



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIONAL VALPARAÍSO 2014-2015



Dr. Cristóbal Fernández Robin / PhD© Jorge Cea Valencia / Ps. Paulina Santander Astorga / Ing. Diego Yáñez Martínez





Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Región de Valparaíso 2014 - 2015

*Cristóbal Fernández Robin
Jorge Cea Valencia
Paulina Santander Astorga
Diego Yáñez Martínez*

*Departamento de Industrias
Universidad Técnica Federico Santa María*

Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Región de Valparaíso 2014-2015

Primera Edición.

EDICIÓN DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS
UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-356-006-0

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

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

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

© 2015 Universidad Técnica Federico Santa María

© 2015 Global Entrepreneurship Research Association

Diagramación

Franco Azócar Dellepiane
azocar.franco@gmail.com

Ilustración Portada

Julieta Bravo Cid

Impresión

DEGRAFIS SERV. GRAFICOS LTDA.
Viña Del Mar, Chile.
TEL 2686912
RUT 76.112.931-7
Fecha impresión: Mayo 2015

Impreso en Chile / Printed in Chile

Índice de Contenidos

ÍNDICE DE CONTENIDOS	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	4
PREFACIO	6
¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO?	8
1.- INTRODUCCIÓN	9
1.1. Acerca del GEM	9
1.2. Marco Conceptual del GEM	10
1.3. Metodología del GEM	15
1.4. Principales Indicadores GEM	16
1.5. Sobre este Reporte	17
2.- LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL	18
2.1. Actitudes Emprendedoras	18
2.2. Actividades Emprendedoras	21
Motivaciones Emprendedoras	24
Distribución por sectores	27
Edad y Sexo	28
Nivel Educativo	32
Nivel de Ingresos	34
Situación laboral de los emprendedores	36
2.3. Aspiraciones Emprendedoras	36
Expectativas de alto crecimiento	37
Competitividad	38
3.- CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO	43
3.1. Modelo GEM y encuesta a expertos	43
3.2. Análisis General de los Factores	45
3.3. Educación y Capacitación para el Emprendimiento	47
3.4. Transferencia de Investigación y Desarrollo	49
3.5. Políticas de Gobierno	50
3.6. Normas Sociales y Culturales	51
3.7. Acceso a Financiamiento	51
3.8. Apertura del Mercado Interno	52
3.9. Programas de Gobierno	53
3.10. Infraestructura Comercial y Profesional	54
3.11. Acceso a la Infraestructura Física	55

CONSIDERACIONES FINALES	56
REFERENCIAS	60
GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA	62
FICHA METODOLÓGICA	64
ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA	64
ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES	64
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD	64
EXPERTOS CONSULTADOS	65
SOBRE LOS AUTORES	69
COORDINACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO	70
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE	71
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES	71
PATROCINADORES	72

Índice de Tablas

Tabla 1: : El contexto social, cultural, político y económico y las fases de desarrollo económico	14
Tabla 2: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2014 por fase de desarrollo económico.	20
Tabla 3: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2014 según fase de desarrollo económico	22

Índice de Figuras

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso	8
Figura 2: Modelo Convencional de Crecimiento Económico Nacional	10
Figura 3: Modelo de Procesos Emprendedores que afectan el Crecimiento Económico	11
Figura 4: El Modelo GEM hasta 2014	11
Figura 5: El Marco Conceptual revisado del GEM 2014-2015	12
Figura 6: El Proceso Emprendedor y las Definiciones Operativas del GEM	17
Figura 7: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso	23
Figura 8: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile.	23
Figura 9: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales	25
Figura 10: Emprendedores nacientes por motivación para emprender	26
Figura 11: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico	27

Figura 12: Actividad emprendedora establecida por sector económico	28
Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales	29
Figura 14: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida	29
Figura 15: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad.	30
Figura 16: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.	31
Figura 17: Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso.	31
Figura 18: Proporción de rango de edad en actividad emprendedora	32
Figura 19: Nivel educacional en los emprendedores de la Región de Valparaíso	33
Figura 20: Proporción de nivel de estudios en actividad emprendedora	33
Figura 21: Nivel de ingresos y actividad emprendedora	34
Figura 22: Actividad emprendedora según ingreso familiar	35
Figura 23: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación	35
Figura 24: Actividad emprendedora según tipo de empleo	36
Figura 25: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento	38
Figura 26: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores	39
Figura 27: Intensidad de la competencia esperada	40
Figura 28: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos	41
Figura 29: Expectativas de Expansión de Mercado	41
Figura 30: Actividad Emprendedora y Exportación	42
Figura 31: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional	43
Figura 32: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.	45
Figura 33: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2012-2013-2014.	46
Figura 34: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2014.	47
Figura 35: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento.	48
Figura 36: Evaluación de la transferencia de I+D.	49
Figura 37: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento.	50
Figura 38: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento.	51
Figura 39: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.	52
Figura 40: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.	53
Figura 41: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.	54
Figura 42: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional.	55
Figura 43: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios.	55

PREFACIO

Este documento presenta el Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014-2015, para la Región de Valparaíso de Chile, resultado del trabajo del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER), del Departamento de Industrias, de la Universidad Técnica Federico Santa María, en colaboración con la Universidad del Desarrollo.

El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, lo que lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile con 12 años de mediciones, se ha constituido un referente dado su alcance, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más importantes del país. Actualmente el proyecto GEM cubre 9 regiones del país incluyendo la Región Metropolitana gracias al esfuerzo de académicos y profesionales de ámbito del emprendimiento y creación de negocios. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública.

El 2014 ha sido un año particularmente errático con relación a las diferentes características vinculadas con el emprendimiento en la Región de Valparaíso. Por una parte, en un cambio positivo a través del incremento en el porcentaje de mujeres, llegando al 47,1% en comparación con el 41,8% del año 2013. Por otra parte, un aumento de la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales llegando a los 39 años. También, si bien la actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en la Región se mantiene casi constante en 24% los últimos tres años, la Región Metropolitana presenta un incremento de un 4%, siendo en 2014 un 30%. Lo anterior, muestra que además de existir un estancamiento en la tasa de crecimiento del nivel de emprendimiento, el TEA de nuestra región está cambiando la proporción respecto de la motivación para iniciar un negocio, incrementando el porcentaje de emprendimientos por necesidad en relación con los por oportunidad, tendencia que podría ir en la dirección opuesta si queremos lograr emprendimientos más innovadores y con mayor creación de empleos.

Este gran esfuerzo nacional y regional hace que el proyecto GEM sea un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública. Con el GEM queremos ofrecer la más completa información sobre la situación del emprendimiento.

Queremos agradecer el soporte brindado por la Universidad del Desarrollo, que en el ciclo 2014 realizó el reporte para Chile del proyecto GEM. Asimismo, agradecemos el apoyo del equipo GEM Chile, que han incorporado la dimensión regional en este importante proyecto, especialmente a través de José Ernesto Amorós, Coordinador del GEM Nacional, pues ha sido un pilar fundamental en la realización del presente reporte.

Agradecemos también al sello Editorial USM, que ha confiado y financiado la impresión de este libro. Al mismo tiempo reconocemos a CORFO, a la ONG Acción Emprendedora, a la Radio Valparaíso y al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo a través de la Seremía de Economía, que son los patrocinadores de este reporte.

Agradecemos la invaluable ayuda de todas las personas que respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales para el emprendimiento. Asimismo, a los más de 6.200 encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación. A estas mujeres y hombres a lo largo del país muchas gracias por aportar a esta iniciativa de investigación, contribuir al crecimiento del proyecto GEM Chile y apoyar la actividad emprendedora del país.

Agradecemos también a todos los emprendedores de la Región de Valparaíso; micro, pequeños, medianos y grandes empresarios por su tremendo aporte al crecimiento y desarrollo de nuestra sociedad a través de la generación de trabajo y por aportar significativamente a la mejora en la calidad de vida de sus habitantes.

Finalmente, quiero dedicar este reporte a los emprendedores afectados por el gran incendio de Valparaíso que han logrado reemprender, venciendo la desgracia vivida con una gran resiliencia o capacidad humana que les ha permitido sobreponerse a la adversidad, para desarrollar una actitud emprendedora que además de permitir el resurgimiento de sus emprendimientos, han aportado al bienestar social de esta gran Región.

Dr. Cristóbal Fernández Robin
Coordinador GEM Región de Valparaíso

¿Cómo es el emprendedor de la Región de Valparaíso?

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso.

SEXO

52,9% de los emprendedores iniciales y 61% de los emprendedores establecidos son hombres.

EDAD

39 años para los emprendedores en etapas iniciales, mientras que para los establecidos es de 47 años.

ESCOLARIDAD

Un 54,5% de los emprendedores en etapas iniciales tienen estudios universitarios completos o postgrado.

MOTIVACIÓN

El 72,9% de los emprendedores emprenden por oportunidad.

DEDICACIÓN

40,2% de los emprendedores iniciales y 11,9% de los emprendedores establecidos distribuyen su tiempo entre sus emprendimientos y otras actividades dependientes.



CREACIÓN DE EMPLEO

El 44,9% de los emprendedores iniciales y el 31,3% de los establecidos espera contratar más de 6 trabajadores en los próximos 5 años.

SUS CONSUMIDORES

44,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 50,6% de los establecidos realizan ventas directas a consumidores finales (comercializar algún producto).

TECNOLOGÍA

El 68% de los emprendedores iniciales y el 91,8% de los establecidos no utilizan nuevas tecnologías en sus productos.

INNOVACIÓN

El 44,8% de los emprendedores en etapas iniciales y el 44,3% de los establecidos considera que sus productos y servicios son nuevos para todos sus clientes.

SON CADA VEZ MÁS VALORADOS

El 74,8% de la población piensa que emprender es una buena elección de vida.

INTRODUCCIÓN

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

1.1. Acerca del GEM

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

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con esto, el GEM se basa en tres premisas: la primera es que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social depende, en buena parte, de la dinámica emprendedora. Evidentemente, las economías son heterogéneas. De esta manera, en algunas prevalece un mayor nivel de emprendimiento “por necesidad” (que puede ser una respuesta al desempleo), mientras que en las economías más desarrolladas prevalece el concepto de oportunidad de negocio vinculada a la innovación. Una segunda premisa es que son los individuos quienes, a través de su motivación y capacidad, inician los nuevos negocios y estos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Así, el GEM pone énfasis en el concepto de explotación de oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000) donde son, justamente, los individuos los que llevan a cabo la actividad emprendedora.

Los beneficios del emprendimiento son relevantes, porque involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación y las minorías desfavorecidas. Por último, una tercera premisa es que la generación de nuevas empresas es un elemento clave para la creación de nuevos empleos y, a su vez, la

única parte importante de la competitividad nacional depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras.

1.2 Concepto de emprendimiento en el GEM

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

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

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

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

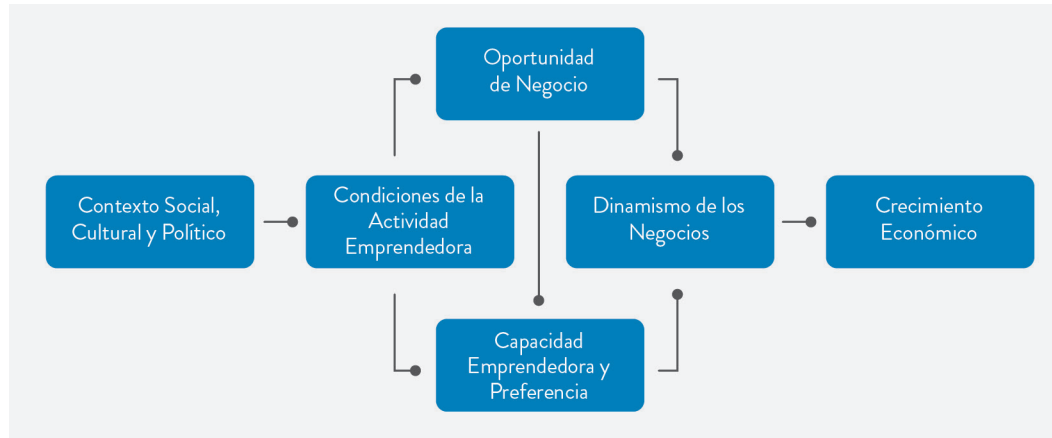
Con el fin de responder a estas preguntas, el GEM ha tenido que apartarse del enfoque convencional en el pensamiento sobre el crecimiento económico nacional y desarrollar un nuevo marco conceptual. En contraste con el modelo tradicional de crecimiento económico nacional (**Figura 2**), dicho marco conceptual (**Figura 3**), representa el supuesto básico que el crecimiento económico nacional es el resultado de las capacidades personales de los individuos, independientemente de su ubicación (del tamaño de las empresas o si son trabajadores por cuenta propia), para identificar y aprovechar las oportunidades y que este proceso está sucediendo en la interacción con el medio ambiente.

Figura 2: Modelo Convencional de Crecimiento Económico Nacional



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

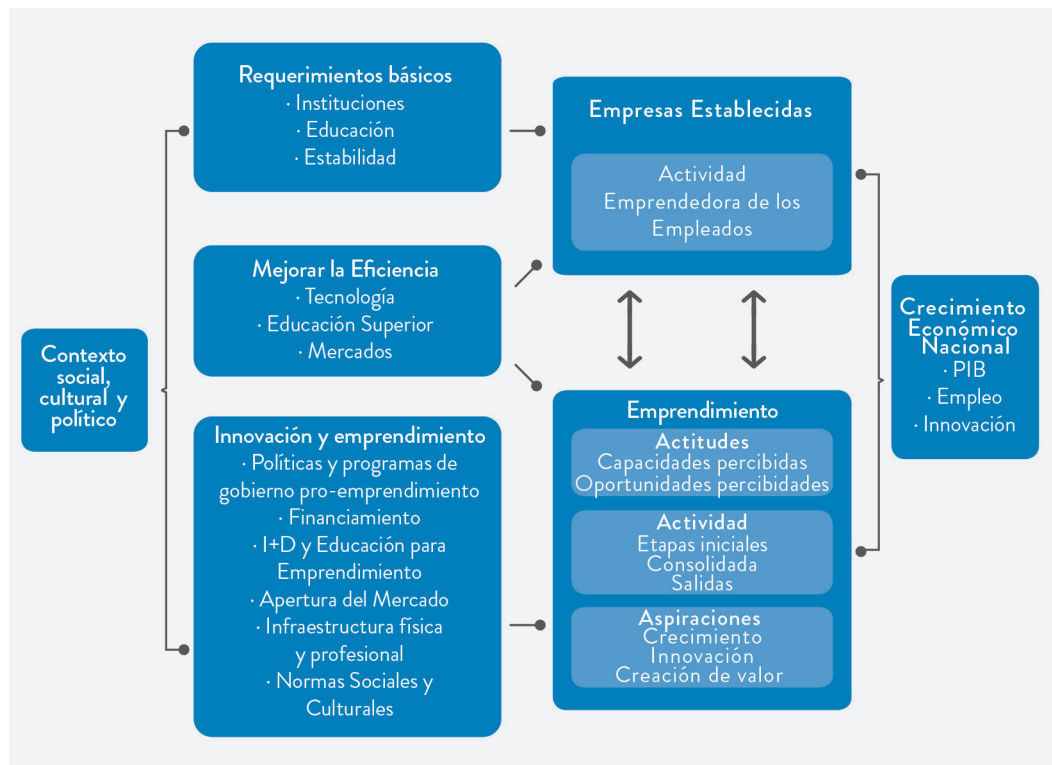
Figura 3: Modelo de Procesos Emprendedores que Afectan el Crecimiento Económico Nacional



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

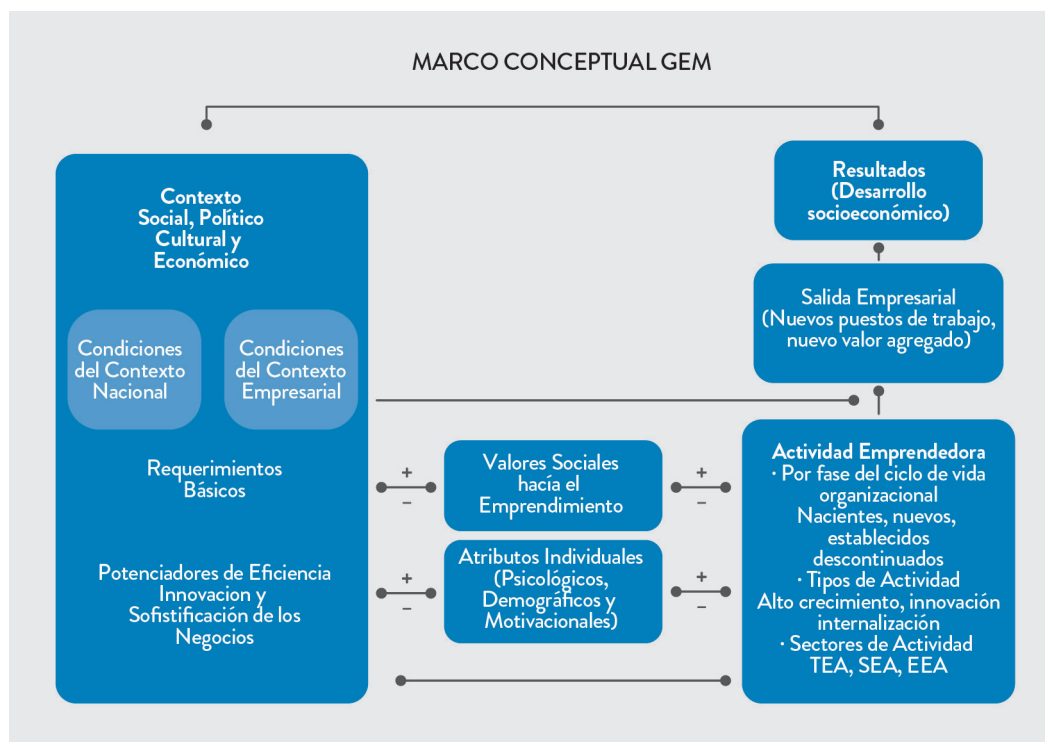
En base al análisis de los resultados anuales del proyecto GEM, en el año 2008 se desarrolló un marco conceptual que es el que ha estado vigente y está representado en la **Figura 4**.

Figura 4: El Modelo del GEM hasta 2014



La revisión a fondo de este marco conceptual del GEM es una “apertura de la caja negra” del emprendimiento, tal como se presenta en la **Figura 5**. Desde el comienzo del proyecto GEM, se asume implícitamente la existencia de relaciones entre las actitudes, aspiraciones y actividades que estaban construidas en el marco conceptual, pero sin explicar la naturaleza de éstas. Ahora se pretende probar las características de las relaciones supuestas entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial:

Figura 5: El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015



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

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

El proyecto GEM ha venido confirmando que el nivel de actividad emprendedora varía entre países, lo que, también, reafirma que se necesita tiempo y coherencia en las intervenciones de política con el fin de construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las encuestas del GEM han probado que la actividad emprendedora, en diferentes formas (naciente, consolidada, intra-empresarial) se correlaciona positivamente con el crecimiento económico y que, además, esta relación es diferente a lo largo de las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al, 2010). Asimismo, las condiciones macroempresariales

(del contexto socio-político y económico), la capacidad individual para identificar y aprovechar las oportunidades y la capacidad de la sociedad para desarrollar una cultura emprendedora son muy relevantes, no sólo para aumentar la creación de nuevas empresas sino también para tener individuos emprendedores con mayor ambición de hacer crecer su negocio y más innovación empresarial (WEF-GEM, 2015). Con esto, el GEM también puede ayudar a comprender cómo iniciativas públicas y privadas pueden mejorar los ecosistemas pro-emprendimiento (Drexler y Amorós, 2015).

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

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

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

- *Determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en las economías de los diferentes países.*
- *Descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, valores sociales y características personales y de la actividad emprendedora.*
- *Identificar las implicancias políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía.*

Desde el año 2008 (Bosma et al., 2009), el GEM ha seguido la tipología del Foro Económico Mundial (Porter et al., 2002) relacionada con los niveles de desarrollo económico: economías basadas en los recursos, las economías basadas en eficiencia y las economías basadas en innovación. Esto contribuyó a mostrar cómo el GEM se complementa y puede complementar otras grandes encuestas de creación de nuevas empresas, proporcionando información importante sobre los individuos (atributos, valores, actividades) y su interacción con el medio ambiente en la práctica de la conducta emprendedora (proactividad, innovación y decisiones responsables).

Los componentes revisados del marco conceptual GEM

El Foro Económico Mundial utiliza doce pilares para perfilar las fases del desarrollo económico en el contexto de la competitividad de los países. Estos pilares miden el contexto social, cultural, político y económico. El GEM aporta a esta perspectiva nueve componentes denominados Condiciones del Marco Emprendedor (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), tal como se presenta en la **Tabla 1**. Es importante destacar que estos pilares están presentes, en diferentes combinaciones, entre los diferentes tipos de economías y que los niveles de desarrollo económico están determinados por la presencia dominante de un grupo específico de pilares. Por lo tanto, el marco conceptual del GEM supone, también, que las economías más desarrolladas presentan mejores condiciones para el emprendimiento.

Tabla 1: El contexto social, cultural, político y económico y las fases de desarrollo económico

	De otras fuentes disponibles	De la Encuesta Nacional de Expertos (NES)
Fases de desarrollo económico	Condiciones del marco nacional, basado en los pilares del Foro Económico Mundial para perfilar las fases de desarrollo económico	Condiciones del Marco Emprendedor
Requerimientos básicos-economías basadas en recursos	<ul style="list-style-type: none"> · Instituciones · Infraestructura · Estabilidad macroeconómica · Salud y educación primaria 	<ul style="list-style-type: none"> · Financiamiento al emprendimiento · Política gubernamental
Potenciadores de eficiencia - la clave para las economías basadas en eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> · Mayor educación y formación · Eficiencia del mercado de bienes · Eficiencia del mercado laboral · Sofisticación del mercado financiero · Preparación tecnológica · Tamaño de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> · Programas gubernamentales para el emprendimiento · Educación para el emprendimiento · Transferencia de I+D · Apertura del mercado interno · Infraestructura física para el emprendimiento · Estructura legal y comercial para el emprendimiento
Factores de innovación y sofisticación - clave para las economías basadas en innovación	<ul style="list-style-type: none"> · Sofisticación de los negocios · Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> · Cultura y normas sociales

Es importante señalar que todos los componentes del entorno en el que las mujeres y los hombres emprenden (con cierto nivel de proactividad e innovación) son interdependientes. Esta dependencia no sólo exige un enfoque holístico en la investigación sino, también, en el diseño de políticas adecuadas para la construcción de un ambiente de apoyo en el que el comportamiento emprendedor se puede realizar.

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

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

La actividad emprendedora se define en función de las fases del ciclo de vida del emprendimiento (naciente, nuevos empresarios, empresarios establecidos, la interrupción del negocio), los tipos de la actividad (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y la caracterización de la actividad (emprendimientos independientes en etapas iniciales- TEA,

emprendedores sociales- SEA, actividad emprendedora de los empleados- EEA). Las definiciones detalladas se presentan en la sección 1.3 de este capítulo.

1.3 Metodología GEM

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

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

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

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

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

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

Los datos recogidos por los equipos nacionales son parte del conjunto global de datos del

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

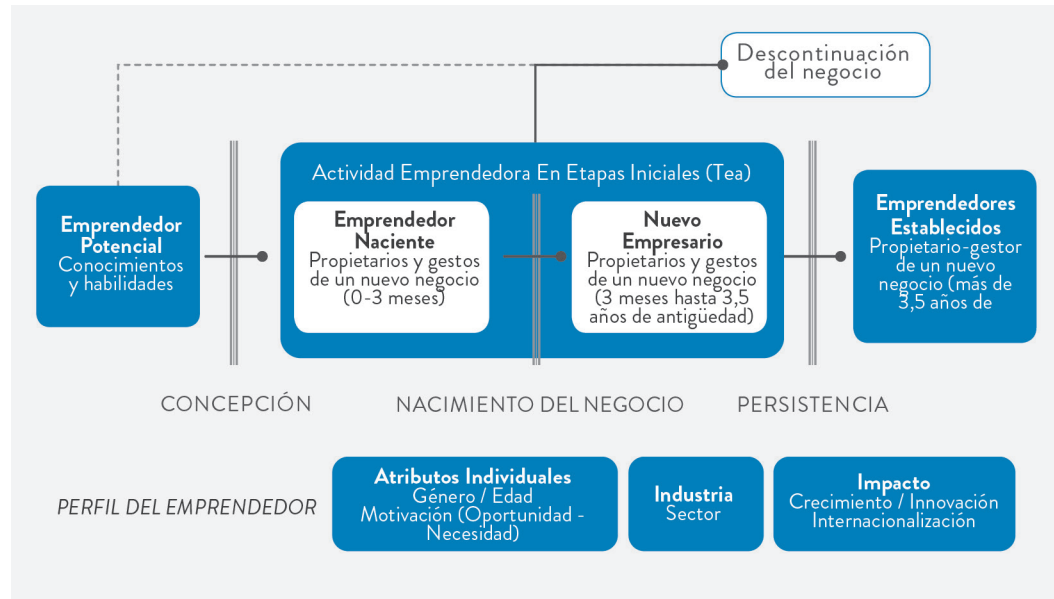
GEM y todas las actividades computacionales son realizadas por el equipo de expertos en el GERA. Finalmente, el informe anual global es producido por los investigadores que se ofrecieron como voluntarios de los equipos nacionales.

1.4 Principales Indicadores GEM

Sobre la base del marco conceptual del GEM y los datos recogidos, un conjunto de numerosos indicadores se calculan y presentan en los informes mundiales y nacionales. El GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona a partir del momento en el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres meses, pero por no más de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La **Figura 5** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses, a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aun cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que estos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño. Este indicador se puede enriquecer adicionalmente por el suministro de información relacionada con atributos individuales (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la innovación, la internacionalización) y la industria (sectores). Las definiciones se presentan en la **Figura 6**.

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

Figura 6: El Proceso Emprendedor y las Definiciones Operativas del GEM

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

1.5 Sobre este Reporte

La información del ciclo 2014 está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. En este reporte se dará cuenta de los diferentes indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como del contexto para emprender en la región y, también, se incluyen algunos indicadores nacionales de las diferentes regiones que participaron en el GEM Chile 2014.

LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL

Este capítulo muestra el estado de las actitudes, las actividades y las aspiraciones emprendedoras en la Región de Valparaíso y establece una comparación con las observadas en las otras regiones participantes del Consorcio GEM Chile. Las dos primeras secciones de este capítulo analizan de forma general las actitudes y las actividades emprendedoras de la región y a nivel nacional. La última sección estudia las aspiraciones emprendedoras. Cabe mencionar que toda la información publicada por GEM Chile en esta sección corresponde a los principales resultados arrojados en la encuesta a la población adulta (APS), del año 2014.

2.1 Actitudes emprendedoras

Como fue mencionado en la introducción, el GEM en su modelo conceptual resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la actitud que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento. Algunas de estas actitudes son el deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. De igual manera están los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras. Otro aspecto relevante es el miedo al fracaso o “penalización” social de haber fallado al realizar un nuevo negocio. Por otra parte, las condiciones que hay en torno al contexto nacional -entendiéndolo como el conjunto de aspectos políticos, económicos y sociales relacionados con el emprendimiento- pueden potenciar o frenar la actividad emprendedora.

Para que en un país, y sobre todo en una región, la actividad emprendedora se desarrolle, es necesario que tanto las oportunidades, las actitudes y las capacidades emprendedoras estén presentes. Sin embargo, es igualmente importante que las personas perciban estas oportunidades y que, a su vez, se perciban capaces de materializar el emprendimiento. Asimismo, la cantidad y la calidad de las oportunidades y de las actitudes emprendedoras pueden ser potenciadas por las condiciones del contexto nacional como, por ejemplo, el crecimiento económico, la pirámide poblacional, la cultura del país y/o la política Pro-emprendimiento.

Un entorno rodeado de emprendedores exitosos puede influir positivamente en que las personas mejoren su actitud frente al emprendimiento, aumentando su propensión a emprender. Complementario a esto, diferentes medios de comunicaciones también cumplen un rol fundamental en la divulgación de casos exitosos, dándoles reconocimiento y permitiéndoles ser un ejemplo motivador para los potenciales emprendedores.

Aspectos demográficos -como edad, género, origen étnico, entre otros- ya sea por temas históricos, socioculturales o económicos también pueden ser determinantes en la actitud hacia el emprendimiento. En este sentido, una política pública específicamente enfocada en un grupo determinado puede ser una herramienta eficaz para influir de manera positiva en la propensión a emprender.

Sin embargo, es necesario enfatizar que tener solo una actitud positiva hacia el emprendimiento no es determinante en la materialización de la idea de negocio por más que aumente la propensión a querer emprender. La decisión de emprender no sólo depende de un análisis consciente de los retornos que se esperarían del emprendimiento al compararlo con ser empleado por ejemplo, sino que también en algunos casos simplemente es una decisión poco planificada.

La evidencia demuestra que la mayoría de las personas prefieren ser empleadas antes que emprendedores. Esto se acrecienta en aquellos países donde ser empresario no es bien visto, el fracaso empresarial está estigmatizado y las oportunidades de negocio son escasas. De esta manera, el riesgo que se debe asumir es demasiado alto para quienes están pensando iniciar un nuevo negocio. En casos donde se poseen altas remuneraciones la evaluación sobre emprender o no, está determinada entre otras cosas por la capacidad de poder aumentar aún más los ingresos. En el caso de las mujeres, tienden a ver el emprendimiento como una posibilidad de poder compatibilizar el desarrollo profesional con la vida familiar (Amorós et al., 2011).

Por otra parte, el hecho que un individuo tenga una actitud positiva hacia el emprendimiento no significa que él o ella efectivamente vaya a iniciar un nuevo negocio. Cuando una persona decide emprender, lleva a cabo una serie de evaluaciones que, en algunas ocasiones, pueden ser conscientes y en otras no. En primer lugar, realiza una evaluación de los costos de oportunidad, los cuales incluyen la comparación de los retornos esperados de la actividad emprendedora frente a los esperados en una ocupación de dependencia, por ejemplo ser empleado. Casi siempre, las personas prefieren “tener un empleo” antes de emprender, especialmente en los países donde las oportunidades de empleo son escasas y las empresariales son, por lo general, no muy gratificantes. Entonces, la persona desarrolla una evaluación de riesgo versus recompensa y aún cuando la recompensa esperada del emprendimiento es considerablemente más alta, los riesgos de emprender pueden ser demasiados altos para quien está pensando iniciar un nuevo negocio. Esto porque los riesgos individuales son un factor importante en el paso de un negocio potencial a uno real (Khilstrom y Laffont, 1979). Por ejemplo, miedo al fracaso en un emprendimiento puede afectar de forma significativa la actitud que una persona tiene al emprender. Por lo general, las personas que poseen un empleo con altas remuneraciones tienden a evaluar las posibilidades reales de aumentarlo antes de emprender, mientras que las mujeres tienden a evaluar, por ejemplo, las posibilidades de conciliar la vida familiar con el emprendimiento o las posibilidades de aumentar el ingreso familiar.

Evaluaciones como las que se han mencionado, pueden llevar a que una persona concretice la intención de emprender y que desarrolle la idea de negocio que tenía en mente. Como ya se describió, esta situación varía entre países. Por ejemplo, en los países más pobre estar involucrado en un emprendimiento es una necesidad, porque no existen otras opciones para ganarse la vida. En este caso, la persona no desarrolla una evaluación comparativa sino que simplemente se ve “empujada” a emprender como medio de subsistencia.

No obstante, tampoco existe un patrón general que describa las secuencias de evaluación o decisiones, así como los pasos para iniciar un negocio. Por ejemplo, es también posible que las personas decidan iniciar un negocio cuando una oportunidad muy específica aparece en forma inesperada. Pueden actuar en esas circunstancias a pesar que antes que apareciera la oportunidad de negocio, no veían oportunidades para iniciarlo en esa área. Esas personas no han considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó. Así, para algunos emprendedores, la percepción de la existencia de oportunidades puede aparecer por adelantado y para otros apenas antes de iniciar el negocio o al mismo tiempo.

Pese a los avances que se han desarrollado en torno al fenómeno del emprendimiento, aún no se ha podido encontrar un patrón general donde estén las secuencias de evaluación y sus decisiones en relación a la iniciación de un negocio. En algunos casos, el desarrollo de un plan de negocios antecede la decisión de querer emprender, sin embargo, en otros simplemente la aparición de una oportunidad específica los induce a desarrollar un negocio. Así, para algunos emprendedores, la percepción de oportunidades surge de forma adelantada, para otros, sólo unos momentos antes del inicio del negocio y en ciertos casos, todo se desarrolla prácticamente al mismo tiempo.

La **Tabla 2** muestra varios indicadores del GEM en temas de actitud emprendedora para cada uno de las regiones participantes en este ciclo junto con los resultados a nivel nacional. Se puede observar como algunas regiones tienen una percepción favorable hacia el emprendimiento pero también bajos índices de iniciativa emprendedora.

Como se observa en la **Tabla 2**, la Región de Valparaíso presenta indicadores similares a los observados a nivel nacional, destacándose el miedo al fracaso siendo menor a la media nacional. Así mismo, las cifras también nos permiten destacar que en la región las personas se perciben más capaces de emprender (65,24%) con respecto al resto de las regiones del país. Por el contrario, existe una baja percepción de oportunidades (61,93%) en comparación a la media nacional (67%).

Tabla 2: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2014 por fase de desarrollo económico.

	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso*	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
I - Tarapacá	73,69%	60,78%	30,36%	71,29%	66,58%	63,86%
II - Antofagasta	74,94%	57,05%	29,97%	74,13%	57,94%	65,74%
III - Atacama	65,69%	60,82%	28,98%	74,34%	64,31%	66,83%
IV - Coquimbo	68,45%	59,84%	29,89%	74,70%	67,69%	71,85%
V - Valparaíso	61,93%	65,24%	30,99%	74,79%	63,15%	71,47%
VIII - Bío - Bío	62,98%	62,84%	34,19%	78,75%	69,30%	75,69%
IX - Araucanía	51,23%	60,67%	33,22%	72,91%	65,19%	73,71%
XIII - Metropolitana	70,13%	64,27%	31,98%	65,38%	63,29%	59,65%
XV - Arica y Parinacota	53,95%	57,05%	29,55%	71,38%	63,76%	60,66%
Chile	67,00%	64,87%	31,10%	69,43%	64,43%	65,21%

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

La **Tabla 2** recoge los porcentajes de respuestas afirmativas de la muestra encuestada, para cada una de las preguntas planteadas. Al respecto, se destaca una mayor tasa de reconocimiento al emprendimiento como carrera deseable (74,79%), y una mayor cobertura o atención de parte de los medios de comunicación al fenómeno emprendedor (71,47%) en comparación tanto a la media nacional (69,43% y 65,21%) como a la medición anterior (64,12% y 63,3%). En suma, si bien el emprendimiento es bien percibido en términos generales, esto se acentúa en la región de Valparaíso.

2.2 Actividades Emprendedoras

Como fue mencionado en la introducción, el GEM conceptualiza la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye a (1) los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio, (2) los emprendedores dueños de nuevos negocios y (3) a quienes poseen un negocio ya establecido. Además, el GEM evalúa el ritmo y la naturaleza de la discontinuación de negocios. Como resultado, se dispone de los indicadores en las diferentes fases del proceso emprendedor. La **Tabla 3** resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada una de las regiones participantes en el GEM Chile 2014.

Uno de los indicadores más “tradicionales” que aporta el GEM es el de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés. El TEA es la proporción de personas entre los 18 y 64 años que actualmente se encuentra involucrada en un emprendimiento en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o gerente(a) o propietario de un nuevo negocio. A nivel general se observa que el patrón común en relación a la actividad emprendedora es que los países en las regiones más desarrolladas presentan menores indicadores. Esta situación, que se repite con las motivaciones para emprender, se explicaría dado que a medida que un país se desarrolla tiende a disminuir el porcentaje de personas que emprenden motivadas por necesidad, por lo que los países basados en la innovación tienden a presentar tasas más bajas de emprendimientos basados por necesidad. Cabe mencionar que, en relación a los motivadores que impulsan un emprendimiento, existen variaciones en los porcentajes del nivel de desarrollo y ubicación geográfica, ya que cada país tiene un conjunto único de condiciones políticas, económicas y sociales que repercuten en la actividad emprendedora.

La Región de Valparaíso se encuentra bajo la media en relación al índice de actividad emprendedora naciente, con un 14,49% de su población económicamente activa involucrada en esta categoría de actividad, siendo un 16,61% el porcentaje para todo el país. Esta tendencia continúa en el caso de nuevos negocios, gerentes y propietarios, donde un 10,67% de la población se considera así, versus un 11,05% a nivel nacional. Sin embargo, presenta un aumento respecto del año anterior donde los indicadores eran 8,69% a nivel regional y 9,62% a nivel nacional.

En cuanto al TEA (Fase Inicial de Actividad Emprendedora), la Región de Valparaíso presenta un 24,35% de emprendedores en etapas iniciales, porcentaje que aumentó levemente respecto de la medición anterior, donde se obtuvo un 23,66%. Esta tendencia se repite en los emprendedores establecidos, donde se aprecia un 9,13% frente a un 8,33% del año anterior.

Finalmente, en la región de Valparaíso, un 4,06% de la población manifestó haber tenido algún emprendimiento en el pasado y haberlo discontinuado durante el año anterior a la medición, es decir, durante el 2013, siendo este porcentaje menor a la media nacional.

Tabla 3: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2014 según fase de desarrollo económico

	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación	Actividad emprendedora por oportunidad para incrementar ingreso (% de TEA)	Actividad emprendedora por oportunidad de independencia (% de TEA)	Actividad emprendedora por motivos mixtos (% del TEA)	Actividad emprendedora por necesidad (% del TEA)
I - Tarapacá	15,62%	9,95%	25,16%	7,89%	6,04%	33,79%	20,70%	21,60%	23,91%
II - Antofagasta	13,82%	8,00%	21,36%	5,72%	3,89%	31,86%	34,00%	18,17%	15,97%
III - Atacama	18,52%	7,42%	25,73%	8,95%	4,15%	38,86%	20,85%	14,77%	25,52%
IV - Coquimbo	13,18%	11,35%	23,92%	9,55%	4,80%	36,80%	22,13%	16,14%	24,94%
V - Valparaíso	14,49%	10,67%	24,35%	9,13%	4,06%	28,81%	22,50%	21,55%	27,13%
VIII - Bío-Bío	11,23%	9,89%	20,95%	11,82%	5,70%	23,23%	32,03%	18,32%	26,43%
IX - Araucanía	11,26%	10,57%	21,42%	10,54%	4,23%	34,81%	20,32%	12,47%	32,39%
XIII - Metropolitana	19,18%	11,40%	29,93%	7,44%	5,96%	34,95%	30,31%	14,82%	19,92%
XV - Arica y Parinacota	13,36%	8,60%	21,73%	8,65%	2,88%	27,59%	20,38%	23,52%	28,51%
Chile	16,61%	11,05%	26,83%	8,79%	5,47%	34,37%	28,68%	14,02%	22,92%

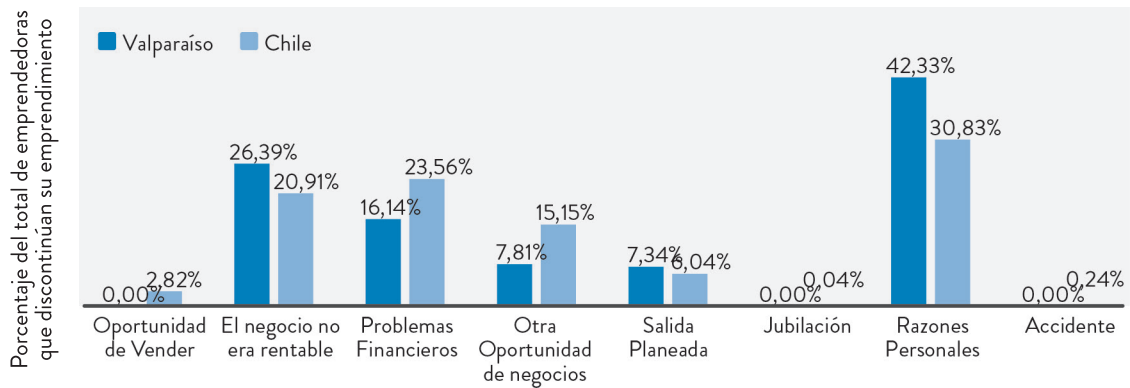
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Para analizar esta dinámica, se les pregunta a los encuestados que han discontinuado algún emprendimiento, la razón principal que los motivó a hacerlo. Cabe mencionar, que 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. Es importante enfatizar que no todos los negocios que no sobreviven deben ser considerados como fracasos. Un estudio de Headd (2003), dio cuenta que los propietarios de aproximadamente un tercio de los negocios que cerraron, dijeron que sus empresas eran exitosas al momento de cerrar.

En este sentido, para muchos emprendedores que salen de un negocio, éste no es el fin de sus carreras emprendedoras, sino un nuevo comienzo. “El reciclamiento de emprendedores” (Mason y Harrison, 2006) se manifiesta principalmente de dos formas. En primer lugar, los emprendedores que se salieron pueden volver a entrar y en segundo lugar, los emprendedores que se han salido es más probable que inviertan en los negocios de otras personas que el resto de la población.

Para el caso de la Región de Valparaíso, la **Figura 7** muestra que efectivamente los problemas relacionados con la rentabilidad del negocio (26,49%) y razones personales (42,33%) son causas fundamentales para la discontinuación de negocios tanto en Valparaíso como a nivel nacional. Quizás lo más destacable, al comparar los emprendedores de Valparaíso con la media nacional, es la prevalencia de problemas financieros sobre otras oportunidades de negocios.

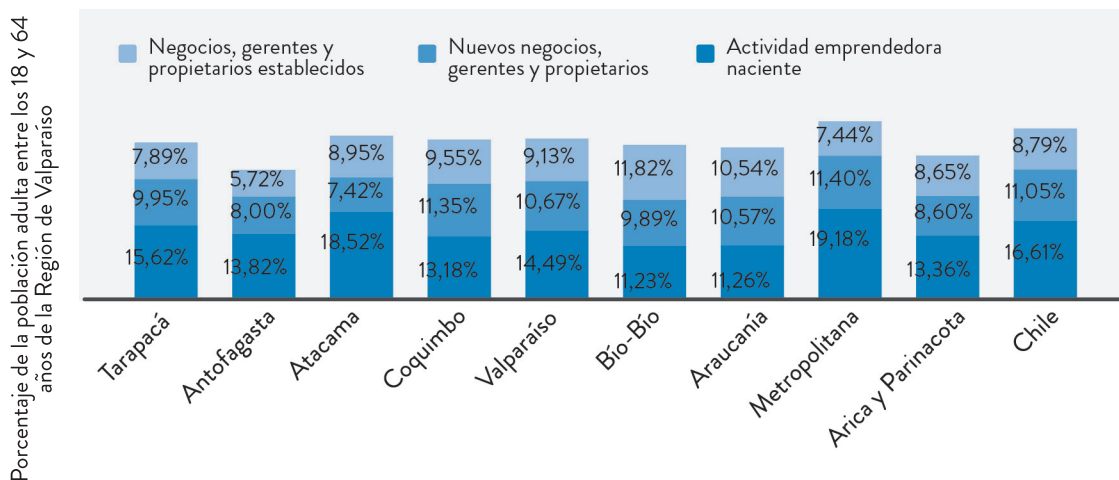
Figura 7: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Las diferentes distribuciones de los porcentajes emprendedores por cada etapa del negocio puede deberse a diferencias en las características institucionales, aspectos demográficos, cultura empresarial y grado de bienestar económico. Es importante considerar que en nuestro país cada región presenta una realidad diferente y muy particular. La **Figura 8** demuestra de forma más clara estas diferencias en las distribuciones, ya que representa la proporción de cada una de las diferentes categorías de actividad emprendedora en las regiones analizadas.

Figura 8: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Motivaciones emprendedoras

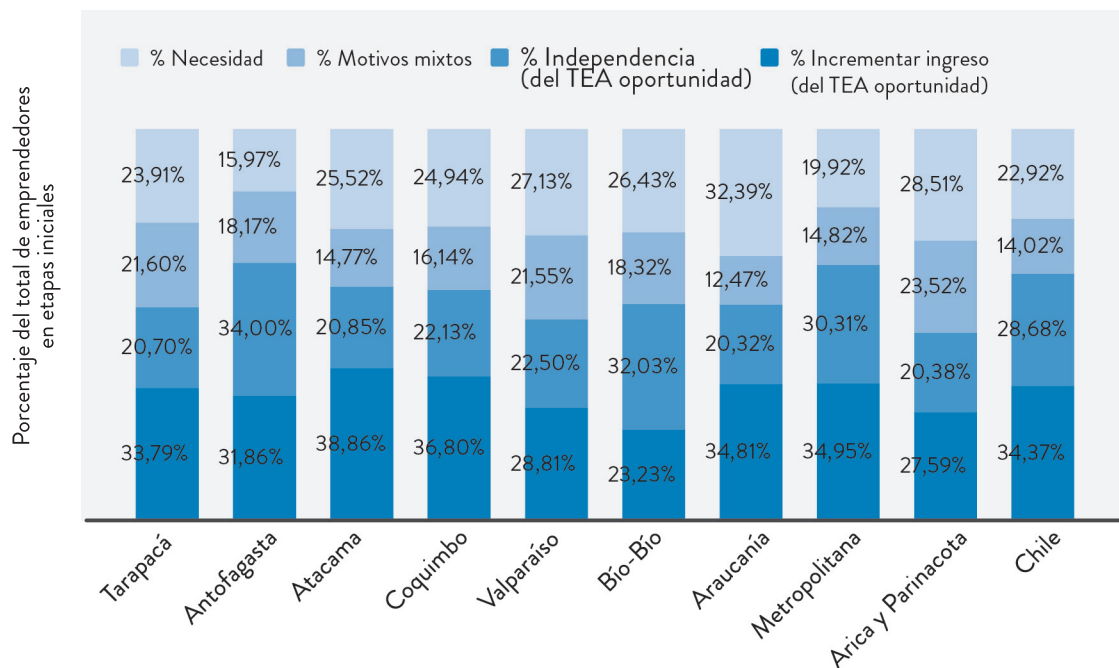
Como ya se había mencionado previamente, un aspecto muy importante de la actividad emprendedora se relaciona con las motivaciones que tienen las personas para ingresar al mundo de los negocios. Muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad. Otros son “empujados” a emprender porque no tienen o no existe otra opción para ellos en el mercado laboral. Como se mostró en la **Figura 5** el GEM identifica que las personas que son atraídas a emprender por oportunidad, son impulsados por dos motivos: emprender porque quieren incrementar sus ingresos en comparación a los que obtendrían, por ejemplo, siendo empleados y en segundo lugar, una mayor independencia. Esta es una medida “refinada” de la cual se han extraído los motivos mixtos y aquellas personas que si bien manifestaron tener una oportunidad, sólo querían “mantener sus ingresos”. Se considera que el hecho de “mantener el ingreso” no es una legítima manifestación de emprendimiento por oportunidad, por lo que para este tipo de actividades aunque el individuo haya dicho “seguir una oportunidad de negocio” no son consideradas dentro del indicador oportunidad.

En contraparte, los **emprendedores por necesidad** incluyen a las personas que sostienen que no tienen otra manera de ganarse la vida. Con esta medición, hay que tener en consideración que es posible que el GEM esté subestimando el emprendimiento por necesidad y sobreestimando el emprendimiento por oportunidad. Esto porque 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”. Frente a esto, las personas tienen 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.

Este indicador sólo incluye aquellos que son atraídos al emprendimiento por una oportunidad y porque desean independencia o incrementar sus ingresos, no aquellos que son empujados a emprender por necesidad o aquellos que sólo pretenden mantener su nivel de ingresos.

La **Figura 9** muestra el balance de los motivadores para emprender en etapas iniciales. Como se observa, en la Región de Valparaíso existe un porcentaje importante de emprendedores que se encuentran motivados por oportunidad, ya sea con el objetivo de incrementar su ingresos o lograr independencia económica. Este hecho es interesante ya que se espera que estos sean el tipo de emprendimiento que generen un mayor impacto en la actividad económica regional.

Figura 9: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales

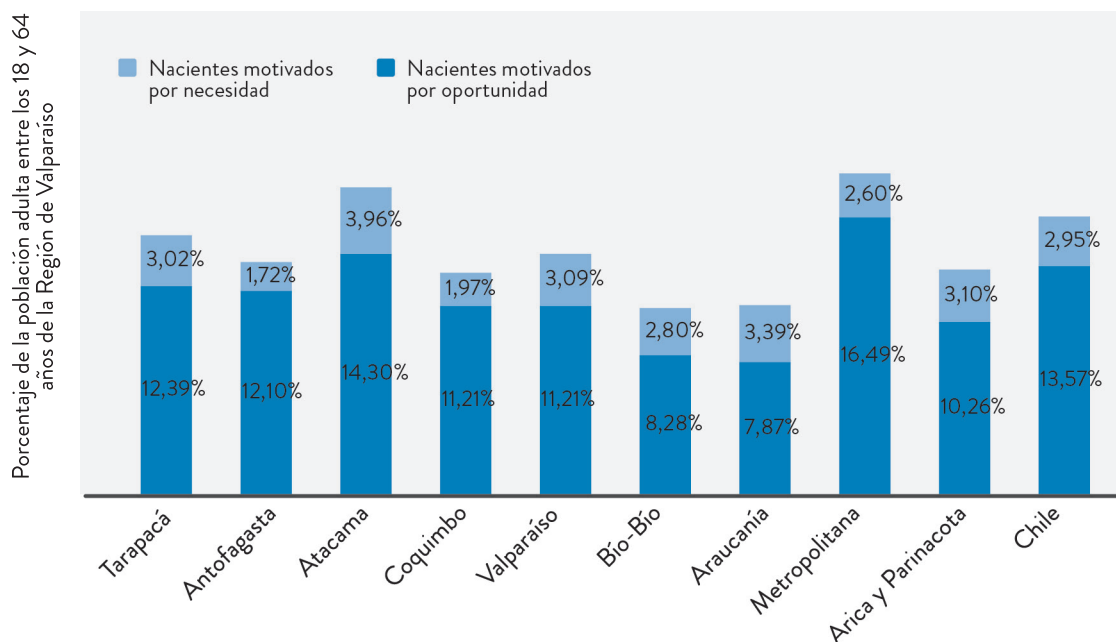


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Un análisis más específico de la Región de Valparaíso da cuenta de un quiebre respecto de la tendencia mostrada hasta el año anterior, pues se observa una importante disminución de emprendedores con motivos relacionados con oportunidad, pasando de un 66,5% de la medición anterior a un 51,3% este año. En esa misma línea, es importante mencionar que la actividad emprendedora regional ligada a la detección de oportunidades no solo ha disminuido respecto de la medición anterior, sino que también es menor a la media nacional. En efecto, el 27,13% (frente a un 22,92% a nivel país) está motivado por necesidad y no tiene otra forma de ganarse la vida mientras que en la medición anterior esta cifra solo alcanzaba el 16,95% de los emprendedores de Valparaíso.

Otra forma de analizar las motivaciones para emprender consiste en analizar a los emprendedores nacientes. Esto significa, analizar si ellos están motivados por necesidad o por la búsqueda real de una oportunidad. Históricamente, los resultados del GEM indican que las personas emprenden mayoritariamente por oportunidad. La **Figura 10** muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes en las regiones de Chile asociadas al GEM Chile 2014.

Figura 10: Emprendedores nacientes por motivación para emprender



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Como se observa en la **Figura 10**, al comparar con los porcentajes observados a nivel nacional, es posible inferir que en la Región de Valparaíso existe un porcentaje levemente menor de emprendedores nacientes motivados por una oportunidad, por el contrario, existe un porcentaje levemente mayor de emprendedores nacientes motivados por necesidad en comparación a la media nacional. Asimismo, si se compara estas cifras con las obtenidas en la medición anterior, se observa que el número de emprendedores nacientes motivados por oportunidad disminuye levemente respecto al año anterior, siendo de un 13,7% en la medición del año 2013 y de un 11,21% en la presente medición. Lo contrario se observa respecto de los emprendedores nacientes motivados por necesidad respecto de la población total, siendo de un 1,6% en el año 2013 y de un 3,09% para la presente medición del año 2014.

Finalmente, la información expuesta nos permite constatar que en la Región de Valparaíso la mayor parte de los emprendedores comienza un negocio motivados por oportunidad y pese a que este indicador es una buena señal del desarrollo de nuestra región, aún hay muchas cosas por hacer. El reto propuesto en los ciclos anteriores del GEM continúa y se sigue orientando a tener indicadores más cercanos a los de las economías más desarrolladas, esto porque mayores oportunidades para hacer negocios y menores grados de emprendimiento por necesidad dependerán de que se cumplan mejores condiciones en todo el “ecosistema emprendedor”. La mala noticia, es que en términos absolutos se observa que ha disminuido el porcentaje total de emprendedores en etapas nacientes (15,3% para el 2013 versus un 14,49% para el 2014) y este porcentaje, a su vez, ha dejado de estar en el grupo de los más altos si se compara a nivel regional a lo largo de Chile (16,61% es la media nacional).

Distribución por sectores

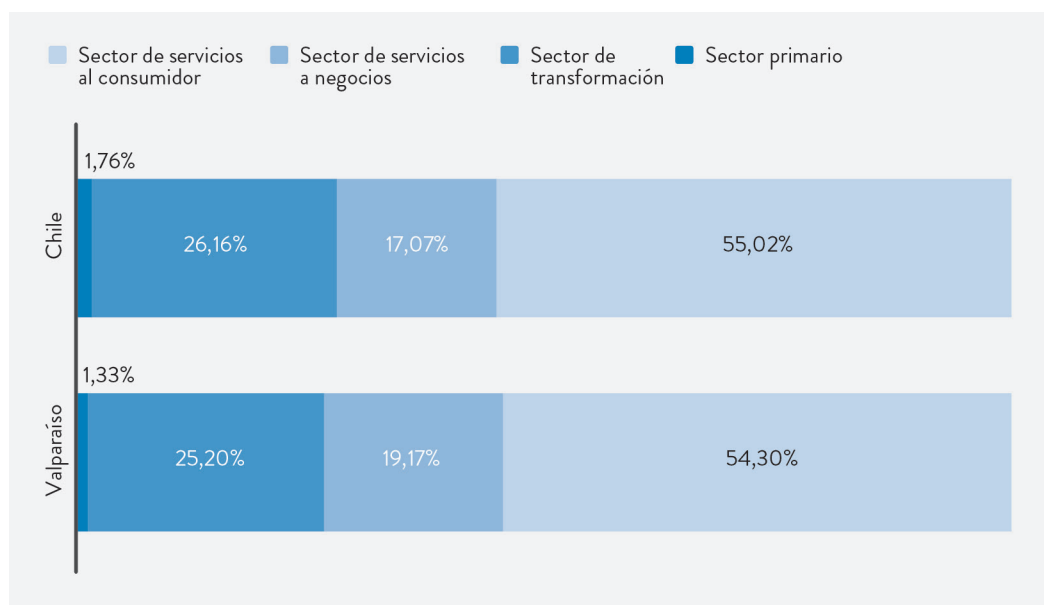
Las **Figuras 11 y 12** muestran la distribución de los emprendimientos por sector económico tanto a nivel de la Región de Valparaíso como a nivel nacional, diferenciando dicha actividad en tanto es actividad emprendedora inicial o establecida.

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

Esta misma distribución se observa en los emprendedores establecidos, tanto a nivel regional como nacional. Lo anterior indica la importancia que tienen los consumidores finales; quienes ocupan el último lugar de la cadena de producción y distribución, y cuyas demandas de productos y servicios motivan a la mayoría de las iniciativas emprendedoras.

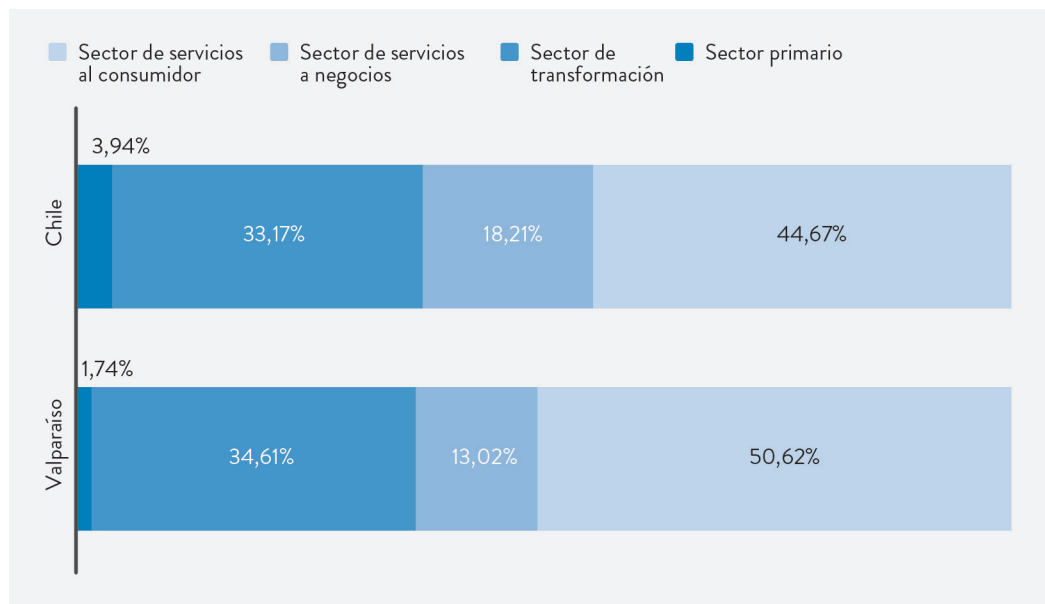
La distribución sectorial de la actividad emprendedora total en la Región de Valparaíso continúa orientada hacia el consumidor final, como se ha visto en todos los Reportes Regionales desde el 2007, y si se observa dentro de este sector, las categorías más relevantes se relacionan con la venta al detalle (minimarket y tiendas de vestuario) y restaurantes. 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. Por lo tanto, es más común observar este tipo de actividades frente a negocios más sofisticados, más frecuentes en economías más desarrolladas. Otro gran sector en donde se concentra el emprendimiento es en el de transformación, donde tiene un mayor desarrollo el área manufacturera. Los sectores más importantes son alimentos, textiles y madera, sin embargo, muchos de los emprendimientos son a pequeña escala o muy artesanal.

Figura 11: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Figura 12: Actividad emprendedora establecida por sector económico



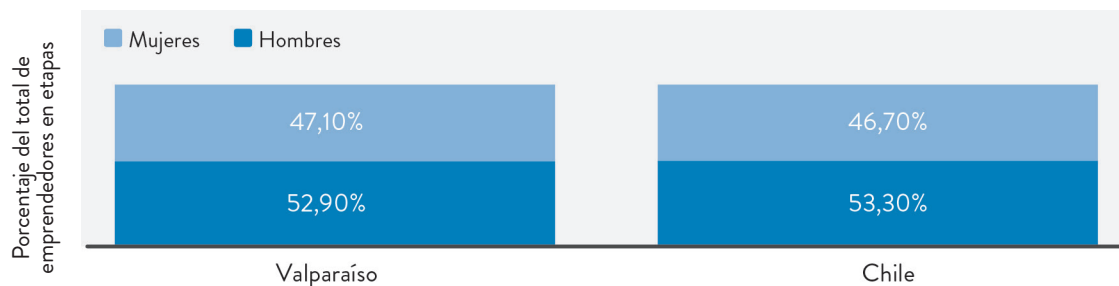
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Edad y Sexo

Una sociedad puede verse beneficiada por los emprendedores de todas las edades. Por un lado, los emprendedores jóvenes son más propensos a tener ideas nuevas y creativas, sin embargo, tienden a ser menos propensos a endeudarse. En el otro extremo, los emprendedores que poseen más experiencia pueden aprovechar sus conocimientos, contactos y capital ahorrado, no obstante, los emprendedores de este grupo son más reacios a incorporar nueva tecnología (Bosma y otros, 2012). Históricamente se ha observado que en nuestro país hay menos mujeres emprendiendo que hombres, y las mujeres por lo general lo hacen a edades más tardías que los hombres.

Como se ha visto a través de los años de realización del GEM, los niveles de actividad emprendedora difieren entre países y regiones, por lo cual es interesante estudiar algunas de las características propias de los emprendedores. Una perspectiva general en el entorno GEM en las regiones de Chile se muestra en la **Figura 13**, en donde se puede observar el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora en etapas iniciales. En las regiones chilenas predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. Los indicadores para la Región de Valparaíso respecto al total de los emprendedores en etapas iniciales muestran que el 52,9% son hombres frente a 47,1% de mujeres. Estos resultados muestran un equilibrio constante respecto a los resultados obtenidos en los últimos años y respecto a los resultados a nivel nacional.

Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales

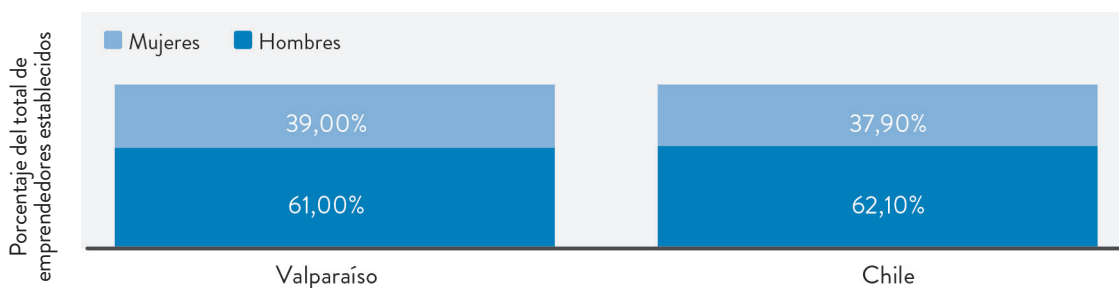


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Por su parte la **Figura 14** muestra el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora establecida. De nuevo en las regiones de Chile predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. Para nuestra región, en el año 2013 se obtuvieron indicadores de 57,7% de hombres frente a 42,3% de mujeres, en el 2014 se registra un leve aumento de emprendedores de sexo masculino llegando a un 61% frente a un 39% para el caso de las mujeres.

Llama fuertemente la atención cómo tanto a nivel regional como a nivel nacional el porcentaje de emprendedores hombres aumenta respecto al porcentaje de emprendedores mujeres si lo comparamos con los resultados para emprendedores en etapas iniciales. Esto puede interpretarse como que todavía a las mujeres les complica más que a los hombres mantener sus emprendimientos a lo largo del tiempo.

Figura 14: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida

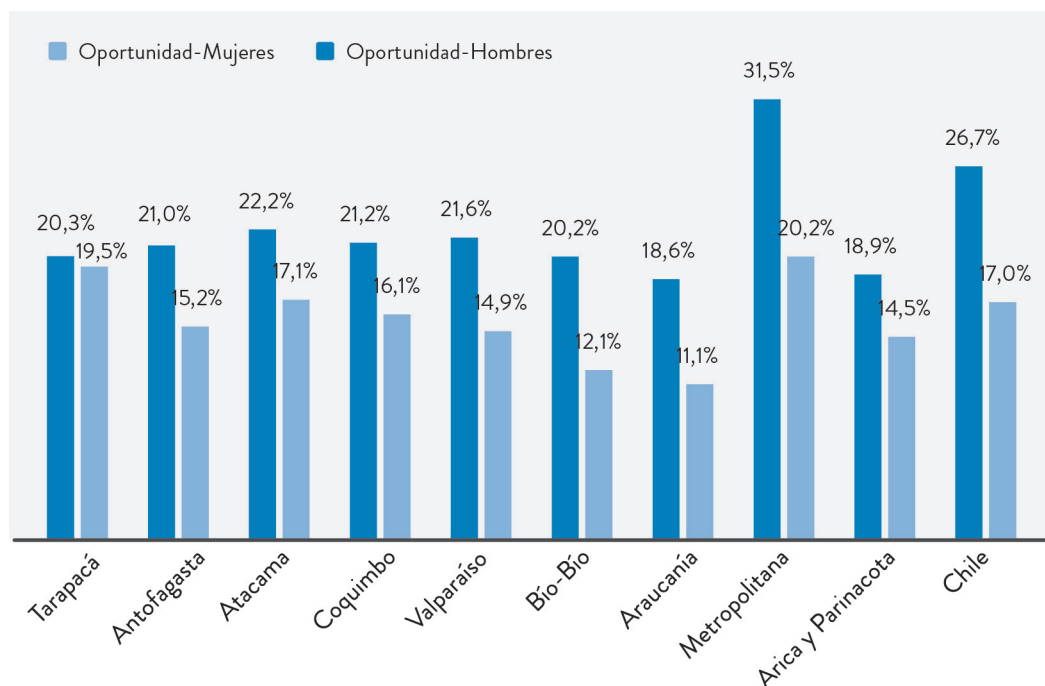


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

Respecto a la motivación principal para emprender, en la Región de Valparaíso hay un mayor número de hombres frente a las mujeres cuya motivación es la oportunidad. Para el período 2013 el porcentaje de hombres con actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad fue de 26,5% frente a 13,9% de las mujeres, lo cual entregó un ratio de 0,52 (0,63 en 2012). Sin embargo, para la presente medición del año 2014 se observa un aumento en el ratio pasando a un 0,68 con un 21,6% de hombres y un 14,9% de mujeres. Como se puede observar en la **Figura 15**, en las regiones de Chile estudiadas sigue prevaleciendo el hecho de que son los hombres quienes mayoritariamente “capturan” las oportunidades e inician un negocio o nueva empresa motivados

por la búsqueda real de oportunidades en el mercado, dentro de este marco lo más relevante para la región de Valparaíso es que este año disminuye la diferencia entre hombres y mujeres en cuanto a la motivación por oportunidad en emprendimientos en etapas iniciales.

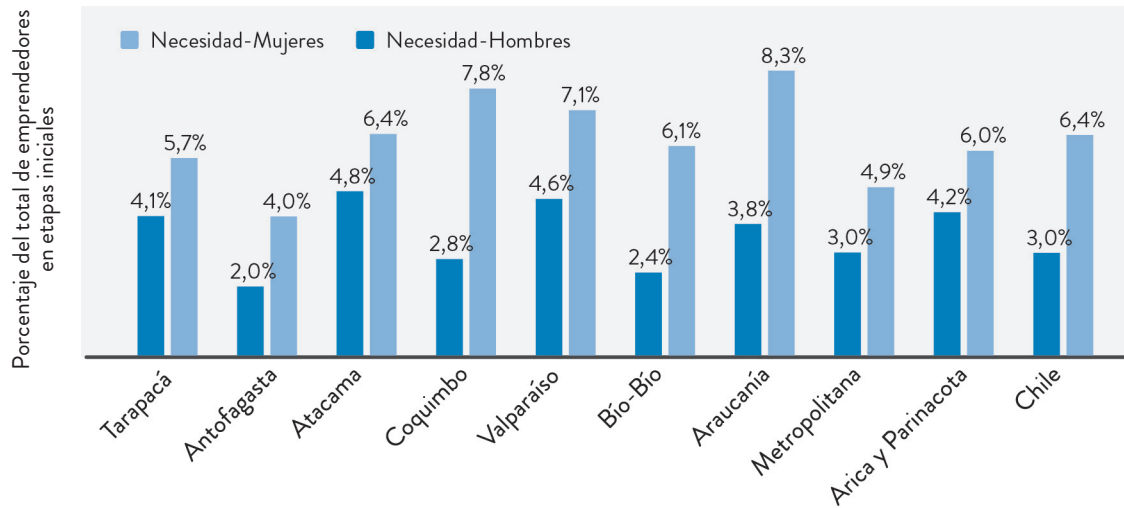
Figura 15: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.

En contraparte, en el emprendimiento en etapas iniciales motivado por necesidad (**Figura 16**) se observa el interesante cambio de que existe un mayor porcentaje de mujeres frente a hombres emprendiendo por necesidad en buena parte del país. Evidentemente lo que se espera es que haya menos emprendimiento por necesidad sin importar el género, aún así resulta interesante analizar estas diferencias. Los indicadores del año 2013 para la Región de Valparaíso presentaban cifras de 4,11% para mujeres frente a 3,25% en hombres, lo cual daba un ratio de 1,26. Esta relación se hace más pronunciada para la medición del año 2014 con un 4,6% de hombres y un 7,1% para mujeres, con un ratio de 1,54. Así mismo destaca el aumento independiente del género en cuanto a esta motivación en emprendimientos en etapas iniciales para la región de Valparaíso.

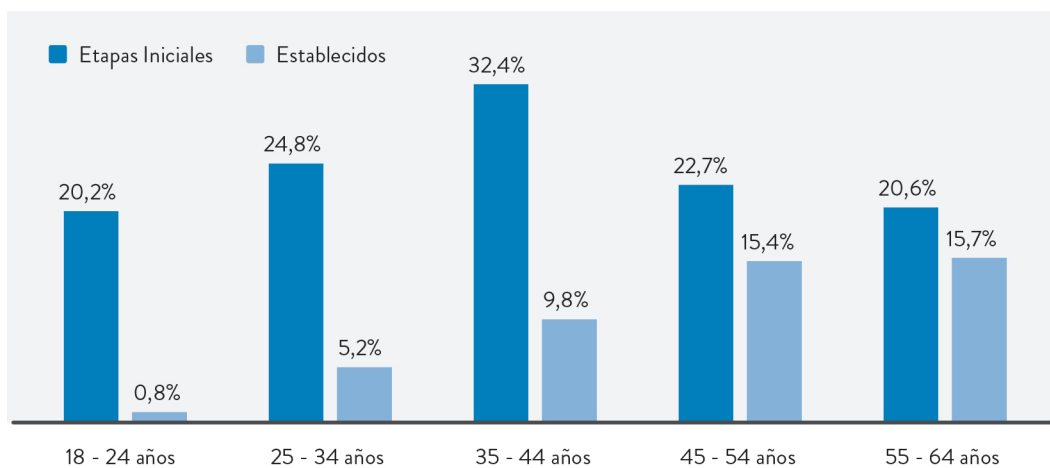
Figura 16: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2014.4.

La **Figura 17** muestra los rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora en la Región de Valparaíso, tanto en etapas iniciales como establecida. Estas cifras son como porcentaje de la población adulta. Siguiendo una tendencia similar al marco nacional, en la Región de Valparaíso, la estructura de edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales está mayoritariamente en el rango de 35 a 44 años, mientras que los emprendedores establecidos tienden a presentar mayores rangos de edad, principalmente sobre los 45 años.

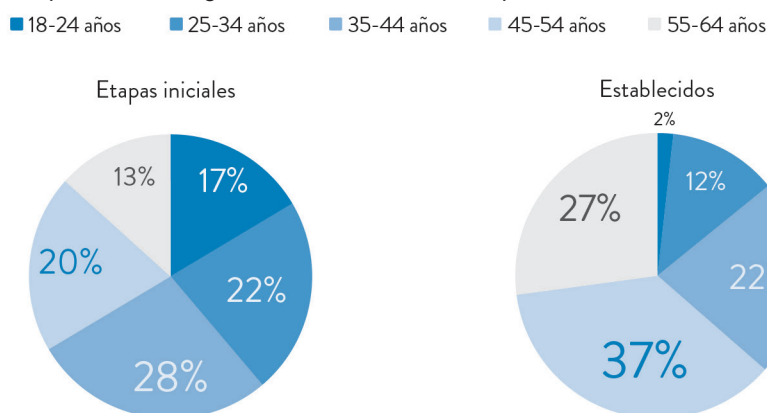
Figura 17: Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Para el periodo 2014 en la Región de Valparaíso, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 39 años y la de los establecidos es 47 años. Esto muestra una constante respecto de la medición del 2013 (37 años para etapas iniciales y 47 para establecidos). Como se puede observar en la **Figura 18** los porcentajes de edad de personas involucrados en alguna actividad emprendedora en la Región de Valparaíso 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 de Valparaíso el emprendimiento se inicia a una edad más tardía.

Figura 18: Proporción de rango de edad en actividad emprendedora

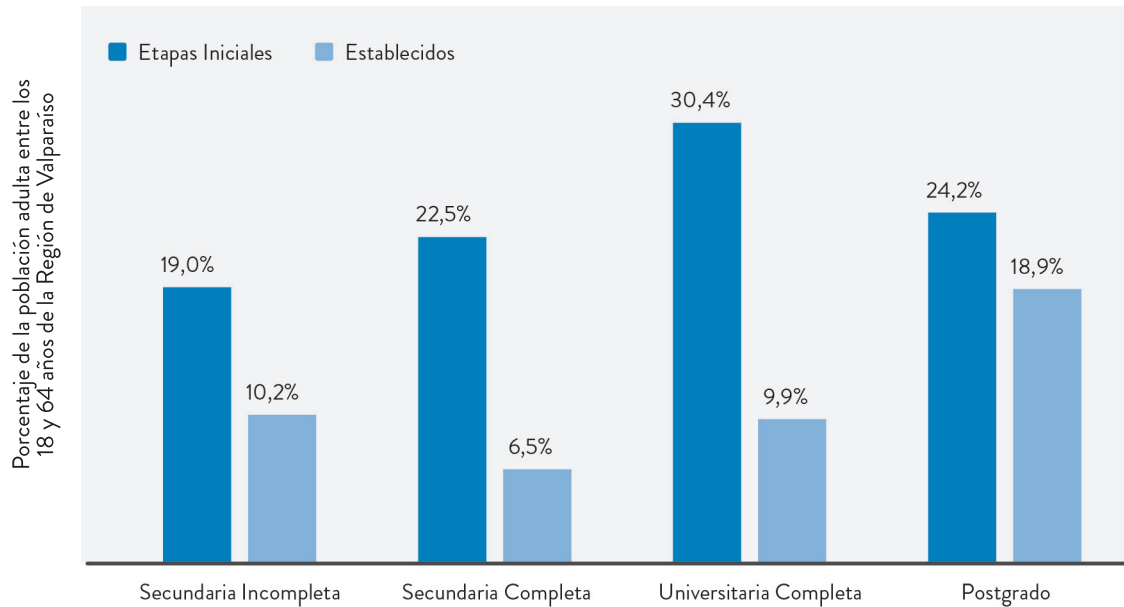


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Nivel Educativo

El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de poder hacerlos comparables. 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 19** muestra las estimaciones de porcentajes de población adulta de la región involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo. Estas cifras son como porcentaje de la población adulta. Resulta interesante observar que, como proporción de la población, mientras mayor el nivel educativo mayor la proporción de emprendedores, en efecto, la mayor parte de los emprendedores en etapas iniciales tienen educación universitaria (30,4%) mientras la mayor parte de los emprendedores establecidos tienen postgrado (18,9%).

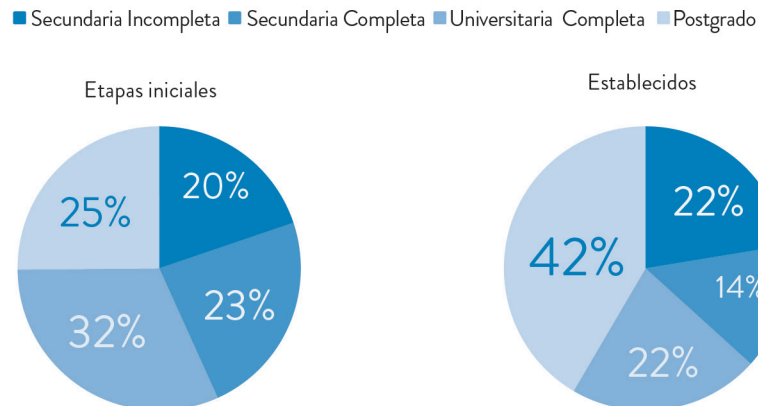
Figura 19: Nivel educacional en los emprendedores de la Región de Valparaíso



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Ahora bien, utilizando los datos de los encuestados involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales y establecidas en la Región de Valparaíso, la **Figura 20** muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación formal utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en el país. Se observa que los emprendedores en etapas iniciales en su mayoría poseen estudios superiores (la suma de formación técnica, universitarios y estudios de postgrado).

Figura 20: Proporción de nivel de estudios en actividad emprendedora



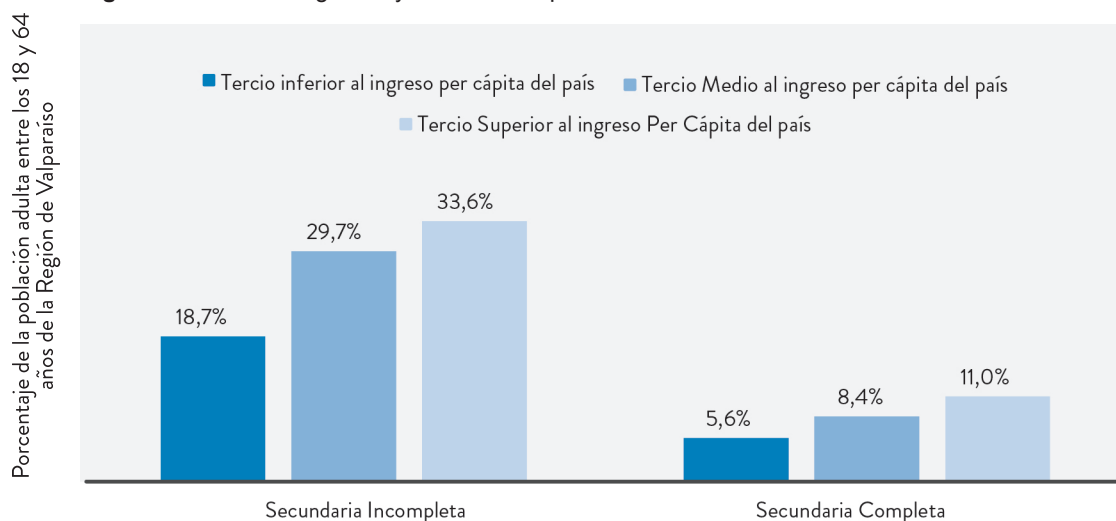
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Como conclusión de esta sección podemos observar que la actividad emprendedora en la Región de Valparaíso está muy asociada a mayores niveles educativos, lo cual se relaciona con la mayor proporción de emprendedores que manifiestan seguir una oportunidad de negocio respecto a aquellos que lo hacen por necesidad. El emprendimiento por necesidad en términos generales en la Región de Valparaíso como en el resto de las regiones de Chile y en los países en vías de desarrollo en general, se asocia con menores niveles educativos.

Nivel de Ingresos

Un indicador relevante es situar a los emprendedores en los diferentes niveles de renta familiar (ingresos). Con el fin de estandarizar la información y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM divide el ingreso de las personas en tercios de acuerdo al ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. La **Figura 21** muestra estos porcentajes como proporción de la población adulta para la Región de Valparaíso. Como se puede observar, la mayoría de los emprendedores de la Región se sitúa en la media o por arriba de la media de ingreso per cápita del país.

Figura 21: Nivel de ingresos y actividad emprendedora

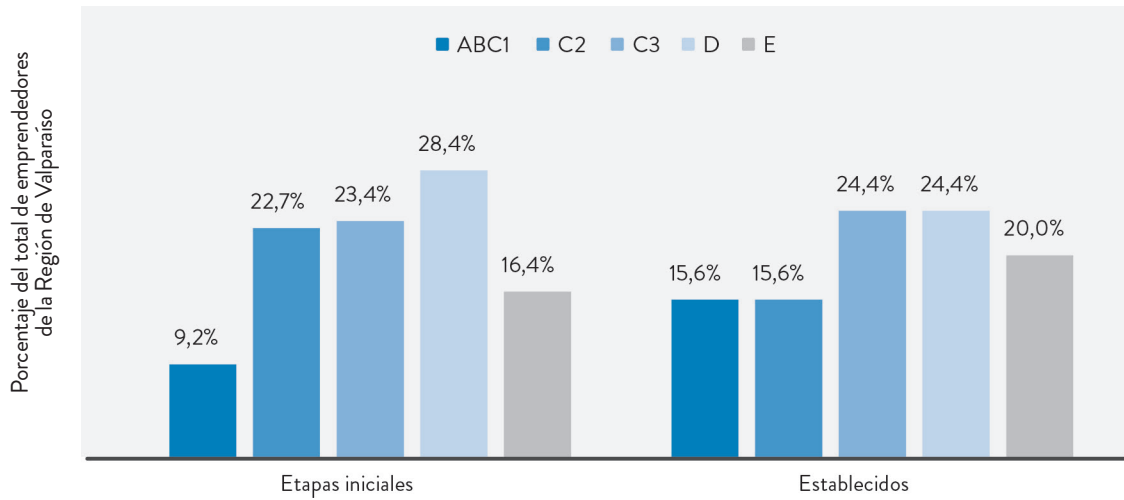


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 22** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías². Tanto en emprendedores iniciales como establecidos, el mayor porcentaje se encuentra en los niveles socioeconómicos C2 y C3. En efecto, a medida que se consolida la actividad emprendedora los ingresos tienden a subir en términos porcentuales, llegando a que un 28,4% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran en el nivel socioeconómico C2, porcentaje levemente mayor al caso de emprendimientos establecidos (24,4%). Se destaca también una mayor proporción de emprendimientos establecidos en el nivel socioeconómico ABC1 (20%), respecto de sus pares en etapas iniciales (16,4%), lo que podría explicarse debido a los establecimientos de los emprendimientos y, por consecuencia, el aumento de los ingresos.

² Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 – 230.000; D \$230.001 – 400.000; C3 \$400.001 – 680.000; C2 \$680.001 – 1.200.000; ABC1 más de \$ 1.200.001

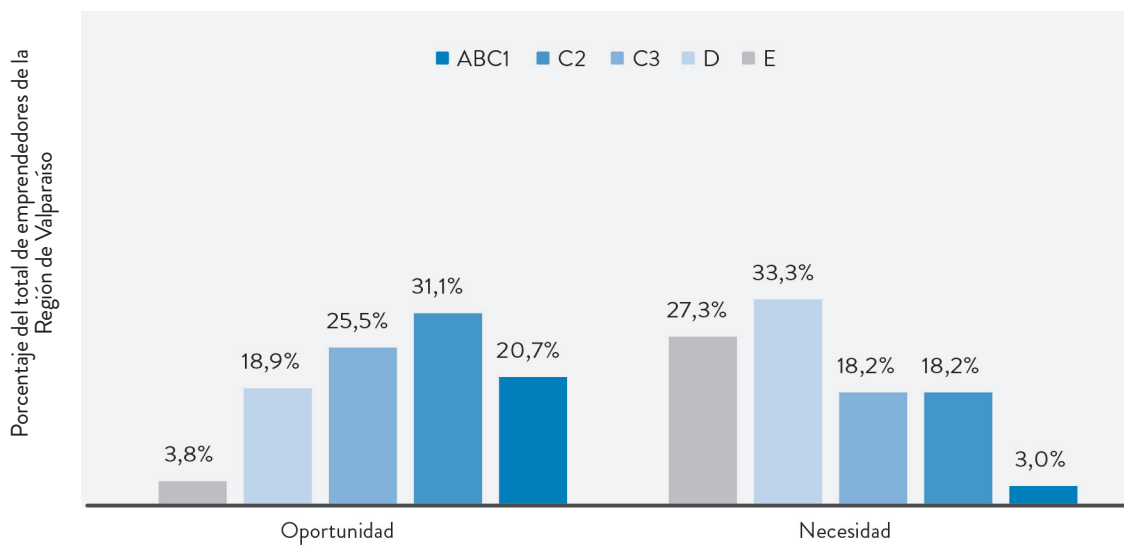
Figura 22: Actividad emprendedora según ingreso familiar



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

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 menor nivel de ingreso y el de quienes lo hacen por oportunidad corresponde al nivel de mayores ingresos como lo muestra la **Figura 23**, situación que se agudiza en el caso de emprendedores motivados por necesidad y nivel socioeconómico ABC1 (3%).

Figura 23: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación



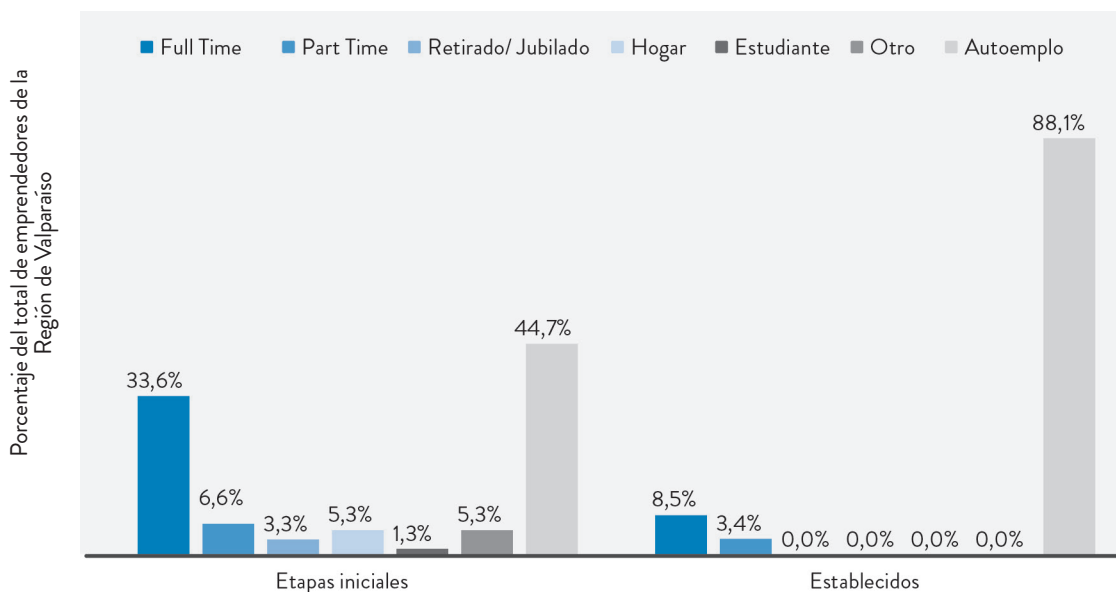
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Situación laboral de los emprendedores

Un aspecto importante es analizar cuál es el estatus laboral de los emprendedores, dado que históricamente la gran mayoría, sobre todo los establecidos, muestran que son autoempleados o autónomos, es decir no tienen empleados formales. En este sentido es necesario aclarar que este porcentaje de personas que se declaran autoempleadas muchas veces incluye a emprendedores que trabajan con otras personas, generalmente familiares, que si bien no son considerados empleados formales, porque no reciben remuneración ni cotizan en los sistemas de salud o AFP, sí forman parte de una fuerza laboral importante para el negocio pues desarrollan labores dentro de la empresa. **La Figura 24** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo, tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

Para el periodo actual se destaca que el 44,7% de los emprendedores en etapas iniciales declaró encontrarse en un estado de autoempleo, situación que se agudiza para el caso de emprendedores establecidos llegando al 88,1%. La Figura 24 muestra la distribución porcentual del tipo de empleo tanto para emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

Figura 24: Actividad emprendedora según tipo de empleo



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

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 con diferentes indicadores aspectos que permiten entender mejor la “naturaleza” y reflejar mejor aspectos más cualitativos de la actividad emprendedora. No es lo mismo ser un autoempleado que elabora comida en su casa para vender, que ser un empresario que inició y consolidó una cadena de restaurantes en múltiples países. 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

La metodología empleada por el GEM permite categorizar desde las primeras etapas a los emprendedores hasta las expectativas de alto crecimiento. Para esto, el GEM le pide a todos los encuestados que manifestaron ser emprendedores que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los propietarios). Las cifras a nivel global indican que la mayoría de los emprendedores iniciales, se sienten capaces de crear empleos. Sin embargo, las expectativas de alto crecimiento (expectativas de crear más de 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años) son poco frecuentes en nuevos emprendedores, sólo el 12,3% de ellos se puede categorizar como emprendedor en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento, mientras que en el caso de emprendedores establecidos esta cifra alcanza solo un 6,3%.

Dado que la medición realizada por el GEM en el ámbito de las aspiraciones de crecimiento está vinculada a las expectativas de generación de puestos de trabajo, hay que reconocer que los emprendedores en etapas iniciales pueden ser optimista en sus ambiciones, sin embargo, éstas desde luego no siempre conducen a realizaciones. Pese a lo anterior se ha establecido que el crecimiento rara vez se logra sin tener expectativas de crecimiento (Stam y otros, 2012).

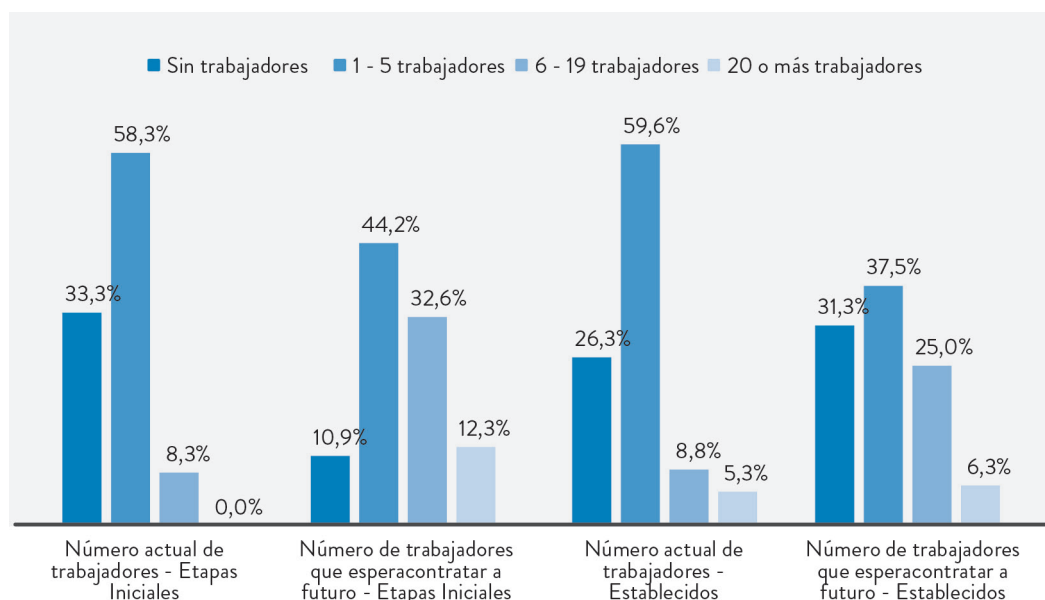
Las cifras fueron agrupadas en cuatro categorías: (1) sin expectativas de generar empleo, (2) bajas expectativas de generar empleos, (3) expectativas medias de generar empleos y (4) altas expectativas de generar empleos. Esta distinción es relevante, ya que existen diferencias sustanciales entre las características de estos grupos y las razones subyacentes para la generación de puestos de trabajo.

El primer grupo está formado por los empresarios que trabajan por cuenta propia y no tienen intención de crear empleos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, quienes fueron forzados a emprender por necesidad, así también como aquellos que están satisfechos con trabajar como un profesional independiente. En el grupo de bajas expectativas de generación de empleo se encuentran los emprendedores en etapas iniciales que son modestos creadores de empleo y, a menudo contratan a personas de su propia red personal (como miembros de la familia y amigos). En el tercer grupo están los emprendedores dispuestos a emplear varias personas, pero que no desean un mayor crecimiento. Por último, en el último grupo se encuentran los emprendedores ambiciosos y quienes sobrestiman el número de puestos de trabajo que esperan generar. Los emprendedores de este grupo -algunas veces conocidos como "gacelas"- tienen un impacto sustancial en la creación de empleo (Autio, 2007; Acs, 2008), por lo que reciben mucha atención de los políticos.

Como se observa en la **Figura 25**, la mayor parte de los emprendedores -tanto en etapas iniciales como establecidas- actualmente tienen entre 1 a 5 trabajadores en sus negocios, seguido por quienes no tienen trabajadores, luego por quienes tienen entre 6 y 19 trabajadores y con porcentajes mucho más bajos, quienes tienen de 20 a más trabajadores. Tal distribución demuestra que en nuestro país los emprendimientos son preferentemente medianos. No obstante, si se analiza el número de trabajadores que los emprendedores esperan contratar a futuro, se observa que pese a que los emprendimientos son medianos, aspiran a seguir creciendo.

Según las cifras, se estima que el 44,2% de los emprendedores en etapas iniciales y el 37,5% de los establecidos aspiran sólo a contratar de 1 a 5 trabajadores en el futuro mostrando un significativo descenso respecto del año 2013 (53,3% y 54,8% respectivamente), seguido por un 32,6% de emprendedores en etapas iniciales que aspira contratar de 6 a 19, situación que indica una intención clara de crecimiento en este grupo.

Figura 25: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Competitividad

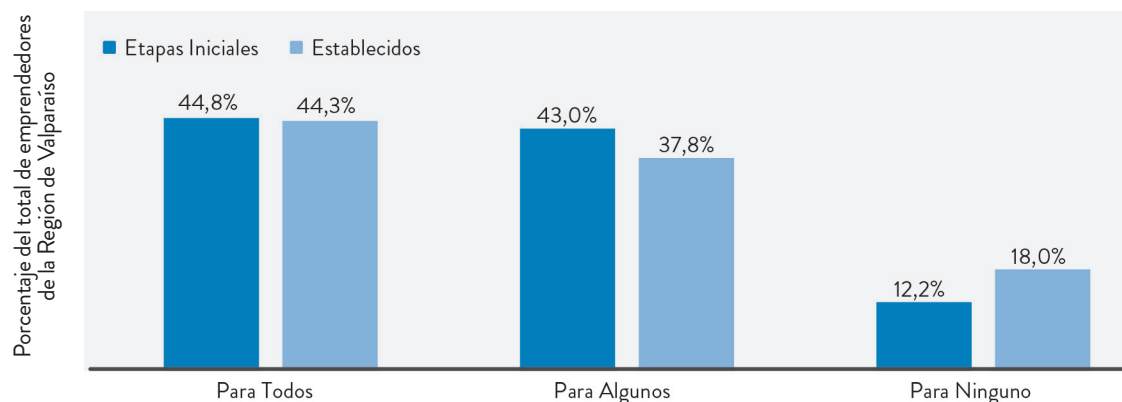
Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de la misma. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio en el 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.

Si bien muchos de estos aspectos se pueden referir al entorno competitivo de cada país, es difícil inferir si un país en particular tiene más emprendedores con potencial competitivo que

otro porque simplemente los recursos no se distribuyen de forma equitativa. Una consideración importante de este indicador combinado es que para poder comparar entre países o 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 algunos países 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. Así, algunos países de economías basadas en eficiencia, Chile entre ellos, presentan los mayores índices. Esto se puede deber a que los mercados internos tal vez no sean tan competitivos o la “novedad” radica en que ciertamente no había algo similar en ese país pero que en otro contexto es de uso habitual. Un mercado relativamente pequeño como el chileno tiende a ser más competitivo internamente. Asimismo, la relativa competitividad ganada por el país en los últimos años también puede reflejar este “optimismo” por parte de los emprendedores.

La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitivo” 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. Como se puede observar en la **Figura 26**, tanto los emprendedores en etapas iniciales como los establecidos manifiestan que en un alto porcentaje sus productos o servicios son nuevos en el mercado (44,8% y 44,3% respectivamente) manteniendo la tendencia del año anterior, lo cual está reflejando cierto grado de innovación que puede estar relacionado con la búsqueda de oportunidades de mercado. En contraparte quienes ofrecen productos “más tradicionales” se encuentran principalmente entre los emprendedores establecidos, ya que un 18% manifiesta que no son novedosos, registrando un fuerte aumento respecto de la medición anterior (6,5% en 2013). En resumen, podemos decir prácticamente que la mitad de los emprendimientos tanto en etapas iniciales como establecidos para la Región de Valparaíso en el periodo 2014 está ofreciendo productos o servicios totalmente innovadores, lo cual se sitúa nuevamente por sobre el nivel nacional donde un 47,7% de los emprendedores en etapas iniciales y un 41% de los emprendedores establecidos están ofreciendo productos totalmente innovadores.

Figura 26: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores

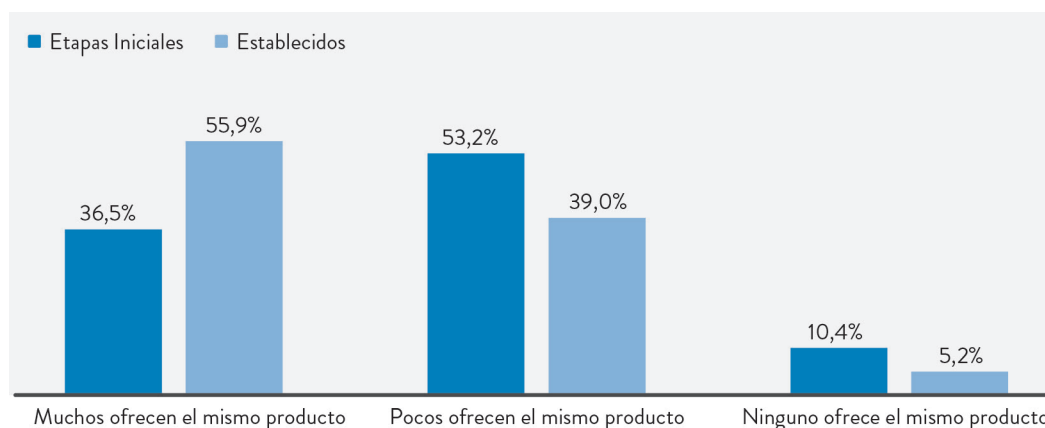


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

El segundo factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. La **Figura 27** muestra que apenas un 10,4% de los emprendedores en etapas iniciales y un 5,2% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad para

detectar nuevos nichos de mercado. Si bien, los emprendedores en etapas iniciales manifiestan tener menos competencia, tienen por lo tanto, una mejor posición competitiva relativa. Cabe destacar que en este ítem también se registra una peor situación en comparación al año anterior donde un 11,2% de los emprendimientos en etapas iniciales y 11,4% de los establecidos declaraban no percibir competidores directos. La Región de Valparaíso evidencia indicadores similares al promedio de Chile: 10,3% en los emprendedores en etapas iniciales y 5,1% para los emprendedores establecidos.

Figura 27: Intensidad de la competencia esperada

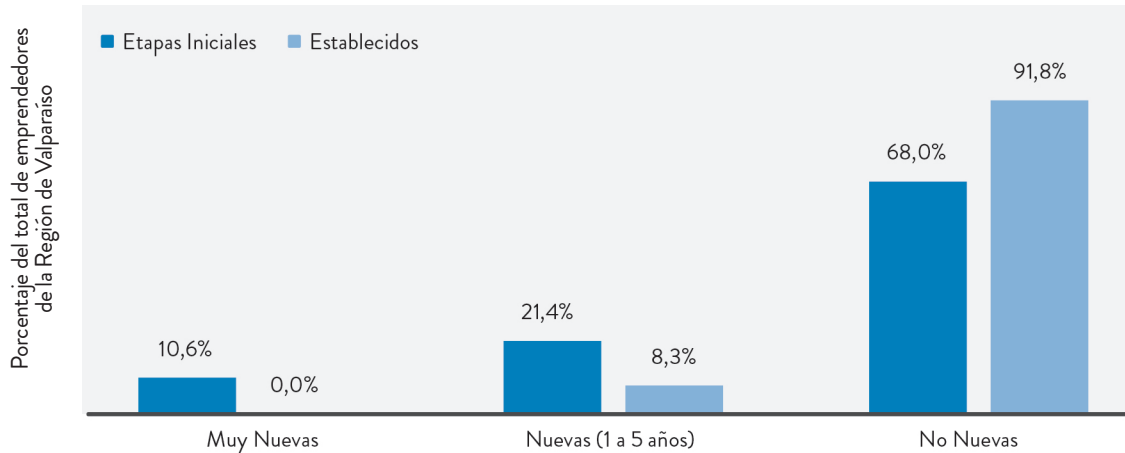


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Otro factor está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. Por lo general, se puede asociar el uso de nuevas tecnologías a una mejor utilización de los recursos, mayor productividad, mejor calidad, etc. La **Figura 28** muestra como los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos no utilizan nuevas tecnologías o procesos, aunque en etapas iniciales son más propensos a utilizar nuevas tecnologías. Este alto porcentaje en el no uso de nuevas tecnologías o procesos puede estar relacionado con el tipo de emprendimiento que presentan las personas encuestadas. Como ya lo constatamos las actividades predominantes son aquellas que están orientadas al consumidor y que no son muy “sofisticadas” de un punto de vista tecnológico. Si consideramos sólo las actividades que requieren un nivel tecnológico de medio a alto, por ejemplo telecomunicaciones o biotecnología, el porcentaje de emprendimientos en etapas iniciales que están en estos sectores es extremadamente bajo. Por otra parte, 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, lo cual ya se ha analizado en reportes nacionales anteriores. La mala noticia es que para este año se registra una disminución en el uso de nuevas tecnologías, dicho de otra forma, un 68% de los emprendedores en etapas iniciales (53,7% en 2013) y un 91,8% de los establecidos (80,6% en 2013) no utiliza nuevas tecnologías en sus negocios.

Por último cabe indicar que la Región de Valparaíso presenta los peores indicadores en comparación al resto de las regiones del país, en Chile el 59,2% de los emprendimientos en etapas iniciales y 84,6% de los establecidos no usan nuevas tecnologías.

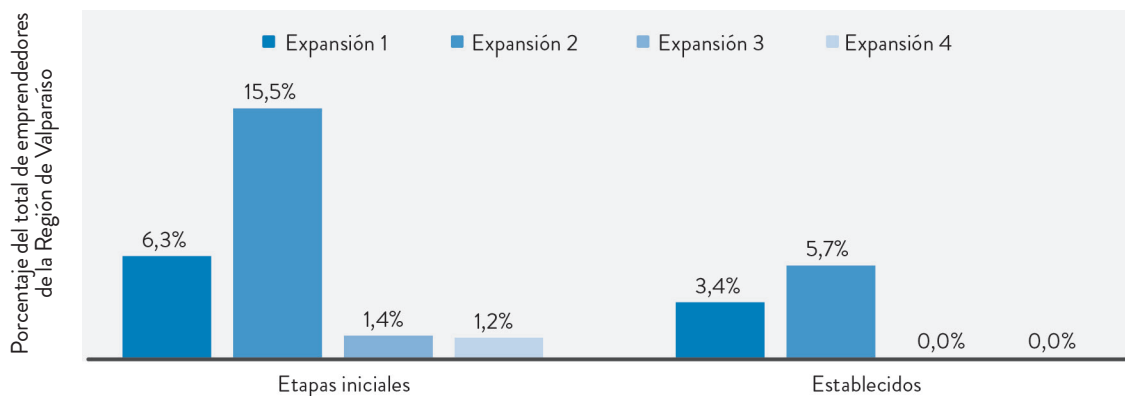
Figura 28: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Otro resultado es la combinación de los factores anteriores relacionados con tecnología más la opinión de los entrevistados 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 29**. El porcentaje de emprendedores en etapas iniciales de la Región de Valparaíso que presentan altas expectativas de expansión de mercado es de 1,2% y 0% en el caso de los establecidos, lo cual es una disminución drástica al comparar las mediciones anteriores (8,3% y 2,1% respectivamente para 2013). Nuevamente observamos que la actividad emprendedora no está muy orientada al crecimiento ni al uso de nuevas tecnologías tanto en productos o servicios como en los procesos, situación que se agudiza en el caso de emprendimientos establecidos donde no se registran emprendedores para las categorías 3 y 4.

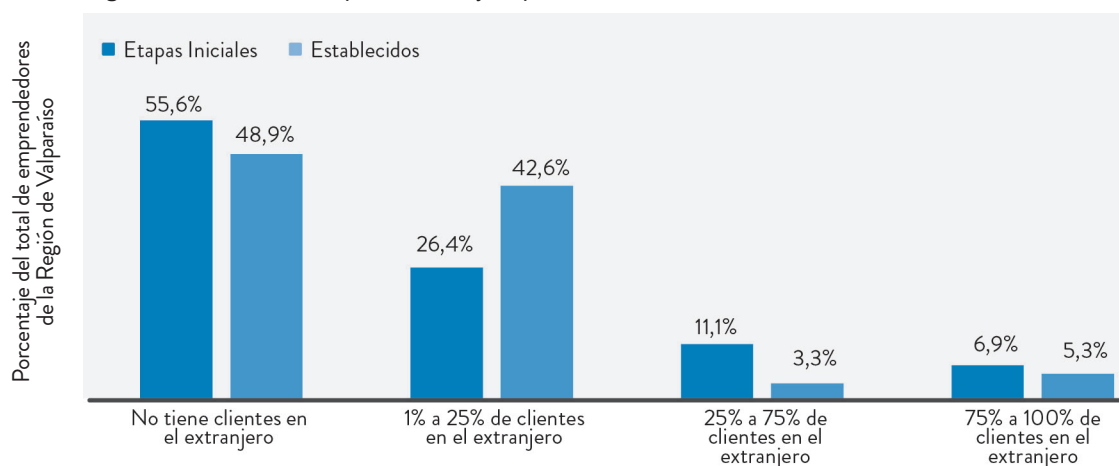
Figura 29: Expectativas de Expansión de Mercado



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

Otro indicador está relacionado a la actividad exportadora de los emprendedores de la Región de Valparaíso, medido por el porcentaje de clientes que tienen en el extranjero. Como se puede observar en la **Figura 30** menos del 7% de los emprendedores, tanto en etapas iniciales como establecidos, están fuertemente orientados a mercados exteriores, situación levemente mejor que año anterior (4,4% de etapas iniciales y 1,8% de establecidos). Por contraparte, la gran mayoría de los emprendedores regionales se concentra en el mercado local con menos del 25% de sus clientes en el extranjero.

Figura 30: Actividad Emprendedora y Exportación



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2014.

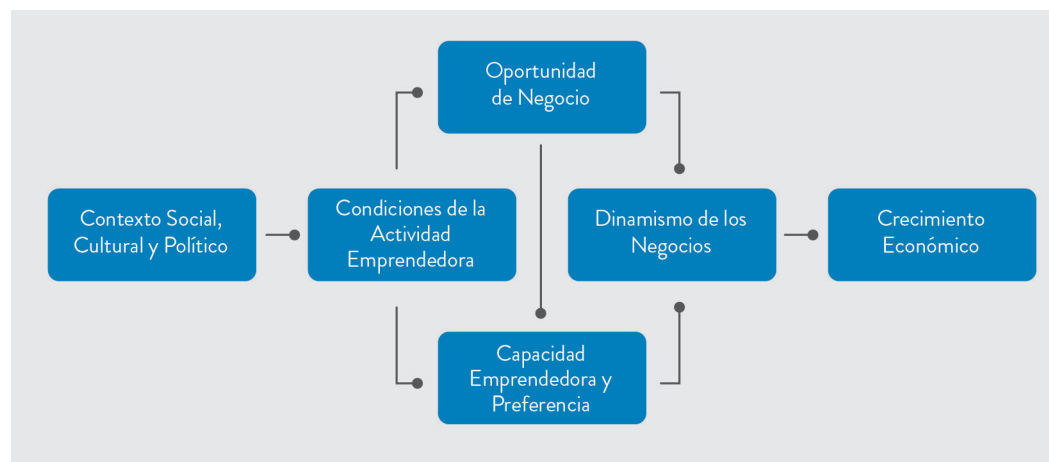
En síntesis se puede decir que la percepción que tienen los emprendedores de la Región de Valparaíso respecto de la competitividad de sus negocios se mantiene baja en comparación a los años anteriores. Si bien existe un porcentaje de ellos que declararon esperar un buen crecimiento de su empresa y aumentar la participación de mercado en el corto y mediano plazo, los análisis de los factores competitivos indican que un gran porcentaje del emprendimiento en la Región de Valparaíso aún mantiene pocas o nulas expectativas de crecimiento. En otras palabras, los emprendedores innovadores, dinámicos y con alto potencial de crecimiento son relativamente pocos en la región, evidencia de esto es el bajo nivel de uso de nuevas tecnologías en emprendimientos tanto en etapas iniciales como establecidas.

Como mencionamos anteriormente, aunque sean pocos (un estudio sobre emprendedores dinámicos en Chile realizado por Kantis y otros (2008) confirma que efectivamente hay poco emprendimiento dinámico), habrá que seguir insistiendo desde el ámbito público y privado para que la Región de Valparaíso 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 de la Región.

CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO

La metodología del GEM (Reynolds y otros, 2005) propone que la actividad emprendedora depende de una serie de factores denominados Condiciones de la Actividad Emprendedora (EFCs por sus siglas en inglés) las que entregan las “reglas del juego” en que se desenvuelven las nuevas empresas. A partir de estas condiciones se desarrolla el ecosistema para el emprendimiento, donde se conjugan los recursos, incentivos, apoyo institucional y características del mercado para el desarrollo y crecimiento de la actividad emprendedora (ver **Figura 31**). De esta manera, mientras mejor es el contexto en el que se desarrolla el emprendimiento en una sociedad, más emprendimiento productivo se genera (Baumol, 1990).

Figura 31: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional.



Por lo tanto estas condiciones pueden afectar de manera positiva o negativa la dinámica emprendedora de la población, es decir las preferencias y la capacidad de reconocer oportunidades de negocios, las que a su vez, determinan el dinamismo de estos. Dado lo anterior, las Condiciones de la Actividad Emprendedora son un componente crítico para el desarrollo de la actividad emprendedora y crecimiento económico de los países.

3.1 Modelo GEM y encuesta a expertos

Como se mencionó en la primera sección del Reporte, el modelo revisado GEM (ver Figura 2) considera que el impulso emprendedor depende de las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, pero que éste es, también, potenciado o limitado por el contexto específico en

que se desarrolla la actividad emprendedora. Las condiciones que miden el impulso emprendedor fueron discutidas en el capítulo anterior. En el presente apartado evaluaremos las condiciones de contexto para el emprendimiento en la Región de Valparaíso que potencian o limitan el impulso emprendedor.

El emprendimiento y la innovación dependen de condiciones generales de contexto, en ámbitos político, social, cultural, y económico, y de condiciones específicas para el desarrollo del emprendimiento y la innovación. Ambos tipos de condiciones para la Región de Valparaíso se miden en este reporte a través de una encuesta estandarizada a expertos que es complementada con entrevistas en profundidad a algunos de ellos. En este periodo participaron 395 expertos de 8 regiones del país más la Región Metropolitana de Santiago.

El modelo GEM propone que las condiciones generales de contexto político, social y cultural afectan el entorno de negocios y, a partir de ello, al desarrollo tanto de las empresas establecidas como de los emprendimientos. El **Cuadro 2** presenta la descripción de estas condiciones de marco para la actividad emprendedora.

Cuadro 2: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM

La metodología del GEM ha definido un conjunto de nueve 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. Apoyo Financiero:** Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas).
- 2. Políticas de Gobierno:** se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones, impuestos) 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 refieren a la existencia de programas para ayudar de forma directa a las firmas nuevas y en crecimiento, ya sea a nivel municipal, regional o nacional.
- 4. Educación y Capacitación:** Se refiere a la medida en que son incorporadas a los sistemas educacionales y de capacitación el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.
- 5. Transferencia de I+D:** Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y en crecimiento.
- 6. Infraestructura Comercial y Profesional:** Se refiere tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables, y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.
- 7. Apertura del Mercado Interno:** Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales.
- 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.

Adicionalmente por su importancia en el país, en los ciclos pasados se ha analizado lo referente a la protección de la propiedad intelectual:

Para describir el comportamiento de cada variable relacionada con estas condiciones, se convierte la escala de Likert de cinco puntos a un índice que fluctúa entre -2,0 (en completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo). Esta forma de presentar el índice permite distinguir más fácilmente qué variables afectan positivamente y cuáles negativamente al desarrollo del emprendimiento y la innovación en el país. Así, clasificaremos las variables por su aporte al emprendimiento en función del rango donde se encuentren:

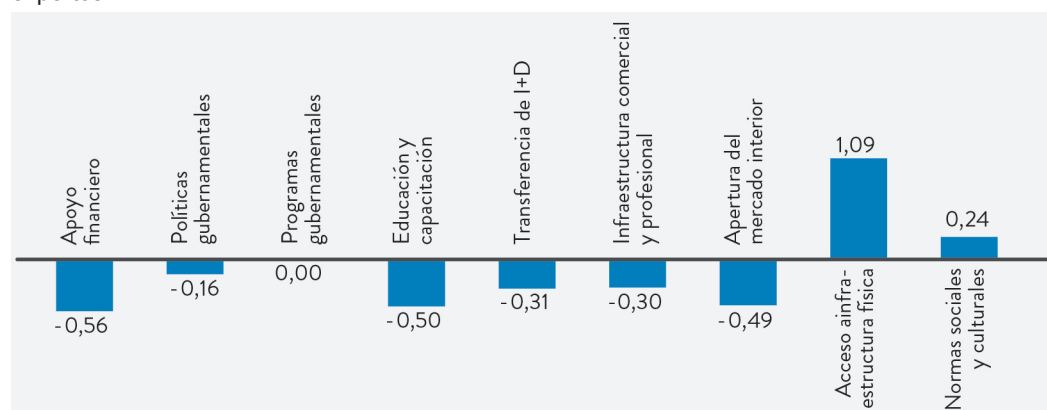
Escala de Likert	Conversión	Aporte al emprendimiento
1	-2	Muy bajo
2	-1	Bajo
3	0	Medio
4	+1	Alto
5	+2	Muy Alto

Para reflejar el comportamiento al interior de cada variable, analizamos las respuestas a cada pregunta específica. Para ello se mantiene la escala de Likert de -2 a +2, y se analiza el rango de las respuestas. Aquí se busca identificar hacia dónde se desplaza la mayoría de las respuestas. Para ello, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, las respuestas “ni acuerdo ni desacuerdo”), y sobre la población que sí indicó preferencias se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

3.2 Análisis General de los Factores

Los resultados de la encuesta expertos para las variables de contexto tradicionalmente evaluadas en el reporte GEM se presentan en la **Figura 32**. En base a las respuestas de los expertos se aprecia que se mantiene la tendencia de los últimos años, en efecto, la dimensión que logra la mayor evaluación positiva es “Acceso a infraestructura física”, seguido de “Normas sociales y culturales”.

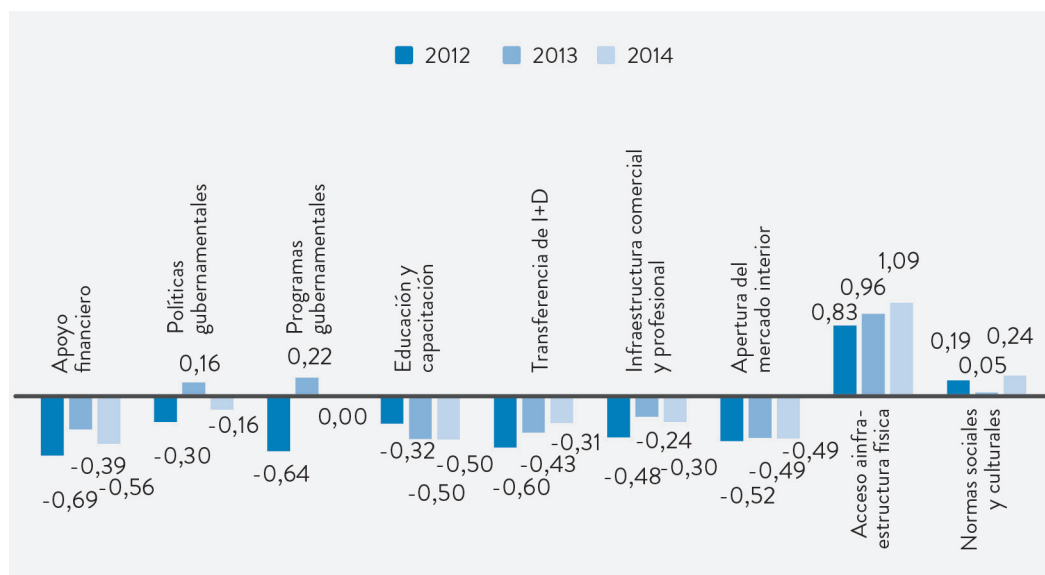
Figura 32: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.



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

Los Indicadores a nivel regional muestran que “Apoyo financiero”, “Educación y capacitación” y “Apertura del mercado interno”, en ese orden, son las variable más críticas en cuanto al desarrollo del emprendimiento en la Región de Valparaíso (ver **Figura 32**). Así mismo, la mayor parte de las variables medidas se ubican en un nivel medio (-0,5 a 0,5) y solo una de ellas, “Acceso a infraestructura física”, se sitúa en un nivel muy alto (1,0 a 2,0).

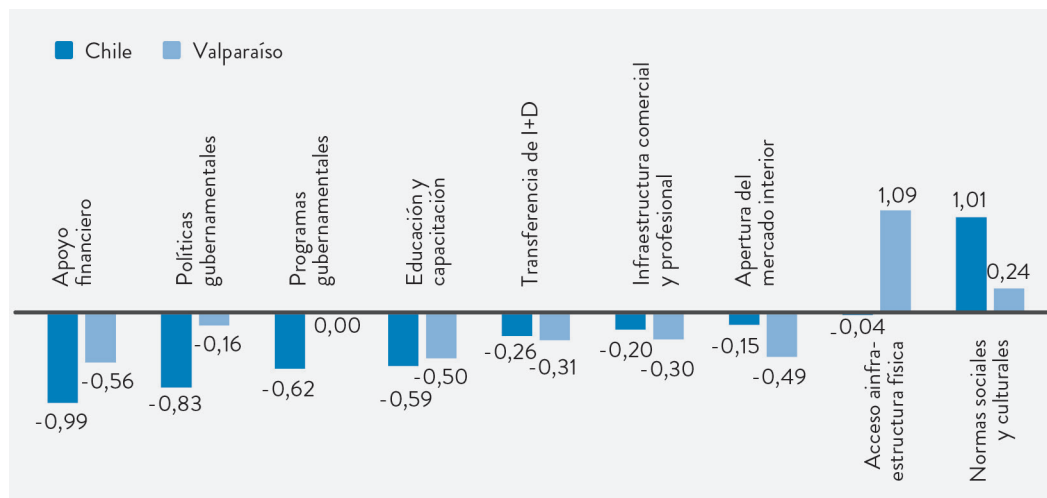
Figura 33: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2012-2013-2014.



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

La **Figura 33** muestra cada uno de los factores contrastando con las evaluaciones del 2012, 2013 y 2014. Para el análisis de cada uno de ellos se realizará la descripción de cada variable. Al respecto, cabe destacar que “Políticas gubernamentales” y “Programas gubernamentales” que pasaron desde una valoración negativa para llegar a ser calificadas de forma positiva durante la medición anterior, este año nuevamente han vuelto a ser valoradas de manera negativa. Si bien no logran escapar del nivel Medio (-0,5 a 0,5) es relevante destacar cómo se anuló el quiebre de la tendencia histórica evidenciado en la medición anterior. También cabe destacar la leve pero constante mejora evidenciada por “Acceso a infraestructura física” y “Transferencia de I+D” pese a seguir siendo negativa la percepción acerca de este último ítem.

Figura 34: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2014.



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

Finalmente, si se comparan los resultados de la región con aquellos observados a nivel nacional, es posible mencionar que se producen sólo leves diferencias entre las respectivas evaluaciones. En primer lugar se destaca una mayor valoración negativa a nivel país para las variables “Apoyo financiero”, “Políticas gubernamentales”, “Programas gubernamentales” y “Educación y capacitación”. Por otro lado “Normas sociales y culturales” presenta una mayor calificación positiva a nivel país que en la Región de Valparaíso, situación contraria acontece con “Acceso a infraestructura física” que presenta una valoración altamente positiva en la región, frente a una valoración medianamente negativa para el país.

Las mejoras que se realicen en áreas como “Educación y formación”, “Transferencia de I+D”, “Infraestructura comercial y profesional”, “Acceso al mercado” y “Políticas gubernamentales” permitirán contribuir a la evolución de las empresas. Esto está vinculado al desarrollo de modelos de negocios competitivos a nivel internacional, que conduzcan a las empresas de la región a dar el salto en productividad y creación de valor que hoy necesitan. En definitiva, es necesario que los emprendedores incluyan en su planificación estratégica global el desarrollo científico y tecnológico o bien modelos de negocio innovadores, definiendo actividades productivas alineadas con las condiciones de un entorno cambiante.

En este sentido, la protección que un país, región o localidad le otorga a la propiedad intelectual es directamente proporcional a la cantidad y calidad de los emprendedores innovadores, es por esto que se destaca nuevamente el quiebre generado en la tendencia respecto de la valoración hacia esta temática.

3.3 Educación y Capacitación para el Emprendimiento

Los resultados indican que los expertos consultados perciben que la educación primaria y secundaria no incentiva ni da los elementos adecuados para el emprendimiento, es más, el 92% coincide con que la educación primaria y secundaria no da un énfasis adecuado al emprendimiento

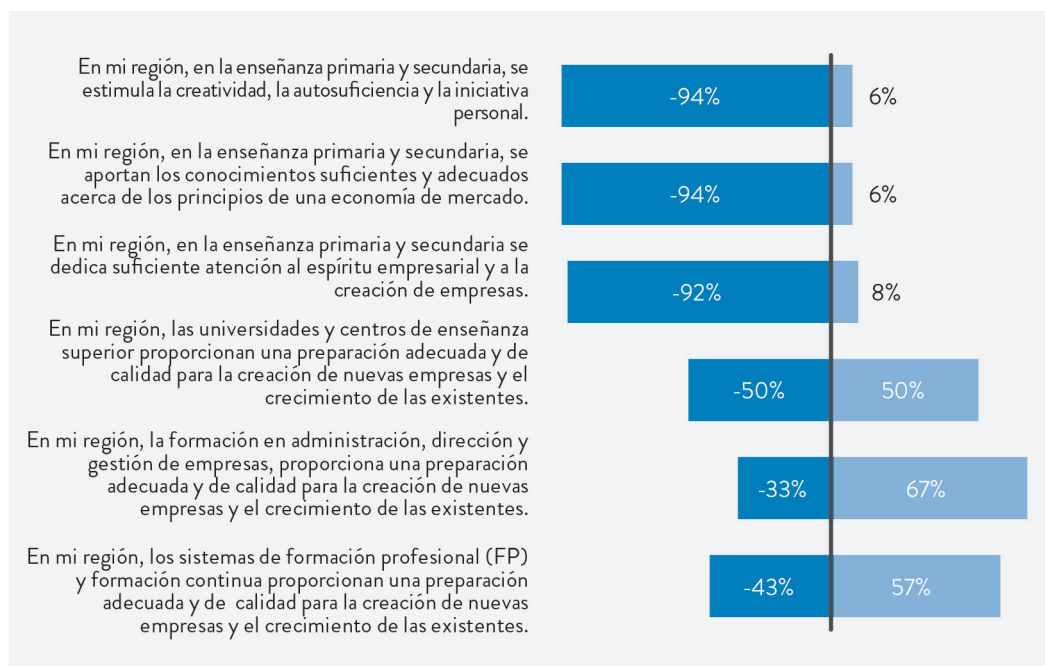
y a la creación de empresas. Los hallazgos que se observan a nivel regional son similares a los arrojados por el GEM nacional con respecto a la ecuación primaria y secundaria, y mantienen la tendencia mostrada en los años anteriores (En el 2012 y 2013 el 92% de los encuestados compartía esta opinión).

Dada la importancia de desarrollar las habilidades desde temprana edad y de crear conductas acordes al desarrollo futuro, es importante destacar que la percepción de los expertos pareciera arrojar prácticamente la total ausencia de una preocupación por formar futuros emprendedores tanto a nivel nacional como regional en los planes de estudios y prioridades en el proceso de enseñanza aprendizaje. Este es el mismo resultado obtenido en el año anterior, el cual no ha presentado una variación en el presente. Dicha falencia debe subsanarse en futuras etapas dentro de la formación de los individuos. Qué tan determinante puede ser esta etapa de la vida en el comportamiento futuro y cuáles pueden ser los efectos de las carencias en temas de emprendimiento dentro de los programas de educación chilenos, o la falta de énfasis a los mismos, es una materia que no deberían pasar por alto las personas involucrada en este aspecto.

Por otro lado, las universidades a nivel regional presentan también una falencia al desarrollar este tipo de habilidades, aunque ha observado una constante mejora en los últimos años llegando a un 50% de percepción positiva respecto de este ítem (36% en 2012, 46% en 2013).

Estos últimos resultados, al ser la Región de Valparaíso una región universitaria, son extremadamente relevantes, en efecto aquellas carreras dentro del ámbito de la administración y negocios presentan una positiva evaluación, similar a las obtenidas en años pasados, con un 67% de evaluación positiva.

Figura 35: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

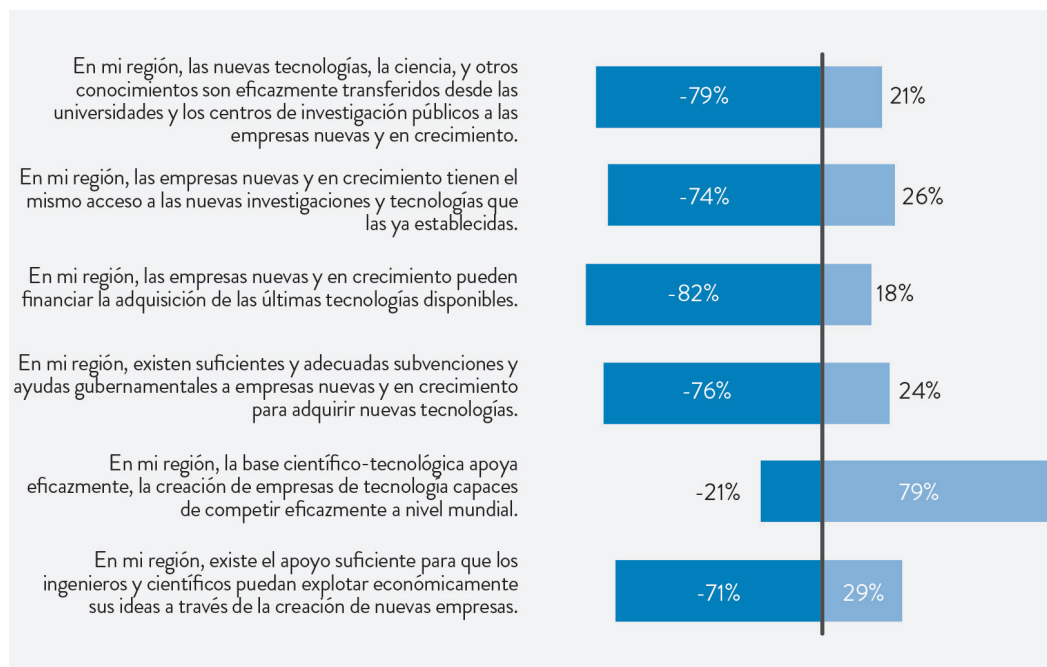
3.4 Transferencia de Investigación y Desarrollo

En general, a opinión de los expertos, los niveles de transferencia de Investigación y Desarrollo son bajos. Considerando la importancia que tiene para la región el entorno universitario que se presenta, es preocupante cómo un 79% estima que éste no se está transfiriendo adecuadamente. De todas formas, se observa una tendencia similar respecto a mediciones anteriores (77% en 2013 y 75% en 2012). Por un lado, esta falencia parece ser una realidad nacional, ya que un 94% de los expertos opinaron lo mismo.

Otra problemática a destacar corresponde a los subsidios gubernamentales, mientras que en 2013 el 47% opinaba que eran adecuados para que las empresas nuevas y en crecimiento pudieran adquirir nuevas tecnologías, este año se observó un retroceso llegando a 24% de apreciación positiva (cantidad superior al 19% con respecto a la percepción nacional).

Estas dificultades, sumados a los otros resultados que vemos en la Figura 36, hacen percibir un desequilibrio en el acceso de Investigación y Desarrollo de las nuevas empresas y en crecimiento con respecto al resto de las empresas, lo que disminuiría sus posibilidades de competir a nivel nacional e internacional.

Figura 36: Evaluación de la transferencia de I+D.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

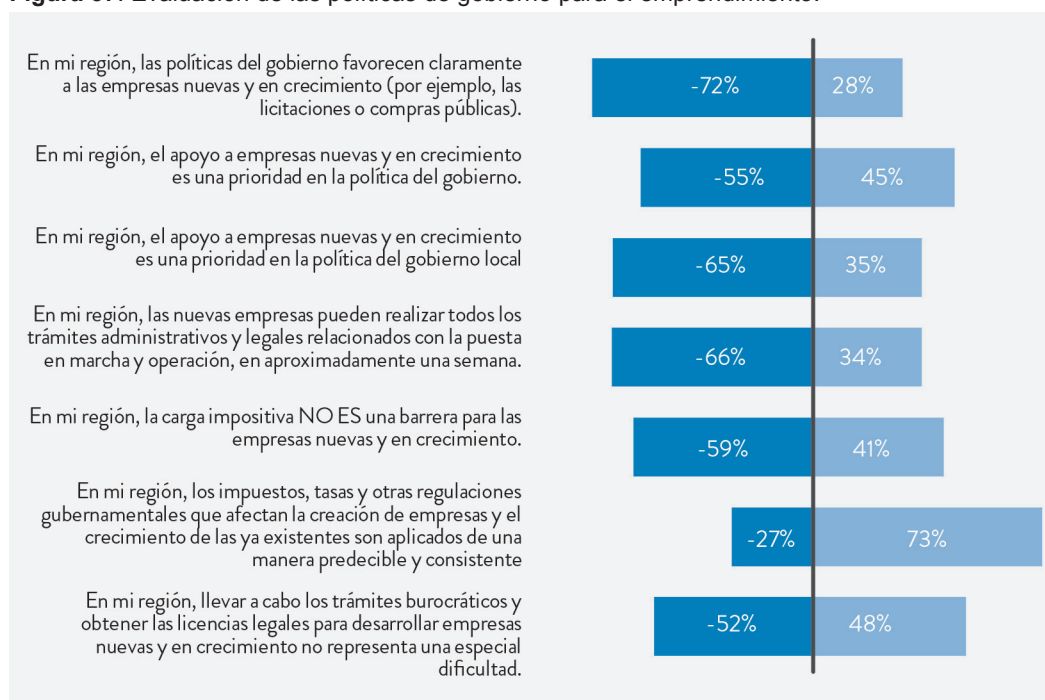
3.5 Políticas de Gobierno

En relación a las políticas de gobierno, los valores registraron un retroceso respecto a la medición anterior. En efecto este año un 66% opina que no es posible obtener la mayoría de licencias y autorizaciones en una semana (47% el año anterior) y un 52% percibe que las normas, regulaciones o autorizaciones establecidas por la burocracia estatal son excesivamente difíciles de cumplir para las empresas nuevas y en crecimiento (56% el año anterior). Dado el carácter nacional de dichos procedimientos, es entendible la similitud de los resultados regionales con los nacionales (54% y 42%, respectivamente).

Se destaca que a nivel región continúa existiendo una mejor evaluación de los expertos respecto de la consistencia en términos de impuestos y regulaciones gubernamentales, siendo de un 73% este año (la percepción positiva nacional fue 59%), evidenciando un descenso respecto al 2012, donde fue evaluado positivamente en un 83%.

La percepción sobre la prioridad que le da el gobierno nacional a las empresas nuevas y en crecimiento, muestra un quiebre respecto a años anteriores marcado por un importante descenso en esta medición, pasando del 60% obtenido el año 2012 y 69% en 2013 a un 45% en el presente. Por otra parte a nivel nacional dicha percepción se mantiene en torno al 54% de valoración positiva (52% y 55% en los años anteriores).

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



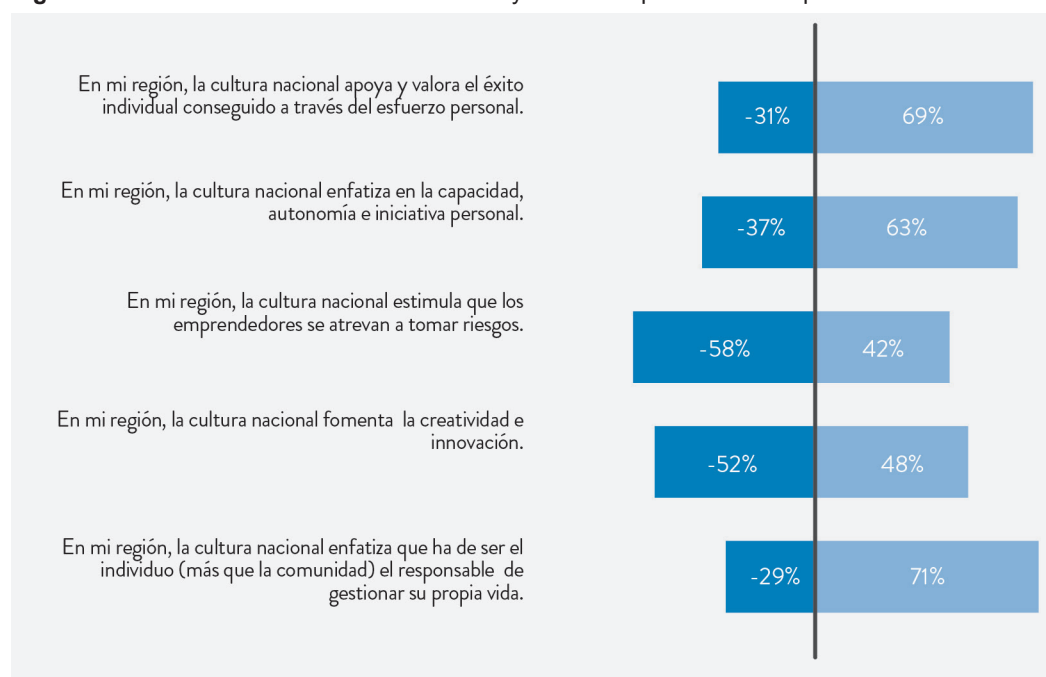
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

3.6 Normas Sociales y Culturales

Es complejo saber cuánto influye la educación en la cultura y viceversa. Sin embargo, la carencia percibida por los expertos en la primera variable se expresa también en su percepción con respecto al entorno cultural, tal como se apreciaba el año pasado. El perfil obtenido en el presente (**Figura 38**), es similar al del año anterior, donde vemos que no hay un fomento real desde la cultura hacia aquellas habilidades y situaciones que impulsan el emprendimiento personal, no obstante la valoración al logro a través del esfuerzo personal sigue siendo alta llegando este año a un 69% (71% en 2012 y 61% en 2013).

Al igual que en años anteriores es interesante destacar cómo el “ser empresario” es muy valorado y reconocido por las personas en el entorno regional. Lo que expresa que si bien es una actividad valorada positivamente, la cultura y la educación no dan el entorno ni las herramientas necesarias para poder llevarla a cabo.

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

3.7 Acceso a Financiamiento

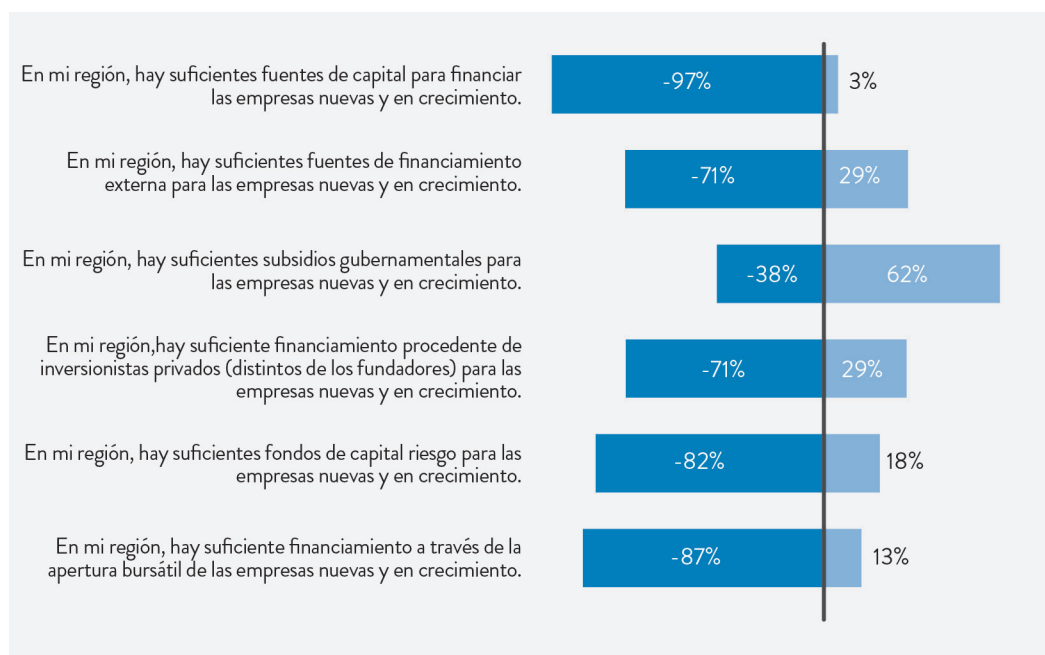
Existen varias formas de financiamiento, pero cada vez son percibidas más lejanas según los expertos. Los tres medios de menor acceso, se mantienen con respecto al año pasado: fondos provenientes de personales naturales, fondos de capital de riesgo y apertura bursátil. Estos, presentan una marcada disminución en su nivel de accesibilidad, sin embargo registran variaciones respecto a la medición pasada. La accesibilidad de los fondos de personales naturales se mantiene en 29%, los de capital de riesgo descienden de 26% a 18% en la presente medición.

Por contraparte los provenientes de apertura bursátil aumentaron del 6% al 13% para este año.

Los subsidios son aquellos medios que los expertos ven como alternativas con mayor posibilidad de ser alcanzadas por los emprendedores registrando un 62% para la presente medición. Esto es parcialmente una buena noticia, ya que el año anterior este ítem alcanzaba un 80% de valoración positiva.

En definitiva, y al igual que lo percibido en años anteriores, pareciera que se sigue formando un círculo contrario al emprendimiento regional, en cuanto a la dificultad de obtener financiamiento que puede llegar a frenar nuevas empresas.

Figura 39: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.



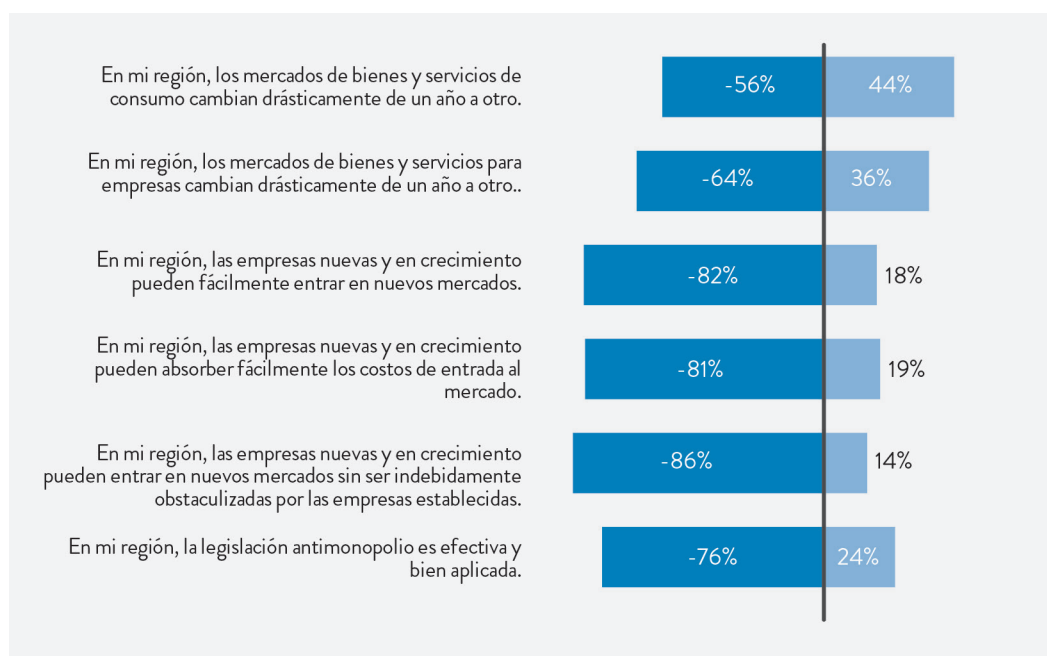
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

3.8 Apertura del Mercado Interno

Los resultados de este ítem, que se aprecian en la **Figura 40**, evidencian una vez más la percepción negativa de los expertos acerca de la facilidad con que los emprendedores pueden iniciar su negocio. Al respecto, la aplicación de la legislación antimonopolio presentó un leve descenso respecto al año anterior, pasando de un 31% que pensaba que era efectiva a un 24% para este año. Asimismo, se percibe un aumento en la percepción respecto a la alta obstaculización a las nuevas empresas por parte de las empresas ya establecidas, pasando de un 66% en la medición anterior a un 86% este año. En esta misma línea, un 81% piensa que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden absorber fácilmente los costos de entrada al mercado, empeorando frente al 94% de la medición anterior.

Por otra parte, se destaca la mejora en la percepción respecto del dinamismo de los mercados de bienes y servicios tanto de consumo como para empresas. En efecto, en el presente un 56% piensa que no existen cambios drásticos de un año a otro respecto a los mercados de bienes y servicios de consumo, frente al 71% del año anterior. En el caso de los bienes y servicios para empresa, un 64% piensa que no existen cambios drásticos de un año a otro frente al 76% del 2012.” por favor cambiar ese 2012 por 2013.

Figura 40: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

3.9 Programas de Gobierno

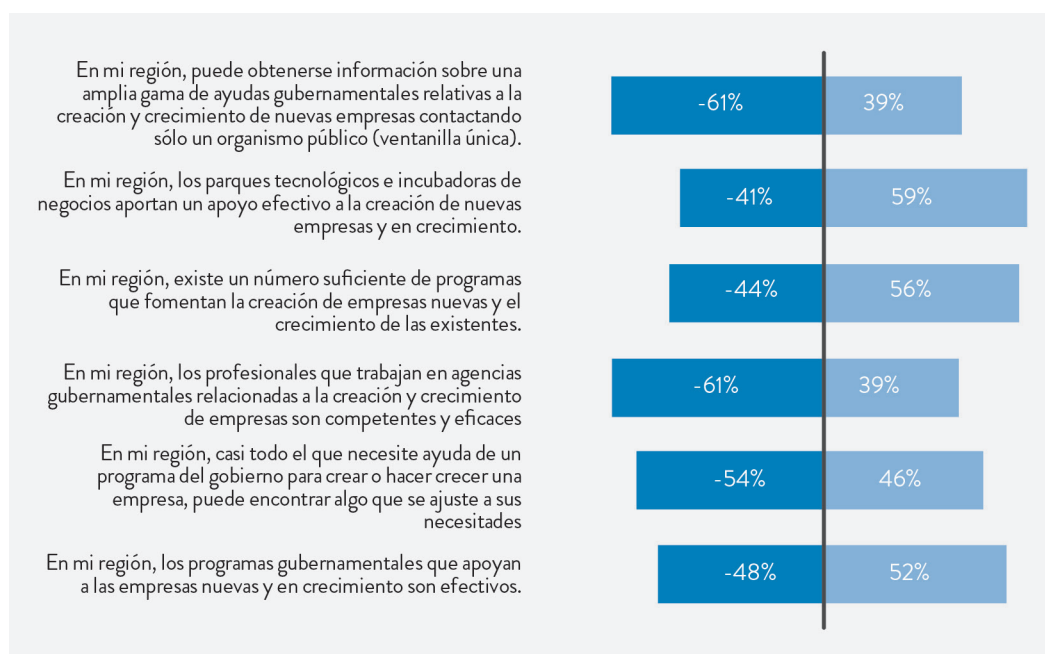
La opinión de los expertos muestra una tendencia más bien negativa hacia los programas de gobierno, registrando un retroceso en esta materia respecto de la última medición. En efecto, el año pasado se mencionaba que un 30% de los expertos consideraban poco efectivos a los programas a nivel de región, este año la misma opinión aumentó a un 48%. A su vez el año pasado un 35% dudaba de las competencias de las personas a cargo de los mismos, este año dicho porcentaje también aumentó significativamente a un 61%.

Del mismo modo, se aprecia una percepción mucho menos positiva sobre la respuesta que están dando los programas de gobierno a esta realidad, incluso la cantidad de expertos que está de acuerdo sobre esto disminuye respecto de la medición pasada desde un 78% llegando a un 56% este año.

Otra mala noticia hace referencia a los parques tecnológicos e incubadoras de empresas, empeorando los niveles del año pasado, ya que de un 38% que discrepaba el 2013 sobre la

eficacia del apoyo que se está entregando a empresas nuevas y en crecimiento, se pasó a un 41% para el 2014.

Figura 41: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.



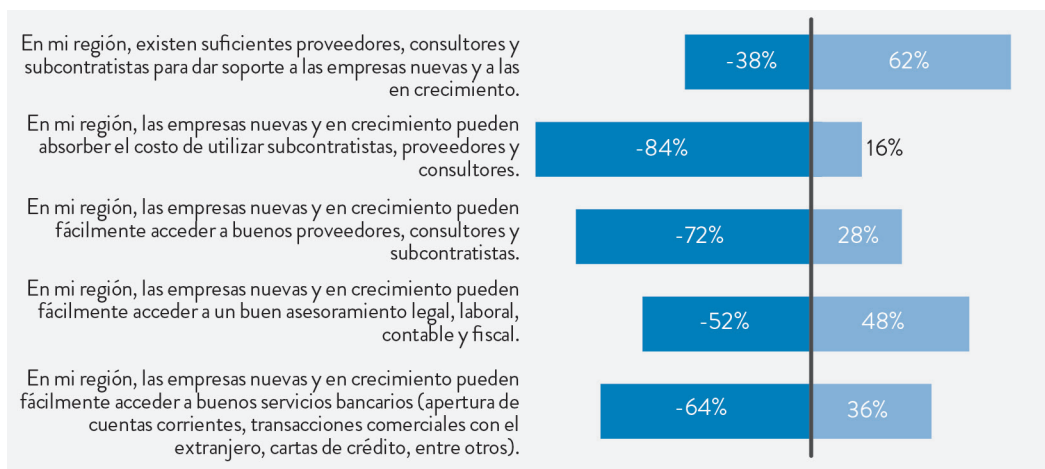
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

3.10 Infraestructura Comercial y Profesional

Este ítem, al igual que en las últimas tres mediciones, presenta una valoración negativa con respecto a la existencia adecuada de requerimientos de los emprendedores, en cuanto a subcontratistas, consultores, proveedores y soporte legal y contable que demandan para su empresa. Lamentablemente aún se mantiene la percepción de que es difícil el acceso a estos y que los emprendedores no pueden asumir sus costos y la calidad que reciben de ellos. En efecto, no es menor que el 84% piense que el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores no puede ser absorbido por el emprendedor. Así mismo, la cantidad que piensa que no es fácil obtener buenos servicios aumentó de un 60% a un 72%.

Por contraparte, se destaca la valoración positiva respecto de la existencia de suficientes proveedores, consultores y subcontratistas, para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento, llegando a un 62% este año (71% en 2013 y 61% en 2012).

Figura 42: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional.



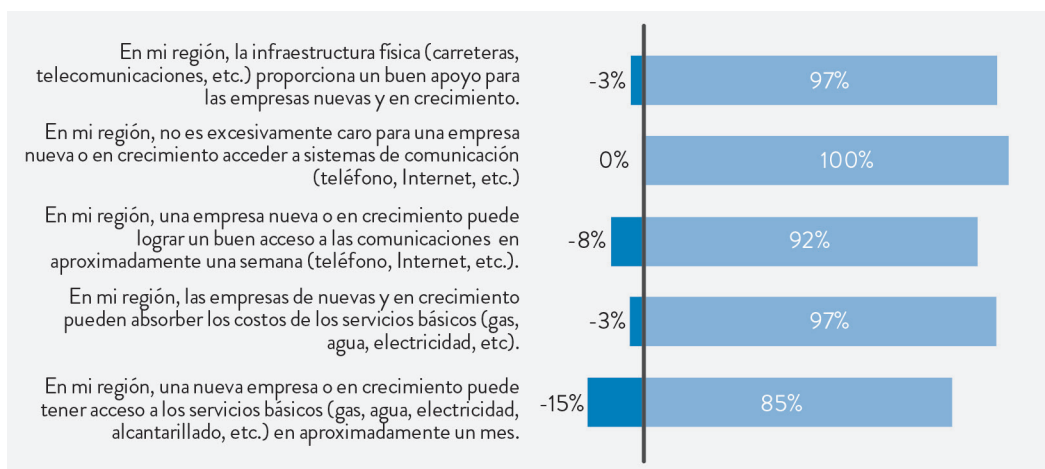
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

3.1 Acceso a la Infraestructura Física

Tanto a nivel nacional como a nivel regional el acceso a infraestructura física sigue siendo bien evaluado por la mayoría de los expertos en todos sus aspectos. Incluso, lo que es referente a la calidad de la infraestructura física llega a un 97% de consenso superando el 94% de la medición pasada.

Del mismo modo, un 100% considera que el acceso a sistemas de comunicación como internet y telefonía no es excesivamente caro para empresas nuevas y en crecimiento, superando al 89% mostrado por la medición pasada.

Figura 43: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2014

CONSIDERACIONES FINALES

El proyecto GEM permite contar con indicadores anuales de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de la población, lo cual sin duda contribuye a que este estudio sea un referente muy relevante dentro del “ecosistema emprendedor”. En la Región de Valparaíso ya ha sido desarrollado desde el año 2007, lo que ha permitido observar los logros y tareas pendientes que existen para transformar al emprendimiento como uno de los principales motores de la economía de nuestra región.

En el ciclo 2014-2015 del GEM de la Región de Valparaíso podríamos hablar de “preocupación”. Después de un ciclo de crecimiento muy importante de la actividad emprendedora que se dio en el año 2011, las cifras del 2012 parecieron estancarse para recuperarse en 2013. Sin embargo, la presente medición evidencia un descenso en gran parte de los indicadores evaluados.

En nuestra Región la población posee una visión favorable hacia el emprendimiento, esto se evidencia al observar cómo ha mejorado la percepción del emprendimiento como carrera deseable, el reconocimiento a emprendedores exitosos y la atención de los medios de comunicación hacia el emprendimiento. La evaluación positiva junto con un mayor dinamismo respecto a políticas públicas pro-emprendimiento puede explicar los altos niveles de actividad emprendedora observados durante los últimos años. Al respecto, es preocupante mencionar que la percepción por parte de expertos respecto a las políticas y programas gubernamentales ha empeorado para la presente medición.

Otro aspecto preocupante es el descenso en el porcentaje de la población que manifiesta que posee los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un nuevo negocio. En este sentido, es necesario aumentar el apoyo y la educación emprendedora para crear conciencia de lo que significa la creación de un negocio a fin de lograr tener mejores tasa de éxito y emprendimientos más sostenibles en el tiempo. Sobre este mismo punto, cabe destacar la opinión de los expertos consultados respecto del aporte de la educación y capacitación para el emprendimiento, observándose este año por una parte un empeoramiento de la evaluación hacia el aporte de la educación primaria y secundaria, y por otra parte una mejoría en la evaluación hacia el aporte de la educación universitaria, y de carreras afines al área de administración y gestión de empresas.

Por otra parte, la estigmatización social que se produce hacia el emprendedor que fracasa persiste. Si bien, en términos comparativos, la Región de Valparaíso al igual que las restantes regiones de nuestro país posee una tasa de miedo al fracaso relativamente baja (cerca al 30%), cuando se compara con otras economías este miedo al fracaso sigue estando presente en buena parte de la población pese a tener un buena percepción de capacidades, conocimientos y oportunidades para emprender. Pese a los esfuerzos y cambios en programas y políticas que se han desarrollado en los últimos años, este tema sigue siendo complejo porque obedece a factores socioculturales que son más complejos de cambiar en el corto y mediano plazo. Sin embargo, hay temas prácticos que pudiesen ayudar en pro de cambiar el “miedo al fracaso” a la

hora de emprender. Por ejemplo, la obtención de financiamiento se dificulta enormemente para aquellos emprendedores que han fracasado en el pasado. En éste y otros temas se puede seguir avanzando mediante mejores programas que ayuden a re-emprender.

Por lo tanto la actitud de la población sigue siendo un pilar fundamental para sustentar el desarrollo de la actividad emprendedora en nuestra región. El fomento de una actitud favorable hacia el emprendimiento es un trabajo en conjunto de diferentes actores, donde no sólo están los desarrolladores de políticas públicas o medios de comunicación, sino la sociedad como un todo. Un esfuerzo en conjunto y alineado contribuye a generar un entorno más favorable para los emprendedores.

Respecto a la actividad emprendedora en sí, queremos seguir destacando que a partir del año 2007 se han presentado mayores niveles de actividad emprendedora donde las emprendedoras y emprendedores del país han manifestado que inician su actividad principalmente motivados por oportunidades de negocios. Aún así, en este ciclo 2014, y al igual que el año anterior, hay un aumento de los emprendimientos motivados por necesidad, lo cual también es un indicador preocupante.

Por otra parte, se sigue observando una importante y creciente participación de mujeres en la actividad emprendedora, sin embargo la presente medición muestra un envejecimiento de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos. La participación de mujeres y jóvenes es un factor fundamental dentro de la consolidación de la dinámica emprendedora del país. Por un lado son los jóvenes, tanto hombres como mujeres, quienes generalmente desarrollan proyectos más innovadores con mayor uso de nuevas tecnologías. Por otro lado las mujeres, al iniciar un nuevo negocio, se incorporan a la fuerza laboral, lo cual más allá de los aspectos económicos, tiene importantes implicaciones tanto de movilidad social como reconocimiento al rol de la mujer en una sociedad moderna. En consecuencia, el mayor rango etario mostrados por los emprendedores en la presente medición también es un indicador inquietante.

Otro aspecto muy relevante es el nivel de educación de los emprendedores. Hemos observado que hay más hombres y mujeres mejor preparados que se involucran en la creación de un nuevo negocio. Por ejemplo en las mediciones del ciclo 2014, un 54,6% de los emprendedores en etapas iniciales en la Región de Valparaíso son profesionales con grado universitario (muchos de ellos también con algún postgrado). Esto es importante porque a medida que existan emprendedores con mejor capital social, como es la educación, es muy probable que se desarrollen otros aspectos también de dinámica emprendedora que son positivos como detección de mejores oportunidades de negocios, mejores redes y mayores aspiraciones. Esto se traduce en una de las mejores noticias que arroja la presente medición, en particular si recordamos que la evaluación de los expertos consultados respecto de la educación universitaria ha mejorado en comparación al año anterior.

Respecto a las aspiraciones emprendedoras, los principales resultados apuntan a que los emprendedores en la Región de Valparaíso poseen aspiraciones moderadas sobre todo en lo que se refiere a creación de empleo, situación que se ha replicado durante los últimos años, donde la mayor parte de ellos espera contratar entre 1 y 5 trabajadores durante los próximos cinco años. Si bien, sólo un porcentaje menor de los emprendedores posee altas expectativas de crecimiento, es importante destacar que no necesariamente es algo negativo. Una economía que es capaz de generar gran cantidad de empresas con altos niveles de crecimiento (conocidas como gacelas) pudiese ser considerada óptima. Es necesario tener presente que los resultados de largo plazo –entendiéndolo como sustentabilidad del negocio– no depende exclusivamente de la temprana generación de empleos sino de una buena gestión integral del negocio. Por otra parte, no cumplir con “altas expectativas”, podría afectar futuros intentos de re-emprendimiento. Los

resultados observados inducen a considerar que los emprendedores son prudentes en cuanto a sus expectativas, situación que se ha mantenido en las últimas mediciones.

En relación a los niveles de competitividad de los nuevos negocios en nuestra Región, es posible reconocer ciertas particularidades del emprendimiento local: Una primera característica que se destaca es el alto porcentaje de emprendedores, aunque menor a la medición anterior, que señala ofrecer productos novedosos. Lo anterior es positivo, puesto que apunta a uno de los beneficios del emprendimiento que es proveer de nuevos productos y servicios a la sociedad. Una segunda característica que es posible observar es que la mayoría de los emprendedores manifiestan poseer altos niveles de competencia, pues muchos emprendedores señalan que otras empresas ofrecen sus mismos productos o servicios, situación que resalta en el caso de emprendedores establecidos. En suma, aún cuando ofrecen productos novedosos rápidamente se encuentran con otros competidores que se brindan los mismos productos o servicios. La tercera característica es la ausencia de tecnología de punta en los nuevos negocios. La gran mayoría de los emprendedores no incorpora dentro de sus procesos productivos o de prestación de servicios nuevas tecnologías, esto se incrementa en el caso de emprendimientos establecidos.

Al respecto es importante notar que la mayoría de los emprendimientos en la Región de Valparaíso están enfocados en servicios al consumidor y en este tipo de actividades es complejo mantenerse como oferente único por mucho tiempo. Lo anterior, podría ser una de las razones que justificaría el porqué de las evaluaciones de novedad en productos o servicios, también se perciben altos niveles de competencia. De hecho el indicador puntual sobre expectativas de expansión de mercado también indica que los emprendedores no visualizan mucho crecimiento en el corto plazo, situación que se agudiza en el presente período.

Otros comentarios interesantes se desprenden del análisis del contexto para emprender desde la visión de expertos en esta materia. Las dimensiones que formarían las condiciones de la actividad emprendedora en la Región de Valparaíso, muestran que a nivel general, el ecosistema emprendedor en nuestra Región es complejo tanto para las empresas de reciente creación como para las que están creciendo, y el entorno aporta más dificultades que facilitadores para que éstas surjan y compitan eficientemente con las empresas ya establecidas.

En relación a los aspectos gubernamentales, las políticas de gobierno representan el ítem peor evaluado por parte de los expertos consultados, llegando este año a ser considerado negativo. La percepción respecto de los programas de gobierno también ha empeorado durante la presente medición, en particular al observar la opinión de los expertos consultados en cuanto a la competencia y eficacia de los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales relacionadas a la creación y crecimiento de empresas. Los subsidios gubernamentales son nuevamente el aporte económico mejor evaluado dentro del apoyo financiero, el único con evaluación positiva.

Los expertos consideran que existe un muy bajo apoyo financiero que permita el crecimiento de las nuevas empresas, tanto por falta de capital propio de los emprendedores, como por la escasez y complejidad de capturar fuentes externas privadas. Adicionalmente, resultaría un proceso especialmente difícil para los emprendedores contar con soporte técnico proveniente de consultores y asesores debido a su alto costo y que la calidad del servicio dado por un gran porcentaje de éstas no sería acorde a las expectativas de los emprendedores, aún así, se destaca el significativo aumento en la valoración positiva respecto de la existencia de suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.

Si bien los expertos consideran que el aporte de la educación y capacitación a nivel de universidades, carreras de administración y gestión de empresas, y centros de formación

profesional es positivo, también acusan la existencia de una gran distancia tanto de universidades como de centros de investigación respecto de los emprendedores, lo cual se traduce en baja transferencia de I+D.

Finalmente se espera que en el período 2015-2016 se puedan abordar los preocupantes desafíos planteados por la presente medición para mejorar la dinámica emprendedora de la Región de Valparaíso con emprendimientos de mayor calidad, mayor innovación en los modelos de negocio y sobre todo una mayor generación de empleo y participación de emprendimientos femeninos y juveniles. Como podemos ver se abren muchas oportunidades para la región, sobre todo en términos de políticas y programas de gobierno y acceso a financiamiento, y esperamos con este informe contribuir al estudio dentro del emprendimiento dentro de la Región de Valparaíso, buscando con el paso de los años poder analizar la evolución de estas realidades y percepciones que hoy han quedado en manifiesto, enriqueciendo aún más el análisis y posibilitando nuevas conclusiones y propuestas de desarrollo.

De esta manera, como equipo GEM Región de Valparaíso de la USM reafirmamos nuestro compromiso para que el Proyecto GEM Chile y especialmente su capítulo de la Región de Valparaíso puedan seguir aportando al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva de la investigación académica y que los datos y resultados analizados incentiven a tener más y mejor emprendimiento y hacer de Chile la primera nación latinoamericana en alcanzar en anhelado desarrollo.

REFERENCIAS

Acs, Z. J. & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.

Álvarez, C., Urbano, D. and Amorós, J.E. (2014) "The GEM Research: Achievements and Challenges". *Small Business Economics*, 42(3):445-465

Amorós, J.E. & N. Bosma (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association

Amorós, J. E., Fernández, C., & Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 249-270. doi <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9>

Amorós, J.E., M. Guerra, O. Pizarro & C. Poblete (2011) *Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.

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

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

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

Bosma, N. (). "The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research". *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.

Drexler, M. and J. E. Amorós (2015). "Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap". *Financial Times*, January 8th. On line: <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/>

Know, S-W. and P. Arenius (2010). "Nations of entrepreneurs: A social capital perspective". *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.

Levie, J. and E. Autio (2008). "A theoretical grounding and test of GEM model". *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.

Mason, C. & R. Harrison (2006). After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development. *Regional Policy*, 40(1), 55-73.

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

Reynolds, P., M. Hayand and S.M. Camp (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, n., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.

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

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

Singer, S., Amorós, J.E. and Moska, D (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak; Monterrey, México: Tecnológico de Monterrey and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association

Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy*, AWT report, 41. The Hague: AWT.

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

Wennekers, S., A. Van Stel, M. Carree & A.R. Thurik (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.

WEF-GEM (2015). *Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development*. World Economic Forum: Geneva. <http://www.weforum.org/reports/leveraging-entrepreneurial-ambition-and-innovation-global-perspective-entrepreneurship-compe>

Wong, P. K. & P. Ho & E. Autio (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 24 (3): 335–50.

GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA

Actitudes y Percepciones Emprendedoras	
Medida	Descripción
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país los medios de comunicación exhiben con frecuencia historias de nuevos negocios exitosos.
Actividad Emprendedora	
Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no han pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa nuevos emprendedores(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.

Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio establecido es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta como motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo)
Aspiraciones Emprendedoras	
Actividad emprendedora en etapas iniciales con altas expectativas de crecimiento (HEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio y que espera emplear por lo menos 20 personas en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada al mercado de nuevos productos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial que señalan que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) en etapas iniciales que indica que al menos un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.
Actividad emprendedora en fase inicial en sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial (como fue antes definido) que es activo en el sector de la “alta tecnología” o “medio alta”, de acuerdo a la clasificación de la OECD (2003).

FICHA METODOLÓGICA

Entrevistas a Expertos Nacionales

Tipo de Estudio	Encuesta auto-administrada
Muestra	395 expertos de 8 regiones del país más la Región Metropolitana de Santiago.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo - Julio 2014.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

Encuesta a Población Adulta

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

Distribución Porcentual de los Expertos según Especialidad

Porcentaje	Especialidad
11,45%	Apoyo Financiero
9,1%	Políticas Gubernamentales
10,1%	Programas de Gobierno
12,9%	Educación para el Emprendimiento
11,9%	Transferencia de I+D
10,4%	Infraestructura Comercial y Profesional
11,9%	Apertura del Mercado Interno
10,4%	Infraestructura Física
11,9%	Normas Sociales y Culturales

EXPERTOS CONSULTADOS

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

- *Abel Grant*
- *Adriana Kunstmann Valenzuela*
- *Alberto Belmar Badillo*
- *Alberto Martínez Quezada*
- *Alberto Rengifo*
- *Aldo Barreto Sanguinetti*
- *Alejandra Godoy Ibáñez*
- *Alejandra Von Baer*
- *Alejandro Cabrera*
- *Alejandro Proestakis*
- *Alejandro Rubilar Méndez*
- *Alejandro Sande Hitschfeld*
- *Alex Paredes*
- *Alexander Wielohorski*
- *Alexandra Frigerio Poblete*
- *Alexis Mollo Taucare*
- *Alfredo Devotto Moreno*
- *Alfredo Riveros Tello*
- *Aliro Borquez Ramirez*
- *Alisson Aceituno*
- *Alvaro Acevedo*
- *Alvaro Fecci Quiroga*
- *Álvaro García Sepúlveda*
- *Amilcar Morales*
- *Ana María Espindola Blanco*
- *Andrea Murillo Neumann*
- *Andrés Felmer*
- *Andrew Youlton*
- *Anette Krohn*
- *Ansonia Lillo Tor*
- *Antonio Iván Videka Soler*
- *Any Dorador*
- *Ariel Capetillo Méndez*
- *Ayu San Martín Li*
- *Bárbara Eytel Pastor*
- *Barbra Holvoet*
- *Benjamin Zuleta Tapia*
- *Bernardina Cisternas Arapio*
- *Bernardita Zapata*
- *Bernardo Guerrero*
- *Berta Schnettler*
- *Boyd Cohen*
- *Breezy Vallejos*
- *Camila Yagnam Contreras*
- *Carlos Albornoz*
- *Carlos Araya*
- *Carlos Fuenzalida Cereceda*
- *Carlos Inquiltupa Tito*
- *Carlos Millar Etori*
- *Carlos Poblete*
- *Carlos Urrutia Schmauk*
- *Carlos Varas Madrid*
- *Carlos Varela Acevedo*
- *Carmen Greco Silva*
- *Carmen Phillips Sáenz*
- *Carmen Salfate Doren*
- *Carolina Cortes Brown*
- *Carolina Peña*
- *Carolina Rivera*
- *Catalina Gutiérrez Moya*
- *Cesar Valdovino*
- *Christian Díaz Ramírez*
- *Christian Felzensztein*
- *Claudia Becerra Pizzani*
- *Claudia Cecili A Avalos Paredes*
- *Claudia Escobar*
- *Claudio Acuña*
- *Claudio Bello Anderson*
- *Claudio Covacevich Ponce*
- *Cristian Arturo Campomanes Gutiérrez*
- *Cristián Clark Cuevas*
- *Cristian Cortes Olivares*
- *Cristian Larrain Goycoolea*
- *Cristian Larroulet*
- *Cristián López*
- *Cristian Mundaca Gómez*
- *Cristian Muñoz Canales*
- *Cristian Romero Montecinos*
- *Cristian Salas Sanhueza*
- *Cristian Silva Madrazo*
- *Cristian Toledo*
- *Cristina Alfred*
- *Dana Sierra*
- *Daniel Winkler Rosa*
- *Daniela Hernández*
- *Daniela Jacob Villar*
- *Dante Carrizo Moreno*
- *Dante Casagrande*

- *David Pastén C.*
- *Diego Barros*
- *Diego Bulnes*
- *Dominique Stephanie Fabiani Lehuedé*
- *Dorka Rubilar Sandoval*
- *Douglas Ives*
- *Edgar Estupinan Pulido*
- *Edith Parraguez Castroi*
- *Eduardo Alamos Vera*
- *Eduardo Araneda*
- *Eduardo Jeria Castro*
- *Eduardo Santander Obligado*
- *Eduardo Silva*
- *Elías Tefarikis Urquieta*
- *Elisabeth Von Brand Skopnik*
- *Elizabeth Brand Deisler*
- *Emerson Marin Licanleo*
- *Emilio Ricci*
- *Emilio Yavar*
- *Enelda Andrea Pizarro Tapia*
- *Erich Moya Dommke*
- *Erik Díaz*
- *Ernestina Del Silva*
- *Erwin Sierra*
- *Esteban Illanes*
- *Estela Drake Mendoza*
- *Esther Croudo*
- *Etienne Choupay*
- *Evalyn Daimés C.*
- *Fabiola Vasquez*
- *Federico Iriberry*
- *Felipe Osses Cerna*
- *Felipe Torres Benoni*
- *Fernando Araya*
- *Fernando Cabrales Gómez*
- *Fernando Contreras Jara*
- *Fernando Núñez*
- *Fernando Urra Jara*
- *Fernando Vicencio Basaez*
- *Francisco Elizalde*
- *Francisco Isla Montoya*
- *Franco Demaria Torres*
- *Freddy Gutiérrez Lopez*
- *Gabriel Martínez Herrera*
- *Gastón Díaz Godoy*
- *Georgina Kong*
- *Geraldo Jusakos Lazo*
- *Gerardo Lagos*
- *German Eche copar*
- *Ghislane Merino Bascour*
- *Gilda Oro Vergara*
- *Giovanni Magnani*
- *Giullio Avelli Erba*
- *Gloria Castro*
- *Gloria Joya García*
- *Gonzalo Del Río Reyes*
- *Gonzalo Flores Muñoz*
- *Gonzalo Fuentes Medel*
- *Gonzalo González Cartagena*
- *Gonzalo Jiménez*
- *Gonzalo Yun*
- *Graffigna Bordigoni Juan Ernesto*
- *Guillermo Baier Lavanderos*
- *Guillermo Valdés Suárez*
- *Gustavo Dubo G*
- *Hardy Chávez*
- *Héctor Jerez Fernandoi*
- *Hector Muñoz*
- *Hector Silva D.*
- *Hernan Cheyre*
- *Hernán Kong Mac Lean*
- *Horacio*
- *Horacio Melo*
- *Huda Rivas Morales*
- *Hugo González Espinoza*
- *Hugo Rojas Sánchez*
- *Hugo S. Salinas*
- *Ian Macpherson S.*
- *Igor Araya Bustamante*
- *Ines Repetto*
- *Ingrid Guzman Olmos*
- *Ingrid Von Baer*
- *Inti Nuñez*
- *Ismael Toloza*
- *Iván Betancourt Astete*
- *Ivan Valenzuela Diaz*
- *Ivan Vera Pinto*
- *Ixi Rivera Olivares*
- *Izaskun Bengoechea*
- *Jadranka Rendic*
- *Jai Me Bravo Campos*
- *Jaime Arnaiz*
- *Jaime Camposano*
- *Jaime Lobos Cabero*
- *Jaime Meruane Zumelzu*
- *Jairo Jachura Chavez*
- *Javier Barros Muñoz*
- *Javier Ignacio Hasbún Abugarade*
- *Jeanne Simon*
- *Jenny Zepeda*
- *Jesus Pardo*
- *Jimena Medina Moya*
- *Joan Gatica Navarrete*
- *Joaquín Lavín*
- *John Silva Mandiola*
- *Jonathan Hermosilla Cortés*
- *Jorge Antonio Vega Donoso*
- *Jorge Bastías Venegas*
- *Jorge Díaz Monsalves*
- *Jorge Huerta Rodríguez*
- *Jorge Salomó Flores*
- *Jorge Santana Salazar*
- *José Aguirre Acuña*
- *José Antonio Muñoz Manríquez*
- *Jose Gomez Lopez*
- *Jose Luis Bahamondes Barria*

- *Jose Manuel Correa*
- *Joshua Langenegger Carrizo*
- *Juan Alberto Rodriguez Silva*
- *Juan Arcaya*
- *Juan Carlos Gonzalez*
- *Juan Enrique Hinostrroza Scheel*
- *Juan Esteban Ramos Jara*
- *Juan Fernandez Castro*
- *Juan Hidalgo Ugalde*
- *Juan Ignacio*
- *Juan Luis Godoy Agí¹/₄Ero*
- *Juan Luza Contreras*
- *Juan Marcelo Castro Riquelme*
- *Juan Pablo Hernández G.*
- *Juan Pablo Silva Prado*
- *Juan Pincheira Muñoz*
- *Juan Vasquez Vera*
- *Juan Yamil Sandoval Nehme*
- *Julio Silva Pérez*
- *Karen Montalva Rail*
- *Karen Vargas Santander*
- *Karina Arratia Neira*
- *Karina Sandoval Henriquez*
- *Karla Fernandini*
- *Kenneth Gent Franch*
- *Leda Guzman*
- *Leonel Cortes Carpio*
- *Leslie Forman*
- *Lily Virginia Paz Vilela*
- *Loraine Bernhardt Krebs*
- *Lorena Moreira Araya*
- *Loreto Morales Acevedo*
- *Lucas Silva Sepúlveda*
- *Luis Alberto Gallegos Norambuena*
- *Luis Alejandro Berardi*
- *Luis Ayet Blanchard*
- *Luis Cruces Espejo*
- *Luis Edgardo Cortes Caroca*
- *Luis Flores Cabezas*
- *Luis Gonzalez Alquinta*
- *Luis Guzman Contreras*
- *Luis Morales Vergara*
- *Luis Roberto Reveco Sepúlveda*
- *Luis Torralbo Barría*
- *Macarena Ciudad Pavez*
- *Manuel Farias*
- *Manuel Farias*
- *Manuel Perines Peña*
- *Manuel Pino León*
- *Manuel Young Anze*
- *Marcela Araneda Fierro*
- *Marcela Carreño*
- *Marcela Jofré*
- *Marcela Puz León*
- *Marcela Ramos Pizarro*
- *Marcelo Cortes Moreno*
- *Marcelo Galleguillos*
- *Marcelo Guital Prieto*
- *Marcelo Ubilla Rebolledo*
- *Marcelo Zepeda Montalva*
- *Marco Chandía Bascunan*
- *Marco Morales Vargas*
- *Marcos Gómez Barrera*
- *Marcos Vera*
- *María Alejandra Bustamante Z.*
- *María Alejandra López Pazos*
- *María Bustos*
- *María Carla Arellano Garrido*
- *Maria De Los Angeles Romo*
- *Maria Jose Gutierrez Reyes*
- *María José Urrutia Rivas*
- *Maria Pia Balanda Miranda*
- *Mario Consigliere Bozzolo*
- *Mario Dorochesi Fernandois*
- *Mario Jara*
- *Maritza Gomez Opazo*
- *Maritza Obando*
- *Martin Vender Acevedo*
- *Matias Rios*
- *Mauricio Silva Malig*
- *Miguel Carrasco*
- *Miguel Ghione*
- *Miguel Maluje*
- *Miguel Rubilar Rubilar*
- *Milena Mollo Jachura*
- *Mimy Mayol*
- *Mónica González*
- *Neivi Molina*
- *Nelson Rojas Velis*
- *Nibaldo Guaita Godoy*
- *Nicolás Salinas Sepi¹/₄lveda*
- *Nicole Pinaud*
- *Nicole Toledo*
- *Noelia Lara Sanhueza A*
- *Roberto Varas Ventura*
- *Norman Dabner*
- *Olga Pizarro Stiepovic*
- *Oliver Varela Madariaga*
- *Omar Eugenio Sagredo Núñez*
- *Orlando Neira Cuevas*
- *Oscar Alvarado Fernandez*
- *Oscar Torres Cortés*
- *Osvaldo Abdala Valenzuela*
- *Pablo Alejandro Vásquez Saavedra*
- *Pablo Arancibia Mattar*
- *Pablo González*
- *Pablo Reyes Arellano*
- *Pablo San Martin Mosqueira*
- *Patricia Castillo Ochoa*
- *Patricia Alanis*
- *Patricia Carey Valenzuela*
- *Patricia Martinez Barber*
- *Patricia Olivares*
- *Patricio Herrera González*
- *Patricio Pizarro*
- *Paulina Madariaga*

- *Paulina Martínez*
- *Pedro Leopoldo Nickelsen Dessy*
- *Pelayo Covarrubias Correa*
- *Petri Salopera*
- *Pia Bravo Castro*
- *Pia Rojas Muñoz*
- *Pilar Campos Gracia*
- *Pilar Majmud*
- *Raúl Allard Soto*
- *Raúl Contreras H.*
- *René Godoy Alday*
- *Reynaldo Cabezas*
- *Reynaldo Córdova Espinoza*
- *Ricardo Cepeda*
- *Ricardo Muñoz Miranda*
- *Ricardo Ovalle Cubillos*
- *Ricardo-Franco Mendoza-García*
- *Richard Godoy*
- *Roberto Calderón Ortiz*
- *Roberto Galleguillos Hernández*
- *Roberto Pino Leon*
- *Roberto Pizarro Díaz*
- *Rodrigo Andrés Muñoz Contreras*
- *Rodrigo Barra Novoa*
- *Rodrigo Behncke Concha*
- *Rodrigo Carrasco Junge*
- *Rodrigo Díaz Bogdanic*
- *Rodrigo Díaz Valenzuela*
- *Rodrigo Jara Donoso*
- *Rodrigo Madrid*
- *Rodrigo Sánchez Giraldez*
- *Rodrigo Valenzuela Benítez*
- *Rosemarie Junge*
- *Roxana Espinosa González*
- *Roxana Toro Barrientos*
- *Salvador Achondo Larraín*
- *Sandra Díaz Ortega*
- *Sebastián Cortés Osorio*
- *Sebastián Gilbert*
- *Sebastián Opazo*
- *Sergio Cabezas Ferrari*
- *Sergio Draguicevic*
- *Sergio González Carvajal*
- *Sergio Pino Vergara*
- *Sergio Torres Maldonado*
- *Silvia Merlet Vega*
- *Soledad Etchebarné*
- *Sonia Saavedra Sánchez*
- *Steve Baeza*
- *Tamara Rojas Abarca*
- *Tamara Sepulveda Morales*
- *Tania Andrea Avilés Zúñiga*
- *Teresa Collados*
- *Tomas Bradanovich Pozo*
- *Valeska Geldres Weiss*
- *Vento Consultores Ltda*
- *Verlo Araya Jofré*
- *Verónica Asis Varela*
- *Verónica Larrañaga Ruiz*
- *Viana Beratto Villagra*
- *Vicente Navarro Koschitzky*
- *Vicente Valdes*
- *Víctor Manuel Mora Padrón*
- *Víctor Melinao*
- *Víctor Ponce Toledo*
- *Víctor Ramos Castillo*
- *Víctor Villagran*
- *Vlado Mirosevic Verdugo*
- *Waldo Alfaro Alfaro*
- *Williams Briceño Romero*
- *Ximena Cruz Schmidt*
- *Yenny Estay Palacios*
- *Yeny Osorio Lozan*
- *Yordanka Barrios González*
- *Yorka Uribe Díaz*
- *Ricardo Franco Mendoza García*
- *Roberto Galleguillos Hernández*
- *Roberto Fantuzzi*
- *Roberto Musso Molina*
- *Roberto Nicolás Castillo Jara*
- *Roberto Opazo*
- *Roberto Pizarro Díaz*
- *Rodrigo Fernando Díaz Valenzuela*
- *Rodrigo Garrido Maldonado*
- *Rodrigo Jarufe Fuentes*
- *Rodrigo Molina Sáez*
- *Roxana Ríos Riquelme*
- *Rubén Felipe Tobar Rojas*
- *Samuel Vásquez Rojas*
- *Sandra Díaz Ortega*
- *Sebastián Gilbert*
- *Sebastián Saldías*
- *Sergio Draguicevic*
- *Sergio Enrique Povea Sáez*
- *Sergio Paredes*
- *Sergio Salazar Vargas*
- *Sofía Ramírez*
- *Solange Arredondo*
- *Susan Margaret Díaz Riquelme*
- *Teresa Collados Baines*
- *Verónica Fernández Varas*
- *Verónica Rojas*
- *Vicente Hernández Hermosilla*
- *Vicente Rodríguez*
- *Víctor Fuentes Tassara*
- *Víctor Hugo Villagrán Moore*
- *Víctor Manuel Ramos Castillo*
- *Viviana Arias*
- *Walter Rosenthal Navarro*
- *Ximena Cruz*
- *Yasna Paola Marín Esparza*
- *Yeribert Galaz Yáñez*

SOBRE LOS AUTORES

Cristóbal Fernández Robin

Doctor en Ingeniería Industrial, mención Innovación en la Empresa, Universidad de Lleida, España. Magister en Ciencias de la Ingeniería Industrial, Universidad de Chile. Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María, Chile. Se desempeña como académico de Marketing, Investigación de Mercados, Emprendimiento en acción y Simulación de Marketing del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María. Es Director del Centro de Ingeniería de Mercados del Departamento de Industrias de la USM, CIMER.

Jorge Cea Valencia

PhD© en Management en la Universidad Adolfo Ibáñez, Chile. Actualmente se encuentra trabajando en su tesis doctoral. Además es Magíster en Gestión Empresarial, MBA, e Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Técnica Federico Santa María. Se desempeña como académico de Marketing e Investigación de Mercados del Departamento de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María y como Jefe de carrera de Ingeniería Comercial del mismo Departamento. Es Sub-Director del Centro de Ingeniería de Mercados del Departamento de Industrias de la USM, CIMER.

Paulina Santander Astorga

Doctoranda en Psicología, mención transformaciones sociales en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Magíster en Educación y comunicación Universidad Autónoma de Barcelona. Diplomada en métodos cualitativos en investigación psicosocial en la Universidad de Chile. Psicóloga, Universidad de Valparaíso. Se desempeña como académica en el área de metodología de la investigación e investigadora en el área de Emprendimiento en la Universidad Técnica Federico Santa María. Su línea de trabajo específico es emprendimiento y género.

Diego Yáñez Martínez

Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María. Se desempeña como académico de Simulación de Marketing y Evaluación de Proyectos en la Universidad Técnica Federico Santa María, y como Ingeniero de Proyectos del Centro de Ingeniería de Mercados del Departamento de Industrias de la USM, CIMER.

COORDINACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO

Ha sido desarrollado por el Departamento de Industrias y por el Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER) perteneciente a dicho Departamento de la Universidad Técnica Federico Santa María.

www.industrias.usm.cl

Contactos

Cristóbal Fernández Robin

Académico del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María y Director del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER).
cristobal.fernandez@usm.cl

Jorge Cea Valencia

Académico del Departamento de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María y Sub-Director del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER).
jorge.cea@usm.cl

Paulina Santander Astorga

Académico del Departamento de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María.
paulina.santander@usm.cl

Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER

El Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, es una unidad especializada en investigación de mercado y marketing; creada a comienzos del 2006 dentro del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María.

CIMER busca entregar soluciones a las problemáticas actuales asociadas al área de marketing de las empresas, entregando respuestas apropiadas a las necesidades de información de éstas y apoyando la toma de decisiones estratégicas y operativas. CIMER ha gestionado y construido para ello estudios, modelos y estrategias de marketing confiables, basados en metodologías tanto cualitativas como cuantitativas.

Paralelamente CIMER tiene dentro de sus objetivos el desarrollo de una potente área de investigación y de apoyo a la docencia, con el fin de ir siempre a la vanguardia en el conocimiento en las áreas de marketing e investigación de mercados.

El equipo de CIMER cuenta con profesionales dedicados a diferentes áreas de la ingeniería, marketing, estadística, psicología, sociología, antropología y diseño, añadiendo una gama multidisciplinaria de profesionales que forman parte de la Universidad Federico Santa María y del Departamento de Industrias. Sumado a esto mantiene un importante número de relaciones de cooperación con importantes empresas y centros de investigación nacionales e internacionales.

www.cimer.usm.cl
cimer@usm.cl
Tel: (56-32) 2654082

COORDINACIÓN DEL GEM CHILE

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

Contacto

Adriana Abarca Montero / Coordinadora GERC / aabarca@udd.cl / Tel: (562) 2 32 79 801

COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES

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

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

PATROCINADORES

Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María

El Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María es una unidad académica líder en innovación, emprendimiento y gestión que tiene como misión formar profesionales de excelencia en la gestión empresarial, los cuales son líderes en organizaciones nacionales e internacionales, a través de programas de pregrado, postgrado y postítulo. Además, ofrecer a la comunidad, empresas e instituciones, un servicio de alta calidad para su mejoramiento continuo a través de actividades de extensión, asesoría e investigación.



Dentro de las labores del Departamento, se destaca el desarrollo de las áreas de investigación, innovación tecnológica, gestión operacional, economía y finanzas, lo cual permite efectuar una docencia teórico-práctica de excelencia con una propuesta de valor única en Chile.

Desde su creación en el año 1988, el Departamento de Industrias ha estado orientado a entregar una preparación que contribuye decisivamente en la formación del Ingeniero Civil Industrial gracias a una metodología que aborda tanto los negocios como la tecnología. Esta visión integradora es un sello característico que permite a nuestros alumnos tomar las decisiones adecuadas y oportunas que se traducen en la gestión eficiente de recursos.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

La Misión del Ministerio de Economía es promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de la economía del país a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país y sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico del país, tanto públicas y privadas, nacionales y extranjeras.



CORFO, (Corporación de Fomento de la Producción)

CORFO tiene como misión mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, con lo cual, fortalece además, el capital humano



y las capacidades tecnológicas. Con todo ello permite alcanzar el desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado, mediante la creación de programas e instrumentos que incentiven el desarrollo de la actividad productiva del país, la coordinación público privada y la generación de ecosistemas de emprendimiento.

Acción Emprendedora

ONG Acción Emprendedora es una organización sin fines de lucro dedicada a la formación y desarrollo integral de emprendedores y microempresarios del país. Con más de 10 años de experiencia en el ámbito del emprendimiento, la Institución beneficia a más de 3.000 emprendedores cada año, ejecutando un modelo de negocios basado en cuatro líneas de acción: Sensibilización, Formación, Consultorías e Incubación de Negocios.

Acción Emprendedora está presente en Valparaíso desde el año 2008, aportando al fortalecimiento del ecosistema emprendedor y a la dinamización de la economía regional. La Institución trabaja de manera colaborativa con organismos públicos y privados, así como con municipios comunales, universidades y otras organizaciones ligadas al emprendimiento y la innovación.



Radio Valparaíso

Radio Valparaíso, 102.5 FM y 121 AM, es una emisora comprometida con el progreso y desarrollo de la V Región, cuyo objetivo fundamental es constituirse en un adecuado canal de expresión de la ciudadanía de nuestra zona en una época en que la globalización nos ha dejado prácticamente sin medios de expresión regional. Para tales efectos, sus nuevos propietarios y directivos materializaron importantes inversiones que nos han permitido contar con nuevos estudios, una mejoría sustancial en la parte técnica y con una página web, www.radiovalparaiso.cl, que complementa las emisiones radiales y nos permite llegar con el audio en vivo a todo el mundo.



Hoy Radio Valparaíso tiene un directorio, presidido por Macarena Urenda Salamanca, que es su representante legal. Su actual director ejecutivo es el periodista Mauricio Córdova Iglesias. El director de administración y finanzas es José Luis Riquelme Carrera.



Global Entrepreneurship Monitor



www.industrias.usm.cl



CIMER
CENTRO DE INGENIERÍA DE MERCADOS

www.cimer.usm.cl

www.gemchile.cl

Contacto
cimer@usm.cl

