



Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Regional Bío-Bío 2008-2009

*José Ernesto Amorós
Daniela Ortega
Carlos Smith*





Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Regional Bío- Bío 2008-2009

José Ernesto Amorós

Daniela Ortega

Carlos Smith

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Reporte Regional Bío-Bío 2008-2009
Primera Edición

EDICIONES UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción N° 183.181
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-7961-31-3

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2008 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile, Colombia, Corea, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, India, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, México, Noruega, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía y Uruguay. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros, están publicados en el Global Entrepreneurship Monitor 2008 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.

*Diagramación: Trinidad Concha G.
Fotografías portada: Gentileza Norberto Seebach,
nseebach@recorriendochile.cl
y Archivos Universidad del Desarrollo.*

*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*

Impreso en Chile / Printed in Chile

CONTENIDO

PREFACIO	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
¿Cómo es el emprendedor de la región del Bío- Bío?	8
1. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Acerca del GEM y sus objetivos	9
1.2 El modelo revisado del GEM	9
Emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones	11
El contexto para el emprendimiento	12
1.3 Concepto de emprendimiento en el GEM	13
1.4 La disponibilidad de datos del GEM y su sitio Web	14
2. ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS	16
2.1 Actitudes emprendedoras en el contexto de la Región del Bío- Bío y en Chile	16
2.2 Actividades emprendedoras en la Región del Bío-Bío	20
Motivaciones emprendedoras	22
Distribución por sectores	24
Edad y género	26
Nivel educativo	28
Nivel de ingresos	30
Situación laboral de los emprendedores	31
Cierre o culminación de la actividad emprendedora	32
2.3 Aspiraciones emprendedoras en la Región del Bío-Bío	33
Expectativas de alto crecimiento	33
Competitividad	34
3. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DEL BÍO- BÍO	41
3.1 Análisis general de los factores	43
3.2 Políticas de gobierno	45
3.3 Protección de la propiedad intelectual	47
3.4 Transferencia de investigación y desarrollo	48
3.5 Programas de gobierno	50
3.6 Apoyo financiero	52
3.7 Apertura del mercado interno	53
3.8 Educación y capacitación para el emprendimiento	54
3.9 Normas sociales y culturales	55
3.10 Infraestructura comercial y profesional	57
3.11 Acceso a la infraestructura física	58
3.12 Oportunidades del emprendedor y capacidad emprendedora	59
Oportunidades disponibles	59
Capacidad de formar una nueva empresa	60
4. CONSIDERACIONES FINALES	62
5. EXPERTOS CONSULTADOS	63
6. REFERENCIAS	64

7. FICHA METODOLÓGICA	66
7.1 Encuesta a población adulta	66
7.2 Entrevistas a expertos regionales	66
8. SOBRE LOS AUTORES	67
9. COORDINACIÓN DEL GEM CHILE	68
10. COORDINACIÓN REGIONAL – GEM	68
11. AUSPICIADORES	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las 10 características del emprendedor de la Región del Bío- Bío	8
Figura 2: El modelo revisado del GEM	12
Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	13
Figura 4: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) para las regiones participantes en GEM Chile, con intervalos de confianza del 95%	21
Figura 5: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile	22
Figura 6: Balance de los motivadores en emprendedores en etapas iniciales	23
Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender	24
Figura 8: Distribución por sectores en etapas iniciales	25
Figura 9: Distribución por sectores en negocios establecidos	25
Figura 10: Actividad emprendedora en etapas iniciales por grupos de edad	26
Figura 11: Actividad emprendedora establecida por edades	27
Figura 12: Proporción de rangos de edad en actividad emprendedora	27
Figura 13: Actividad emprendedora en etapas iniciales y establecidas por género 2008	28
Figura 14: Actividad emprendedora por nivel educativo	29
Figura 15: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora	29
Figura 16: Actividad emprendedora según ingreso familiar	30
Figura 17: Actividad emprendedora según nivel socioeconómico y motivación	31
Figura 18: Actividad emprendedora según tipo de empleo	32
Figura 19: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio del GEM del 2008	33
Figura 20: Emprendimiento con altas expectativas de crecimiento (HEA) en etapas iniciales	34
Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores	35
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada	36
Figura 23: Uso de nuevas tecnologías o procesos	37
Figura 24: Expectativa de expansión de mercado	37
Figura 25: Actividad emprendedora y exportación	38
Figura 26: Evaluación del contexto emprendedor en la Región del Bío- Bío	43
Figura 27: Contexto emprendedor en la Región del Bío- Bío 2007-2008	44
Figura 28: Contexto emprendedor en Chile comparativo entre la Región y el país	45
Figura 29: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento	46
Figura 30: Protección de la propiedad intelectual	48
Figura 31: Evaluación de la transferencia de I+D	49
Figura 32: Evaluación sobre la innovación	50
Figura 33: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento	51

Figura 34: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento	52
Figura 35: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento	53
Figura 36: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes	54
Figura 37: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento	55
Figura 38: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento	56
Figura 39: Valoración social del ser empresario	57
Figura 40: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional	58
Figura 41: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios	59
Figura 42: Oportunidades disponibles	60
Figura 43: Capacidad de formar una nueva empresa	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Emprendimiento en las diferentes fases de desarrollo	10
Tabla 2: Glosario de las principales medidas y terminologías	15
Tabla 3: Actitudes y percepciones emprendedoras de la población entre 18 y 64 años en las regiones que conforman el Equipo GEM Chile	18
Tabla 4: Factores de influencia en la percepción de los encuestados por etapa del emprendimiento	19
Tabla 5: Tasas de actividad emprendedora entre las regiones participantes del GEM en Chile como proporción de adultos entre 18 y 64 años	20
Tabla 6: Análisis de las políticas de gobierno relacionadas con el emprendimiento	47

PREFACIO AL REPORTE 2008

El emprendimiento es y será un factor clave para el desarrollo nacional y regional y, justamente, el entender las diferentes dimensiones y particularidades de esta actividad es que nos hemos motivado a profundizar en el tema desde la perspectiva regional. En este contexto tenemos el gusto de presentar el Reporte Global Entrepreneurship Monitor (GEM) correspondiente a la Región del Bío-Bío 2008-2009 como parte del trabajo de investigación sobre creación de empresas que realizamos en la Universidad del Desarrollo.

Con diez años de vida, el proyecto GEM ha analizado la actividad emprendedora en más de 60 países de prácticamente todas las regiones del mundo. Esta trayectoria, hace del GEM uno de los proyectos de investigación sobre emprendimiento más importantes a nivel internacional. Chile participa en este proyecto por sexto año con igual número de informes nacionales y desde el año 2007 se ha comenzado a estudiar el tema a nivel regional. Desde entonces, se han sumado al equipo GEM Chile, las regiones de Arica y Parinacota, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Bío-Bío, Araucanía, de los Ríos y la Región Metropolitana de Santiago y este año esperamos incorporar nuevas regiones para seguir profundizando el estudio del emprendimiento desde una mirada regionalista. Paralelamente, cada uno de los equipos regionales elabora su propio informe de emprendimiento, lo cual aporta una perspectiva más específica y, por lo tanto, más enriquecedora de la actividad emprendedora del país.

Este es el segundo informe de la Región del Bío-Bío y con este nuevo esfuerzo seguimos creyendo que el proyecto GEM ofrece al mundo académico, empresarial y de la administración pública, información más completa y de calidad sobre la situación del emprendimiento, considerándolo como un fenómeno que abarca desde lo local a lo global.

Queremos agradecer el apoyo brindado por el consorcio GEM y todos los países participantes así como a Babson College (Estados Unidos), Universidad Reikiavik (Islandia) y Universidad del Desarrollo (Chile), actuales global sponsors del proyecto GEM. Asimismo agradecer el apoyo de la Universidad Adolfo Ibáñez, Universidad de Tarapacá, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María y Universidad de la Frontera que conforman el equipo GEM Chile y que han incorporado la dimensión regional en este importante proyecto. De igual modo, agradecemos a la Facultad de Economía y Negocios de la UDD Sede Concepción por el apoyo a este proyecto, así como el soporte de los auspiciadores nacionales que, mediante esta iniciativa de investigación, promueven la actividad emprendedora en todo Chile. Por último, queremos agradecer a todos los encuestados que participaron de este proyecto en la región del Bío-Bío y a los expertos consultados que contribuyeron con sus experiencias y conocimientos a dar vida a este reporte.

*José Ernesto Amorós, PhD
Universidad del Desarrollo
Coordinador GEM Chile*

RESUMEN EJECUTIVO

1. En la región del Bío- Bío, el 79% 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 58% considera que tiene las habilidades y conocimientos para iniciar un nuevo negocio. No obstante, el 38% declara que un obstáculo para emprender es el miedo al fracaso.

2. Un 15,3% 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 mayor que la observada a nivel nacional que es de 12,9%.

3. De los emprendedores de la región, el 52% declara haber iniciado su negocio motivado por una oportunidad, mientras que el 31,2% 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, con una edad promedio de 38 años en el caso de los emprendedores en etapas iniciales y de 50 años en los establecidos, con algún grado de educación superior y cuyo negocio se orienta al sector transformación y servicios al consumidor.

5. El mayor porcentaje de los emprendedores de la región se concentra entre los niveles socioeconómicos D, C3 y C2. Situación que también se observa a nivel nacional donde la mayor proporción de emprendedores también corresponde a sectores de la población que se pueden catalogar como de clase media.

6. En la región, cerca del 40% de los emprendedores en etapas iniciales declara tener un negocio con al menos un empleado. No obstante, esta situación se revierte en los emprendedores establecidos donde el mayor porcentaje lo hace como auto-empleado.

7. En cuanto a las aspiraciones emprendedoras de la región, cerca del 26% de los emprendedores en etapas iniciales tiene altas expectativas de crecimiento, es decir, pretende generar 20 o más puestos de trabajo en los próximos 5 años.

8. Cerca del 50% de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos, considera que los servicios o productos que ofrece son novedosos para todos sus clientes; indicador que revierte las opiniones vertidas el año pasado.

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 las normas sociales y culturales. Se remarca que éstas últimas son una de las variables que más han mejorado su evaluación con respecto al periodo anterior.

10. Finalmente, en la opinión de los expertos, los factores que perjudican la actividad emprendedora apuntan hacia las políticas de gobierno, la protección a la propiedad intelectual y la transferencia de I+D. 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 DE LA REGIÓN DEL BÍO- BÍO?

Figura 1: Las 10 características del emprendedor de la Región del Bío- Bío



1. INTRODUCCIÓN

1.1 ACERCA DEL GEM Y SUS OBJETIVOS

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM, fue ideado en 1997 por Michael Hay de London Business School y Bill Bygrave de Babson College. El primer estudio del GEM se realizó en el año 1999 y fue constituido por un grupo de 10 países. Desde entonces, el GEM se ha transformado en un consorcio en el cual han participado 66 países, y que en la actualidad es gestionado por 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 e instituciones patrocinantes.

Si bien es ampliamente aceptado que el emprendimiento es una fuerza importante en la generación de cambios en el escenario económico, la relación entre emprendimiento y desarrollo está aún lejos de ser completamente comprendida. 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. El GEM ha procurado subsanar esta carencia por medio de la recolección de información relevante de forma anual y de manera sistémica, elaborando una base de datos armonizada y comparable entre países y regiones. De este modo, el GEM 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.

En su décimo año, el GEM presenta un modelo conceptual revisado¹ que será usado para ampliar la exploración del rol de la actividad emprendedora en la economía y que ha sido actualizado de acuerdo a los enfoques más recientes sobre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo revisado reconoce la existencia de diferentes fases del desarrollo económico, así como las diferencias en el rol y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Producto de esto, se distinguen tres fases principales del desarrollo económico que son tomadas del Reporte Global de Competitividad (GCR por su siglas en inglés) del Foro Económico Mundial desarrollado por Porter y Schwab (2008); ellas son: 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.

1.2 EL MODELO GEM REVISADO

En la actualidad existe un amplio consenso acerca la importancia del emprendimiento para el desarrollo nacional y regional; gran parte de los emprendedores impulsan y dan forma a la innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía y fuerzan a las viejas empresas instaladas a actualizarse, generando, por lo tanto, una contribución indirecta a la productividad. Debido a esto, es ampliamente aceptado que los emprendedores, particularmente los de alto impacto, realizan una importante contribución a la creación de puestos de trabajo, a veces explicando en su totalidad la creación de nuevos empleos en la economía.

No obstante, a pesar de su importancia, la contribución de los emprendedores a la economía también varía de acuerdo a la fase de desarrollo económico. Por ejemplo, cuando los niveles de desarrollo econó-

¹ Con el fin de ilustrar los objetivos y cambios realizados recientemente en el modelo del GEM se toman algunos contenidos del Reporte Ejecutivo Global 2008 desarrollado por Bosma y otros (2009) y del Reporte Nacional de Chile 2008 (Amorós y Guerra, 2009) y se añade información específica de la Región del Bío-Bío y el contexto chileno.

mico son bajos, existe la idea de que el nivel de actividad de auto-empleo impulsada por la necesidad es alto, porque es posible que la 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 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 conjunto².

Por este motivo, es que este año el GEM introduce en su modelo de análisis una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) y el GCR, es decir, “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”.

Tabla 1: Emprendimiento en las diferentes fases de desarrollo

EMPRENDIMIENTO Y FASES DE DESARROLLO	BREVE DESCRIPCIÓN
<i>Emprendimiento en las economías basadas en recursos</i>	<i>Los países con bajos niveles de desarrollo económico tienen tradicionalmente un gran sector agrícola que mayoritariamente vive en zonas rurales y que provee subsistencia para la mayoría de la población. Esta situación cambia cuando la actividad industrial comienza a desarrollarse, frecuentemente en torno a la explotación de recursos naturales, y a medida que la industria extractiva comienza a desarrollarse. Esto precipita el desarrollo económico, estimulando a la población agrícola excedente a migrar hacia los sectores extractivos y sectores emergentes de baja escala. 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.</i>
<i>Emprendimiento en economías basadas en la eficiencia</i>	<i>Los países con un nivel de desarrollo moderado- a medida que sus sectores industriales se desarrollan- comienzan a surgir instituciones que apoyan una mayor industrialización y la búsqueda de una mayor productividad por medio de economías de escala. Típicamente, sus políticas económicas nacionales en los sectores económicos intensivos diseñan sus políticas e instituciones económicas y financieras para favorecer principalmente 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 a escala, uno podría esperar que la actividad industrial, basada en necesidad, bajase gradualmente y dejará lugar a un emergente sector manufacturero de pequeña escala.</i>
<i>Emprendimiento en economías basadas en innovación</i>	<i>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. Este desarrollo económico abre el camino para una actividad emprendedora innovadora y basada en la búsqueda de oportunidades reales de negocio. Frecuentemente, las empresas pequeñas e innovadoras disfrutan de una ventaja productiva basada en la innovación sobre las grandes empresas establecidas, permitiéndoles actuar como “agentes de destrucción creativa”. 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 principales impulsores del desarrollo económico y la creación de riqueza (Henrekson, 2005).</i>

Fuente: GEM, Reporte Nacional de Chile 2008

² Más información en el GEM Reporte Nacional de Chile 2008. Disponible en línea en www.gemchile.cl

EMPRESARIADO: ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES.

En la literatura, se pueden encontrar diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, diversas definiciones del mismo. Las visiones históricas son interesantes porque reflejan el rol que juega el emprendimiento en cada una de las tres fases económicas que se han esbozado³. Analizando algunos de los conceptos generalmente utilizados, se pueden identificar tres componentes principales del emprendimiento: actitudes emprendedoras, actividades emprendedoras y aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2009). Estos componentes están complejamente interrelacionados formando un sistema continuo de retroalimentación. Por ejemplo, las actitudes positivas hacia el emprendimiento pueden incrementar las actividades y las aspiraciones emprendedoras, lo que a su vez afecta positivamente las actitudes en la medida que aparecen más modelos positivos que imitar.

Las actitudes emprendedoras son actitudes 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 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 propia percepción que el individuo tenga de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.

Por otro lado, existe un círculo virtuoso entre las actitudes y las actividades emprendedoras. Como ejemplo de la legitimidad del emprendimiento en una sociedad, actitudes emprendedoras positivas pueden ser influenciadas por el hecho que la gente conozca a alguien que ha iniciado un emprendimiento recientemente. Las personas que saben de otras personas que recientemente han comenzado un negocio están más propensas a considerar el emprendimiento como algo legítimo.

Si bien, la actividad emprendedora es multifacética, un aspecto importante de ella es el grado en que las personas están creando nuevas actividades de negocios, tanto en términos absolutos como en relación a otras actividades económicas, como el cierre de negocios. Dentro del espacio de actividad de los nuevos negocios, 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 según las características demográficas del fundador, tales como género, edad o educación.

Esta actividad suele ser vista como un proceso más que como un acontecimiento aislado. Por este motivo, el GEM mide las actividades de negocios en la fase naciente, nueva y establecida. Cada una de estas etapas se definirá más adelante. El examen de múltiples componentes de la actividad empresarial también permite explorar las diferencias entre los procesos emprendedores a lo largo de las tres fases principales del desarrollo económico. 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 necesidades de tipo económicas, mientras que en las 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 difieren en sus aspiraciones de introducir nuevos productos, nuevos procesos productivos, el procurar acceso a mercados externos, el desarrollar una organización significativa o en el financiar su crecimiento con capital externo. 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, y el GEM ha creado mediciones para capturar esas aspiraciones.

³ Para obtener más información acerca de la historia del concepto de emprendimiento, puede visitar www.gemchile.cl

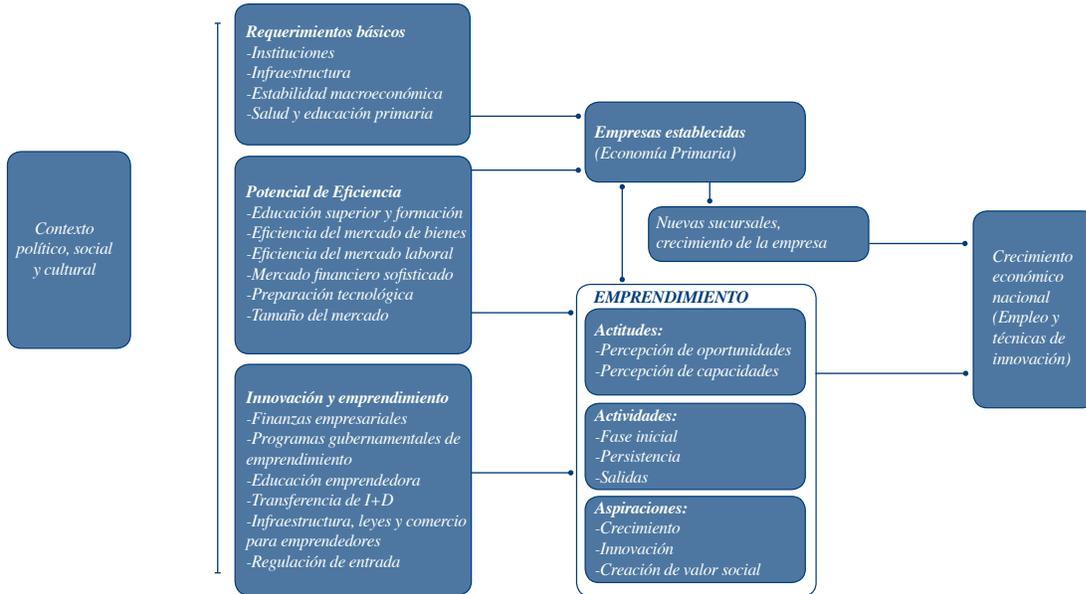
EL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO

El Reporte Global del GEM del año 2007 discutió 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 para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y otros, 2008). Las EFCs reflejan las principales características del ambiente socio-económico ya sea del país o una región, las cuales pueden tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. Como el modelo original del GEM, el modelo revisado de este mismo mantiene que, a nivel nacional y regional, las condiciones de marco relevantes para la creación de negocios establecidos difieren de las relevantes para la actividad de los nuevos negocios. Lo nuevo del modelo revisado es que se han revisado estas condiciones a la fase de desarrollo económico en que se encuentra el país y, por ende, la región.

Es importante reconocer que los tres principales tipos de actividad económica: basada en recursos, basada en eficiencia y basada en innovación, están presentes en todas las economías, pero su prevalencia relativa –y contribución al desarrollo económico– varía. La propuesta del GCR es que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación diferente de estas actividades.

El Modelo GEM revisado presente en la **Figura 2**, identifica los requisitos básicos de cada una de estas economías y cómo éstos se reflejan en las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras.

Figura 2: El modelo revisado del GEM



Fuente: GEM 2008 Executive Report

1.3 CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO EN EL GEM

La sección anterior explicó que el emprendimiento es un fenómeno complejo que se extiende a una variedad de contextos. En línea con sus objetivos, el GEM adopta una visión amplia del emprendimiento y se focaliza en el rol jugado por las personas 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 el comportamiento de las personas con respecto al comienzo y gestación de un negocio.

Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM necesita hacer un trabajo que vaya más allá de comparar actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. Necesita también, relevar 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 individual que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo el proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes de que una empresa sea operativa, de este modo, 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. Al mismo tiempo, una persona que es dueña de un negocio establecido, que ha estado en los negocios por un buen número de años, ha innovado, es competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento, también, es un emprendedor.

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. La **Figura 3** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM



Fuente: GEM 2008 Executive Report.

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; 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 dueño de un nuevo negocio y cuando es dueño y dirige un negocio que ha estado en operación por más de 42 meses es dueños de un negocio establecido. Así, la distinción entre emprendimientos depende de la antigüedad del negocio.

El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La tasa de prevalencia de emprendimientos nacientes y dueños de nuevos negocios tomados en su conjunto puede ser vista como un indicador de actividad emprendedora de etapas ini-

ciales en un país, ya que representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tenga 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 del negocio, sin embargo puede ser que un país exhiba altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora de etapas iniciales, lo cual indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

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. Gracias al esfuerzo y la dedicación de cientos de académicos y personas interesadas por el fenómeno 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.

En Chile el esfuerzo regional incluye una variación metodológica ya que se realiza un sobre-muestreo para tener datos representativos de cada región participante en el proyecto, así como una consulta específica a expertos de la región. Toda la información sobre el proyecto en Chile, así como cada uno de los equipos de las universidades regionales asociadas están disponibles 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.

Tabla 2: Glosario de las principales medidas y terminologías

MEDIDA	DESCRIPCIÓN
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población de 18 a 64 años (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que ve buenas oportunidades de iniciar una empresa o negocio en el área donde viven.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población de 18 a 64 años (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que cree que poseen las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población de 18 a 64 años (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que tiene intenciones de iniciar un negocio dentro de los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que han percibido la existencia de oportunidades (aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora son excluidos) que indica que el miedo al fracaso los disuadiría de constituir una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que concuerda con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que concuerda con la afirmación que, en su país, verán con frecuencia historias en los medios de comunicación sobre nuevos negocios exitosos.
Actividad emprendedora	
Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que es actualmente un emprendedor naciente, por ejemplo, activamente involucrados en crear un negocio del cual serán dueños o copropietarios pero que no hayan pagado sueldos, salarios, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa nuevos emprendedores	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que es actualmente dueña de un nuevo negocio, por ejemplo, poseen y gestionan un negocio en marcha que ha pagado sueldos, salarios o cualquier otra retribución por un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que es un emprendedor naciente o un dueño y gestor de un nuevo negocio (tal como fue antes definido).
Tasa de emprendedores establecidos	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que son actualmente dueños y gestores de negocios establecidos, por ejemplo, poseen y gestionan un negocio en marcha que ha pagado salarios, sueldos u otras formas de retribuciones a los dueños por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que está actualmente involucrados en actividad emprendedora de fase inicial o son dueños y gestores de un negocio establecido (tal como fue antes definido).
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población de 18 a 64 años que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea que los vendieron, cerraron o discontinuaron la relación de dueños y gestores con el negocio. Nota: Esto NO es una medida de la tasa de fracasos de negocios.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población de 18 a 64 años involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales (tal como fue definido antes) que manifiestan (1) iniciar un negocio motivados por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o (2) estar motivados por necesidad, es decir, 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 de 18 a 64 años que son emprendedores nacientes o dueños y gestores de un nuevo negocio (como fue antes definido) y que esperan 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 de fase inicial (como fue antes definido) que indica que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes e indican que no hay muchos negocios que ofrezcan el mismo producto o servicio.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores 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 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).

2. ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

Este capítulo muestra la evaluación de las características del emprendimiento en la región del Bío- Bío y su relación con el contexto nacional. Este análisis se hace por medio de la presentación de múltiples índices que miden aspectos de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras. En las siguientes secciones se presentan los principales índices tanto de actitudes, actividades así como de aspiraciones de los emprendedores para la región.

2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN EL CONTEXTO DE LA REGIÓN DEL BÍO- BÍO Y EN CHILE

Las percepciones sobre el emprendimiento pueden afectar tanto la oferta como la demanda del mismo. El lado de la oferta está constituido por el conjunto de los potenciales emprendedores. Estos individuos tienen percepciones importantes que incluyen tanto el deseo como la habilidad percibida para transformarse en un emprendedor (Davidsson, 1991). Los niveles de educación y la disponibilidad de programas de capacitación para emprendedores también pueden ser posibles determinantes de las habilidades percibidas.

Por el lado de la demanda, en lo que viene a ser “el espacio para el emprendimiento”, es necesario que existan oportunidades para la creación de nuevas empresas, siendo igualmente importante que los emprendedores perciban estas oportunidades. La cantidad y calidad de las oportunidades percibidas pueden ser reforzadas por condiciones nacionales y regionales tales como el crecimiento económico, el crecimiento de la población, la cultura y las políticas en materia de emprendimiento. Estos conceptos serán analizados en los próximos capítulos.

Pero existen más factores determinantes. Por ejemplo, en la medida que las personas ven más y más emprendedores exitosos en su entorno directo, pueden reforzar la percepción de sus propias capacidades sin que haya mediado un reforzamiento efectivo de las mismas. Además, puede haber diferencias demográficas en las capacidades emprendedoras percibidas por razones históricas, socio-económicas o culturales. Los programas públicos, por ejemplo, pueden apuntar explícitamente a los grupos que exhiben bajos niveles en materia de percepción de capacidades así como bajos niveles de capacidades efectivas. Así, diferentes y múltiples condiciones pueden afectar las capacidades percibidas directa e indirectamente.

Si una persona tiene una percepción positiva hacia el emprendimiento, esto no quiere decir que necesariamente se involucrará en una actividad emprendedora, pues deberá llevar a cabo múltiples evaluaciones de forma consciente o inconsciente. En primer lugar, existe una evaluación de los costos de oportunidad, lo cual involucra comparar los retornos esperados del emprendimiento con los retornos esperados de una alternativa ocupacional. La alternativa más común es “ser empleado”.

Entonces, existe una evaluación de riesgos versus recompensa: aún cuando los retornos esperados del emprender sean considerablemente más altos que la mejor alternativa, el riesgo percibido asociado puede ser demasiado alto para una persona que está pensando en iniciar un negocio. La preferencia de una persona por la aversión al riesgo puede ser un factor significativo en la transición de emprendimiento potencial (o latente) a uno efectivo (Kihlstrom y Laffont, 1979). Al mismo tiempo, la persona puede también estar influenciada por las características demográficas tales como edad, género, origen o etnia y al

igual que por instituciones con las que ha socializado. Por ejemplo, las personas con más edad podrían incluir su salud y los costos asociados del sistema de cuidado de salud en la evaluación de premios y riesgos, mientras los inmigrantes podrían percibir la existencia de menos alternativas para ganarse la vida en un país que no es el de origen.

Evaluaciones intrínsecas como las arriba descritas pueden finalmente llevar a manifestar la intención (y la acción subsecuente) de iniciar un negocio concebido como un emprendimiento basado en la oportunidad. Como ya fue descrito, esto corre para el grueso de los emprendedores, particularmente en los países con economías basadas en la innovación. Sin embargo, algunas personas están involucradas en la actividad emprendedora por necesidad; simplemente, porque no tienen otras opciones para ganarse la vida y porque no existe una evaluación comparativa para ser hecha.

Tampoco hay un patrón general que describa las secuencias tanto de la evaluación, de las decisiones tomadas ni de los pasos que se han dado. Es también posible que las personas decidan iniciar un negocio cuando una oportunidad muy específica aparece en forma inesperada. Incluso, pueden iniciar un nuevo negocio a pesar de que antes no hayan pensado hacerlo ni iniciarlo en esa área. Esas personas no han considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó. Así, para los emprendedores, la percepción de la existencia de oportunidades puede aparecer por adelantado, antes de iniciar el negocio o al mismo tiempo. Shane (2003) ha propuesto un modelo del mundo en el cual las oportunidades existen y necesitan ser descubiertas. En esa visión, los gobiernos podrían considerar formas de incrementar la probabilidad de que esas oportunidades sean descubiertas como un medio para reforzar el clima emprendedor.

La **Tabla 3** muestra varios indicadores del GEM referentes a las autopercepciones de las personas en relación al emprendimiento en la región del Bío- Bío y permite una comparación con las demás regiones.

Una variedad de características nacionales y/o regionales pueden ser las causas subyacentes de la percepción – alta o baja- que se tiene acerca del emprendimiento. Podría ser que exista una cantidad de trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa, las cuales estarían reduciendo el atractivo de emprender. Podría, también, ser el caso que la protección del empleo sea alta, y termine por desanimar a los empleados con percepciones emprendedoras positivas y con deseos de iniciar un negocio.

El miedo al fracaso es frecuentemente considerado como un componente cultural importante en el detrimento de la actividad de nuevas empresas. Sin embargo, la afirmación de esa relación no ha sido completamente confirmada. Cada año, el GEM le pregunta a una muestra aleatoria de individuos si el miedo al fracaso podría disuadirlos de comenzar un negocio. Ahora esto tiene sentido si consideramos esta pregunta sólo para aquellos que no están actualmente involucrados en un emprendimiento, pero perciben que existen buenas oportunidades de iniciar un negocio. Si el miedo al fracaso prevalece entre aquellos que en principio ven buenas oportunidades de iniciar un negocio, se podría justificar la necesidad de intervenir de algún modo para reducir este miedo al fracaso.

Respecto a cuál es la actitud más común sobre la creación de negocios, se le preguntó a toda la muestra respecto si el emprender es considerado una buena elección profesional, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en la región del Bío- Bío es considerable. La **Tabla 3** recoge los porcentajes de respuestas afirmativas de la muestra encuestada para cada una de las tres preguntas planteadas.

A continuación, en la **Tabla 3**, se presentarán los resultados de los indicadores que miden las actitudes hacia el emprendimiento a nivel regional y nacional.

Tabla 3: Actitudes y percepciones emprendedoras de la población entre 18 y 64 años en las regiones que conforman el Equipo GEM Chile (Porcentaje de respuestas afirmativas)

	Ve buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos 6 meses	Miedo al fracaso previene iniciar un negocio	Conoce personalmente a alguien que inició un negocio en los últimos dos años	Posee los conocimientos y habilidades para iniciar su propio negocio	Espera iniciar un negocio en los próximos 3 años	Regiones: actitudes percibidas por los individuos		
						Considera el emprendimiento como una opción de carrera	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento	Considera que los emprendedores exitosos tienen un alto nivel de reconocimiento y respeto
Región de Antofagasta	25,6	32,3	45,5	59,9	38,7	80,3	39,4	67,4
Región de Coquimbo	29,1	35,1	44,2	58,9	38,6	82,5	44,9	71,6
Región de Valparaíso	28,2	38,2	45,3	56,5	35,1	83,1	40,6	71,0
Región Metropolitana	28,7	35,5	44,8	66,6	40,1	77,4	43,4	69,2
Región del Bío- Bío	21,1	38,9	50,1	58,7	37,7	79,2	46,0	72,2
Región de la Araucanía	24,4	41,7	51,4	61,4	40,2	74,9	46,1	74,1
Chile	27,6	36,6	45,5	62,6	38,1	79,6	43,3	70,1

Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2008

La mayoría de los indicadores no presenta diferencias significativas con respecto al promedio nacional a excepción del indicador ve buenas oportunidades que aparece por debajo de la media nacional en más de seis puntos porcentuales y del indicador de conocimiento de otros emprendedores que es casi cinco puntos porcentuales arriba de la media nacional.

Estas tres respuestas indican que en la región del Bío- Bío en general el emprendimiento es bien percibido. Sin embargo, sigue siendo destacable el que se considere que emprender como una buena elección laboral. Asimismo reconocer a los emprendedores como personas exitosas es una buena aproximación para determinar el nivel de "cultura emprendedora regional". Como ya se ha analizado en reportes anteriores, esto permite inferir que en Chile, y de igual forma en la región del Bío- Bío, la valoración social hacia el empresario es creciente. Aspectos específicos sobre el contexto para emprender en Chile serán analizados en el capítulo correspondiente.

En el caso particular de la región del Bío- Bío, la **Tabla 4** muestra los porcentajes de personas separados por tipo de actividad emprendedora que respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción antes descritos.

Tabla 4: Factores de Influencia en la percepción de los encuestados por etapa del emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)

<i>¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?</i>			
<i>Sin actividad emprendedora</i>	<i>Emprendedores nacientes</i>	<i>Nuevos empresarios</i>	<i>Actividad emprendedora Establecida</i>
43,8%	67,3%	57,9%	73,7%
<i>¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?</i>			
<i>Sin actividad emprendedora</i>	<i>Emprendedores nacientes</i>	<i>Nuevos empresarios</i>	<i>Actividad emprendedora Establecida</i>
19,8%	40,4%	31,6%	23,7%
<i>¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?</i>			
<i>Sin actividad emprendedora</i>	<i>Emprendedores nacientes</i>	<i>Nuevos empresarios</i>	<i>Actividad emprendedora Establecida</i>
54,3%	86,5%	84,2%	78,9%
<i>El temor al fracaso le impide el iniciar un nuevo negocio</i>			
<i>Sin actividad emprendedora</i>	<i>Emprendedores nacientes</i>	<i>Nuevos empresarios</i>	<i>Actividad emprendedora Establecida</i>
40,8%	19,2%	21,1%	31,6%

El análisis de estos factores de percepción nos muestra que existen claras diferencias entre los individuos relacionados con alguna etapa de la actividad emprendedora (naciente, nueva o establecida) y entre aquellos que no están directamente involucrados.

En relación a la primera pregunta sobre el conocimiento de emprendedores, estos porcentajes son muy similares respecto al 2007. De nuevo se destaca el hecho de que es común que las personas involucradas en actividades empresariales construyan "redes sociales" relacionadas con el emprendimiento. Las actividades de emprendimiento pueden generar vínculos que fortalecen este proceso, como asociaciones formales, redes de cooperación e incluso algunos mecanismos públicos o privados que agrupan actividades relacionadas con el emprendimiento. Afortunadamente, estas redes cada día se están fortaleciendo más en Chile⁴. En este sentido se puede destacar que el emprendimiento puede potenciar la cooperación entre personas y entre organizaciones, esta relación ha sido ampliamente estudiada y está muy relacionada al desarrollo regional.

La segunda pregunta indaga sobre la futura existencia de oportunidades y se observa un claro descenso de los porcentajes respecto al año anterior. Mientras que en el ciclo 2007 los porcentajes eran del orden del 68% en emprendedores nacientes al 48% en establecidos, en este ciclo el mayor porcentaje es 40% en emprendedores nacientes. El fenómeno de percepción (y real) de crisis financiera y económica que inició el año pasado obviamente puede afectar la percepción sobre las oportunidades de negocio y crear una

⁴ Este aspecto será abordado a continuación.

mayor incertidumbre en el ámbito de los negocios. Será importante estudiar estos indicadores sobre todo en esta época de crisis ya que permitirán conocer cómo las condiciones generales para el emprendimiento inciden sobre las oportunidades para emprender.

Respecto a la capacidad (conocimientos y habilidades) para emprender y el miedo al fracaso es comprensible que las personas involucradas en la actividad emprendedora manifiesten estar mejor preparadas que las que no participan en actividad emprendedora y viceversa en la relación con el miedo a emprender. Los porcentajes sobre capacidad se mantienen muy similares respecto al periodo 2007, sin embargo, el temor al fracaso aumentó principalmente en los emprendedores nacientes de un 12,2% a un 19,2%. Este aumento podría estar también relacionado con la percepción generalizada de que no hay tantas oportunidades de negocio y, por lo tanto, el iniciar un emprendimiento puede ser más riesgoso que en otros años.

2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DEL BÍO-BÍO

Con la misma muestra aleatoria de individuos, el GEM calcula cuál es el porcentaje de la población adulta que está directamente involucrada en la actividad emprendedora de la región. Este es uno de los indicadores más conocidos y utilizados del GEM denominado Actividad Emprendedora en Etapas iniciales (conocida como TEA).

La **Tabla 5** resume la participación en la actividad emprendedora a lo largo de las diversas fases del proceso emprendedor para cada una de las regiones participantes en el proyecto GEM Chile. El caso particular de la Región del Bío-Bío presenta un aumento del indicador TEA respecto al año anterior que era de 11,13% y en este ciclo 15,3%. Este aumento se debe principalmente al alza del indicador emprendedores nacientes de un 5,5% a un 9,19% en este año. Igualmente los nuevos empresarios aumentaron de 5,8% a un 6,6%. Una explicación es el aumento de autoempleados que se consideran emprendedores lo cual se analizará más adelante, pero también a un real aumento de la actividad emprendedora de nuevos negocios de la región. Será muy importante ver la evolución de estos indicadores sobre todo en el 2009 donde podríamos observar cambios debido a la situación económica. Lo que sí se observó fue una disminución en los emprendedores establecidos de 7,5% en el año 2007 a 4,9% en el 2008. Una explicación es que muchos emprendedores han tenido que abandonar sus negocios, cabe mencionar que esta medición es anterior al periodo de inicio de la crisis financiera y luego económica mundial. Este indicador será muy relevante para el periodo 2009 dado que se podrá observar si la actual crisis económica ha tenido una repercusión en la actividad emprendedora establecida.

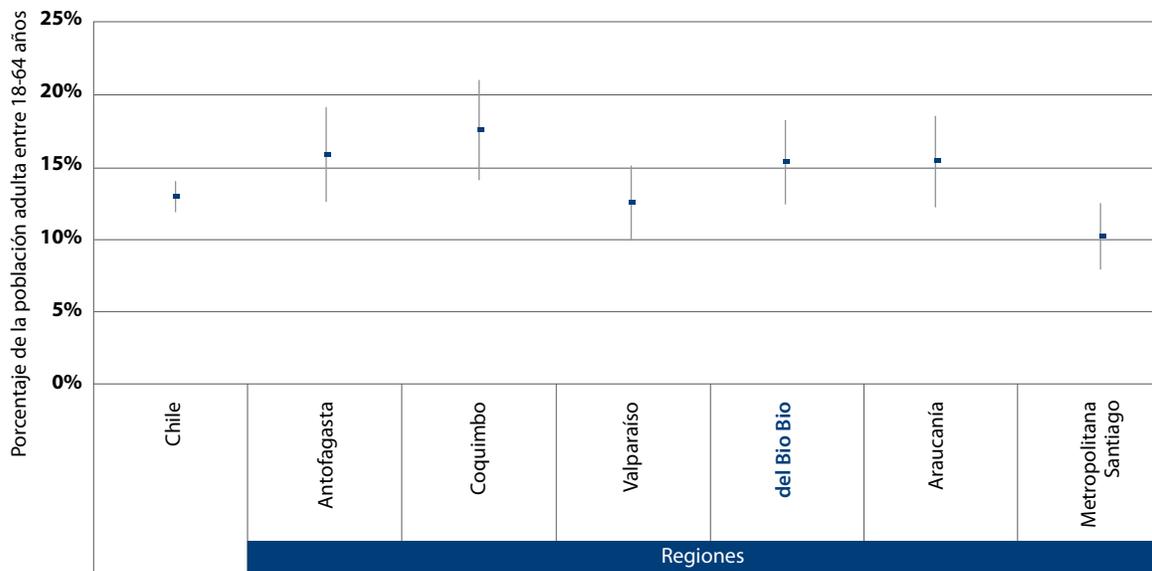
Tabla 5: Tasas de actividad emprendedora entre las regiones participantes del GEM en Chile como proporción de adultos entre 18 y 64 años

	Actividad emprendedora naciente	Nuevos gerentes y propietarios de negocios	Actividad emprendedora en etapas iniciales	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Actividad emprendedora total	Tasa de discontinuación de emprendimientos	Tamaño de la muestra
Región de Antofagasta	8,7	7,4	15,8	5,4	21,2	4,8	521
Región de Coquimbo	11,1	6,6	17,5	8,3	25,8	6,0	497
Región de Valparaíso	7,2	5,5	12,5	6,4	18,9	5,9	685
Región Metropolitana	6,6	3,5	10,2	5,7	15,9	7,0	733
Región del Bío- Bío	9,1	6,6	15,3	4,9	20,2	4,7	622
Región de la Araucanía	9,3	6,3	15,4	7,5	22,9	6,2	542
Chile	8,1	5	12,9	6,8	19,7	5,8	4068

Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2008

Una representación gráfica de la actividad emprendedora en etapas iniciales se muestra en la **Figura 4**. A modo de recordatorio el TEA es la proporción de las personas entre 18 y 64 años de edad que están comprometidas en actividad emprendedora como un emprendedor naciente o un dueño y gestor de un nuevo negocio. Las barras verticales muestran los intervalos de confianza a un 95%, es decir, si el GEM pudiera cubrir a toda la población adulta económicamente activa el TEA estaría en algún punto de ese tramo⁵. Si los extremos de este intervalo del TEA de dos regiones no se superponen, significa que tienen tasas del TEA estadísticamente diferentes. Esta figura sirve como un estándar de comparación para contrastar entre regiones. Sin embargo, como ya se ha remarcado en reportes anteriores el TEA no es ranking y no siempre un TEA más alto es más preferible ya que como remarca el Reporte Global GEM 2008, las características institucionales, demográficas y el grado de bienestar económico son todos factores que dan forma al panorama emprendedor de una región. Así algunas fallas institucionales pueden modificar la actividad emprendedora haciendo que ésta sea más por necesidad que por oportunidad tal como se describirá en la siguiente sección. Igualmente más adelante se analizará cómo las instituciones favorecen el emprendimiento y se profundizará este análisis para el contexto emprendedor de la región del Bío- Bío. Como se observa en la **Figura 4**, la mayor proporción de personas involucradas en emprendimiento en etapas iniciales se da en la Región de Coquimbo y la menor en la Metropolitana de Santiago.

Figura 4: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) para las regiones participantes en el GEM Chile, con intervalos de confianza del 95%

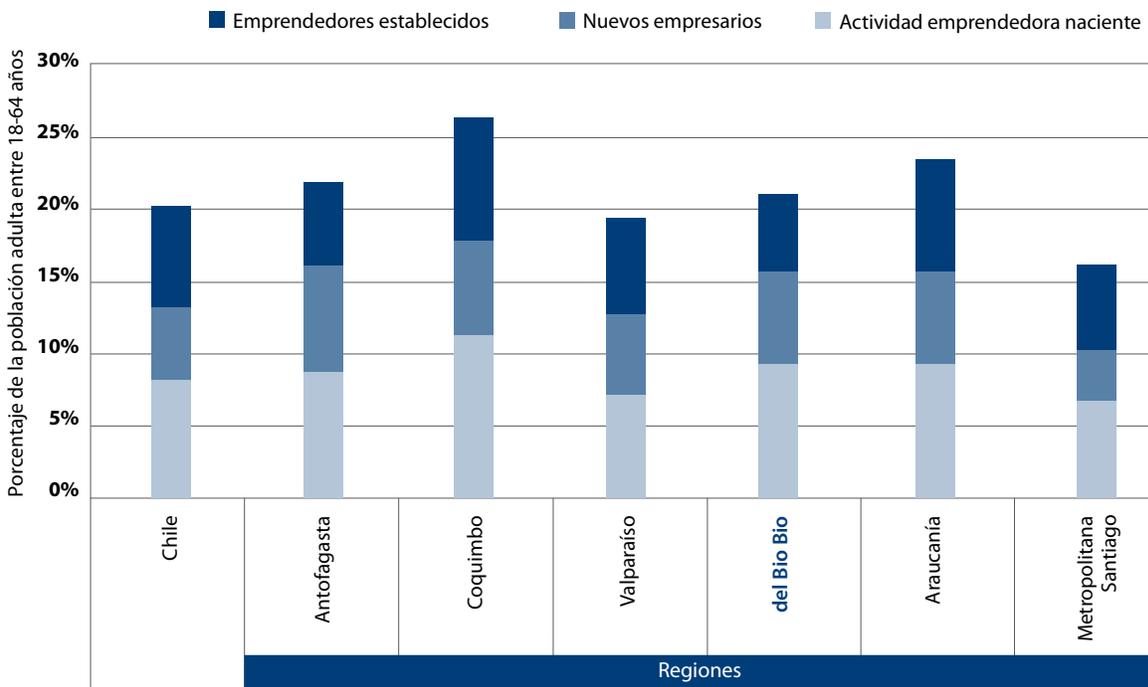


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2008

Justamente es muy interesante la disminución respecto al año pasado que se presenta en Santiago, principalmente en nuevos empresarios. Esto corrobora el hecho de que la dinámica emprendedora es diferente entre las distintas regiones del país. La siguiente **Figura 5** muestra la proporción de cada una de las diferentes categorías de actividad emprendedora por cada una de las regiones analizadas.

⁵ En Chile se ha aumentado el número de encuestados, lo que ha permitido poder disminuir el intervalo de confianza respecto a otros años.

Figura 5: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS

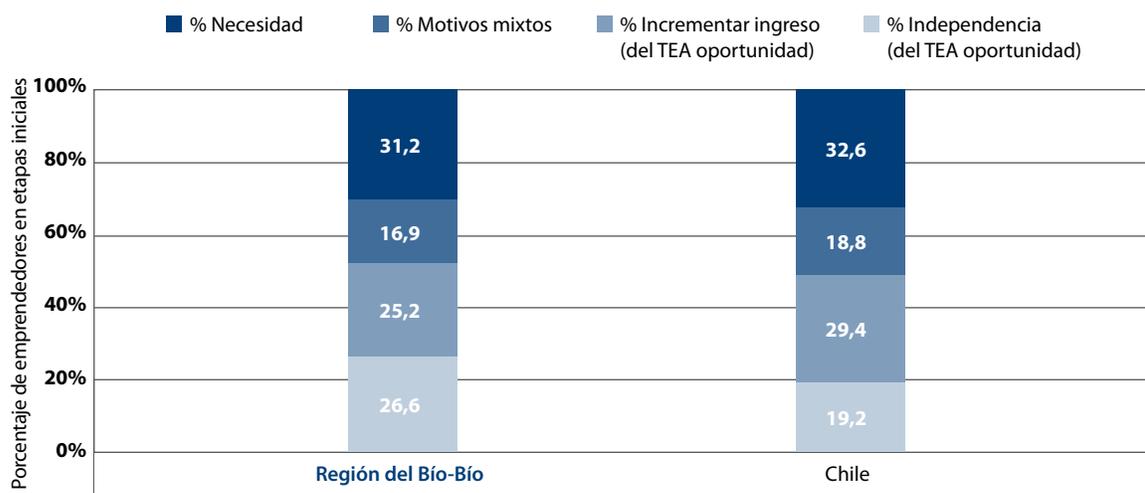
Si bien muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad, otros son “empujados” a emprender porque no tienen otra forma de ganarse la vida o porque tienen miedo de quedar desempleados en un futuro cercano. Para aquellos que son atraídos a emprender por oportunidad, existen dos motivadores principales que los impulsan: incrementar sus ingresos en comparación a los que obtendrían, por ejemplo, siendo empleados y obtener una mayor independencia. En contraparte los emprendedores por necesidad incluyen a las personas que sostienen que no tienen otra manera de ganarse la vida y son personas que se involucran en actividades emprendedoras fundamentalmente para mantener sus ingresos. Se debe destacar que el GEM puede estar subestimando el emprendimiento por necesidad y sobreestimando el emprendimiento por oportunidad. La pregunta relevante del cuestionario del GEM fuerza a los entrevistados a elegir entre “no existen mejores opciones de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Esto significaría que hay poco espacio para elegir una opción entre esos extremos y aquellos que se encuentran en un punto intermedio pueden optar por la última opción más frecuentemente –aún cuando están en los hechos más cerca de la anterior-.

En el 2007, el método de cálculo de la actividad emprendedora en etapas iniciales orientada por la oportunidad fue refinado. Este indicador sólo incluyó aquellos que son atraídos al emprendimiento por una oportunidad y porque desearon independencia o incrementar sus ingresos, no aquellos que son em-

pujados 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 esto es que este tipo de actividades- aunque el individuo haya manifestado “seguir una oportunidad de negocio”- no son consideradas dentro del indicador oportunidad.

Comparando en términos porcentuales, la Región del Bío-Bío durante el 2007 presentó un 59% de emprendedores que manifestaron estar motivados por oportunidad, mientras que un 41% por la necesidad. Este año las cifras muestran variaciones positivas ya que el indicador por necesidad baja a 31,22% y los emprendedores por oportunidad representan un 51,8% de los emprendedores; como se muestra en la **Figura 6** que compara el balance de estos motivadores en el país y la región. Si bien la mayoría de los emprendedores manifestó tener una oportunidad de negocios (ya sea para aumentar sus ingresos o ser independientes), el objetivo sigue siendo el poder disminuir la proporción los emprendedores por necesidad y aumentar aquellos por oportunidad, tal como se manifiesta en economías más desarrolladas (Van Stel y otros, 2005).

Figura 6: Balance de los motivadores en emprendedores en etapas iniciales



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Otro aspecto importante, sobre todo cuando se habla de la motivación para emprender, consiste en analizar a los emprendedores nacientes. Esto es si las nuevas iniciativas empresariales o de negocio están motivadas por necesidad o por la búsqueda real de una oportunidad. La **Figura 7** muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes en la región del Bío- Bío y su comparación con Chile. Nuestro país aumentó respecto al 2007 con indicadores de 5,46% a 6,23% de la población adulta como emprendedor naciente por oportunidad, también aumentó de un 1,50% a un 1,86% el indicador por necesidad. En la región del Bío-Bío, el indicador de emprendedores nacientes por oportunidad actualmente corresponde a un 7,16%. El indicador de emprendedores nacientes por necesidad se mantuvo prácticamente igual con 1,81% en 2007 a 1,82 en 2008.

Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender



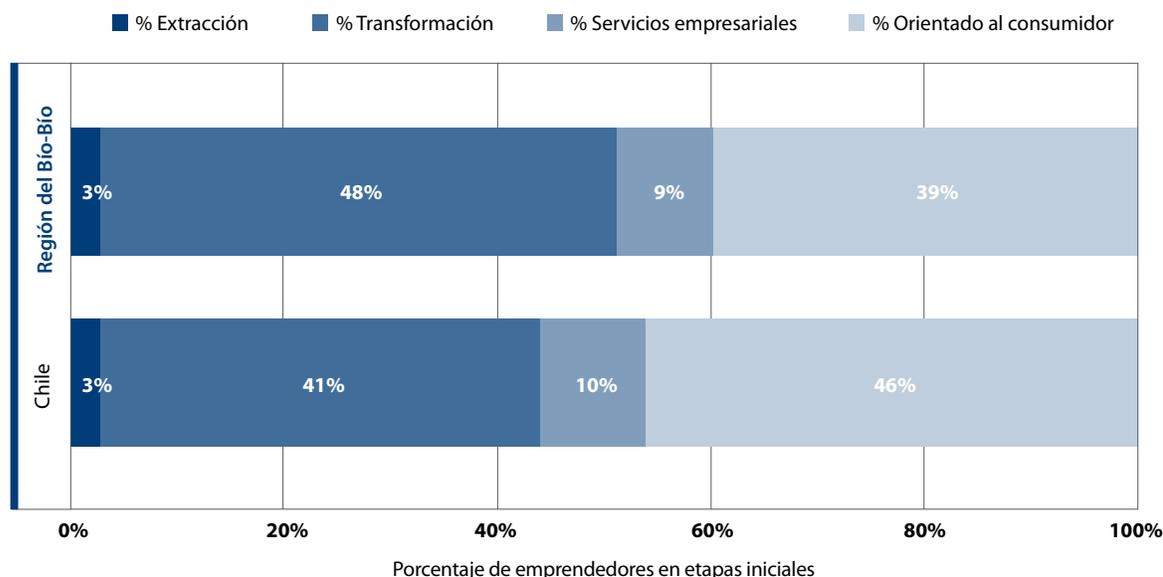
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Como conclusión de esta sección se puede constatar que Chile y la Región sigue existiendo un mayor de emprendedores que inicia un negocio o nueva empresa por oportunidad. El reto continúa y se orienta a tener indicadores tanto nacionales como regionales más cercanos a los de las economías más desarrolladas. Evidentemente mayores oportunidades para hacer negocios y nuevas empresas y la disminución gradual del emprendimiento por necesidad dependerán de que se cumplan mejores condiciones en todo el “ecosistema emprendedor”.

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

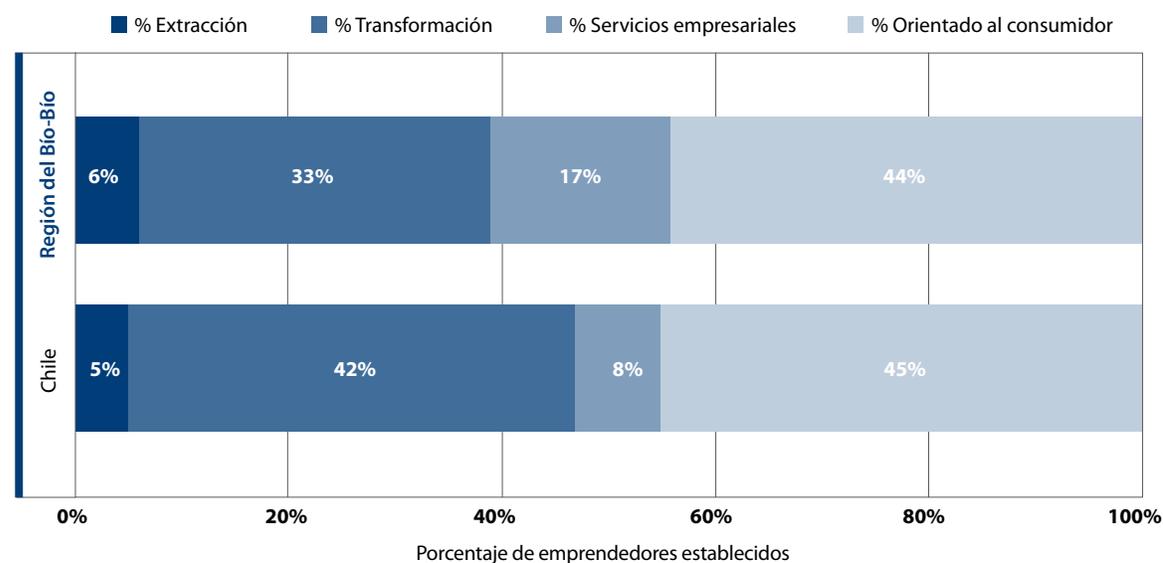
Las Figuras 8 y 9 muestran la distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales y de los emprendedores establecidos por sector industrial en las economías basadas en la eficiencia, en Chile y en la región del Bío- Bío.

Figura 8: Distribución por sectores en etapas iniciales



Fuente: Encuesta de Población Adulta del GEM (APS) y Fondo Monetario Internacional: Base de datos económicos mundiales (Edición de octubre de 2008).

Figura 9: Distribución por sectores en negocios establecidos



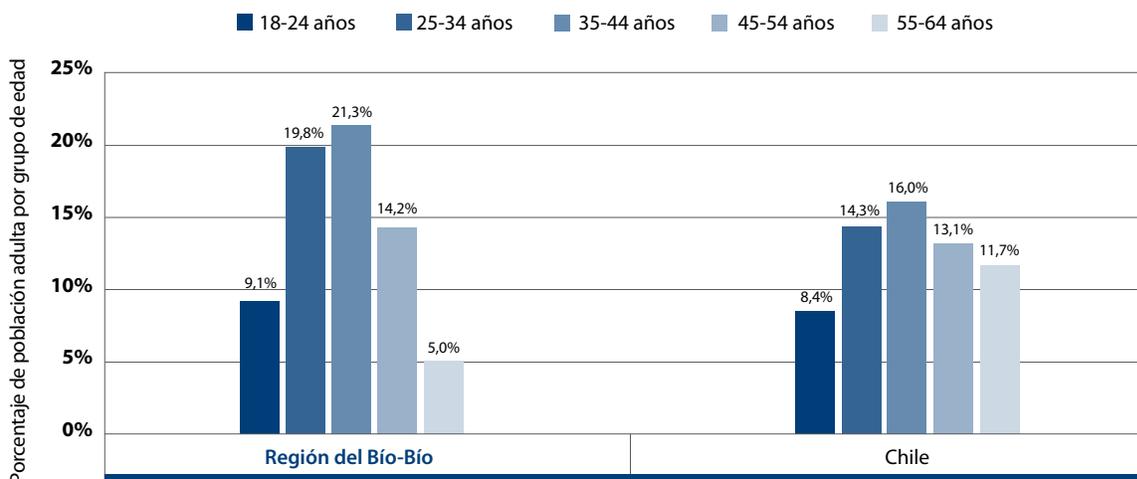
Fuente: Encuesta de Población Adulta del GEM (APS) y Fondo Monetario Internacional: Base de datos económicos mundiales (Edición de octubre de 2008).

La distribución sectorial de la actividad emprendedora se ha balanceado entre actividades de transformación y actividades orientadas consumidor final. Si bien las actividades de manufactura están más presentes entre los emprendedores principalmente en el sector alimentos, textiles y madera, muchas de ellas son a pequeña escala o muy artesanal y la gran mayoría de ellas son de poco valor añadido o muy simples desde el punto de vista de la sofisticación técnica y de gestión del negocio. Esto se debe principalmente a la relativa facilidad y bajo requerimiento de capital que tienen muchos de estos emprendimientos, por ejemplo, los pequeños comercios muchas veces son autoempleo en ventas o bien empresas de elaboración de comida casera.

EDAD Y GÉNERO

La **Figura 10** muestra los rangos de edad en la actividad emprendedora en etapas iniciales en Chile y para la región del Bío- Bío. Los individuos que integran el grupo de 35-44 años de edad tienen las tasas más altas tanto a nivel nacional como regional. Luego las tasas disminuyen a medida que aumenta la edad. Este patrón en forma de “U” invertida refleja la interacción entre el deseo de iniciar un negocio, que tiende a reducirse con la edad, y las habilidades percibidas, que tienden a aumentar con la edad.

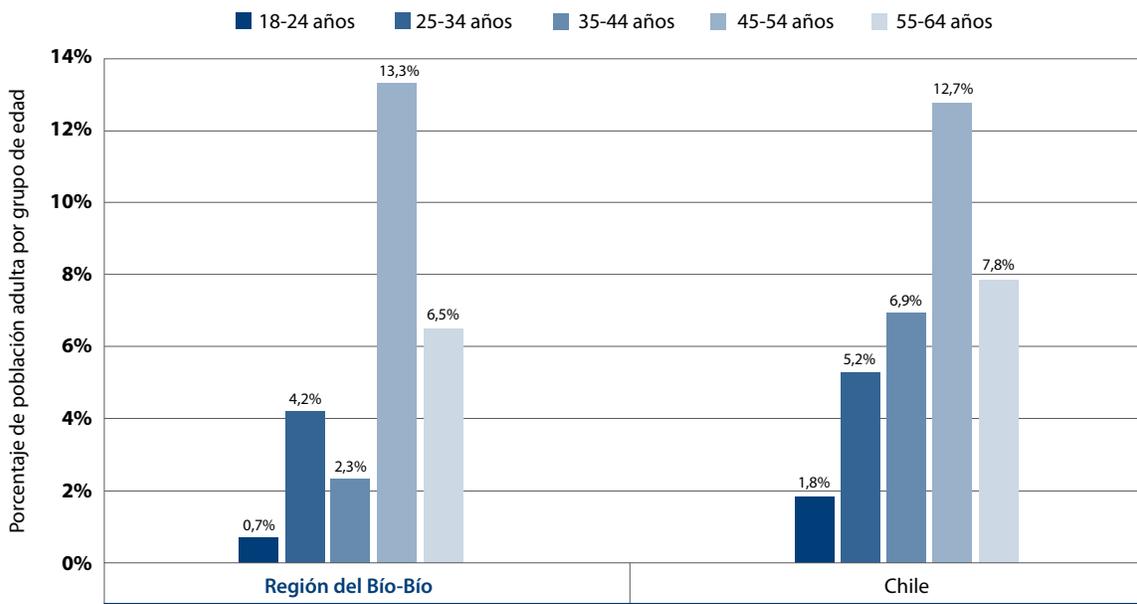
Figura 10: Actividad emprendedora en etapas iniciales por grupos de edad



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

La **Figura 11** muestra los rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora en la región del Bío- Bío, tanto en etapas iniciales como establecidas. Esta tendencia sigue siendo similar a los resultados del año pasado, en donde la estructura de edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales estaba mayoritariamente en el rango de 25 a 44 años, mientras que los emprendedores establecidos tienden a presentar mayores rangos de edad.

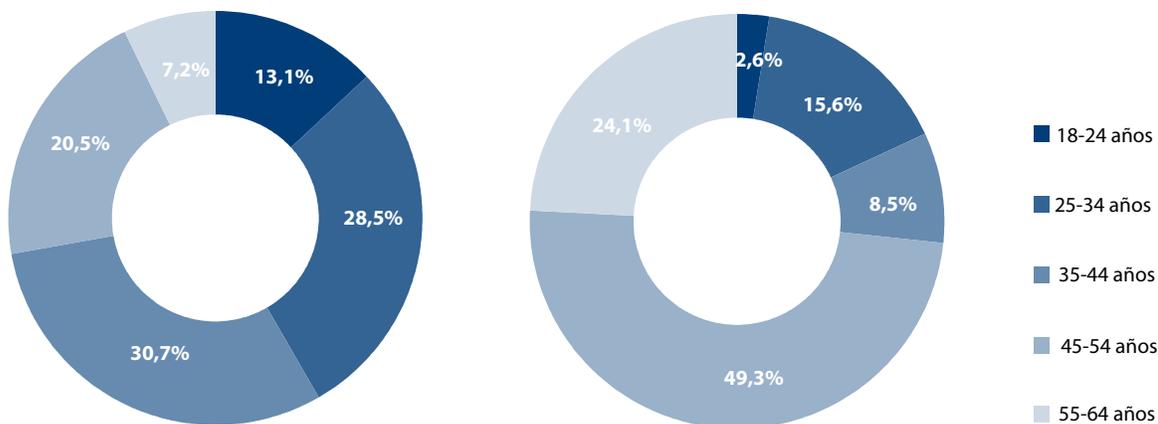
Figura 11: Actividad emprendedora establecida por edades



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Para el periodo 2008 en la región del Bío- Bío, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 38 años y la de los establecidos es 50 años. Estos indicadores presentan leves diferencias con respecto al periodo anterior (etapas iniciales 41,5 años y los establecidos 52 años). Cabe mencionar, que el promedio de edad del emprendedor chileno es mayor al promedio de los países del GEM. De hecho, el promedio de las personas que manifiesta estar iniciando una empresa en el país (emprendedores nacientes) es de 39,8 años y el promedio de edad de los nuevos empresarios es de 40,9. Como se puede observar en la **Figura 12** los porcentajes de edad de personas involucrados en alguna actividad emprendedora en la región son mayores a partir de los 35 años, siendo incluso de mayor edad en el caso de los emprendedores establecidos. Lo anterior permite concluir que en la Región del Bío- Bío (al igual que en Chile) el emprendimiento se inicia a una edad más tardía.

Figura 12: Proporción de rangos de edad en actividad emprendedora
En etapas iniciales En etapas establecidas

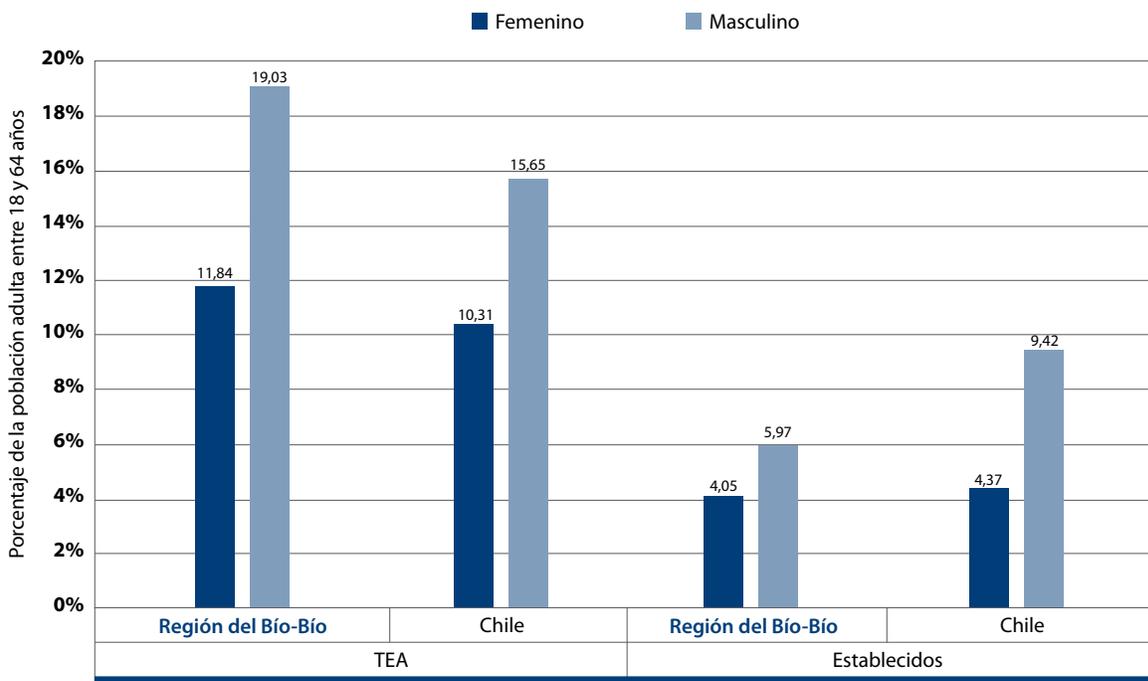


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Respecto a indicadores de género la **Figura 13** muestra la diferencia de participación entre mujeres y hombres en Chile y la región del Bío- Bío y las tasas de participación de la mujer.

También desde la perspectiva de género, los indicadores de actividad emprendedora en etapas iniciales para Chile como porcentaje de la población adulta son de 15,65% de hombres frente a 10,31% de mujeres y en la Región es de 19,3 % hombres y 11,48% mujeres. En estas cifras se observa que la participación femenina total disminuyó un ratio de 0,59 en comparación al año 2008 en que el valor era de 0,65. Es importante que las mujeres chilenas sigan incrementando la participación en la actividad emprendedora total del país y en la región, no sólo en cantidad sino en calidad de sus emprendimientos. Más información específica sobre género y actividad emprendedora en los países del GEM es abordada en los reportes de Mujeres y Actividad Emprendedora que elabora el GEM Global⁶. A su vez, el equipo GEM Chile también ha realizado tres informes sobre Mujeres y Actividad Emprendedora en el país, el cual se publicará en su cuarta versión este año⁷.

Figura 13: Actividad emprendedora en etapas iniciales y establecidas por género 2008



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

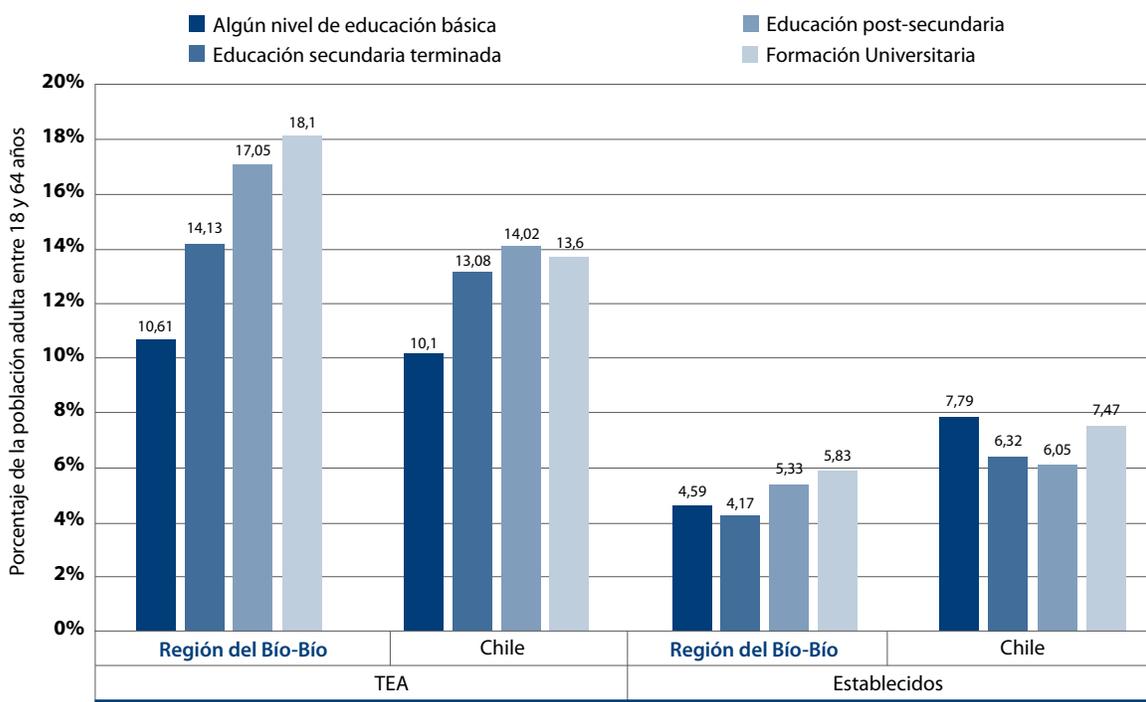
NIVEL EDUCATIVO

El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de poder hacerlos comparables en las diferentes realidades. Por eso, utiliza cuatro categorías que incluyen estudios de educación básica sin concluir, educación básica y secundaria concluida, alguna educación post-secundaria (incluye educación técnica y profesional) y grado académico (incluye educación universitaria y postgrados). La **Figura 14** muestra las estimaciones de porcentajes de población adulta de la región involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo. Resulta interesante tener en cuenta que a nivel nacional, como proporción de la población, son las personas que tienen estudios universitarios quienes muestran una mayor propensión a emprender.

⁶ Los reportes de genero que incluyen a todos los países participantes del GEM "GEM REPORT on WOMEN and ENTREPRENEURSHIP" pueden ser descargados en www.gemconsortium.org

⁷ Los reportes de Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile se pueden descargar de www.gemchile.cl

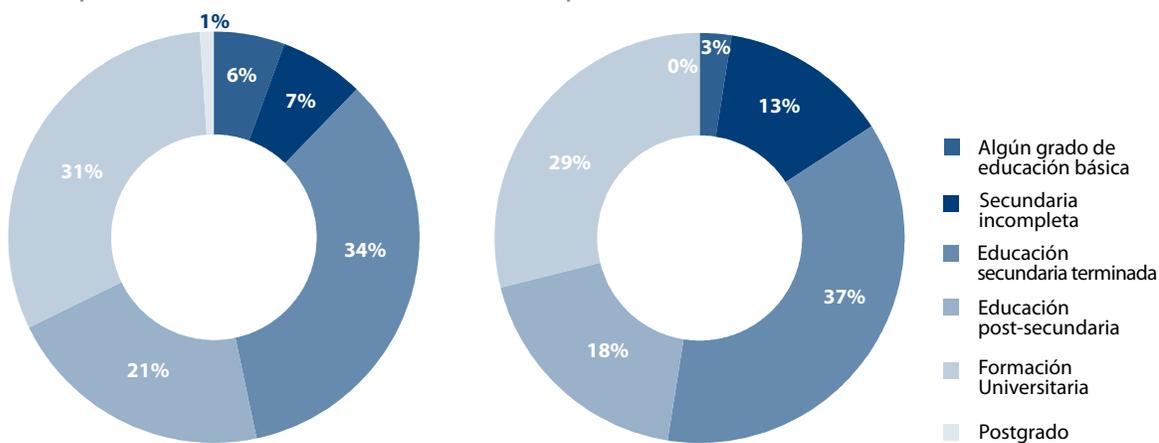
Figura 14: Actividad emprendedora por nivel educativo



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Ahora bien, utilizando los datos de los encuestados involucrados en actividades emprendedoras en etapas iniciales y establecidas, la **Figura 15** muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación formal utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en la región. Se observa que los emprendedores en etapas iniciales en su mayoría poseen estudios superiores (la suma de formación técnica y/o profesional, universitarios y estudios de postgrado).

Figura 15: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora
En etapas iniciales En etapas establecidas



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

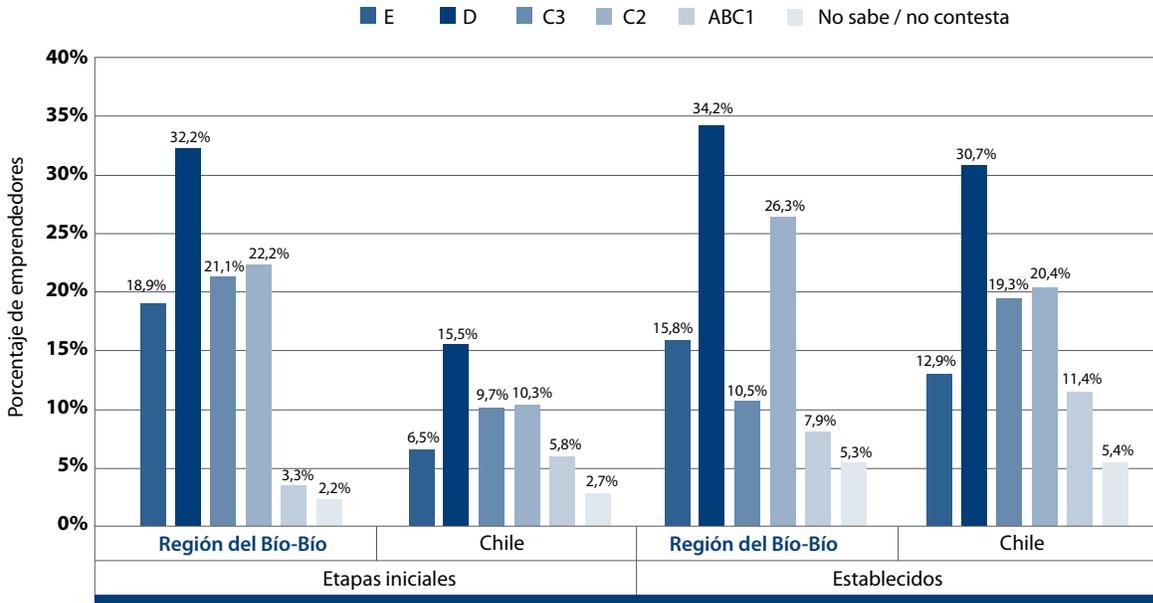
En términos generales prácticamente la mitad de los emprendedores en la región tiene niveles educativos más allá de la educación básica y media obligatoria.

NIVEL DE INGRESOS

Un ejercicio interesante es situar a los emprendedores en los diferentes niveles de renta familiar o nivel de ingresos. Con el fin de estandarizar dicha información y hacerla comparativa, 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.

Utilizando los criterios nacionales, convencionales y conocidos que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 16** muestra los porcentajes de emprendedores en la región y en cada una de las cinco categorías más comunes usadas en Chile⁸. De este análisis podemos inferir que a medida que se consolida la actividad emprendedora, tienden a subir los ingresos.

Figura 16: Actividad emprendedora según ingreso familiar

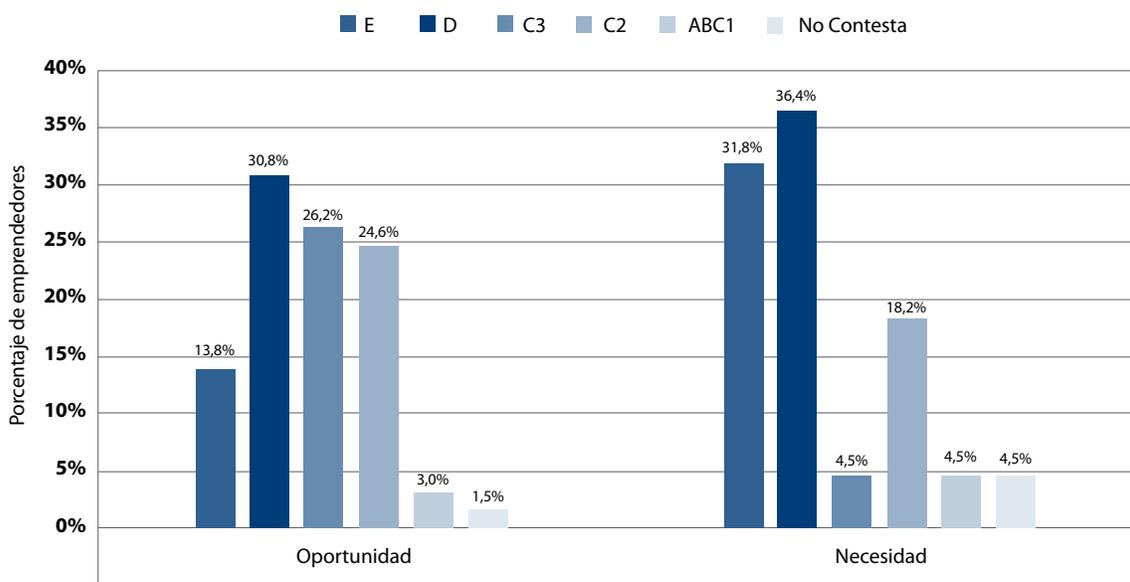


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

La motivación para emprender también está relacionada con el ingreso. Como es de esperar, el porcentaje de quienes emprenden por necesidad es mayor en las personas con menores niveles de ingreso y, en consecuencia, quienes lo hacen por oportunidad corresponden a niveles de mayor ingreso como lo muestra la **Figura 17**.

⁸ Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 – 220.000; D \$220.000 – 440.000; C3 \$440.000 – 670.000; C2 \$670.000 – 1.800.000; ABC1 más de \$ 1.800.000

Figura 17: Actividad emprendedora según nivel socioeconómico y motivación

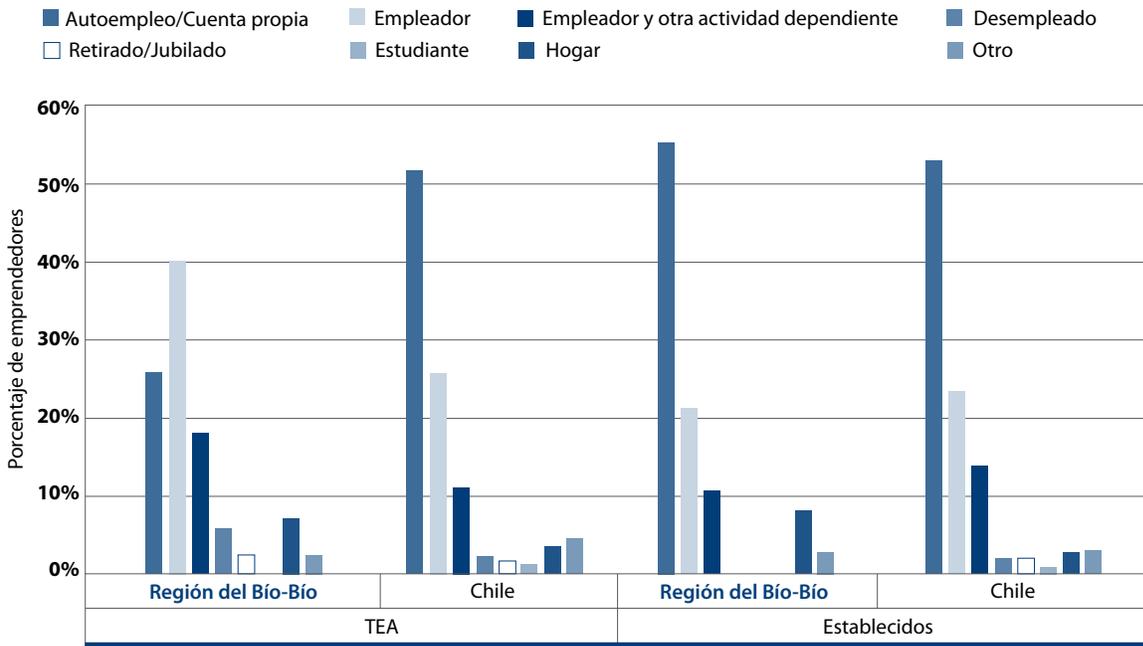


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES

En Chile más del 70% de los emprendedores (77,2% en etapas iniciales y 76% emprendedores establecidos) manifiesta estar trabajando a tiempo completo en sus negocios. En la región del Bío- Bío, esta tendencia se mantiene, pues el 72,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 77,4% establecidos manifestó también estar trabajando a tiempo completo en sus negocios. Cabe mencionar, que en la región- contrario a la media del país- el 40% de los emprendedores en etapas iniciales manifestó que emplean al menos a otra persona. Si bien la tendencia nacional sigue siendo que la mayor parte de los emprendedores desempeñe actividades por cuenta propia, esto a nivel regional sólo se manifiesta en los emprendedores establecidos. Situación, que puede ser consistente con el incremento de actividades manufactureras que generalmente emplean a más personas. Otro indicador interesante es que en la región menos del 5% de los emprendedores en etapas iniciales señaló estar desocupado, lo cual es un buen indicador, ya que refleja la rapidez con que las personas se involucran formalmente en la constitución de nuevos negocios o empresas. La **Figura 18** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

Figura 18: Actividad emprendedora según tipo de empleo



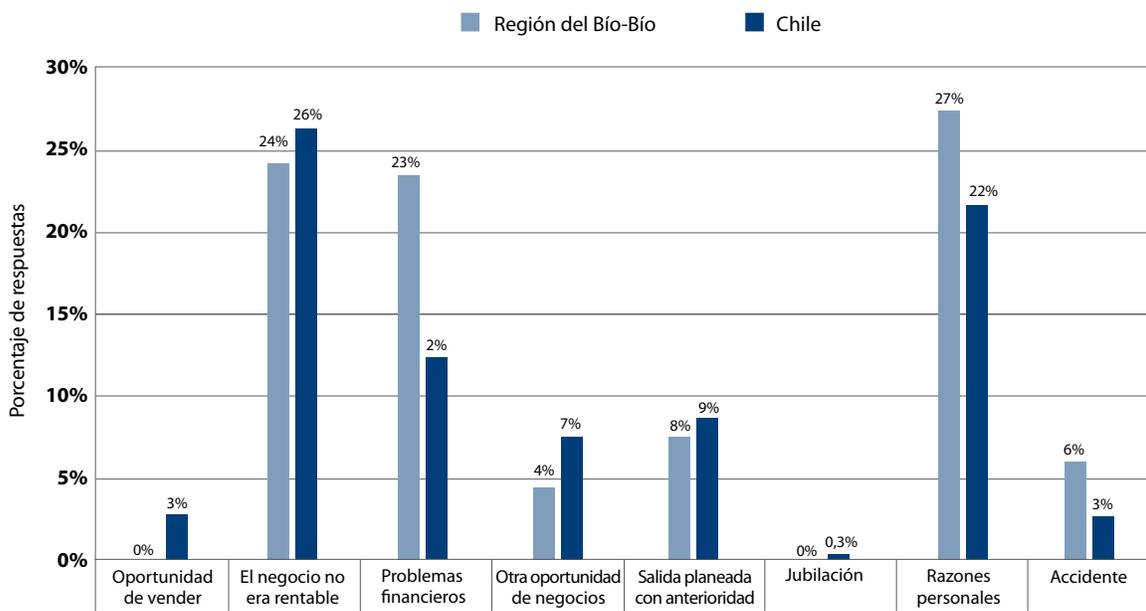
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

CIERRE O CULMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

El cierre o culminación de una actividad emprendedora debe verse como parte del “proceso natural” en la dinámica de los negocios. En algunos países esta dinámica equivale a una “rápida regeneración” de la actividad emprendedora. Por esta razón, es importante enfatizar que no todos los negocios que no sobreviven son considerados fracasos. Un estudio de Headd (2003), dio cuenta que los propietarios de aproximadamente un tercio de los negocios que cerraron declararon que sus empresas eran exitosas al momento de cerrar. A los encuestados que descontinuaron un negocio en los últimos 12 meses se les preguntó por la razón por la que lo hicieron. En la **Figura 19** se muestra que la descontinuación de unos negocios no necesariamente significa que el negocio fue un fracaso.

En la región, cerca de un 23% de los encuestados citó a los problemas financieros como una de las razones para salir del negocio. Llama la atención que el mayor porcentaje de los encuestados indicaron razones personales. Éstas pueden incluir enfermedad, razones familiares, la pérdida de un socio de negocios, divorcio, la necesidad de financiar un evento tales como una boda a través de la venta de activos y no del negocio en sí, o simplemente aburrimiento. Esto demuestra que descontinuar un negocio es un elemento natural y normal en el proceso emprendedor y que ayuda a distribuir no sólo innovación sino recursos financieros y humanos a través de empresas más eficientes.

Figura 19: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio del GEM del 2008



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

El último aspecto a analizar en este capítulo son las aspiraciones de los emprendedores respecto a sus negocios. Como se expuso en la introducción, el GEM ha venido estudiando mediante el análisis de diferentes indicadores aspectos que permiten entender mejor la "naturaleza" y reflejar mejor aspectos más cualitativos de la actividad emprendedora. Esto porque no es lo mismo ser un auto-empleado que elabora comida en su casa para vender, que ser un empresario que inició y consolidó una cadena de restaurantes en múltiples lugares. Ambos son emprendedores y ambos, incluso dependiendo de los aspectos legales de cada país, podrían ser contabilizados como empresas. Sin embargo, el impacto económico y social de ambos emprendimientos es muy diferente. Así los indicadores que utiliza el GEM para medir las aspiraciones emprendedoras tienen que ver con aspectos de competitividad e innovación y del deseo de hacer crecer el negocio.

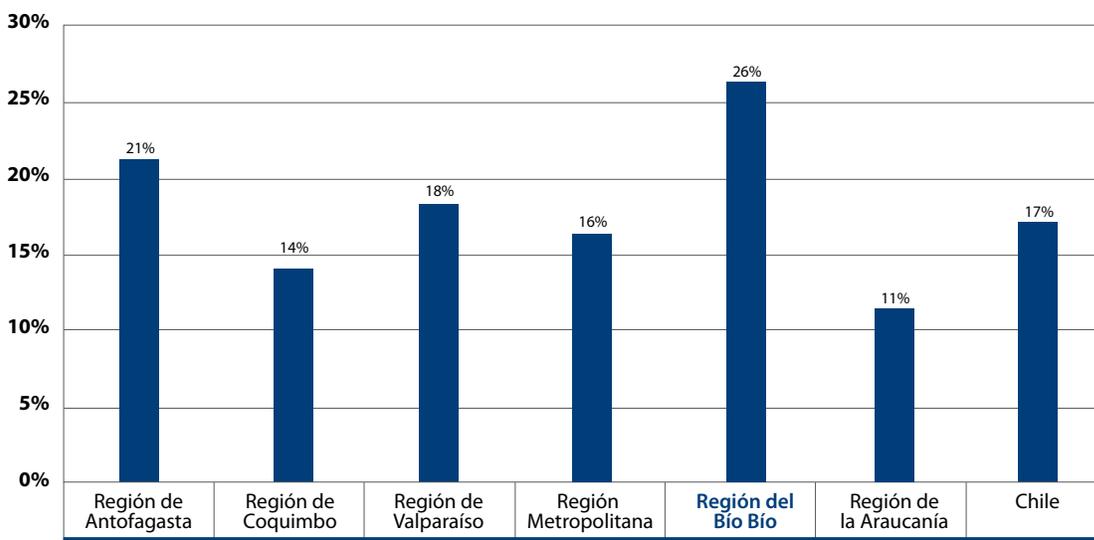
EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO

Un aspecto fundamental sobre la aspiración emprendedora que ha estudiado el GEM es la capacidad de generación de empleo. La metodología del GEM estima el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas iniciales que manifestó tener expectativas de crear, al menos, un empleo durante los próximos 5 años. Para el caso particular de la región del Bío-Bío, el porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que manifestó su deseo de crear al menos 10 ó más empleos (los emprendedores nacientes) o bien tendrían un crecimiento del 50% (nuevos empresarios), es un 46%. Este mismo indicador respecto a los emprendedores establecidos es de un 8,79%.

Para el GEM un alto crecimiento implica el deseo de los emprendedores en etapas iniciales de crear 20 ó más empleos en los próximos 5 años. Estas expectativas de alto crecimiento (HEA por su sigla en inglés)

son muy escasas entre los emprendedores en etapas iniciales. De hecho en promedio no más del 8% de los emprendedores manifiesta querer crear empleos a este ritmo. No obstante, a pesar de que el HEA es muy poco en todos los países y regiones, su repercusión es muy relevante tanto a nivel económico como social⁹. La **Figura 20** analiza el HEA como proporción del TEA, es decir cuántos de los emprendedores nacientes y nuevos empresarios tienen expectativas de alto crecimiento. La región del Bío- Bío en promedio presenta cerca de un 26% - el mayor porcentaje en relación con las demás regiones- de los emprendedores en etapas iniciales con expectativas de generar 20 ó más empleos. Esto es muy relevante dado que tanto, para los propios emprendedores de alto potencial de crecimiento, como para los programas privados y gubernamentales de apoyo es importante estimular y ayudar de forma más puntual a este tipo de emprendimientos. Algunos de estos aspectos se abordarán más adelante.

Figura 20: Emprendimiento con altas expectativas de crecimiento (HEA) en etapas iniciales



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

COMPETITIVIDAD

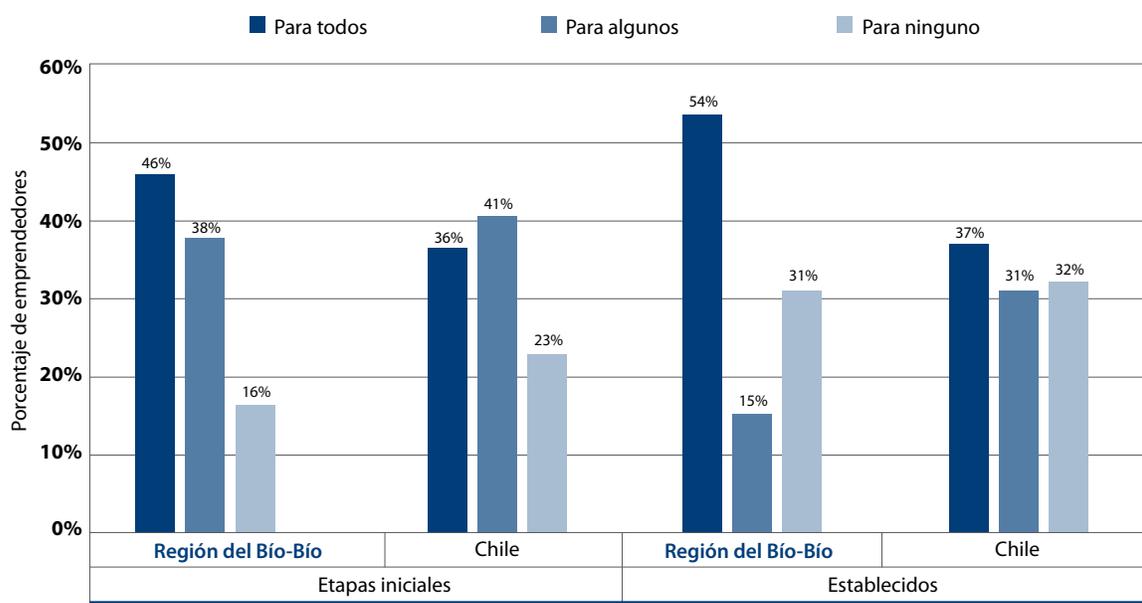
Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, competitividad y sustentabilidad de la misma. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio del mercado porque pueden introducir nuevos productos, servicios o innovaciones. Estas innovaciones pueden hacer más competitivo el mercado y a su vez, ampliar las posibilidades de eficiencia y productividad. Así, la innovación es un medio por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento económico. La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitividad” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor y un segundo factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares.

⁹ Un ejemplo de esto es el informe GEM Report on High-Expectation Entrepreneurship que puede ser consultado en www.gemconsortium.org. Chile no está referenciado en los informes del 2006 y 2007 justamente por no contar con los suficientes casos que permitieran estimar un intervalo de confianza aceptable para poder inferir sobre la población y hacerlo comparativo con otros países.

Si bien muchos de estos aspectos se pueden referir al entorno competitivo de cada región, es difícil inferir si una región particular tiene más emprendedores con potencial competitivo que otra, simplemente porque los recursos no se distribuyen de forma equitativa. Una consideración importante de este indicador combinado es que para poder comparar entre regiones, las condiciones de competitividad y disponibilidad de nuevos productos y servicios deben ser uniformemente distribuidas. Sabemos que esto no sucede en la realidad y que algunas presentan altos indicadores en esta medición simplemente porque hay pocos productos o servicios disponibles por lo cual cualquier introducción es considerada como novedosa y la competencia también es débil.

La **Figura 21** muestra cómo los emprendedores de la región comparados con el promedio del país perciben qué tan novedosos son sus productos o servicios. Cabe destacar que en este periodo la mayoría de los emprendedores de la región tanto en etapas iniciales como los establecidos perciben que sus productos o servicios son novedosos para sus clientes, situación que revierte las opiniones del periodo pasado donde más del 50% manifestó que no ofrecía productos o servicios novedosos.

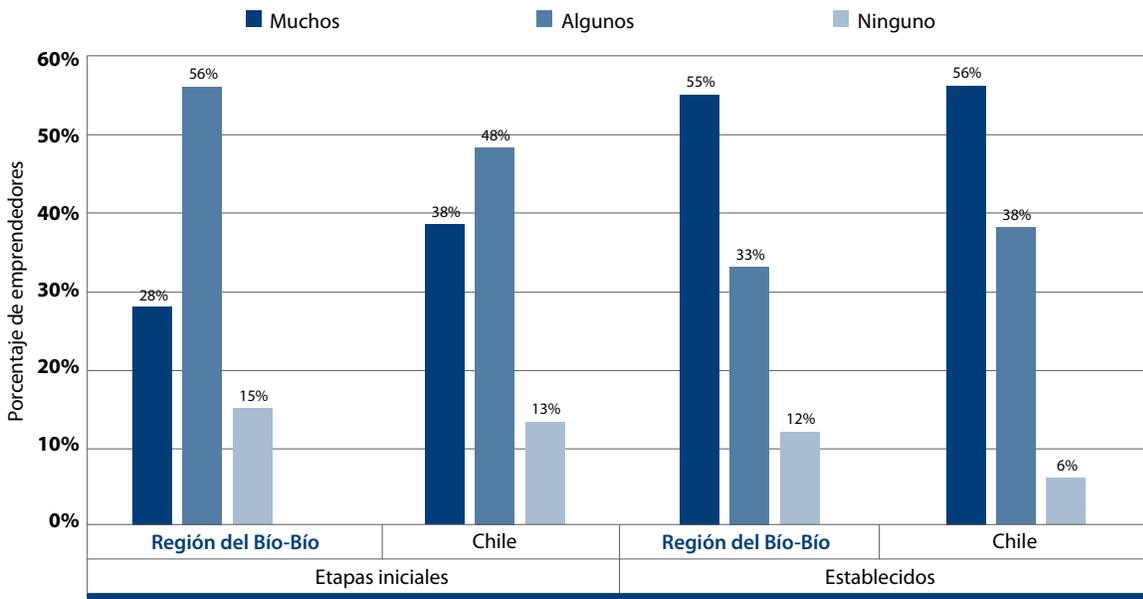
Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores
¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Respecto a la intensidad de la competencia esperada, la **Figura 22** muestra que la mayoría de los emprendedores en etapas iniciales (56%) observa mediana competencia. Sin embargo, la mayoría de los establecidos (55%) percibe que hay mucha competencia directa, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado, no obstante, los emprendedores en etapas iniciales manifiestan tener menos competencia directa y, por lo tanto, tener una mejor posición competitiva relativa.

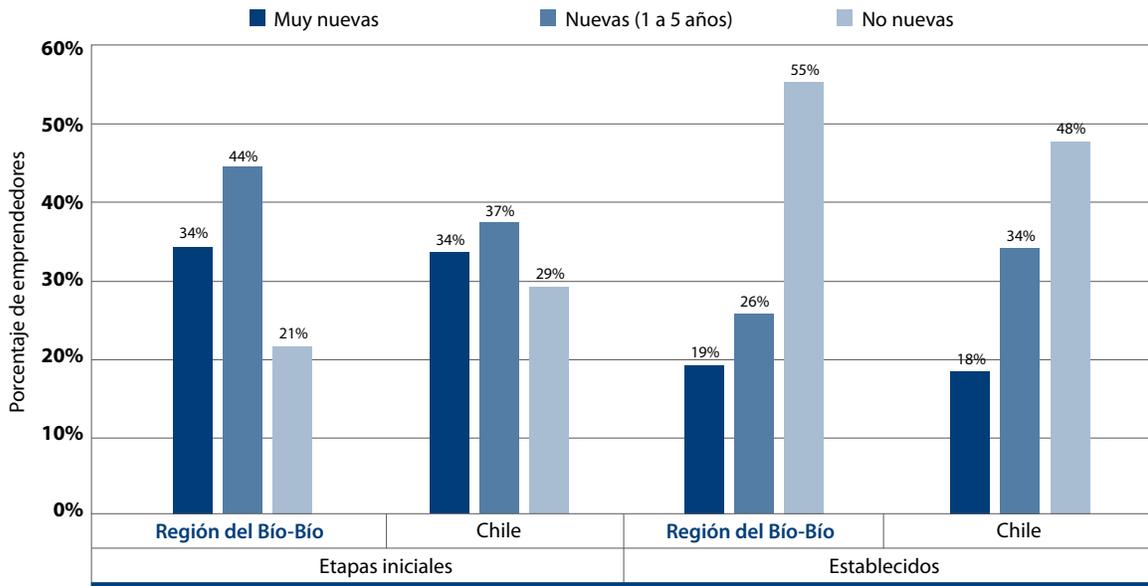
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Otro factor está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. Generalmente, podemos asociar el uso de nuevas tecnologías a una mejor utilización de los recursos, una mayor productividad, mejor calidad, etc. Nueva tecnología se define como aquella que ha sido introducida en el mercado local en un periodo no mayor a un año. La **Figura 23** muestra cómo los emprendedores en etapas iniciales son más propensos a utilizar nuevas tecnologías tanto de productos como de procesos. Tal como se mencionó, este indicador presenta una mejoría sustancial en los emprendedores en etapas iniciales con más del 30% de ellos que usan una nueva tecnología. Sin embargo, los emprendedores establecidos siguen compitiendo con un relativo menor porcentaje de uso de nuevas tecnologías. Adicionalmente, este indicador también es congruente con los indicadores de autoempleo que analizamos antes, dado que los trabajadores autónomos generalmente no están en sectores de alta tecnología. Un hecho que pudiera estar repercutiendo en este indicador es la relativa poca capacidad de transferencia de investigación y desarrollo hacia la actividad emprendedora. Este aspecto ya lo hemos analizado en reportes anteriores y será abordado en secciones subsiguientes.

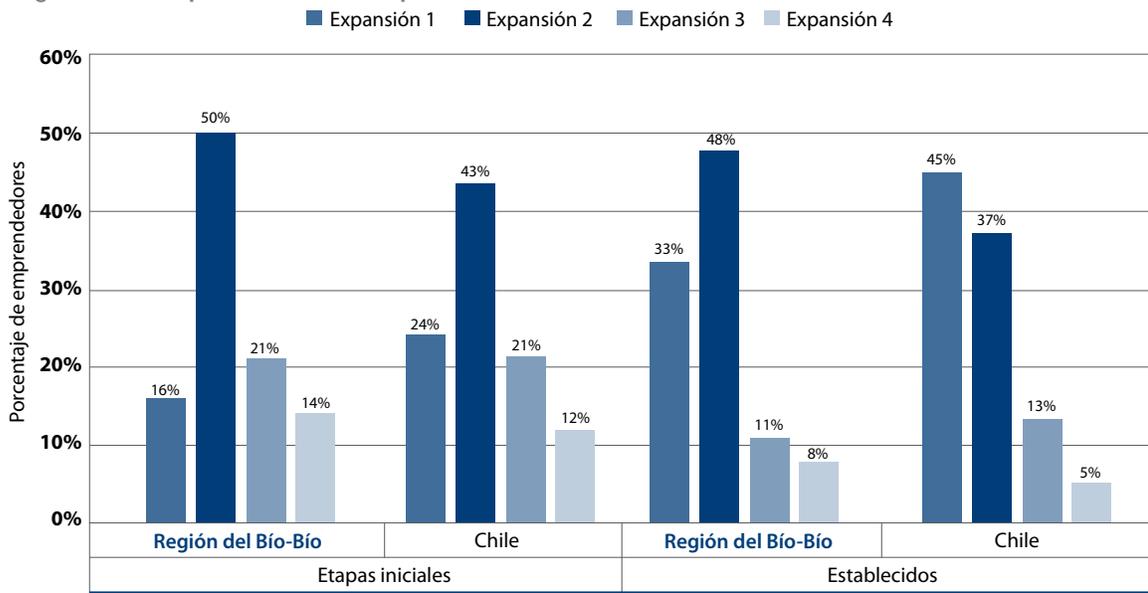
Figura 23: Uso de nuevas tecnologías o procesos



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Otro resultado es la combinación de los factores anteriores relacionados con tecnología más la opinión de los encuestados en cuanto a su participación de mercado futura. Para este fin, el GEM calcula un índice de cuatro puntos, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a expansión de mercado; 3 una expansión del mercado usando tecnología; 2 expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología y, finalmente, 1 que significa poca o nula expansión. Estos indicadores se muestran en la **Figura 24**. Para este periodo los emprendedores en etapas iniciales fueron relativamente más optimistas y la mayoría cree que al menos tendrá una expansión de mercado y un 13,5% que tendrá una gran expansión con uso de tecnología. Si bien la actividad emprendedora establecida no está muy orientada al crecimiento ni al uso de nuevas tecnologías, tanto en productos o servicios como en los procesos, esperamos que algunos de los nuevos emprendimientos de mayor potencial y expectativas logren consolidarse.

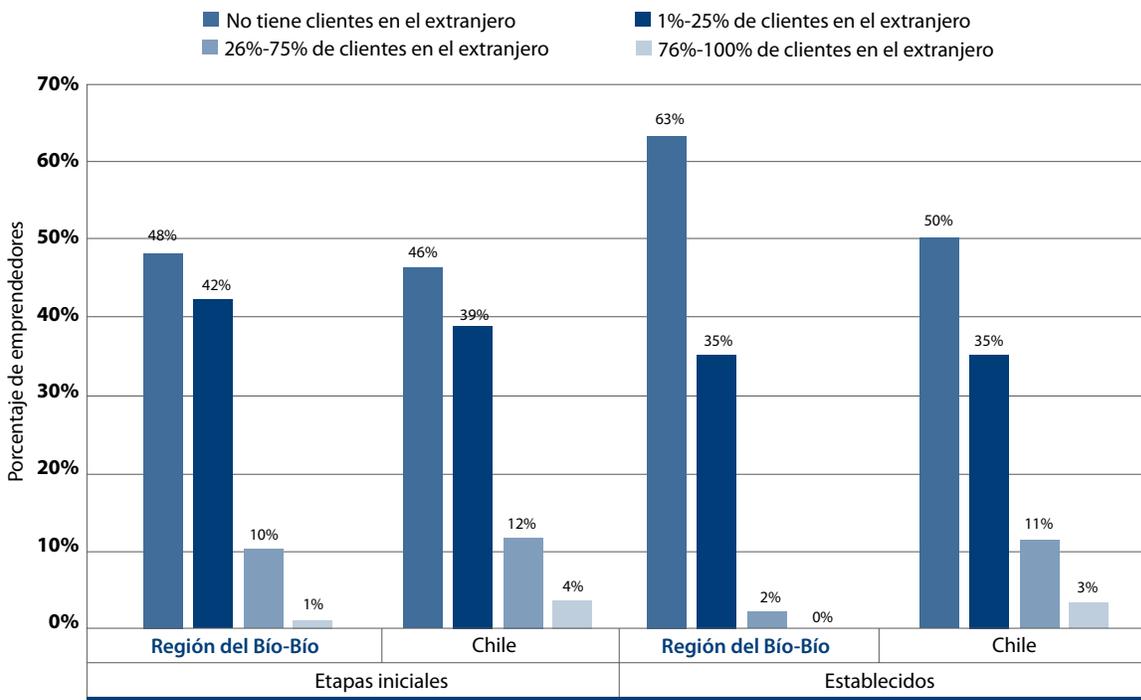
Figura 24: Expectativa de expansión de mercado



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Otro indicador se relaciona con la actividad exportadora de los emprendedores, medido por el porcentaje de clientes que tienen en el extranjero. Como se puede observar en la **Figura 25**, el 11% de los emprendedores en etapas iniciales de la región tiene una mayor orientación al mercado exterior. También se observa que cerca del 42% y 35% de los emprendedores en etapas iniciales y en etapas establecidas respectivamente empiezan a tener una orientación hacia mercados extranjeros. En años anteriores estas mediciones no eran mayores al 20%.

Figura 25: Actividad emprendedora y exportación



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

En síntesis, para este periodo se puede decir que las aspiraciones y percepciones que tienen los emprendedores respecto de la competitividad de sus negocios han mejorado. Existe un porcentaje de ellos que declaró esperar un buen crecimiento de su empresa y aumentar la participación de mercado en el corto y mediano plazo. Si bien para la mayoría, los análisis de los factores competitivos indican que un gran porcentaje del emprendimiento en la Región del Bío-Bío aún mantiene pocas expectativas de crecimiento, se espera que los emprendedores innovadores, dinámicos y con alto potencial de crecimiento puedan consolidarse. Como mencionamos anteriormente, aunque sean pocos los emprendedores dinámicos tanto en Chile y en la VIII Región¹⁰ se mantiene esta tendencia, habrá que seguir insistiendo desde el ámbito público y privado para que Chile dinamice la actividad emprendedora y que los emprendedores enfoquen sus esfuerzos en la búsqueda de oportunidades reales de mercado. El uso de tecnologías y modelos de negocios innovadores pueden convertirse en fuente de ventajas competitivas que den mayor perspectiva de desarrollo para la actividad emprendedora del país.

¹⁰ Un estudio realizado por Kantis y otros (2008) confirma que efectivamente hay poco emprendimiento dinámico en Chile.

CUADRO 1: CASO EMPRESAS VERSLUYS- CONCEPCIÓN. REGIÓN DEL BÍO- BÍO

“VERSLUYS” ES UN NEGOCIO FAMILIAR QUE COMENZÓ SUS OPERACIONES EN 1978 EN LA CASA DE SUS DUEÑOS. SIN EMBARGO ES EL AÑO 1980 DONDE ESTE SUPERMERCADO, CON ESPECIALIZACIÓN EN PRODUCTOS PROPIOS, MARCA UN HITO EN SU HISTORIA AL CONJUGARSE 4 FACTORES FUNDAMENTALES PARA SU POSTERIOR CRECIMIENTO: SE ESTABLECIÓ LA VERSLUYS COMO MARCA COMERCIAL; SE ARRENDÓ UNA CASONA DE 750 M² A UNA CUADRA Y MEDIA DE LA PLAZA DE ARMAS DE LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN PARA COMENZAR LA ELABORACIÓN DEL PAN DE PASCUA DE FORMA MÁS INDUSTRIAL; SE INCORPORA A TRABAJAR EN EL NEGOCIO FAMILIAR HERNÁN VERSLUYS JR., RECIÉN RECIBIDO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL; Y, POR ÚLTIMO, SE CONTRATÓ UN PASTELERO QUE TENÍA AMPLIA EXPERIENCIA EN LA FABRICACIÓN DE PASTELERÍA Y PANADERÍA.

LA TRAYECTORIA DE ESTE NEGOCIO FAMILIAR ESTÁ MARCADA POR UNA SERIE DE HECHOS QUE- SIN DUDA- SON LOS DETERMINANTES DE SU ÉXITO. NO OBSTANTE, DURANTE ESTE PROCESO, LA FAMILIA HA EXPERIMENTADO LA NECESIDAD DE INNOVAR, POSICIONARSE Y DESARROLLAR SU EMPRENDIMIENTO. EJEMPLO DE ESTO ES CUANDO A FINES DE LA TEMPORADA DEL PAN DE PASCUA EN EL MISMO AÑO 1980, LA FAMILIA VERSLUYS SE VE ENFRENTADA A LA INTERROGANTE DE QUÉ SE HARÁ DURANTE EL RESTO DEL AÑO EN LAS INSTALACIONES ARRENDADAS. FUE EN ESTE PRECISO MOMENTO CUANDO SE DECIDE, EN ESE MISMO TERRENO, HACER UN LOCAL DE VENTA DE 50 M² PARA VENDER PAN, PASTELES Y EMPANADAS, LOS CUALES TUVIERON UNA GRAN ACEPTACIÓN.

UNA VEZ ENFRENTADA ESTA PRIMERA DIFICULTAD, SE DECIDE COMENZAR A INVERTIR EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PUBLICITAR EL PAN DE PASCUA CON UNA OFERTA MUY ATRACTIVA: POR EJEMPLO, SE OFRECÍAN CUATRO PANES DE PASCUA Y DE REGALO UNA BOTELLA DE CHAMPAÑA GRANDE. ADEMÁS, SE HIZO UNA PROMOCIÓN PARA EL LOCAL DE VENTA QUE CONSISTÍA EN QUE EN LOS DÍAS MÁS BAJOS EN TÉRMINOS DE VENTAS POR CADA COMPRA DE 1 KG. DE PAN SE REGALABA MEDIO LITRO DE LECHE. ESTAS DOS OFERTAS, QUE ERAN PUBLICITADAS POR TELEVISIÓN (HAY QUE CONSIDERAR QUE EN ESE ENTONCES EXISTÍAN EN CONCEPCIÓN DOS CANALES DE TELEVISIÓN, POR LO TANTO EL NIVEL DE PENETRACIÓN ERA MUCHO MÁS EFECTIVO DE LO QUE ES HOY EN DÍA), PERMITIÓ POSICIONAR EN FORMA MUY IMPORTANTE LA MARCA VERSLUYS EN LA OCTAVA REGIÓN.

YA EN EL AÑO 1984, EL LOCAL DE VENTAS TUVO SU PRIMER CRECIMIENTO INCREMENTANDO SU ESPACIO FÍSICO EN UN 100%. ESTO PERMITIÓ INCORPORAR NUEVOS NEGOCIOS TALES COMO ROSTICERÍA Y PRODUCTOS LÁCTEOS. POSTERIORMENTE, EN EL AÑO 1988 SE ARRENDÓ UNA PROPIEDAD CONTIGUA QUE PERMITIÓ READECUAR LAS INSTALACIONES DE FÁBRICA Y BODEGA. CON ESTO SE CONSIGUIÓ DISPONER DE UN MAYOR ESPACIO PARA EL LOCAL DE VENTA, LLEGANDO ASÍ A UNA SUPERFICIE DE 350 M² DE VENTA QUE SON LOS QUE SE MANTIENEN EN LA ACTUALIDAD. DOS AÑOS MÁS TARDE, EN 1990, EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRINCIPAL PRODUCTO DE ESTA EMPRESA, EL PAN DE PASCUA, SUFRIÓ UNA CRISIS DE INFRAESTRUCTURA DADO QUE LA PROPIEDAD QUE SE ARRENDABA FRENTE A LA PLAZA DE ARMAS DE CONCEPCIÓN EMPEZÓ A NO SER SUFICIENTE PARA LA DEMANDA, LO QUE MOTIVÓ EL TRASLADO DE LA FÁBRICA A OTRO LUGAR. A LOS SOCIOS LES LLAMABA LA ATENCIÓN LA COMUNA DE SAN PEDRO, ENTRE EL ENTONCES PUENTE VIEJO Y EL PUENTE JUAN PABLO II, ESTO MOTIVÓ LA COMPRA DE UN TERRENO DE 27 M. DE FRENTE POR 50 M. DE FONDO FRENTE A PAPELES BÍO-BÍO. AQUÍ SE CONSTRUYERON 480 M² POR NIVEL (2 PISOS QUE SUMABAN 960 M²), DONDE EL SEGUNDO PISO FUE UTILIZADO DE BODEGA Y FÁBRICA DE PAN DE PASCUA Y EL PRIMER PISO SE DIVIDIÓ ENTRE UN LOCAL DE VENTA Y LA FÁBRICA DE PAN. EN ESE ENTONCES LOS PRODUCTOS DE PASTELERÍA SE TRAÍAN DEL LOCAL DE CONCEPCIÓN. AL POCO ANDAR SE EMPEZÓ A COMPRAR LOS TERRENOS ALEDAÑOS. EN DONDE SE CONSTRUYÓ UN GALPÓN DE 3 PISOS (SUBTERRÁNEO, PRIMER Y SEGUNDO PISO) LOS CUALES SE CONECTARON AL GALPÓN ORIGINAL POSIBILITANDO EL INCREMENTO DE LA SALA DE VENTA EN UNA 50% MÁS.

EN LOS AÑOS SIGUIENTES SE FUE DESARROLLANDO UN NUEVO NEGOCIO PARALELO AL NEGOCIO DEL RUBRO ALIMENTICIO: EL NEGOCIO INMOBILIARIO. A TRAVÉS DE ESTE SE HIZO UN PROYECTO DE STRIP CENTER O CENTRO COMERCIAL QUE IMPLICÓ LA ADQUISICIÓN DE VARIOS TERRENOS MAS EN LA COMUNA DE SAN PEDRO COMPLETANDO UNA SUPERFICIE DE 10.500 M². ASÍ, FUE POSIBLE EL TRASLADO DEL SUPERMERCADO A LA UBICACIÓN ACTUAL Y LA AMPLIACIÓN DE ESTE EN UN 100%, LO QUE PERMITIÓ EL DESARROLLO EN FORMA ARMÓNICA DEL CENTRO COMERCIAL.

HOY EN DÍA, EL STRIP CENTER CUENTA CON 20 LOCALES COMERCIALES ENTRE LOS QUE SE ENCUENTRAN FARMACIAS, BANCOS, VIDEOCLUB, CAFETERÍA, CENTRO MÉDICO, ETC. ADEMÁS, ESTÁ INSERTO EL LOCAL DE VENTAS VERSLUYS, DONDE SE OFRECEN ARTÍCULOS DE SUPERMERCADO Y UNA AMPLIA VARIEDAD DE FABRICACIÓN PROPIA COMO PRODUCTOS DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y PLATOS PREPARADOS. ACTUALMENTE, VERSLUYS, CON SUS DOS LOCALES DE VENTA Y FÁBRICAS, OTORGA 375 EMPLEOS DIRECTOS MÁS 50 EMPLEOS INDIRECTOS POR EL CENTRO COMERCIAL.

MÁS INFORMACIÓN EN: WWW.VERSLUYS.CL

HISTORIA DIRIGIDA POR EL PROF. JORGE ARDILES Y DESARROLLADA POR BENJAMÍN VERSLUYS COMO PARTE DE SU TESIS DE GRADO EN LA UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

3. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DEL BÍO- BÍO

En la introducción de este reporte se describió el modelo revisado 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.

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.

Para efectuar la medición de los factores anteriormente señalados se aplica una encuesta estandarizada a expertos. En este periodo participaron 34 especialistas de la región. La encuesta contiene 90 preguntas en escala de Likert de cinco puntos¹¹, 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)¹². 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 (es decir, “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.

¹¹ Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

¹² Se ponderan los porcentajes de cada respuesta por -2, 1, 0, +1, y +2.

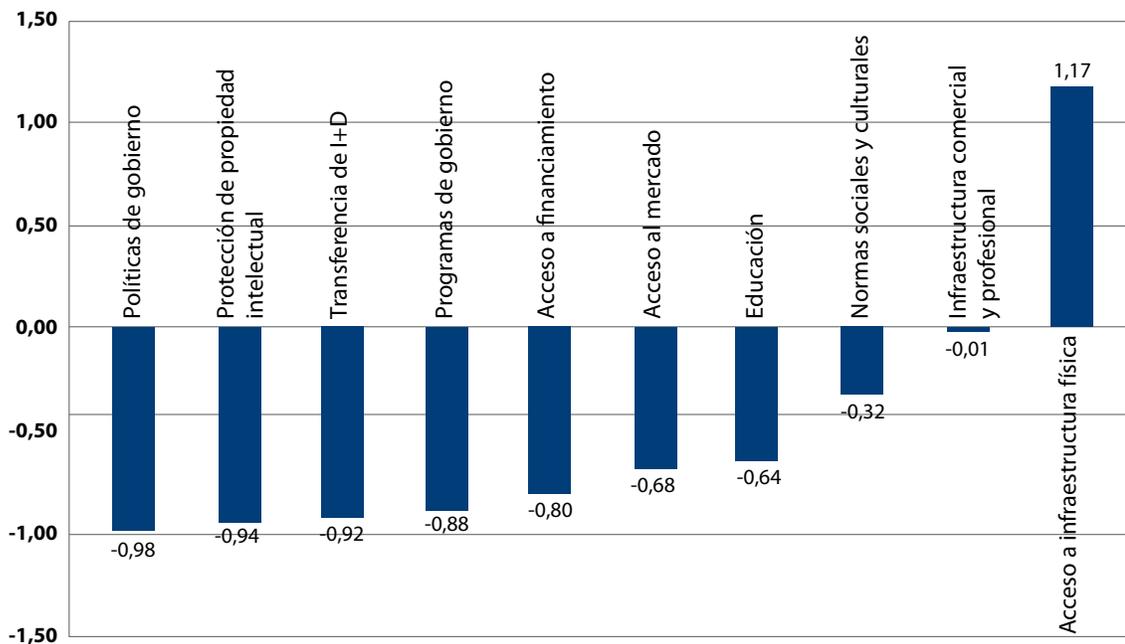
3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

Los resultados, según la opinión de los expertos de la región, indican que las variables “políticas de gobierno”, “protección a la propiedad intelectual” y “transferencia de I+D” son los factores peor evaluados, con un -0,98, -0,94 y -0,92 respectivamente, y, por lo tanto, serían percibidas como las principales barreras para el desarrollo del emprendimiento en la VIII Región (ver **Figura 26**). De esta forma, el primer obstaculizador corresponde a un aspecto estructural de la economía del país y a la cual se tiene que ajustar la actividad emprendedora, y en segundo lugar se evalúan negativamente dos fenómenos asociados a la baja capacidad de generar nuevo conocimiento y ponerlo en servicio del desarrollo económico, uno de ellos (transferencia I+D) apunta directamente a esta capacidad y el otro (protección a la propiedad intelectual) se encuentra asociado a la protección legal de la misma.

En el otro extremo se encuentra el acceso a infraestructura física como el único factor que resulta positivamente evaluado por parte de los expertos. El desarrollo que posee Chile, en general, como país en esta variable “transfiere” esta posición aventajada a la región.

Las dos posiciones extremas de este año son las mismas del año anterior aunque con una mayor polarización. La infraestructura comercial y profesional sigue siendo la segunda condición mejor evaluada, pese a que este año experimentó cambios pasando de un valor positivo a uno negativo aunque aún se mantiene en un rango medio. Todos los otros factores sufrieron cambios en el orden jerárquico en comparación a la medición del 2007 (**Figura 26**).

Figura 26: Evaluación del contexto emprendedor en la Región del Bío- Bío. Resultado de encuestas a expertos



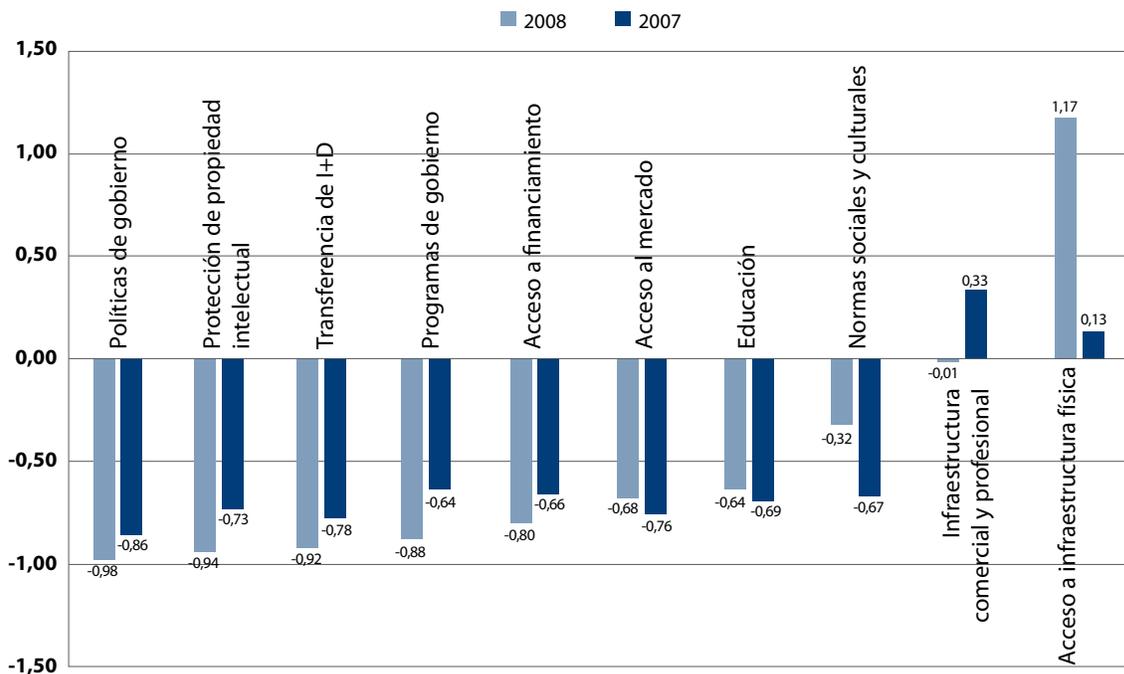
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Bío- Bío

Cabe resaltar algunos aspectos de interés: la variable “normas sociales y culturales” es una de las variables que más ha mejorado en su evaluación (en el 2007 fue evaluada con un -0,67 mientras que este año se evaluó con un -0,32). Por otra parte, la variable “políticas de gobierno” no logra revertir el resultado negativo presentado en el año 2007, ubicándose para esta ocasión en un nivel aún más negativo y manteniendo el primer lugar dentro de las variables peor evaluadas.

Aquellos factores cuya valoración empeoró en mayor proporción fueron “programas de gobierno” y “protección de los derechos de la propiedad intelectual”. Destacando, el hecho que los programas gubernamentales pasaron del octavo al cuarto lugar, ordenando las variables por evolución negativa.

La **Figura 27** muestra cada uno de los factores contrastando las evaluaciones del 2008 y del 2007. Para el análisis de cada uno de ellos, se hará una descripción ordenada de las ponderaciones más bajas a las más altas, según año 2008, durante el ejercicio que aquí se presenta. En este ejercicio se puede apreciar que cuatro de las diez variables medidas mejoraron respecto al año 2007, quedando en peor posición las variables: políticas de gobierno, protección a la propiedad intelectual y transferencia de I+ D.

Figura 27: Contexto emprendedor en la Región del Bío- Bío 2007-2008



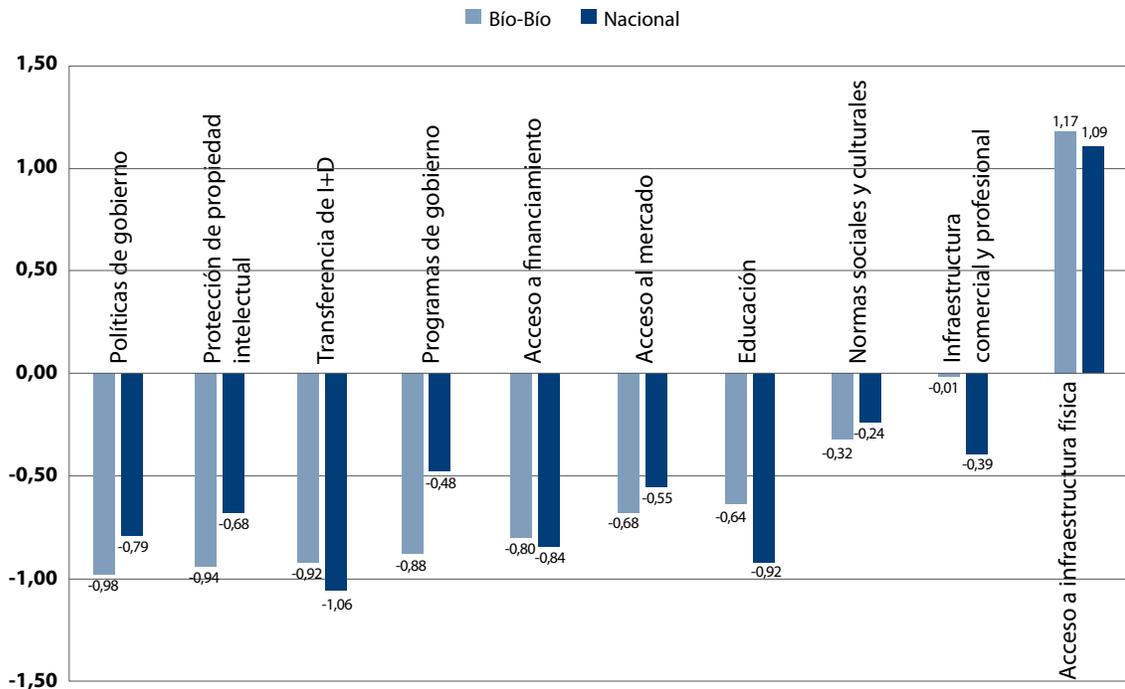
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Bío- Bío 2007-2008

Finalmente, si se comparan los resultados a nivel regional con las nacionales, podemos mencionar que se producen cambios en las evaluaciones en ambos niveles, pues mientras que a nivel nacional las variables peor evaluadas son “transferencia de I+D”, “educación” y “acceso a financiamiento” a nivel regional las mismas posiciones son ocupadas por “políticas de gobierno”, “protección a la propiedad intelectual” y “transferencia de I+D” (**Figura 28**).

Las mayores diferencias entre la percepción de los expertos regionales con las del resto del país se dan en las áreas de “educación”, “infraestructura comercial y profesional” y “programas de gobierno”. En el

caso de “educación” e “infraestructura comercial y profesional”, la evaluación regional es más positiva que la hecha a nivel nacional, manteniéndose la tendencia del año anterior, lo que podría estar asociado al efecto de los centros universitarios de la zona que destacan a nivel país. En cuanto a la tercera condición, este año la evaluación regional es mucho más negativa que la observada a nivel nacional, a diferencia del año anterior en que fueron similares. En relación a las demás variables se mantiene la tendencia del año anterior.

Figura 28: 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

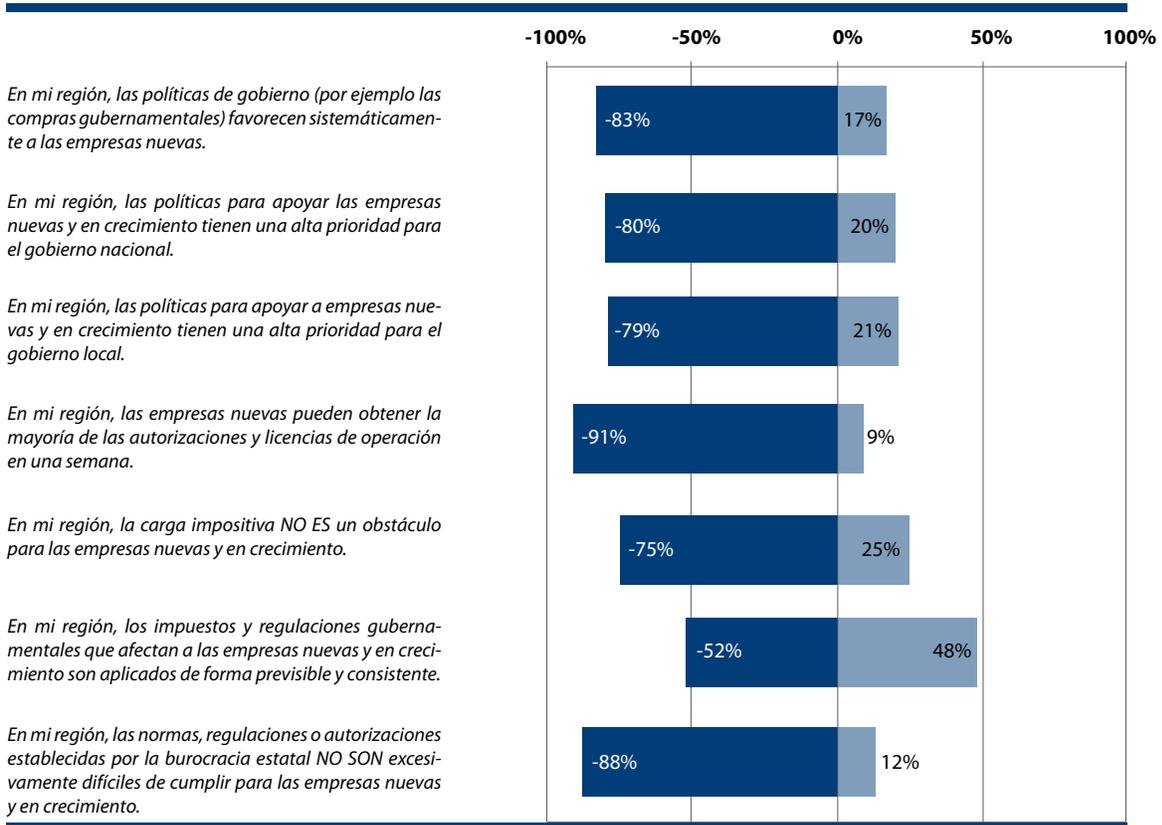
3.2 POLÍTICAS DE GOBIERNO

Nivel: -0,98

Motivo: A juicio de los expertos, 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 y, por otro lado, con la falta de una política específica de gobierno local y central que se oriente a favorecer el desarrollo de las empresas. Por otra parte, si bien el aspecto mejor valorado de esta variable fue la previsibilidad y consistencia de los impuestos y regulaciones del gobierno, la carga impositiva no es vista como un facilitador del emprendimiento.

En relación al año anterior, la percepción de esta variable en la región ha empeorado bajando de -0,86 a -0,98. De igual forma es más negativa que la percepción nacional (-0,79).

Figura 29: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a 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	<i>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.</i>	<i>El 83% de las opiniones de los encuestados indica que las políticas de gobierno no favorecen a empresas nuevas, al tiempo que las mismas no parecen ser una prioridad para el gobierno nacional (80%) y local (79%).</i>
	<i>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.</i>	<i>El 91% de las opiniones de los encuestados indica que no es rápido ni fácil iniciar una nueva empresa.</i>
2. Neutralidad Empresas Grandes v/s Pequeñas	<i>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.</i>	<i>El 52% de las opiniones de los encuestados considera que los impuestos son aplicados de forma previsible y consistente, mientras un 48% opina lo contrario.</i>
	<i>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 cumplimientos a las normativas legales.</i>	<i>El 88% de los encuestados considera que los trámites y normas son difíciles de cumplir para empresas nuevas y en crecimiento.</i>

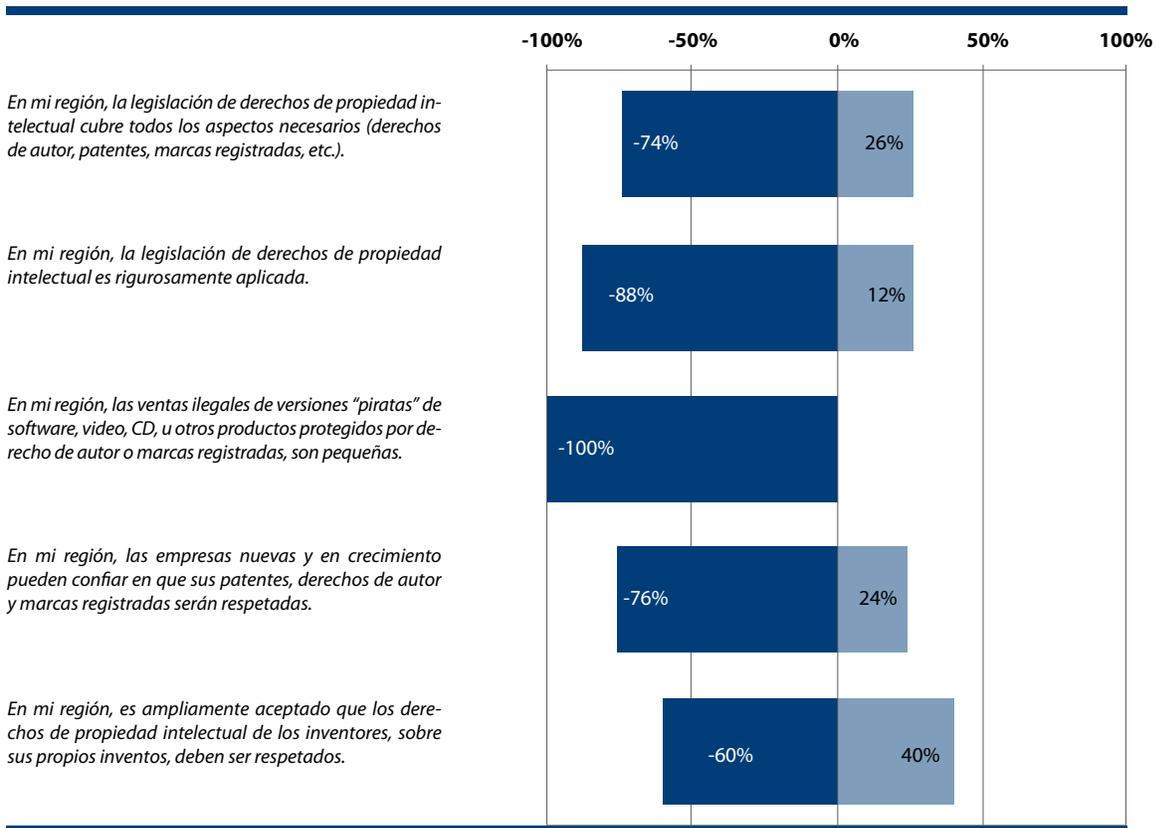
3.3 PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Nivel: -0,94

Motivo: La débil defensa de la propiedad intelectual en la región es vista por los expertos como una amenaza al emprendimiento. 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 (88%) y que no aborda adecuadamente el fenómeno. En este sentido, si bien un 40% 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.

Cabe mencionar, que a nivel comparativo la percepción negativa que la región tiene del fenómeno - especialmente crítica del marco legal y de su aplicación- marca un descenso pronunciado en relación al año anterior (de -0,73 a -0,94), disminución que no se produce a nivel nacional en donde el indicador se mantiene estable (de -0,70 a -0,68).

Figura 30: Protección de la propiedad intelectual



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

3.4 TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

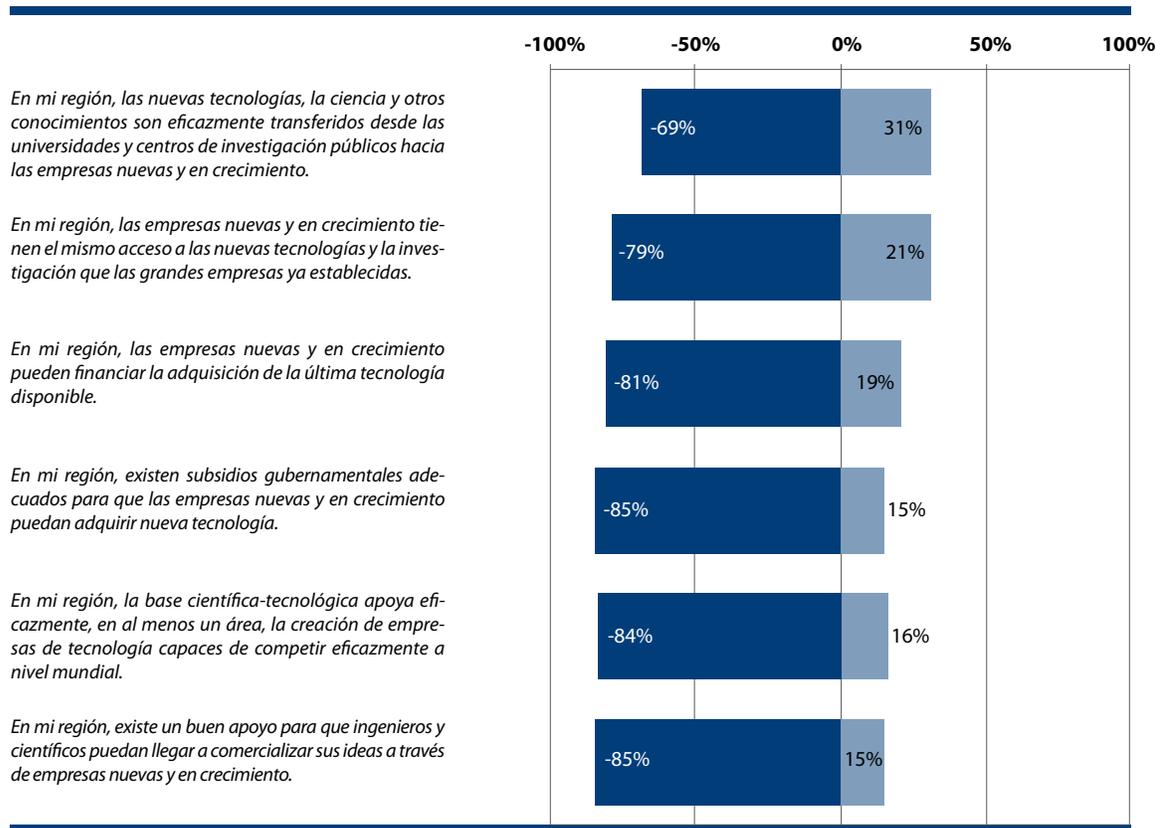
Nivel: -0,92

Motivo: La percepción negativa de este indicador se focaliza principalmente en la falta de apoyo para comercializar las nuevas ideas que se desarrollan en la región a través de la creación de empresas o el fortalecimiento de las mismas. Asimismo, se percibe una falta de respaldo gubernamental para acceder a nuevas tecnologías (en un contexto marcado por las dificultades para que las firmas financien su adquisición) y una desventaja comparativa por parte de las nuevas empresas frente a las más grandes y establecidas en relación a las posibilidades de costear este tipo de tecnología.

Por otro lado, si bien el indicador mejor evaluado tiene relación con la transferencia de tecnología desde las universidades y centros de investigación hacia el mundo empresarial - donde un 31% cree que éste es un proceso eficaz- un 84% considera que estas bases científico-tecnológicas no favorecen el desarrollo de emprendimientos competitivos.

La percepción que los expertos de la región reportan sobre esta área, es más negativa que la del año anterior (presentando un valor de -0,78) pero es más positiva que el valor presentado a nivel nacional (-1,06). (Ver Figura 31).

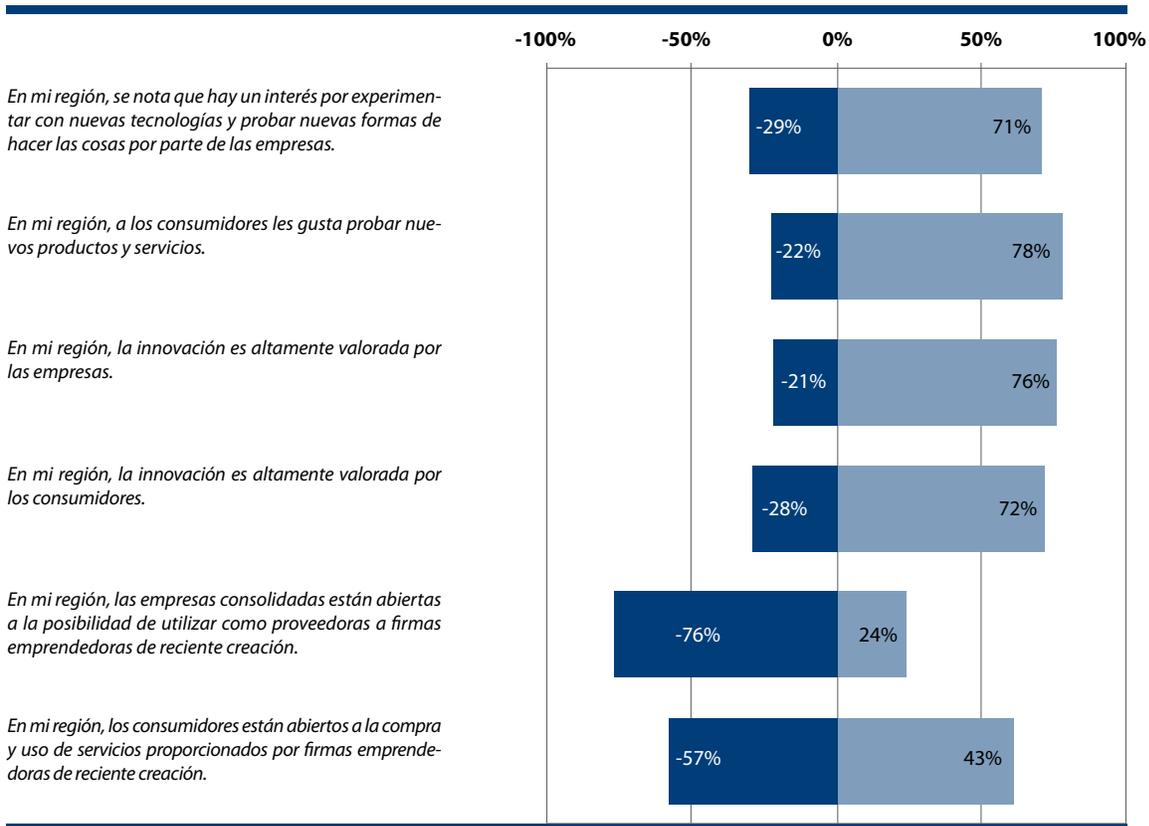
Figura 31: Evaluación de la transferencia de I+D



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

El escenario anterior se contrapone con la percepción de una región abierta a la innovación, en donde las empresas la valorarían, estarían abiertas a probarlas dentro de su gestión y en donde los consumidores tienen una actitud positiva ante lo nuevo y no presentarían reticencias a probar nuevos productos y servicios. Sin embargo, esta actitud positiva se limitaría a los productos nuevos, pero no a las firmas de reciente creación, ya que los expertos consideran que ni los consumidores (57%, ver **Figura 32**) ni las empresas consolidadas, estarían dispuestas a consumir productos o servicios de nuevas organizaciones emprendedoras.

Figura 32: Evaluación sobre la innovación



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

3.5 PROGRAMAS DE GOBIERNO

Nivel: -0,88

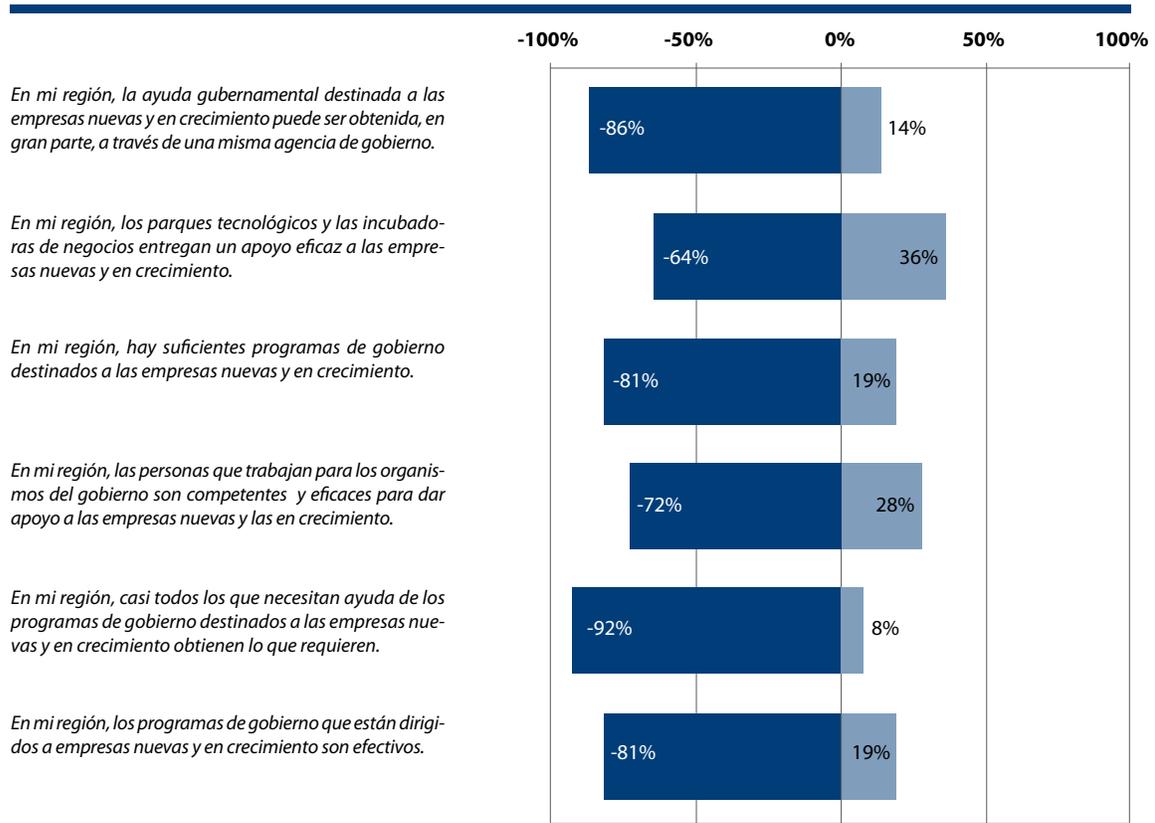
Motivo: En relación a los programas de gobierno, la opinión es tajante: un 92% de los expertos considera que las empresas nuevas y en crecimiento no obtienen lo que necesitan por parte de los programas gubernamentales. Esto, porque los expertos perciben que los emprendedores tienen que relacionarse con múltiples agencias durante el desarrollo de sus emprendimientos, faltando una “ventanilla única” con la cual relacionarse y que facilite el ejercicio de 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 positiva en relación a las personas que trabajan en los organismos gubernamentales. Un 28% considera que son competentes y eficaces en la atención del emprendedor. No obstante un 72% opina lo contrario. Situación que devela la existencia – por parte de los expertos- de una diferenciación respecto a los programas y los procesos que conllevan y quienes dan forma a dichos programas.

Cabe mencionar, que el indicador mejor evaluado de esta condición se relaciona con el apoyo que los parques tecnológicos e incubadoras de negocios prestan a la actividad emprendedora pero aún así un 64% cree que no son eficaces.

En términos generales, los programas de gobierno bajaron 0,24 puntos en relación a la evaluación regional del año anterior y se encuentran 0,40 puntos por debajo de la evaluación nacional, constituyendo la mayor discrepancia país-región del presente estudio.

Figura 33: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento

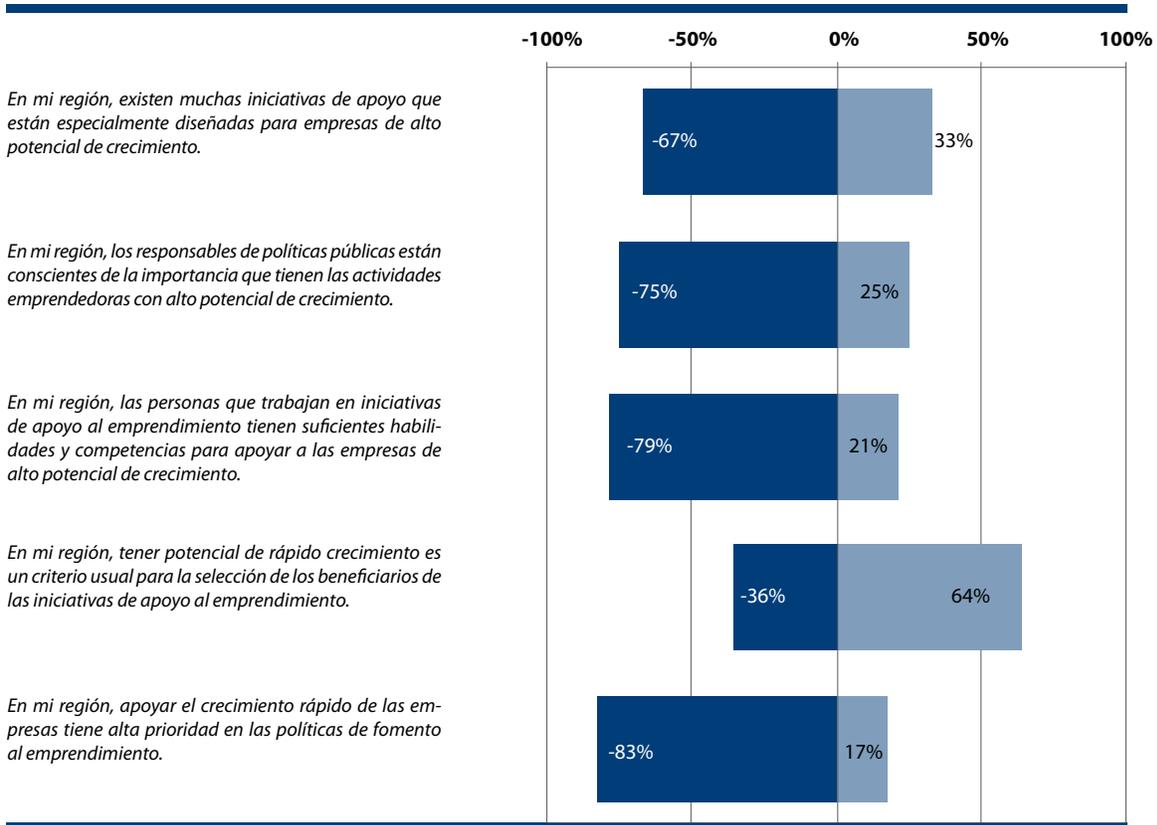


Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Bío- Bío

En relación a la postura del gobierno ante las empresas con un alto potencial de crecimiento, los expertos consideran que éste no le atribuye una real importancia a la actividad emprendedora ni le asigna prioridad dentro de las políticas que desarrolla. Situación que se acompaña de iniciativas mal diseñadas para apoyar a los emprendedores y personal poco capacitado trabajando en éstas.

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. Un 64% de los encuestados sostiene uno de los aspectos que se considera es el potencial de crecimiento. (Ver Figura 34)

Figura 34: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento



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

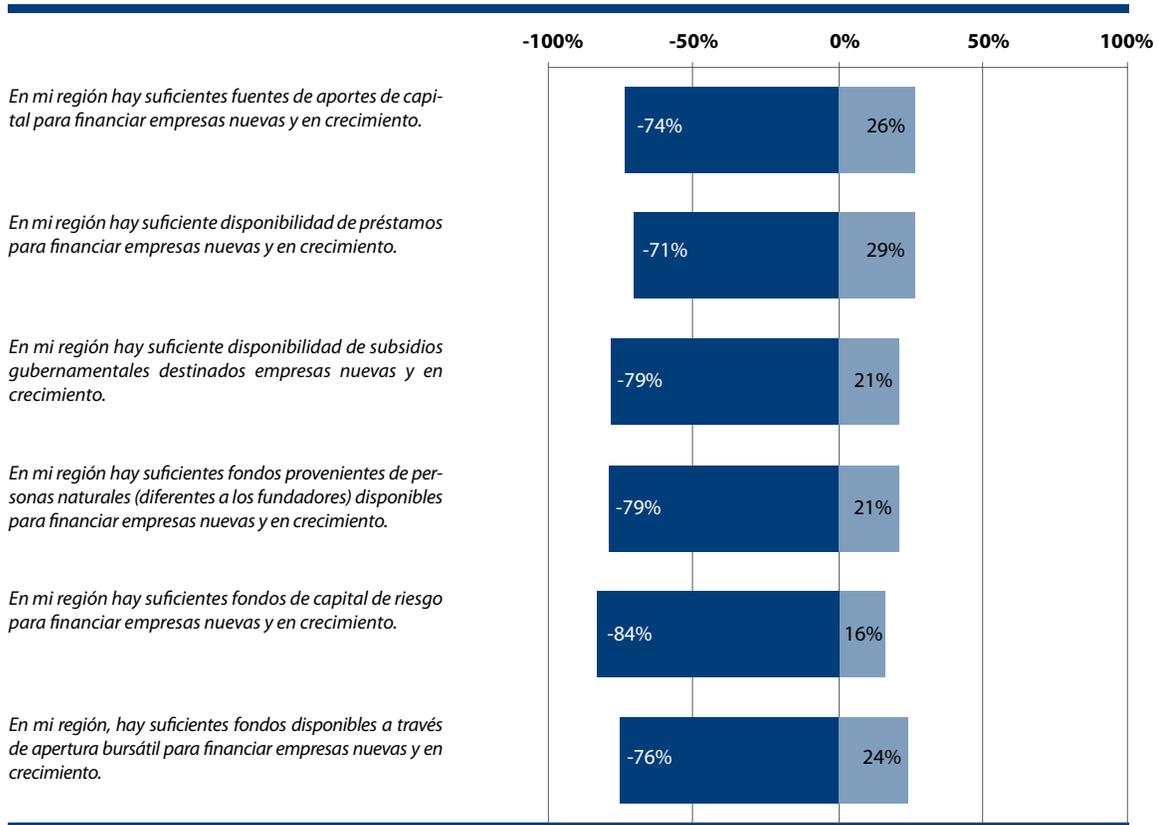
3.6 APOYO FINANCIERO

Nivel: -0,80.

Motivo: La evaluación de los diferentes indicadores de esta área es bastante homogénea. Más de un 70% de los encuestados considera que existen pocos recursos para financiar la actividad emprendedora, ya sea en forma de empresas nuevas o en crecimiento. Si bien la fuente de financiamiento peor evaluada es la disponibilidad de fondos de capital de riesgo y la mejor evaluada tiene relación con la disponibilidad de préstamos para acceder a financiamiento, la diferencia entre ambas es de apenas un 13%, oscilando entre el 16 al 29% de expertos que creen que los recursos de estas fuentes se encuentran disponibles.

Este indicador presenta una evaluación de 0,14 puntos porcentuales más negativa que el año anterior, sin embargo, no muestra diferencias significativas con la evaluación del resto del país.

Figura 35: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento



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

3.7 APERTURA DEL MERCADO INTERNO

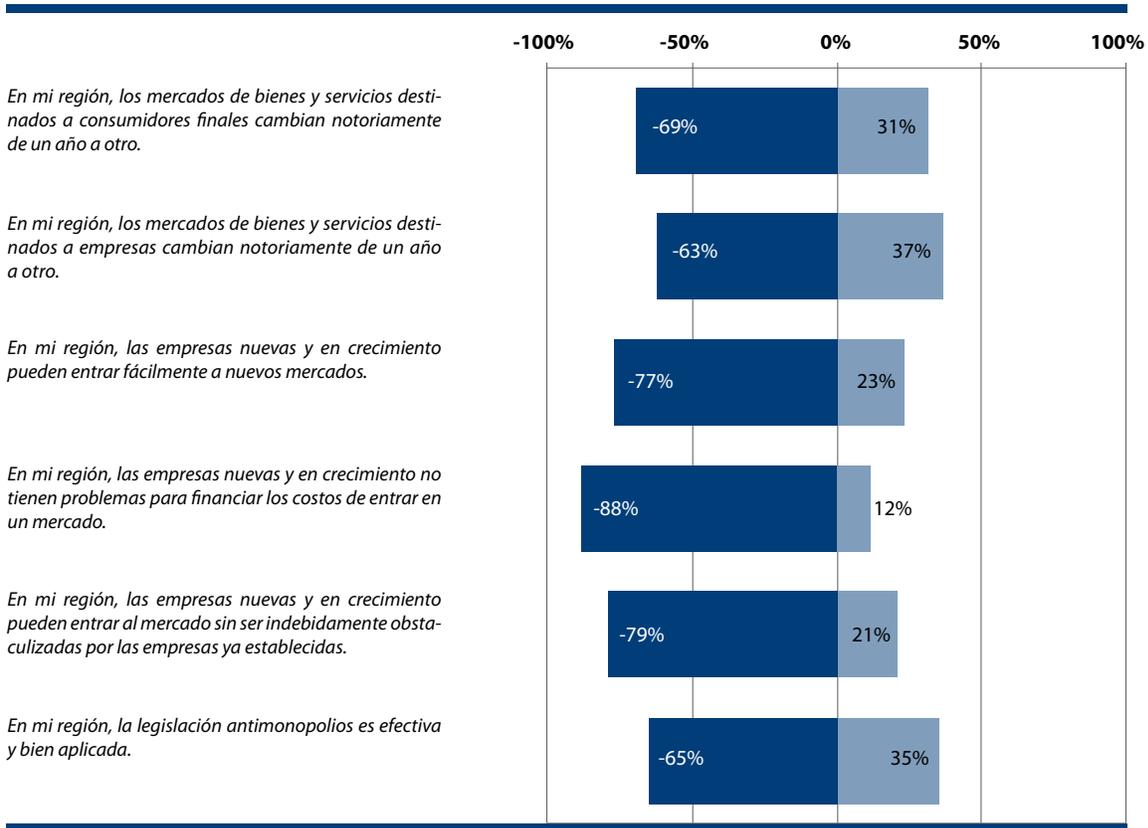
Nivel: -0,68

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 (88%), seguido por dificultades generales para ingresar a nuevos mercados y por las obstrucciones indebidas que pueden generar las empresas que ya se encuentran establecidas. Esto puede ser un factor grave, considerando que un 65% de los encuestados está en desacuerdo con que la ley antimonopolios sea bien aplicada en el país.

Paralelamente, más de un 60% 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.

Finalmente, este indicador mejoró su percepción en 0,12 puntos en relación a la evaluación regional del año pasado, aunque se mantuvo 0,13 puntos por debajo de la evaluación actual del país.

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



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

3.8 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

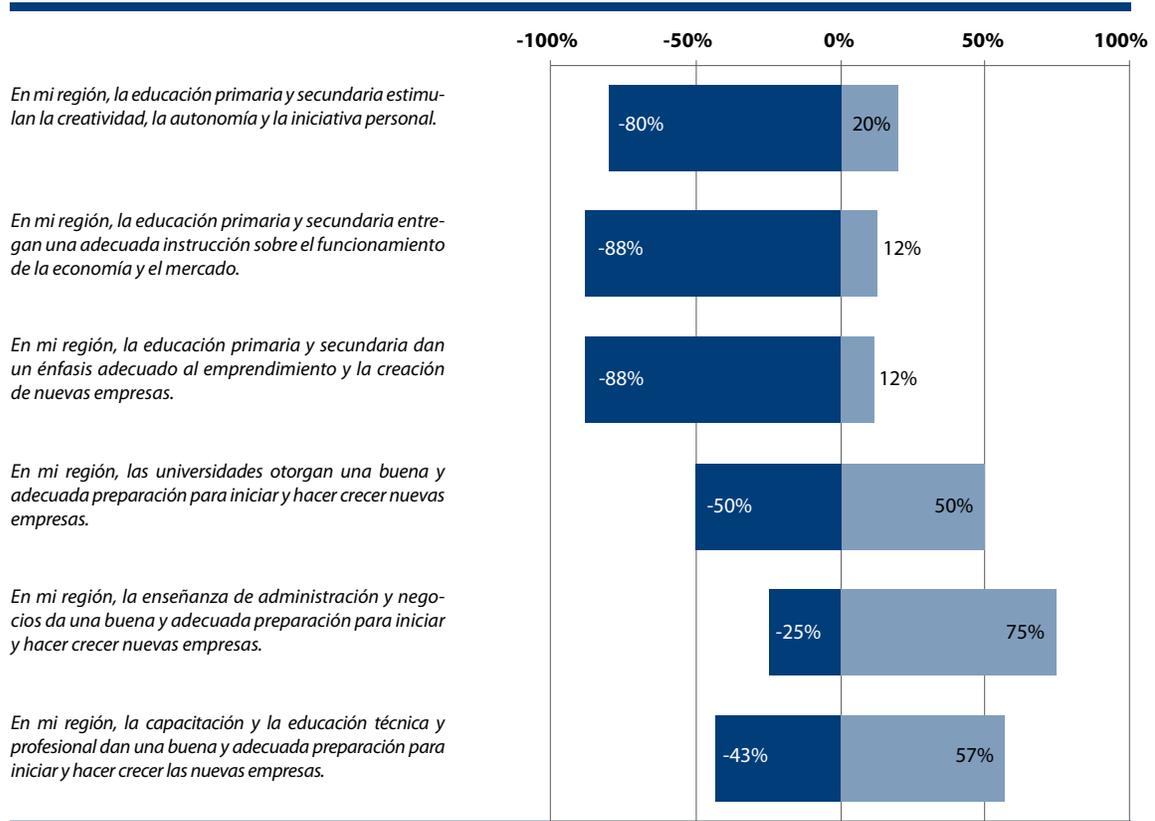
Nivel: -0,64

Motivo: En relación 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). De la primera tienen una opinión acusadamente negativa: más del 80% considera que los niveles básicos y medios no entregan al estudiante las condiciones básicas para desarrollar capacidades emprendedoras. Esta situación se puede explicar, en parte, porque no se le da la suficiente importancia al desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, ni se fomentan 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.

Por el contrario, como ya se mencionó, la opinión en temas de educación terciaria es más positiva. Si bien, no existe un claro consenso sobre si las universidades preparan o no para el emprendimiento (con 50% de respuestas tanto positivas como negativas), la balanza se inclina a favor de la capacitación

y la educación técnico-profesional, sobre todo cuando se focaliza específicamente en administración y negocios, pues la mayoría de los encuestados cree que estas instancias preparan para iniciar y desarrollar nuevas empresas. En relación al año anterior este indicador se mantiene similar, pero se encuentra 0,28 puntos por sobre la evaluación nacional. (Ver **Figura 37**).

Figura 37: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



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

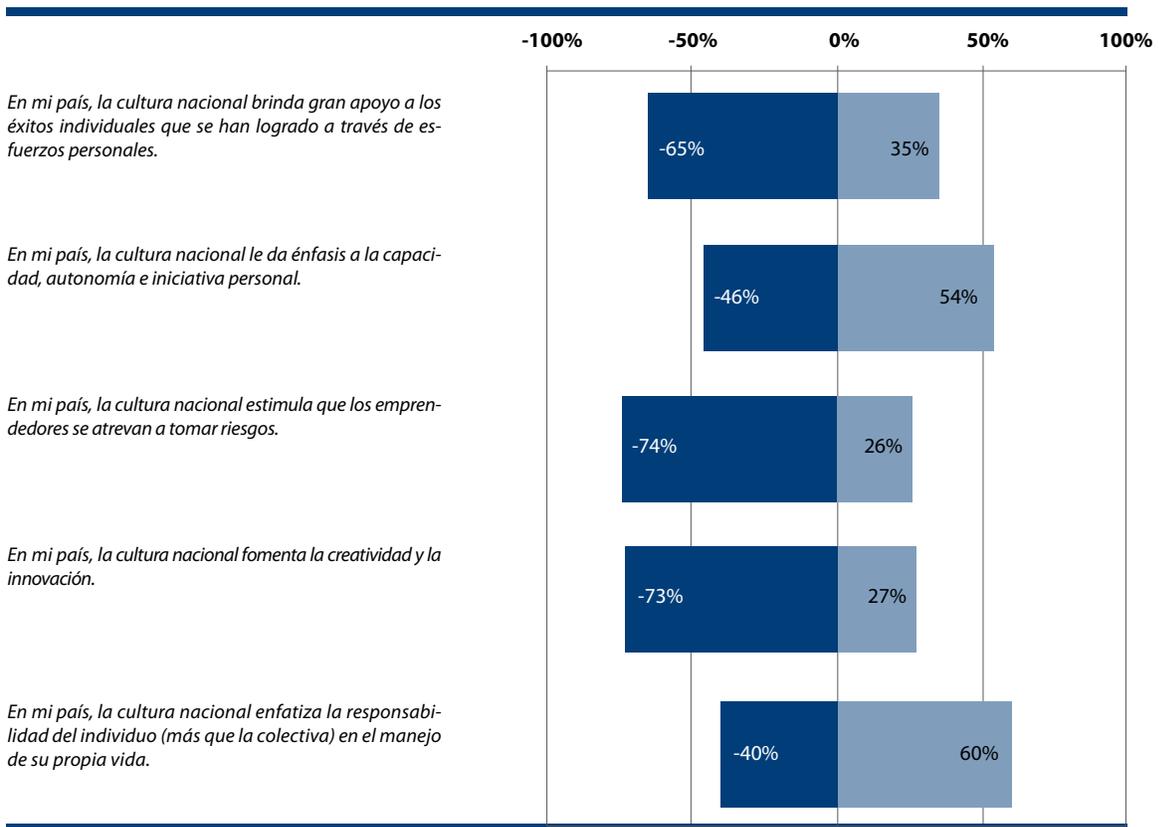
3.9 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

Nivel: -0,32

Motivo: En relación a las normas sociales y culturales se reconoce que la cultura nacional fomenta la responsabilidad individual, la iniciativa personal y la autonomía, aspectos que son valiosos en el desarrollo de la capacidad emprendedora. No obstante, cerca del 75% de los encuestados cree que no se promueve el asumir riesgos ni ser creativos. A esta situación, se le suma que más de dos tercios de los encuestados no creen que se valore socialmente el éxito individual cuando éste ha sido fruto del esfuerzo.

Cabe mencionar que esta variable mejoró significativamente en relación al año anterior, en donde presentó niveles de 0,34 puntos, pero se mantuvo similar a los resultados del resto del país (ver **Figura 38**).

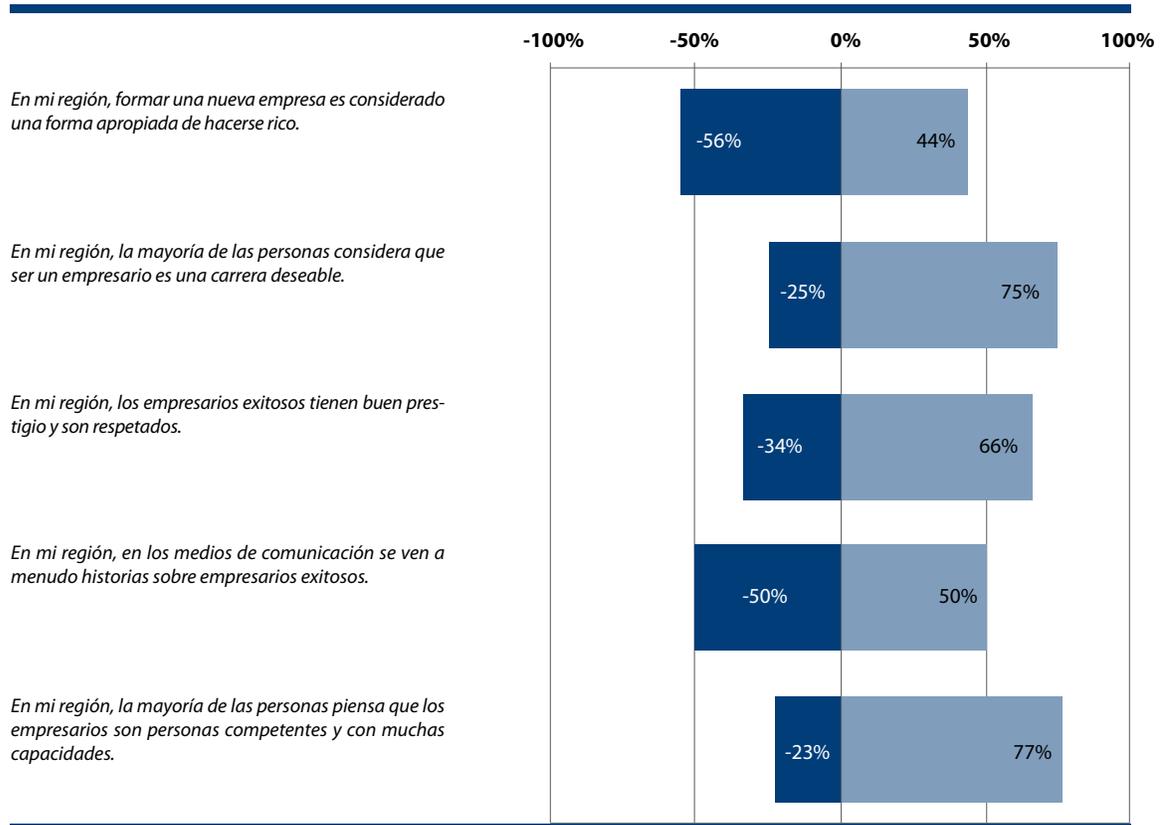
Figura 38: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento



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

Por otro lado, se evidencia que a nivel regional el ser empresario es una ocupación respetada por la comunidad y quienes la desempeñan son considerados sujetos competentes, lo que permite entender que un 75% de los encuestados creen que la vida empresarial en la zona es una carrera deseable. No obstante un 56% de la muestra no cree que el formar empresas sea visto como una forma adecuada de generar y acumular riquezas.

Figura 39: Valoración social del ser empresario



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

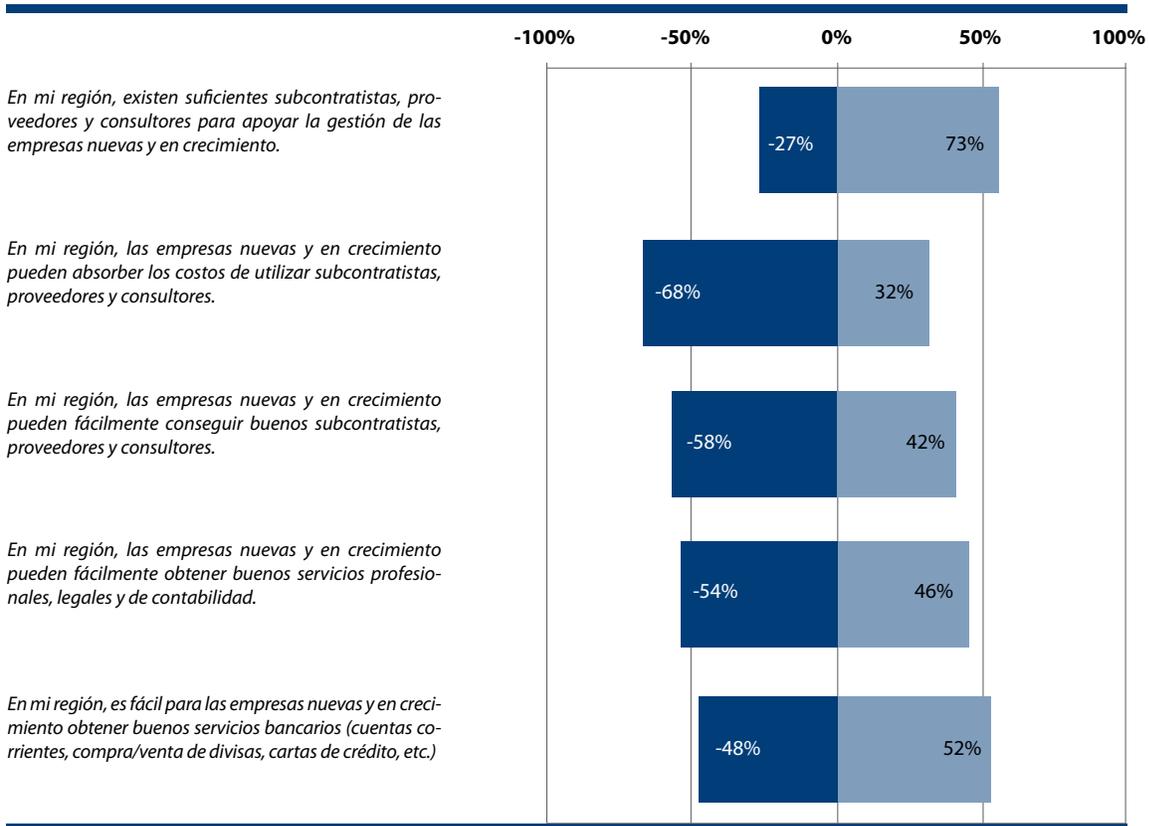
3.10 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

Nivel: -0,01

Motivo: En cuanto a esta condición, no existe un claro consenso por parte de los expertos al respecto. Por ejemplo, si bien, poco más de la mitad de los encuestados considera que en la región existe una adecuada disponibilidad de servicios bancarios y que éstos son de buena calidad y facilitan la actividad emprendedora, un 46% cree lo mismo en relación a servicios profesionales, legales y contables.

Por otro lado, donde sí existe un mayor acuerdo es en la disponibilidad de suficientes contratistas, proveedores y consultores (75%) para emprendedores. Sin embargo, un 58% de los expertos no cree que esto implique acceder a servicios de calidad y un 68% tampoco cree que las empresas nuevas puedan costearlos. (Ver Figura 40)

Figura 40: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional



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

Este año los expertos de la región mostraron una actitud neutral ante esta condición, lo que implica un descenso de 0,32 puntos en relación a la evaluación del año 2007, pese a esto la evaluación de la zona sigue siendo más favorable que la evaluación nacional, con -0,39 puntos).

3.11 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

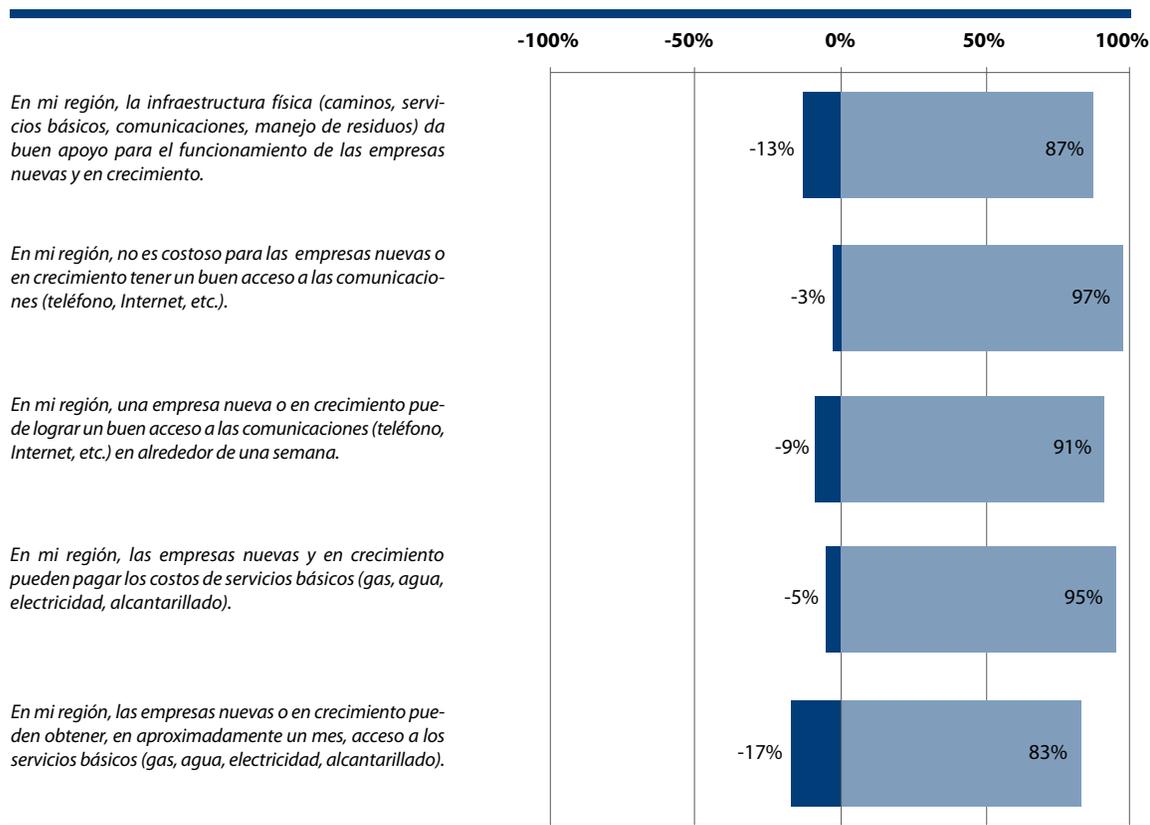
Nivel: 1,17

Motivo: La evaluación de esta área es ampliamente positiva. En primer lugar, se destaca que las empresas en desarrollo tienen la posibilidad de costear tanto los servicios básicos como el acceso a sistemas de comunicaciones de calidad, situación que también es aplicable a la facilidad y rapidez con que se puede acceder a estos servicios, sobre todo en el último caso.

En general se observa que todas las variables de esta condición son bien evaluadas y sus valores oscilan entre un 83 y 97% de aceptación. Siendo las variables "rapidez en la adquisición de servicios básicos por nuevas empresas" y "existencia de infraestructura física que sirva de apoyo al funcionamiento de las empresas", las variables con menor nivel de aceptación con un 83 y 87% respectivamente.

Finalmente, podemos mencionar que la evaluación regional de este año es similar a la presentada en el año anterior por la región y nuevamente es algunos puntos (0,08 puntos) más positiva que la observada a nivel regional.

Figura 41: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios



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

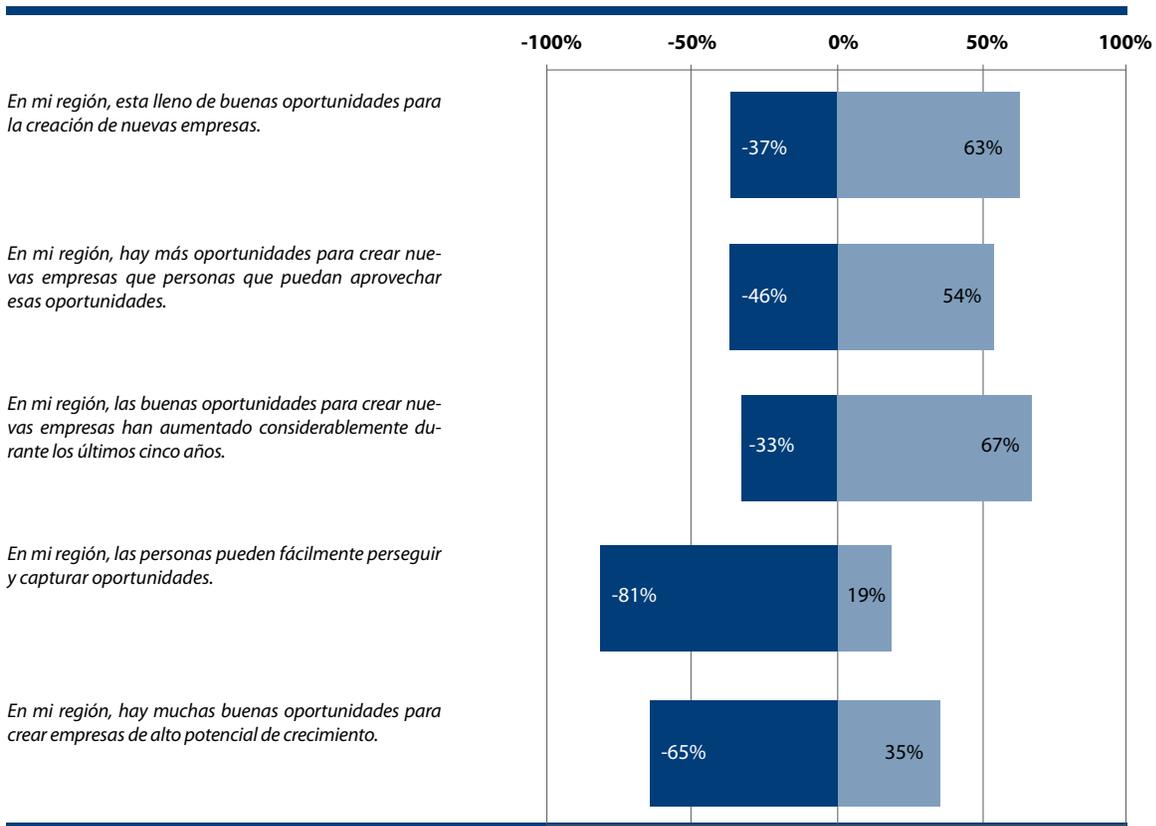
3.12 OPORTUNIDADES DEL EMPRENDEDOR Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

El emprendimiento es un fenómeno que depende de diversos factores. Éstos varían tanto a nivel nacional, regional e incluso individual. Tal situación conlleva a que el emprendimiento sea determinado parcialmente por las oportunidades y facilidades que ofrece el medio y que influye en la cantidad de posibles iniciativas y el provecho que se puede sacar de éstas. 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 recursos, su administración y el desarrollo de firmas de alto rendimiento. Estos dos aspectos son abordados separadamente a continuación: las oportunidades disponibles en la región y las capacidades del emprendedor para iniciar una nueva empresa.

OPORTUNIDADES DISPONIBLES

Más de la mitad de los encuestados considera 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. No obstante, un 65% de ellos 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 42: Oportunidades disponibles



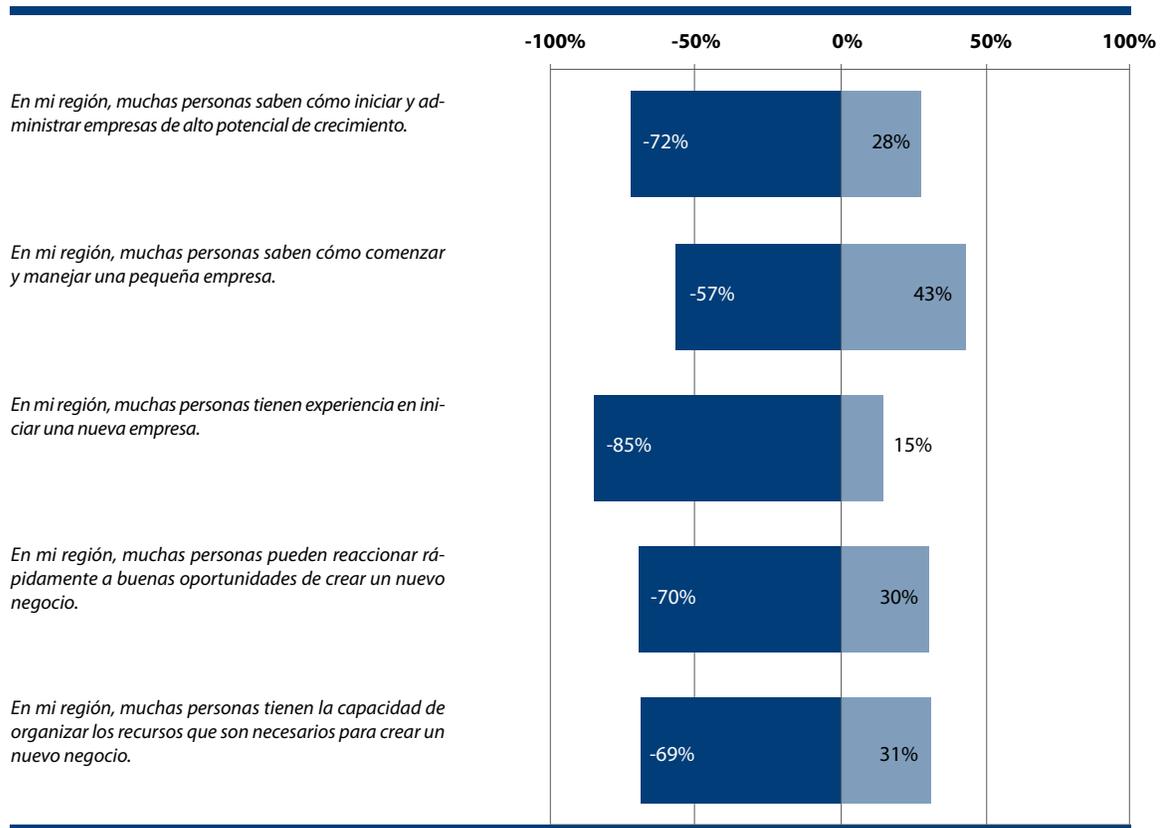
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Bio-Bío

Estos resultados permiten inferir que los encuestados consideran que las dificultades para emprender no provienen del medio directamente, sino que de la capacitación por parte de la población para tomar estas oportunidades y sacarles provecho transformándolas en empresas de alto potencial de crecimiento.

CAPACIDAD DE FORMAR UNA NUEVA EMPRESA

Por otro lado, un 43% de los expertos considera que en la región existen personas que son capaces de iniciar y manejar pequeñas empresas, pero cerca de un 75% de ellos no cree que existan muchas personas capaces de hacerlo con emprendimientos de alto potencial de crecimiento. Por otro lado, existe una percepción más bien 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 en el momento de tomar oportunidades de emprendimiento.

Figura 43: Capacidad de formar una nueva empresa



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

4. CONSIDERACIONES FINALES

El emprendimiento y su influencia sobre el desarrollo ha sido un debate que se instaló en el seno de la discusión tanto a nivel nacional como internacional y en diferentes esferas del quehacer económico-social. Con el tiempo se ha llegado a cierto consenso acerca de la contribución que el emprendimiento hace a la creación de nuevos puestos de trabajo, a la competitividad y al crecimiento de los países. 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 segundo año consecutivo analiza la dinámica emprendedora de la VIII Región.

Como ya se ha podido constatar, dentro del territorio nacional la actividad emprendedora no es uniforme y varía dependiendo del contexto económico y social de cada región. En el caso de la región del Bío-Bío los emprendedores y sus negocios siguen ciertas tendencias nacionales, pero también se diferencian claramente en ciertos aspectos. Por ejemplo, en la región existe un porcentaje mayor de emprendedores en etapas iniciales en comparación con el porcentaje nacional, los mismos que tienen una edad promedio menor que la observada a nivel nacional y declaran en mayor proporción tener expectativas de alto crecimiento, es decir, crear al menos 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años.

Paralelamente, en la región se han mejorado considerablemente algunos indicadores respecto a la oferta que desarrollan los emprendimientos, sobre todo, en aspectos ligados a la novedad de los productos ofrecidos. Actualmente cerca del 50% de los emprendedores – tanto en etapas iniciales como establecidas- considera que los productos y servicios que ofrece son nuevos para todos sus clientes, de lo cual puede desprenderse la existencia de procesos de innovación e incluso el uso de nuevas tecnologías en sus procesos. De hecho, el 44% de los emprendedores en etapas iniciales manifiesta estar usando tecnologías nuevas en sus negocios.

Por otro lado, se observa que en la región ha mejorado considerablemente la imagen que sus habitantes tienen de la actividad emprendedora y, sobre todo, de quienes emprenden. El 72% de los encuestados considera que las personas emprendedoras son reconocidas y se les debe respeto social. Por otra parte, según la voz de los expertos, se ha producido una valoración del emprendimiento, especialmente producto de la evolución positiva que ha tenido el factor “normas sociales y culturales”.

Según los expertos, en la región existen condiciones que favorecen el contexto emprendedor y que se relacionan con el acceso a la infraestructura física, comercial y profesional. Estos factores se evidencian en el progreso desarrollado en la región en cuanto a la creación de nuevos caminos, mejoras en la comunicación, precios de servicios básicos y facilidades de acceso de infraestructura, sólo por nombrar algunas. Paralelamente, estas condiciones se ven apoyadas por acceso a infraestructura comercial y profesional que otorga un soporte y apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento y que no sólo se manifiesta en servicios asociados directamente con la puesta en marcha de un negocio sino que abarca áreas más diversas como asesoría legal, comunicacional, etc.

Ahora bien, los progresos en la región reflejan un empeño por el trabajo bien hecho pero también existen ámbitos en los cuales focalizarse mayormente y otros en los que es necesario mejorar. Según los expertos, aún es necesario incentivar la generación de políticas públicas específicas a la realidad regional, asimismo, como sistemas de protección a la propiedad intelectual y mecanismos de transferencia de I+D; todos ellos, aspectos que poseen la más baja evaluación del contexto emprendedor regional.

Finalmente, este reporte intenta transformarse en una guía de utilidad tanto para el ámbito público como privado que refleja el contexto emprendedor de la región, ante la evidente escasez de análisis regionales en cuanto a la creación de empresas. Estudios como el GEM constituyen una fuente de referencia para la generación de políticas y programas que reconoce la diversidad regional y permite a los tomadores de decisiones, así como al ámbito privado, tomar medidas acordes y específicas en temas de emprendimiento.

5. EXPERTOS CONSULTADOS

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que de forma desinteresada contribuyeron al presente Reporte GEM Regional Bío- Bío 2008. A continuación, el listado de sus nombres en orden alfabético¹³.

- *Aldo Moisan Jobet*
- *Alex Medina Sialomozzi*
- *Antonio Caram Sfeir*
- *Carlos Smith Clavería*
- *Carlos Vukasovic*
- *Claudio Aguayo*
- *Claudio Arteaga Reyes*
- *Claudio Lapostol Maruéjols*
- *Claudio Palma Cespede*
- *Cristián Ibáñez M.*
- *Daniel Baner*
- *David Beselli*
- *David Fajardo*
- *Devorah Pavesi Farriol*
- *Edgardo Mounja Frite*
- *Enrique Van Rysselberghe*
- *Florencia Jofré*
- *Gerhard Valter G.*
- *Gonzalo Quezada Saavedra*
- *Gonzalo Sanhueza Palma*
- *Guillermo Hurtado*
- *Jean Mourra*
- *Joel Zambrano Valencia*
- *Jorge Coloma*
- *José Luis Canata Zaror*
- *Leoncio Toro Araya*
- *Loreto Rivera*
- *Paloma Scheel*
- *Paolo Guivani Vallejo*
- *Pedro Schlack Harnecker*
- *Roberto Ebensperger*
- *Sandra Hidalgo P.*
- *Víctor Lobos del Fierro*

¹³ Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente planilla de expertos se ofrecen las disculpas correspondientes.

6. REFERENCIAS

Acs, Z. J., P. Arenius, M. Hay & M. Minniti (2005). *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Executive Report*. London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.

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.

Bosma, N., Z., Acs, E., Autio, A., Coduras & J., Levie (2009). *Global Entrepreneurship Monitor, 2008 Executive Report*. Wellesley, Mass.: Babson College

Bosma, N. S., K. Jones, E. Autio & J. Levie (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report*. London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.

Davidsson, P. (1991). *Continued Entrepreneurship – Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth*, *Journal of Business Venturing*, 6 (6), 405-426.

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.

Kantis, H., S. Díaz & M. Pizarro (2008) *Innovación y emprendimiento: Comercialización de las innovaciones a través de la creación de nuevas empresas*. Santiago de Chile: ENDEVOR.

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.

La Porta, R., F. Lopez-de-Silanes, A. Shleifer, & R. Vishny (2000) *Investor protection and corporate governance*. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2), 3-27

Marshall, J. (2008). *Chile, los nuevos desafíos del desarrollo*. Presentación realizada en Escuela de Ingeniería Comercial, Universidad Católica del Norte.

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.

Porter, M. E. & K. Schwab (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.

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

Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship; The Individual- Opportunity Nexus*. Aldershot, UK: Edward Elgar.

Van Stel, A., M., Carree & R., Thurik (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.

World Economic Forum. *Global Competitiveness Report 2005-2006, 2007-2008*. En línea: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/index.htm>

7. FICHA METODOLÓGICA

7.1 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: 4500 casos válidos

Tamaño muestral (a nivel regional): 622 casos

Fecha de trabajo de campo: Del 10 de julio de 2008 al 8 de septiembre de 2008

Encuestador: Opina

7.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS REGIONALES

Tipo de Estudio: Encuesta administrada

Muestra (a nivel nacional): 225 expertos de cinco regiones del país (incluye la RM, Santiago)

Muestra (a nivel regional): 34 expertos

Fecha de trabajo de campo: Del 1 de junio de 2008 al 1 de agosto 2008

Encuestador: Miembros del Equipo GEM Chile.

8. 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 Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad de Desarrollo.

DANIELA ORTEGA

Socióloga y Licenciada en Sociología de la Universidad de Valparaíso. Se ha desempeñado como consultora de CEPAL y de Fundación Equitas. Coordinadora del Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad del Desarrollo, docente de la Facultad de Gobierno e investigadora de la misma casa de estudios.

CARLOS SMITH

Ingeniero Comercial y Magíster en Ciencias de la Administración 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.

9. COORDINACIÓN DEL GEM CHILE

El proyecto GEM Chile es desarrollado en conjunto por el Centro de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez y el Global Entrepreneurship Research Center de la Universidad del Desarrollo.

Centro de Innovación y Emprendimiento

Universidad Adolfo Ibáñez

www.uai.cl

Contacto: Germán Eche copar

Director Académico

german.echecopar@uai.cl

Tel: (56+ 2) 33 11 229

Global Entrepreneurship Research Center-GERC

Universidad del Desarrollo

www.fenudd.cl/gerc

Contacto: Daniela Ortega

Coordinadora GERC

dortega@udd.cl

Tel: (56+ 2) 32 79 158

10. COORDINACIÓN REGIONAL - GEM

Los equipos regionales que colaboraron el desarrollo del GEM Chile en el periodo 2008.

	<i>Equipo</i>		<i>Coordinación</i>
<i>Universidad Católica del Norte</i>	<i>Región de Antofagasta</i>	<i>Gianni Romaní Chocce Miguel Atienza Úbeda</i>	<i>Universidad Católica del Norte Centro de Emprendimiento y de la Pyme</i>
<i>Universidad Católica del Norte</i>	<i>Región de Coquimbo</i>	<i>Karla Soria</i>	<i>Escuela de Ingeniería Comercial Universidad Católica del Norte</i>
<i>Universidad Técnico Federico Santa María</i>	<i>Región de Valparaíso</i>	<i>Cristóbal Fernández Juan Tapia Jorge Cea</i>	<i>Departamento de Industrias, Economía y Negocios Universidad Técnica Federico Santa María</i>
<i>Universidad del Desarrollo</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>	<i>Olga Pizarro Stieповic José Ernesto Amorós</i>	<i>Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo</i>
<i>Universidad de la Frontera</i>	<i>Región de la Araucanía</i>	<i>Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Franklin Valdebenito Gerardo Lagos Pedro Araneda</i>	<i>INCUBATEC- Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera</i>

11. 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. Su trabajo se desarrolla en el marco de la política de innovación impulsada por la Presidenta Michelle Bachelet, y propuesta por el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC).

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 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

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 y 2008 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

PATROCINAN:

TELL MAGAZINE LA VOZ DE LAS REGIONES

Revista Tell Magazine, se ha convertido en un hito en materia comunicacional, al ser la única publicación con sus características, además de seguir expandiéndose con incomparable fuerza, desde sus inicios.

Con el objetivo de dar voz a los temas locales, en 2002, Inversiones Editoriales, creó Tell Viña del Mar. En ésta se quería destacar los talentos y personajes principales, tanto a nivel empresarial, cultural, social y deportivo. Dicho propósito se ha logrado hasta el día de hoy.

A fines del 2006 surge Tell Antofagasta-Calama, dando pie a la cobertura de estos contenidos en dicha zona. Luego, a mediados del 2008, se suma la llegada de Tell Concepción, que incorpora a través de su equipo profesional la mirada del quehacer del sur de Chile.

El 2009 se anuncia una nueva noticia, pues en octubre de este año abrirá los ojos Tell Rancagua-Curicó-Talca, que también centrará su enfoque en el acontecer de su propio entorno.

Es así como Revista Tell Magazine continúa abriéndose paso -con el mejor staff de periodistas, gráficos, diseñadores, ejecutivos comerciales y equipo logístico- en cada zona, demostrando que los medios regionales tienen mucho que aportar al país.

EL SUR IMPRESORES

El Sur Impresores cuenta con la más alta tecnología japonesa en impresión y los más altos estándares de calidad, respondiendo óptimamente a las más variadas necesidades de impresión del mercado del sur de Chile. Esto gracias a un equipamiento de última generación con personal experto y orientado al problema, respondiendo con precisión y puntualidad en las entregas de impresos de forma versátil y moderna. Esto hace del El Sur Impresores la mejor solución en impresión de los más importantes y diversos productos (tales como catálogos, memorias, brochures, etc.)



Global Entrepreneurship Monitor

www.gemchile.cl