



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIONAL VALPARAÍSO 2015-2016



Dr. Cristóbal Fernández Robin / Dra.(c) Paulina Santander Astorga / Ing. Diego Yáñez Martínez





Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Región de Valparaíso 2015-2016

*Cristóbal Fernández Robin
Paulina Santander Astorga
Diego Yáñez Martínez*

*Departamento de Industrias
Universidad Técnica Federico Santa María*

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

REPORTE REGIÓN DE VALPARAÍSO 2015-2016

PRIMERA EDICIÓN.

EDICION DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS, ECONOMÍA Y NEGOCIOS, UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA
REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-356-031-2

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

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

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

© 2016 Universidad Técnica Federico Santa María
© 2016 Global Entrepreneurship Research Association

Diagramación

Franco Azócar Dellepiane
azocar.franco@gmail.com

Ilustración Portada

Julieta Bravo Cid
Pedagoga en Artes Plásticas
Licenciada en Educación

Impresión

DEGRAFIS SERV. GRAFICOS LTDA.
Viña Del Mar, Chile.
TEL 2686912
RUT 76.112.931-7
Fecha impresión: Junio 2016

Impreso en Chile / Printed in Chile

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDO	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	4
PRESENTACIÓN	6
PRÓLOGO	7
¿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	11
1.4 Principales indicadores GEM	12
1.5 Sobre este reporte	13
2.- LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL	14
2.1 Actitudes emprendedoras	14
2.2 Actividades Emprendedoras	17
Motivaciones emprendedoras	20
Distribución por sectores	22
Edad y Sexo	23
Nivel Educativo	27
Nivel de Ingresos	28
Situación laboral de los emprendedores	29
2.3 Aspiraciones emprendedoras	30
Expectativas de alto crecimiento	30
Competitividad	32
3.- CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO	36
3.1 Modelo GEM y encuesta a expertos	36
3.2 Análisis General de los Factores	38
3.3 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO	40
3.4 TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	41
3.5 POLÍTICAS DE GOBIERNO	42
3.6 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	43
3.7 ACCESO A FINANCIAMIENTO	44
3.8 APERTURA DEL MERCADO INTERNO	45
3.9 PROGRAMAS DE GOBIERNO	46
3.10 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	47
3.11 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA	48

CONSIDERACIONES FINALES	49
REFERENCIAS	52
GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA	54
FICHA METODOLÓGICA	56
ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA	56
ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES	56
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD	56
EXPERTOS CONSULTADOS	57
SOBRE LOS AUTORES	60
COORDINACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO	61
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES	62
PATROCINADORES	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2015 por fase de desarrollo económico.	16
Tabla 2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2015 según fase de desarrollo económico	18

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso	
Figura 2: El marco conceptual GEM	8
Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	10
Figura 4: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso	13
Figura 5: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile.	19
Figura 6: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales	20
Figura 7: Emprendedores nacies por motivación para emprender	
Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico	21
Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico	22

Figura 10: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales.	24
Figura 11: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida.	24
Figura 12: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad.	25
Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.	26
Figura 14: Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso.	26
Figura 15: Nivel educacional en los emprendedores de la Región de Valparaíso.	27
Figura 16: Nivel de ingresos y actividad emprendedora.	28
Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar.	28
Figura 18: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación.	29
Figura 19: Actividad emprendedora según tipo de empleo.	29
Figura 20: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento.	31
Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores.	33
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada.	33
Figura 23: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos.	34
Figura 24: Expectativas de Expansión de Mercado.	35
Figura 25: Actividad Emprendedora y Exportación.	35
Figura 26: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional.	36
Figura 27: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM.	37
Figura 28: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.	38
Figura 29: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2013-2014-2015.	39
Figura 30: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2015.	39
Figura 31: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento.	41
Figura 32: Evaluación de la transferencia de I+D.	42
Figura 33: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento.	43
Figura 34: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento.	44
Figura 35: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.	45
Figura 36: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.	46
Figura 37: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.	47
Figura 38: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional.	48
Figura 39: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios.	48

PRESENTACIÓN

Este documento presenta el Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015-2016, 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 13 años de mediciones, se ha constituido un referente dado su alcance, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más importantes del país. 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 con diversos cambios con relación al precedente en las diferentes características vinculadas con el emprendimiento en la Región de Valparaíso. Por una parte, un cambio negativo a través de la disminución en el porcentaje de mujeres, llegando al 46,3% en comparación con el 47,1% del año 2014. Por otra parte, se mantiene constante la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales en 39 años. También, la actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en la Región generó un leve incremento de un 0,98% el último año, llegando a un 25,33%. Un análisis más específico de la Región de Valparaíso da cuenta de una recuperación en el emprendimiento por oportunidad, aumentando de un 51,3% en 2014 a un 60,46% este año.

Queremos agradecer el soporte brindado por la Universidad del Desarrollo, que en el ciclo 2015 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.

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

Agradecemos a los 6.231 encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación y a la invaluable ayuda de quienes respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento.

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 agradecemos a Marcelo Guital, emprendedor que siempre ha estado dispuesto a ayudar en pos del desarrollo de un verdadero entorno emprendedor, innovando en procesos y modelos de negocios.

Dr. Cristóbal Fernández Robin

Coordinador GEM de la Región de Valparaíso
Director del Centro de Ingeniería de Mercados
Director Departamento de Industrias

PRÓLOGO

Cuando me pidieron escribir el prefacio para el reporte GEM, como buen emprendedor, mi cabeza se inundó de ideas, pero también de mucha pasión para poder aportar desde mi experiencia.

Está claro que Chile tomó en serio el emprendimiento y la innovación estos últimos años y – en este escenario- lo ha hecho muy bien, llegando a ser uno de los líderes en la región. Eso lo digo con convicción porque estamos trabajando con los gobiernos, universidades y empresas privadas de México, Colombia, Argentina, Brasil, Perú y Chile.

Esto ha generado que cada día más personas piensen en emprender y vivir de su sueño y no del de otro. La libertad de vivir de lo que nos apasiona, es una de las formas más eficaces de generar crecimiento para todos.

Por ende, todos los organismos hoy están centrados en difundir modelos para innovar y emprender, en dar las facilidades para que más personas se sumen a esta aventura. Sin embargo, pese a que en estos últimos años han surgido carreras en las universidades, casa de estudio y centros de innovación, todos estos carecen de la etapa clave, la última milla, esa que marca la diferencia entre la academia y el mundo real de los negocios.

En esta etapa son los emprendedores, quienes tienen las mejores habilidades para abordarla. Ellos son los que crean productos o servicios innovadores para que el mercado los entienda, adquiera y esté dispuesto a pagar por ellos, con el fin de crear valor y nuevas formas de consumo.

Si bien es muy difícil entrar al mercado, más difícil aún es mantenerse y ganar participación, cuando compites con big players. Lo único que te salvará es la marca de tu producto o servicio, si ésta crea valor y genera beneficios reales para tu consumidor, podrás permanecer en el mercado. En esta última etapa estamos realmente en deuda, ya que las instituciones no están orientadas a llevar las ideas al mercado.

Lo anterior, sumado a la actual ventaja que lleva nuestro país en materia de emprendimiento nos obliga a seguir trabajando; para lo cual reportes como GEM son claves no solo para hacer una radiografía del emprendimiento a nivel global, sino que también para generar las políticas y los cambios para seguir potenciando el ecosistema emprendedor y avanzando a paso firme hacia un desarrollo que favorezca a todos.

Marcelo Guital Prieto
Guital & Partners

¿Cómo es el Emprendedor de la Región de Valparaíso?

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

SEXO

53,7% de los emprendedores iniciales y 58,7% 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 61,6% de los emprendedores en etapas iniciales tienen estudios universitarios completos o postgrado.

MOTIVACIÓN

El 60,5% de los emprendedores en etapas iniciales emprenden por oportunidad.

DEDICACIÓN

32,5% de los emprendedores iniciales y 27,1% de los emprendedores establecidos distribuyen su tiempo entre sus emprendimientos y otras actividades dependientes.



CREACIÓN DE EMPLEO

El 38,8% de los emprendedores iniciales y el 31,6% de los establecidos espera contratar más de 6 trabajadores en los próximos 5 años.

SUS CONSUMIDORES

58% de los emprendedores en etapas iniciales y el 54,1% de los establecidos realizan ventas directas a consumidores finales (comercializar algún producto).

TECNOLOGÍA

El 64,3% de los emprendedores iniciales y el 75,5% de los establecidos no utilizan nuevas tecnologías en sus productos.

INNOVACIÓN

El 55,2% de los emprendedores en etapas iniciales y el 49,8% de los establecidos considera que sus productos y servicios son nuevos para todos sus clientes.

SON CADA VEZ MÁS VALORADOS

El 72,9% de la población piensa que emprender es una buena elección de vida.

INTRODUCCIÓN

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM internacional, cumplió diecisiete años de existencia en 2015, tiempo en el que ha publicado ininterrumpidamente un reporte anual sobre el estado del emprendimiento en los más de 100 países participantes en él. Durante ese periodo se ha analizado la transversalidad del emprendimiento a través de la generación de diversos indicadores que incluyen desde el inicio de nuevos negocios, hasta temas especiales como el emprendimiento social, educación para el emprendimiento o financiamiento a nuevas empresas. En Chile, incluyendo la presente edición, se cuenta con doce ciclos en los cuales se han publicado, además, reportes específicos sobre la actividad emprendedora de mujeres en Chile y, a partir del año 2007, también se ha analizado la actividad emprendedora en diferentes regiones del país. Así, el GEM Chile se ha consolidado como un proyecto relevante para entender la dinámica emprendedora del país.

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 Marco conceptual del GEM

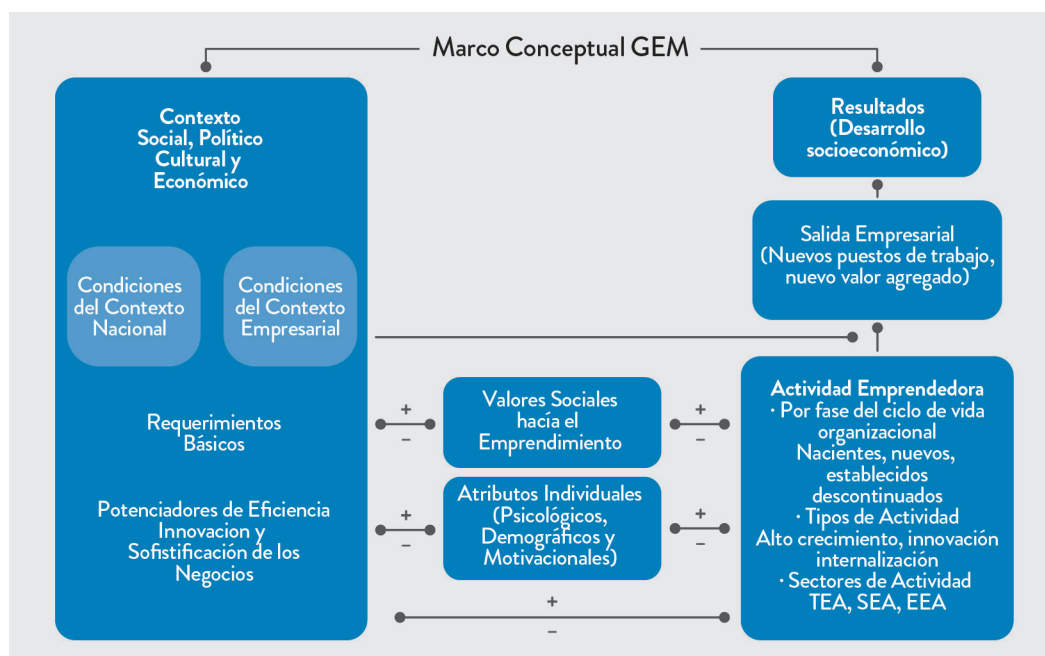
El marco conceptual del GEM ha evolucionado en los últimos años particularmente con la revisión propuesta en la medición anterior del Proyecto GEM – Reporte Nacional de Chile 2014 de la Universidad Del Desarrollo. Cabe destacar que esta evolución se ha desarrollado sin comprometer la posibilidad de comparación de los datos, pero brindando mayor claridad para entender las relaciones entre las distintas variables que afectan el emprendimiento.

La **Figura 2**, muestra el marco conceptual del GEM. El contexto social, cultural, económico y político está representado por las Condiciones de Contexto Nacional que impactan a la sociedad a través de las tres fases de desarrollo económico (basados en las variables “factores”, “eficiencia” e “innovación”), y las Condiciones del Contexto Emprendedor, que afectan directamente a la actividad emprendedora.

Los valores sociales hacia el emprendimiento incluyen aspectos asociados a la legitimidad del emprendimiento dentro de la sociedad (opción de carrera deseable, alto estatus de los emprendedores, entre otros). Los atributos individuales tienen que ver con características demográficas (género, edad, etc.) y auto percepciones (oportunidades percibidas, miedo al fracaso y percepción de capacidades).

La actividad emprendedora engloba múltiples fases del ciclo de vida organizacional (nacientes, nuevos, establecidos y discontinuados), su impacto potencial (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y tipo de actividad (tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA); emprendimiento social (SEA); actividad emprendedora de empleados (EEA)).

Figura 2: El marco conceptual GEM



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*), 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 que profundiza mucho más en aspectos cualitativos, recogiendo 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 específicos. 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, durante el 2015, en el país se han realizado poco más de 6.200 encuestas a la población adulta, 713 pertenecientes a la Región de Valparaíso, y una amplia consulta a expertos nacionales logrando 318 expertos, de los cuales 41 pertenecen a la Región de Valparaíso.

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

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

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

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

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, aquello 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 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM



1.5 Sobre este Reporte

La información del ciclo 2015 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 2015.

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 2015.

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 comunicación 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 aun 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. Generalmente, las personas que poseen un empleo con altas remuneraciones tienden a evaluar las posibilidades reales de aumentarlo antes de emprender. Por otra parte, específicamente el segmento de mujeres, tiende a evaluar 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 concrete 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 pobres 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, en un periodo breve antes del inicio del negocio; y en ciertos casos, el proceso se desarrolla prácticamente de forma simultánea.

La **Tabla 1** 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. La Región de Valparaíso presenta indicadores similares a los observados a nivel nacional, destacándose el miedo al fracaso (27,66%) siendo menor a la media nacional (30,79%). Así mismo y al igual que en la última medición, las cifras también permiten destacar que en la región las personas se perciben más capaces de emprender (69,31%) con respecto al resto de las regiones del país y a la media nacional (65,72%). Por el contrario, existe una notoria baja en la percepción de oportunidades (52,18%) tanto en comparación a la media nacional (57,35%) como a la medición anterior (61,93%).

Tabla 1: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2015 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	67,59 %	57,72 %	31,29 %	73,95 %	63,22 %	59,59 %
II - Antofagasta	67,22 %	58,48 %	25,97 %	75,03 %	61,11 %	57,01 %
IV - Coquimbo	59,23 %	61,18 %	26,36 %	74,04 %	67,84 %	62,07 %
V - Valparaíso	52,18 %	69,31 %	27,66 %	72,97 %	65,29 %	60,25 %
VII - Maule	47,73 %	59,76 %	33,36 %	68,11 %	67,41 %	62,78 %
VIII - Bío - Bío	53,29 %	64,82 %	33,19 %	74,10 %	71,72 %	68,50 %
IX - Araucanía	47,60 %	63,97 %	35,75 %	70,83 %	65,96 %	70,16 %
X - Los Lagos	65,76 %	67,26 %	29,28 %	72,20 %	63,13 %	61,23 %
XIII - Metropolitana	59,73 %	65,25 %	31,52 %	65,49 %	62,85 %	57,11 %
Chile	57,35 %	65,72 %	30,79 %	69,65 %	64,89 %	60,37 %

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

Se destaca también una alta tasa de reconocimiento al emprendimiento como carrera deseable (72,97%), y una alta tasa de reconocimiento a los emprendedores exitosos (65,29%) en comparación a la media nacional (69,65% y 64,89% respectivamente). A modo de resumen, existe una buena percepción del emprendimiento a nivel nacional que se acentúa en la Región de Valparaíso destacándose sobre todo por la alta percepción de capacidades emprendedoras y el escaso temor a fracasar que muestran sus habitantes.

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 2** resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada una de las regiones participantes en el GEM Chile 2015.

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 14,68% de su población económicamente activa involucrada en esta categoría de actividad, siendo un 16,52% la media para todo el país, esta tendencia continúa respecto de la medición anterior. Sin embargo, el resultado se revierte en el caso de nuevos negocios, gerentes y propietarios, donde un 10,65% de la población regional se considera así, versus un 9,82% a nivel nacional.

En cuanto al TEA (Fase Inicial de Actividad Emprendedora), la Región de Valparaíso presenta un 25,33% de emprendedores en etapas iniciales, porcentaje que aumentó levemente respecto de la medición anterior, donde se obtuvo un 24,35%. Esta tendencia también se repite en los emprendimientos establecidos, donde se aprecia un 9,64% frente a un 9,13% del año anterior.

Tabla 2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2015 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 (% de TEA)	Actividad emprendedora por necesidad (% de TEA)
I - Tarapacá	17,94 %	7,82 %	24,45 %	8,14 %	4,76 %	35,43 %	30,51 %	1,20 %	32,86 %
II - Antofagasta	17,75 %	8,80 %	26,20 %	5,19 %	5,45 %	39,64 %	33,50 %	2,36 %	24,50 %
IV - Coquimbo	15,79 %	7,24 %	22,60 %	6,32 %	4,52 %	35,17 %	19,75 %	9,19 %	35,90 %
V - Valparaíso	14,68 %	10,65 %	25,33 %	9,64 %	7,26 %	36,86 %	23,60 %	5,35 %	34,19 %
VII - Maule	15,24 %	10,15 %	24,83 %	8,37 %	6,00 %	34,13 %	22,12 %	1,39 %	42,37 %
VIII - Biobío	15,10 %	8,44 %	22,97 %	7,90 %	6,06 %	31,37 %	27,34 %	1,92 %	39,37 %
IX - Araucanía	15,21 %	9,85 %	24,27 %	10,21 %	7,12 %	33,25 %	27,19 %	3,92 %	35,64 %
X - Los Lagos	7,36 %	8,22 %	24,11 %	8,22 %	6,17 %	41,30 %	32,34 %	4,51 %	21,84 %
XIII - Metropolitana	16,81 %	9,81 %	26,25 %	7,80 %	5,01 %	44,95 %	27,29 %	1,57 %	26,19 %
Chile	16,52 %	9,82 %	25,93 %	8,16 %	6,03 %	40,77 %	25,23 %	2,74 %	31,25 %

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

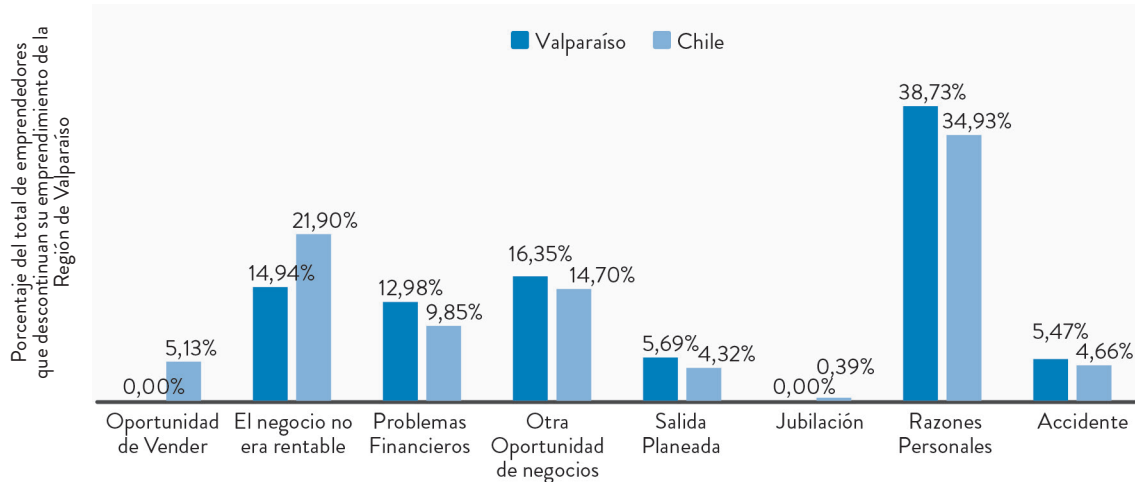
Asimismo, la **Tabla 2** también muestra que en la Región de Valparaíso un 7,26% de la población manifestó haber tenido algún emprendimiento en el pasado y haberlo discontinuado durante el año anterior a la medición, es decir, durante el 2014, siendo este porcentaje mayor tanto a la media nacional (6,03%) como a la medición anterior (4,06%).

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 4** muestra que efectivamente los problemas relacionados con motivos personales (38,73%) siguen representando una de las principales causas para la discontinuación de negocios tanto en Valparaíso como a nivel nacional. A esto se le suman los motivos de aprovechar otra oportunidad de negocio (16,35%) y la ausencia de rentabilidad en el negocio (14,94%).

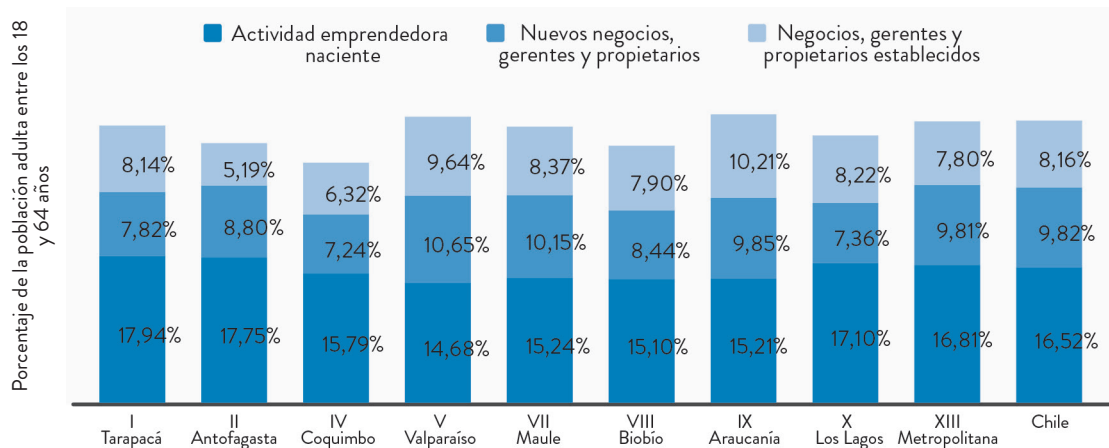
Figura 4: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile, 2015.

Las diferentes distribuciones de los porcentajes emprendedores por cada etapa del negocio mostradas en la **Tabla 2** 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 5** evidencia de forma más clara estas diferencias en las distribuciones, ya que representa la proporción de cada una de las tres categorías de actividad emprendedora en las regiones analizadas, siendo Valparaíso la región que mayor porcentaje de nuevos negocios, gerentes y propietarios muestra (10,65%).

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



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile, 2015.

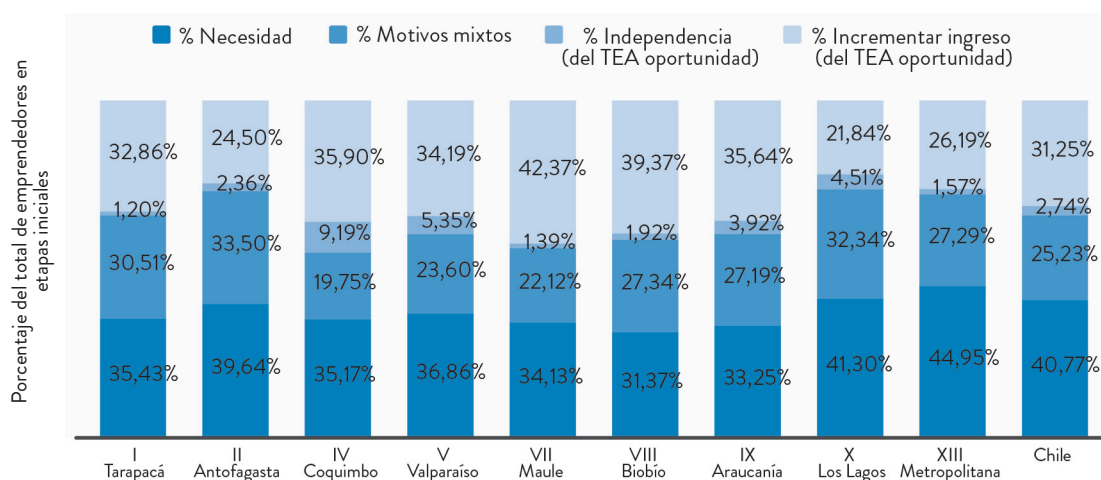
Motivaciones emprendedoras

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 2** 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, aun cuando están en los hechos más cerca de la anterior.

La **Figura 6** 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 6: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales

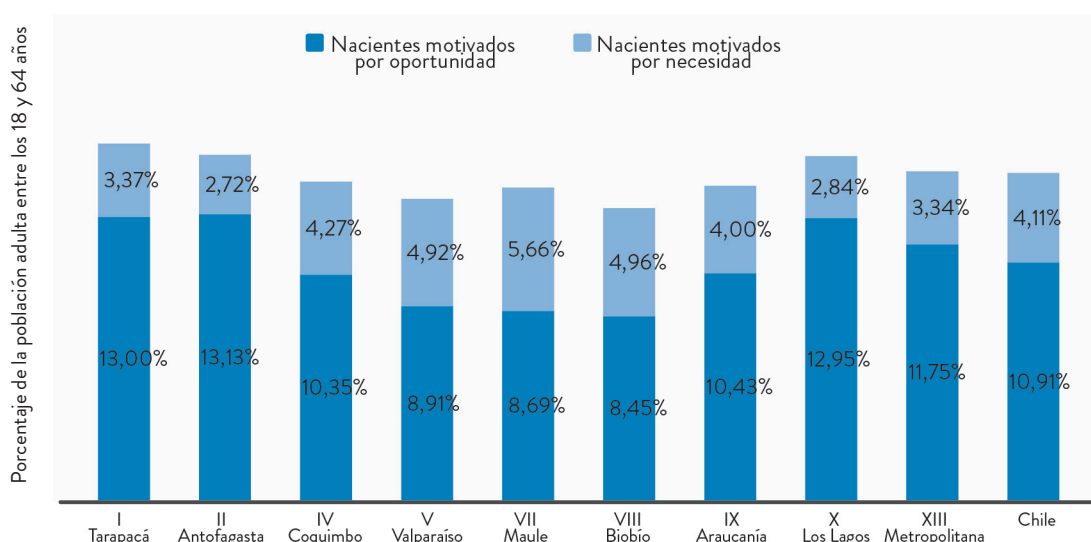


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile, 2015.

Un análisis más específico de la Región de Valparaíso da cuenta de una recuperación en el emprendimiento por oportunidad, disminuyendo de un 66,5% de la medición 2013 a un 51,3% en 2014 pero aumentando a un 60,46% este año. En esa misma línea, es importante mencionar que si bien la actividad emprendedora regional ligada a la detección de oportunidades ha aumentado respecto de la medición anterior, sigue siendo menor a la media nacional (66%). Por otra parte, el 34,19% (frente a un 31,25% 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 27,13% 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 7** muestra los porcentajes de cada categoría del total de emprendedores nacientes en las regiones de Chile participantes de la medición 2015.

Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

Como se observa en la **Figura 7**, al comparar con los porcentajes observados a nivel nacional, es posible inferir que en la Región de Valparaíso existe un porcentaje muy bajo de emprendedores nacientes motivados por una oportunidad, superando solo a la Región del Biobío y la Región del Maule. Por el contrario, existe un porcentaje levemente mayor de emprendedores nacientes motivados por necesidad en comparación a la media nacional, de manera similar nuevamente a las regiones del Biobío y del Maule. Asimismo, si se compara estas cifras con las obtenidas en las mediciones anteriores, se observa que el número de emprendedores nacientes motivados por oportunidad sigue disminuyendo, pasando de un 13,7% en la medición del año 2013 a un 11,21% en la medición 2014 y un 8,91% para este año. Lo contrario se observa respecto de los emprendedores nacientes motivados por necesidad, pasando de un 1,6% en el año 2013 a un 3,09% para la medición 2014 y alcanzando un 4,92% este año.

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”. En ese sentido, la buena noticia se refleja en que cada vez se ve un mayor porcentaje de emprendimientos establecidos, al contrario, la mala noticia guarda relación con la sostenida disminución de emprendimientos nacientes motivados por oportunidad, a lo que se suma el alto nivel de emprendimientos motivados por necesidad tanto nacientes como en etapas iniciales.

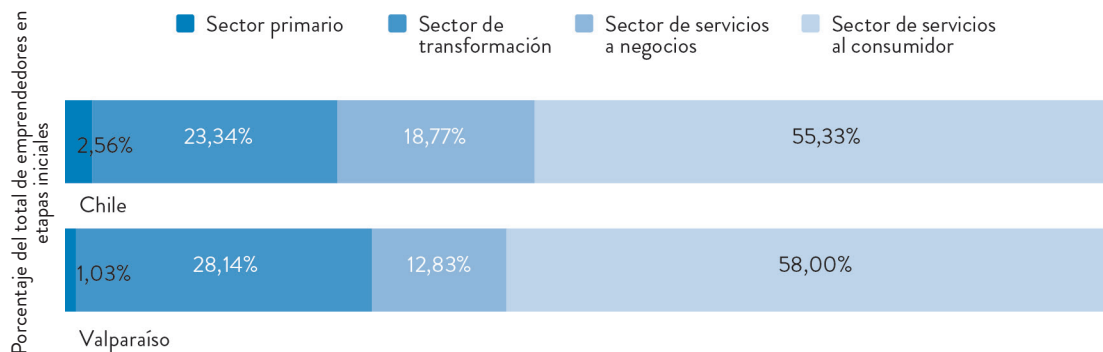
Distribución por sectores

Las **Figuras 8 y 9** 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.

En efecto y de acuerdo a la **Figura 8**, para el caso de emprendimientos en etapas iniciales un 58% en 2015 manifiesta estar orientado al consumidor final, frente a 54,3% mostrado en 2014, situación que se ha visto en todos los Reportes Regionales desde el 2007. 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 lo tanto, es común observar este tipo de actividades frente a negocios más sofisticados, de mayor frecuencia 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 artesanales.

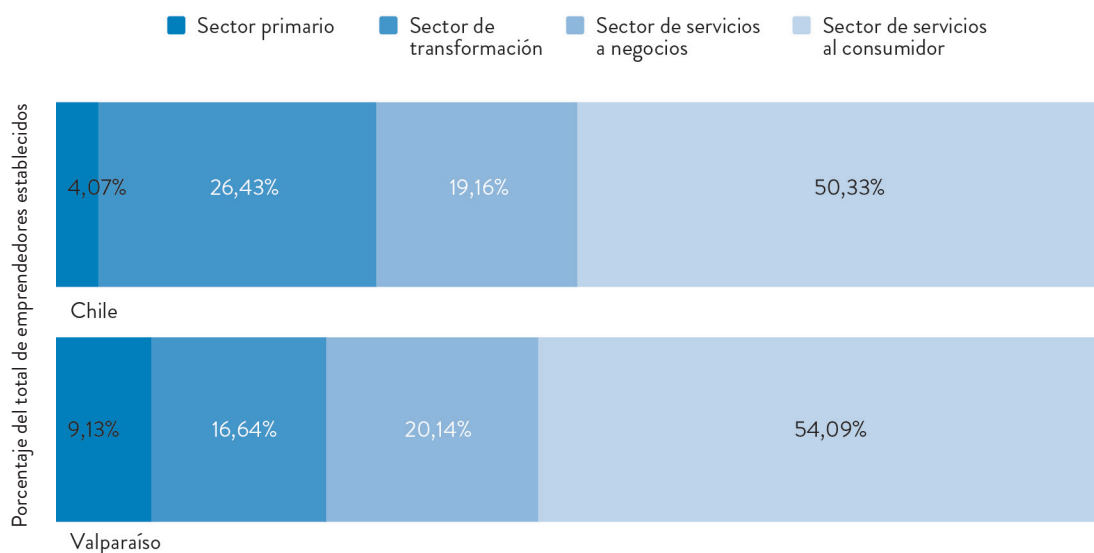
Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

De manera similar y como muestra la **Figura 9**, la actividad emprendedora establecida también se concentra en el sector de servicios al consumidor alcanzando para la presente medición un 54,09% en el caso de la Región de Valparaíso y un 50,33% a nivel nacional.

Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico



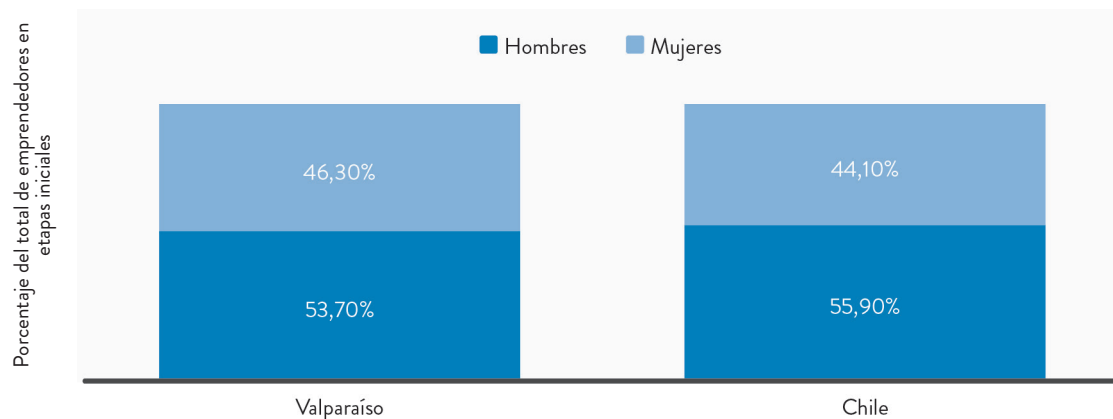
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

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 10**, 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 no difieren de esta tendencia, en efecto, muestran que el 53,7% son hombres frente a 46,3% de mujeres. Cabe destacar que estos resultados muestran un equilibrio constante respecto a los resultados obtenidos en los últimos años (52,9% y 47,1% respectivamente en 2014) y respecto a los resultados a nivel nacional (55,9% y 44,1% respectivamente).

Figura 10: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales

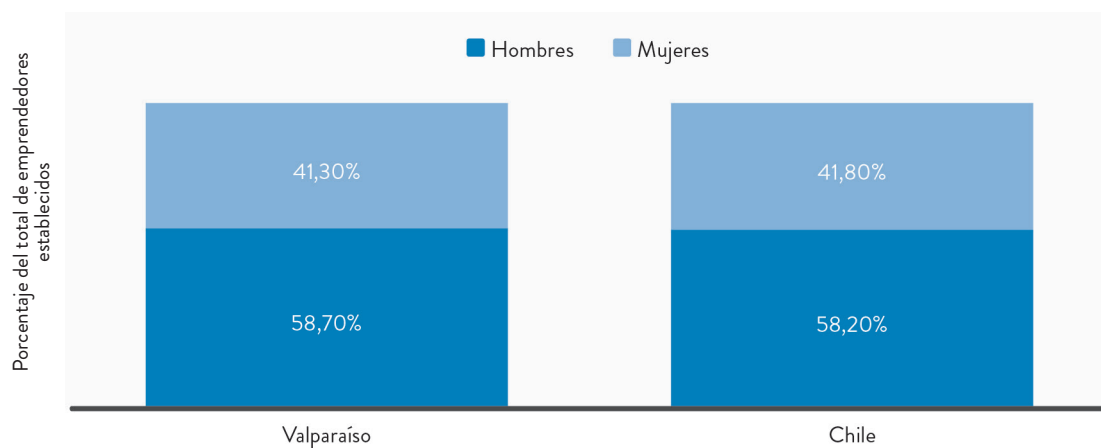


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

Por su parte la **Figura 11** 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. En este punto cabe destacar que para la Región de Valparaíso en el 2015 se registra un leve aumento de emprendedoras de sexo femenino, llegando a un 41,3% frente al 39% mostrado en la medición anterior.

Llama fuertemente la atención que, tanto a nivel regional como a nivel nacional, el porcentaje de emprendedores establecidos hombres aumenta respecto al porcentaje de emprendedoras establecidas mujeres si se compara 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.

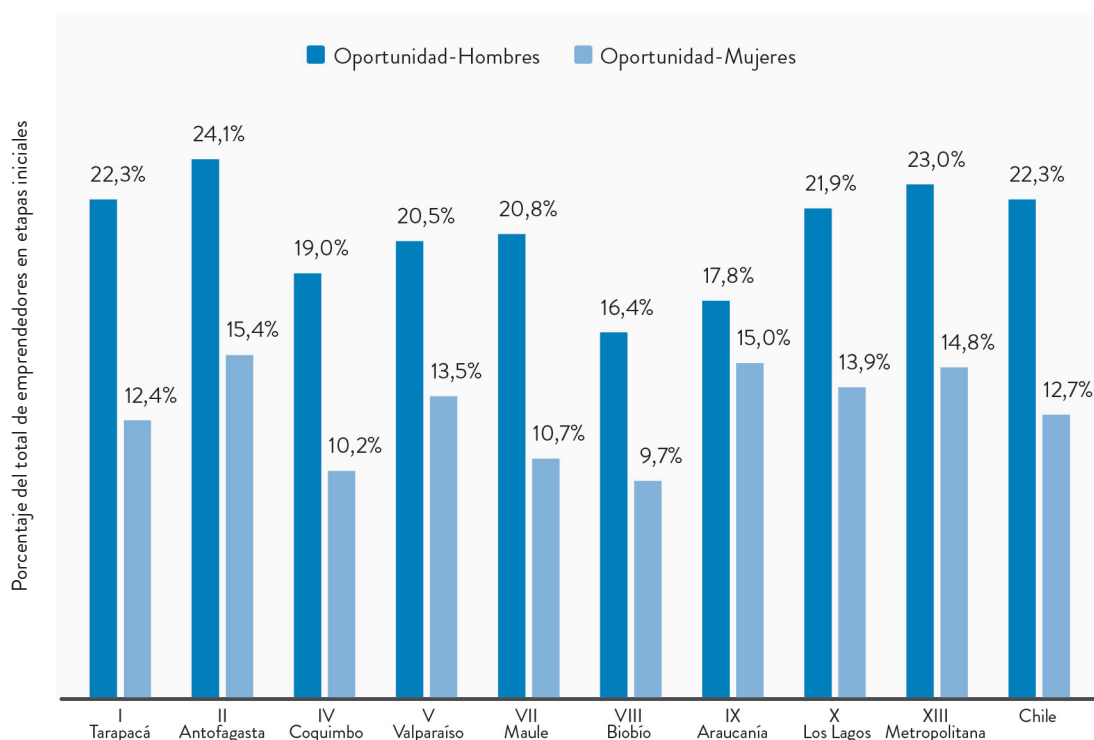
Figura 11: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

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 2014 el porcentaje de hombres con actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad fue de 21,6% frente a 14,9% de las mujeres, lo cual entregó un ratio de 0,68 mientras que en la presente medición del año 2015 se observa un ratio de 0,66 con un 20,5% de hombres y un 13,5% de mujeres. Al respecto y tal como muestra la **Figura 12**, si bien la relación entre hombres y mujeres emprendedoras se mantiene constante respecto del año anterior, es interesante destacar que en ambos grupos ha disminuido el emprendimiento por oportunidad.

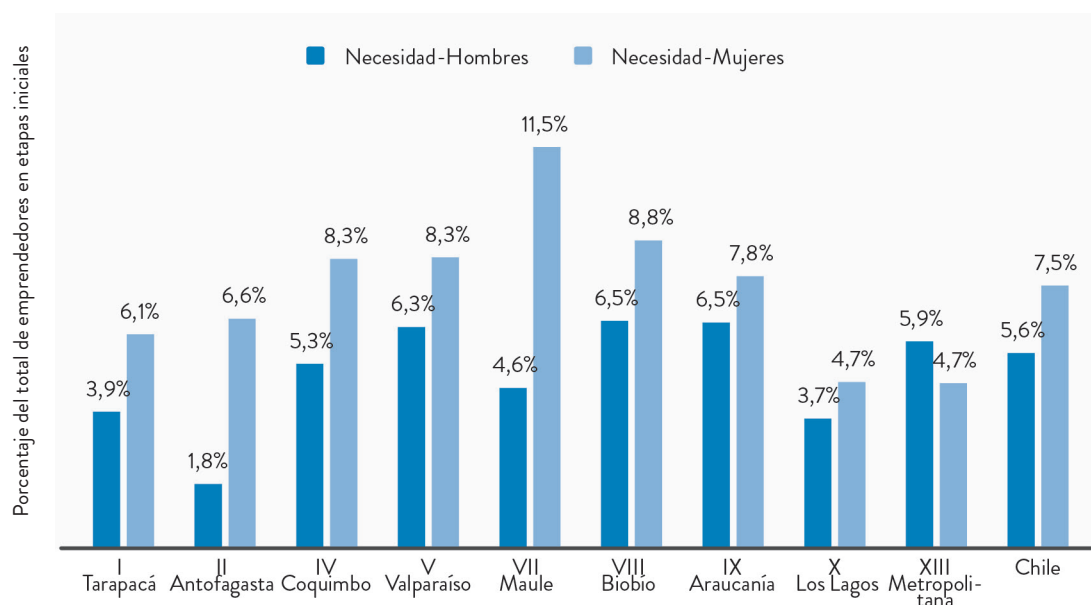
Figura 12: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

En contraparte, en el emprendimiento en etapas iniciales motivado por necesidad mostrado en la **Figura 13**, se observa que existe un mayor porcentaje de mujeres frente a hombres emprendiendo por necesidad en buena parte del país, al contrario de los emprendimientos motivados por oportunidad. Evidentemente lo que se espera es que haya menos emprendimiento por necesidad sin importar el sexo del emprendedor, aun así resulta interesante analizar estas diferencias. Los indicadores del año 2014 para la Región de Valparaíso presentaban cifras de 4,6% para hombres y un 7,1% para mujeres, con un ratio de 1,54. Esta relación se hace más pareja para la medición del año 2015 con un 6,3% de hombres y un 8,3% para mujeres, con un ratio de 1,32. Por último, y tal como se mencionó anteriormente, destaca el aumento independiente del sexo en cuanto a esta motivación en emprendimientos en etapas iniciales para la Región de Valparaíso.

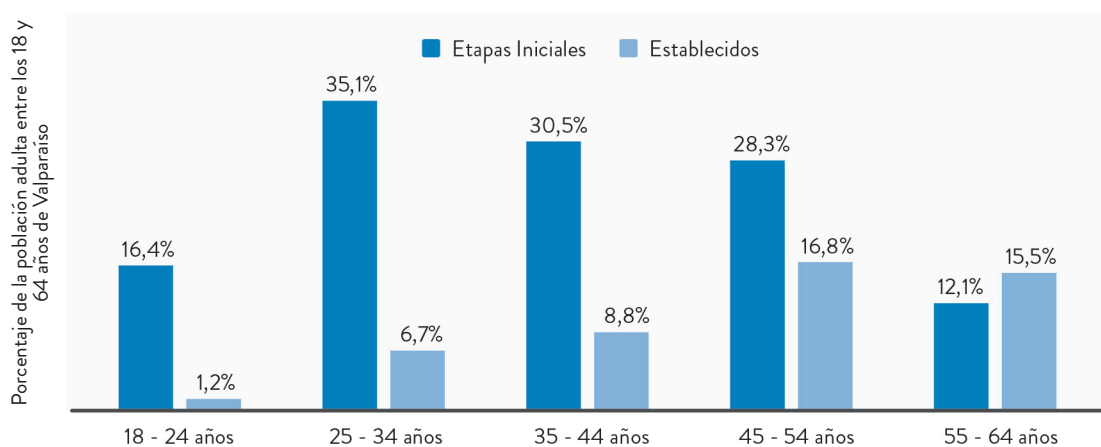
Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2015.

La **Figura 14** muestra los rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora en la Región de Valparaíso, tanto en etapas iniciales como establecida. Al respecto, la estructura de edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales está mayoritariamente en el rango de 25 a 34 años, mientras que los emprendedores establecidos tienden a presentar mayores rangos de edad, principalmente sobre los 45 años.

Figura 14: Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso.



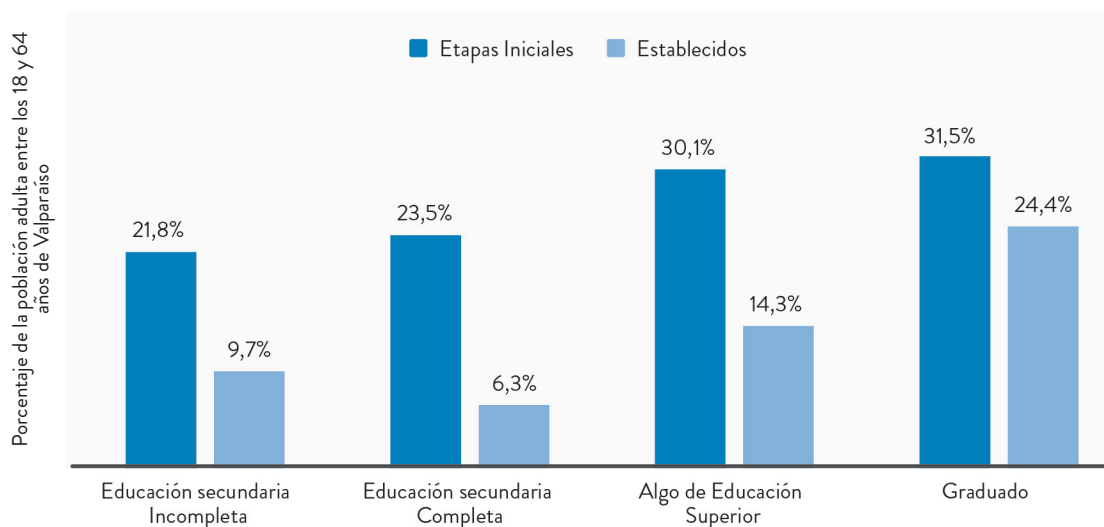
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

Adicionalmente, la edad promedio de los emprendedores de la Región de Valparaíso se mantiene constante respecto de las últimas mediciones. En efecto, para los emprendedores en etapas iniciales alcanza los 39 años, mientras que para el caso de emprendedores establecidos la edad promedio llega a 47 años. Lo anterior permite concluir que en la Región de Valparaíso el emprendimiento se inicia a una edad tardía, y que esta tendencia se ha sostenido en el tiempo.

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 secundaria incompleta, educación secundaria completa, alguna educación superior (incluye educación técnica completa y universitaria incompleta) y grado académico (incluye educación universitaria completa y postgrados). La **Figura 15** muestra las estimaciones de porcentajes de población adulta de la región involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo. 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 tienen algún grado académico tanto a nivel de emprendimientos en etapas iniciales (31,5%) como establecidos (18,9%), evidenciándose de este modo que la educación juega un papel fundamental en las capacidades emprendedoras tanto para iniciar un negocio como para sostenerlo en el tiempo.

Figura 15: Nivel educativo en los emprendedores de la Región de Valparaíso



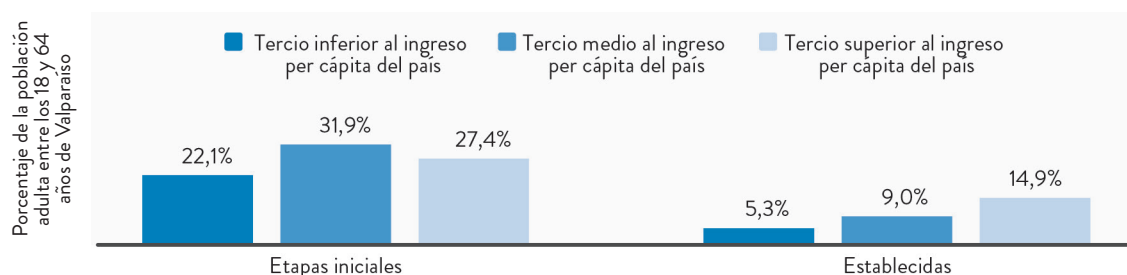
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

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 16** muestra estos porcentajes como proporción de la población adulta para la Región de Valparaíso, al respecto, la mayoría de los emprendedores en etapas iniciales de la región se sitúa en la media, mientras que los emprendedores establecidos se sitúan por sobre la media de ingreso per cápita del país.

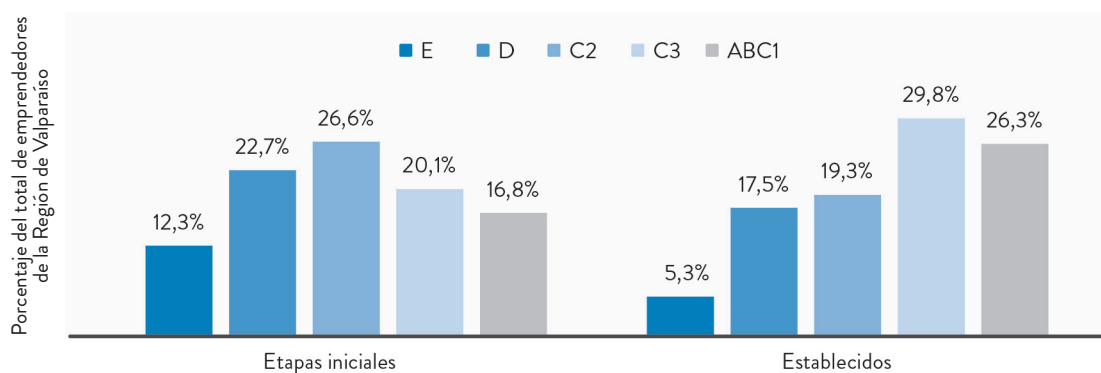
Figura 16: Nivel de ingresos y actividad emprendedora



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 17** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías. De modo similar a lo evidenciado en la **Figura 16**, los emprendimientos en etapas iniciales se concentran en los niveles socioeconómicos C3 y C2 mientras que los emprendimientos establecidos se concentran en los niveles socioeconómicos C2 y ABC1. En consecuencia, a medida que se consolida la actividad emprendedora los ingresos tienden a subir en términos porcentuales, llegando a que un 26,3% de los emprendimientos establecidos se encuentran en el nivel socioeconómico ABC1 frente a un 16,8% de sus pares en etapas iniciales, lo que podría explicarse debido a los establecimientos de los emprendimientos y, por consecuencia, el aumento de los ingresos.

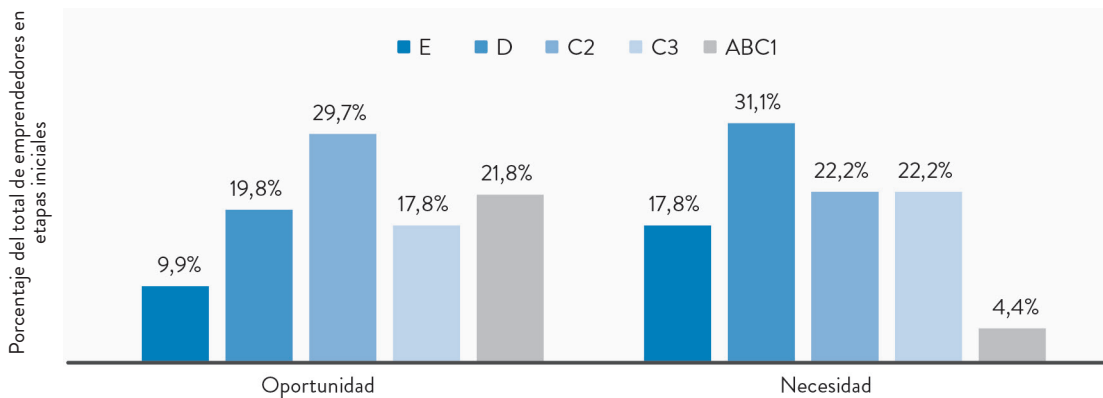
Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

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 18**, situación que se agudiza en el caso de emprendimientos motivados por necesidad y nivel socioeconómico ABC1 (4,4%) frente a los emprendimientos motivados por oportunidad en el mismo nivel socioeconómico (21,8%).

Figura 18: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación

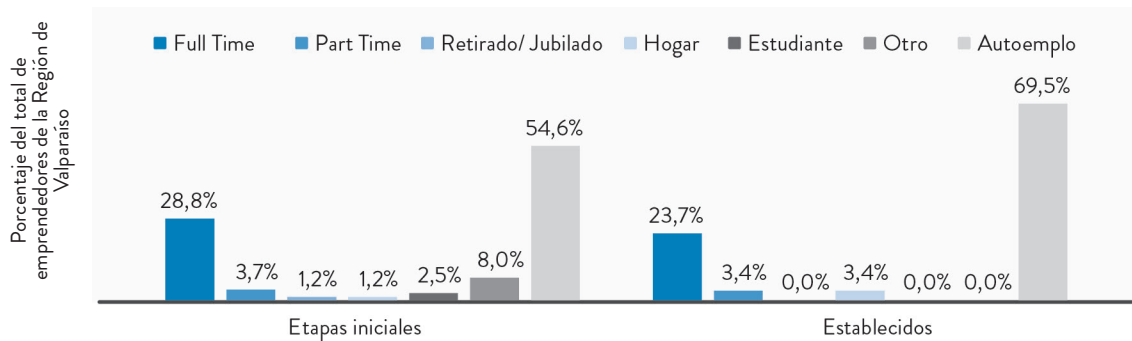


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

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 trascendentales dentro de la empresa.

Figura 19: Actividad emprendedora según tipo de empleo



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

La **Figura 19** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo, tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos, al respecto, para el periodo actual se destaca que el 54,6% 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 69,5%. Destaca también la prevalencia de emprendedores que se declaran empleados full time tanto en etapas iniciales (28,8%) como establecidos (23,7%).

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, en efecto, el 14,3% 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 8,8%, registrándose un leve aumento desde la última medición (12,3% y 6,3% respectivamente).

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.

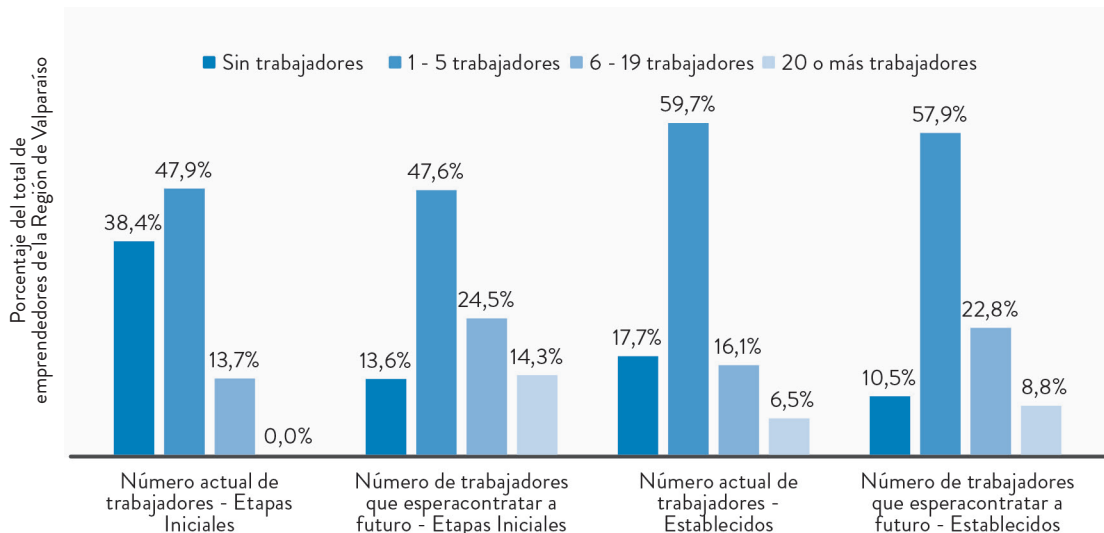
El primer grupo está formado por los empresarios que trabajan por cuenta propia y no tienen intención de crear empleos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, quienes fueron forzados a emprender por necesidad, como también, aquellos que están satisfechos con trabajar de forma profesional independiente. 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 20**, 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 59,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 59,7% de los establecidos aspiran a contratar entre 1 a 5 trabajadores en el futuro mostrando un significativo aumento respecto del año 2014 (44,2% y 37,5% respectivamente), seguido por un 17,7% de emprendedores en etapas iniciales que aspira contratar 0 trabajadores frente a un 22,8% de emprendedores establecidos que espera contratar entre 6 a 19 trabajadores. En consecuencia, si bien hoy los emprendimientos tanto en etapas iniciales como establecidos son mayoritariamente medianos, las aspiraciones de este último grupo prometen un crecimiento mucho mayor que en el caso de emprendimientos en etapas iniciales.

Figura 20: 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. 2015.

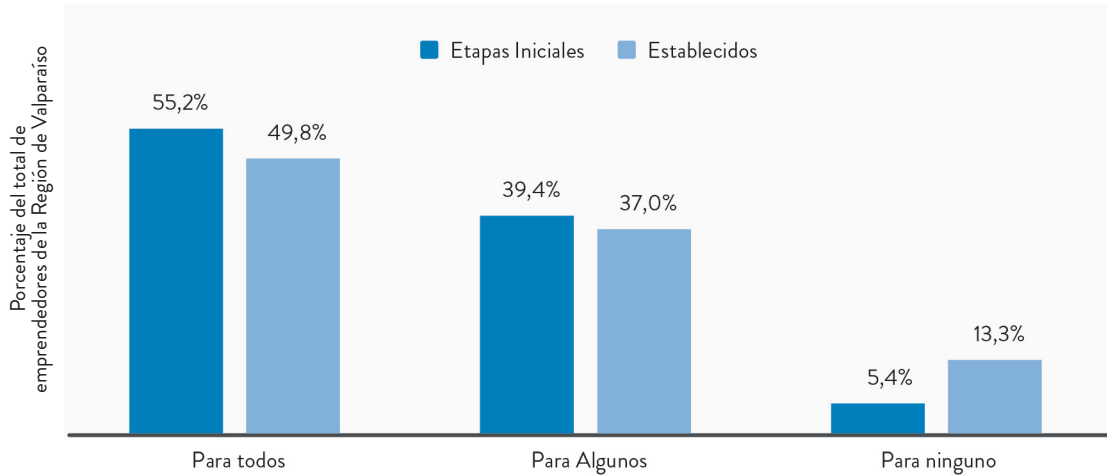
Competitividad

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 21**, tanto los emprendedores en etapas iniciales como los establecidos manifiestan que en un alto porcentaje sus productos o servicios son nuevos en el mercado (55,2% y 49,8% respectivamente) agudizando la tendencia mostrada en años anteriores, 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 13% manifiesta que no son novedosos registrando sin embargo un leve descenso respecto de la medición anterior (18% en 2014). En resumen, se puede afirmar que la mitad de los emprendimientos tanto en etapas iniciales como establecidos para la Región de Valparaíso en el periodo 2015 está ofreciendo productos o servicios totalmente innovadores, lo cual se sitúa nuevamente por sobre el nivel nacional donde un 48,7% de los emprendedores en etapas iniciales y un 45% de los emprendedores establecidos están ofreciendo productos totalmente innovadores.

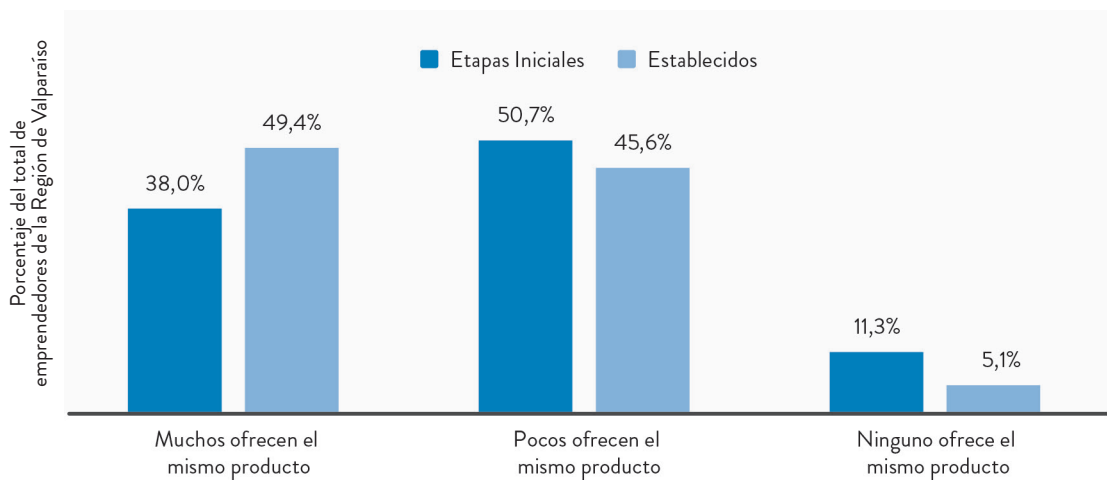
Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

El segundo factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. La **Figura 22** muestra que apenas un 11,3% de los emprendedores en etapas iniciales y un 5,1% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado. De este modo, la Región de Valparaíso evidencia indicadores similares a la media nacional: 8,93% en los emprendedores en etapas iniciales y 4,1% para los emprendedores establecidos y mantiene la tendencia mostrada en años anteriores.

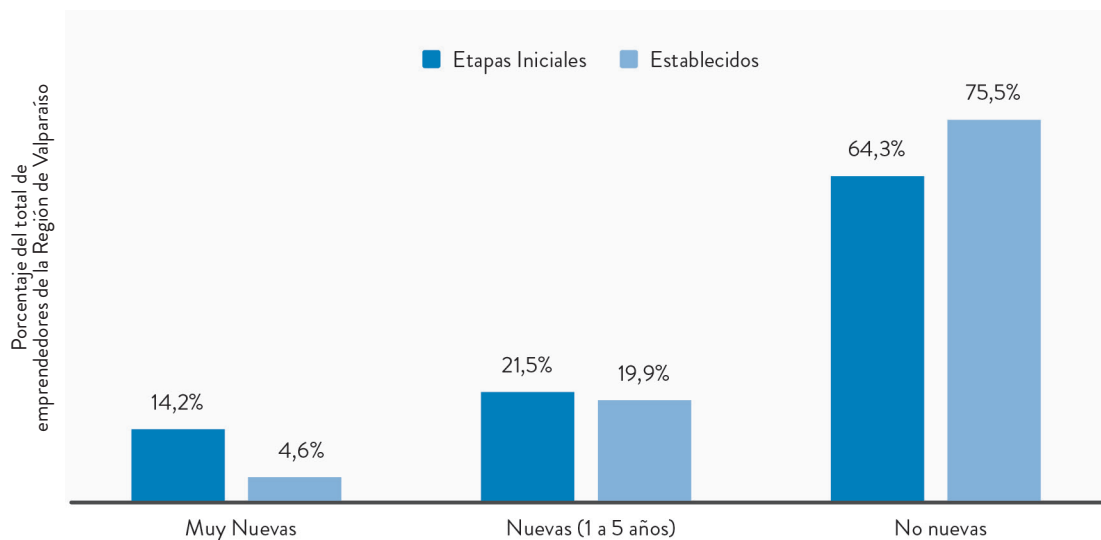
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

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 23** muestra cómo 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 fue constatado anteriormente, las actividades predominantes son aquellas que están orientadas al consumidor final y que no son muy “sofisticadas” de un punto de vista tecnológico. Al considerar 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 mostrados antes, dado que los trabajadores autónomos generalmente no están en sectores de alta tecnología. Aun así para este año se registra un aumento en el uso de nuevas tecnologías, en efecto, un 35,7% de los emprendimientos en etapas iniciales (32% en 2014) y un 24,5% de los emprendimientos establecidos (8,2% en 2014) utiliza nuevas o muy nuevas tecnologías en sus procesos productivos.

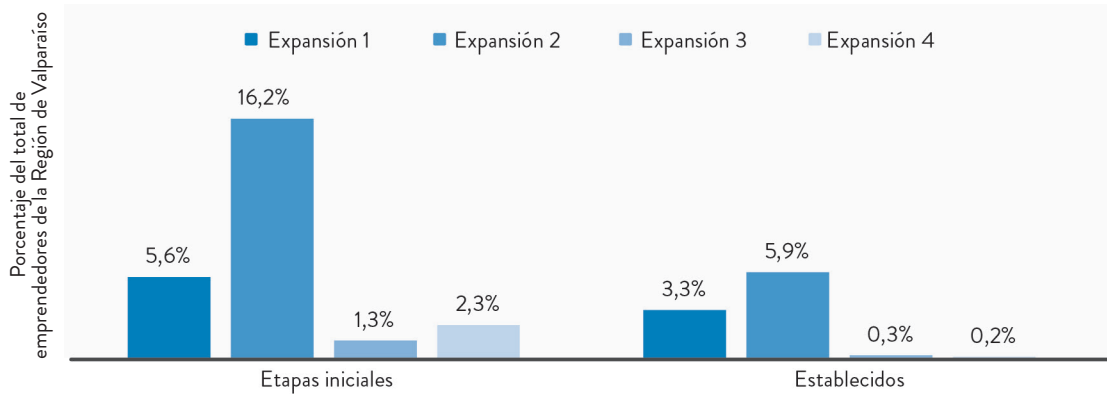
Figura 23: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

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 24**, al respecto se destaca un 16,2% de emprendimientos en etapas iniciales y un 5,9% de emprendimientos establecidos donde se espera una expansión de nivel 2, lo que se traduce en que la mayor parte de los emprendedores de la región tanto en etapas iniciales como establecidos espera expandirse en el futuro pero sin usar tecnologías.

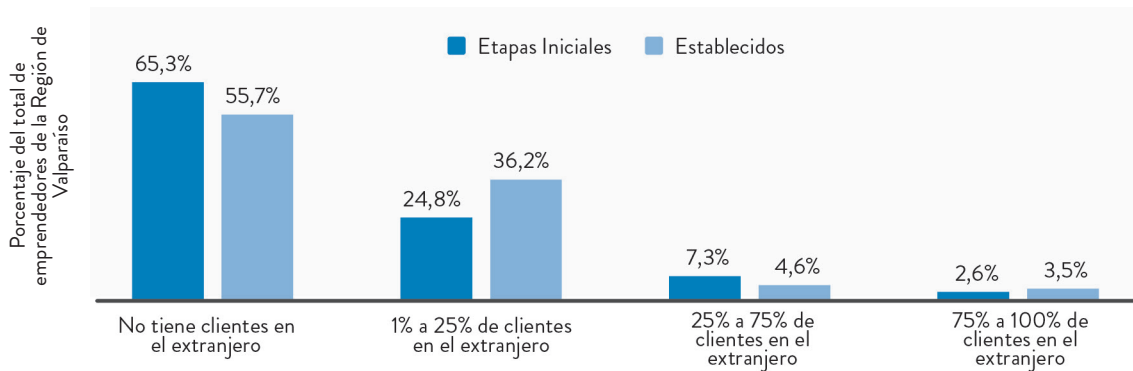
Figura 24: Expectativas de Expansión de Mercado



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

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 25** y manteniendo la tendencia mostrada en todas las mediciones de la región, menos del 4% de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos están fuertemente orientados a mercados exteriores. Por contraparte, la gran mayoría de los emprendedores regionales se concentra en el mercado local con a lo más un 25% de sus clientes en el extranjero.

Figura 25: Actividad Emprendedora y Exportación



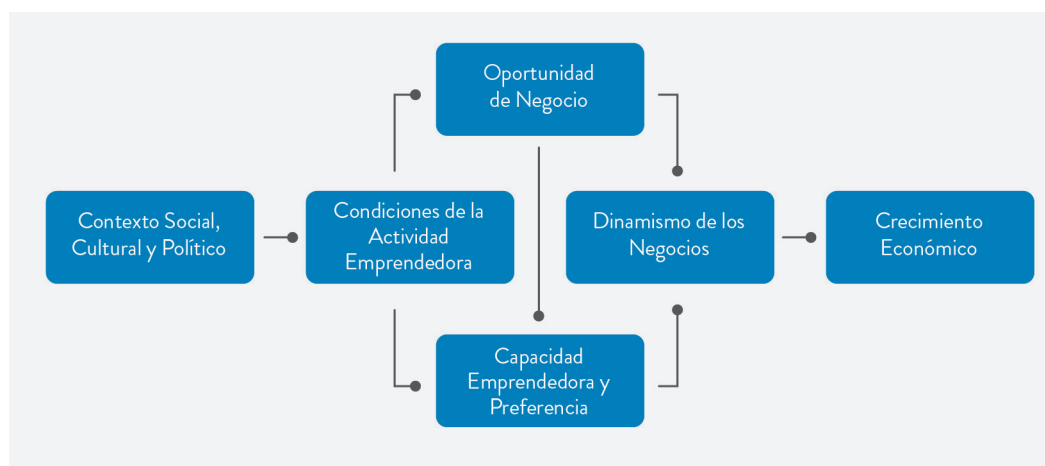
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2015.

En síntesis las aspiraciones emprendedoras mantienen la tendencia vista en las últimas mediciones, en efecto, el emprendimiento de la región muestra cifras similares a la media nacional tanto en etapas iniciales como establecidos, esto es, emprendedores con baja expectativa de creación de empleo, escaso uso de nuevas tecnologías en sus procesos productivos y poca diferenciación de la competencia. La buena noticia está por parte de los emprendimientos establecidos que, comparando con las últimas mediciones, manifiestan haber adoptado un mayor uso de tecnologías logrando así diferenciar sus productos de la competencia y esperando expandirse y contratar más trabajadores en el futuro.

CONTEXTO EMPREENDEDOR 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 26**). 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 26: 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 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 318 expertos de 7 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. La **Figura 27** presenta la descripción de estas condiciones de marco para la actividad emprendedora.

Figura 27: 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.

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:

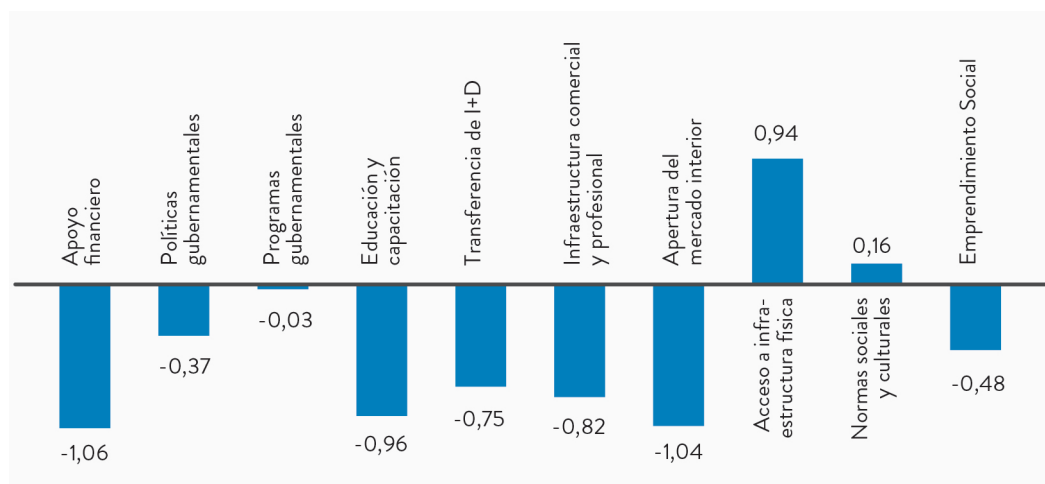
Escala de Likert	Conversión	Aporte al emprendimiento
1	-2	Muy bajo
2	-1	Bajo
3	0	Medio
4	+1	Alto
5	+2	Muy Alto

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 a expertos para las variables de contexto tradicionalmente evaluadas en el reporte GEM se presentan en la **Figura 28**. 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”.

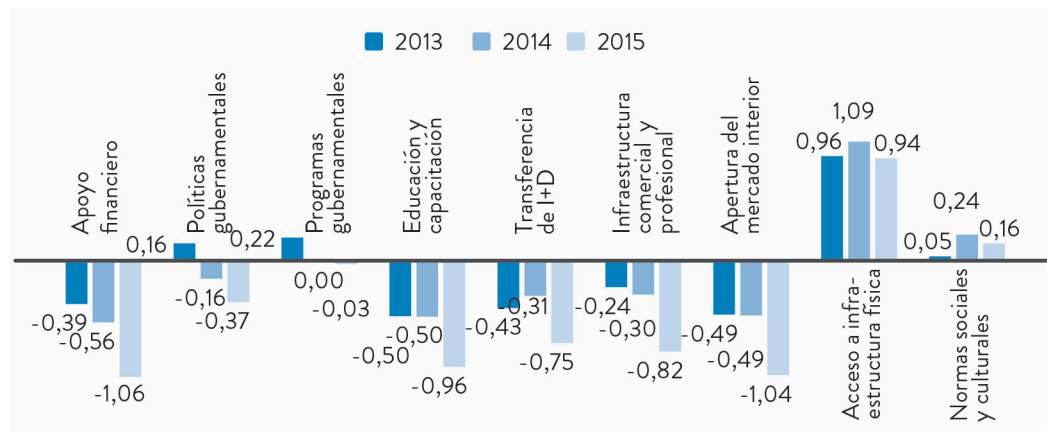
Figura 28: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2015

Los Indicadores a nivel regional muestran que “Apoyo financiero”, “Apertura del mercado interno”, “Educación y capacitación” e “Infraestructura comercial y profesional”, en ese orden, son las variable más críticas en cuanto al desarrollo del emprendimiento en la Región de Valparaíso.

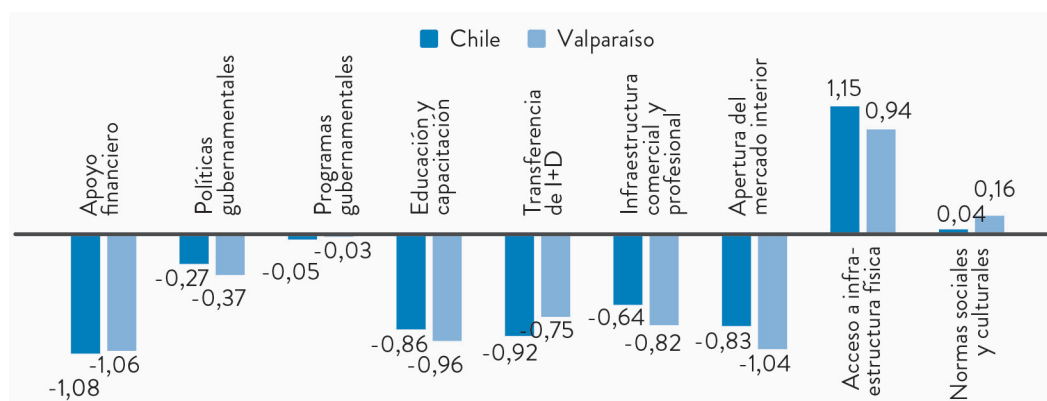
Figura 29: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2013-2014-2015.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2015

La **Figura 29** muestra cada uno de los factores contrastando con las evaluaciones de los últimos tres años. Al respecto, se observa claramente cómo la tendencia mostrada en años anteriores se ha agudizado para la presente medición. En efecto, para cada una de las dimensiones a analizar se registra una caída en sus indicadores, destacándose la baja valoración de los factores “Apoyo financiero”, “Apertura del mercado interno”, “Educación y capacitación” e “Infraestructura comercial y profesional”. Así mismo, se observa también que en los factores valorados positivamente como Acceso a infraestructura física y Normas sociales y culturales también empeora la evaluación aun cuando se mantienen con una evaluación positiva.

Figura 30: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2015.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2015

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 “Normas sociales y culturales” que presenta una mayor calificación positiva en la Región de Valparaíso respecto del resto del país. Por otro lado se destaca una mayor valoración negativa a nivel regional para las variables “Apertura del mercado interior”, “Infraestructura comercial y profesional” y “Educación y capacitación”.

Las mejoras que se realicen a estos factores permitirán potenciar el ecosistema emprendedor de la Región de Valparaíso y 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.

3.3 Educación y Capacitación para el Emprendimiento

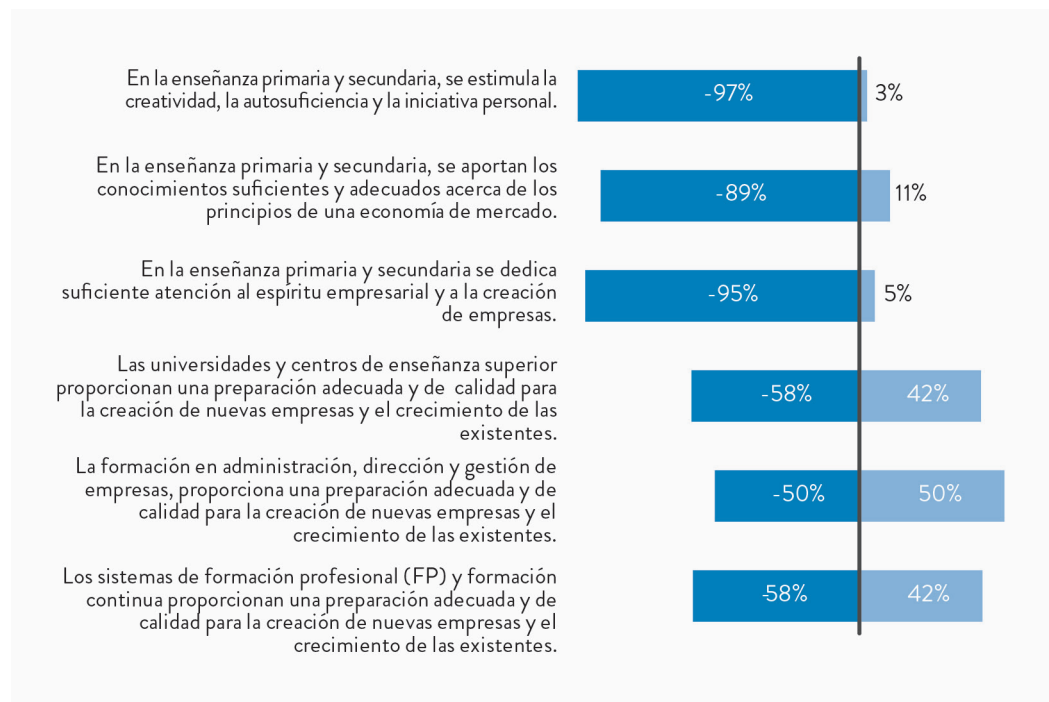
Los resultados indican que los expertos consultados perciben que la educación primaria y secundaria no incentiva ni da los elementos adecuados para el emprendimiento, es más, el 95% coincide con que la educación primaria y secundaria no da un énfasis adecuado al emprendimiento y a la creación de empresas. Los hallazgos que se observan a nivel regional son similares a los arrojados por el GEM nacional con respecto a la educación primaria y secundaria, y mantienen la tendencia mostrada en los años anteriores (En el 2013 y 2014 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, alcanzando solo un 42% de percepción positiva respecto de este ítem frente al 46% y 50% mostrado en las últimas dos mediciones. 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 evaluación más bien indiferente, neutralizando la positiva evaluación de años anteriores.

Figura 31: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

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 76% estima que éste no se está transfiriendo adecuadamente. De todas formas, se observa una tendencia similar respecto a mediciones anteriores (77% en 2013 y 79% en 2014). Otra problemática a destacar corresponde a los subsidios gubernamentales, en efecto, un 18% opina que son adecuados para que las empresas nuevas y en crecimiento pudieran adquirir nuevas tecnologías, cifra inferior a lo evidenciado durante las últimas mediciones (24% en 2014 y 47% en 2013).

Estas dificultades, sumados a los otros resultados que vemos en la **Figura 32**, 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 32: Evaluación de la transferencia de I+D.



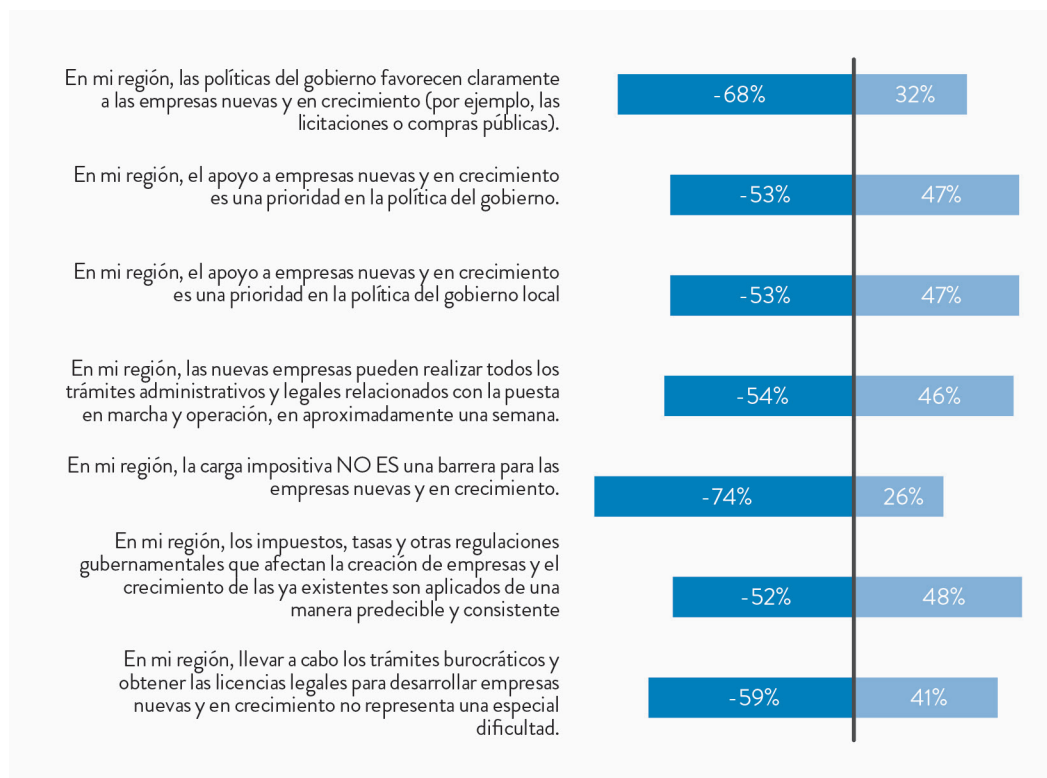
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

3.5 Políticas de Gobierno

En relación a las políticas de gobierno, algunos indicadores registraron una leve mejora respecto a la medición anterior. En efecto este año un 46% opina que es posible obtener la mayoría de licencias y autorizaciones en una semana (34% el año anterior) y un 47% señala que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno local (35% en 2014).

Al contrario, otros indicadores de políticas de gobierno muestran un importante retroceso, es el caso de la evaluación por parte de los expertos a la coherente y predecible aplicación de los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales que afectan la creación de empresas, que solo alcanza un 48% de opiniones favorables frente a un 73% mostrado en la medición pasada.

Figura 33: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

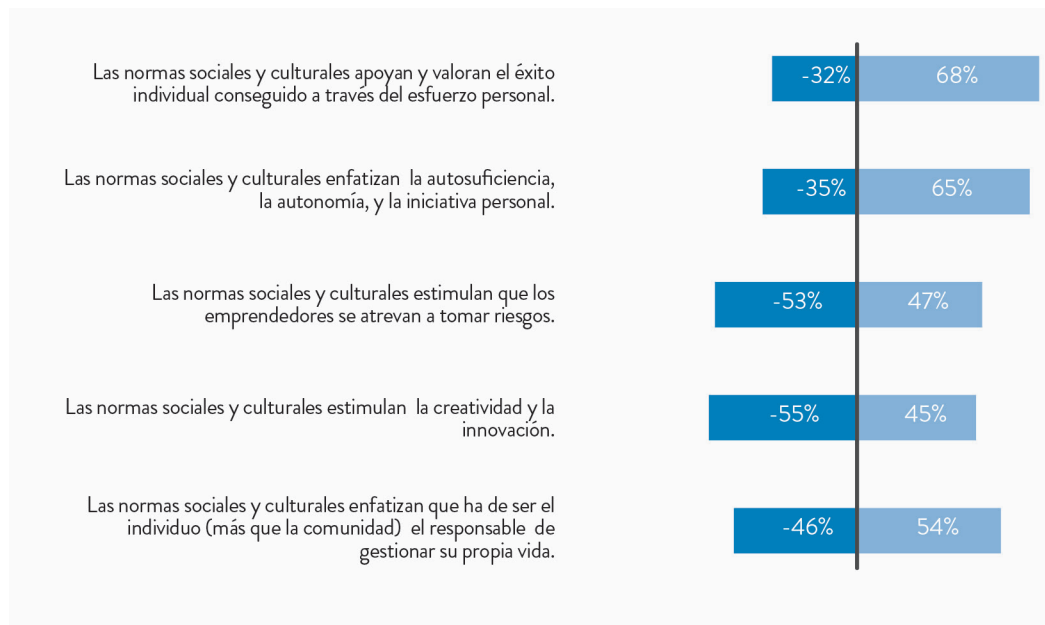
3.6 Normas Sociales y Culturales

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 34**), 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 68% (61% en 2013 y 69% en 2014).

Por otra parte, el 54% de los expertos manifiesta que la cultura enfatiza la responsabilidad del individuo, más que la comunidad, en gestionar su propia vida. Cabe destacar que este indicador alcanzaba el 71% en 2014.

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 están dando el entorno ni las herramientas necesarias para poder llevarla a cabo.

Figura 34: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

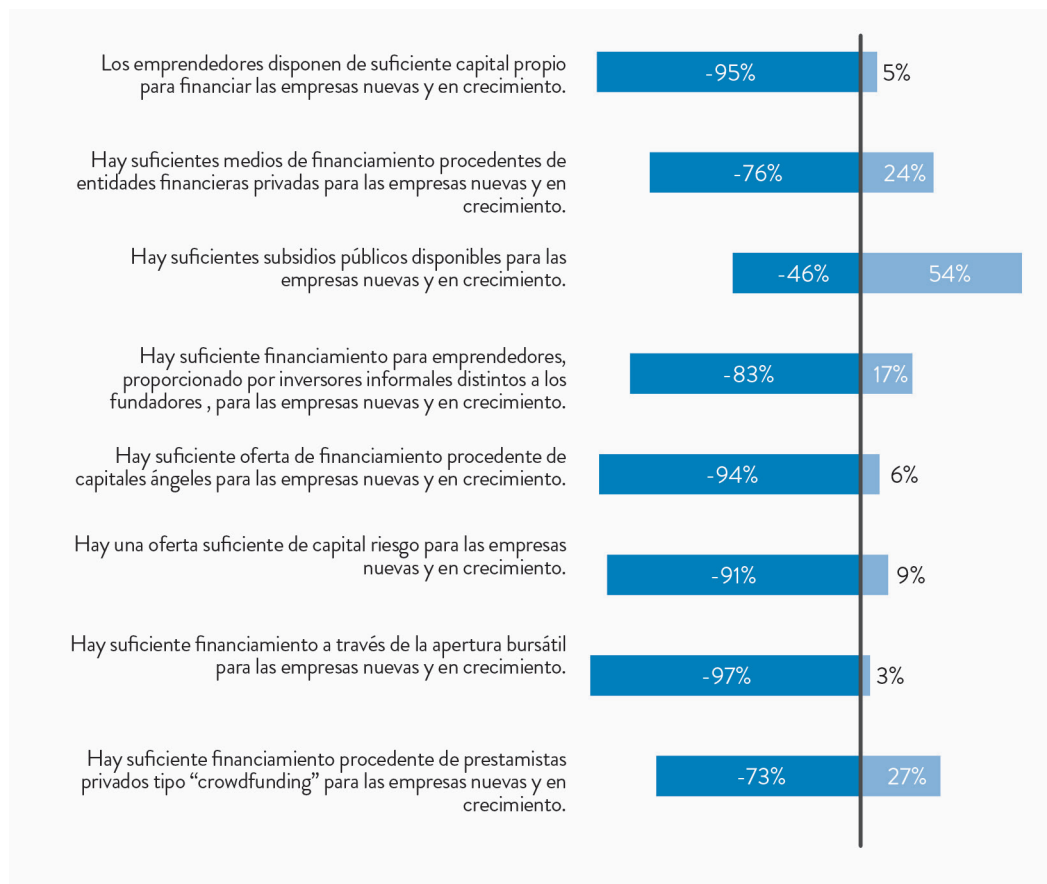
3.7 Acceso al Financiamiento

Existen varias formas de financiamiento, pero cada vez son percibidas más lejanas según los expertos. De modo similar al año anterior, los tres medios de menor acceso son fondos de capital propio, 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. En efecto, la accesibilidad de los fondos de capital propio llega solo al 5%, los de capital de riesgo descienden de 18% a 9% en la presente medición. Del mismo modo, los provenientes de apertura bursátil disminuyeron de 13% al 3% 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 54% para la presente medición. Esto es parcialmente una buena noticia, ya que el año anterior este ítem alcanzaba un 62% de valoración positiva (80% en 2013).

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, donde quizás el único punto favorable es la accesibilidad a fondos procedentes de prestamistas privados tipo crowdfunding que alcanza un 27% este año.

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

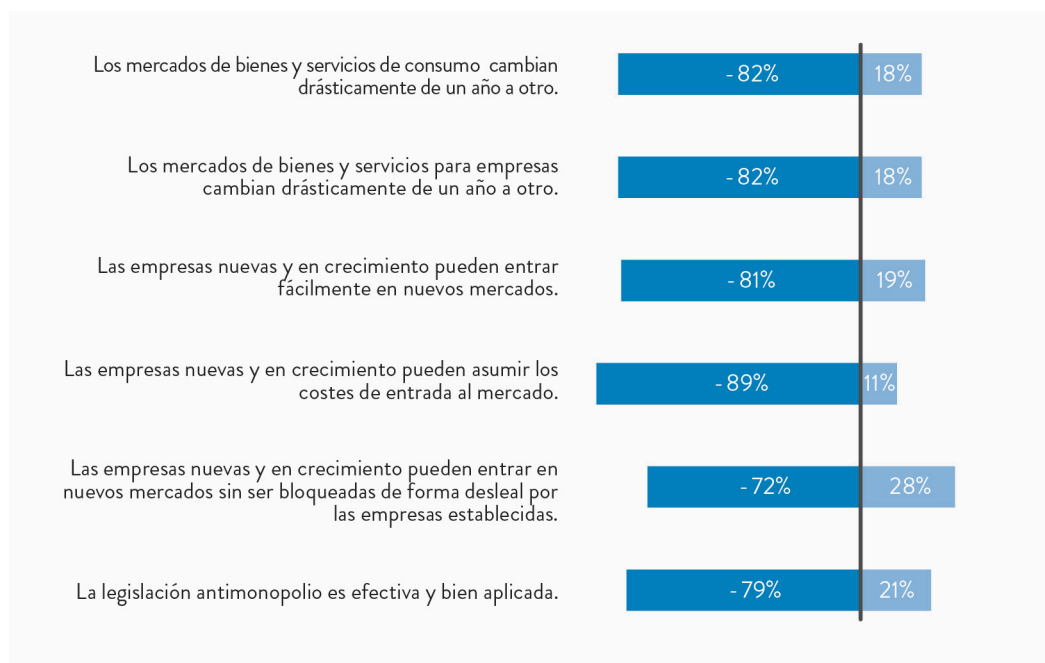
3.8 Apertura del Mercado Interno

Los resultados de este ítem, que se aprecian en la **Figura 36**, 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 nuevamente un descenso respecto al año anterior, pasando de un 24% que pensaba que era efectiva a un 21% para este año. En esta misma línea, un 89% piensa que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden absorber fácilmente los costos de entrada al mercado, empeorando frente al 81% de la medición anterior.

En cuanto al dinamismo de los mercados de bienes y servicios tanto para consumo como para empresas, solo el 18% de los expertos en ambos casos manifiesta que existen cambios drásticos de un año para otro lo cual representa un importante descenso respecto de la medición anterior (44% y 36% respectivamente).

Finalmente, se percibe una disminución en la percepción respecto a la alta obstaculización a las nuevas empresas por parte de las empresas ya establecidas, pasando de un 86% en la medición anterior a un 72% este año.

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



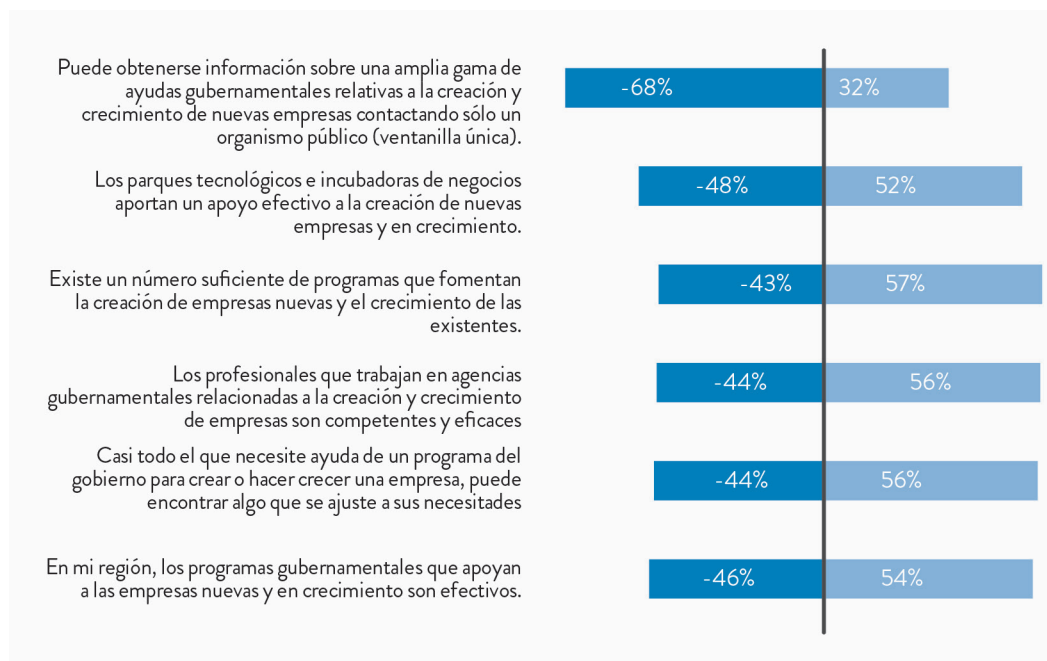
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

3.9 Programas de Gobierno

La opinión de los expertos muestra una tendencia más bien indiferente hacia los programas de gobierno. En efecto, si bien el año pasado un 61% dudaba de las competencias de las personas que trabajan en agencias gubernamentales relacionadas a la creación y crecimiento de empresas, este año dicho porcentaje disminuyó considerablemente, donde un 56% de los expertos manifiesta que dichos profesionales son competentes y eficaces.

Por otra parte, un 52% se muestra de acuerdo con la eficacia del apoyo a nuevas empresas a través de parques científicos e incubadoras (59% el año anterior) y un 46% de los expertos consideraba poco efectivos a los programas a nivel de región frente a un 48% registrado el año anterior.

Figura 37: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.

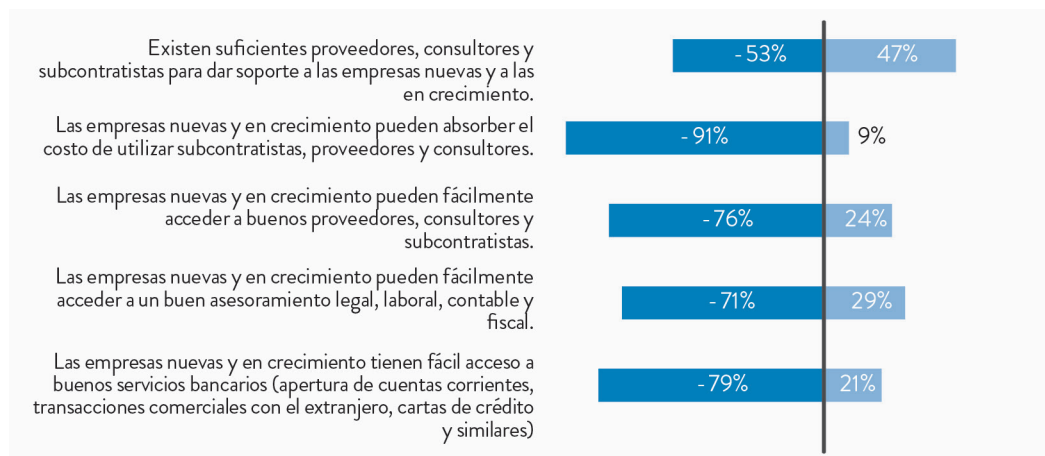


Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

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, cabe destacar que el 91% piensa que el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores no puede ser absorbido por el emprendedor (84% en 2014). Así mismo, la cantidad que piensa que no es fácil obtener buenos servicios aumentó de un 72% en 2014 a un 76% en la presente medición. En suma todas las variables relacionadas a la infraestructura comercial y profesional registran indicadores más bajos que en las últimas mediciones, esto podría estar indicando problemas en el ecosistema emprendedor de la región.

Figura 38: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional.

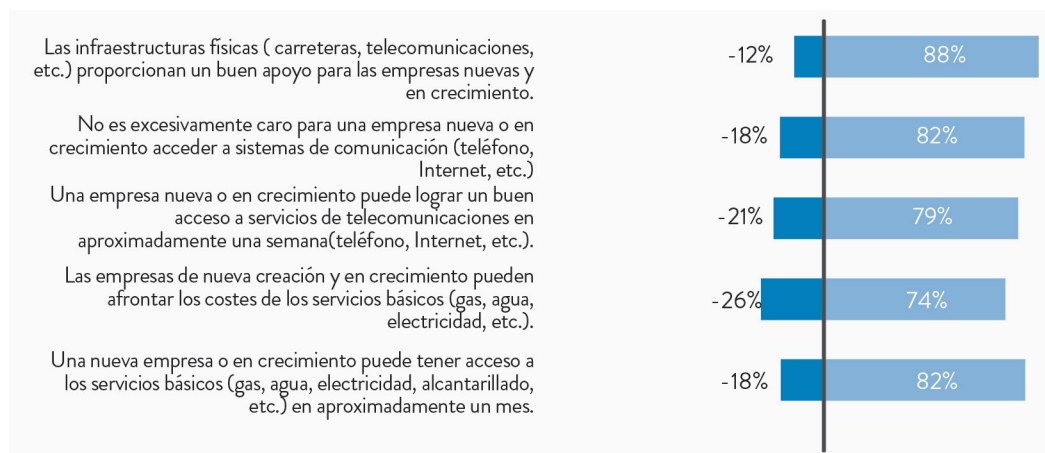


Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

3.11 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. En efecto, para la Región de Valparaíso es el factor mejor evaluado por los expertos consultados, demostrando que el acceso a carreteras y telecomunicaciones de calidad no resulta costoso, mientras que el acceso a servicios básicos es rápido y tampoco resulta costoso para empresas nuevas o en crecimiento. Aun considerando los excelentes indicadores mostrados en la **Figura 39**, cabe destacar que en comparación al año anterior se registra un descenso en cada una de las variables medidas.

Figura 39: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2015

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.

Este nuevo ciclo 2015-2016 del GEM de la Región de Valparaíso continúa con la tendencia mostrada en el año anterior evidenciando un aumento en la actividad emprendedora tanto en etapas iniciales como establecida frente a una suerte de empeoramiento en las aspiraciones emprendedoras, así como también de la evaluación del entorno y las condiciones para el emprendimiento. Al margen de esto se encuentran las actitudes emprendedoras que muestran una favorable consideración al emprendimiento por parte de la población regional.

Es así como en la Región de Valparaíso se destaca al emprendimiento como una carrera deseable y se reconoce la labor de los emprendedores exitosos, lo cual se conjuga con un escaso temor a fracasar por parte de los habitantes de la región y una buena percepción de capacidades, conocimientos y habilidades emprendedoras, entregando de este modo una visión o actitud favorable hacia el emprendimiento. Sobre este último punto cabe destacar la opinión negativa por parte de los expertos consultados en cuanto a que la educación primaria y secundaria no incentiva ni da los elementos adecuados para el emprendimiento y a la creación de empresas, situación que en opinión de los expertos se replica en la educación superior incluso en carreras de administración y negocios. En consecuencia tenemos a los expertos valorando negativamente el aporte de la educación hacia el emprendimiento, y en la vereda contraria a la población general que manifiesta tener el conocimiento y habilidades necesarias para emprender. La respuesta a esta disyuntiva parece ir más allá de la educación formal en sus niveles básica, secundaria y superior, y de acuerdo a los hallazgos de los últimos estudios cualitativos desarrollados en el GEM Mujer de la Región de Valparaíso, son las capacitaciones un factor primordial a la hora de mejorar esta percepción de habilidades y conocimientos para el emprendimiento. Sobre este mismo punto, cabe destacar la voluntariedad de las capacitaciones frente a la obligatoriedad de la educación formal básica y secundaria, en consecuencia, la actitud de la población sigue consolidándose como un pilar fundamental para sustentar el desarrollo de la actividad emprendedora en nuestra región.

En cuanto a la actividad emprendedora en sí, 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 sigue aumentando el porcentaje de emprendimientos motivados por necesidad tanto en comparación con la media nacional como respecto a años anteriores. Por otra parte, al momento de abandonar un emprendimiento la principal motivación corresponde a razones personales, un punto interesante a investigar en profundidad.

En términos demográficos se sigue observando una importante y creciente participación de mujeres en la actividad emprendedora, lo cual es una buena noticia, sin embargo, y al igual que en las últimas mediciones, se observa que el emprendimiento se da a una edad tardía en la Región de Valparaíso. 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 quienes generalmente desarrollan proyectos más innovadores y 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 las últimas mediciones es un indicador inquietante.

En cuanto al nivel socioeconómico de los emprendedores, es interesante destacar que existe una heterogeneidad al comparar tanto por motivación como por etapa dentro del ciclo de vida del emprendimiento. En efecto, son los emprendedores motivados por oportunidad quienes alcanzan niveles socioeconómicos más altos, por esta razón resulta preocupante el sostenido aumento de emprendimientos motivados por necesidad que ha experimentado la región, particularmente en emprendedores nacientes donde incluso el emprendimiento motivado por oportunidad registra una disminución. En cuanto al ciclo de vida del emprendimiento, nuevamente son los emprendimientos establecidos quienes logran alcanzar mayores niveles de ingreso.

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, mayor a la media nacional, que manifiesta 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, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado. En suma, aun 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, más aun, la mayor parte de los emprendedores de la región tanto en etapas iniciales como establecidos espera expandirse en el futuro pero sin usar tecnologías.

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.

En cuanto a la evaluación del entorno y las condiciones para el emprendimiento, los expertos consultados en la presente edición manifiestan en términos generales opiniones más bien negativas registrándose un peor escenario que en años anteriores. En efecto, y como se mencionó anteriormente la presente entrega evidencia una caída en cada una de las dimensiones analizadas, destacándose la baja valoración de los factores “Apoyo financiero”, “Apertura del mercado interno”, “Educación y capacitación” e “Infraestructura comercial y profesional”. Cuesta destacar aspectos positivos, ya que se observa también que en los factores valorados positivamente como “Acceso a infraestructura física” y “Normas sociales y culturales” también muestran una peor evaluación en comparación a los últimos años.

En relación a los aspectos gubernamentales, en términos generales se registra un peor escenario que en años anteriores principalmente motivado por una carencia de coherencia y predictibilidad en la aplicación de impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales que afectan la creación de empresas, lo cual responde de cierto modo a la contingencia nacional en relación a reformas legales y regulatorias que afectan también a los emprendedores. Por el contrario, si bien registra un retroceso respecto del año anterior, nuevamente el subsidio destaca como el instrumento mejor evaluado dentro del ítem apoyo financiero. En esta misma línea cabe destacar también que este año los expertos evaluaron positivamente la competencia y eficacia de los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales relacionadas al emprendimiento.

En resumen este periodo 2015-2016 nos deja muchos desafíos y oportunidades principalmente en cuanto a mejorar las condiciones, el contexto, y el entorno necesario para facilitar el emprendimiento. Queda claro que la población de nuestra región tiene una actitud muy positiva hacia el emprendimiento, sin embargo esto se ve mermado por débiles aspiraciones de expansión, detección de oportunidades, innovación y uso de tecnologías por parte de los emprendedores. En este punto es donde un sólido ecosistema emprendedor puede ayudar a generar mejores condiciones que permitan a los emprendedores el logro de sus objetivos.

Finalmente, como equipo GEM Región de Valparaíso reafirmamos nuestro compromiso para que el Proyecto GEM Chile y especialmente su edición regional puedan seguir aportando al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva de la investigación académica, y que los datos y resultados analizados incentiven a tener mejor emprendimiento para hacer de Chile la primera nación latinoamericana en alcanzar el 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. (2013). "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

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	6.231 casos del año.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2015.
Encuestador	Questio Estudios de Mercado y Opinión.

Entrevistas a Expertos Nacionales

Tipo de Estudio	Encuesta auto-administrada.
Muestra	318 expertos de 7 regiones del país más la medición a nivel nacional.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo - Julio 2015.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

Distribución Porcentual de los Expertos según Especialidad

Porcentaje	Especialidad
9,1 %	Apoyo Financiero
10,7 %	Políticas Gubernamentales
10,7 %	Programas de Gobierno
13,9 %	Educación para el Emprendimiento
10,1 %	Transferencia de I+D
10,7 %	Infraestructura Comercial y Profesional
14,2 %	Apertura del Mercado Interno
7,9 %	Infraestructura Física
12,6 %	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.

- *Adrián Vidaurre*
- *Aida Acosta Morales*
- *Alan Farcas*
- *Alberto Belmar Badillo*
- *Alberto Ergas Rennert*
- *Alberto Martínez Quezada*
- *Alberto Rojas Castro*
- *Aldo Barreto Sanguinetti*
- *Alejandrina Luarte*
- *Alejandro Álvarez Marín*
- *Alejandro Fernández Echeverría*
- *Alejandro Osvaldo Rubilar Méndez*
- *Allan Muñoz Kuhn*
- *Álvaro Acevedo*
- *Álvaro Portugal*
- *Amilcar Morales*
- *Ana María Correa*
- *Ana María Ponce Cereceda*
- *Andrea Sanz Raab*
- *Andrés Álvarez Cortés*
- *Andrés Felmer Caucao*
- *Andrés Ulloa*
- *Antonio Lecuna Bueno*
- *Ariel Merino*
- *Arlette Ibarra Valenzuela*
- *Bernardo Guerrero Jiménez*
- *Bernardo Soto Toro*
- *Blanca Villalobos*
- *Boyd Cohen*
- *Breezy Vallejos*
- *Camilo Araya Pizarro*
- *Camilo Venturelli*
- *Carlos Albornoz*
- *Carlos Favot Valdebenito*
- *Carlos Millar Etori*
- *Carlos Poblete*
- *Carlos Varas Madrid*
- *Carmen Angélica Greco*
- *Carmen Gloria Gorigoitia*
- *Carolina Castillo Pinto*
- *Carolina García Maturana*
- *Carolina Sanhueza*
- *Catalina Gutiérrez Moya*
- *Catalina Misleh*
- *Claudia Carrasco Sagredo*
- *Claudia del Carmen Becerra Pizzani*
- *Claudina Uribe*
- *Claudio Angelo Bruzzone Brock*
- *Claudio Barahona*
- *Claudio Covacevich*
- *Claudio Inzunza Villena*
- *Claudio Soler Álvarez*
- *Claudio Venegas Gajardo*
- *Constanza Casanova Luna*
- *Constanza Lengerich Ulloa*
- *Cristián Campomanes*
- *Cristián Celedón Gamboa*
- *Cristián Eduardo Salas Sanhueza*
- *Cristián Herrera Villena*
- *Cristián Larroulet*
- *Cristián Morales Letzkus*
- *Cristián Oyanedel Catalán*
- *Cristián Roberto Romero Montecinos*
- *Cristian Silva Madrazo*
- *Cristóbal de Solminihac*
- *Cristóbal Philippi*
- *Cristóbal Undurraga*
- *Daniela Jacob Villar*
- *Danko Ravlic Torres*
- *Dante Casagrande*
- *David Pasten Carrasco*
- *Diego Pizarro Sánchez*
- *Diego Stevens Ibáñez*
- *Douglas Thomas Ives*
- *Eduardo Jeria Castro*
- *Eitan Fried*
- *Eleazar Jaramillo Aburto*
- *Elias Tefarikis Urquieta*
- *Emilio Armstrong Soto*
- *Emilio Becker*
- *Emilio Espina Briceño*
- *Emilio Ricci*
- *Eric Forcael*
- *Erwin Reyes*
- *Estela Drake Mendoza*
- *Esther Croudo*
- *Evelyn Sepúlveda Flores*
- *Federico Iriberry*

- *Felipe Cortés Bravo*
- *Felipe del Sol*
- *Felipe Sepúlveda Hernaez*
- *Felipe Torres Benoni*
- *Fernán Ibáñez Alvarellos*
- *Fernanda Vicente*
- *Fernando Contreras Jara*
- *Fernando Larraín Aninat*
- *Fernando Romero Mejía*
- *Fernando Rosales*
- *Fernando Vicencio Bazaes*
- *Fernando Zurita*
- *Francisco Huenchumilla Jaramillo*
- *Francisco Inostroza Cáceres*
- *Francisco Isla Montoya*
- *Francisco Rodríguez*
- *Franco Demaria Torres*
- *Gabriel Humire Jiron*
- *Gabriela Gómez Peralta*
- *Georgina Kong Medero*
- *Geraldo Jusakos Lazo*
- *Gerardo Lagos Wiesenfeld*
- *German Echechopar*
- *Gloria Joya García*
- *Gonzalo del Río Reyes*
- *Gonzalo del Río Reyes*
- *Gonzalo Flores Muñoz*
- *Gonzalo Ibáñez Zambra*
- *Gonzalo Yun*
- *Gonzalo Zavala Riffo*
- *Gustavo Dougherty Urrutia*
- *Gustavo Dubo Galleguillos*
- *Gustavo Orrego*
- *Hardy Omar Chávez Velásquez*
- *Héctor Jorquera*
- *Héctor Muñoz Hernández*
- *Héctor René Anabalón Chacana*
- *Héctor Varas Meza*
- *Hernán Cheyre*
- *Hugo Andrés Masana Sepúlveda*
- *Hugo Benedetti*
- *Hugo Palominos*
- *Hugo Rocha Cáceres*
- *Hugo Rojas Sánchez*
- *Hugo Villarroel*
- *Humberto Marcelo Burgos Romero*
- *Ian Paul Macpherson Springmuller*
- *Ingrid Slomp*
- *Ingrid Von Baer*
- *Inti Núñez Ursic*
- *Isabel cristina Brito Aguirre*
- *Iván Valenzuela Díaz*
- *Iván Vera Pinto*
- *Jaime Arnaiz Ardiles*
- *Jaime González*
- *Jaime Soto Zura*
- *Jaime Tolosa Leiva*
- *Jaime Villagrán Cabezas*
- *Jaime Villarroel Valdera*
- *Javier Antonio Barros Muñoz*
- *Javier Ignacio Hasbún Abugarade*
- *Javier Mellado Saez*
- *Jeanne Simon*
- *Jenny Zepeda Domínguez*
- *Joan Manuel Gatica Navarrete*
- *Joaquín Lavín Infante*
- *Jorge Díaz Monsalves*
- *Jorge Enrique Díaz Araya*
- *Jorge Fredes Saleme*
- *Jorge Santana*
- *José Andrés Sepúlveda Maldonado*
- *José Fernández*
- *José Manuel Correa*
- *José Maripán Ocaranza*
- *José Rehbein*
- *José Tomás Arenas Cavalli*
- *Joshua Langenegger Carrizo*
- *Juan Carlos Aldunes Fuentes*
- *Juan Carlos Aldunes Fuentes*
- *Juan Graffigna Bordigoni*
- *Juan Ignacio Zamorano Suarez*
- *Juan Luis Godoy Agüero*
- *Juan Luza*
- *Juan Pablo Orellana Piñeiro*
- *Juan Rodríguez Silva*
- *Juan Yamil Sandoval Nehme*
- *Juan Fernández Castro*
- *Julio Enrique Pérez*
- *Karen Vargas Santander*
- *Karla Fernandini Vargas*
- *Kenneth Arthur Gent Franch*
- *Leik Caro Berenguer*
- *Leonardo Mena Coronel*
- *Leonardo Meyer*
- *Leonardo Pastén Silva*
- *Leslie Bridshaw Araya*
- *Leslyer Huecho Huenchullan*
- *Lilian Andrea Catalán Lobos*
- *Lorena Cortés Mac-Evoy*
- *Loreto Morales Acevedo*
- *Luis Guerrero Araya*
- *Luis Guzman Guerrero*
- *Manfred Schwerter Frez*
- *Manuel Andrés Aranda Muñoz*
- *Manuel Hidalgo Zambrano*
- *Manuel Pino León*
- *Manuel Schneider*
- *Marcela Sepúlveda*
- *Marcelo Andrés Chacana Ojeda*
- *Marcelo Guital*
- *Marcelo Paez*
- *Marcelo Soto*
- *Marcelo Ubilla Rebolledo*
- *Marcelo Zepeda Montalva*

- *Marco Chandía Bascuñán*
- *Marco León*
- *Marco Morales Vargas*
- *Marcos Vera Montecinos*
- *Margaret Lorena Lengerich Ulloa*
- *María Antonieta Allamand Arancibia*
- *María Blest Pardo*
- *María Bustos Sanchez*
- *María Carla Arellano Garrido*
- *María Elizabeth Brand Deisler*
- *María Emilia Correa*
- *María Inés Zamora*
- *María Loreto Jiménez Araya*
- *María Paz Belmar*
- *María Soledad Etchebarne*
- *María Teresa Sánchez Catalán*
- *Marianela Llanos Ortiz*
- *Mariano Pola*
- *Maricarmen Torres Fuentealba*
- *Mario Fernando Montecinos Cortés-Monroy*
- *Maritza Gómez Opazo*
- *Matías Acevedo*
- *Matías Ríos*
- *Mauricio Castillo-Vergara*
- *Mauricio Silva Malig*
- *Mauricio Svriz Viale*
- *Mauricio Vega López*
- *Michael Yorston Prescott*
- *Miguel Angel Navarrete Navarrete*
- *Miguel Ángel Quezada*
- *Miguel Rubilar Rubilar*
- *Milena Mollo*
- *Miriam Carolina Catalán Osorio*
- *Natalia Ca*
- *Nelson Rojas Velis*
- *Nicolás Mora Vizcarra*
- *Olga Pizarro Stjepovich*
- *Omar Morales Márquez*
- *Oscar Bruna Gallardo*
- *Pablo Herrera Hernández*
- *Pablo Muñoz*
- *Pablo San Martín Mosqueira*
- *Pablo Vásquez*
- *Paloma Grob Lea-Plaza*
- *Pamela Chavez Crooker*
- *Pamela Liz Garrido Cisternas*
- *Pamela Zarate Arqueros*
- *Paola Matis*
- *Paola Vásquez Romero*
- *Patricio Herrera González*
- *Patricio Pizarro*
- *Patricio Rodríguez*
- *Patricio Rojas Abalos*
- *Patricio Vega Rojas*
- *Paula Tejeda*
- *Paulina Gálvez Ávalos*
- *Paulina Lineros*
- *Paulo Olivier*
- *Paz Osorio*
- *Pedro Alarcón Bustos*
- *Pedro Hepp*
- *Pelayo Covarrubias*
- *Pilar Majmud*
- *Rafael Quezada Gaete*
- *Raúl Novoa Galán*
- *Rene Fredes*
- *Ricardo Álvarez Álvarez*
- *Ricardo González Millan*
- *Roberta Lama Bedwell*
- *Roberto Bravo Denegri*
- *Roberto Galleguillos Hernández*
- *Roberto Opazo*
- *Roberto Rubilar Vega*
- *Roberto Varas*
- *Rodrigo Alonso Valenzuela Benítez*
- *Rodrigo Arredondo Cortés*
- *Rodrigo Carillo*
- *Rodrigo Chávez*
- *Rodrigo Donoso*
- *Rodrigo Gonzalez Etcheverry*
- *Rodrigo Javier Reyes González*
- *Rodrigo Madrid Recabarren*
- *Rodrigo Molina*
- *Rodrigo Romero*
- *Rodrigo Sánchez Giraldez*
- *Rodrigo Vergara*
- *Rolando Saavedra Castro*
- *Rosemarie Junge*
- *Sandra Elizabeth Salfate Jofre*
- *Sandra Paola Díaz Ortega*
- *Santiago Echeverría*
- *Sayonara Pacheco Ovando*
- *Sebastián Cortés Osorio*
- *Sebastián Herceg*
- *Sebastián Melin*
- *Sebastián Monckeberg*
- *Sergio Cabezas Ferrari*
- *Sergio González Carvajal*
- *Steve Baeza Abadie*
- *Susan Díaz Riquelme*
- *Talia Haim*
- *Tania Fuentes*
- *Tomás Flores Jaña*
- *Víctor A. Fernández Ávila*
- *Valeska Campos*
- *Verónica Larrañaga Ruiz*
- *Verónica Sáez*
- *Vicente A. Hernández Hermosilla*
- *Víctor Devia García*
- *Víctor Hugo Villagrán Moore*
- *Víctor Valenzuela Milla*
- *Werner Kristjanpoller Rodríguez*
- *Yorka Uribe Díaz*

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 y Simulación de Marketing del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María. Es Director del Departamento de Industrias y Director del Centro de Ingeniería de Mercados del Departamento de Industrias de la USM, CIMER.

Paulina Santander Astorga

Doctora© en Psicología, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, 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 Profesora en el área de metodología de la investigación e investigadora en el área de Emprendimiento en el Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María. Su línea de trabajo específico es género y emprendimiento.

Diego Yáñez Martínez

Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María. Se desempeña como Profesor de Marketing, Simulación de Mercados e Investigación de Mercados en el Departamento de Industrias de 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 a través del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER) perteneciente a la Universidad Técnica Federico Santa María.
www.industrias.usm.cl

Contacto

Cristóbal Fernández Robin

Director del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María y Director del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER).
cristobal.fernandez@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 - natalia.cortes@usm.cl
+56 (32) 2654793

Más información GEM Chile

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el Instituto de Emprendimiento de la Universidad del Desarrollo.

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

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 2015-2016.

Región	Institución	Equipo
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mariela Llanos Mauricio Vega Hugo Rodríguez Alberto Martínez
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria Guillermo Honores
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca
Región del Maule	INACAP	Luz María Verdugo Jiménez Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza Claudia Yáñez
	Universidad Técnico Federico Santa María, Sede Concepción	Patricio Rojas
	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Valeska Geldres Victor Valenzuela
Región de Los Lagos	INACAP	Luz María Verdugo Jiménez Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo

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.



Housenovo

Es un ecosistema de emprendimiento donde te apoyamos para que tu idea o tu empresa avance, mediante espacio de trabajo, entrenamiento, networking y red de inversión. Encuéntranos en la esquina naranja de Viña del Mar (Ecuador 85, esq. Arlegui, Viña del Mar.)





Global Entrepreneurship Monitor



www.industrias.usm.cl



CIMER
CENTRO DE INGENIERÍA DE MERCADOS
www.cimer.usm.cl

www.gemchile.cl

Contacto
cimer@usm.cl

