el 14,6% de los emprendedores en etapas iniciales se sitúa por sobre el tercio superior del ingreso per cápita del país, lo cual representa el mayor porcentaje. Esta misma situación ocurre a nivel de emprendimientos establecidos y es muy similar a lo observado a nivel nacional.

Por otro lado, usando criterios nacionales más convencionales y conocidos para los chilenos, es que se ha determinado otra forma de graficar la distribución por ingresos. La **Figura 18** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías más comunes usadas en Chile¹. De este análisis podemos inferir que se mantiene la tendencia que a medida que se consolida la actividad emprendedora, tienden a subir los ingresos.

Como se observa en la figura, existe una fuerte tendencia a que los emprendedores pertenezcan a los sectores de clase media. Tanto en los emprendedores iniciales como establecidos, el mayor porcentaje se encuentra en el sector económico D y C3, destacando un porcentaje importante de emprendedores iniciales pertenecientes al grupo E y uno importante de establecidos pertenecientes al ABC1. Esta situación podría explicarse debido a los establecimientos de los emprendimientos y, por consecuencia, el aumento de los ingresos.

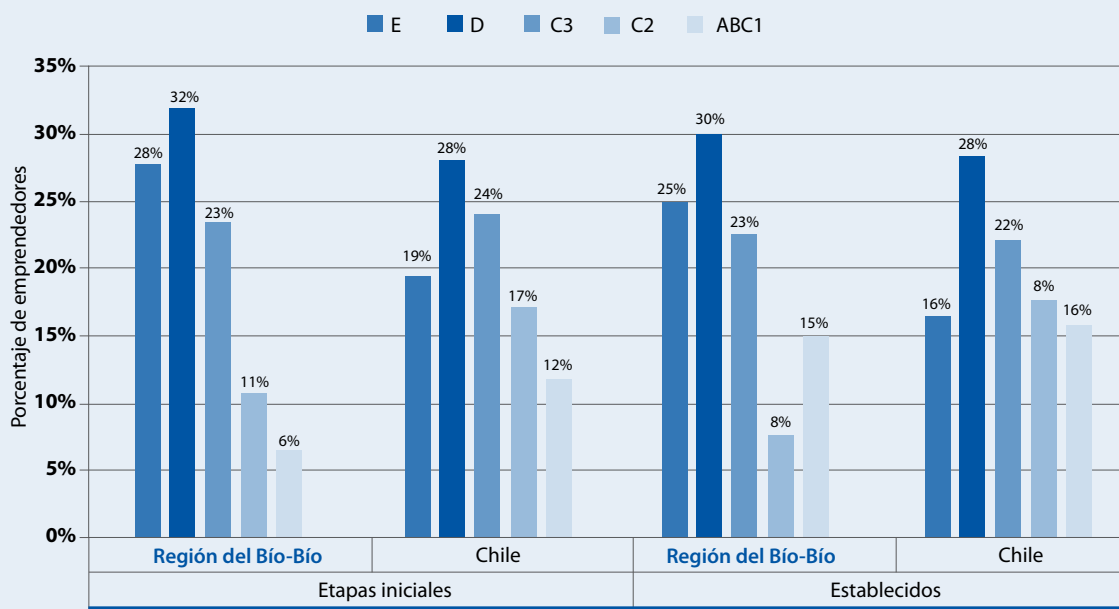
Figura 17: Nivel de ingresos y actividad emprendedora



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

¹ 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

Figura 18: Actividad emprendedora según ingreso familiar



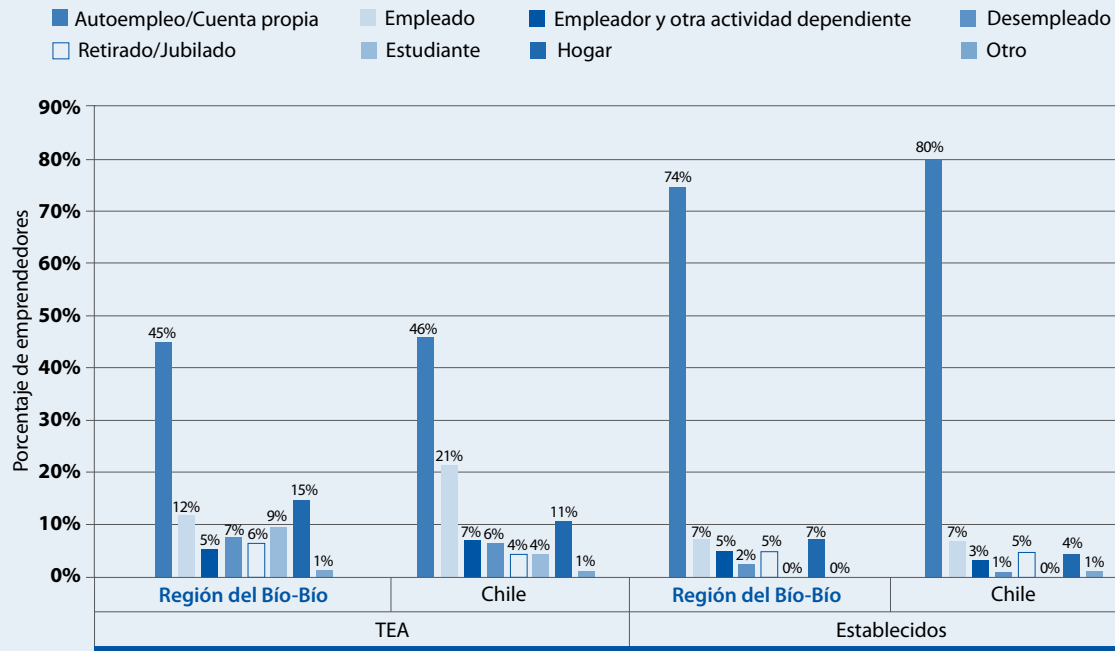
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Situación laboral de los emprendedores

Un aspecto importante es analizar cuál es el estatus laboral de los emprendedores, dado que históricamente la gran mayoría, sobre todo los emprendedores establecidos, se declaran autoempleados o autónomos, es decir, no tienen empleados formales. En este sentido, es necesario aclarar que el porcentaje de personas que se declaran autoempleadas, muchas veces incluye a emprendedores que trabajan con otras personas, generalmente familiares, que si bien no son considerados empleados formales, porque no reciben remuneración ni cotizan en los sistemas de salud o AFP, sí son una fuerza laboral importante para el negocio, pues desarrollan labores dentro de la empresa.

A nivel nacional, se destaca que para este ciclo el 45,6% de los emprendedores iniciales se declaró como autoempleado, lo cual empieza a revertir un poco la tendencia en esta etapa del emprendimiento comparado con años anteriores. Sin embargo, los emprendedores establecidos siguen presentando un 79,8% de autoempleados, lo que indica que lamentablemente la tendencia sigue siendo que la mayoría de los emprendedores establecidos no tenga más empleados. La intención a generar empleos se analizará en la siguiente sección. Además, se destaca nuevamente el bajo porcentaje de emprendedores que se declara desocupado, como buen indicador de la rapidez con la que se involucran formalmente las personas en la constitución de nuevos negocios o empresas. La **Figura 19** muestra esta distribución y esta realidad para la región del Bío-Bío y a nivel país.

Figura 19: Actividad emprendedora según tipo de empleo en Chile y la región del Bío-Bío



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Según esta figura, la realidad regional es similar a la nacional, donde la mayor parte de los emprendedores se declara autoempleado, específicamente los valores son 44,8% para el caso de los emprendedores en etapas iniciales y el 74,4% para los establecidos. Cabe destacar el 14,6% de los emprendedores iniciales que declararon trabajar en labores del hogar versus un 7%

de los emprendedores establecidos. Esta cifra podría tener diferentes interpretaciones. Una de ellas sería que este valor es un indicio de la poca importancia que se le da al emprendimiento, ya que se considera una actividad secundaria. Por otra parte, simplemente, estaría reflejando que en la región es posible compatibilizar las labores domésticas con el desarrollo empresarial.

2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

En esta sección, se presentarán los principales resultados correspondientes a las aspiraciones emprendedoras. El GEM ha venido estudiando esta temática a modo de brindar una mirada más cualitativa al emprendimiento. Los principales resultados se enfocan hacia indicadores de empleo, expectativas de crecimiento, innovación y orientación hacia mercados internacionales.

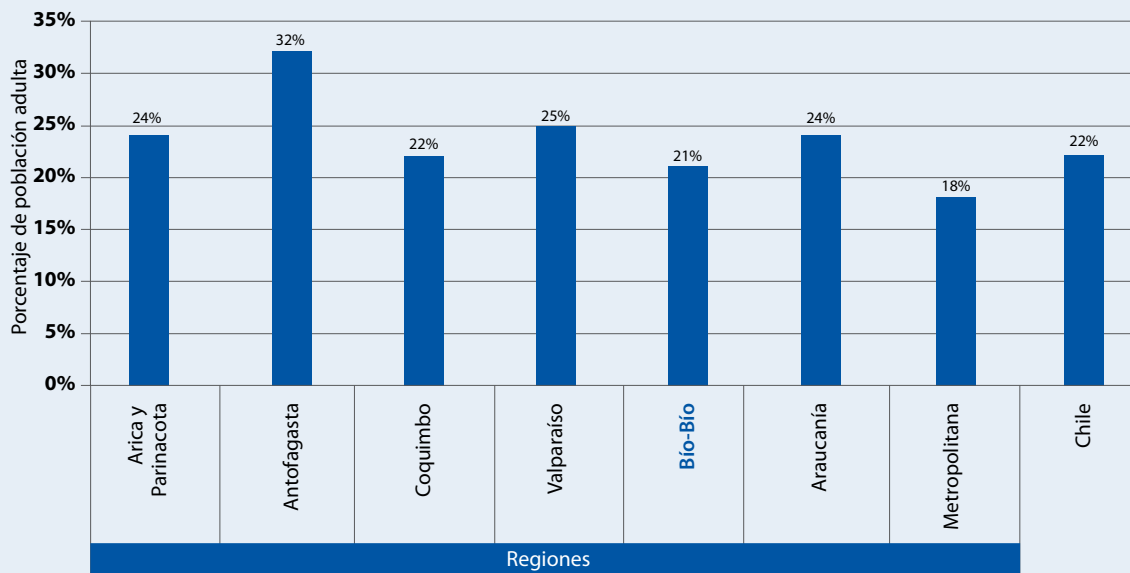
Expectativas de alto crecimiento

La metodología empleada por el GEM permite categorizar desde las primeras etapas de un emprendimiento hasta las expectativas de alto crecimiento del mismo. Para esto, el GEM le pide a todos los encuestados que manifestaron ser emprendedores en etapas iniciales, que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los propietarios). Las cifras a nivel global indican que siete de cada diez emprendedores iniciales se sienten capaces de crear empleos. Sin embargo, a nivel

mundial, las expectativas de alto crecimiento (expectativas de crear más de 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años) son poco frecuentes en nuevos emprendedores. Los emprendedores con gran crecimiento son también conocidos como “gacelas”, ya que reciben mucha atención de los políticos, debido a que sus empresas generan un alto número de empleos (Autio, 2007; Acs, 2006; Acs y Amorós, 2008).

La **Figura 20** muestra el porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales de las regiones analizadas, que manifestaron sus intenciones de al menos crear 10 empleos en los próximos 5 años. Un 21% de los emprendedores de la Región del Bío-Bío manifestaron sus intenciones de hacer crecer sus empresas lo que los sitúa ligeramente por debajo de la media nacional que es 22%. Sin embargo, estas cifras son optimistas y permiten pensar que los emprendedores de la región pueden presentar cierta propensión a crear empresas más dinámicas, si bien, como ya lo hemos analizado, la gran mayoría sigue siendo iniciativas de autoempleo.

Figura 20: Expectativas de crecimiento en emprendimientos en etapas iniciales



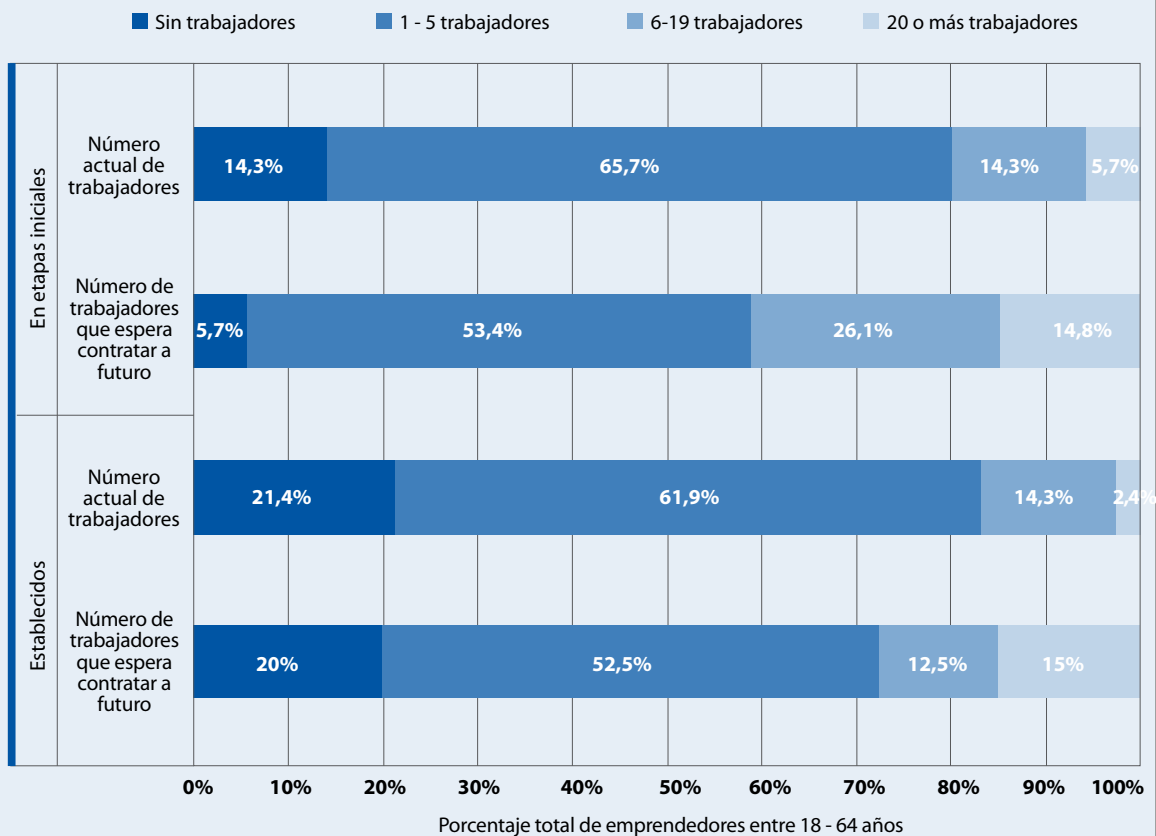
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

A nivel regional, podemos analizar de forma separada el número actual de trabajadores y potencial número de trabajadores que pretende contratar un emprendedor según etapa del emprendimiento (Ver **Figura 21**).

Como se observa en la **Figura 21**, la mayor parte de los emprendedores -tanto en etapas iniciales como establecidas- actualmente tienen entre 1 a 5 trabajadores en sus negocios, seguido por

quienes no tienen trabajadores, luego por quienes tienen de 6 a 19 trabajadores, y con porcentajes mucho más bajos, quienes tienen de 20 a más trabajadores. Tal distribución demuestra que en la VIII región los emprendimientos son preferentemente medianos. No obstante, si se analiza el número de trabajadores que los emprendedores esperan contratar a futuro, se observa que pese a que los emprendimientos son medianos, aspiran a seguir creciendo.

Figura 21: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Competitividad

La innovación y el emprendimiento están íntimamente relacionados, Schumpeter (1934) argumentó que los emprendedores que influyen sobre el equilibrio del mercado lo hacen mediante la introducción de nuevos productos o las combinaciones innovadoras que impulsan a las empresas menos productivas y el avance de la frontera de producción. De este modo, tanto los empresarios exitosos o las copias de sus innovaciones por operadores tradicionales, producen el mismo efecto: Una mayor productividad y crecimiento económico.

El GEM analiza la incorporación de innovación en los emprendimientos pidiéndoles a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos que indiquen que tan nuevos son sus productos o servicios para sus clientes. En segundo lugar, cada emprendedor califica el grado de competencia que enfrenta su empresa, en concreto, si él o ella perciben que muchos, pocos o nadie ofrecen productos o servicios similares.

La **Figura 22** compara los datos de la Región con los de Chile en relación a la percepción de los emprendedores respecto a la novedad de sus productos y servicios para todos sus clientes. Es interesante ver como prácticamente más de la mitad de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos consideran que sus productos o servicios son novedosos.

No obstante, pese a que sus productos o servicios se consideran nuevos para todos sus clientes, los emprendedores perciben altos grados de competencia esperada- en el caso de los empre-

dedores establecidos- y algún grado de competencia en el caso de los iniciales. Ver **Figura 23**.

La **Figura 24** muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a los emprendimientos. Se destaca el alto porcentaje de emprendedores de etapas iniciales como establecidos (acentuándose en este último grupo) que declara no usar nuevas tecnologías ni procesos.

Por otro lado, podemos acercarnos al estudio de las aspiraciones emprendedoras a través del porcentaje de emprendedores que manifiesta expectativas de expansión de mercado. Esta expansión se ha catalogado en una escala del 1 al 4, donde 1 es menor grado de expansión (sólo mercados locales y poco crecimiento de participación de mercado) frente al valor 4 que significa una aspiración a crecer el negocio de forma significativa. Como lo muestra la **Figura 25**, la mayor parte de los emprendedores declara tener una expansión 1 ó 2.

Otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la orientación de los emprendedores en etapas iniciales a mercados internacionales y, por lo tanto, hace referencia a las exportaciones, así como los clientes internacionales que compran productos en línea, cuando vienen al país como turistas o por motivos de trabajo. Para el caso de la Región se destaca que la mayor parte de ellos no tiene clientes en el extranjero (**Figura 26**). No obstante, también es necesario destacar el significativo porcentaje de emprendedores que se orienta a mercados internacionales, sobre todo en el caso de los emprendimientos establecidos.

Figura 22: Novedad de los productos o servicios ofrecidos
 ¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?

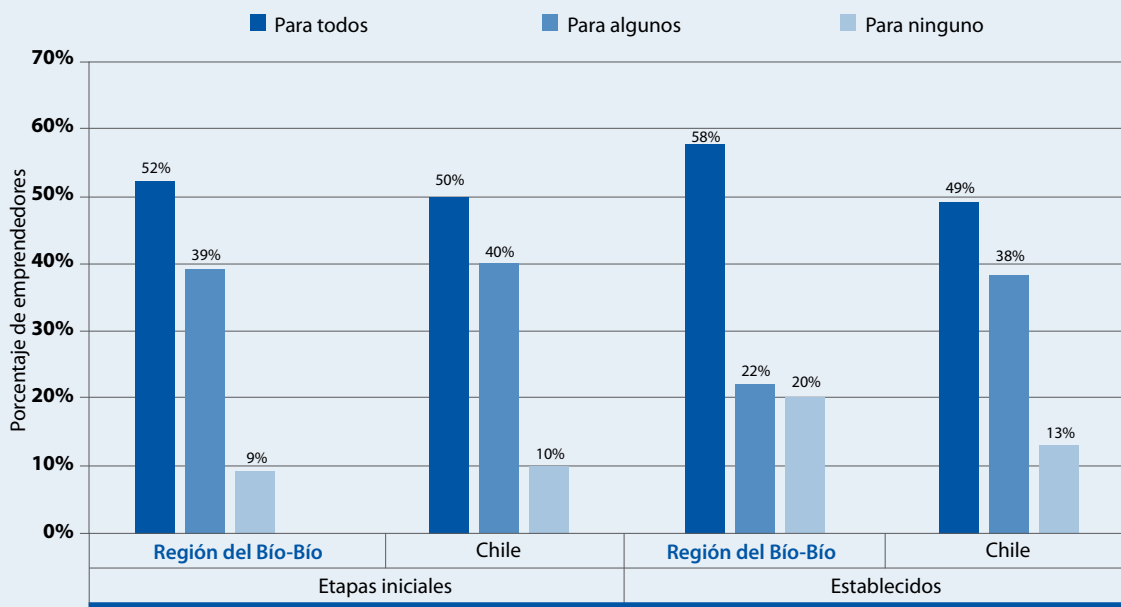
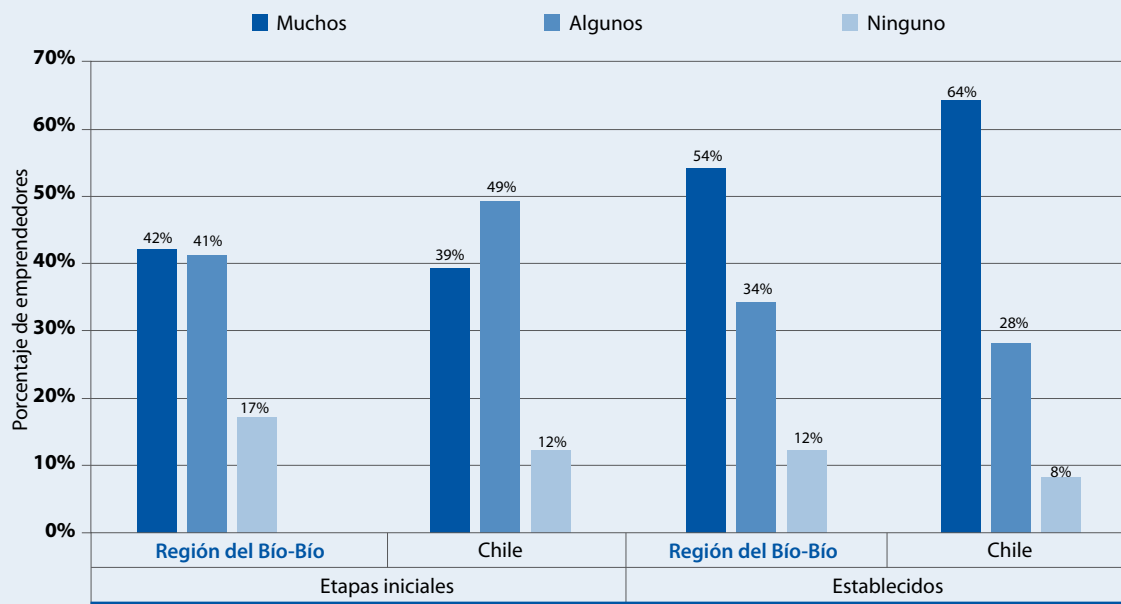


Figura 23: Intensidad de la competencia esperada
 ¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Figura 24: Uso de nuevas tecnologías o procesos

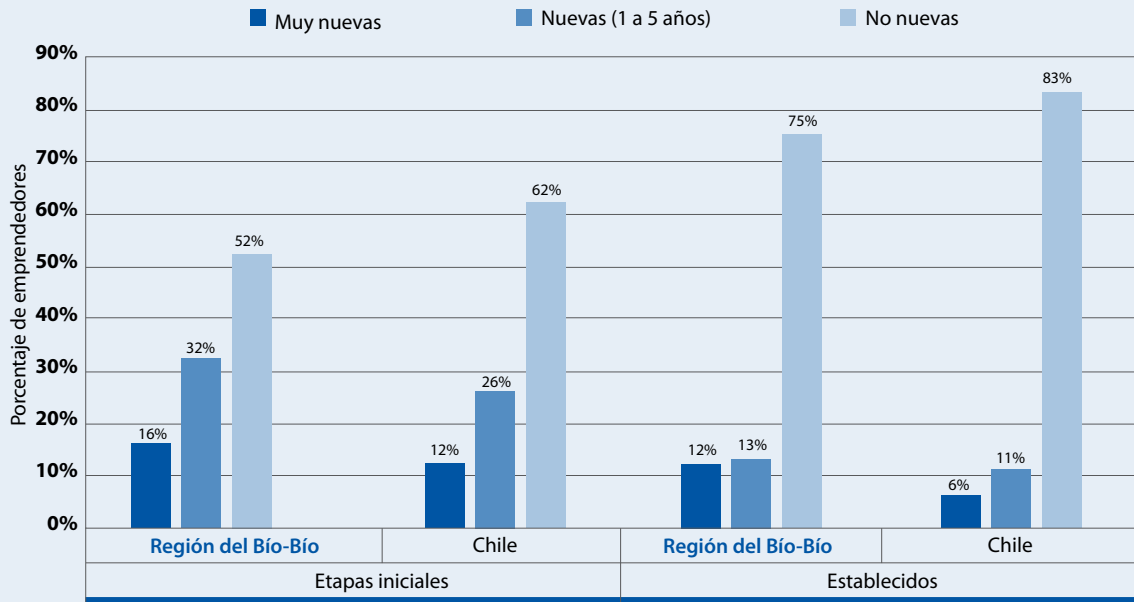
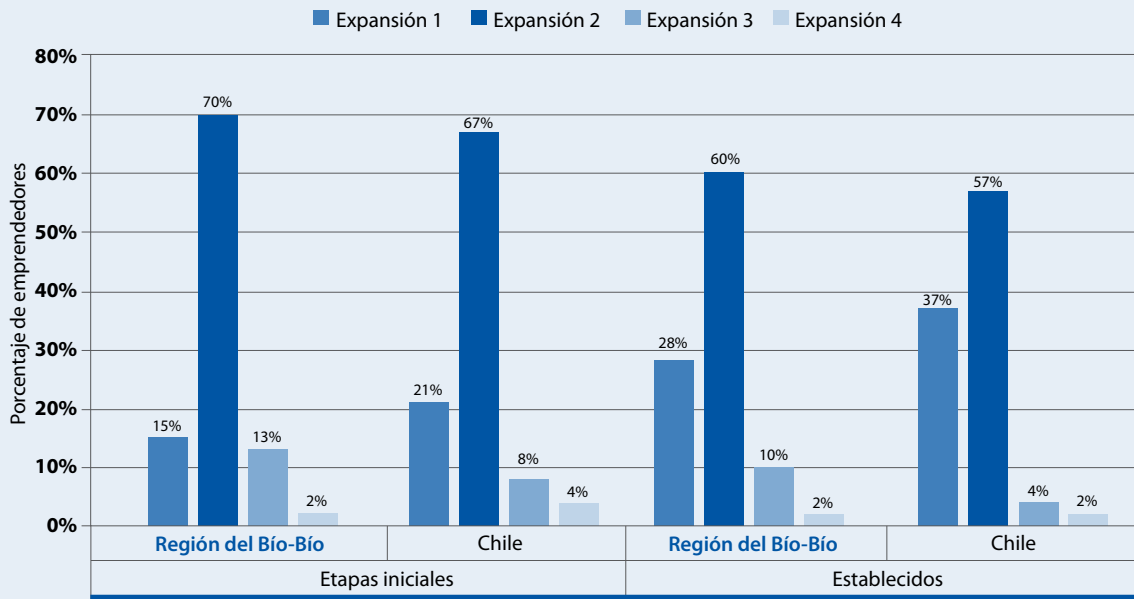
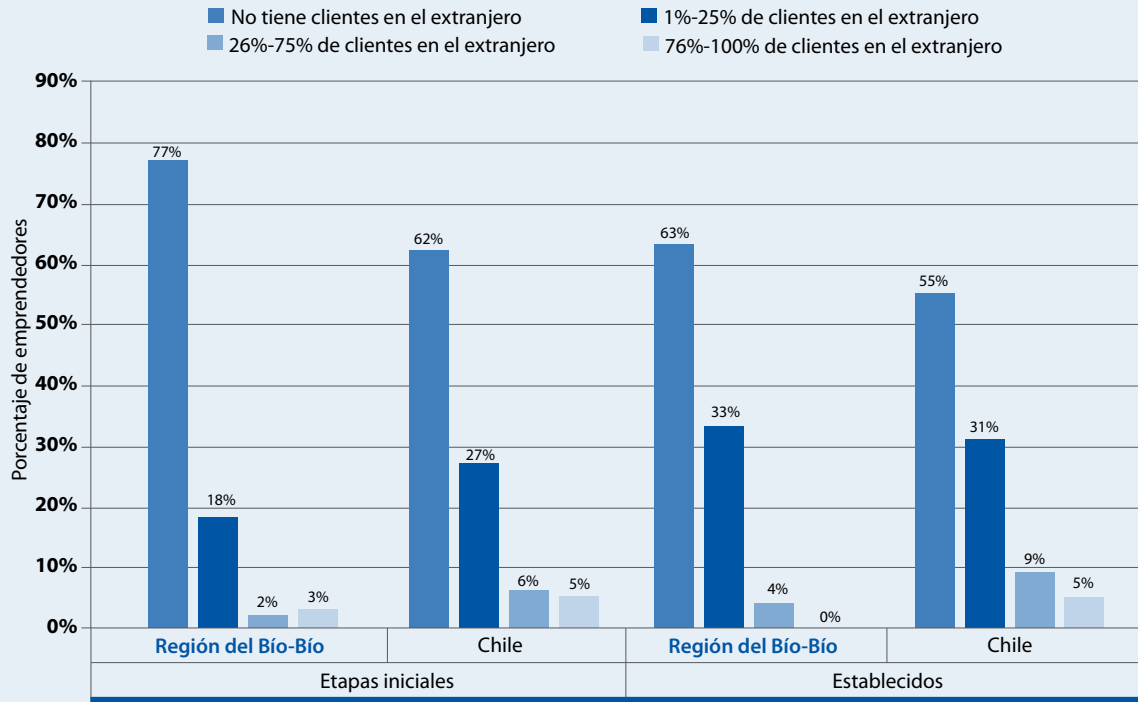


Figura 25: Expectativa de expansión de mercado



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Figura 26: Actividad emprendedora y exportación



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

3. ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN EN EL MARCO DE LA CRISIS ECONÓMICA DEL 2009

Durante el 2009, muchos de los países del mundo sufrieron los efectos de la crisis económica catalogada como una de las más severas desde la “Gran Depresión” de los años 30. Esta crisis dio paso a una recesión económica que si bien afectó a muchos de los países, sobre todo a los más desarrollados, los efectos fueron de diferentes dimensiones al interior de cada uno.

A nivel general en Chile esta crisis contagió a nuestra economía, principalmente, a través de los mercados financieros, reduciendo el acceso a financiamiento e impactando a la bolsa de comercio y la cotización del peso nacional (Libertad y Desarrollo, 2008). Los impactos de estas situaciones en los emprendedores fue una de las interrogantes planteadas cuando se comenzó el ciclo 2009 del GEM y cuando los efectos de la situación económica aún eran inciertos. Si bien al parecer tales efectos no fueron muy profundos, en términos generales, existe cierta evidencia de que algunos emprendedores actúan adelantándose a los ciclos (Koellinger and Thurik, 2009). De hecho en el Reporte GEM Chile 2008 ya se daba cuenta de que justamente antes de la crisis había una percepción de menores oportunidades e incluso algunos emprendedores nacientes habían decidido discontinuar sus negocios (Amorós y Guerra, 2009). Por otro lado, también es sabido que las crisis son oportunidades de cambio y esto también atrae a nuevos emprendedores que sustituyen a quienes se han visto con problemas a raíz de los ciclos económicos.

Para poder responder estas interrogantes, se decidió incorporar en la encuesta del GEM para este ciclo, 3 preguntas acerca de las percepciones que tienen los emprendedores sobre la crisis y los efectos de ésta en sus negocios.

La **Figura 27**, muestra las actitudes de los emprendedores sobre las oportunidades que percibían en el 2009 (en pleno periodo de crisis) comparado con el año anterior, diferenciado por etapa del emprendimiento.

Frente a estas cifras, no es sorprendente que cerca del 60% de los emprendedores, tanto establecidos como iniciales, perciban menos oportunidades de negocios en medio de la crisis económica. No obstante, es interesante la existencia de un 28,1% de emprendedores en etapas iniciales y un 31,7% de establecidos que consideró que pese a la crisis existían en ese momento las mismas oportunidades que las observadas hace un año atrás. Lo anterior, da cuenta de un importante porcentaje de emprendedores que no se sentía afectado en términos de oportunidades por la crisis económica. Cabe mencionar que, tanto a nivel regional como nacional, se observa que son los emprendedores establecidos los más negativos en relación a este indicador. Esto no es una sorpresa, pues mientras más establecido esté su emprendimiento, la persona tiene más probabilidades de tener una visión más crítica del medio ambiente de los negocios y, también asume otras responsabilidades, por ejemplo, mantener a sus empleados.

En cuanto al crecimiento de los emprendimientos, se les consultó a los emprendedores acerca de la dificultad percibida para hacer crecer nuevos negocios y se les diferenció por etapa de emprendimiento (Ver **Figura 28**).

Tal como se observa en la **Figura 28**, en términos generales, los emprendedores (independiente de la etapa del emprendimiento) consideraron que en el año 2009 habían mayores dificultades para emprender. Por ejemplo, el 51,1% de los emprendedores en etapas iniciales consideró que el 2009 fue un año en donde era algo más difícil crear un negocio en relación con el 2008.

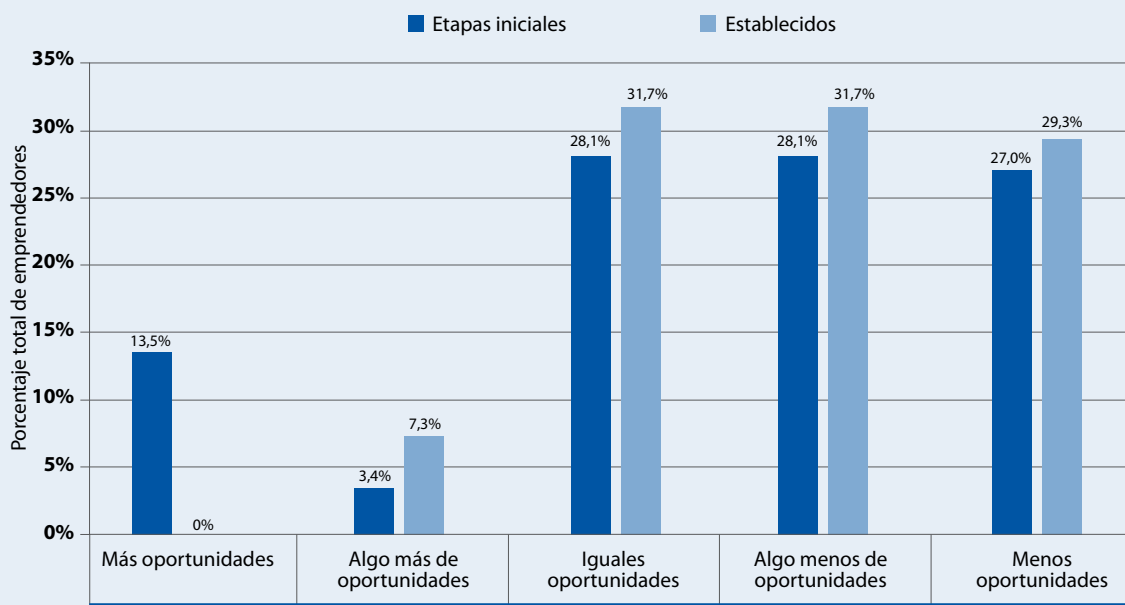
La última pregunta especial era acerca de la percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio comparando el año pasado con este ciclo. La **Figura 29** refleja los principales resultados.

En cuanto a este indicador, los emprendedores establecidos se manifestaron claramente más positivos con respecto a las dificultades existentes para hacer crecer sus negocios, en relación a las observadas hace un año atrás. No obstante, es necesario mencionar que cerca del 40% de los emprendedores en etapas iniciales declaró que hacer crecer un negocio era igual o algo más difícil en comparación al año anterior.

A modo de resumen, la **Figura 30**, muestra la distribución de las alternativas más negativas en relación a los 3 indicadores mencionados. De este modo, muestra el porcentaje de emprendedores iniciales y establecidos por cada indicador agrupando las categorías de respuestas; más difícil y menos oportunidades.

Los resultados de esta gráfica demuestran que el indicador que tendió a agrupar respuestas más negativas, es el de iniciar un negocio, en donde el 69% de los emprendedores establecidos y el 61% de los iniciales consideraron que era más difícil. Hay que tener en consideración que este indicador agrupó las alternativas: algo más difícil y difícil, seguido por el indicador "efectos de la crisis económica", donde el mayor porcentaje de emprendedores consideró que habían menos o algo menos de oportunidades. En el otro extremo, se ubica el indicador "hacer crecer un negocio", el cual tendió a agrupar respuestas mucho más positivas.

Figura 27: Percepción de los efectos de la crisis en las oportunidades de negocios



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Figura 28: Percepción acerca de las dificultades existentes para crear un negocio comparado con las existentes el año pasado

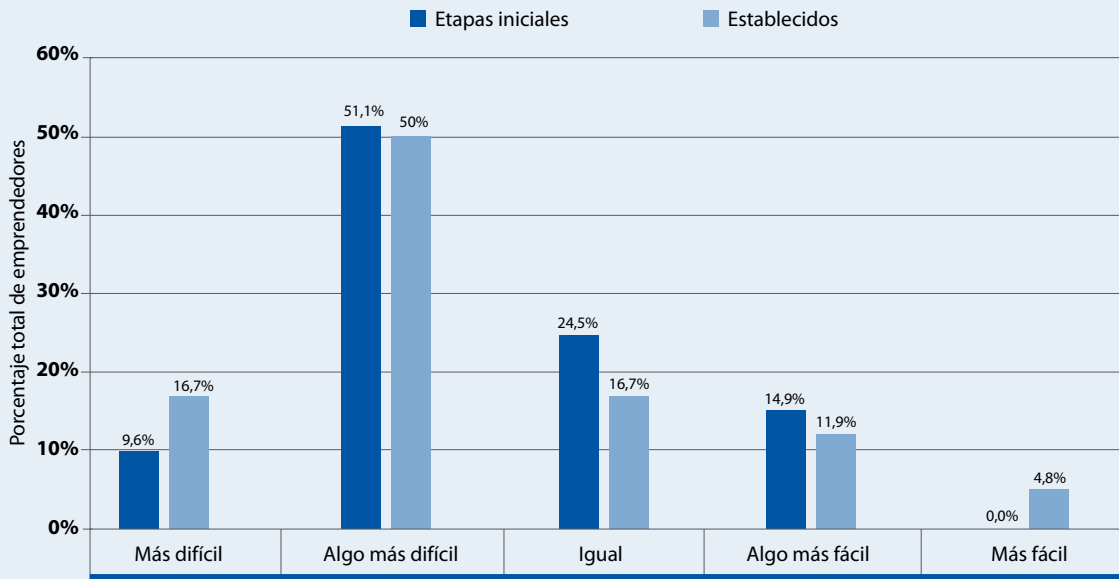
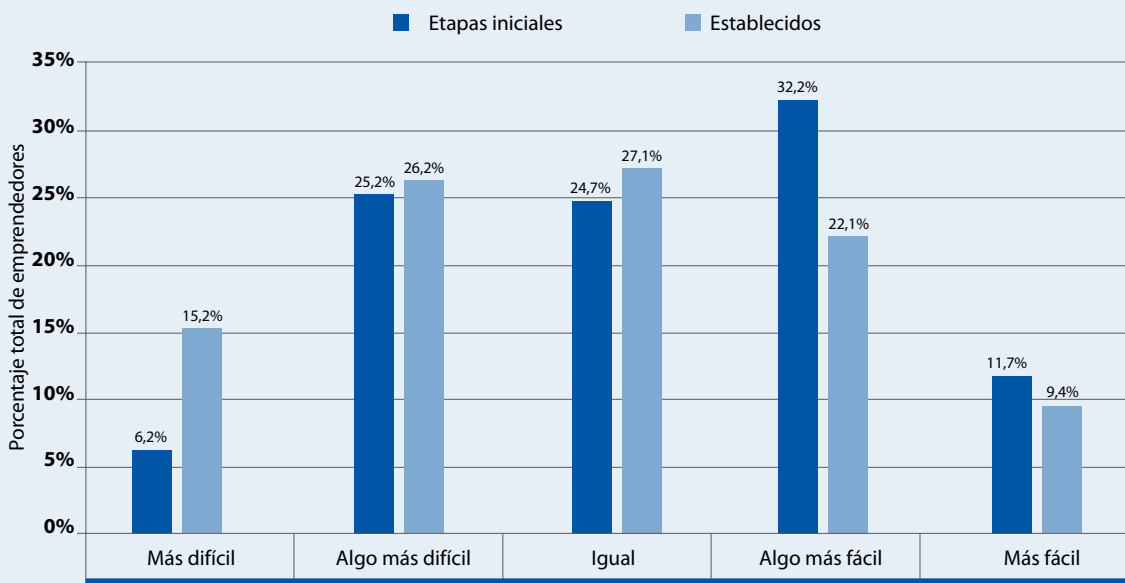
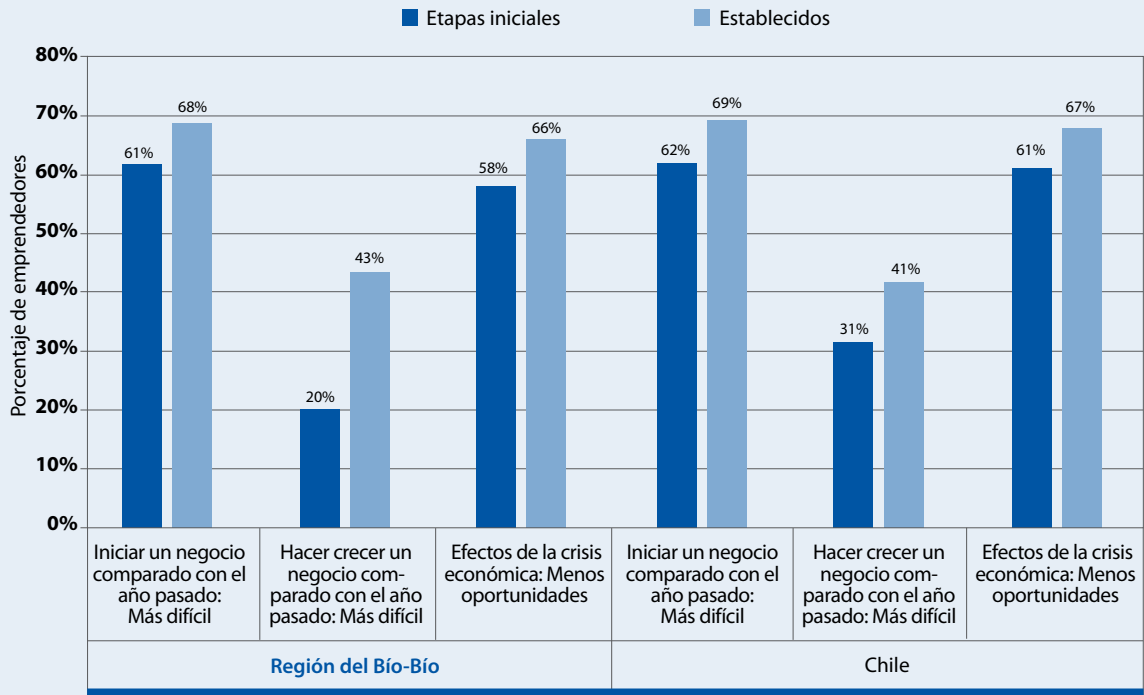


Figura 29: Percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio en relación a las existentes el año pasado



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Figura 30: Efectos generales de la crisis



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

4. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DEL BÍO- BÍO

En la introducción de este reporte se describió el modelo del GEM (ver **Figura 2**), el cual considera que el impulso emprendedor es potenciado o limitado por el contexto específico en que se desarrolla la actividad emprendedora. La base del modelo del GEM establece que la actividad económica de las empresas establecidas varía dependiendo de las condiciones nacionales- dentro del marco de los requerimientos básicos y los factores que ayudan a la eficiencia de las organizaciones y empresas- mientras que la actividad emprendedora retoma los dos aspectos anteriores (requerimientos básicos y eficiencia), pero está basada en un contexto específico nacional y regional donde hay promoción para la innovación y el emprendimiento. Estas características se denominan Condiciones de la Actividad Emprendedora (Entrepreneurship Framework Conditions, EFC en Inglés). El estudio de estas condiciones, desde la voz de los expertos, pretende vincular la relación entre los aspectos económicos y sociales que afectan al sector emprendedor y que derivan en condiciones nacionales y regionales del contexto social, cultural y político.

Para efectuar la medición de los factores anteriormente señalados se aplica una encuesta estandarizada a personas que tiene conocimiento clave sobre el emprendimiento ya sea como emprendedores o bien dadas sus actividades profesionales se pueden vincular al contexto emprendedor (académicos, funcionarios públicos, actores sociales, etc.). En este periodo participaron 36 especialistas de la región. La encuesta contiene 90 preguntas en escala de Likert de cinco

puntos², agrupadas en 16 categorías, es decir, las 10 condiciones anteriormente descritas más algunos sub-tópicos que se derivan de las mismas.

Para el análisis global y la comparación entre variables, se convierte la escala de Likert a un índice único que fluctúa entre -2,0 (en completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo)³. Esta metodología, tiene la ventaja de que permite ordenar las variables comparándolas entre ellas. De este modo, las variables se clasifican en función del rango donde se encuentren:

-2,0 A -1,0	MUY BAJO (crítico)
-1,0 A -0,5	BAJO
-0,5 A +0,5	MEDIO
+0,5 A +1,0	ALTO
+1,0 A +2,0	MUY ALTO

Para reflejar el comportamiento al interior de cada variable (pregunta específica) se mantiene la escala de Likert original, y se analiza el rango de las respuestas, buscando identificar hacia dónde se desplaza el grueso de las respuestas. Para ello, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Asimismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (ni acuerdo ni desacuerdo), recalculándose los porcentajes sobre aquellos que sí marcaron preferencia. Lo positivo, es que esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

² Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

³ Se ponderan los porcentajes de cada respuesta por -2, 1, 0, +1, y +2.

4.1 ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

El contexto emprendedor de la Región del Bío-Bío posee importantes retos a futuro, pues presenta un déficit importante respecto a los factores más vinculados con la innovación u otras actividades que potencian la creación de negocios que, a juicio de los expertos, están lejos de tener una buena evaluación.

En este sentido los resultados de la región presenta mayores áreas de oportunidad en las variables "Transferencia de I+D", "Acceso al Mercado" y "Políticas de gobierno", los cuales son los factores peor evaluados, a pesar de verse reducida su negatividad respecto al año anterior. De esta forma, es posible inferir que se necesitan herramientas para fortalecer la base de la innovación en la región, que aporten soluciones útiles para la empresa y al país. Las mejoras que se realicen en estas áreas permitirán contribuir a la evolución de las empresas. Esto está vinculado al desarrollo de modelos de negocios competitivos a nivel internacional, que conduzcan a las empresas de

la región a dar el salto en productividad y creación de valor que hoy necesitan. En definitiva, es necesario que los emprendedores incluyan en su planificación estratégica global el desarrollo científico y tecnológico o bien modelos de negocios innovadores, definiendo actividades productivas alineadas con las condiciones de un entorno cambiante.

En este sentido, la protección que un país, región o localidad le otorga a la propiedad intelectual es directamente proporcional a la cantidad y calidad de los emprendedores innovadores.

Por otro lado, el "acceso a infraestructura física", si bien tiene una ponderación positiva, presenta un retroceso respecto al año anterior. A pesar de ello, nuevamente es el único factor que resulta positivamente evaluado por parte de los expertos.

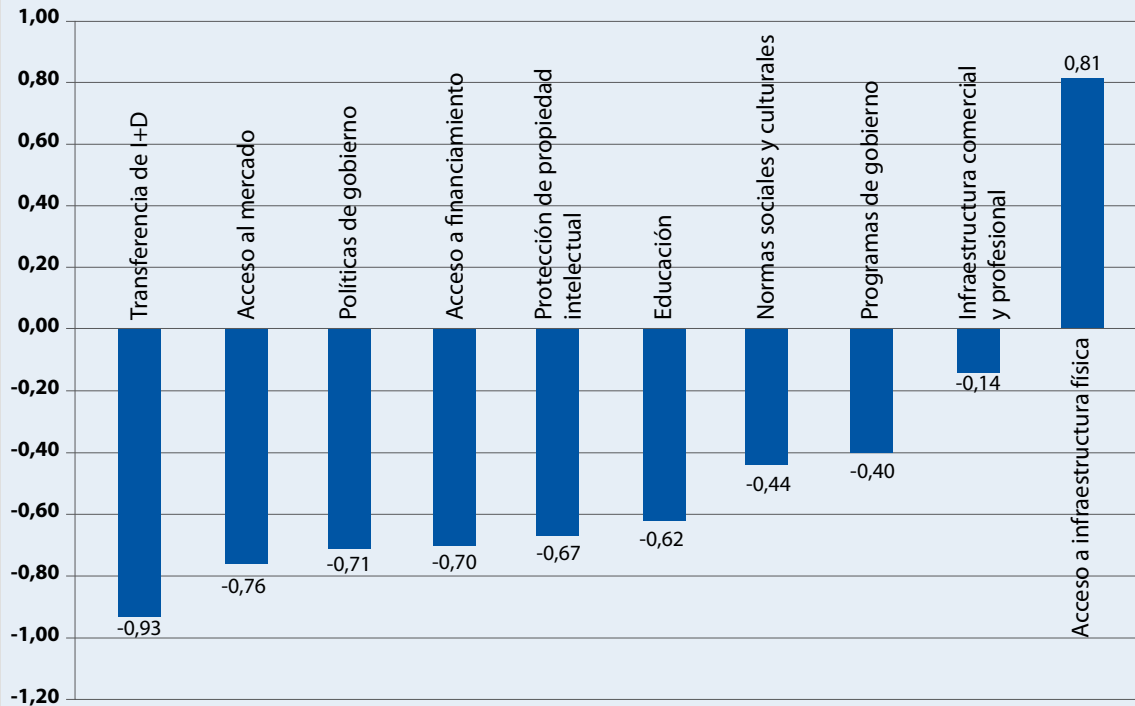
A lo anterior, cabe agregar que, los demás factores sufrieron cambios en su orden jerárquico. En este sentido, aquellos factores cuya valoración sufrió un mayor cambio fue el de "programas de gobierno", que ocupa en esta oportunidad una de las mejores ponderaciones.

CUADRO 2: Condiciones para el emprendimiento que analiza el GEM

La metodología del GEM ha definido un conjunto de diez variables que afectan directamente el desempeño del emprendedor, en cuanto a su capacidad para identificar, evaluar y tomar las oportunidades disponibles. Estas características que no están listadas en orden de importancia son:

1. *Mercados Financieros: 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).*
2. *Políticas de Gobierno: se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones, impuestos, entre otros) y la aplicación de éstas tienen como objetivo: (a) el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (b) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.*
3. *Programas de Gobierno: se refiere a la existencia de programas directos para ayudar a las firmas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, y municipal).*
4. *Educación y Capacitación: se refiere a la medida en que el conocimiento, destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento son incorporadas dentro de los sistemas educacionales y de capacitación en todos los niveles.*
5. *Transferencia de I+D: se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conduce a generar nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y en crecimiento.*
6. *Infraestructura Comercial y Legal: 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.*
7. *Apertura del Mercado Interno: se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulador 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.*
8. *Acceso a 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.*
9. *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.*
10. *Protección a los Derechos de Propiedad Intelectual: se refiere al modo en cómo se protegen los derechos de propiedad intelectual de las empresas nacientes y en crecimiento y el marco legal que ayuda a dicha protección.*

Figura 31: Evaluación del contexto emprendedor en la región del Bío-Bío



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Bío-Bío.

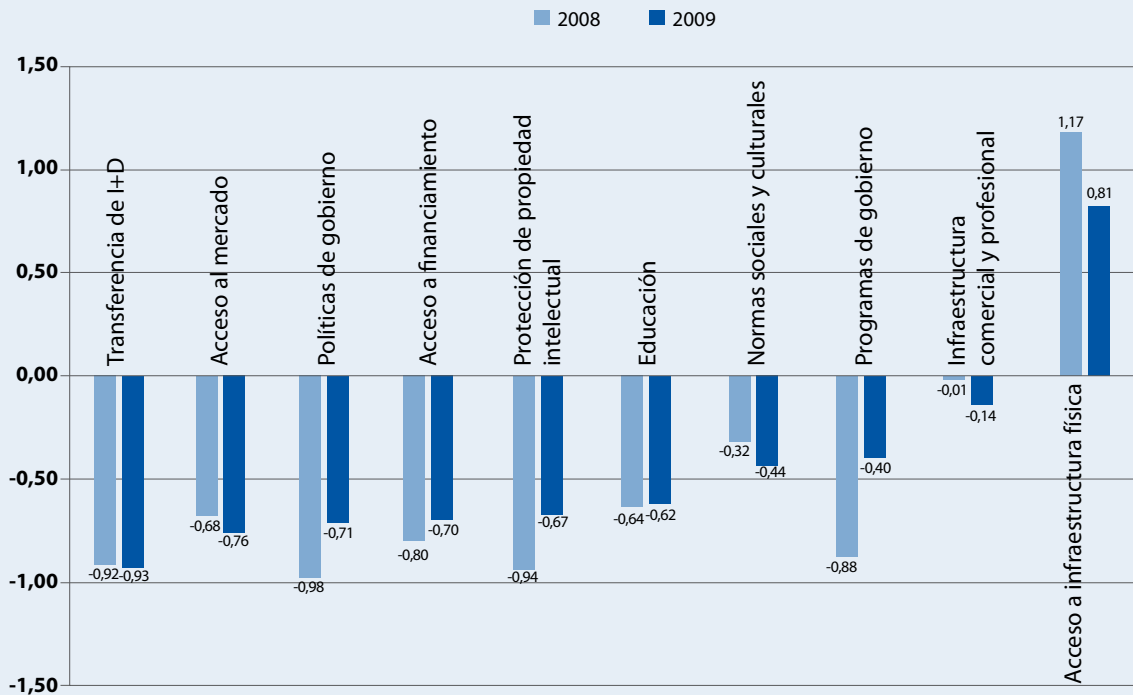
La **Figura 32** muestra cada uno de los factores contrastando las evaluaciones del 2009 y del 2008. Para el análisis de cada uno de ellos, se realizará una descripción ordenada de las ponderaciones desde las más bajas hasta las más altas, según las evaluaciones observadas durante el año 2009.

En este ejercicio se puede apreciar que cinco de las diez ponderaciones mejoraron su evaluación. Sin embargo, se debe considerar que “Acce-

so a infraestructura física” bajó su evaluación positiva y el factor de “Transferencia I+D” se volvió más negativo.

Cabe señalar que ningún indicador evaluado negativamente durante el año 2008 es evaluado de forma positiva para el 2009. A partir de esto, el contexto emprendedor en la Región del Bío-Bío es similar al observado en 2008, aunque con una tendencia menos desfavorable.

Figura 32: Contexto emprendedor en la región del Bío-Bío 2008-2009



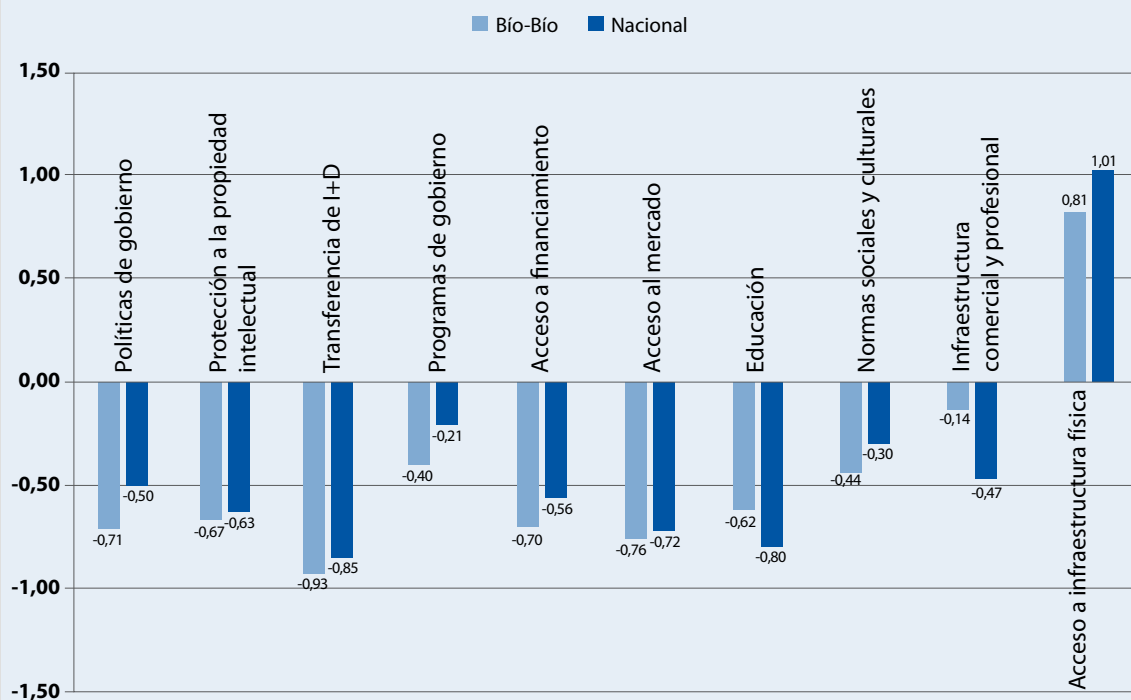
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Bío-Bío 2007-2008

Finalmente, si se comparan los resultados de la región con aquellas observadas a nivel nacional, es posible mencionar que se producen diferencias entre las respectivas evaluaciones. Si bien se mantienen las mismas "posiciones" respecto al país, en la región del Bío-Bío existió una mayor negatividad respecto a la media nacional en las mismas

ponderaciones salvo el caso de Educación e Infraestructura Comercial y Profesional.

Las variables con valoración más negativa respecto a los indicadores nacionales son "Políticas de Gobierno", "Programa de Gobierno" y "Normas Sociales y Culturales".

Figura 33: Contexto emprendedor en Chile: comparativo entre la región y el país



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) a nivel Nacional y a nivel regional Bío-Bío

4.2 TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Nivel: -0,93.

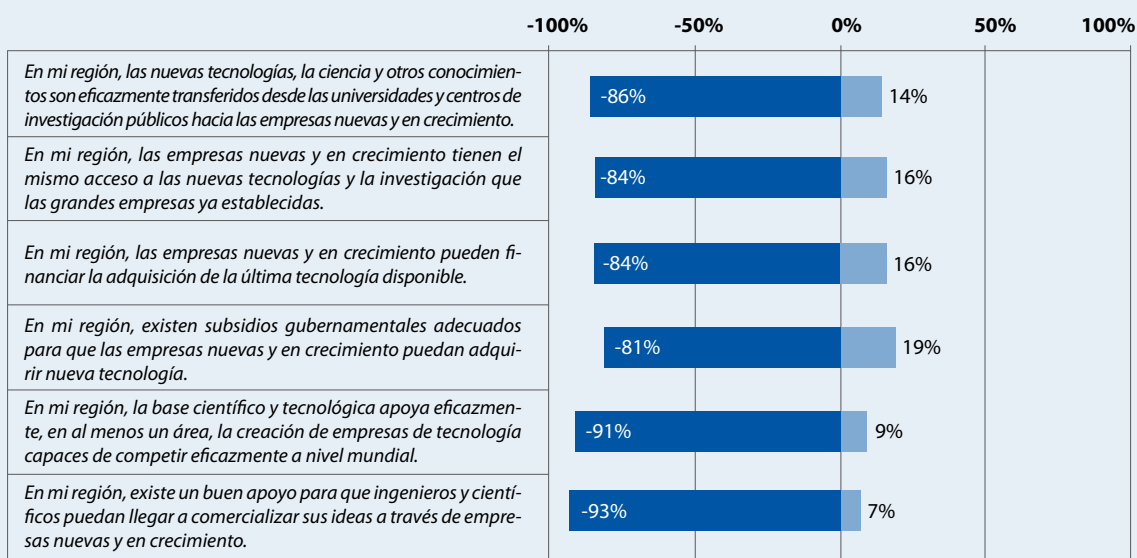
Motivo: La percepción negativa de este indicador, que se mantiene estable respecto al año anterior, se traduce principalmente en la falta de apoyo en comercializar las nuevas ideas que se desarrollan e implementan en la región a través de la creación de empresas o el fortalecimiento de las mismas.

Asimismo, se percibe una deficiencia para acceder a nuevas tecnologías por parte de los em-

prendimientos que se inician, provocando un distanciamiento cuantitativo y cualitativo entre las nuevas empresas y las grandes ya establecidas.

Por otro lado, se debe considerar que, con respecto al año anterior, muchas de las variables que componen este indicador han sufrido una merma considerable en su evaluación. Ejemplo de ello es la transferencia de tecnología desde las universidades y centros de investigación hacia el mundo empresarial, donde un 31% creía que éste es un proceso eficaz, hoy este ítem bajó a un 14%. Así también aumentó de un 84% a un 93% quienes consideran que estas bases científico-tecnológicas no favorecen el desarrollo de emprendimientos competitivos.

Figura 34: Evaluación de la transferencia de I+D

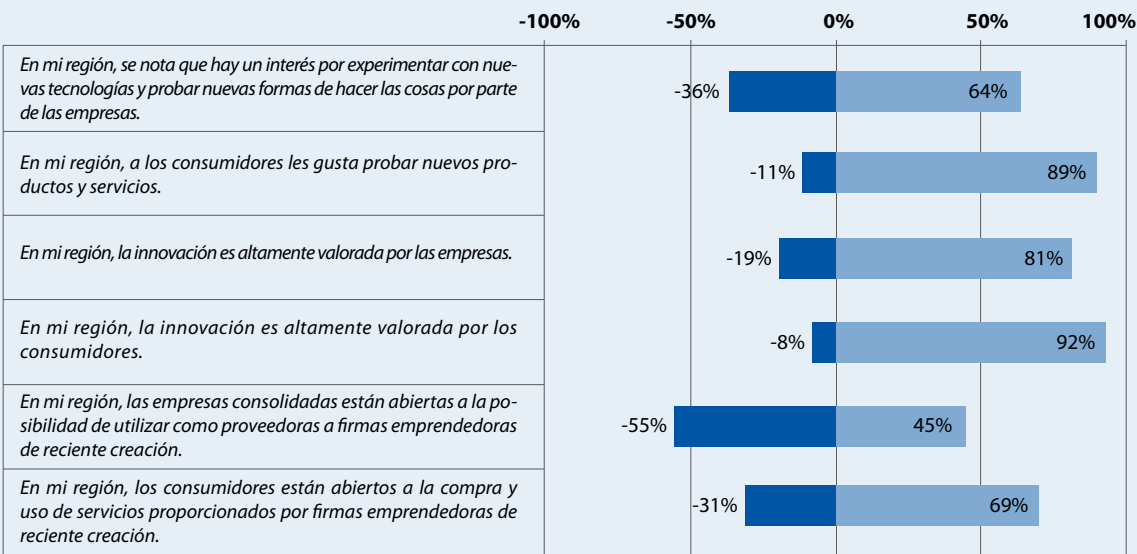


Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

Del mismo modo, el escenario anterior se contrapone con la percepción de una región abierta a la innovación, en donde las empresas la valorarían y los consumidores no presentarían reticencias a probar nuevos productos y servicios. Sin embargo, esta actitud positiva hoy no se limitaría sólo

a los productos nuevos, si no que a las firmas de reciente creación, ya que los expertos consideran que los consumidores (69%, ver Figura 35) y las empresas consolidadas podrían estar dispuestas a consumir productos o servicios de nuevas organizaciones emprendedoras.

Figura 35: Evaluación sobre la innovación



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

4.3 APERTURA AL MERCADO INTERNO

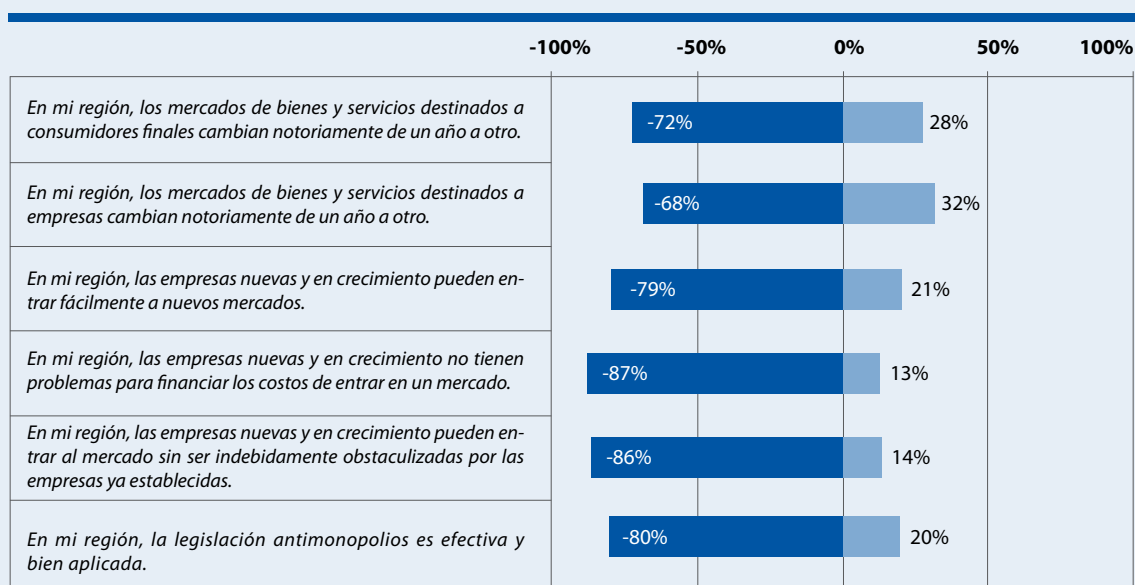
Nivel: -0,76.

Motivo: De acuerdo a la percepción de los expertos, el acceso al mercado de las empresas nuevas y en crecimiento se obstaculiza principalmente por los problemas para costear dicho ingreso (87%). Esto se mantiene respecto al análisis realizado el 2008. Lo mismo ocurre con las dificultades para ingresar a nuevos mercados y las obstrucciones indebidas que pueden generar las

empresas que ya se encuentran establecidas. Esto puede ser un factor grave, considerando que un 80% de los encuestados está en desacuerdo con que la ley antimonopolios sea bien aplicada en el país y específicamente en la Octava Región.

Paralelamente, más de un 68% de los encuestados considera que, tanto los mercados de bienes y servicios para consumidores como los dirigidos a empresas, se mantienen medianamente estables en el tiempo. Lo que posibilita el emprendimiento.

Figura 36: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

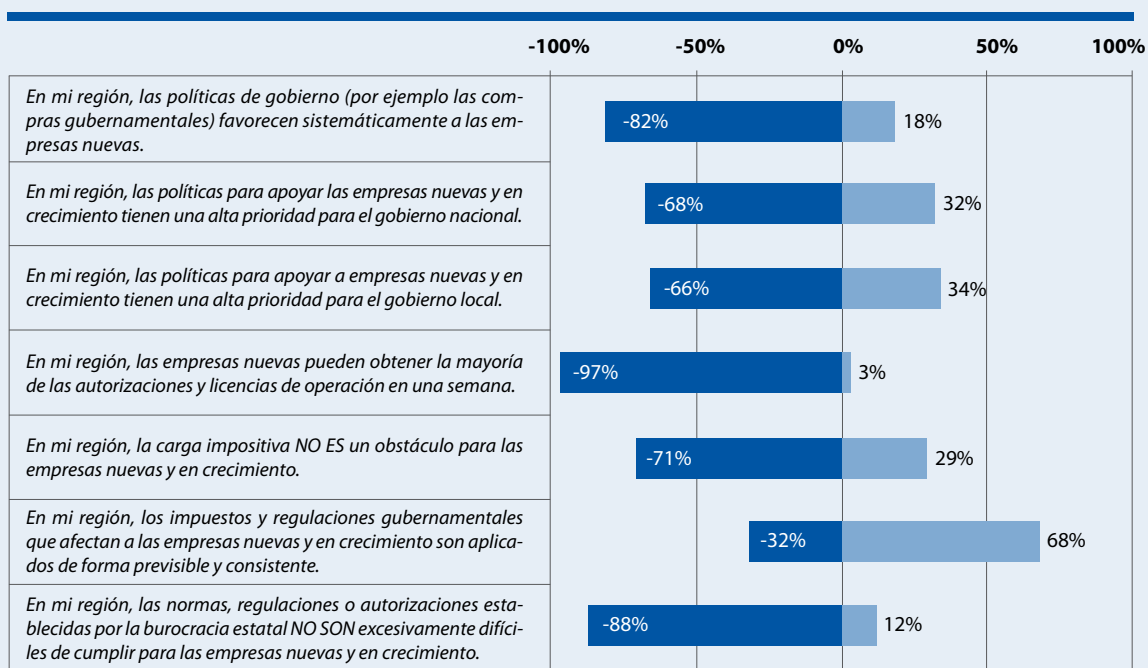
4.4 POLÍTICAS DE GOBIERNO

Nivel: -0,71.

Motivo: Considerando las tendencias anteriores, los aspectos más negativos de las políticas de gobierno tienen que ver, por un lado, con las leyes, normativas y sistema de autorizaciones establecidos por el gobierno y que las empresas deben cumplir. Por otro lado, está la falta de una política específica de gobierno local y central que se oriente a favorecer el desarrollo de las empresas.

Sin embargo, los impuestos y regulaciones gubernamentales que afectan a las empresas nuevas y en crecimiento son aplicados en forma previsible y consistente, mejorando ostensiblemente esta percepción respecto al año 2008. Sin embargo, esto contrasta con el aumento de la evaluación negativa respecto a la capacidad, de las nuevas empresas, de obtener la mayoría de autorizaciones y licencias de operación en una semana.

Figura 37: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

Un resumen de las consultas desagregadas se muestra en la **Tabla 6**.

Tabla 6: Análisis de las Políticas de Gobierno Relacionadas con el Emprendimiento

Componentes	VARIABLES	Evaluación
1. Apoyo a Nuevas Empresas	a. En esta variable se busca identificar el nivel en que las políticas de gobierno apoyan a las nuevas empresas en su desarrollo y consolidación, reconociendo su importancia y desarrollando iniciativas gubernamentales que les den prioridad.	El 82% de las opiniones de los encuestados indica que las políticas de gobierno no favorecen a empresas nuevas, al tiempo que las mismas se han incrementado, mejorando la percepción de ser una prioridad para el gobierno nacional de un 20% a un 32% y local de 21% a 34%.
	b. Dado lo importante que es para las empresas nacientes el dedicar sus esfuerzos para generar ventas y clientes, es necesario evaluar el grado en que deben desviar recursos para cumplir con los requisitos gubernamentales que permiten su formalización. En esta dimensión se evalúa qué tan largo y engorroso es el proceso de puesta en marcha de una empresa, desde la percepción de los expertos.	El 97% de las opiniones de los encuestados indica que no es rápido ni fácil iniciar una nueva empresa, aumentando esta percepción respecto del año anterior.
2. Neutralidad Empresas Grandes versus Pequeñas	a. En relación a los impuestos, un aspecto a evaluar es la previsibilidad y consistencia de la aplicación de los mismos, lo que afecta en la planificación y el control que tiene el emprendedor sobre su actividad.	El 68% de las opiniones de los encuestados considera que los impuestos son aplicados de forma previsible y consistente.
	b. En esta dimensión se evalúa el grado de experiencia adicional y esfuerzos adicionales que debe tener el emprendedor para realizar exitosamente los trámites burocráticos y dar cumplimiento a las normativas legales.	El 88% de los encuestados considera que los trámites y normas son difíciles de cumplir para empresas nuevas y en crecimiento.

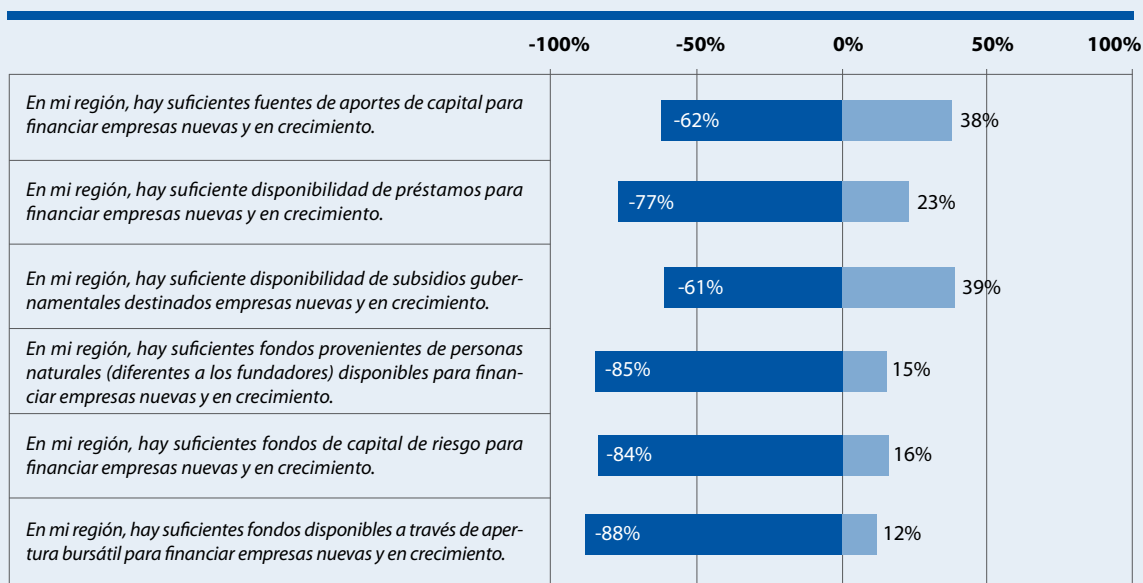
4.5 APOYO FINANCIERO

Nivel: -0,70.

Motivo: La evaluación de los diferentes indicadores de esta área es bastante homogénea, sin embargo, se observa un pequeño incremento en la mayoría. Un 77% de los encuestados considera que existen pocos recursos para financiar la actividad emprendedora, ya sea en forma de empresas nuevas o en crecimiento.

La fuente de financiamiento peor evaluada, con un 88% de opiniones negativas, es aquella que tiene relación con la disponibilidad de fondos a través de apertura bursátil para financiar empresas nuevas y en crecimiento. Por otra parte, la mejor evaluada tiene relación con la suficiente disponibilidad de subsidios gubernamentales destinados a empresas nuevas y en crecimiento, con un 39% de opiniones positivas. A partir de lo anterior, es posible observar claramente una evaluación negativa de todos los aspectos relacionados con temas de financiamiento.

Figura 38: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

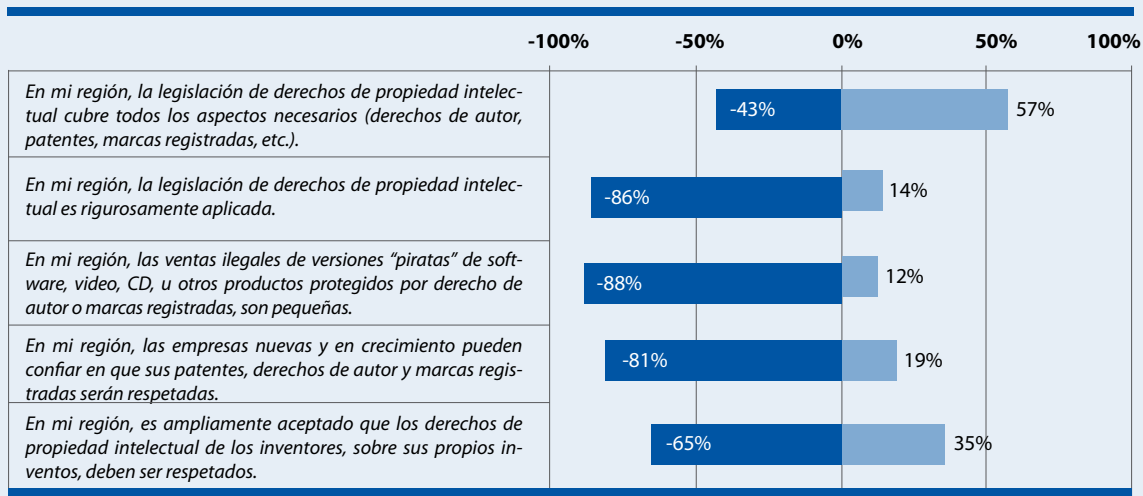
4.6 PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Nivel: -0,67.

Motivo: En nuestra región del Bío-Bío, la defensa de la propiedad intelectual ha sido débil en el tiempo siendo, a juicio de los expertos, una amenaza al emprendimiento. Sin embargo, bajo el mismo criterio, la legislación de derechos de propiedad intelectual cubre todos los derechos necesarios (derechos de autor, patentes, marcas registradas, etc.). Vereda diametralmente opuesta a la encuesta realizada en 2008 que otorgaba sólo un 26% a favor.

Sin embargo, todos los demás ítems sobre propiedad intelectual se mantuvieron en el rango negativo. En este sentido, todos los encuestados consideraron que el comercio de versiones "piratas" de productos protegidos por derechos de autor y marcas registradas es una práctica común, lo que se asocia a una legislación que no se aplica rigurosamente (86%) y que no aborda adecuadamente el fenómeno. En este sentido, si bien un 35% de los encuestados considera que existe un consenso a nivel regional sobre la necesidad de respetar la propiedad intelectual, más de tres cuartos de los expertos cree que no se puede confiar en que ésta sea respetada.

Figura 39: Protección de la propiedad intelectual



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

4.7 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Nivel: -0,62.

Motivo: Respecto al rol del sistema educativo en el desarrollo de emprendedores, las opiniones de los expertos distinguen con claridad el rol de la educación obligatoria (primaria, secundaria) del que tiene la educación técnica o universitaria (de tipo terciaria).

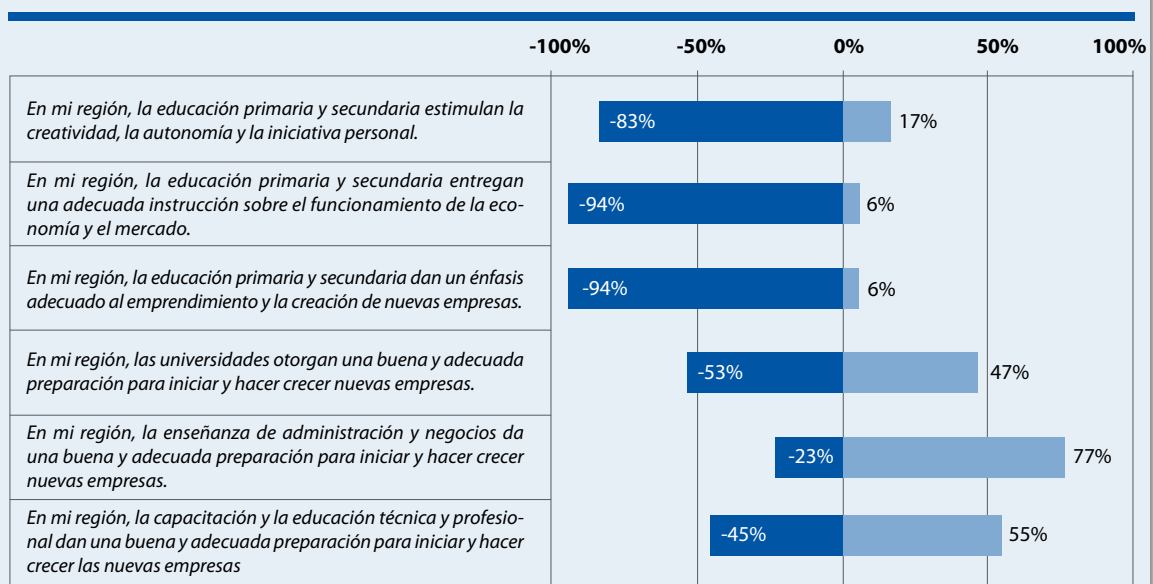
Hoy los expertos mantienen una evaluación negativa al respecto, pues más del 90%, considera que los niveles básicos y medios no entregan al estudiante las condiciones mínimas para desarrollar las capacidades emprendedoras.

Lo anterior, se puede explicar, en parte, porque no se le da la suficiente importancia al desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, ni se fomen-

tan competencias blandas que son claves en este proceso, como la creatividad, la autonomía y la iniciativa personal. No obstante, un segundo factor que afecta la capacidad emprendedora es la ausencia de formación en temas relacionados con el funcionamiento del sistema económico y empresarial que le permita a los egresados manejarse con un mínimo de fluidez en el mercado y en temas relacionados con él mismo.

Frente a lo anterior, aparece la opinión respecto a la educación terciaria que - pese a obtener una evaluación más positiva que las etapas previas- mantiene un margen negativo respecto a las competencias, ya que no existe consenso sobre si las universidades preparan o no para el emprendimiento. Sin embargo, la enseñanza de administración y negocios da una buena y adecuada preparación para iniciar y hacer crecer nuevas empresas, lo mismo ocurre con la capacitación y la educación técnica, con el objeto de propiciar la creación de empresas.

Figura 40: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

4.8 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

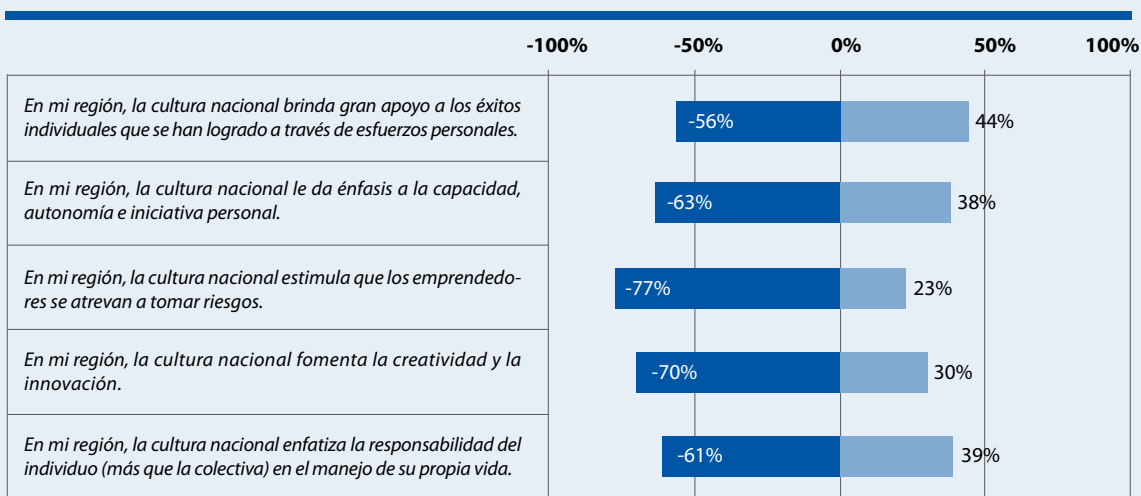
Nivel: -0,44.

Motivo: Respecto a las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento, se entiende que nuestra cultura nacional no brinda gran apoyo a los éxitos individuales que se han logrado por medio de los esfuerzos personales, lo que se traduce en la falta de autonomía, de responsabilidad social y en el nulo estímulo para tomar riesgos.

En definitiva, el entorno socio-cultural nacional desalienta actitudes que divergen de la forma convencional de enfrentar problemas.

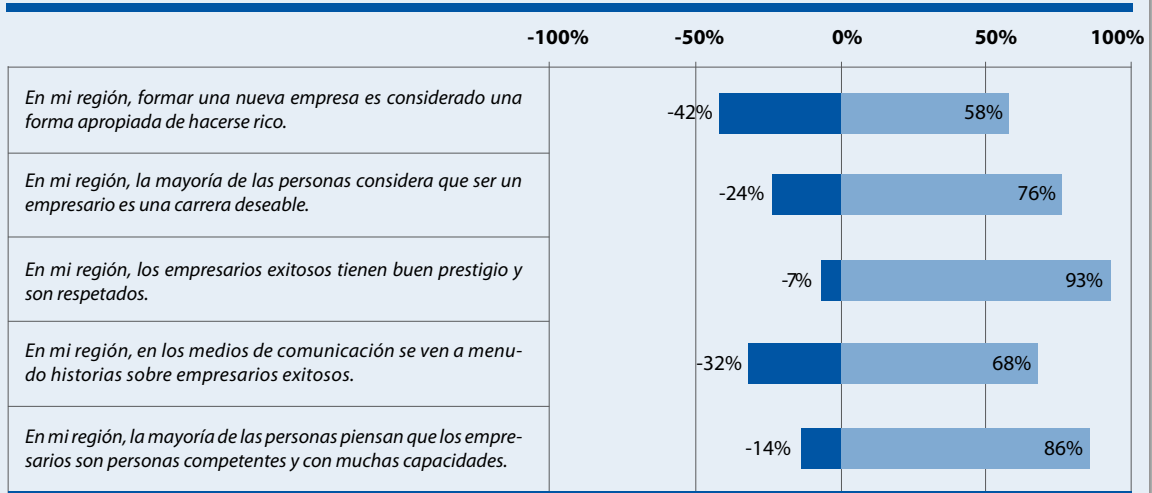
Motivo: La valoración del empresariado en la región mantiene números positivos de un 76% de aceptabilidad, ya que es considerada una ocupación respetada por la ciudadanía y quienes se desempeñan en dicho ámbito son considerados sujetos competentes y, a diferencia de la encuesta 2008, las personas ven favorablemente que ser empresario es una forma apropiada para hacerse rico.

Figura 41: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

Figura 42: Valoración social del ser empresario



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

4.9 PROGRAMAS DE GOBIERNO

Nivel: -0,40.

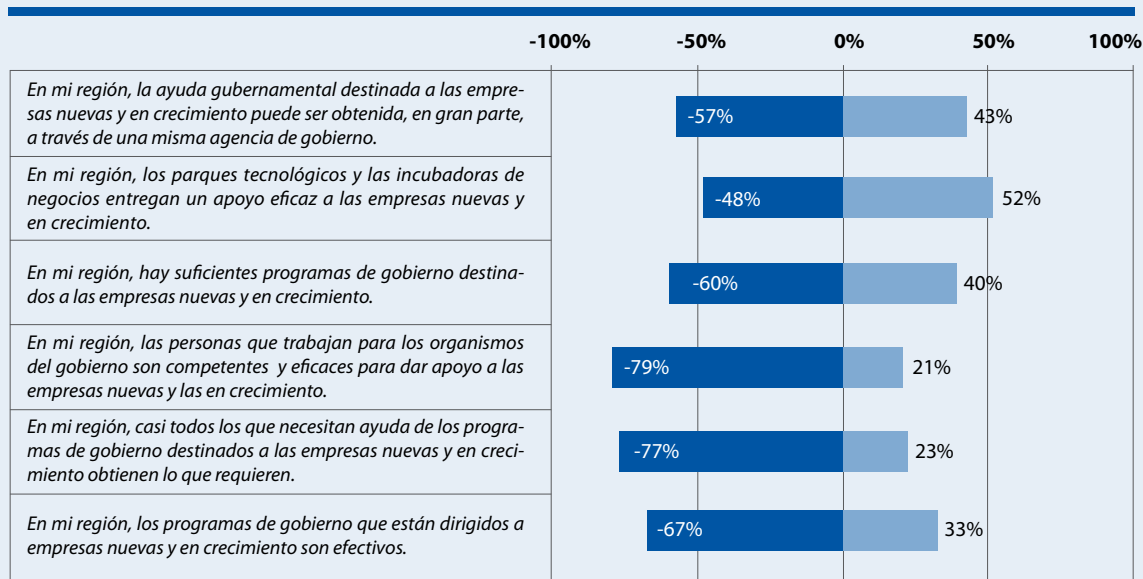
Motivo: En relación a los programas de gobierno, la opinión, a pesar de ser negativa, a mejorado en un 15% respecto al 2008, sin embargo, se mantiene la opinión negativa de los expertos, que consideran que las empresas nuevas y en crecimiento no obtienen lo que necesitan por parte de los programas gubernamentales.

Lo anterior se debe, a juicio de los expertos, a que los emprendedores tienen que relacionarse con múltiples agencias durante el desarrollo de sus emprendimientos, provocando un desfase en su actividad. Paralelamente, estas agencias no dan la cobertura adecuada de sus necesidades ni son efectivas en su desempeño.

Ahora bien, los expertos manifiestan una actitud levemente más negativa en relación a las personas que trabajan en los organismos gubernamentales. En la actualidad, sólo el 21% de los expertos considera que son competentes y eficaces en la atención del emprendedor. El año pasado el porcentaje, respecto a esta pregunta, entregaba un 28% de aprobación, situación que devela la existencia de una diferenciación respecto a los programas y los procesos que conllevan y quienes dan forma a dichos programas.

Frente a lo anterior surge un incremento ostensible positivo respecto al apoyo que los parques tecnológicos e incubadoras de negocios prestan a la actividad emprendedora, ya que alcanza un 52% de aprobación, frente al 36% del año anterior.

Figura 43: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento

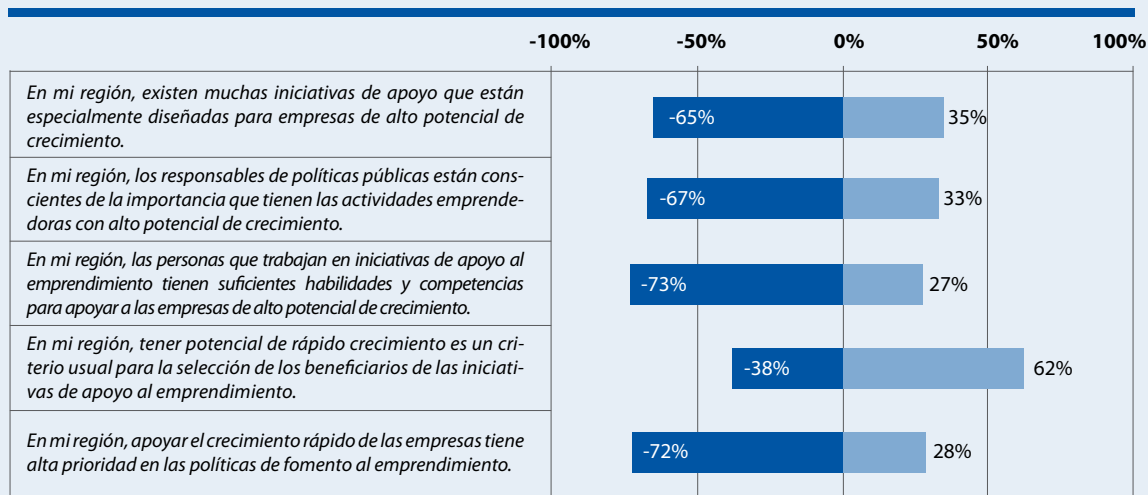


Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

Los expertos consideran que el gobierno no le atribuye una real importancia a la actividad emprendedora ni le asigna prioridad dentro de las políticas que desarrolla, coartando la posibilidad de crecimiento de las empresas con alto potencial. Esto se daría, principalmente, por iniciativas mal diseñadas como también al personal poco capacitado que ejerce funciones en estas áreas.

El único aspecto bien evaluado en esta área se relaciona con los criterios de evaluación que contribuyen a definir quienes son los emprendedores que recibirán apoyo, donde un 62% de los encuestados sostiene que uno de los aspectos que se considera es el potencial de crecimiento.

Figura 44: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

4.10 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

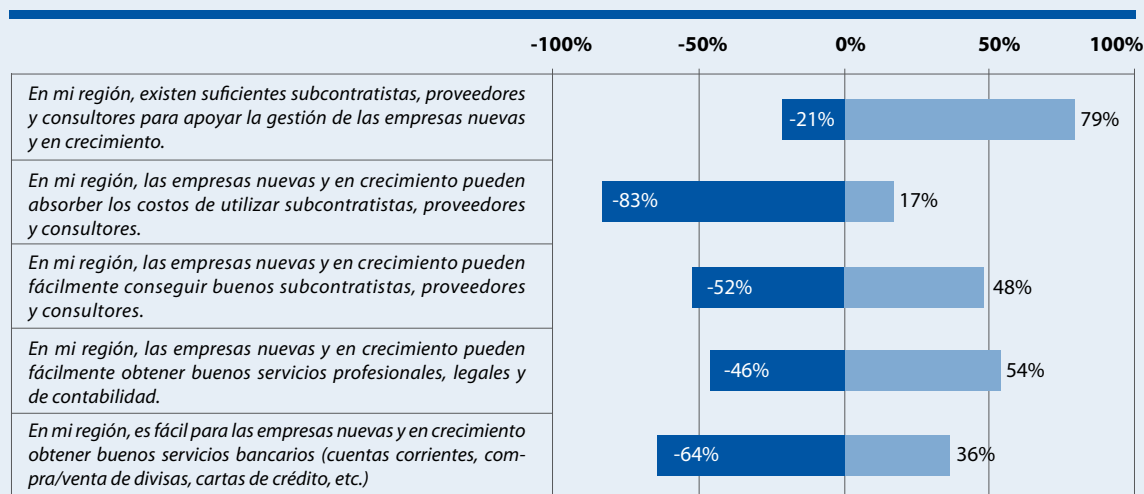
Nivel: -0,14.

Motivo: En cuanto a esta condición, hoy existe un claro consenso por parte de los expertos al respecto. Por ejemplo, anteriormente (2008) un 52% consideraba que para un emprendedor

era fácil obtener buenos servicios bancarios, hoy dicha condición se contrasta con una desaprobación del 64%.

Aún cuando existe la disponibilidad de suficientes contratistas, proveedores y consultores (79%) para emprendedores, un 52% de los expertos no cree que esto implique acceder a servicios de calidad y un 83% tampoco cree que las empresas nuevas puedan costearlos.

Figura 45: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

4.11 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

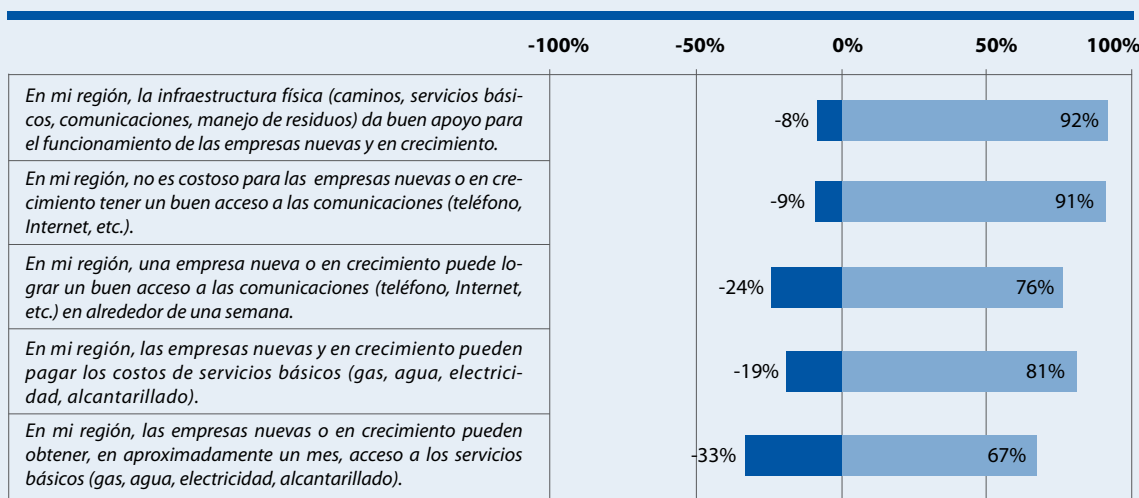
Nivel: 0,81.

Motivo: El resultado de esta área es ampliamente positivo. La infraestructura física (caminos, servicios básicos, comunicaciones, manejo de residuos) da buen apoyo para el funcionamiento de las empresas nuevas y en crecimiento. En este sentido, el

92% de los expertos aprueba el acceso e infraestructura de nuestra región, sin embargo, dada la contingencia, debemos estar claros que este ítem se verá afectado producto del terremoto. A pesar de ello, la interconexión existente mantiene a la Región del Bío-Bío con una base sólida, respecto al acceso de infraestructura física.

Finalmente, podemos mencionar que la evaluación regional de este año es similar a la presentada en el año anterior, sin embargo, tiende a la baja.

Figura 46: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

4.12 OPORTUNIDADES DEL EMPRENDEDOR Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

Entender el emprendimiento necesariamente nos lleva a conocer el origen de la palabra, la cual proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y es un concepto que describía a los aventureros que viajaron al nuevo mundo. Es en este sentido, si bien es cierto que este fenómeno depende de diversos factores, se debe considerar que estos varían tanto a nivel mundial, nacional, regional o local.

Las oportunidades y facilidades que ofrece el medio son las que influyen en las posibles iniciativas y provecho que se puede sacar de estas. Sin embargo, también depende de las capacidades y experiencia del emprendedor en temas relacionados con la búsqueda y capacidad para detectar oportunidades, la gestión de sus recur-

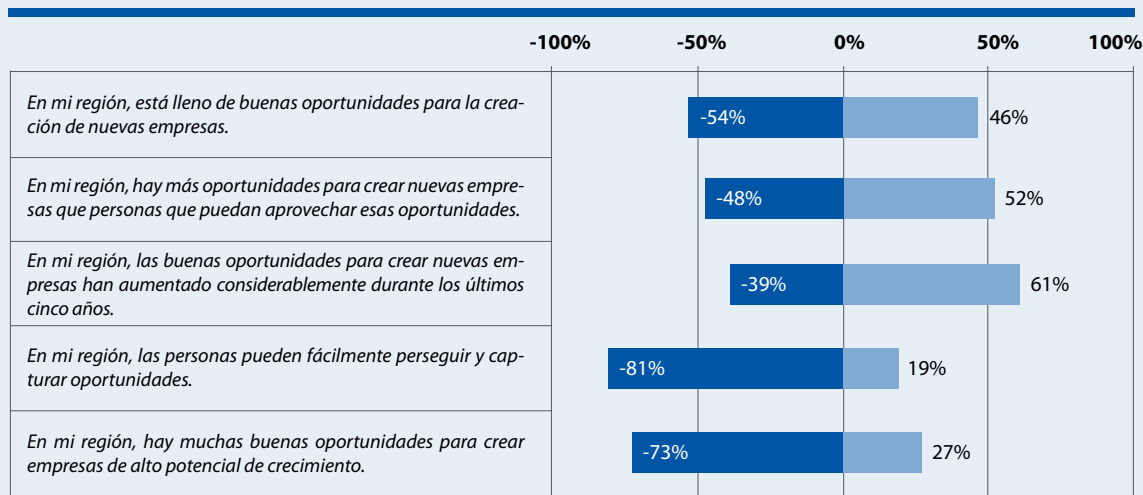
sos, su administración y el desarrollo de firmas de alto rendimiento.

Estos aspectos son abordados separadamente a continuación: las oportunidades disponibles en la región y las capacidades del emprendedor para iniciar una nueva empresa.

Oportunidades Disponibles

Aumentó el desacuerdo respecto a que la región posee múltiples oportunidades para la creación de nuevas empresas y que éstas incluso han aumentado de forma significativa en el último tiempo. Sólo el 46% de los expertos considera que en la región del Bío-Bío, se dan las condiciones para la creación de nuevas empresas. El 73% no cree que estas oportunidades permitan desarrollar empresas de alto potencial crecimiento y sólo un 19% cree que los habitantes de la región están capacitados para tomar dichas oportunidades.

Figura 47: Oportunidades disponibles



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

A lo anterior, se debe tener presente que los resultados arrojan que las personas consideran que las dificultades para el emprendimiento no provienen del medio directamente, sino de la falta de capacitación, con el propósito de tomar las oportunidades para el crecimiento de las empresas.

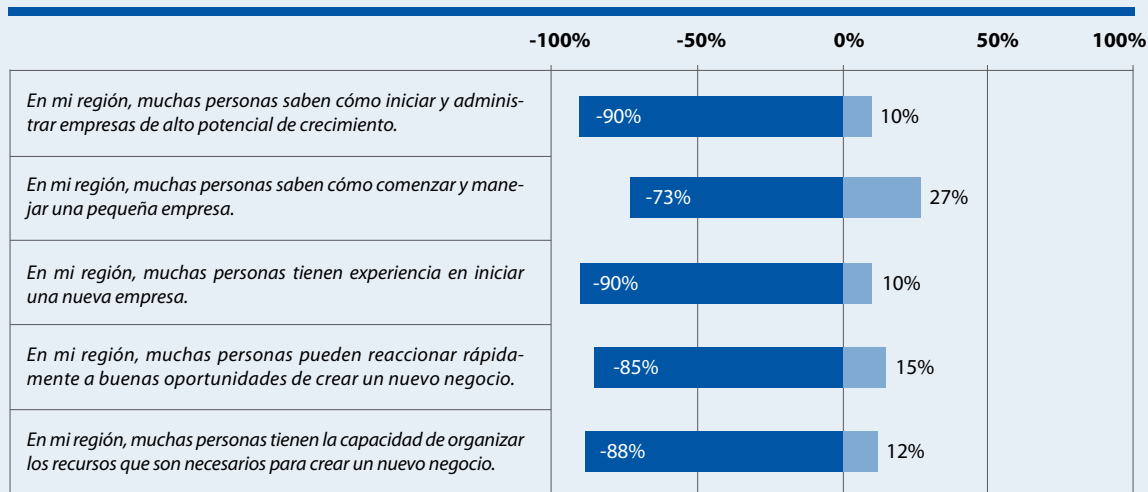
Capacidad de Formar una Nueva Empresa

Sólo el 27% de los expertos considera que existen personas que saben cómo comenzar y manejar una pequeña empresa. Es posible observar un deterioro respecto al año anterior, donde el 28% consideraba que existían las capacidades para este logro.

Por otro lado, aumentó la percepción negativa relacionada con la idea de si las personas que viven en la región tienen experiencia en la generación de nuevas empresas y si cuentan con la capacidad para administrar recursos y reaccionar con rapidez al momento de tomar oportunidades de emprendimiento.

En definitiva, la capacidad de creación de nuevas empresas no va de la mano del concepto de "región empresarial" que tiene la región del Bío-Bío, pues los indicadores respecto a las capacidades para formar nuevas empresas siguen presentando malas evaluaciones durante este periodo.

Figura 48: Capacidad de formar una nueva empresa



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Bío-Bío.

5. CONSIDERACIONES FINALES

El emprendimiento es un término muy utilizado en todo el mundo. Aun cuando el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas este concepto se ha vuelto de suma importancia ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos. Es en este contexto que el proyecto GEM Chile se ha interesado en expandir el estudio de la actividad emprendedora desde la perspectiva nacional, un mayor nivel de especificidad, incorporando diferentes regiones del país, entre ellas la Región del Bío-Bío que, por tercer año consecutivo, analiza la dinámica emprendedora de la VIII Región.

En este sentido, concebimos al emprendimiento como aquella actitud, actividad y aspiración de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos. Al respecto, se ha podido constatar, dentro del territorio nacional, que la actividad emprendedora no es uniforme y varía dependiendo del contexto económico y social de cada región. De ahí la importancia de este análisis, que busca ser la impronta de la región del Bío-Bío como sujeto de estudio.

Al respecto, se debe considerar que la región ha mejorado considerablemente algunos indicadores respecto a la oferta que desarrollan los emprendimientos, sobre todo, en aspectos ligados a la novedad de los productos ofrecidos. Sin embargo, existen atributos, como es el caso de la evaluación de la preocupación del Gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento, que mantienen deficiencias notables a la hora de la evaluación, a pesar de la creación

de programas de apoyo a emprendedores, con el propósito de crear su propia unidad productiva.

Se ha intentado explicar la fuerte relación que existe entre las cualidades emprendedoras y la calidad de vida de una comunidad, y la manera en que el proceso de socialización influye sobre las mismas. De esta forma, ha quedado de manifiesto cómo la temática de emprendimiento ha ido aumentando su importancia a través del tiempo, ya que no solo se ve como una actividad individual, si no como el principio de nuevas estrategias para la creación de empleo.

Los progresos en la región son el reflejo del trabajo bien hecho, sin embargo, aún existen ámbitos en los cuales es necesaria una mayor focalización con el fin de mejorar el contexto para emprender. Según los expertos, es necesario incentivar la generación de políticas públicas específicas a la realidad regional, mejorar los sistemas de protección a la propiedad intelectual y mecanismos de transferencia de I+D.

Del estudio se puede inferir que existe un "círculo virtuoso" entre emprendimiento, educación, empleo y desarrollo local. El círculo virtuoso se desarrolla si se implementan medidas enfocadas a mejorar la educación para el emprendimiento, en la cual el Estado tiene un rol importante. A partir de esto se logra aumentar el espíritu emprendedor de las personas y, de esta forma, existe una mayor propensión a ser emprendedores, lo cual redundará en beneficios sociales y económicos.

El aumento de las cualidades emprendedoras de la comunidad incentiva la aparición de nuevas e innovadoras iniciativas, facilitando la tarea

de los agentes de desarrollo. De esta forma se ve favorecida la generación de proyectos y la formación de redes sociales que permiten la retroalimentación del círculo virtuoso.

Por otra parte, una efectiva política de Estado para el emprendimiento permite poseer una buena infraestructura física, comercial y profesional, lo cual se verá reflejado en la creación de nuevos caminos, mejoras comunicacionales y menores precios de servicios básicos, entre otras.

Este reporte pretende consolidarse como una guía de utilidad, tanto para el ámbito público como privado, con el propósito de propiciar la creación de empresas en Chile y, específicamente, dentro de la región del Bío-Bío. Estudios como el GEM constituyen una fuente de información que permite la toma de decisiones para el desarrollo de políticas y programas que fomenten la creatividad, el esfuerzo, la novedad y el uso de tecnologías para incrementar el emprendimiento.

6. EXPERTOS CONSULTADOS

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que de forma desinteresada contribuyeron al presente Reporte GEM Regional Bío-Bío

2009. A continuación, el listado de sus nombres en orden alfabético .

1. Maria Jose Aldunce Meyer
2. Claudio Esteban Álvarez Parra
3. Kiralina Brito Arancibia
4. Julio Campos
5. Mario Capponi
6. Jaime Castro
7. Sergio Donoso Jiménez
8. Maria Francisca Espinoza Caceres
9. Vladimir Hilich Fica Toledo
10. Sergio Giacaman García
11. Hugo Hidalgo Torres
12. Emilio Inostroza Andrade
13. Andrea Jara Hermosilla
14. Mauricio Lagos Bustos
15. Juan Antonio Lama Oviedo
16. Bernardo Lobos Sepulveda
17. Jan Stengel Meierdirks
18. Miguel Alejandro Milla Sánchez
19. Ana Maria Munzenmayer
20. Marcelo Monsalve Riquelme
21. Rodrigo Monsalve Riquelme
22. Ivan Olivares Manriquez
23. Christian Horacio Pierart Pacheco
24. Felipe Prieto
25. Flavio Orellana Reyes
26. Maria Carolina Rios Aycaguer
27. Octavio Cesar Rios Sánchez
28. Katiuvchka Marianela Rojas Jiménez
29. Joel Rosales Guzman
30. Gonzalo Saez Inzunza
31. Rodrigo Sepulveda
32. Ricardo Utz Barriga
33. Omar Vega Donoso
34. Ignacio Vila Tapia
35. Pedro Villar
36. Paola Vilugron

7. REFERENCIAS

- Acs, Z. J. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), 97-107.
- Acs, Z. J. & J. E. Amorós (2008). Entrepreneurship and Competitiveness Dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.
- Acs, Z. J. & L. Szerb (2009). Gearing Up to Measure Entrepreneurship in a Global Economy, Mimeo, Faculty of Business and Economics, University of Pecs.
- Amorós, J.E., & M. Guerra (2009). Global Entrepreneurship Monitor; Reporte Nacional de Chile 2008. Santiago: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Amorós, J.E., C. Bustamante, G. Echecopar & D., Ortega (2010). Global Entrepreneurship Monitor; Reporte Nacional de Chile 2009. Santiago: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Autio, E. (2007). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Global Report on High Growth Entrepreneurship. London, UK: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.
- Bosma, N & J. Levie (2010). Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report. Wellesley, Mass.: Babson College.
- Bosma, N., Z. Acs, E. Autio, A. Coduras & J. Levie (2009). Global Entrepreneurship Monitor, 2008 Executive Report. Wellesley, Mass.: Babson College.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Général (The Nature of Trade in General)*, Paris: Institut National D'études Démographiques.
- Gries, T. & W. Naude (2008). Entrepreneurship and Structural Economic Transformation, UNU-Wider Research Papers. Helsinki.
- Godin, K., J. Clemens, & N. Veldhuis (2008). Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators, *Studies in Entrepreneurship and Markets*, 7. Fraser Institute.
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguishing Between Closure and Failure, *Small Business Economics* 21, 51-61.
- Henrekson, M. (2005). Entrepreneurship: A Weak Link in the Welfare State? *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 437-467.

Kihlstrom, R. E. & J. J. Laffont (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion, *Journal of Political Economy*, 87, 719–49.

Koellinger, P., & R. Thurik (2009). "Entrepreneurship and the Business Cycle" Tinbergen Institute Discussion Paper. TI. 2009-032/3, Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam, EIM Business and Policy Research, Zoetermeer, The Netherlands, Tinbergen Institute.

Lewis, W. A. (1954). Economic Development with Unlimited Supplies of Labour, *The Manchester School*, 28(2), 139-191.

Libertad y Desarrollo (2008). Crisis Financiera en EE.UU., y efectos en Chile. *Temas Públicos*. Santiago de Chile.

Mason, C. M. & Harrison, R. T. (2006). After the exit: acquisitions, entrepreneurial recycling and regional economic development, *Regional Studies*. 40, 55-73.

Porter, M. E., J. J. Sachs, & J. McArthur (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M, J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur, and K. Schwab (Eds), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16-25.

Schwab, K. (2009). *Global Competitiveness Report 2009-2010*. World Economic Forum. Geneva, Switzerland. <http://www.weforum.org/pdf/GRC09/GRC200920210fullreport.pdf>

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.

8. ANEXO 1

MEDIDA	DESCRIPCIÓN
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país los medios de comunicación exhiben con frecuencia historias de nuevos negocios exitosos.
Actividad emprendedora	
Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no han pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa nuevos emprendedores (as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocios establecido es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta como motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo)

Aspiraciones emprendedoras	
Actividad emprendedora en etapas iniciales con altas expectativas de crecimiento (HEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio y que espera emplear por lo menos 20 personas en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada al mercado de nuevos productos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial que señalan que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) en etapas iniciales que indica que al menos un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.
Actividad emprendedora en fase inicial en sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial (como fue antes definido) que es activo en el sector de la "alta tecnología" o "medio alta", de acuerdo a la clasificación de la OECD (2003).

9. FICHA METODOLÓGICA

9.1 *Encuesta a población adulta*

Tipo de Estudio: Encuesta administrada telefónicamente (red fija).

Universo: Población general mayor de 18 años.

Muestra: Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a datos del Censo 2002 INE.

Tamaño muestral (a nivel nacional): 2000 casos nacionales más sobremuestreo regional de 500 casos extra en cinco regiones. **Total:** 5000 casos válidos.

Tamaño muestral (a nivel regional): 622 casos.

Fecha de trabajo de campo: Del 1 de junio de 2009 al 10 agosto de 2009.

Encuestador: Opina S.A.

9.2 *Entrevistas a expertos regionales*

Tipo de Estudio: Encuesta administrada.

Muestra (a nivel nacional): 293 expertos de siete regiones del país (incluye la RM, Santiago).

Muestral (a nivel regional): 36 expertos.

Fecha de trabajo de campo: Del 1 de Junio del 2009 al 15 de Agosto del 2009.

Encuestador: Miembros del Equipo GEM Bío-Bío.

10. SOBRE LOS AUTORES

José Ernesto Amorós

Licenciado en Administración de Empresas y M.Sc. Marketing, Tecnológico de Monterrey, México. Doctor en Management Sciences por ESADE Business School, Universidad Ramón Llull, Barcelona, España. Se desempeña como profesor e investigador en tópicos de emprendimiento. Es Director de Investigación de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Desarrollo.

Carlos Smith

Ingeniero Comercial, Magíster en Ciencias de la Administración y MBA de la Universidad del Desarrollo. Se ha desempeñado como investigador del Centro de Investigación de Empresas y Negocios (CIEN). Es Director de la carrera de Ingeniería (E) en Administración de la Universidad del Desarrollo y Profesor Titular de diversas cátedras dentro de la misma Universidad en Concepción.

Pedro Silva

Ingeniero Civil Industrial. En la actualidad se desempeña como Director de Proyectos de Innovación en la Facultad de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad del Desarrollo (UDD), y ocupa el cargo de City Leader de First Tuesday Concepción, la comunidad de emprendedores de la Región del Bío-Bío. Se ha desempeñado como director de empresas nacionales: Factorone S.A. y Focus Machine S.A. A su vez cumple funciones de consultor estratégico en diversas empresas nacionales, siendo su expertise el diseño de estrategias competitivas y la evaluación de proyectos estratégicos.

11. COORDINACIÓN DEL GEM CHILE

El proyecto GEM Chile es desarrollado por el Global Entrepreneurship Research Center de la Universidad del Desarrollo.

*Global Entrepreneurship Research Center-GERC
Universidad del Desarrollo*

www.fenudd.cl/gerc
Contacto: Carlos Poblete
Coordinador GERC
capobletec@udd.cl
Tel: (56+ 2) 32 79 158

12. COORDINACIÓN REGIONAL – GEM

Región	Institución	Departamento encargado	Equipo
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Área de Emprendimiento, Liderazgo y TICs de la escuela Universitaria de Ingeniería Industrial, informática y de Sistemas de la Universidad de Tarapacá.	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Dante Choque Cáseres Hernando Bustos Andreu
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Universidad Católica del Norte Centro de Emprendimiento y de la Pyme	Gianni Romani Chocce Miguel Atienza Úbeda
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Departamento de Industrias, Economía y Negocios	Cristóbal Fernández Jorge Cea Juan Tapia
Región del Bío-Bío	Universidad del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	José Ernesto Amorós Carlos Smith
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	INCUBATEC- Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Franklin Valdebenito Gerardo Lagos Pedro Araneda

13. AUSPICIADORES

InnovaChile- CORFO

InnovaChile de CORFO es una de las principales agencias públicas a cargo de impulsar la innovación en todo tipo de empresas, tanto consolidadas como nuevas (emprendimientos), además de universidades y otras entidades académicas y tecnológicas.

Por una parte, InnovaChile apoya directamente la innovación, entregando subsidios para proyectos innovadores en diferentes etapas, desde estudios de preinversión o fondos de capital semilla hasta la introducción al mercado, pasando por misiones tecnológicas, consultorías especializadas y otros. Adicionalmente genera condiciones para innovar, apoyando proyectos orientados a mejorar las condiciones para innovar que ofrece el entorno en algún determinado ámbito, sector productivo o región. También promueve la innovación en sectores con potencial, por ello cuenta con equipos de trabajo especializados en: Biotecnología y Medioambiente; TIC; Industria Alimenticia; Minero, Energía e Infraestructura y Turismo de Intereses Especiales.

Desde su creación, en el año 2005, InnovaChile de CORFO ha apoyado a más 3.000 proyectos de innovación, lo que implicó que alrededor de 10.000 empresas, emprendedores y centros de investigación, y más de 12.000 pequeñas y medianas empresas de forma indirecta, desarrollaran importantes iniciativas que les han permitido mejorar sus estrategias competitivas.

InnovaChile busca sistemáticamente que las empresas chilenas incorporen innovación a sus productos y servicios, que agreguen valor a su producción mediante el conocimiento y las mejores prácticas, que accedan a mercados externos exigentes y que se orienten a satisfacer las necesidades de sus clientes, ello con el fin de acercarnos cada vez más al anhelado desarrollo.

Más información en www.corfo.cl

ENDEAVOR

Endeavor es una organización sin fines de lucro, presente en 12 países, que promueve el surgimiento y desarrollo de nuevos empresarios en mercados emergentes. El apoyo está enfocado en disminuir las barreras de acceso a la información, el capital y las redes de contacto, temas claves para el éxito de las nuevas empresas. Los emprendedores Endeavor reinvierten su tiempo y conocimientos para promover una cultura emprendedora y apoyar a otros emprendedores, pues se cree firmemente que los empresarios emergentes, creadores de nuevas empresas, son individuos capaces de generar una economía de crecimiento e innovadora.

Su metodología de trabajo se basa en un proceso de búsqueda y selección, en donde se eligen a empresarios emergentes que estén desarrollando compañías innovadoras, con potencial de crecimiento y con claras ventajas competitivas en su sector. Una vez seleccionados, se convierten en “emprendedores Endeavor” y se les brinda apoyo, acceso a redes locales e internacionales de contacto y capital, y programas que permiten el adecuado crecimiento y desarrollo de sus negocios. Finalmente, la organización utiliza las historias de los emprendedores Endeavor como ejemplos para promover una cultura empresarial mediante la continua realización de actividades de educación y difusión en el ámbito empresarial, donde los mismos emprendedores Endeavor participan de distintas actividades como talleres, conferencias, casos de estudio, etc. de manera de transmitir su experiencia y motivar a los jóvenes a considerar el camino empresarial.

Más información en: www.endeavor.cl

SOFOFA

SOFOFA es una federación gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno. Agrupa a cerca de 2.500 empresas, 38 asociaciones sectoriales y 8 gremios empresariales regionales, representados por las Asociaciones Industriales de Arica, Antofagasta, V Región, Curicó, Talca, Concepción, IX Región (Malleco y Cautín) y Valdivia.

Su independencia política, solidez de principios, enfoque técnico y prestigio de sus dirigentes, le ha permitido alcanzar un sitial importante en la vida nacional, y es escuchada con respeto por gobernantes y sectores políticos, económicos y sociales.

SOFOFA promueve el desarrollo industrial y el crecimiento económico del país, impulsando y/o proponiendo políticas públicas que fomenten la inversión, el emprendimiento, la capacitación permanente de los recursos humanos y la generación de empleos. Junto con ello, estimula la iniciativa privada, el libre mercado, y la apertura al comercio exterior.

Más información en www.sofofa.cl

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.

Hoy la UDD es la universidad chilena que cuenta con el mayor número de profesores que han sido certificados para la enseñanza de emprendimiento por Babson College.

En el año 2007, 2008 y 2010 el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado el primer puesto 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



Global Entrepreneurship Monitor

www.gemchile.cl