



GEM

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



IMAGINACHILE
2013 Año de la Innovación



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
10 años del proyecto GEM en Chile



José Ernesto Amorós
Carlos Poblete

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
10 años del proyecto GEM en Chile
Primera Edición. 2013

EDICIONES UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción N°224.584
Santiago - Chile

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

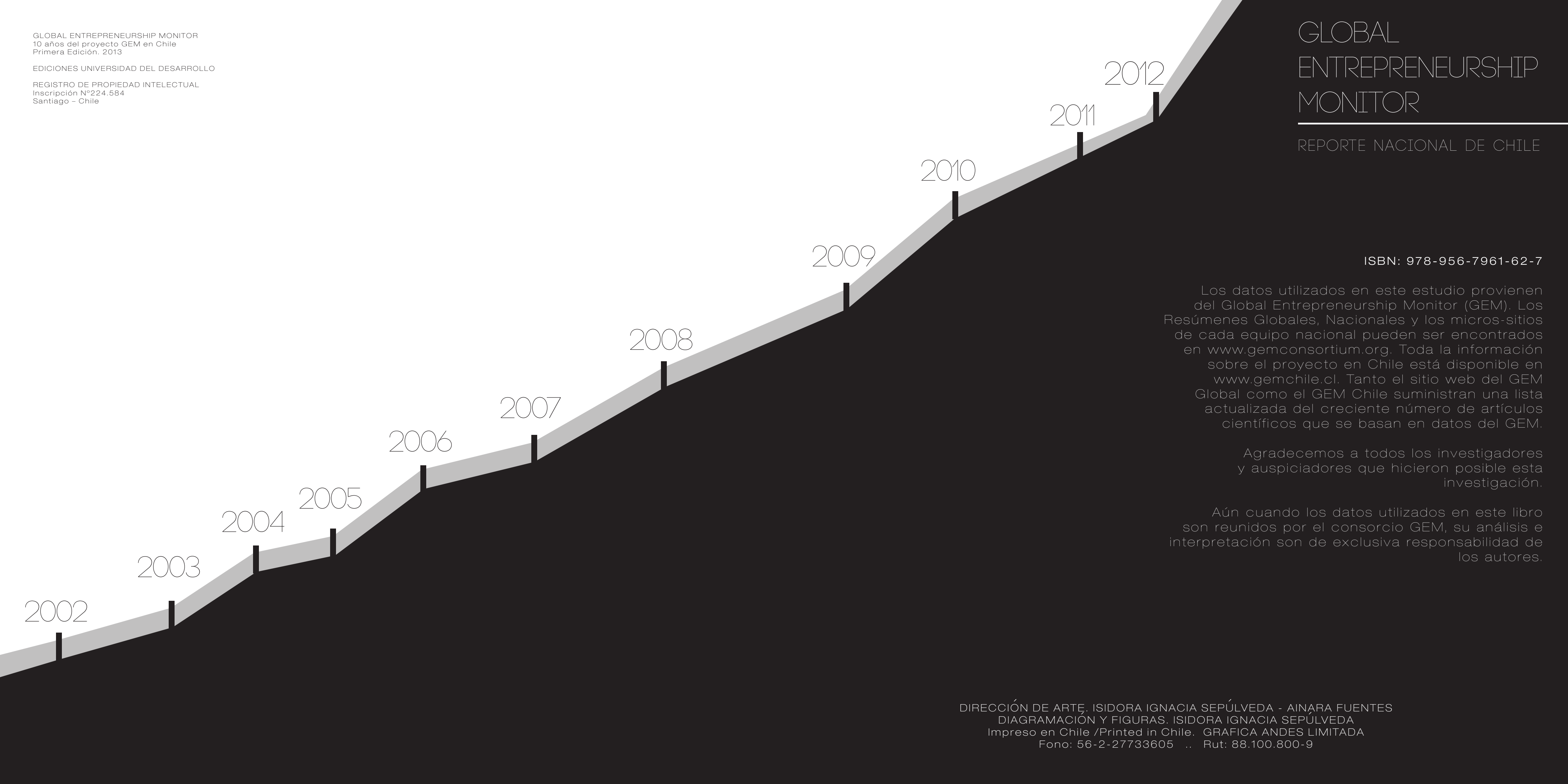
REPORTE NACIONAL DE CHILE

ISBN: 978-956-7961-62-7

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

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

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



DIRECCIÓN DE ARTE. ISIDORA IGNACIA SEPÚLVEDA - AINARA FUENTES
DIAGRAMACIÓN Y FIGURAS. ISIDORA IGNACIA SEPÚLVEDA
Impreso en Chile /Printed in Chile. GRAFICA ANDES LIMITADA
Fono: 56-2-27733605 .. Rut: 88.100.800-9



FIG. 2.1
El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM
FIG. 2.2
El modelo del GEM
FIG. 2.3
Características de las fases de desarrollo y foco principal
FIG. 2.4
El modelo y definiciones del GEM



FIG. 3.1
Porcentaje de la población adulta que manifiesta tener intenciones de emprender
FIG. 3.2
Porcentaje de la población adulta que considera el emprendimiento como opción de carrera deseable
FIG. 3.3
Porcentaje de la población adulta que el miedo a fracasar le impide emprender
FIG. 3.4
Porcentaje de la población adulta que considera que los emprendedores exitosos gozan de un gran prestigio social



FIG. 4.1
Porcentaje de la población adulta que participa en actividades emprendedoras
FIG. 4.2
Distribución de las razones que motivaron la actividad emprendedora
FIG. 4.3
Porcentaje de la población adulta, según género, que participa en actividades emprendedoras
FIG. 4.4
Porcentaje de la población adulta que posee un negocio establecido



FIG. 5.1
Porcentaje de los emprendedores que espera contratar a lo menos 5 empleados a futuro
FIG. 5.2
Porcentaje de los emprendedores que posee al menos un 25% de sus clientes en el extranjero
FIG. 5.3
Porcentaje de los emprendedores que señala que su producto o servicio es nuevo para alguno de sus clientes



FIG. 6.1
Promedio de la evaluación del apoyo financiero para el emprendimiento
FIG. 6.2
Promedio de la evaluación de las políticas gubernamentales pro emprendimiento
FIG. 6.3
Promedio de la evaluación de los programas gubernamentales para fomentar el emprendimiento
FIG. 6.4
Promedio de la evaluación de la educación para el emprendimiento
FIG. 6.5
Promedio de la evaluación de la transferencia de I+D
FIG. 6.6
Promedio de la evaluación de la infraestructura comercial y profesional
FIG. 6.7
Promedio de la evaluación del mercado interno
FIG. 6.8
Promedio de la evaluación del acceso a la infraestructura física
FIG. 6.9
Promedio de la evaluación de las normas sociales y culturales



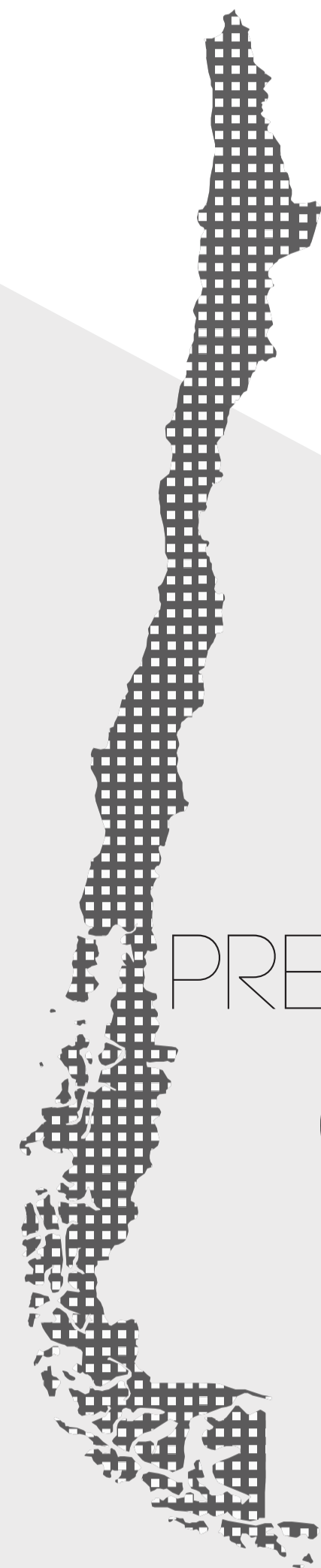
TABLA. 7.1
Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países de América Latina y Caribe
TABLA. 7.2
Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países miembros de la OECD





01





PRESENTACIÓN

GEM

CHILE

El emprendimiento es uno de los factores que contribuye al desarrollo económico de los países, tanto por el aumento de la competencia que genera como por la movilidad social que produce. Los emprendedores juegan un rol fundamental dentro del motor de una economía, ya que éstos por medio de sus empresas generan mayor dinamismo, innovación y creación de puestos de trabajo.

Una sociedad que fomente e incentive a las personas para que desarrollen nuevos negocios da cuenta de un país que posee conciencia y consenso sobre la importancia del emprendimiento para el bienestar económico y social de sus habitantes. Y para lograr este desafío, es necesario que todos estemos alineados: agentes privados, universidades y gobierno.

Dada la importancia que tiene la actividad emprendedora, es necesario disponer de instrumentos que permitan una medición a fin de sustentar adecuadamente las políticas de promoción del emprendimiento. Entre los instrumentos disponibles, el Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es de los más destacados. El GEM es el mayor estudio a nivel mundial que mide la propensión de la población a participar en actividades emprendedoras, y también aporta valiosa información al entregar una aproximación del contexto o ambiente en que se desarrolla el emprendimiento. Este estudio permite realizar comparaciones entre diferentes regiones y también a nivel internacional, lo que contribuye a una visión más completa del emprendimiento.

El GEM se realiza anualmente, y por lo tanto adicionalmente a las comparaciones con otros contextos, también es posible realizar un análisis temporal. El presente libro entrega un muy buen resumen de 10 años de medición de la actividad emprendedora en Chile, y a través de su recorrido va aportando una mirada más clara y extendida de la evolución del entorno emprendedor de Chile.

Para un país que aspira a proyectar su economía fortaleciendo los pilares básicos que sustentan el emprendimiento y la innovación, disponer de antecedentes históricos respecto de la evolución del entorno es de gran ayuda para poder implementar aquellas políticas que tengan mayor impacto en el crecimiento económico y desarrollo social de un país.

Hernán Cheyre
Vicepresidente Ejecutivo de Corfo





INTRODUCCIÓN

02



ESTO ES GEM

En el año 2002 se realizó la primera medición de la dinámica emprendedora en Chile usando la metodología del Global Entrepreneurship Monitor, GEM. Ya han pasado 10 años. En este periodo, Chile y el mundo han experimentado importantes cambios económicos, políticos y sociales. Nuestro país se ha consolidado como la economía más próspera y competitiva de América Latina. En este proceso de desarrollo, el fenómeno del emprendimiento no ha estado ajeno. En los últimos años el concepto de emprendimiento en Chile se ha instaurado no sólo en el mundo académico y de las políticas públicas, sino que ha trascendido a un amplio grupo de la sociedad. Hoy en día se valora la cultura emprendedora más allá del hecho de crear una nueva empresa. En Chile, y en muchos otros países, “emprender” es un concepto transversal. Por lo tanto, creemos que el emprendimiento ha sido una fuerza importante en la generación de cambios económicos y sociales, y un componente muy relevante en “la ecuación” del desarrollo.

Precisamente el proyecto GEM Chile en estos 10 años ha analizado esta transversalidad generando indicadores que incluyen desde el inicio de nuevos negocios, hasta temas especiales como el emprendimiento social, educación para el emprendimiento o la actividad emprendedora de los empleados. Adicionalmente, hemos puesto énfasis en el tema de mujeres emprendedoras y a partir del año 2007 también hemos analizado la actividad emprendedora regional. Con esta década de trayectoria, el GEM Chile se ha consolidado como un proyecto sólido y sin duda relevante para entender la dinámica emprendedora del país. A continuación se explica de manera general qué es el proyecto GEM y su metodología. ■

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

La misión del GERA es contribuir al desarrollo económico global a través de la iniciativa emprendedora. Para lograr esto, GERA busca incrementar el conocimiento sobre el emprendimiento en todo el mundo mediante la realización y difusión de investigación de clase mundial a través de :

Descubrir y medir los factores que impactan el nivel de la actividad emprendedora entre las economías.

Ayudar a identificar las políticas que incentivan niveles adecuados de actividad emprendedora.

Aumentar la influencia de la educación en el apoyo a la iniciativa emprendedora.

Específicamente, el GEM como proyecto se focaliza en tres objetivos fundamentales:

Medir las diferencias en los niveles de actividad emprendedora entre países.

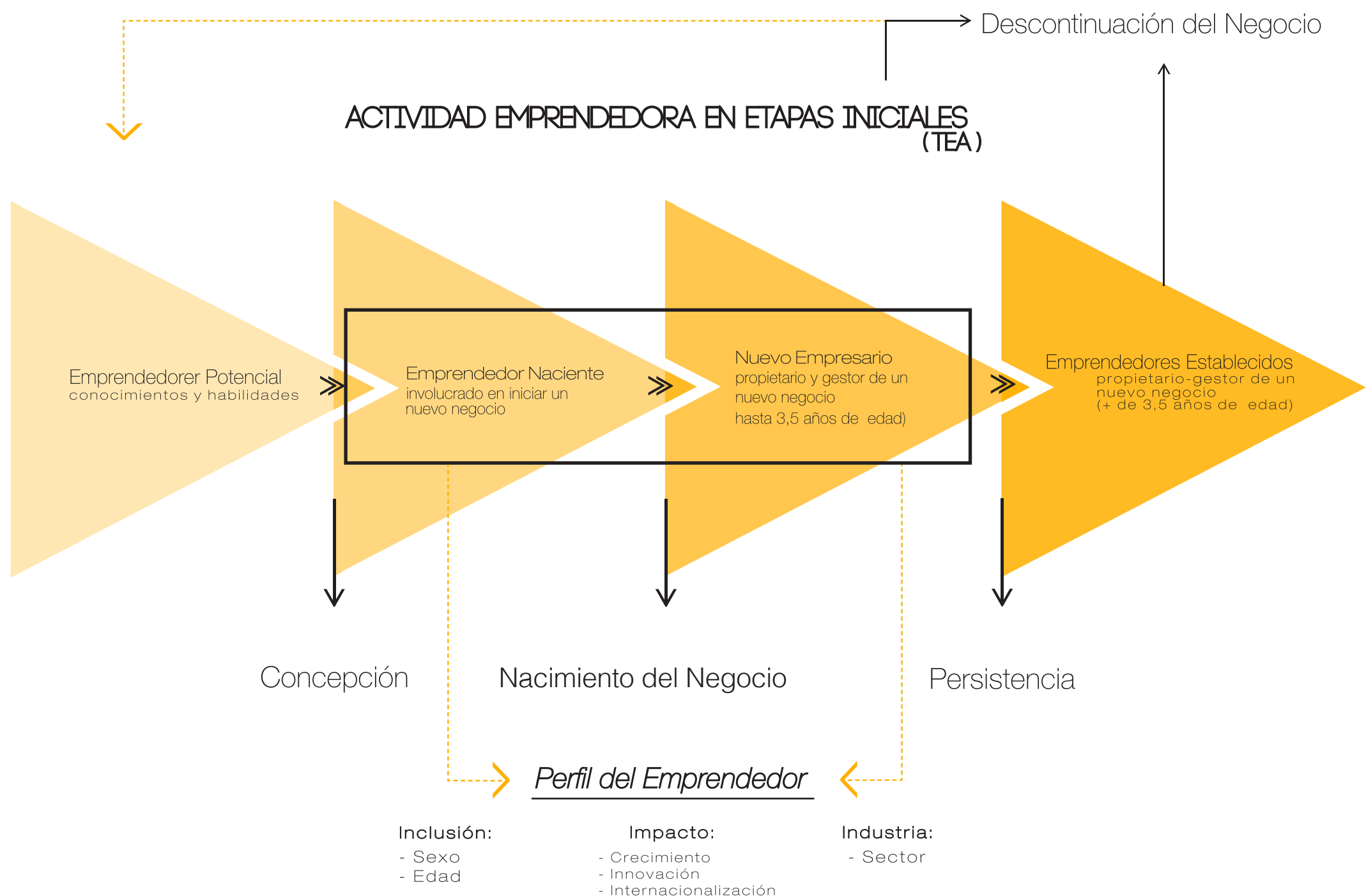
Develar los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora.

Identificar las políticas nacionales que pueden mejorar los niveles nacionales de actividad emprendedora.

ACERCA DEL GEM 2.1

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con ello, el GEM se basa en tres premisas: la primera es que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social depende en buena parte de la dinámica emprendedora. Evidentemente, las economías son heterogéneas. En algunas prevalece un mayor nivel de emprendimiento “por necesidad” (que puede ser una respuesta al desempleo), mientras que en las economías más desarrolladas prevalece la oportunidad de negocios vinculada a la innovación. Una segunda premisa es que son los individuos quienes, a través de su motivación y capacidad, inician los nuevos negocios y éstos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Así el GEM pone énfasis en el concepto de explotación de oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000) donde son justamente los individuos los que llevan a cabo la actividad emprendedora. Los beneficios del emprendimiento son relevantes porque involucra la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios, niveles de educación y las minorías desfavorecidas. Por último, una tercera premisa es que la generación de nuevas empresas es un elemento clave para la creación de nuevos empleos y a su vez la competitividad nacional depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras. ■

FIGURA 2.1: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



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 la creación de nuevas empresas, el GEM estudia las características de las personas con respecto al comienzo y gestación de un negocio. Esto lo diferencia de otras fuentes de información, muchas de las cuales recopilan datos 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, discontinuación 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 que ha estado en los negocios por un número significativo de años y es innovador, competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento, sigue siendo un emprendedor. Asimismo el proceso natural de discontinuación del negocio es parte del ciclo de esta dinámica. Incluso muchos emprendedores una vez cerrados algunos de sus proyectos, continúan con otros casi de forma inmediata (Bosma y Levie 2010; Hessels y otros 2010). 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 (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 (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La Figura 2.1 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el "momento del nacimiento" de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que estos ofrecen pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño.

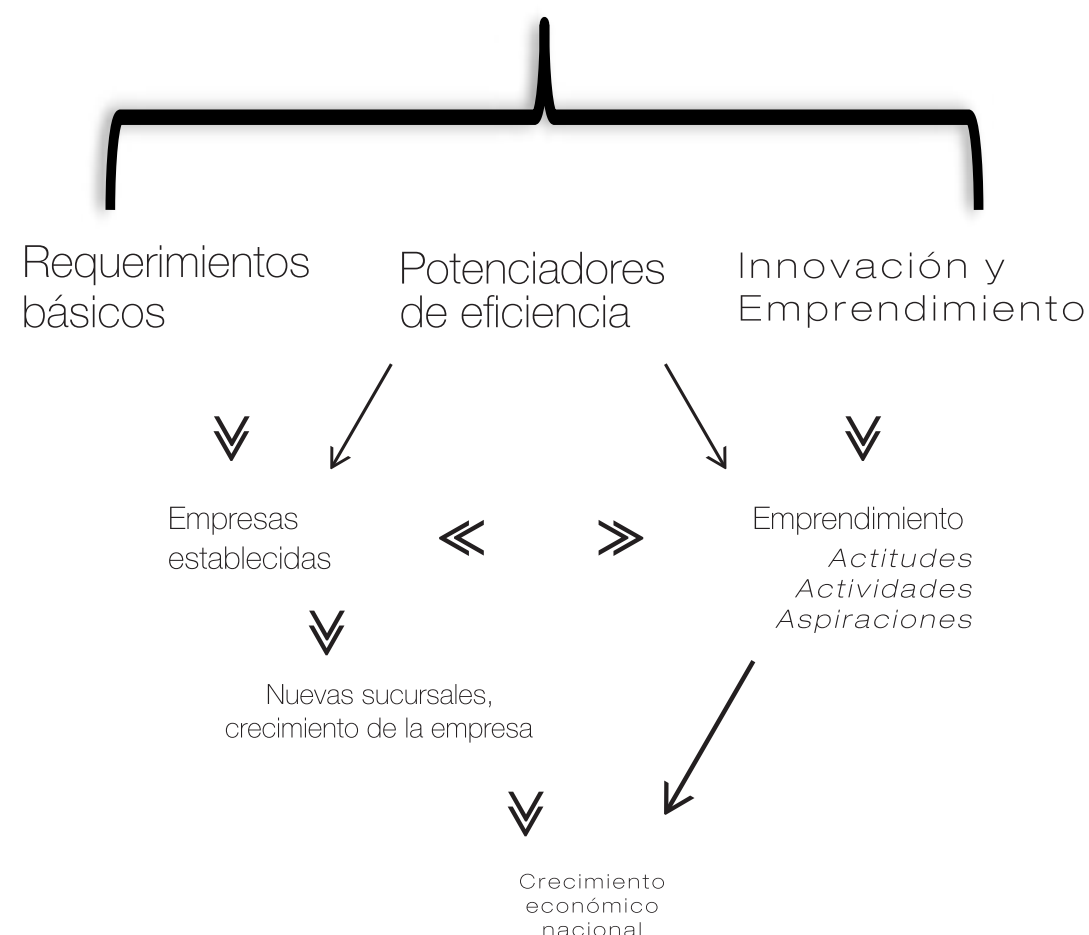
Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado "valle de la muerte" y han dejado las etapas iniciales. En un país una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar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

Como se ha comentado, existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo. 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. El modelo del GEM hace una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) que utiliza el Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum, es decir, “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 2.2, el Modelo del GEM recoge estas características para tratar de medir el efecto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de los países.

El modelo del GEM remarca que el emprendimiento está compuesto por actitudes, actividades y aspiraciones personales, y que están directa e indirectamente involucradas en actividades emprendedoras. A su vez, esto depende de la sofisticación y grado de innovación que haya en la economía, lo que 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”. Asimismo, los países menos desarrollados requieren ir mejorando las condiciones previas a la innovación, pero esto no conlleva a que no haya emprendimiento. Por ejemplo, existe la idea que el nivel de actividad de auto-empleo impulsada por la necesidad es alto, particularmente 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.

FIGURA 2.2: EL MODELO DEL GEM

CONTEXTO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL



De este modo, a medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad gradualmente declinan, debido a que los sectores productivos crecen y generan más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto.

FIGURA 2.3: CARACTERÍSTICAS DE LAS FASES DE DESARROLLO Y FOCO PRINCIPAL



El espíritu emprendedor es un aspecto omnipresente de la acción humana, pero que su manifestación depende del entorno institucional (Baumol, 1990; Boettke y Coyne, 2003). El modelo del GEM resalta la relevancia de las denominadas Condiciones del Marco para el Emprendimiento (Entrepreneurial Framework Conditions) como un indicador del potencial de un país para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y otros, 2008). Las condiciones para el emprendimiento reflejan las principales características del ambiente socio-económico del país, las cuales pueden tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. A su vez, esas condiciones también dependen de la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país.

Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en los recursos y en la eficiencia, también se han adoptado de las mismas que remarca el Reporte Mundial de Competitividad 2012 (Schwab y Sala-i-Martin, 2012). Respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM hace una contribución adicional en relación al desarrollo económico, al identificar las condiciones que son específicas tanto a la innovación y al emprendimiento. Como Acs y otros (2003) proponen, el emprendimiento transforma la innovación en resultados económicos y una falta de emprendimiento puede entonces ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación puedan lograr un mayor de crecimiento.

Es importante reconocer que los tres principales tipos de actividad económica (la basada en recursos, eficiencia y en innovación) están presentes en todas las economías nacionales, pero su prevalencia relativa

EL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO

–y contribución al desarrollo económico– varía. La propuesta del Reporte Mundial de Competitividad es que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación diferente de estas tres actividades. Las tres fases están denominadas de acuerdo a la actividad que es la más significativa para la fase y así, la importancia relativa de las condiciones del marco emprendedor para un país puede variar de acuerdo a la fase de desarrollo económico.

Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: el desarrollo de las instituciones, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación primaria. Los requisitos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero no contribuyen del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad. 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 (1912 [1934]) y su concepto de “destrucción creativa”, si están indirectamente relacionadas dado que el potencial desarrollo de nuevos mercados atraerá más emprendimientos. Para países cuyo desarrollo está basado en la innovación, las condiciones para el emprendimiento se vuelven más importantes, ya que apalancan el desarrollo económico en mayor medida que los requisitos básicos o los reforzadores de la eficiencia. Los detalles de cuál es rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en la Figura 2.3.

EMPRENDIMIENTO: ACTITUDES, ACTIVIDAD Y ASPIRACIONES.

Existen diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, diversas definiciones de él. Desde Cantillón (1755) hasta las más recientes visiones y conceptos sobre el emprendimiento se ha resaltado su naturaleza multifacética y holística. Por lo tanto, se han identificado diversos elementos que son comunes al concepto de emprendimiento (Godin y otros, 2008). Tomando en cuenta muchos de estos conceptos, como ya se mencionó, el Modelo del GEM identifica tres componentes principales del emprendimiento: **actitudes, actividades y aspiraciones** emprendedoras (Acs y Szerb, 2011). Una combinación óptima de estos componentes y su interrelación pueden conformar un sistema emprendedor que ayude al desarrollo económico.

Las **actitudes emprendedoras** son 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. Otras actitudes relevantes podrían incluir el nivel de riesgo que la persona está dispuesta a soportar y la percepción que ésta tiene de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.

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

Las **actividades emprendedoras**, son heterogéneas, 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, tales como el cierre de negocios. 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 continuo más que como 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. El análisis de la actividad emprendedora también permite explorar las diferencias entre los procesos emprendedores a lo largo de las tres fases principales del desarrollo económico nacional. Por ejemplo, la actividad de negocios nacientes y nuevos se espera que sea mayor en economías basadas en recursos, fundamentalmente porque muchas de ellas son motivadas por necesidad. En economías basadas en la innovación, la proporción de emprendimientos por oportunidad se espera que sea mayor que en las economías basadas en recursos o en eficiencia.

Finalmente, las **aspiraciones emprendedoras** 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, éstas pueden afectar significativamente el impacto económico de estas actividades emprendedoras.

La innovación de productos y procesos, la internacionalización y las ambiciones por procurar altos niveles de crecimiento son consideradas el sello del emprendimiento impulsado por la ambición o las altas aspiraciones. Es así como el GEM ha creado mediciones para capturar estas aspiraciones. ■

LA METODOLOGÍA DEL

2.4 GEM

Una vez que se ha definido el modelo general y las principales definiciones, se explica la metodología que sigue el proyecto GEM, el cual tiene dos instrumentos con los que recopila información primaria, es decir datos directamente 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 adultos, entre 18 y 64 años por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia– el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del 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 Expert Survey, NES) es una encuesta más de tipo cualitativa, que recoge información de las condiciones del marco emprendedor, es decir el contexto emprendedor

de cada país. Ésta es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 personas que son catalogadas como expertos y expertas, ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país o bien porque son emprendedores de gran trayectoria que han “vivido en carne propia” el proceso.

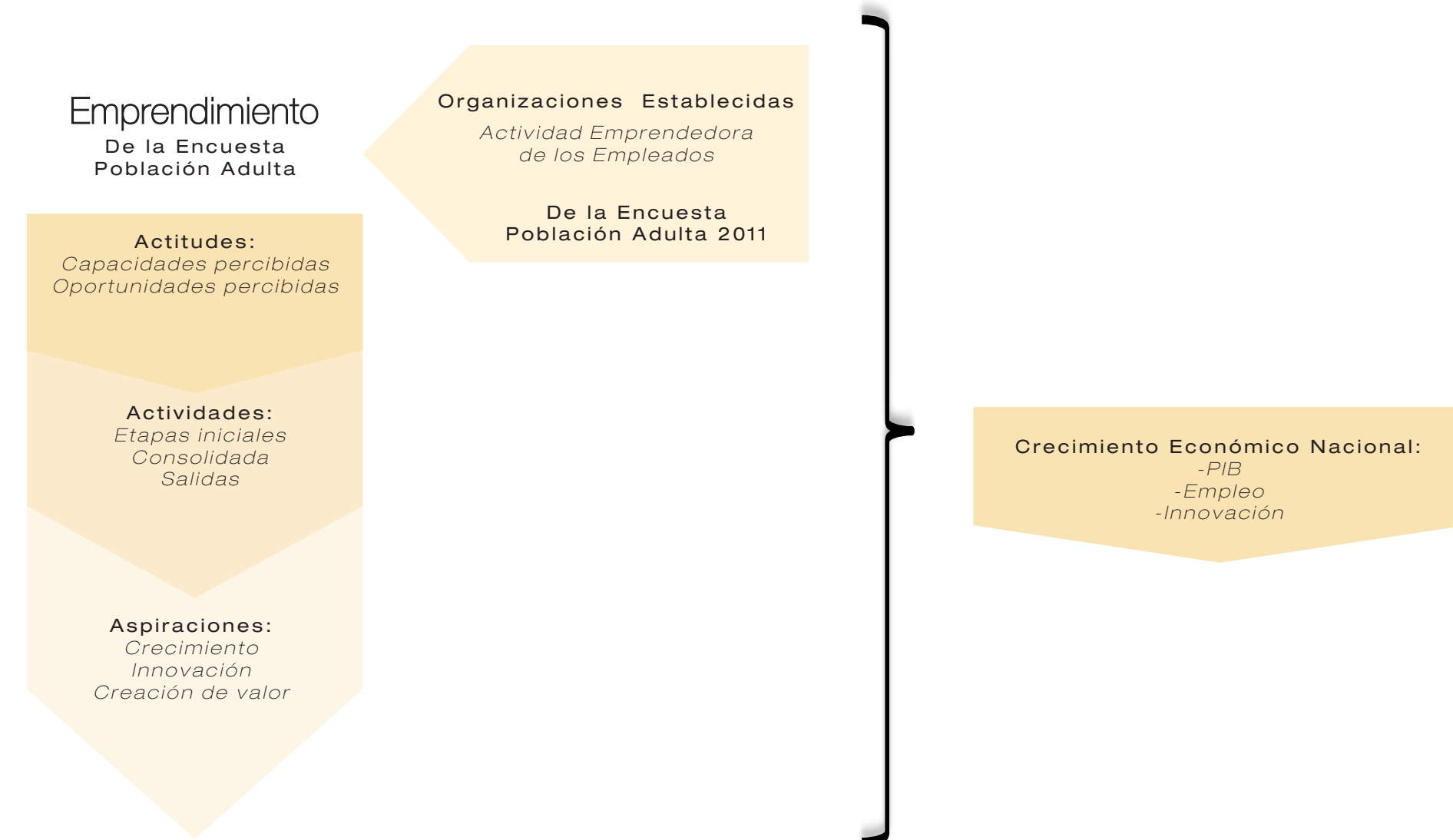
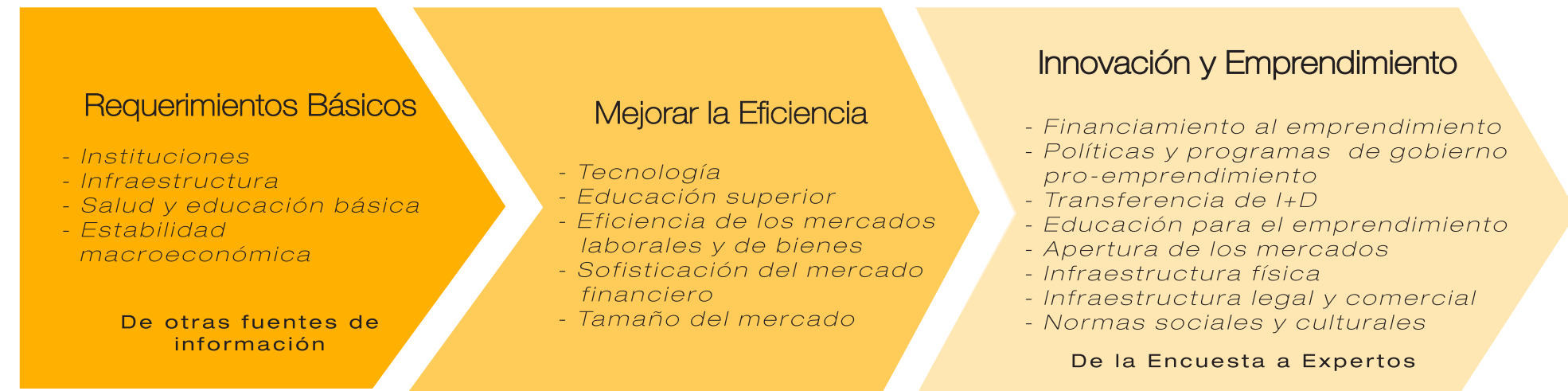
Cada año se agregan o modifican algunas preguntas tanto a la APS como a la NES con la finalidad de obtener la información sobre temas especiales. Por ejemplo, el más reciente, la actividad emprendedora de los empleados. Esto conlleva a hacer algunas modificaciones al modelo sobre todo en la parte de operacionalización, lo cual difiere del primer modelo conceptual del GEM.

Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y calidad de datos. Así, desde el 2010, se han realizado en el país un poco más de 7000 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que nos ha llevado a tener más de 400 expertos de once regiones.

Teniendo en cuenta las definiciones y la metodología, la Figura 2.4 muestra el Modelo del GEM completo. ■

CONTEXTO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL

FIGURA 2.4: EL MODELO Y DEFINICIONES DEL GEM



SOBRE ESTE LIBRO

2.5

Con la edición de este libro queremos dar cuenta de los principales indicadores que el proyecto ha generado desde el año 2002. Sin querer ser exhaustivos, en este libro hemos querido destacar y comparar los datos más relevantes que se generan a partir del estudio de los individuos emprendedores. También analizamos la evolución de la información cualitativa de los informantes expertos.

Después de esta introducción, el libro pretende mostrar de forma simple y siguiendo el modelo del GEM indicadores de actitudes, actividades y aspiraciones de la dinámica emprendedora en estos 10 años. Este ejercicio incorpora principalmente los indicadores individuales de Chile e incluye algunas dimensiones globales (indicadores de los diferentes países).

También se analiza las condiciones del contexto emprendedor del país a partir de la información de los expertos consultados en todos estos años. Esto permite examinar cómo ha sido la evolución de los factores del contexto para el emprendimiento en el país, desde aspectos de políticas públicas hasta aspectos socio-culturales.

Finalmente hacemos una breve conclusión con implicaciones de futuro. ■

ACTITUD DE LA POBLACIÓN HACIA EL
EMPRESARIADO

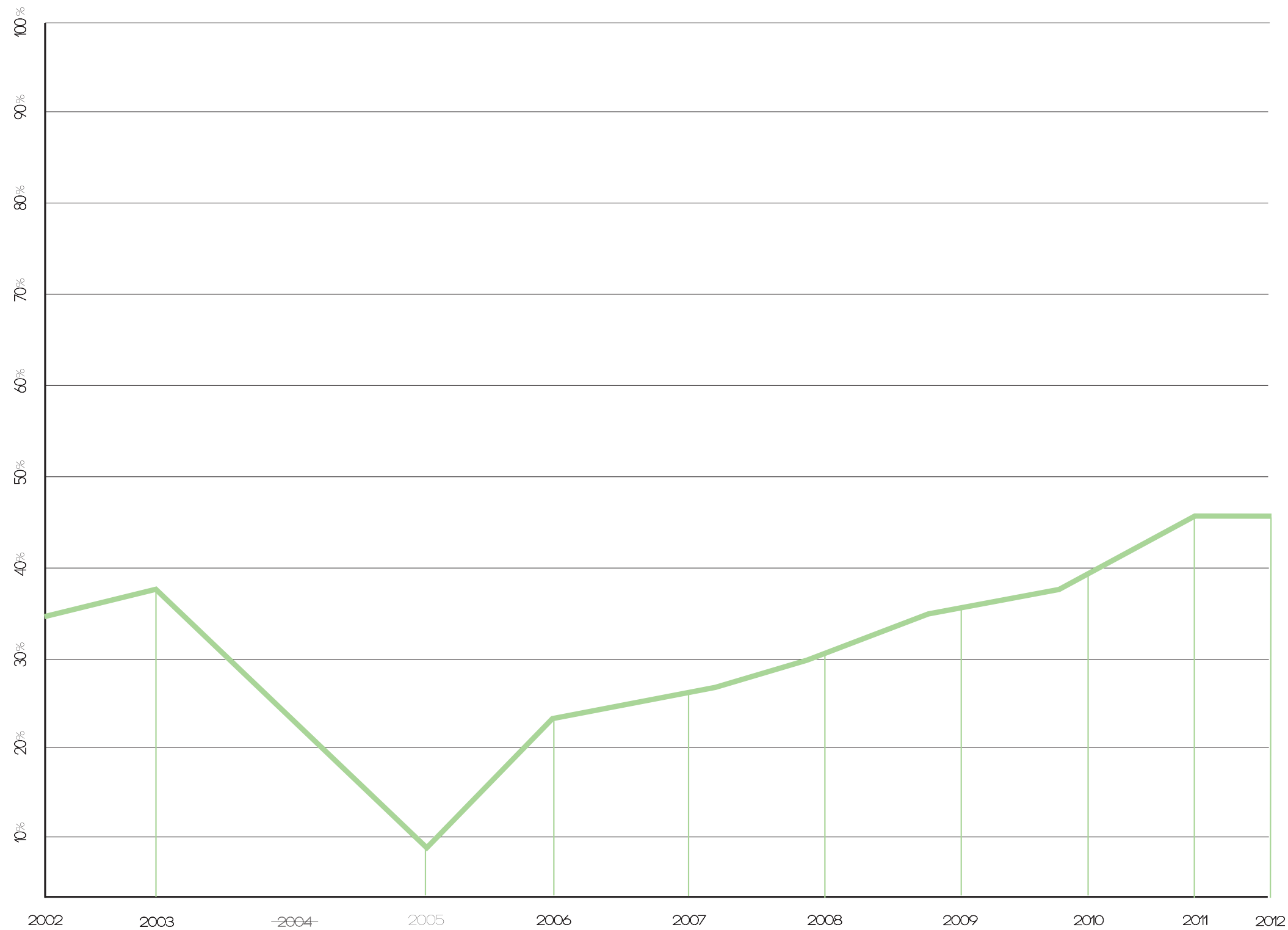
OR



3.1 INTENCIONES DE EMPRENDER

En general, previo a la creación de un nuevo negocio está el deseo de querer emprender. El GEM captura esta dimensión y en la Figura 3.1 se muestra cómo ha ido evolucionando el porcentaje de la población adulta que ha manifestado tener intenciones de querer emprender. A partir del año 2005 en adelante cada vez es mayor la cantidad de personas que desea iniciar un nuevo negocio. ■

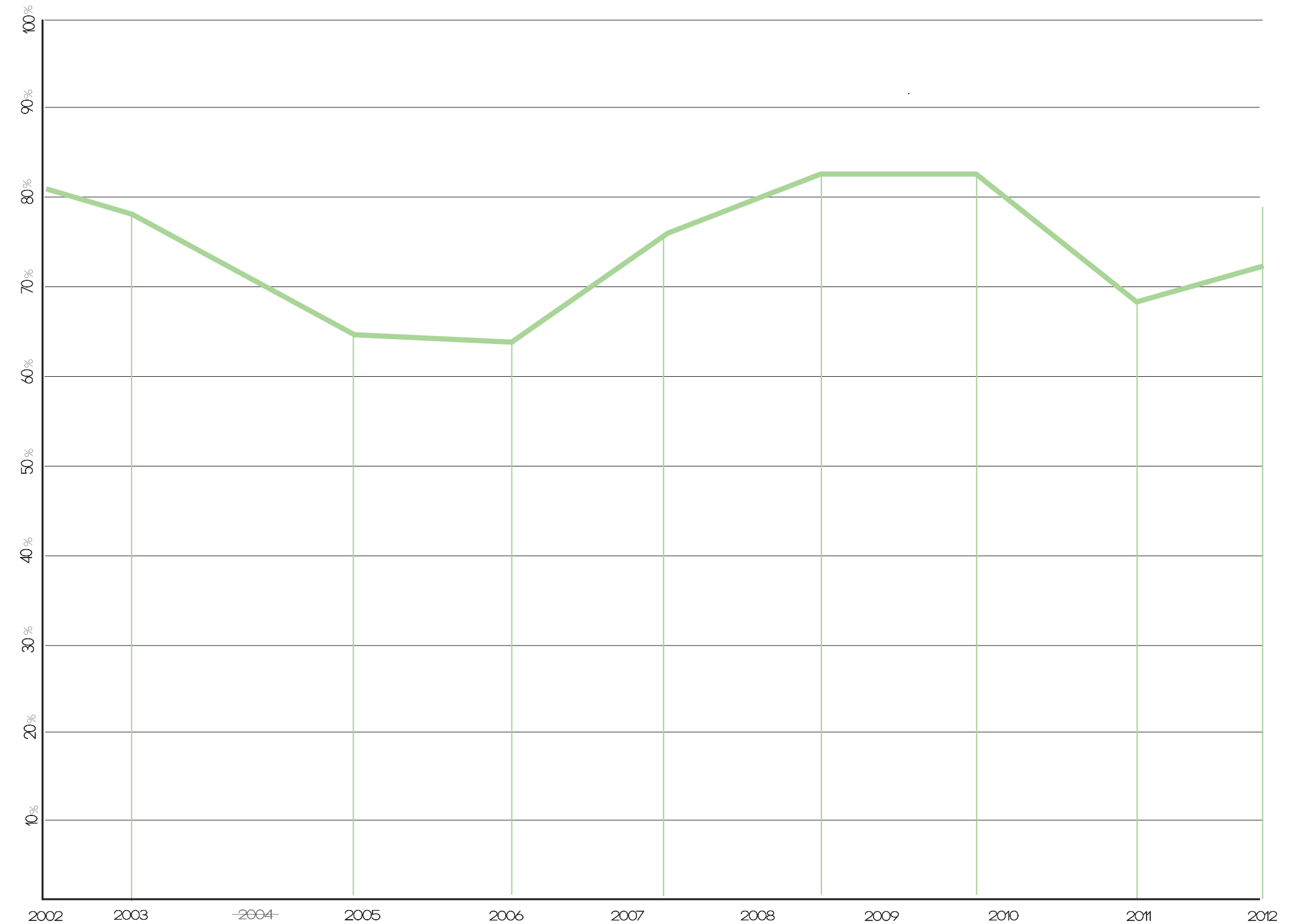
FIGURA 3.1: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE MANIFIESTA TENER INTENCIONES DE EMPRENDER



EMPRENDIMIENTO COMO CARRERA DESEABLE 3.2

FIGURA 3.2: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE CONSIDERA EL EMPRENDIMIENTO COMO OPCIÓN DE CARRERA DESEABLE

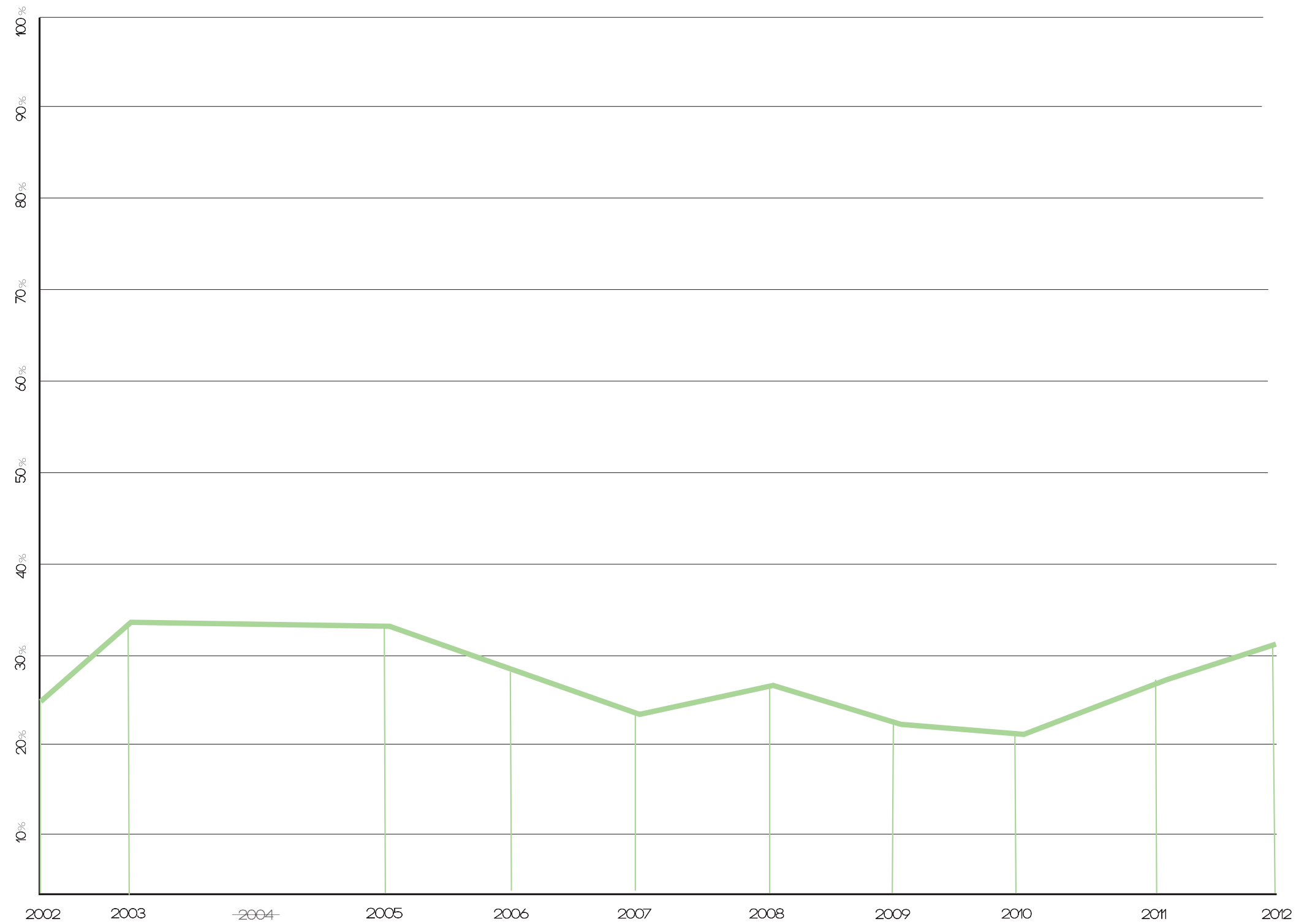
Este indicador muestra cuál es el porcentaje de la población que considera que la mayoría de la gente piensa que el emprendimiento es una buena elección de carrera profesional. Este valor actualmente se encuentra cercano al 70%. ■



3.3 MIEDO AL FRACASO

Existen personas que consideran que su miedo a fracasar es un obstáculo para poner en marcha un negocio. En Chile, durante estos diez años el porcentaje de la población adulta que manifiesta que el miedo al fracaso le impide emprender ha rondado el 20% a 30%. ■

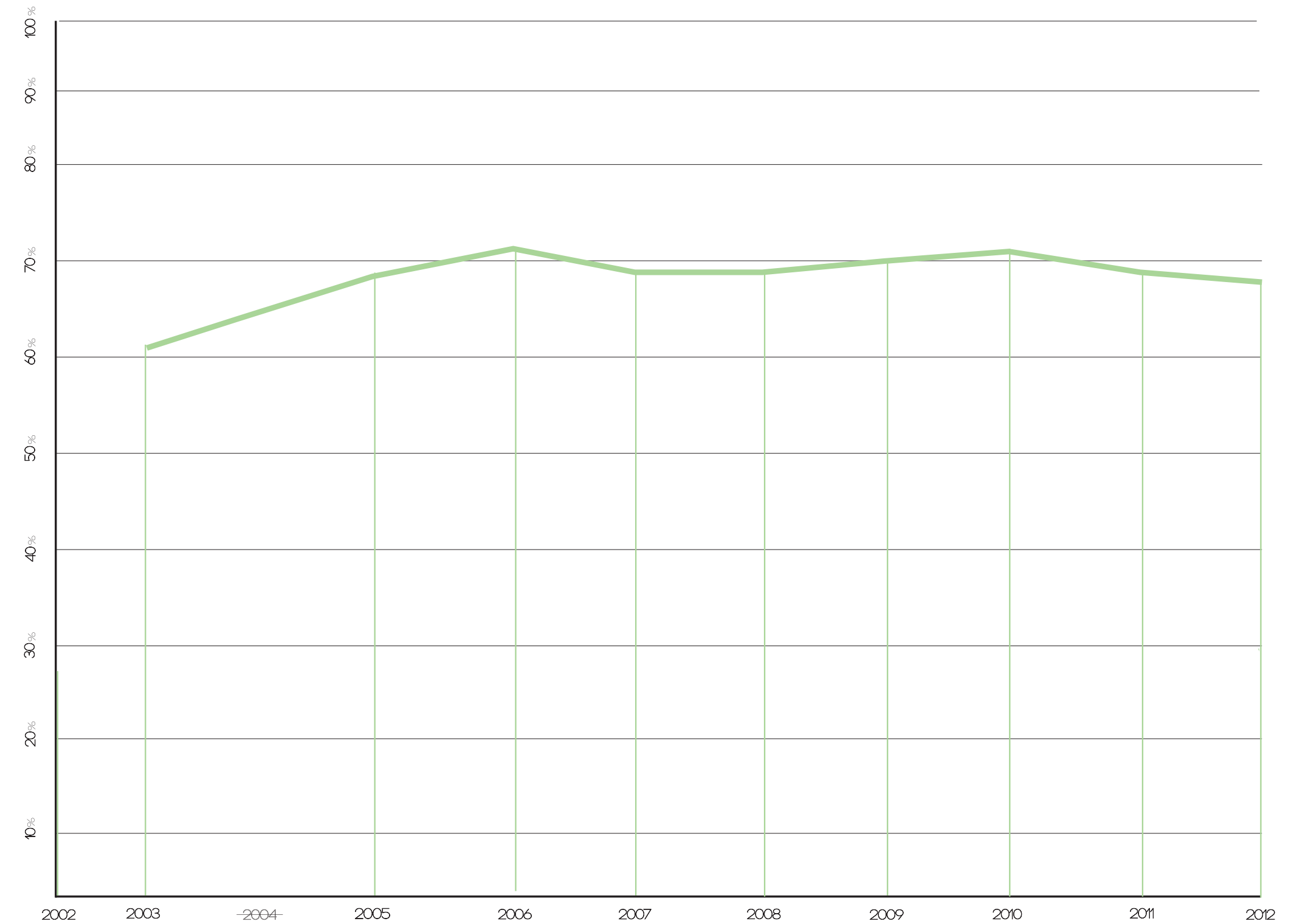
FIGURA 3.3: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE EL MIEDO A FRACASAR LE IMPIDE EMPRENDER, SEGÚN AÑO



ESTATUS SOCIAL DE LOS EMPRENDEDORES 3.4

FIGURA 3.4: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE CONSIDERA QUE LOS EMPRENDEDORES EXITOSOS GOZAN DE UN GRAN PRESTIGIO SOCIAL

Existe una tendencia positiva en relación al porcentaje de la población adulta que señala que los emprendedores exitosos gozan de un gran prestigio social. Es el porcentaje de la población adulta que considera que los que tienen éxito al emprender un negocio son respetados por la sociedad y logran un estatus social elevado. ■



DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD
EMPREENDEDORA

04

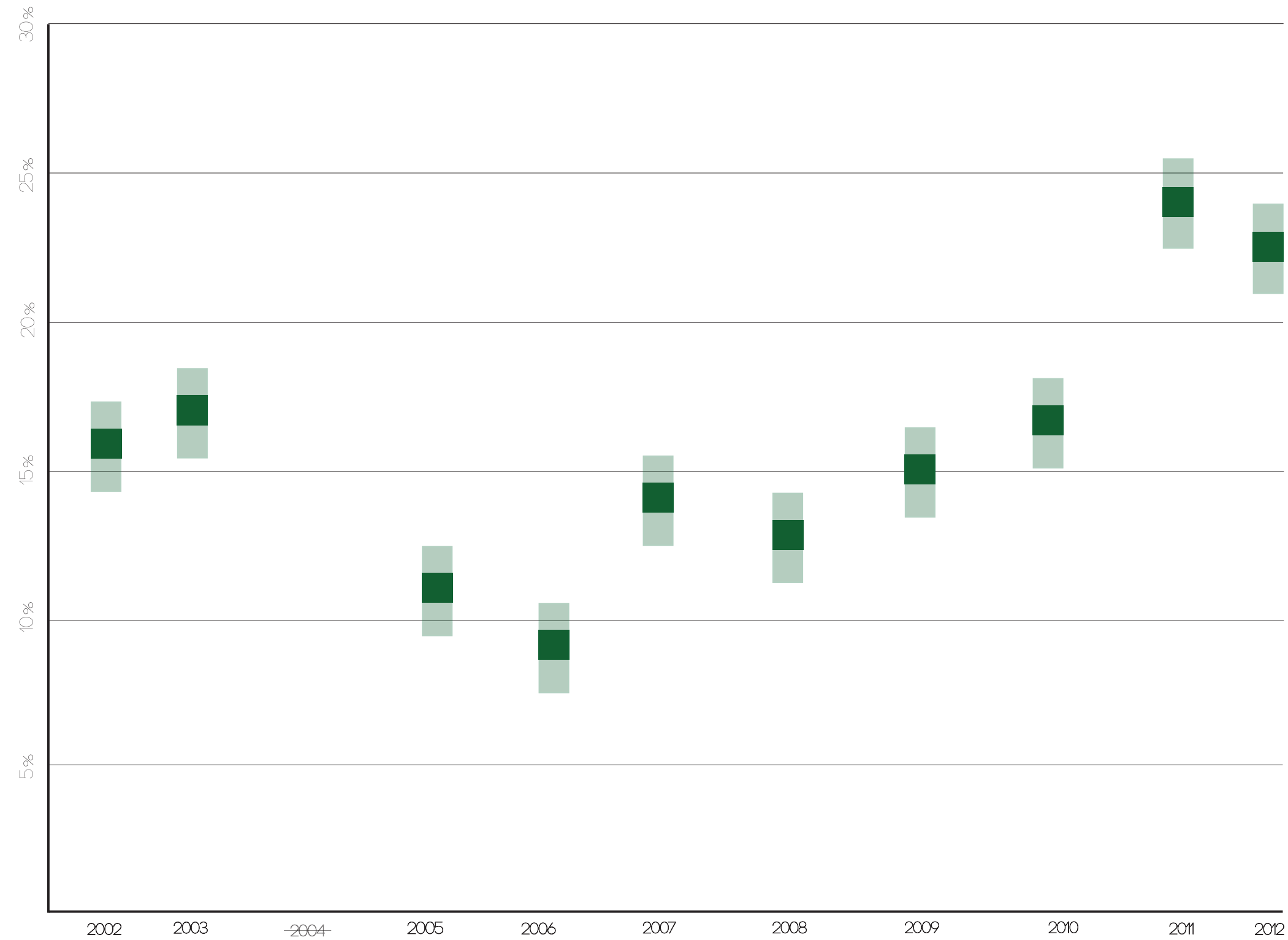


ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES

4.1

El indicador de actividad emprendedora en etapas iniciales, TEA, es una de la principales y más reconocidas mediciones del GEM. Este índice muestra cómo la población adulta está activamente involucrada en el desarrollo de un nuevo negocio que va desde su concepción (el "día 0") hasta un periodo de 3,5 años de vida. En Chile, el TEA a partir del año 2006 en adelante muestra una tendencia positiva. ■

FIGURA 4.1: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE PARTICIPA EN ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS



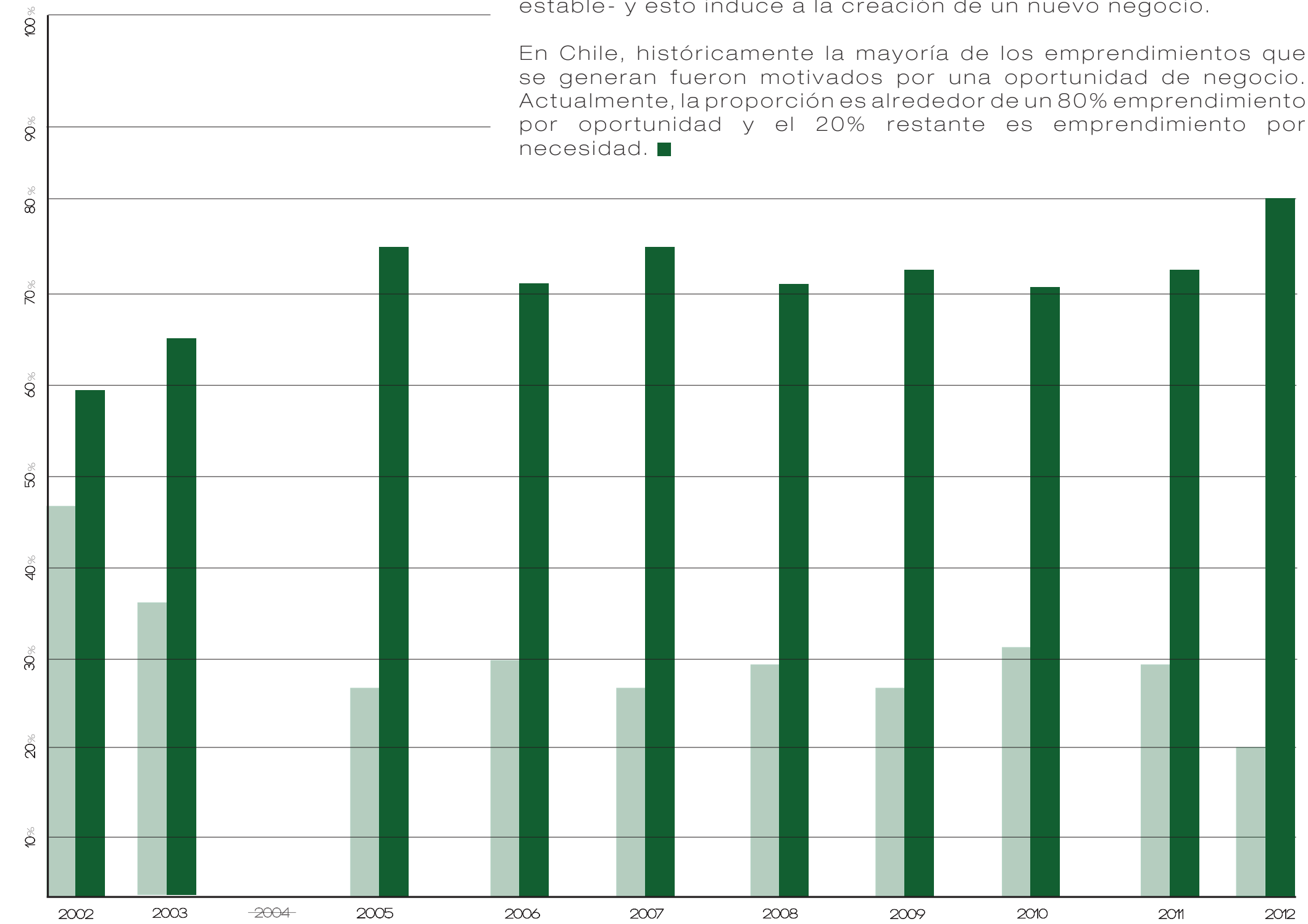
MOTIVACIÓN QUE ORIGINA EL EMPRENDIMIENTO

4.2

FIGURA 4.2: DISTRIBUCIÓN DE LAS RAZONES QUE MOTIVARON LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

El GEM identifica las motivaciones que originan los emprendimientos. Dentro de las principales razones se establecen dos: oportunidad y necesidad. Un emprendimiento por oportunidad es aquel donde la persona es incentivada a iniciar un negocio porque considera que éste le permitirá aumentar sus ingresos o por la búsqueda de mayor independencia. Por otra parte, un emprendimiento motivado por necesidad se debe a la incapacidad de poder encontrar una alternativa suficientemente atractiva -como sería un trabajo estable- y esto induce a la creación de un nuevo negocio.

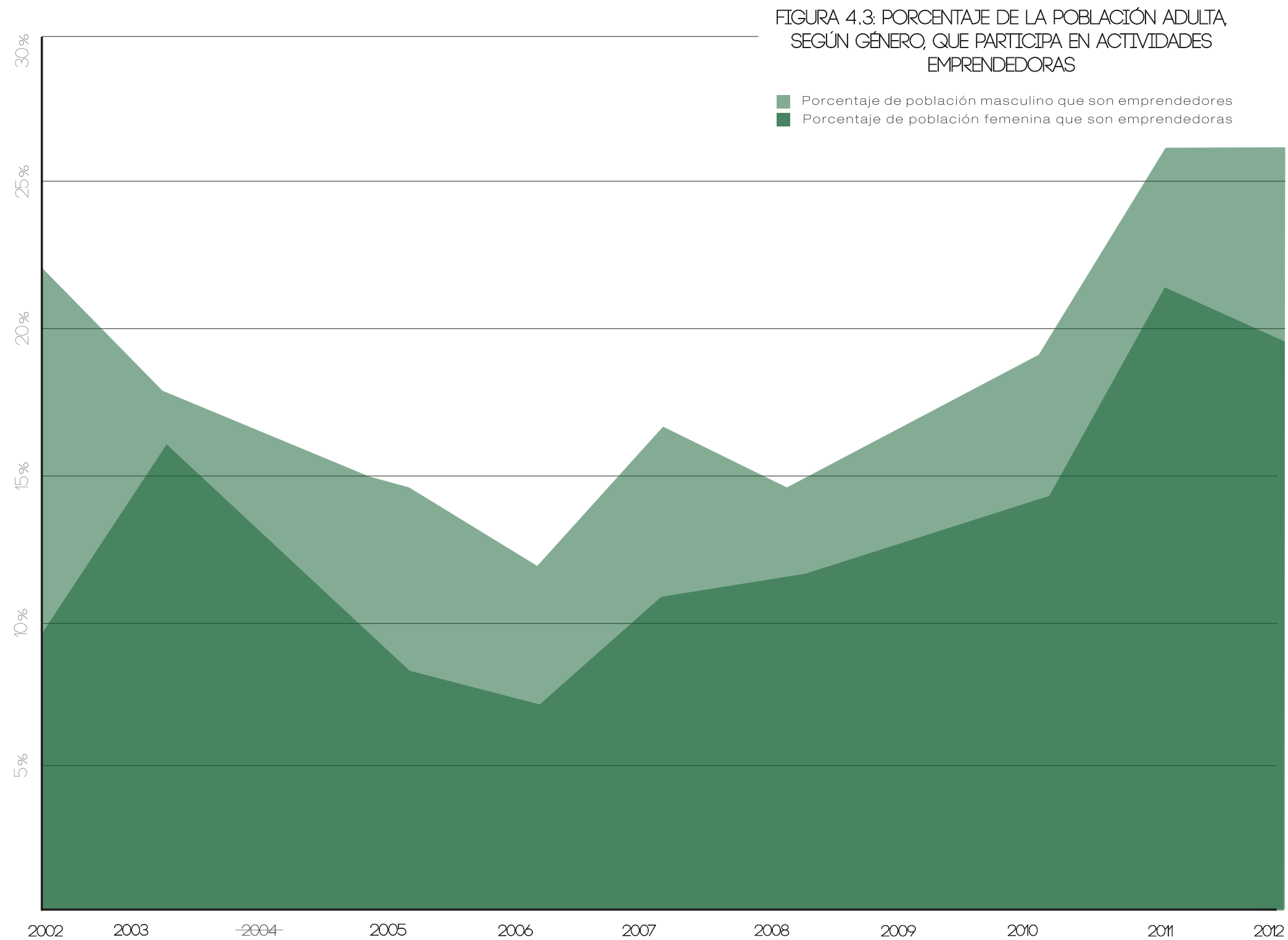
En Chile, históricamente la mayoría de los emprendimientos que se generan fueron motivados por una oportunidad de negocio. Actualmente, la proporción es alrededor de un 80% emprendimiento por oportunidad y el 20% restante es emprendimiento por necesidad. ■



PARTICIPACIÓN EN EMPRENDIMIENTO SEGÚN GÉNERO

4.3

Desde que comenzó el estudio, en 2002, siempre los hombres han sido más propensos a participar en actividades emprendedoras. Pese a lo anterior, principalmente a partir del 2008 en adelante, la relación entre la población masculina y femenina que inicia nuevos negocios se ha mantenido estable. Esto lo confirma la Figura 4.3. Sin embargo, cuando se analiza la proporción del total de emprendimientos, cada vez son más mujeres las que participan. Actualmente la actividad emprendedora está conformada por un 59% de emprendedores hombres y el 41% restante, son emprendedoras mujeres. ■

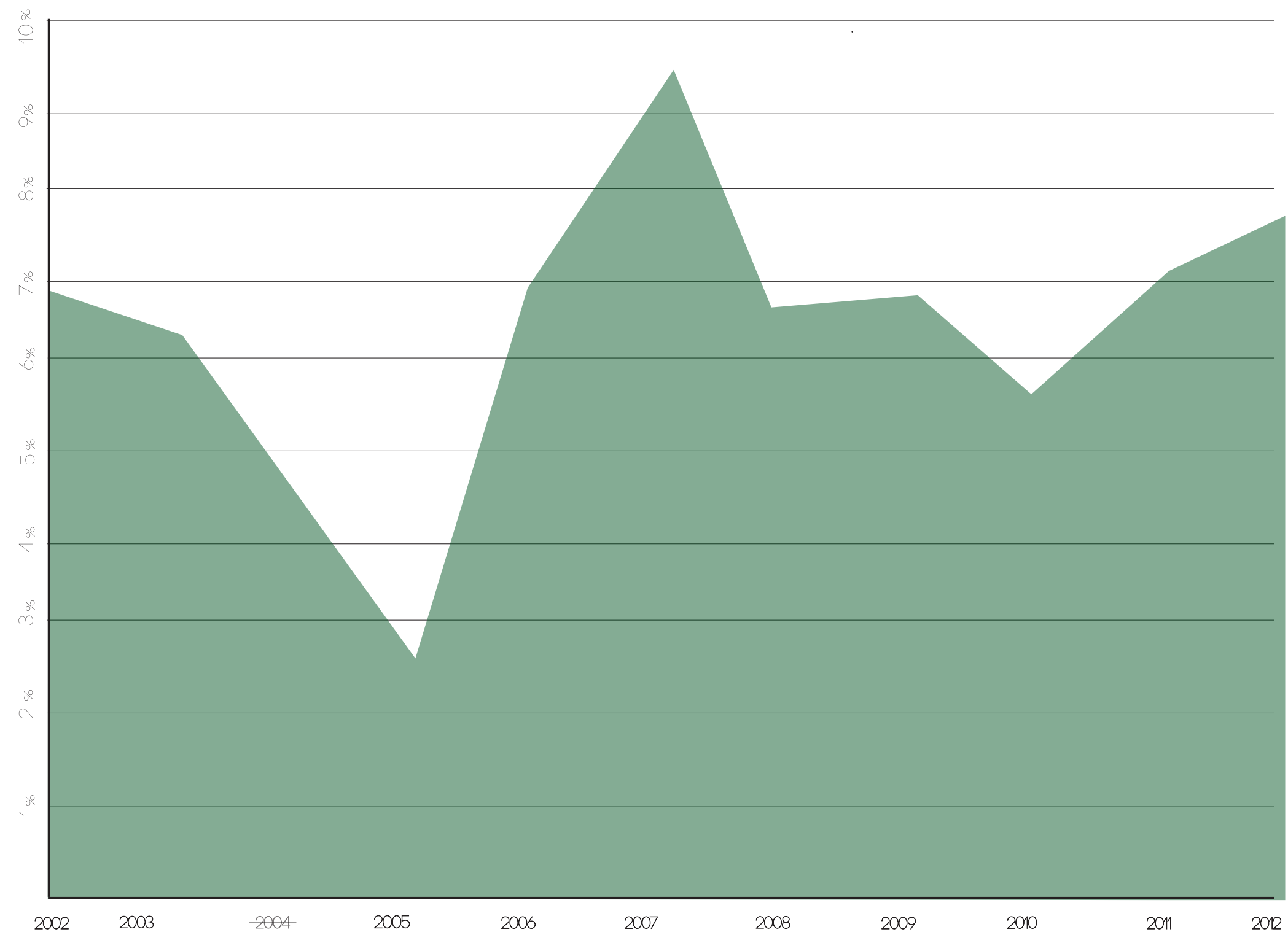


EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS

4.4

FIGURA 4.4: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE POSEE UN NEGOCIO ESTABLECIDO

A excepción de los años 2005 y 2007, que presentan resultados alejados del promedio, en general existe un 7% de la población que es un emprendedor establecido. Estos son emprendedores dueños de negocios que poseen más de 3,5 años de antigüedad. ■



ASPIRACIONES DE LOS
EMPREENDEDORES

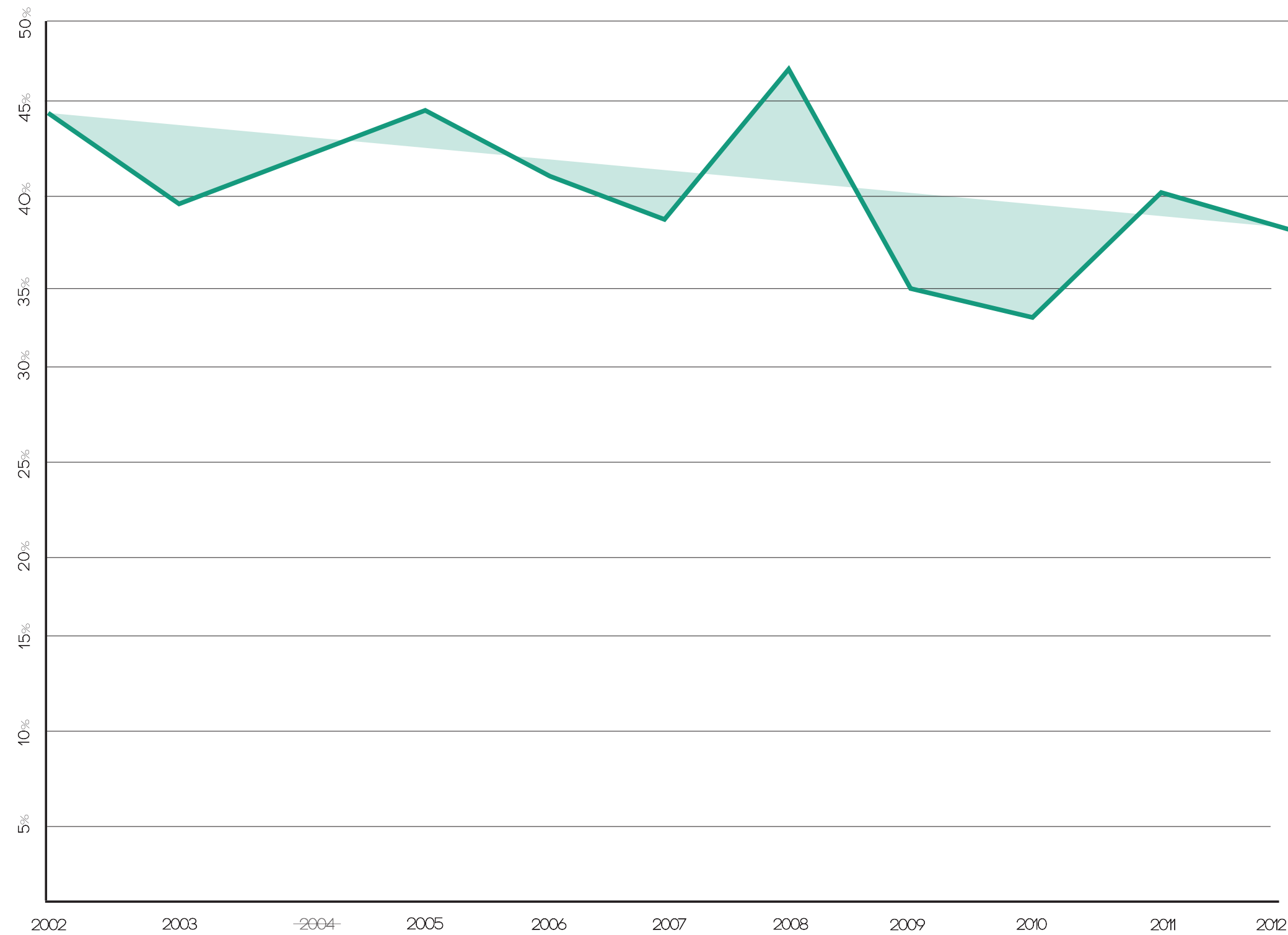
05



5.1 EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

Una de las formas que el GEM utiliza para poder evaluar las expectativas que tienen los emprendedores sobre sus negocios tiene relación con la cantidad de empleos que considera generará en un plazo de cinco años. En la Figura 5.1 se encuentra el porcentaje de los emprendedores que considera factible contratar a lo menos cinco empleados a futuro para cada uno de los años. ■

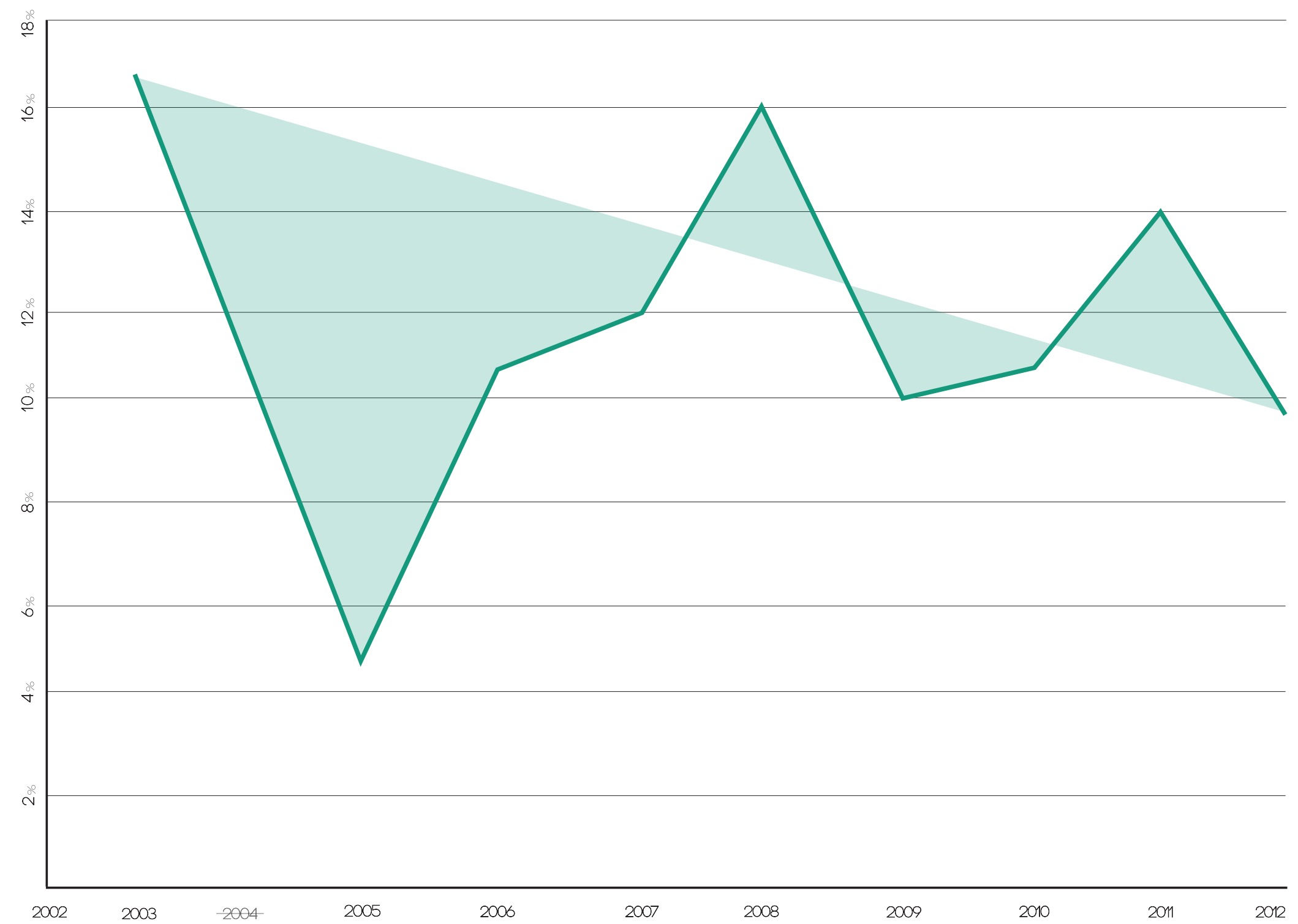
FIGURA 5.1: PORCENTAJE DE LOS EMPRENDEDORES QUE ESPERA CONTRATAR A LO MENOS 5 EMPLEADOS A FUTURO



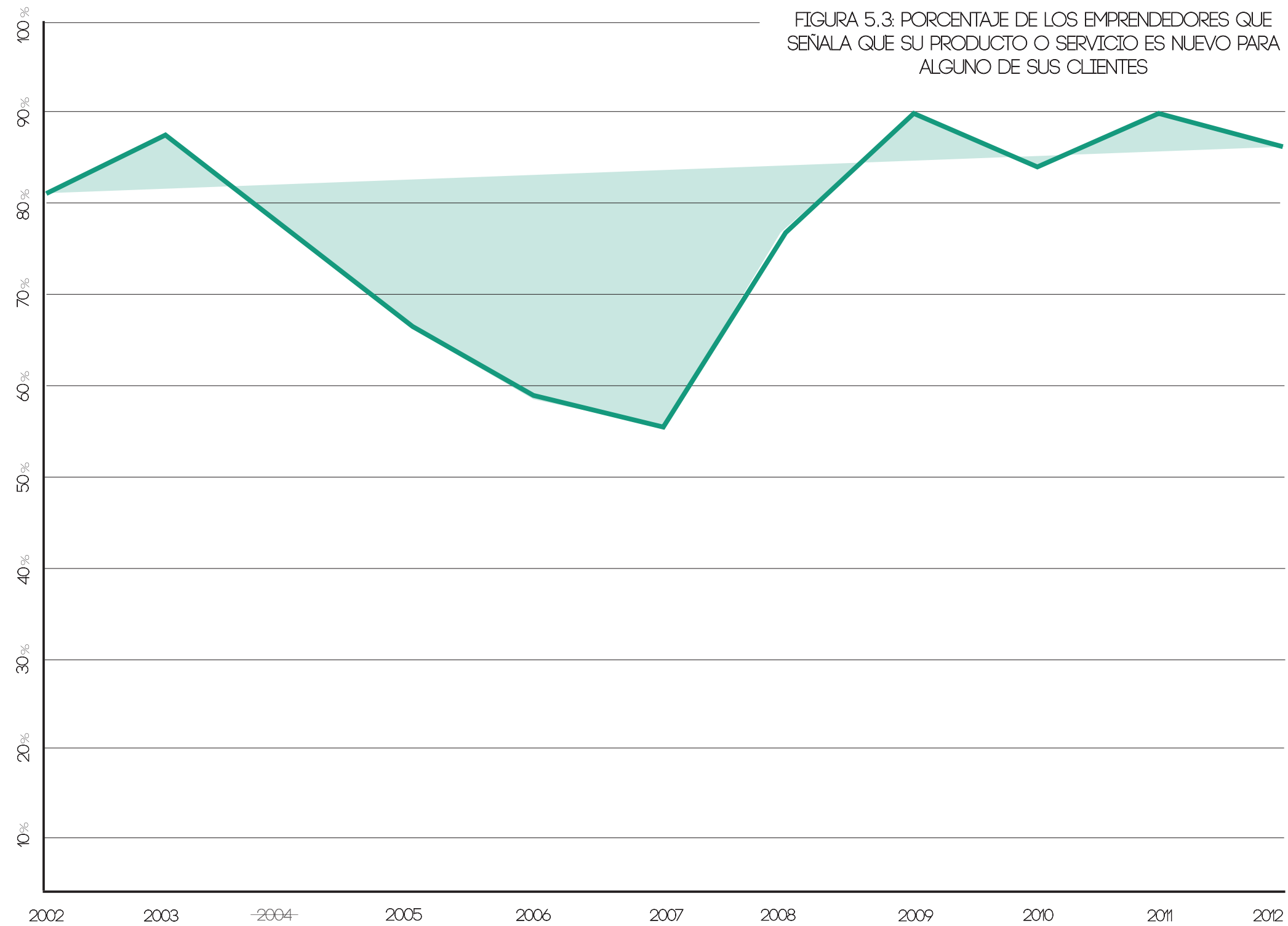
5.2 BÚSQUEDA DE MERCADOS INTERNACIONALES

La internacionalización del negocio es uno de los indicadores que el GEM captura sobre el negocio que desarrollan los nuevos emprendedores. En Chile, cerca del 10% de los emprendedores posee al menos un 25% de sus clientes en el extranjero. ■

FIGURA 5.2: PORCENTAJE DE LOS EMPRENDEDORES QUE POSEE AL MENOS UN 25% DE SUS CLIENTES EN EL EXTRANJERO



La innovación puede darse en diferentes instancias y eso permite que pueda medirse de diferentes formas. Una de estas formas para medir la innovación tiene relación con el uso de tecnologías que agilice el proceso productivo, o la creación de un nuevo producto o servicio. Este último aspecto es posible identificarlo a través del número de competidores que posee la empresa o la novedad que representa el producto o servicio para los clientes. El GEM establece tres categorías para medir la novedad del producto o servicio entregado: (1) el producto es nuevo para todos los clientes, (2) el producto es nuevo para algunos de los clientes o (3) ninguno de los clientes considera el producto nuevo. La Figura 5.3 muestra el porcentaje de los emprendedores que señala que su producto o servicio es nuevo a lo menos para algunos de sus clientes. ■



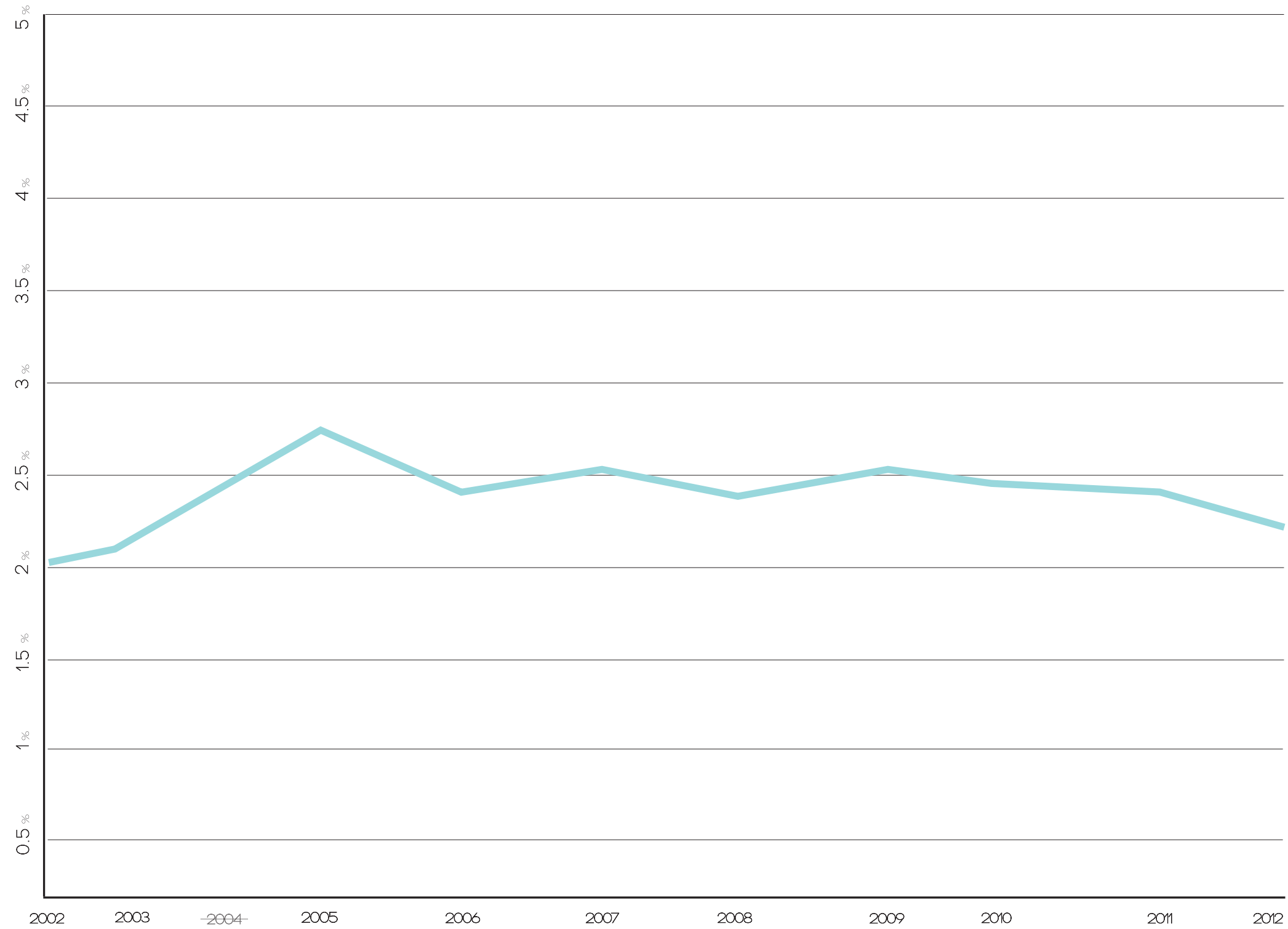
ENTORNO PARA
EMPRENDER



6.1 APOYO FINANCIERO

Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas). ■

FIGURA 6.1: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DEL APOYO FINANCIERO PARA EL EMPRENDIMIENTO

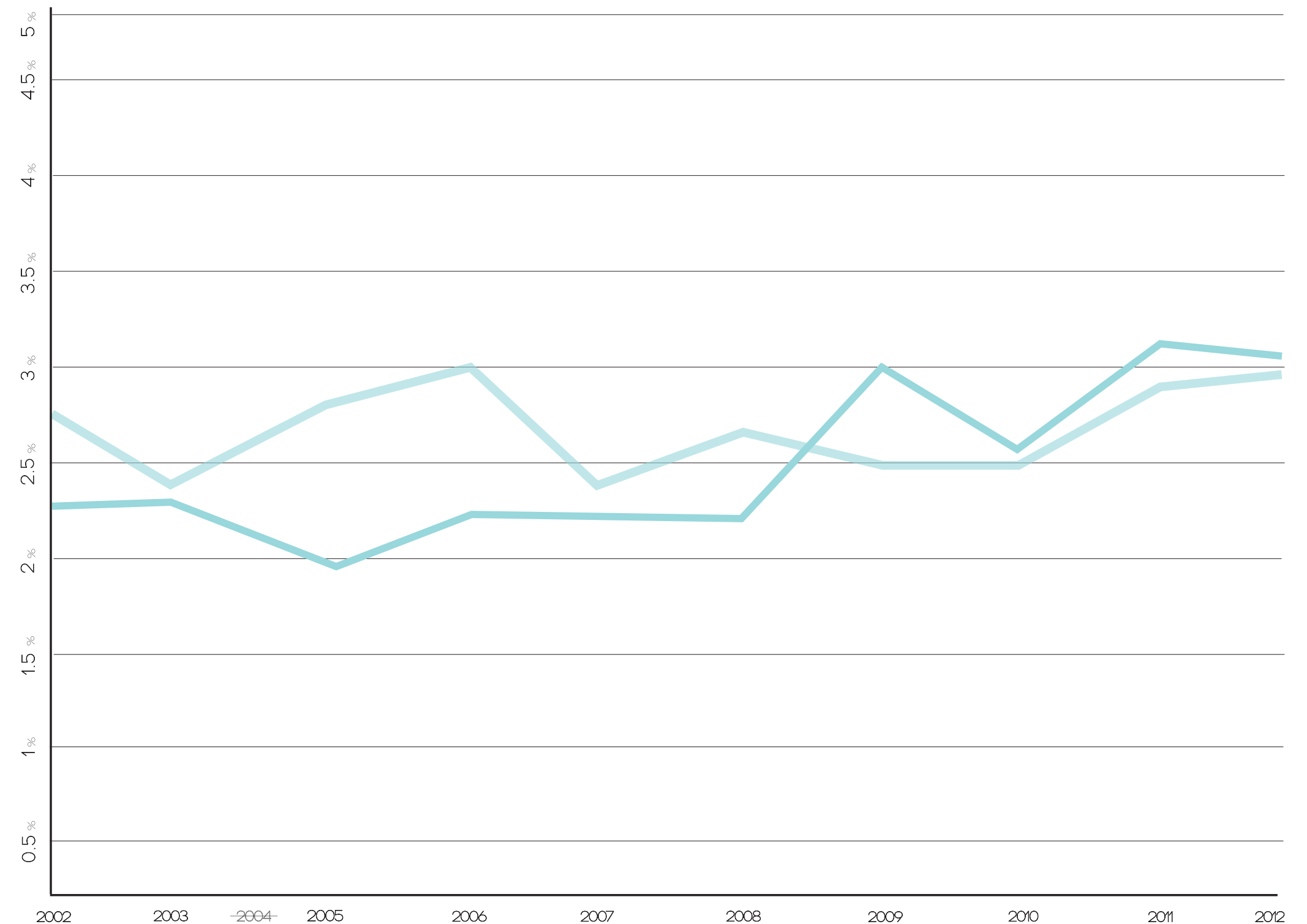


POLÍTICAS DE GOBIERNO 6.2

FIGURA 6.2: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES PRO EMPRENDIMIENTO

Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de éstas tienen como objetivo: (i) el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (ii) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas. ■

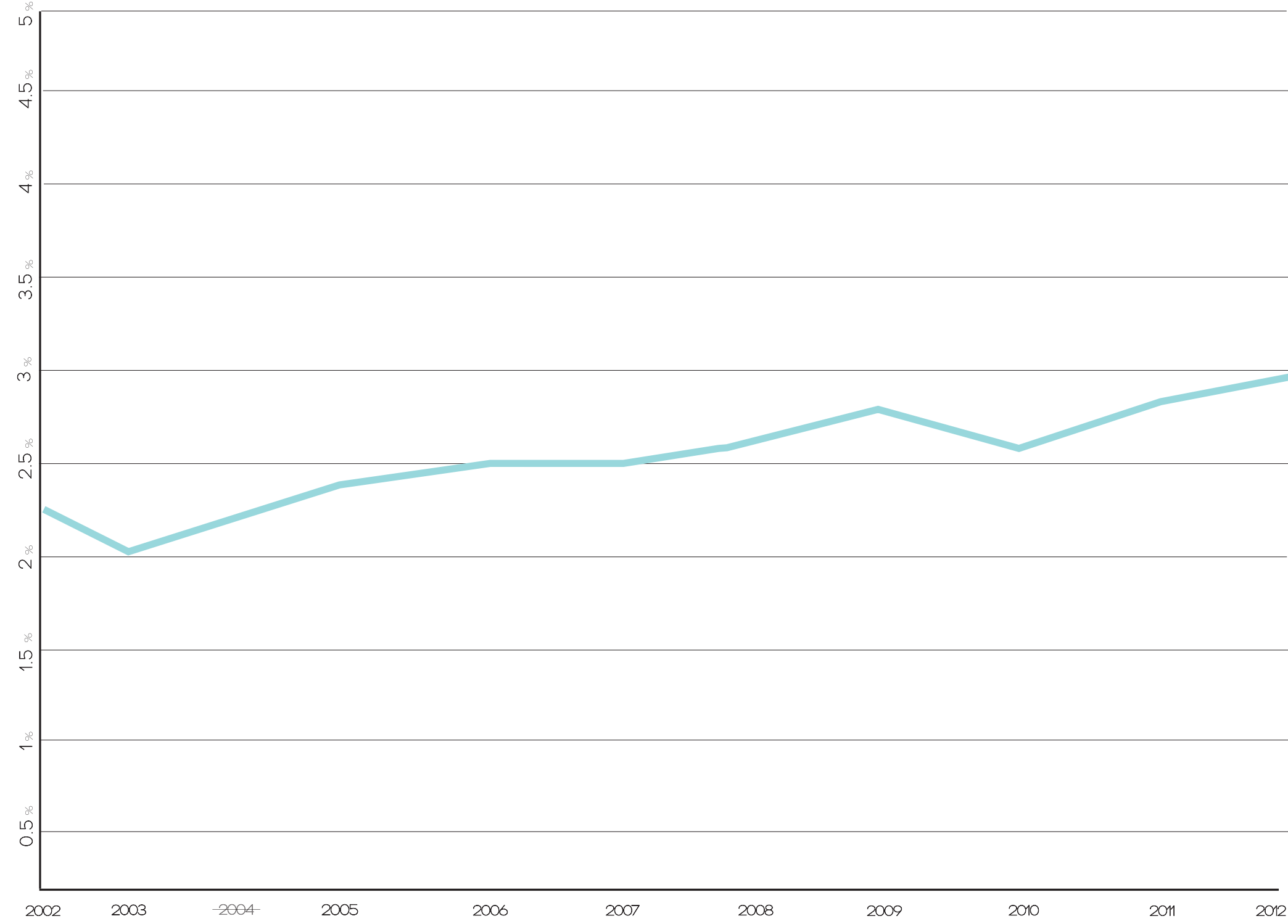
■ Política Pública - General
■ Política Pública - Regulación



6.3 PROGRAMAS DE GOBIERNO

Se refieren a la existencia de programas para ayudar de forma directa a las firmas nuevas y en crecimiento, ya sea a nivel municipal, regional o nacional. ■

FIGURA 6.3: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO



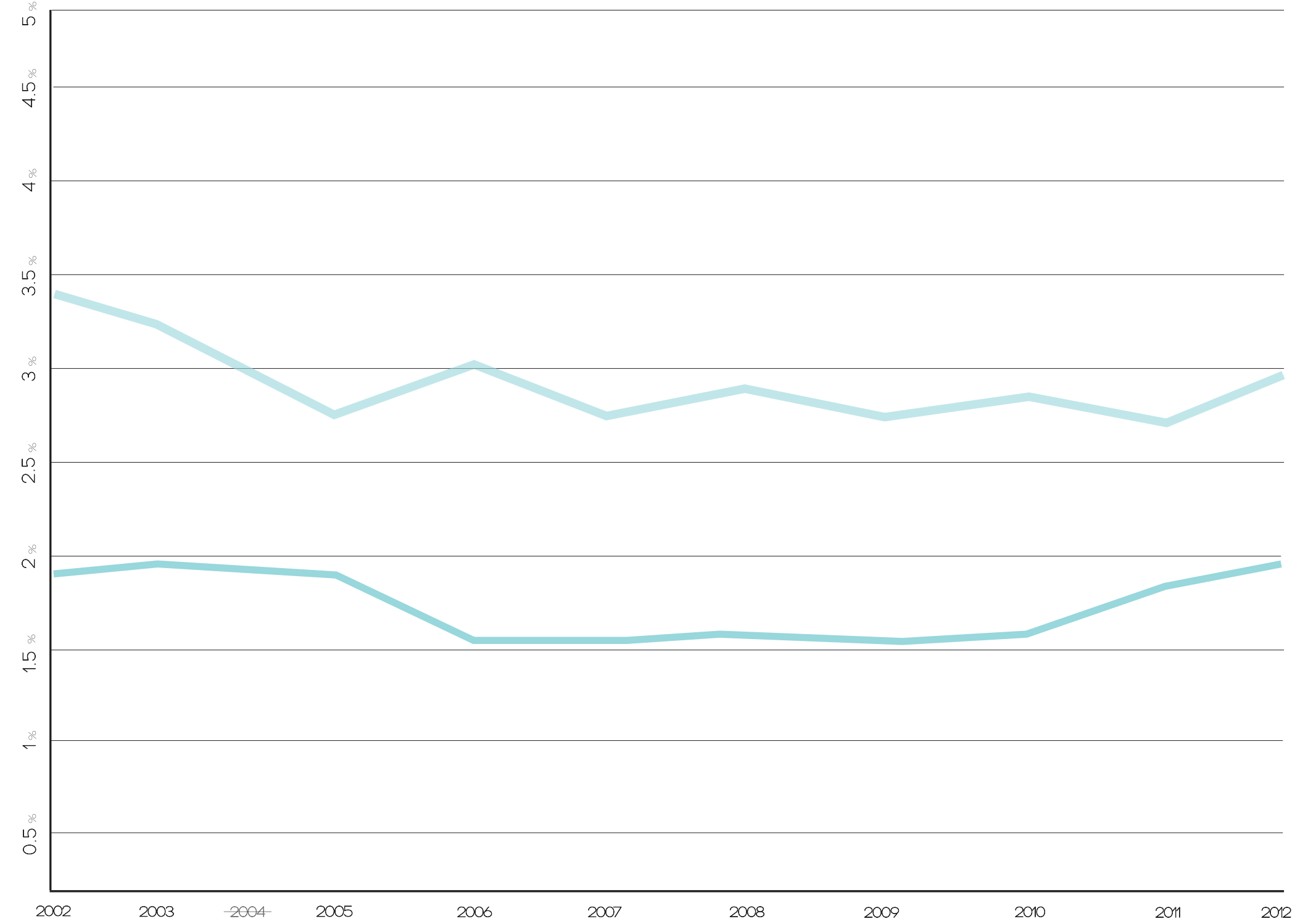
EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

6.4

FIGURA 6.4: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Se refiere a la medida en que son incorporadas a los sistemas educativos y de capacitación el: conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento. ■

■ Educación para el Emprendimiento - Primaria y Secundaria
■ Educación para el Emprendimiento - Post Secundaria

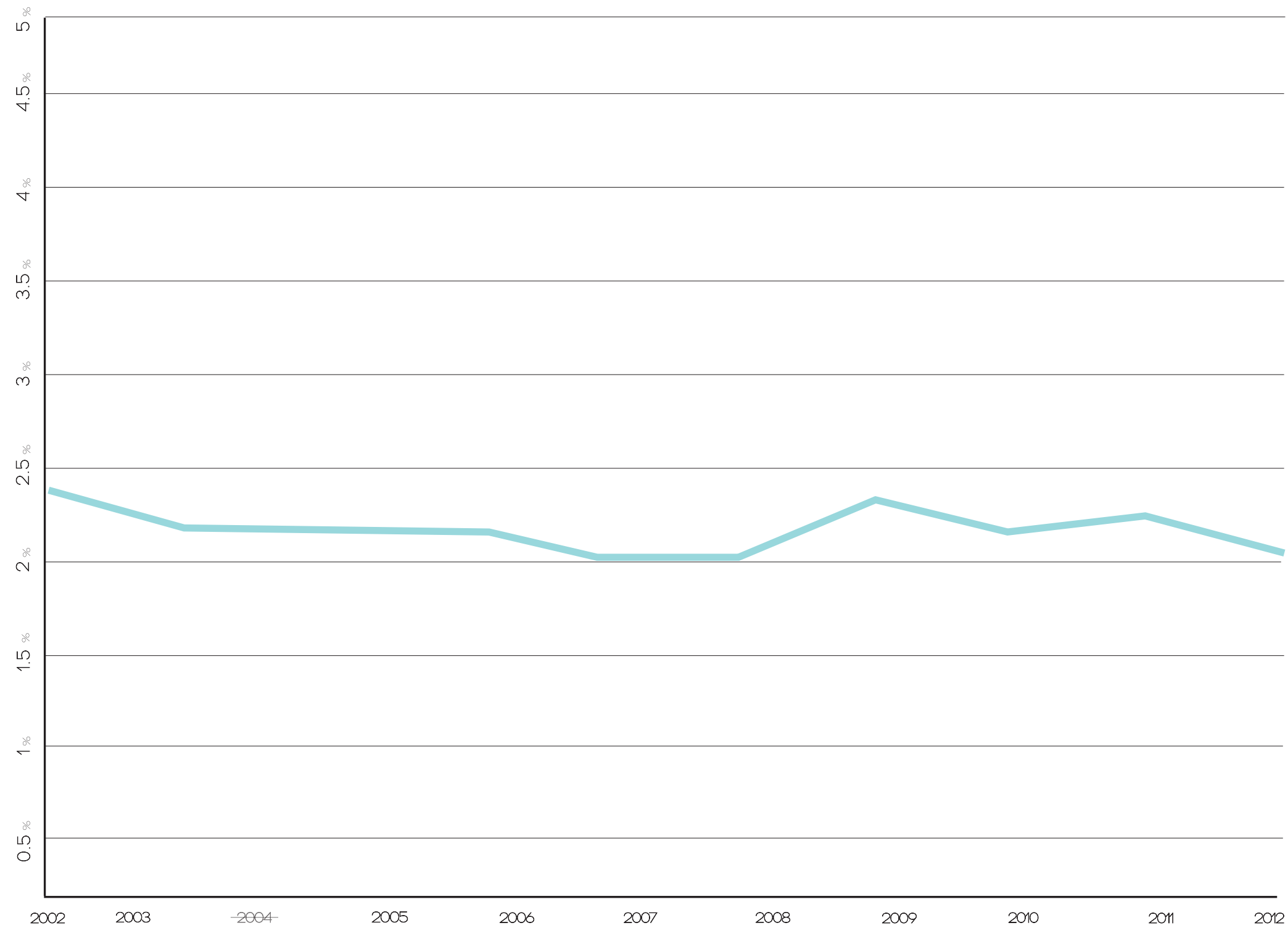


6.5

TRANSFERENCIA DE I+D

Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y en crecimiento. ■

FIGURA 6.5: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D

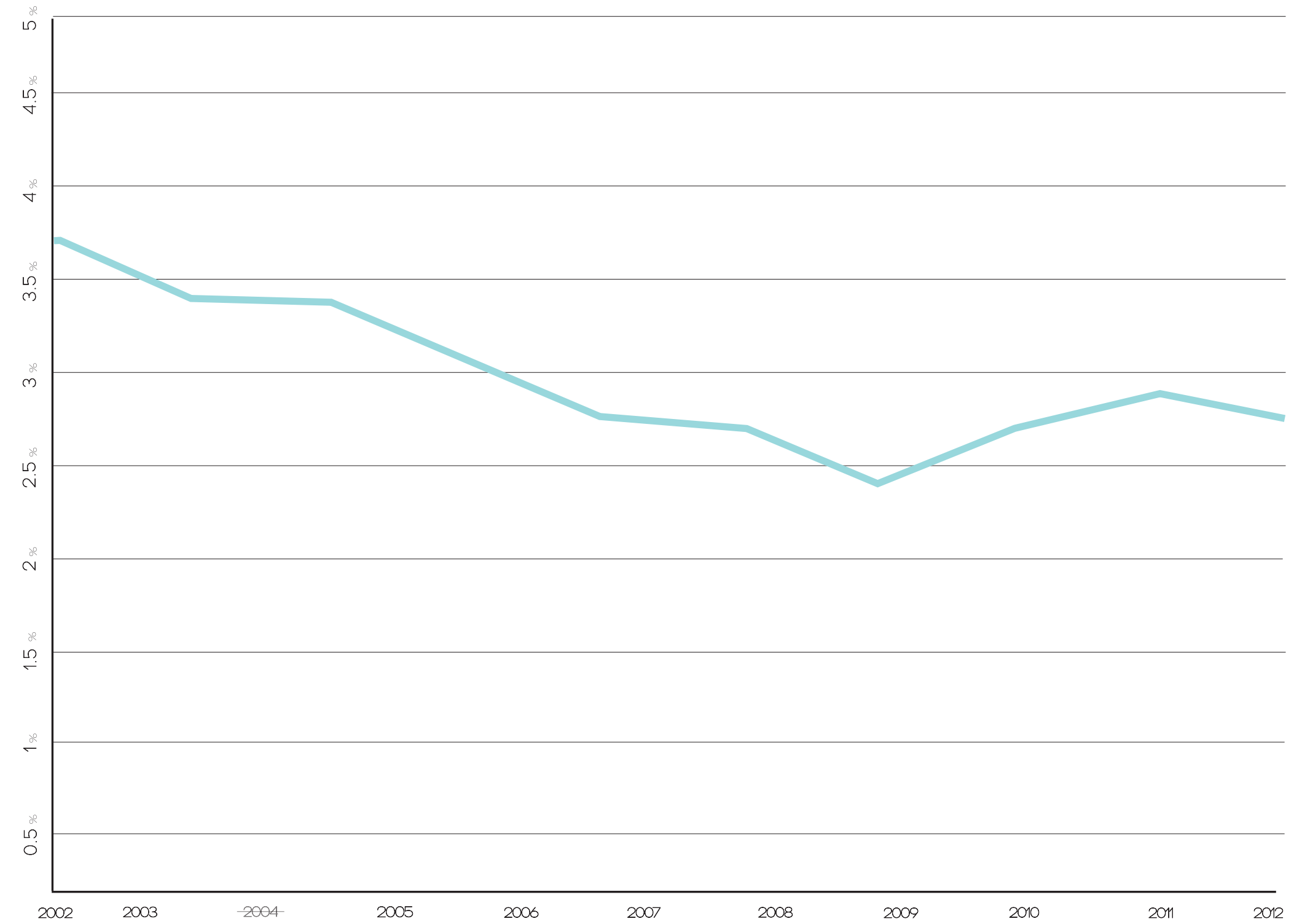


INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

6.6

FIGURA 6.6: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

Se refiere tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento. ■

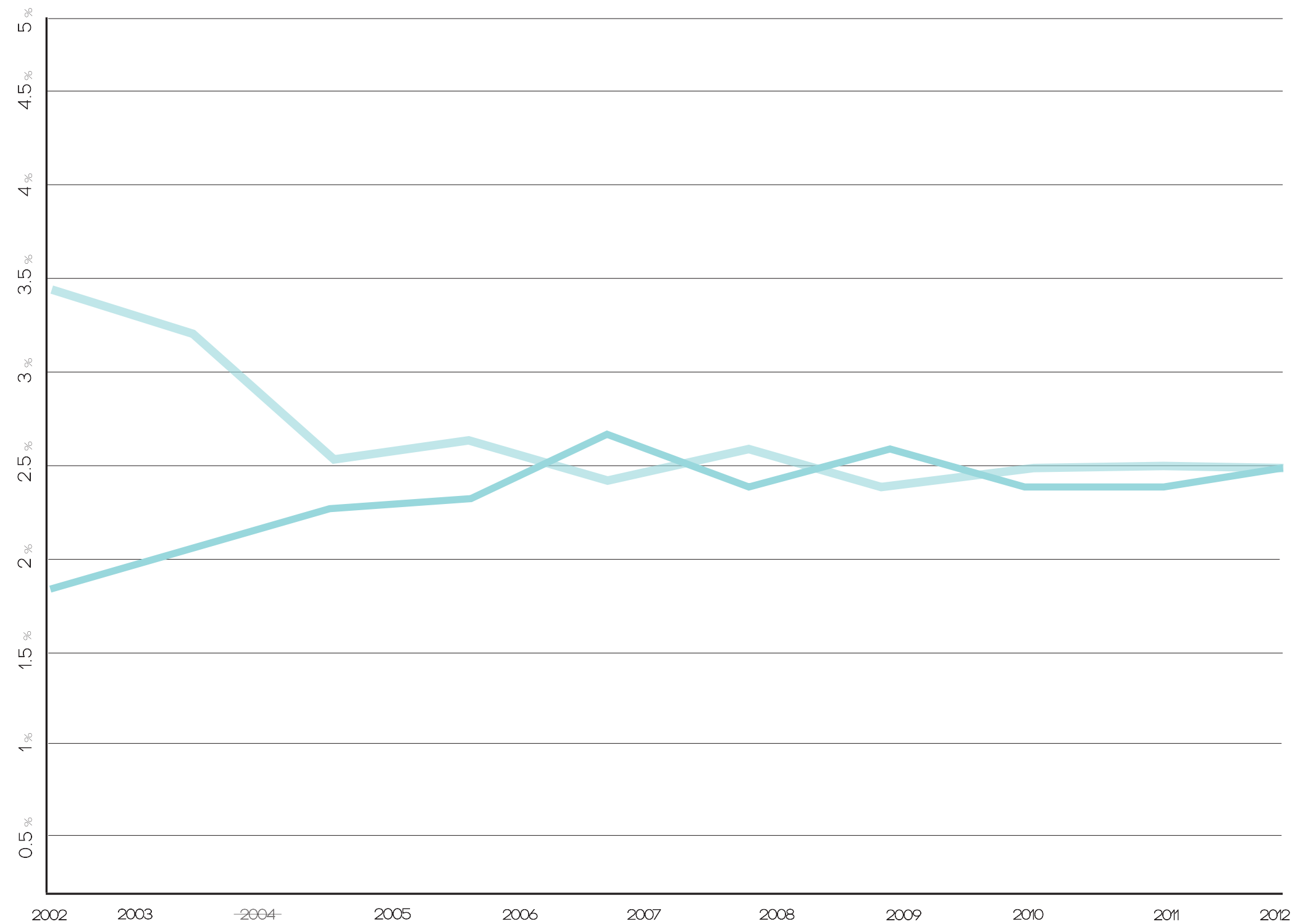


6.7 APERTURA DEL MERCADO INTERNO

Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales. ■

FIGURA 6.7: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DEL MERCADO INTERNO

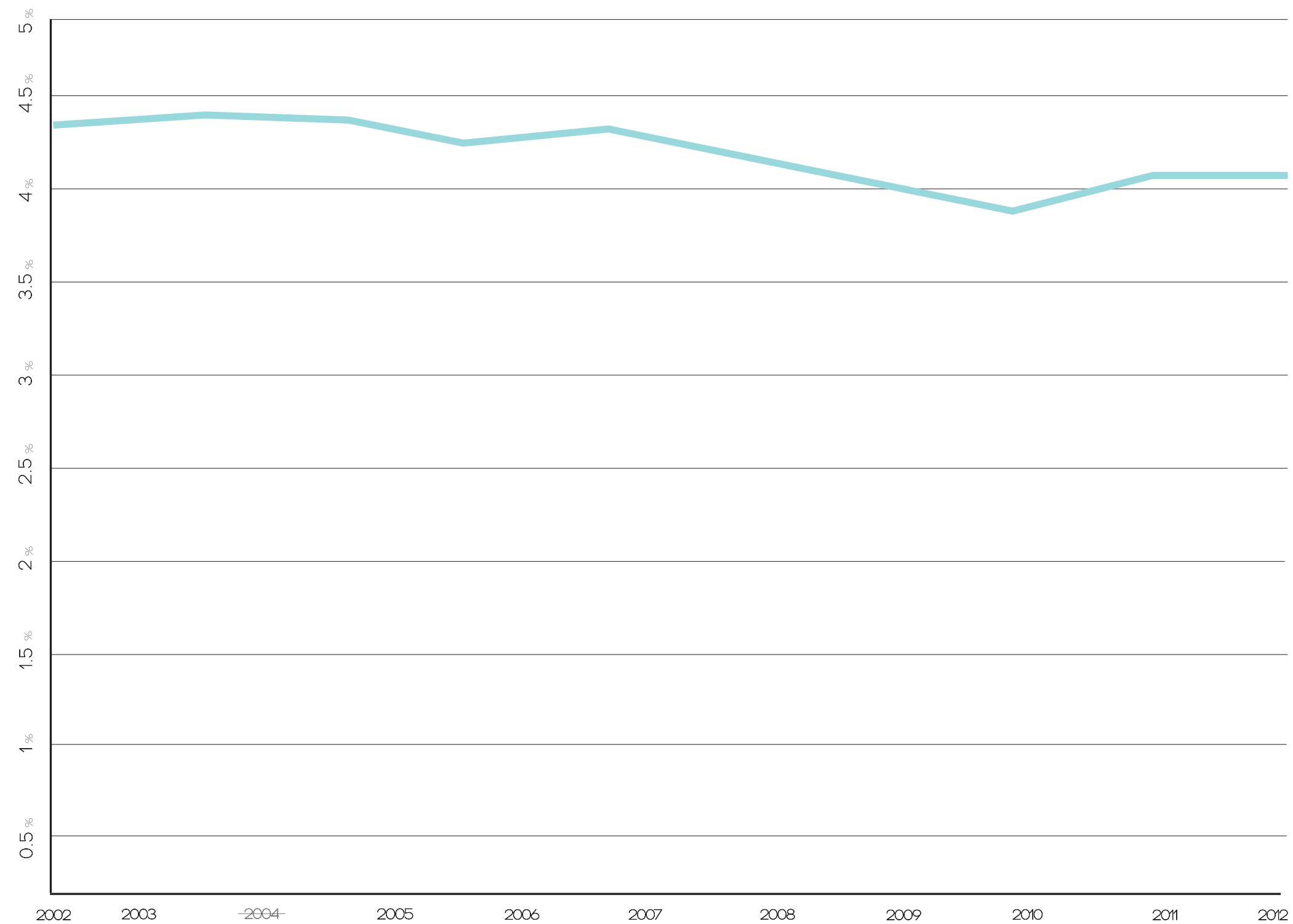
■ Mercado Interno - Dinamismo
■ Mercado Interno - Apertura



6.8 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

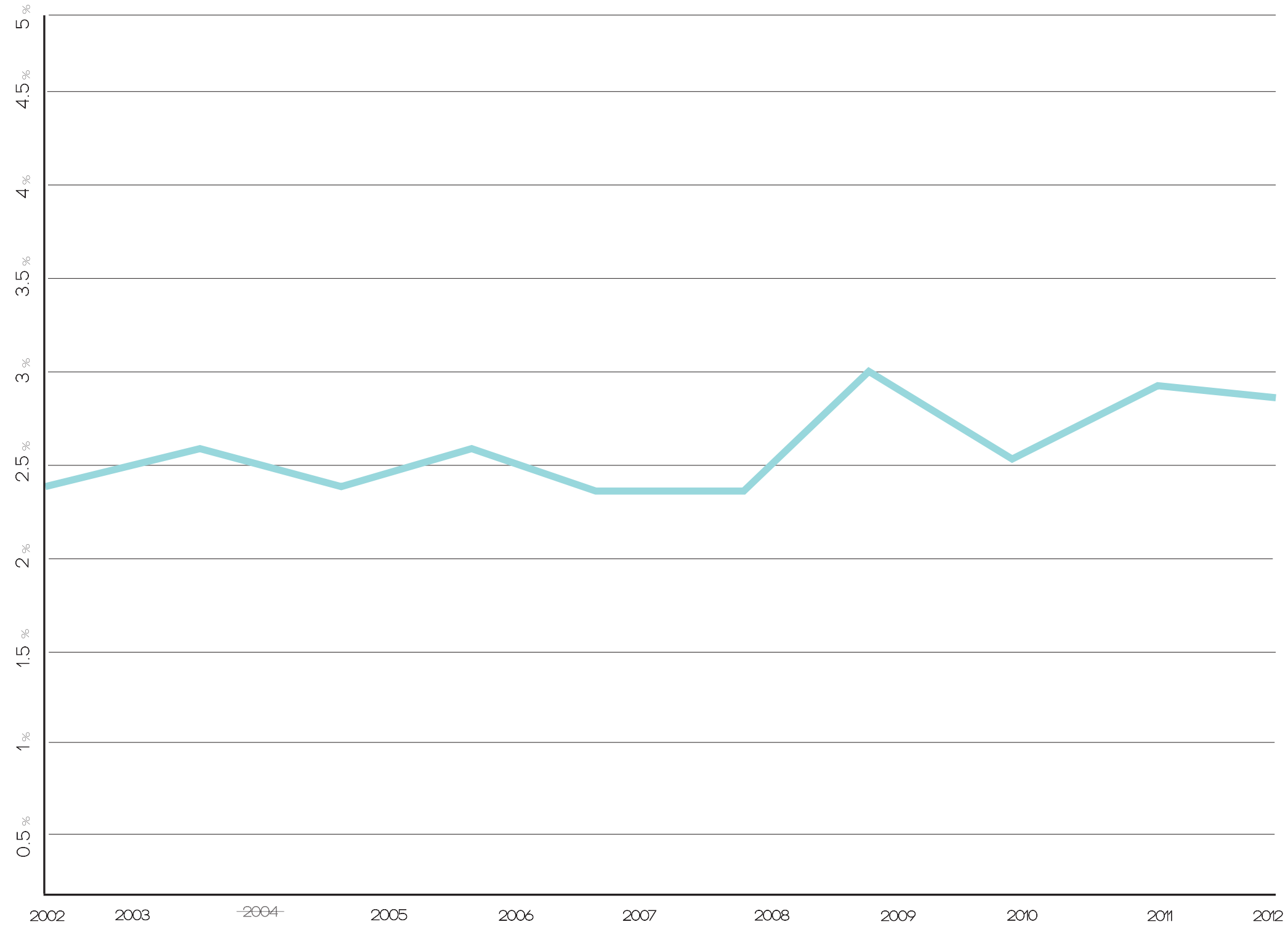
FIGURA 6.8: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DEL ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tal, que no representen una discriminación para las firmas nuevas, pequeñas o en crecimiento. ■



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. ■

FIGURA 6.9: PROMEDIO DE LA EVALUACIÓN DE LAS
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES



ANÁLISIS COMPARATIVO
INTERNACIONAL



COMPARACIÓN CON EL RESTO DE AMÉRICA LATINA

Una de las características que posee Latinoamérica es que en esta zona geográfica reiteradamente se observan los mayores niveles de emprendimiento. Dentro de este contexto, nuestro país destaca por ser uno de los países con mayor porcentaje de la población adulta que participan en actividades emprendedoras. ■

TABLA 7.1: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y CARIBE

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ARGENTINA	14,2%	19,7%	12,8%	9,5%	10,2%	14,4%	16,5%	14,7%	14,2%	20,8%	18,9%
BOLIVIA							29,8%		38,6%		
BRASIL	13,5%	12,9%	13,5%	11,3%	11,7%	12,7%	12%	15,3%	17,5%	14,9%	15,4%
CHILE	15,7%	16,9%		11,1%	9,2%	13,4%	13,1%	14,8%	16,8%	23,7%	23,4%
COLOMBIA					22,4%	22,7%	24,5%	22,4%	20,6%	21,4%	20,1%
COSTA RICA									13,5%		15%
ECUADOR			27,2%				17,2%	15,8%	21,3%		26,6%
GUATEMALA								19,2%	16,3%	19,3%	
JAMAICA				17%	20,3%		15,6%	22,7%	10,5%	13,7%	
MÉXICO	12,4%			5,9%	5,3%		13,1%		10,5%	9,6%	12,1%
PANAMÁ								9,6%		22,9%	9,5%
PERÚ			40,3%		40,1%	25,9%	25,6%	20,9%	27,2%	20,8%	20,2%
PUERTO RICO										3%	
REP. DOMINICANA							16,8%	20,4%	17,5%		
TRINIDAD Y TOBAGO									15%	22,7%	15%
URUGUAY					12,5%	12,2%	11,9%	12,1%	11,7%	16,7%	14,6%
VENEZUELA		26,8%		24,9%		20,2%		18,7%		15,4%	

COMPARACIÓN CON OTROS PAÍSES DE LA OECD

TABLA 7.2: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN PAÍSES MIEMBROS DE LA OECD

No sólo en un contexto latinoamericano Chile sobresale por su nivel de actividad emprendedora, sino que en relación al resto de los países miembros de la OECD, también destaca. Chile es uno de los países con mayor porcentaje de la población adulta que participa en actividades emprendedoras. ■

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ALEMANIA	5,2%	5,2%	4,4%	5,1%	4,2%		3,8%	4,1%	4,2%	5,6%	5,3%
AUSTRALIA	8,7%	11,6%	13,4%	10,5%	11,9%				7,8%	10,5%	
AUSTRIA				5,3%		2,4%					9,6%
BÉLGICA	3%	3,9%	3,4%	3,9%	2,7%	3,1%	2,9%	3,5%	3,7%	5,7%	5,2%
CANADA	9,5%	8,3%	8,8%	9,3%	7,1%						
CHILE	15,7%	16,9%		11,2%	9,2%	13,4%	13,1%	14,8%	16,8%	23,7%	23,4%
COREA DEL SUR	14,5%						10%	7%	6,6%	7,8%	
DINAMARCA	6,5%	5,9%	5,3%	4,7%	5,3%	5,4%	4%	3,6%	3,8%	4,6%	5,4%
ESLOVAQUIA										14,2%	10,2%
ESLOVENIA	4,6%	4%	2,6%	4,4%	4,6%	4,8%	6,4%	5,4%	4,7%	3,7%	5,4%
ESPAÑA	4,6%	6,6%	5,1%	5,7%	7,3%	7,6%	7%	5,1%	4,3%	5,8%	5,7%
ESTADOS UNIDOS	10,6%	11,9%	11,3%	12,4%	10%	9,6%	10,8%	8%	7,6%	12,3%	12,8%
FINLANDIA	4,6%	3,1%	4,4%	4,9%	5%	6,9%	7,3%	5,2%	5,7%	6,3%	6%
FRANCIA	3,1%	1,6%	6,0%	5,4%	4,4%	3,2%	5,6%	4,3%	5,8%	5,7%	5,2%
GRECIA		6,8%	5,8%	6,5%	7,9%	5,7%	9,9%	8,8%	5,5%	8%	6,5%
HUNGRÍA	6,5%		4,3%	1,9%	6%	6,9%	6,6%	9,1%	7,1%	6,3%	9,2%
IRLANDA	9,1%	8,1%	7,7%	9,8%	7,4%	8,2%	7,6%		6,8%	7,2%	6,2%
ISRAEL	7%		6,6%			5,4%	6,4%	6,1%	5%		6,5%
ITALIA	5,7%	3,1%	4,3%	4,9%	3,5%	5,0%	4,6%	3,7%	2,3%		4,3%
JAPÓN	1,7%	2,8%	1,5%	2,2%	2,9%	4,3%	5,4%	3,3%	3,3%	5,2%	4%
MÉXICO	12,4%			5,9%	5,3%		13,1%		10,5%	9,6%	12,1%
NORUEGA	8,6%	7,4%	6,9%	9,1%	8,9%	6,2%	8,7%	8,5%	7,7%	6,9%	6,8%
NUEVA ZELANDA	14%	13,6%	14,7%	17,6%							
PAÍSES BAJOS	4,6%	3,6%	5,1%	4,3%	5,4%	5,2%	5,2%	7,2%	7,2%	8,2%	10,3%
POLONIA	4%		8,8%							9%	9,4%
PORTUGAL			3,8%				8,8%		4,4%	7,5%	7,7%
REINO UNIDO	5,4%	6,4%	6,2%	6,2%	5,8%	5,5%	5,9%	5,7%	6,4%	7,3%	9%
REPÚBLICA CHECA						7,8%				7,6%	
SUECIA	3,9%	4,1%	3,7%	4%	3,4%	4,2%			4,9%	5,8%	6,4%
SUIZA	7,1%	7,3%		6%		6,3%		7,7%	5%	6,6%	5,9%
TURQUÍA						6,1%	5,6%	6%	8,6%	11,9%	12,2%

CONCLUSIONES:
LOGROS OBTENIDOS Y
TAREAS PENDIENTES



El GEM en Chile ha permitido contar con indicadores anuales de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de la población del país. Durante los 10 años del proyecto en el país, este ha ayudado a resaltar la importancia que tiene el emprendimiento para el desarrollo económico y social. El reconocimiento del GEM como una fuente confiable de información para la toma de decisiones es el resultado de la colaboración de diversas instituciones educacionales, así como también de la participación de entidades públicas y privadas a quienes agradecemos su contribución para el desarrollo del GEM Chile.

En estos 10 años hemos observado avances importantes en las actitudes de la población hacia el emprendimiento. Esto ha permitido que Chile se posicione como uno de los países con mejores actitudes y percepciones emprendedoras, no sólo a nivel latinoamericano, sino también respecto al resto de los países de la OECD. Adicionalmente cada año se observa, sobre todo a partir del año 2006, mayores niveles de actividad emprendedora donde las emprendedoras y emprendedores del país han manifestado que inician su actividad principalmente motivados por oportunidades de negocios. Por otra parte, pese a que las aspiraciones de crecimiento de las empresas creadas por los emprendedores no muestran alzas considerables, existe una percepción de mayor dinamismo e innovación. Igualmente se aprecia que las emprendedoras y emprendedores necesitan gestionar mejor sus negocios para enfrentar un entorno dinámico, globalizado y muy competitivo.

En relación al contexto para emprender, si bien las evaluaciones han sido muy críticas, responde a una combinación entre las deficiencias propias del "ecosistema emprendedor" y las altas expectativas que hay sobre el desarrollo del entorno para emprender. Las principales falencias están en la falta de apoyo financiero, transferencia de I+D y educación para el emprendimiento. Pese a lo anterior, aspectos como programas gubernamentales de fomento al emprendimiento y las normas sociales y culturales pro-emprendimiento muestran avances significativos. Como tarea pendiente está el potenciar la infraestructura comercial y profesional para los emprendedores, que no ha seguido el mismo ritmo que el desarrollo de la actividad emprendedora. Siempre hay aspectos por mejorar, sin embargo, el saldo es positivo.

Los principales indicadores del GEM han permitido registrar cómo el trabajo de diferentes actores, públicos y privados, incentiva que cada vez más emprendedores puedan desarrollar sus negocios y de esta manera contribuir al desarrollo del país. Como equipo GEM confirmamos nuestro compromiso con el estudio académico del emprendimiento que sin duda esperamos continuar, y así seguir entregando información que contribuya de guía para el fomento del emprendimiento en Chile. ■



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 señala 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).

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 DEASEABLE

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.

GLOSARIO DE TERMINOLOGÍA

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

TASA DE EMPRENDIMIENTOS NACIENTES

Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrada en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no ha pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.

TASA DE NUEVOS EMPRENDEDORES

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 ESTABLECIDOS

Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio 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 involucrada en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.

TASA DE DESCONTINUACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha descontinuado 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).

ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA

<i>Tipo de Estudio</i>	<i>Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara.</i>
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2002- INE.
Total Muestral	2000 casos del año 2001 al 2006. A partir del 2007 se realizan 500 casos de sobremuestreo para cada región.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-julio de cada año.
Encuestador	Adimark 2002-2003 Benchmark 2005, 2006, 2007 Opina 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 Questio 2012

ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES

<i>Tipo de Estudio</i>	<i>Encuesta auto-administrada</i>
Muestra	36 expertos nacionales más un mínimo de 36 expertos por cada región a partir del 2007.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio de cada año.
Encuestador	Miembros del Equipo GEM Chile

Acs, Z. J. & L. Szerb (2009). Gearing Up to Measure Entrepreneurship in a Global Economy, Mimeo, Faculty of Business and Economics, University of Pecs.

Acs, Z. J., D. B. Audretsch, P. Braunerhjelm, & B. Carlsson (2003). The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth, Center for Business and Policy Studies. Stockholm, Sweden.

Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-919.

Boettke, P. & C. Coyne (2003). Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence? *Advances in Austrian Economics* 6, 67-88.

Bosma, N.S. & J. Levie (2010). Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavik, Iceland: Háskólinn Reykjavik University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

Bosma, N.S., K. Jones, E. Autio, & J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Général (The Nature of Trade in General)*, Paris: Institut National D'études Démographiques.

Hessels, J., I. Grilo, R. Thurik & P. van der Zwan (2010). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3): 447-471.

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

Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.

Schwab, K. & X. Sala-i-Martin (2012) Global Competitiveness Report 2011-2012. World Economic Forum. Geneva, Switzerland, Disponible en línea http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf

Shane, S. & S. Venkataraman (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.

AGRADECIMIENTOS

10

INSTITUCIONES QUE HAN LIDERADO EL GEM CHILE

10.1

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el Global Entrepreneurship Research Center de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo.

Carlos Poblete Cazenave
Coordinador GERC
capobletec@udd.cl
Tel: (562) 232 79 158

<http://www.gemchile.cl/>



2005 - 2013



Universidad de los Andes

2002 - 2004



2005 - 2009

INSTITUCIONES QUE HAN AUSPICIADO O PATROCINADO EL PROYECTO GEM CHILE

10.2

ADIMARK

BCI

ING

PRICEWATERHOUSECOOPERS

INNOVA CHILE CORFO

ICARE

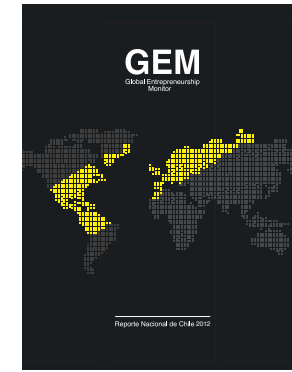
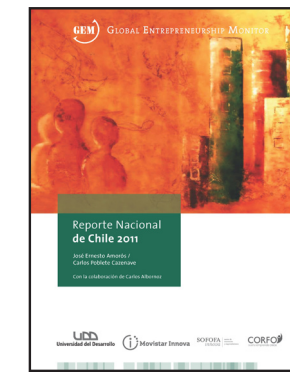
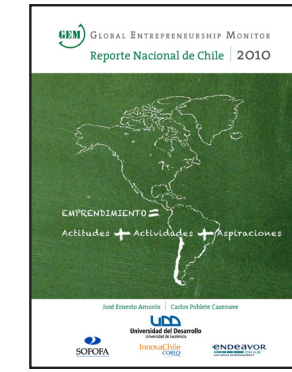
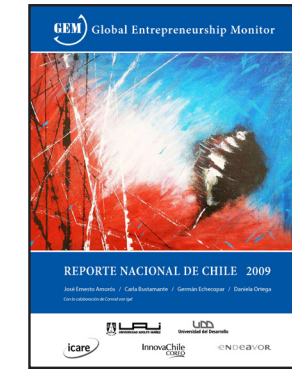
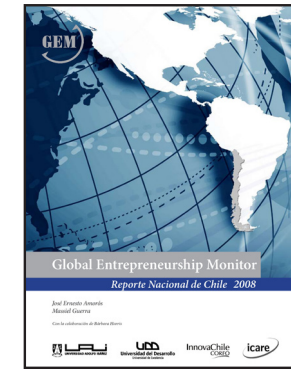
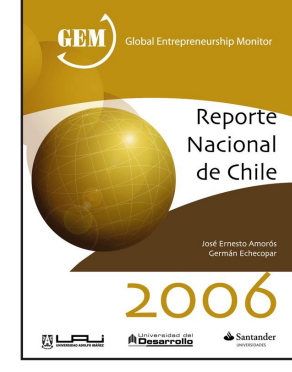
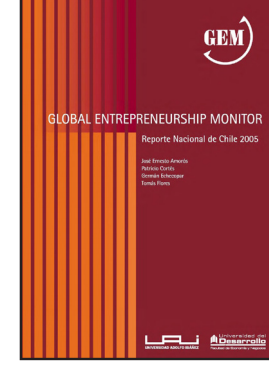
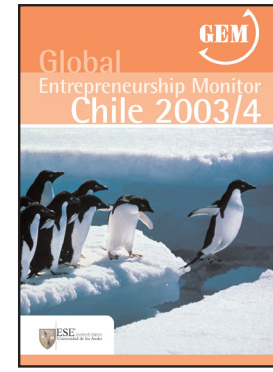
ENDEAVOR

SANTANDER UNIVERSIDADES

MOVISTAR INNOVA

SOFOFA INNOVA

TRAYECTO DE REPORTES NACIONALES 10.3



2002

Alfredo Enrione
Alvaro Pezoa
Jon Martínez
Gerardo Martí
Nicolás Besa

2003

Alfredo Enrione
Alvaro Pezoa
Jon Martínez
Gerardo Martí
Nicolás Besa

-2004-

2005

Ernesto Amorós
Patricio Cortés
Germán Eche copar
Tomás Flores

2006

Ernesto Amorós
Germán Eche copar

2007

Ernesto Amorós
Massiel Guerra
José Miguel Carrillo

2008

Ernesto Amorós
Massiel Guerra
Bárbara Harris

2009

Ernesto Amorós
Carla Bustamante
Germán Eche copar
Daniela Ortega

2010

Ernesto Amorós
Carlos Poblete

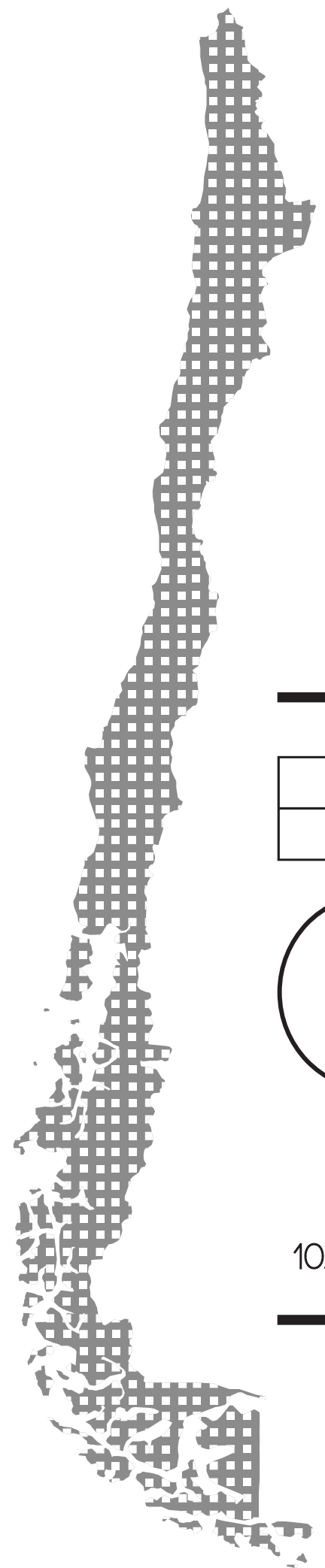
2011

Ernesto Amorós
Carlos Poblete
Carlos Albornoz

2012

Ernesto Amorós
Carlos Poblete





EQUIPO GEM 10.4 CHILE

A partir del año 2005 en adelante, el equipo GEM Chile ha desarrollado el estudio de Mujeres y Actividades Emprendedoras.

Equipo GEM Mujeres:
Olga Pizarro
Massiel Guerra
Ernesto Amorós
Carlos Poblete

Desde el año 2007 en adelante, el proyecto GEM Chile ha incorporado una perspectiva regional generando alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan todos los equipos regionales, y sus respectivos investigadores, que han participado desde que se inició el proyecto. ■

REGIÓN	INSTITUCIÓN	EQUIPO
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Dante Choque Hernando Bustos Ximena Vega
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega Fernando Rosales Paula González
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Atienza
Región de Atacama	Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama	Carolina Blanco Marynela Salvador Omar González
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Cristóbal Fernández Jorge Cea José Luis Cortés Juan Tapia Paulina Santander
Región Metropolitana	Universidad Mayor	María Cristina Betancour Massiel Guerra
	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Braulio Guzmán Aracelly Tapia Sandra Díaz Antonio Iturra Bonny Parada
Región del Maule	Universidad Católica del Maule	Andrés Valenzuela Alejandro Sottolichio
Región del Bío Bío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza
	Universidad del Desarrollo	Carlos Smith Pedro Silva José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Bastían Gallardo Carlos Isaacs Claudina Uribe Francisco Vidal Franklin Valdebenito Gerardo Lagos Jaime Bustos José Luis Lillo Manuel Hidalgo Marcos Bustos Marjorie Morales Martha Ramírez Patricio Hernández Pedro Araneda Pilar Navarrete Valeska Geldres Víctor Valenzuela
Región de los Ríos	Universidad Austral de Chile	Ester Fecci Christián Felzensztein Pablo Díaz Madariaga

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
10 años del proyecto GEM en Chile

