



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIONAL VALPARAÍSO 2016-2017



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





Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Región de Valparaíso 2016-2017

*Cristóbal Fernández Robin
Paulina Santander Astorga
Diego Yáñez Martínez*

*Departamento de Industrias
Universidad Técnica Federico Santa María*



Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Región de Valparaíso 2016-2017


Primera Edición.

Edición Departamento de Industrias

Registro de Propiedad Intelectual

Inscripción
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-356-049-7



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

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

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

© 2017 Universidad Técnica Federico Santa María
© 2017 Global Entrepreneurship Research Association

Diagramación

Franco Azócar Dellepiane
azocar.franco@gmail.com

Ilustración Portada

Julieta Bravo Cid
julieta.b.cid@gmail.com

Impresión

DEGRAFIS SERV. GRAFICOS LTDA.
Viña Del Mar, Chile.
TEL 2686912
RUT 76.112.931-7
Fecha impresión: Julio 2017

Impreso en Chile / Printed in Chile

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDO	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	4
PRÓLOGO	6
¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO?	7
1. INTRODUCCIÓN	8
1.1 Acerca del GEM	8
1.2 Marco conceptual del GEM	9
1.3 Metodología del GEM	10
1.4 Principales indicadores GEM	11
1.5 Sobre este reporte	12
2.- LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL	13
2.1 Actitudes emprendedoras	13
2.2 Actividades Emprendedoras	16
Motivaciones emprendedoras	19
Distribución por sectores	21
Edad y Sexo	23
Nivel Educativo	26
Nivel de Ingresos	27
Situación laboral de los emprendedores	29
2.3 Aspiraciones emprendedoras	29
Expectativas de alto crecimiento	30
Competitividad	31
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 Formación Emprendedora	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	51
GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA	53
FICHA METODOLÓGICA	55
Encuesta a Población Adulta	55
Entrevistas a Expertos Nacionales	55
Distribución Porcentual de los Expertos según Especialidad	55
EXPERTOS CONSULTADOS	56
SOBRE LOS AUTORES	57
COORDINACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO	58
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES	59
PATROCINADORES	61

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	15
Tabla 2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2015 según fase de desarrollo económico	17

ÍNDICE DE FIGURAS

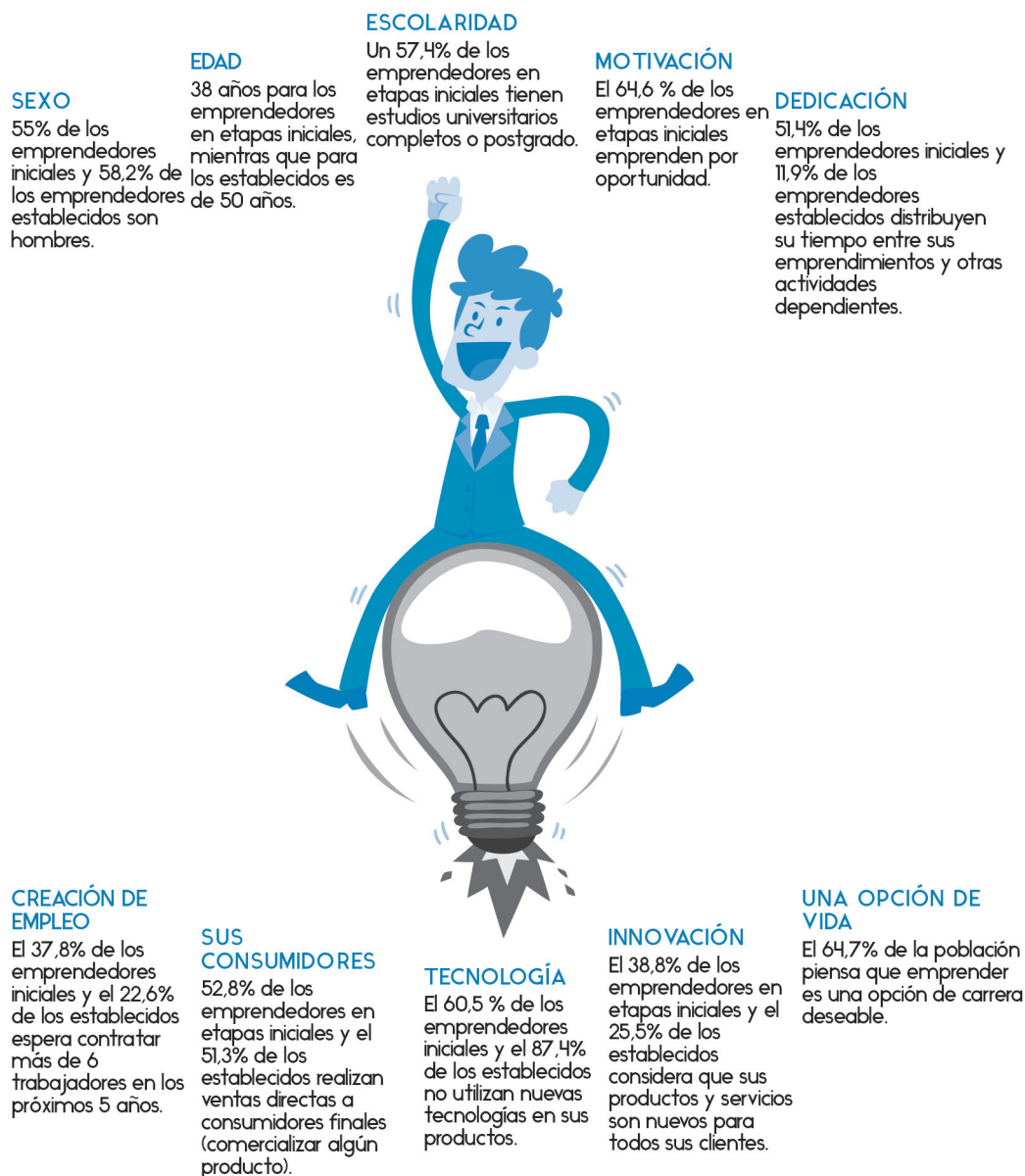
Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso	7
Figura 2: El marco conceptual GEM	9
Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	12
Figura 4: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso	18
Figura 5: Porcentaje 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 nacientes por motivación para emprender	21
Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico	22
Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico	22
Figura 10: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales	23
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.	24
Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.	25
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	26
Figura 16: Nivel de ingresos y actividad emprendedora	27
Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar	28
Figura 18: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación	28
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	32
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada	33
Figura 23: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos	34
Figura 24: Expectativas de Expansión de Mercado	34
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 2014-2015-2016.	39
Figura 30: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2016.	39
Figura 31: Evaluación de educación y formación emprendedora.	41
Figura 32: Evaluación de la Transferencia de I+D.	42
Figura 33: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento. ⁴⁴	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



¿Cómo es el Emprendedor de la Región de Valparaíso?

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



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.

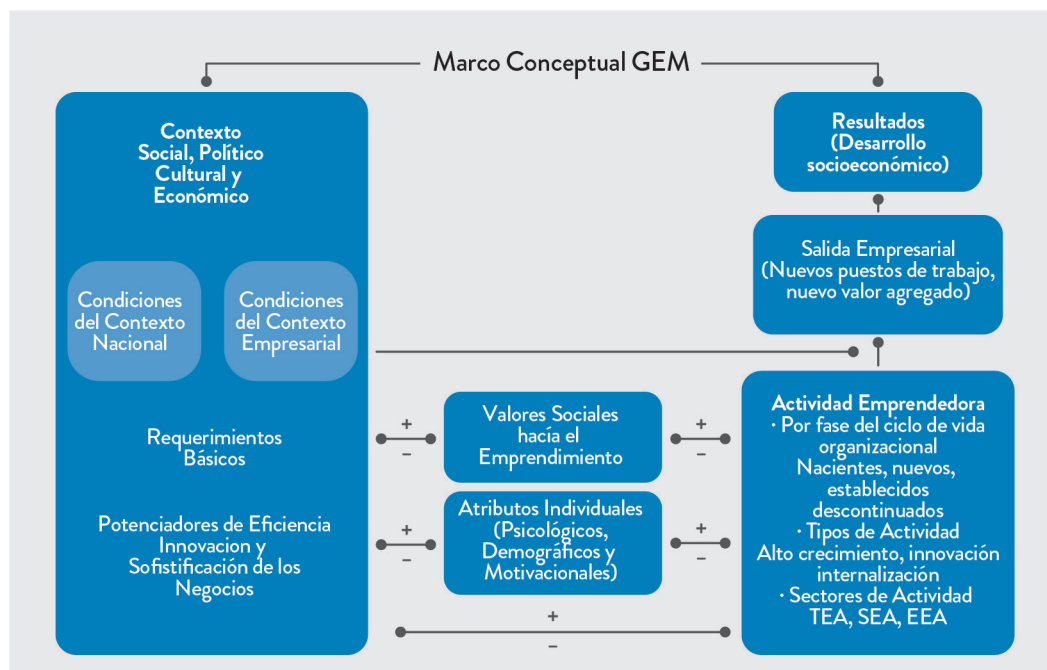
1.2 Marco conceptual del GEM

El marco conceptual del GEM ha evolucionado en los últimos años 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 Empresarial, 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



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.

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. Aun, cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que estos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño. Este indicador se puede enriquecer adicionalmente por el suministro de información relacionada con atributos individuales (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la innovación, la internacionalización) y la industria (sectores).

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



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

1.5 Sobre este reporte

La información del ciclo 2016 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 2016.

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 2016.

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.

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

La **Tabla 1** muestra varios indicadores del GEM en temas de actitud emprendedora para cada una 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 (28,58%) siendo menor a la media nacional (31,23%). En comparación a la última medición, las cifras también permiten destacar que en la región las personas se perciben levemente más capaces de emprender (61,90%) con respecto a la media nacional (61,21%) pero registrando una peor percepción que el año anterior (69,31%). Así mismo, y por segunda medición consecutiva existe una preocupante disminución en la percepción de oportunidades (47,59%) tanto en comparación a la media nacional (50,38%) como a las mediciones anteriores (52,18% en 2015 y 61,93% en 2014).

Tabla 1: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2016 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	49,30%	65,83%	28,77%	68,50%	65,35%	51,13%
II - Antofagasta	49,61%	64,97%	32,14%	65,21%	66,16%	53,72%
III - Atacama	36,23%	62,82%	30,82%	75,55%	68,15%	59,44%
IV - Coquimbo	54,09%	60,71%	29,97%	70,07%	66,40%	60,56%
V - Valparaíso	47,59%	61,90%	28,58%	64,69%	62,22%	57,97%
VI - Lib. Bdo. O'Higgins	53,33%	60,54%	31,00%	74,04%	67,17%	65,62%
VII - Maule	51,28%	62,09%	28,98%	75,10%	66,11%	64,00%
VIII - Biobío	51,68%	61,08%	32,82%	71,79%	69,66%	65,25%
IX - Araucanía	42,09%	60,63%	31,72%	64,86%	66,38%	54,86%
X - Los Lagos	48,87%	62,80%	32,48%	67,98%	59,42%	63,74%
XI - Aysén	58,08%	70,56%	27,80%	67,44%	62,66%	64,14%
XII - Magallanes	66,62%	63,88%	31,70%	65,60%	59,50%	58,75%
XIII - Metropolitana	51,65%	59,83%	31,73%	59,86%	61,33%	58,91%
XIV - De Los Ríos	46,56%	64,58%	34,98%	76,03%	67,47%	70,05%
XV - Arica y Parinacota	47,69%	66,69%	26,13%	69,78%	60,50%	63,54%
Chile	50,38%	61,21%	31,23%	65,58%	63,85%	60,27%

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

Tabla 2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2016 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 iniciar un 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	18,61%	8,96%	27,16%	6,20%	6,38%	39,27%	25,56%	7,63%	27,54%
II - Antofagasta	16,02%	10,16%	25,96%	5,96%	8,27%	32,99%	23,54%	11,22%	32,25%
III - Atacama	13,37%	12,25%	25,21%	5,73%	5,24%	29,51%	23,54%	11,93%	35,03%
IV - Coquimbo	15,54%	10,08%	25,22%	7,78%	4,78%	38,82%	25,80%	7,82%	27,57%
V - Valparaíso	16,89%	8,87%	25,27%	11,23%	3,89%	37,77%	21,39%	11,19%	29,65%
VI - Lib. Bdo. O'Higgins	12,34%	10,03%	22,02%	6,96%	4,36%	26,11%	20,85%	17,08%	35,96%
VII - Maule	16,59%	6,33%	22,21%	2,69%	4,79%	26,13%	26,99%	2,41%	44,47%
VIII - Biobío	13,18%	7,09%	19,68%	7,94%	5,02%	40,38%	19,75%	6,02%	33,85%
IX - Araucanía	13,30%	8,26%	21,23%	11,47%	7,00%	40,03%	19,40%	8,48%	32,09%
X - Los Lagos	14,21%	9,99%	23,77%	9,81%	6,21%	33,72%	26,97%	8,38%	30,93%
XI - Aysén	16,95%	9,64%	25,92%	9,69%	4,83%	33,05%	27,63%	8,47%	30,85%
XII - Magallanes	14,88%	10,68%	25,15%	7,18%	6,01%	43,27%	18,73%	9,19%	28,81%
XIII - Metropolitana	16,57%	9,89%	25,57%	7,67%	4,23%	47,98%	23,62%	9,10%	19,30%
XIV - De Los Ríos	13,92%	10,29%	23,59%	9,38%	3,87%	37,84%	31,33%	8,31%	22,52%
XV - Arica y Parinacota	18,78%	11,24%	28,98%	7,76%	7,13%	26,05%	20,53%	24,22%	29,20%
Chile	15,59%	9,25%	24,18%	7,97%	4,84%	40,82%	23,24%	9,24%	26,69%

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

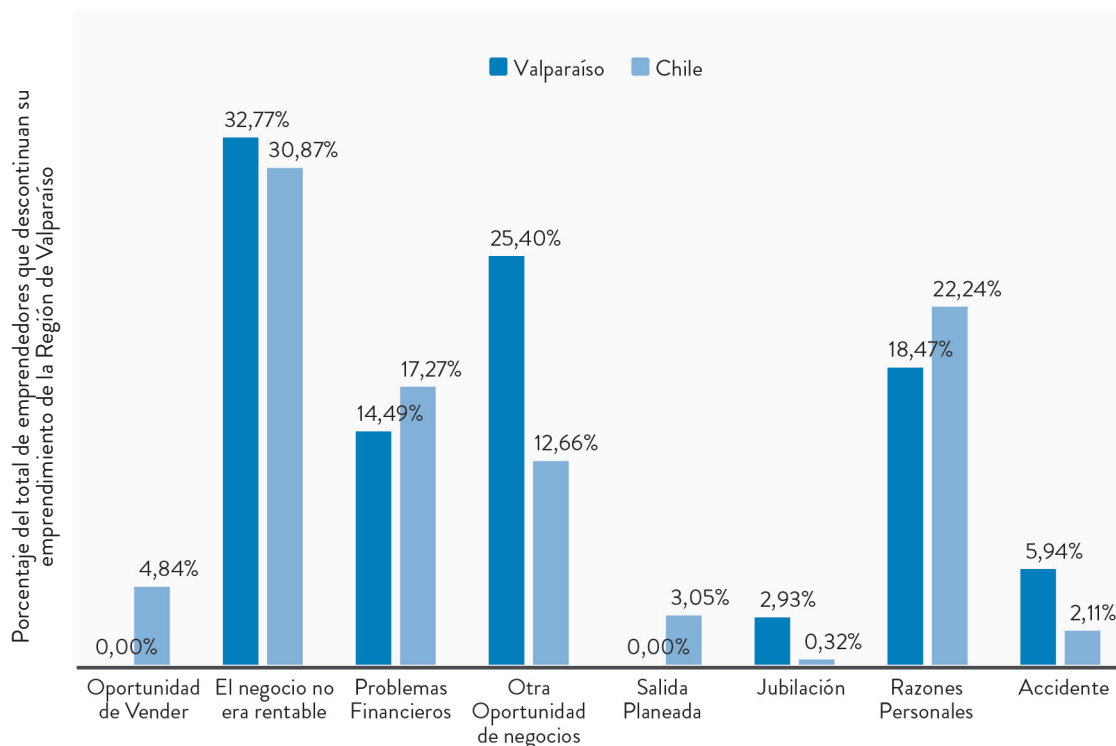
Asimismo, la **Tabla 2** también muestra que en la Región de Valparaíso un 3,89% de la población manifestó haber tenido algún emprendimiento en el pasado y haberlo discontinuado durante el año anterior a la medición, es decir, durante el 2016, siendo este porcentaje menor tanto a la media nacional (4,84%) como a la medición anterior (7,26%).

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 la principal razón para discontinuar un negocio es la ausencia de rentabilidad del mismo tanto en Valparaíso (32,77%) como a nivel nacional (30,85%). A esto le secundan los motivos de aprovechar otra oportunidad de negocio (25,4%) y las razones personales (18,47%), en este punto cabe destacar que en la medición anterior la Región de Valparaíso evidenció una distribución levemente distinta donde el mayor peso se asignaba a motivos personales (38,73%) seguido de aprovechar otra oportunidad de negocio (16,35%) y la ausencia de rentabilidad en el negocio (14,94%). En resumen, para la Región de Valparaíso los motivos siguen siendo principalmente otra oportunidad de negocio, razones personales, y la falta de rentabilidad, aun cuando para la presente medición preocupa el peso relativo que adquirió esta última opción.

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

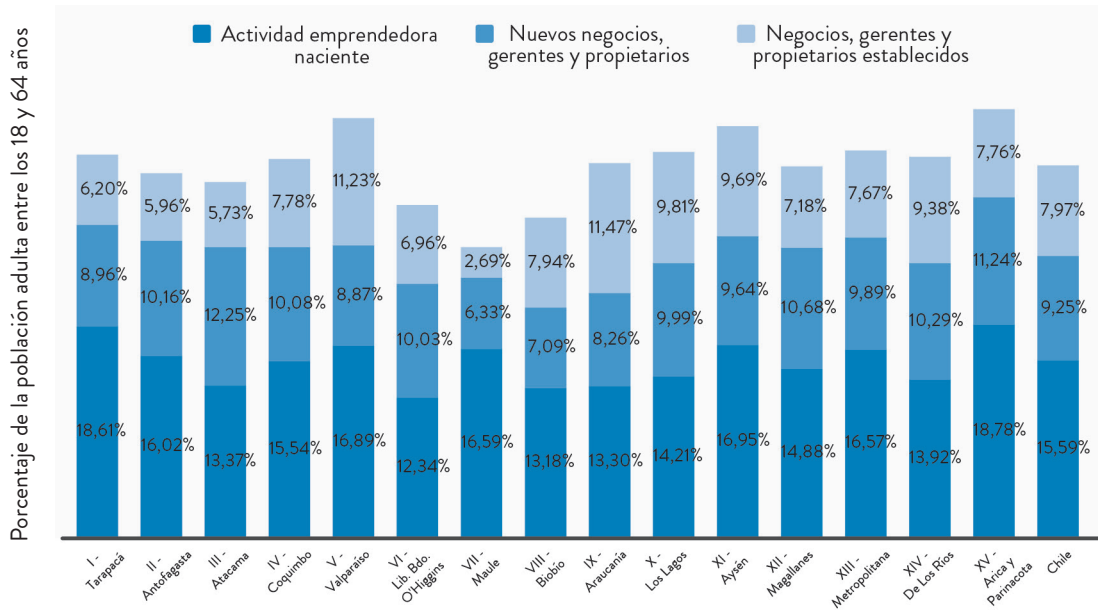


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

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 emprendimientos establecidos muestra (11,23%) y una de las que evidencia menor porcentaje de nuevos negocios, gerentes y propietarios (8,87%).

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. 2016.

Motivaciones emprendedoras

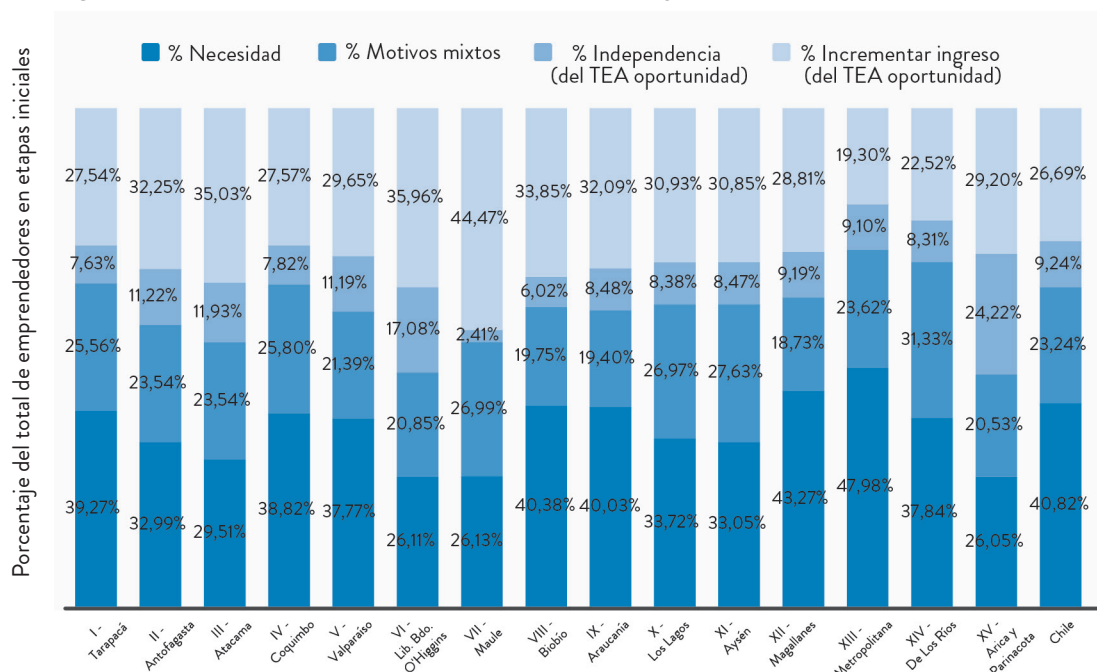
Como ya se había mencionado previamente, un aspecto muy importante de la actividad emprendedora se relaciona con las motivaciones que tienen las personas para ingresar al mundo de los negocios. Muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad. Otros son “empujados” a emprender porque no tienen o no existe otra opción para ellos en el mercado laboral. Como se mostró en la Tabla 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

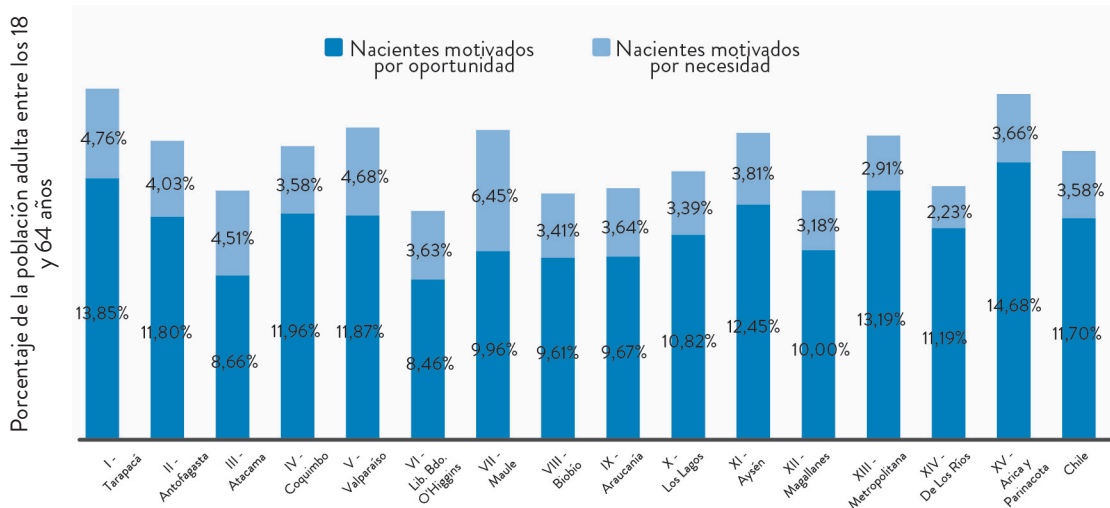


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

Un análisis más específico de la Región de Valparaíso da cuenta de un leve aumento en el emprendimiento por oportunidad llegando a 64,62% este año (60,46% en la medición anterior), siendo incluso mayor a la media nacional. Asimismo, este año se registró un descenso entre quienes afirman estar motivados por necesidad y no tener otra forma de ganarse la vida (29,65%).

Otra forma de analizar las motivaciones para emprender consiste en analizar a los emprendedores nacientes e indagar 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 2016.

Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

Como se evidencia 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 alto de emprendedores nacientes motivados por una oportunidad (11,87%) y al contrario existe un porcentaje menor de emprendedores nacientes motivados por necesidad (4,68%). Asimismo, si se compara estas cifras con las obtenidas en las mediciones anteriores, se observa que el número de emprendedores nacientes motivados por oportunidad registra un considerable aumento (8,91% en 2015) mientras que el número de emprendedores nacientes motivados por necesidad muestra una leve disminución (4,92% en 2015).

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, sumado al aumento de emprendimientos nacientes motivados por oportunidad.

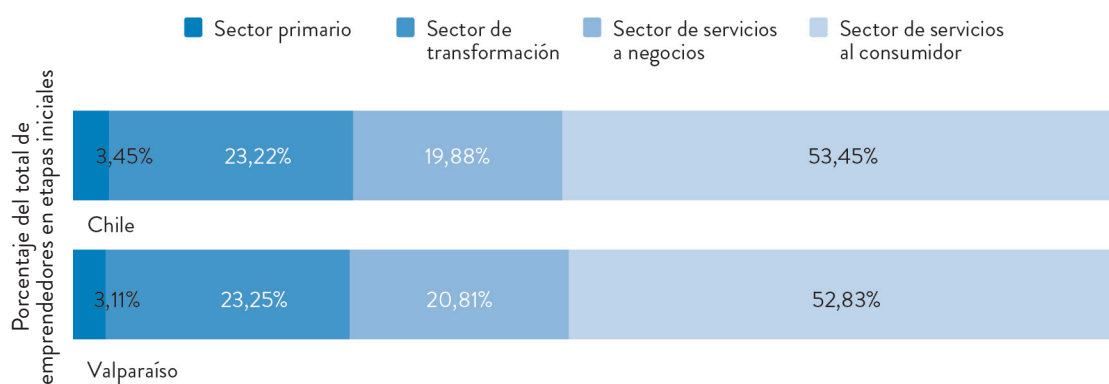
Distribución por sectores

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 52,83% en 2016 manifiesta estar orientado al consumidor final, frente a 58% mostrado en 2014, cifra cercana a la mostrada por todos los Reportes de la Región de Valparaíso 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.

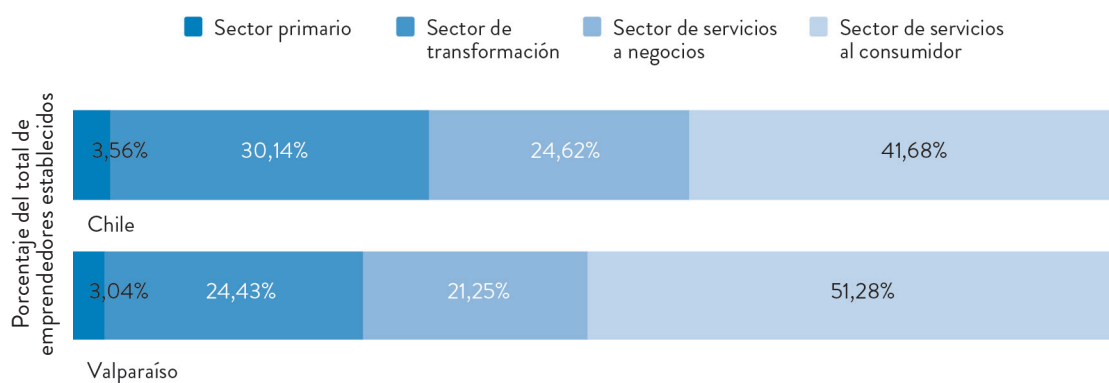
Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

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 51,28% en el caso de la Región de Valparaíso y un 41,68% a nivel nacional.

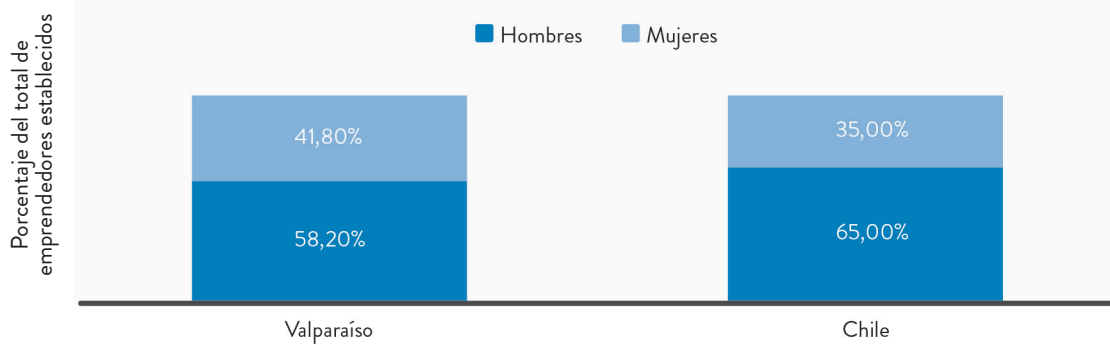
Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.



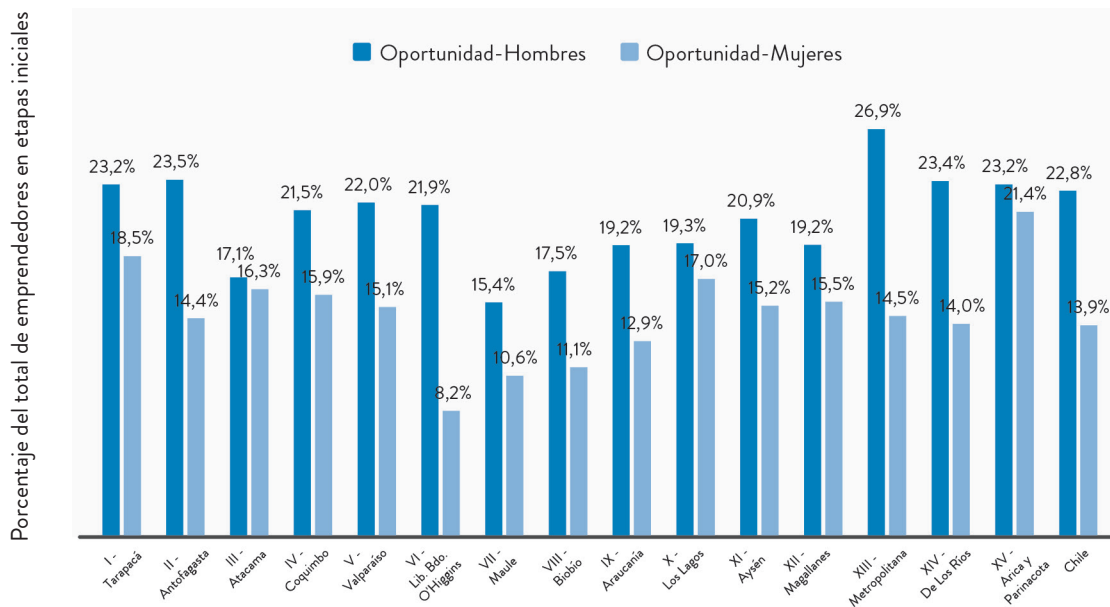
Figura 11: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

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 2015 el porcentaje de hombres con actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad fue de 20,5% frente a 13,5% de las mujeres, lo cual entregó un ratio de 0,66 mientras que en la presente medición del año 2016 se observa un ratio de 0,69 con un 22,0% de hombres y un 15,1% 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 aumentado el emprendimiento por oportunidad, motivación que ha cobrado particular importancia este año como evidencia el presente reporte.

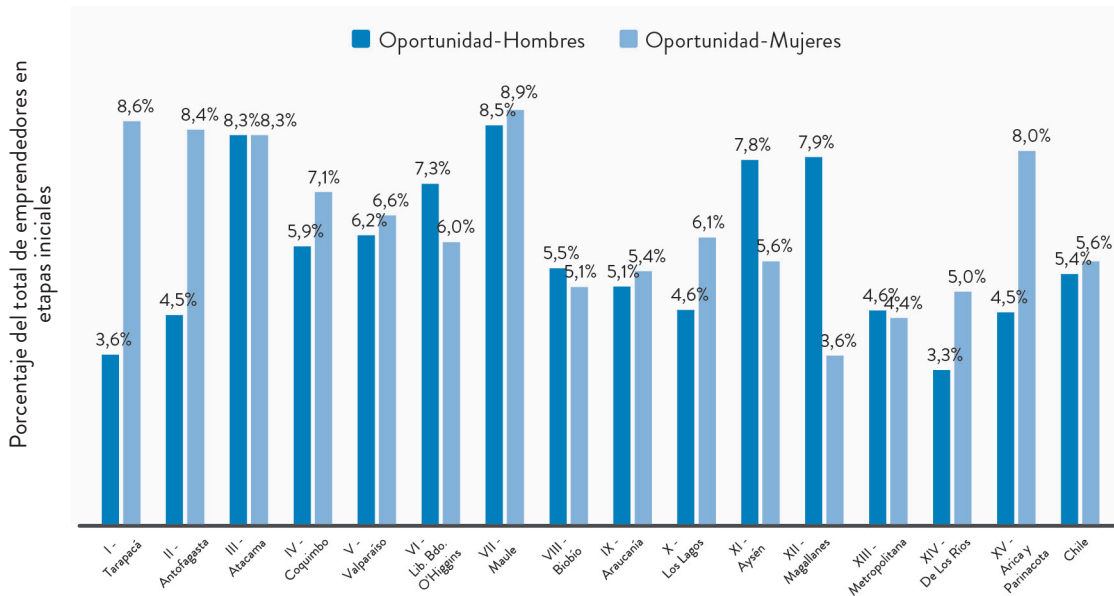
Figura 12: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

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 2015 para la Región de Valparaíso presentaban cifras de 6,3% para hombres y un 8,3% para mujeres, con un ratio de 1,32. Esta relación se hace más pareja para la medición del año 2016 con un 6,2% de hombres y un 6,6% para mujeres, con un ratio de 1,07. En ese sentido, destaca la disminución independiente del sexo en cuanto a esta motivación en emprendimientos en etapas iniciales para la Región de Valparaíso.

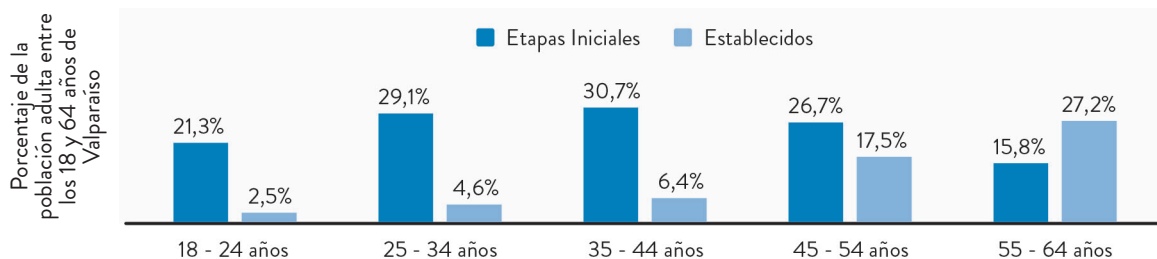
Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2016.

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 concentración etaria de las personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales está mayoritariamente en el rango de 35 a 44 años, mientras que el 2015 se registró la moda en el rango 25 a 34 años. Por otra parte, cabe destacar que los emprendedores establecidos tienden a presentar mayores rangos de edad, principalmente entre los 55 y 64 años, mientras que el 2015 se registró la moda en el rango 45 a 54 años.

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



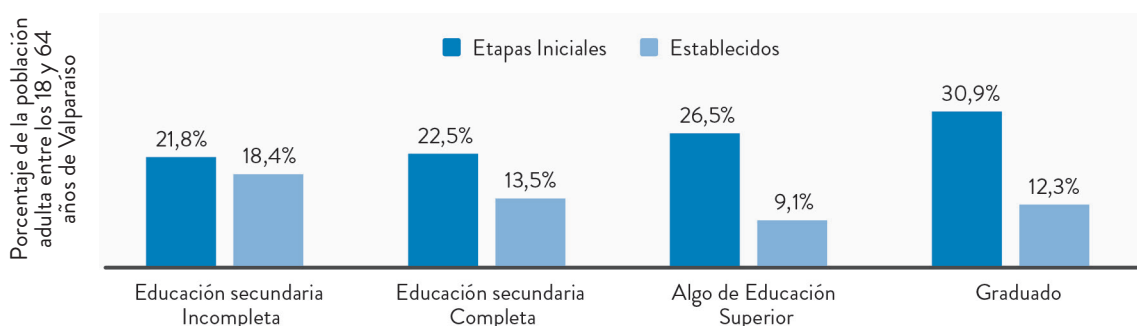
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

Adicionalmente, si bien la concentración según rango etario muestra un envejecimiento de la población emprendedora tanto en etapa inicial como establecida, 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 38 años (39 en 2015), mientras que para el caso de emprendedores establecidos la edad promedio llega a 50 años (47 en 2015). 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 para el caso de etapas iniciales, en efecto, la mayor parte de los emprendedores tienen algo de educación superior (26,5%) o están graduados (30,9%) evidenciándose de este modo que la educación juega un papel fundamental en la actividad emprendedora. Al contrario, para el caso de emprendimientos establecidos la mayor concentración en términos educacionales la tiene la categoría educación secundaria incompleta (18,4%) registrando un panorama contrario a la medición anterior donde la mayor concentración se registraba en graduados (24,4%).

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



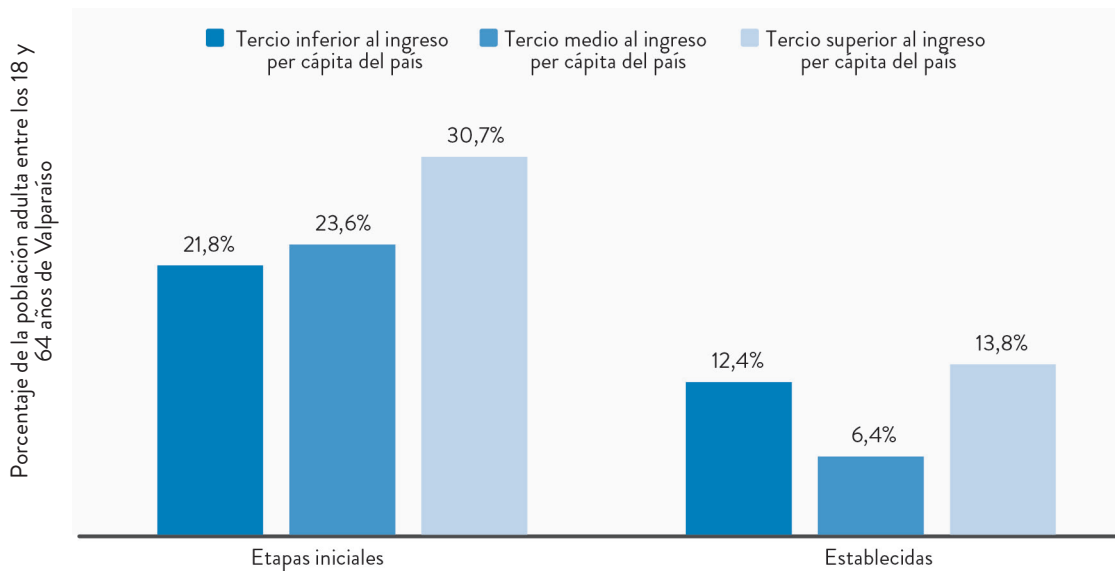
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

Como conclusión de esta sección podemos observar que la actividad emprendedora en etapas iniciales de 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 tanto en etapas iniciales como establecidos se sitúan por sobre la media del ingreso per cápita del país.

Figura 16: Nivel de ingresos y actividad emprendedora



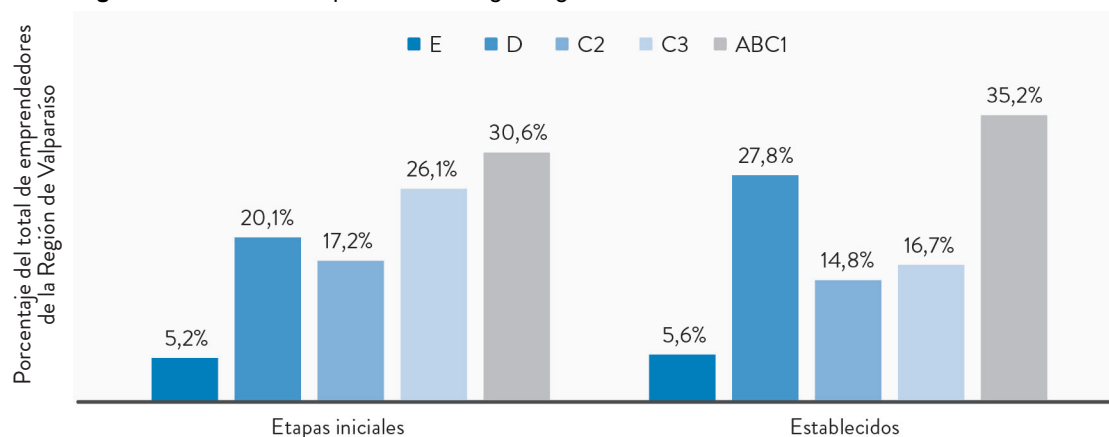
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 17** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías². De modo similar a lo evidenciado en la **Figura 16**, los emprendimientos en etapas iniciales se concentran en los niveles socioeconómicos ABC1 y C2 mientras que los emprendimientos establecidos se concentran en los niveles socioeconómicos D y ABC1. Cabe destacar que a medida que se consolida la actividad emprendedora los ingresos tienden a subir en términos porcentuales, llegando a que un 35,2% de los emprendimientos establecidos se encuentran en el nivel socioeconómico ABC1 frente a un 30,6% de sus pares en etapas iniciales, lo que podría explicarse debido a que alcanzan la etapa

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

de madurez dentro del ciclo de vida de sus emprendimientos y, por consecuencia, el aumento de los ingresos.

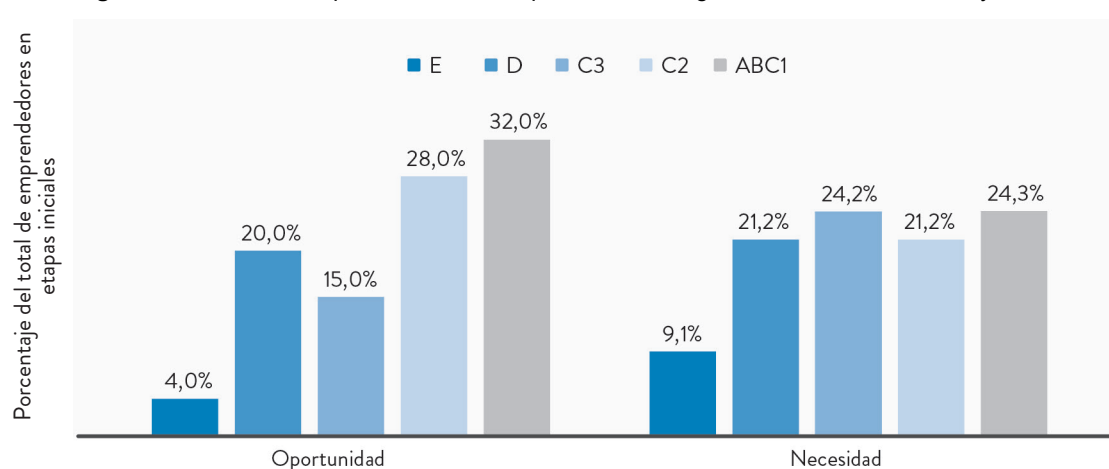
Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

Finalmente, destacar que la dispar distribución socioeconómica mostrada en emprendimientos establecidos podría estar acusando dos tipos de emprendimiento, de modo similar a lo que sucede en el caso de emprendimientos en etapas iniciales como muestra la **Figura 18**. En ese sentido, la motivación para emprender también está relacionada con el ingreso y, 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, situación que se agudiza en el caso de emprendimientos motivados por necesidad y nivel socioeconómico ABC1 (24,34%) frente a los emprendimientos motivados por oportunidad en el mismo nivel socioeconómico (32,0%).

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

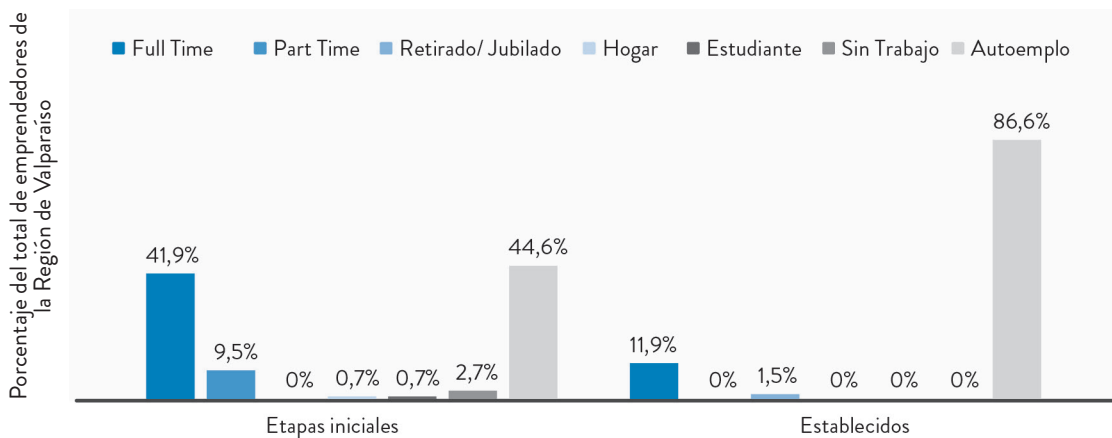


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

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. 2016.

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 44,6% 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 86,6%. Destaca también la presencia de emprendedores que se declaran empleados full time tanto en etapas iniciales (41,9%) como establecidos (11,9%).

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 11,1% 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 11,3%, registrándose una leve variación desde la última medición (14,3% y 8,8% 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.

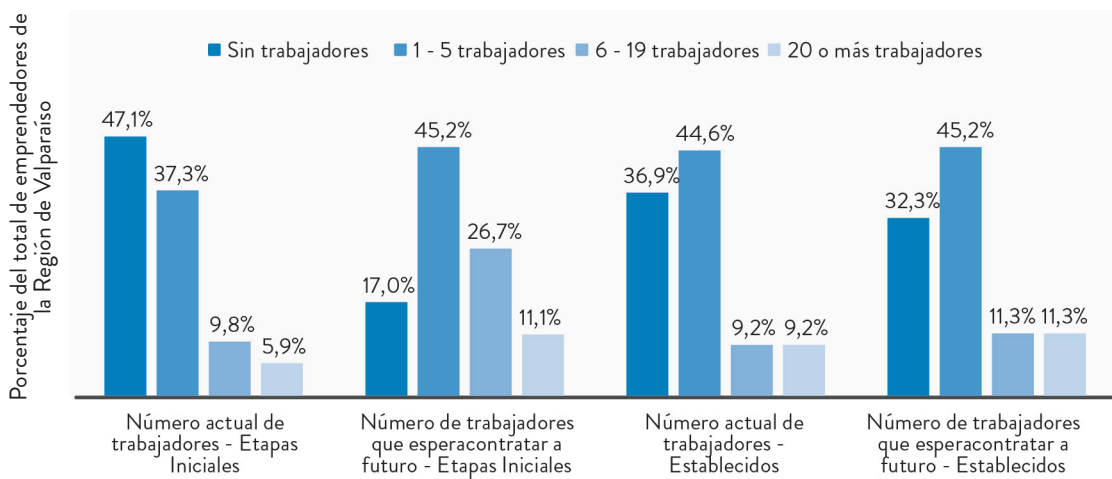
El primer grupo está formado por los empresarios que trabajan por cuenta propia y no tienen intención de crear empleos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, quienes fueron forzados a emprender por necesidad, como también, aquellos que están satisfechos con trabajar de forma profesional independiente. 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 en etapas iniciales actualmente no tienen trabajadores en sus negocios, seguido por quienes tienen entre 1 a 5 trabajadores, luego, con porcentajes mucho más bajos, quienes tienen entre 6 y 19 trabajadores y quienes tienen de 20 a más trabajadores. Situación similar muestran los emprendimientos establecidos donde la mayor parte de ellos tiene entre 1 a 5 trabajadores seguido por quienes no tienen, luego, con porcentajes mucho más bajos, quienes tienen entre 6 y 19 trabajadores y quienes tienen de 20 a más trabajadores. Tal distribución demuestra que en nuestro país los emprendimientos en etapas iniciales son preferentemente pequeños y en etapa establecida son principalmente 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 pequeños y medianos, aspiran a seguir creciendo.



Según las cifras, se estima que el 45,2% de los emprendedores en etapas iniciales y el 45,2% de los establecidos aspiran a contratar entre 1 a 5 trabajadores en el futuro mostrando una disminución respecto del año 2015 (59,7% y 57,9% respectivamente), seguido por un 26,7% de emprendedores en etapas iniciales que aspira contratar 6 a 19 trabajadores frente a un 32,3% de emprendedores establecidos que espera no contratar trabajadores. En consecuencia, si bien hoy los emprendimientos tanto en etapas iniciales como establecidos son mayoritariamente pequeños y medianos, las aspiraciones prometen un crecimiento mucho mayor 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. 2016.

Competitividad

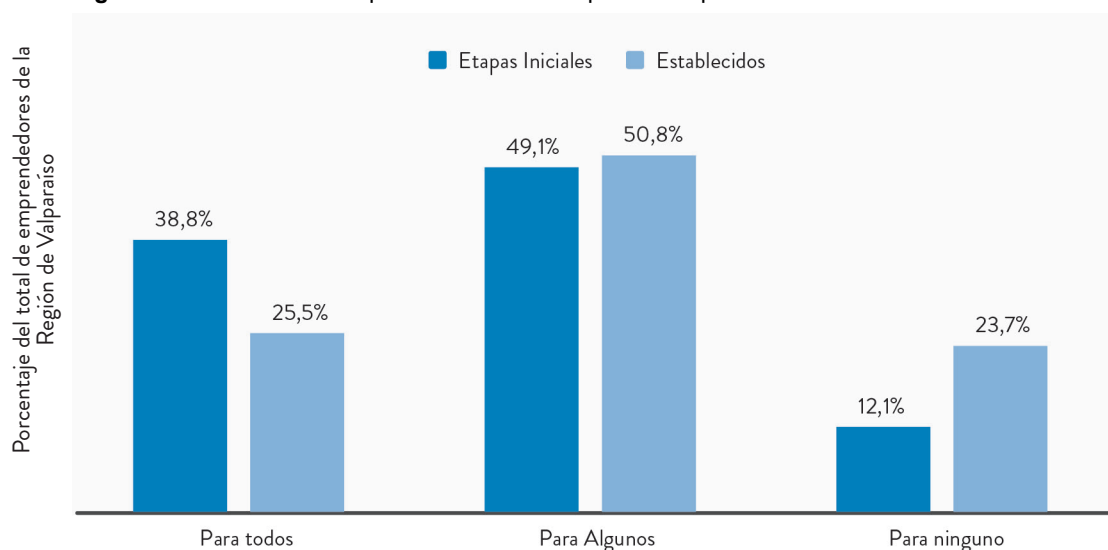
Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de la misma. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que 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 para algunos de sus consumidores (49,1% y 50,8% respectivamente) modificando la tendencia mostrada en años anteriores donde la mayor parte de ellos manifestaba que sus productos o servicios eran nuevos para todos sus consumidores, lo cual está reflejando cierto grado de innovación que puede estar relacionado con la búsqueda de oportunidades de mercado. Asimismo, quienes ofrecen productos “más tradicionales” se encuentran principalmente entre los emprendedores establecidos, ya que un 23,7% de ellos manifiesta que no son novedosos registrando así un aumento respecto de la medición anterior (13% en 2015). 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 2016 está ofreciendo productos o servicios relativamente innovadores mientras que son cada vez menos quienes ofrecen productos o servicios totalmente innovadores.

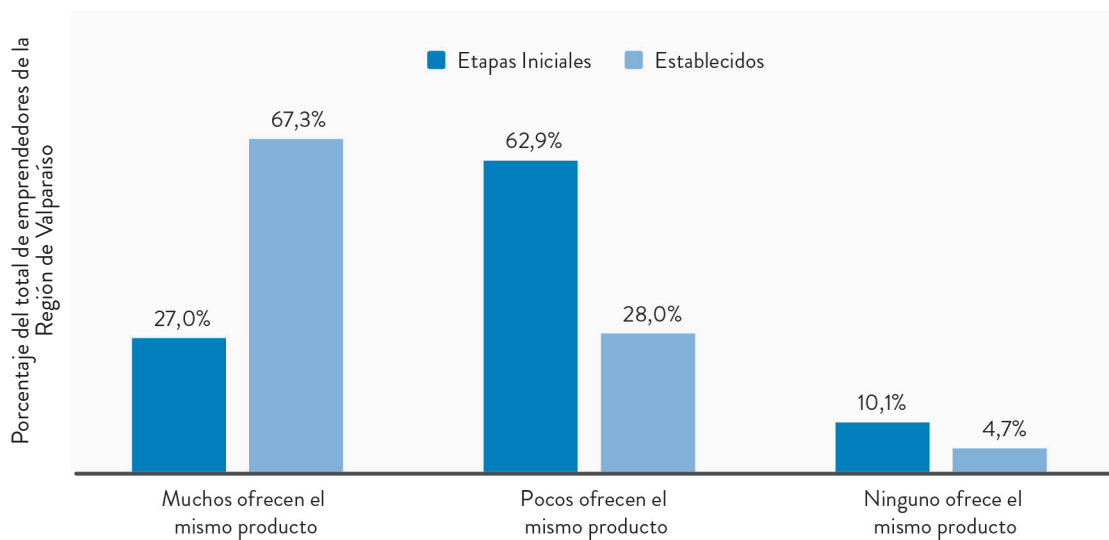
Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

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 10,1% de los emprendedores en etapas iniciales y un 4,7% 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 donde 9,73% de los emprendedores en etapas iniciales y 5,17% de los emprendedores establecidos se ubica en esta categoría, y mantiene la tendencia mostrada en años anteriores (11,3% y 5,1% respectivamente).

Figura 22: Intensidad de la competencia esperada

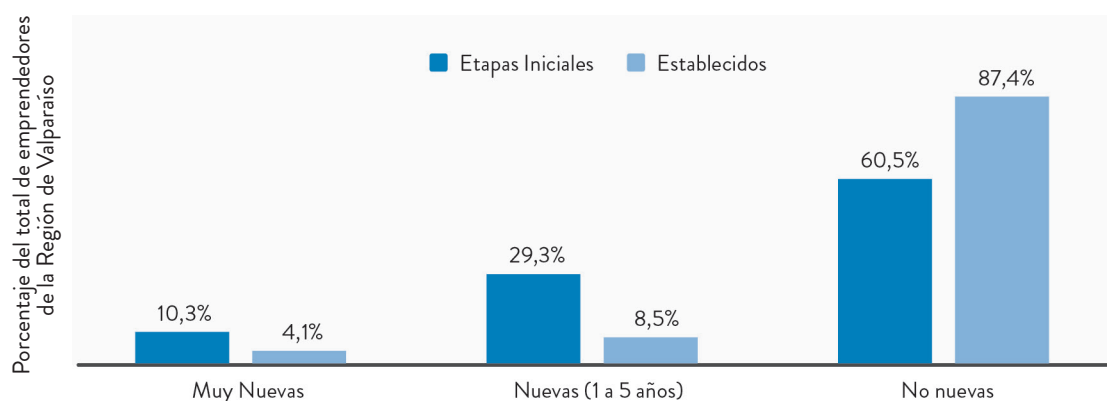


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

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. En ese sentido, para este año se registra un aumento en el uso de nuevas tecnologías en el caso de emprendimientos en etapas iniciales llegando a un 39,5% que utiliza nuevas o muy nuevas tecnologías en sus procesos productivos (35,7% en 2015). Por otra parte, se registra una disminución en el caso de emprendimientos establecidos llegando a un 12,6% que utiliza nuevas o muy nuevas tecnologías en sus procesos productivos (24,5% en 2015).

Esta diferencia en el uso de nuevas tecnologías podría estar ligada al mayor nivel educacional evidenciado por los emprendedores en etapas iniciales frente a sus pares establecidos como se revisó en la sección 2.2 del presente reporte.

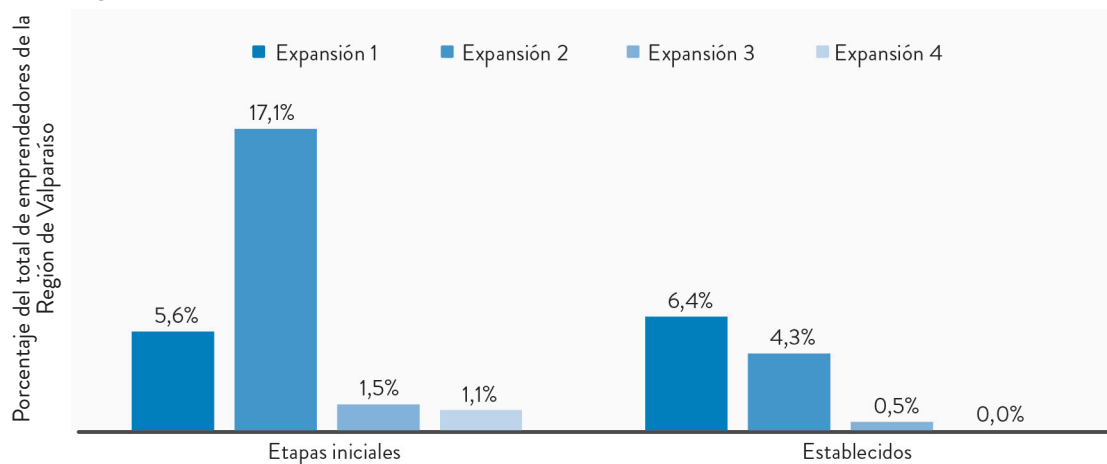
Figura 23: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

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 17,1% de emprendimientos en etapas iniciales que espera una expansión sin uso intensivo de tecnologías frente a un 6,4% de emprendimientos establecidos que espera poca o nula expansión. En definitiva, los emprendimientos de la Región de Valparaíso carecen de expectativas de expansión ligadas al uso de tecnologías.

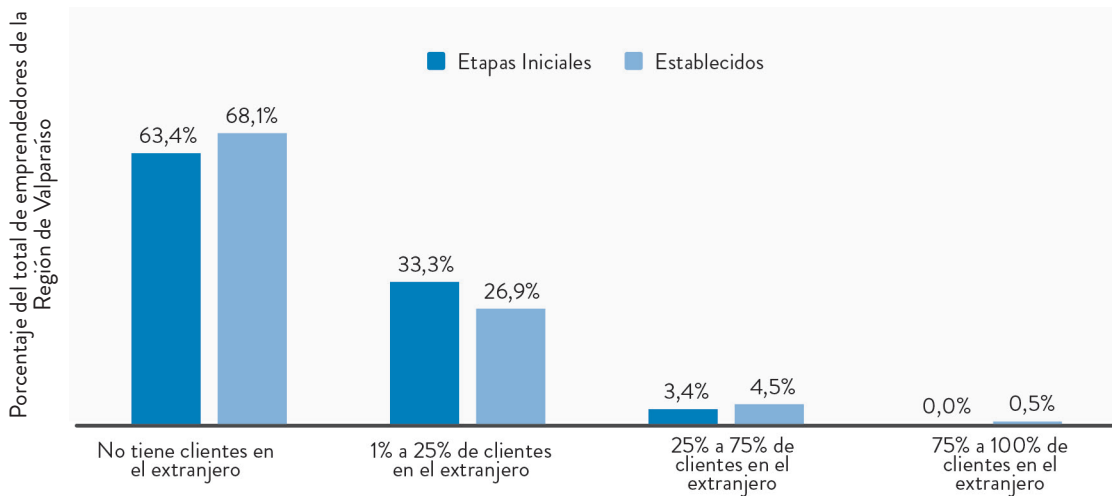
Figura 24: Expectativas de Expansión de Mercado



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

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 agudizando la tendencia mostrada en todas las mediciones anteriores de la región, menos del 1% 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 un 63,4% en etapas iniciales y un 68,1% de los establecidos que manifiestan no tener clientes en el extranjero, situación que se replica desde la medición anterior 65,3% y 55,7% respectivamente.

Figura 25: Actividad Emprendedora y Exportación



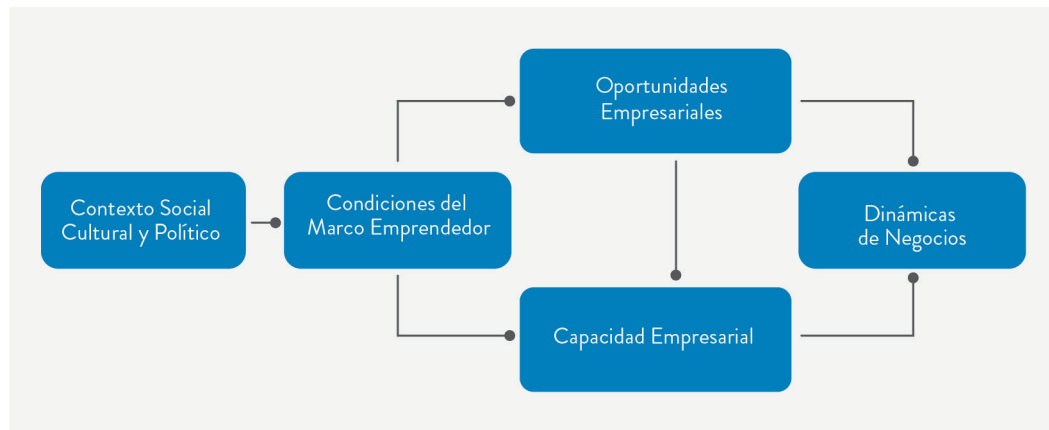
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2016.

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 y escaso uso de nuevas tecnologías en sus procesos productivos particularmente en emprendimientos establecidos. La mala noticia es la poca novedad de sus productos o servicios y una débil diferenciación de la competencia, lo que se traduce en una escasa capacidad de innovación por parte de los emprendedores de la Región de Valparaíso.

LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL

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 434 expertos de 10 regiones del país más la medición a nivel nacional.

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. 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:

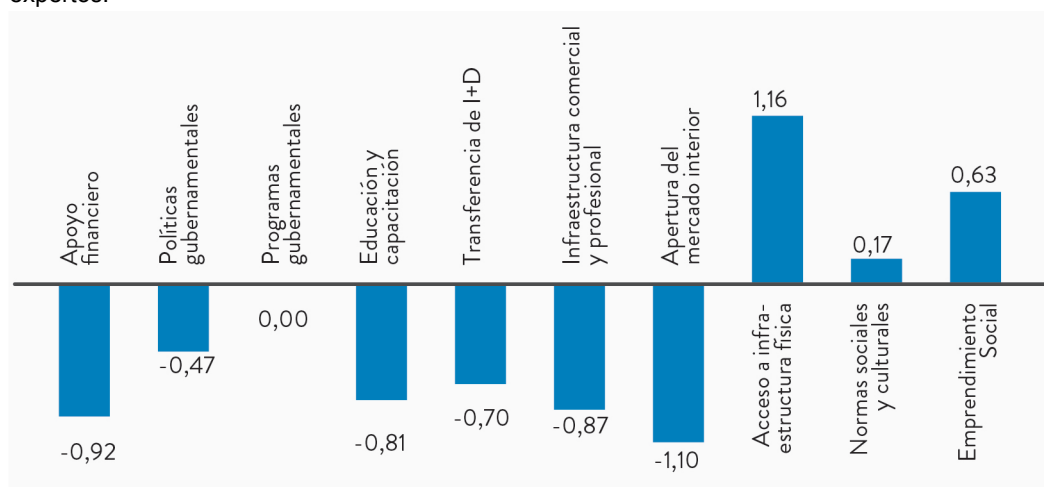
Escala de Likert	Conversión	Aporte al emprendimiento
1	-2	Muy bajo
2	-1	Bajo
3	0	Medio
4	+1	Alto
5	+2	Muy Alto

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 “Emprendimiento Social” y “Normas sociales y culturales”.

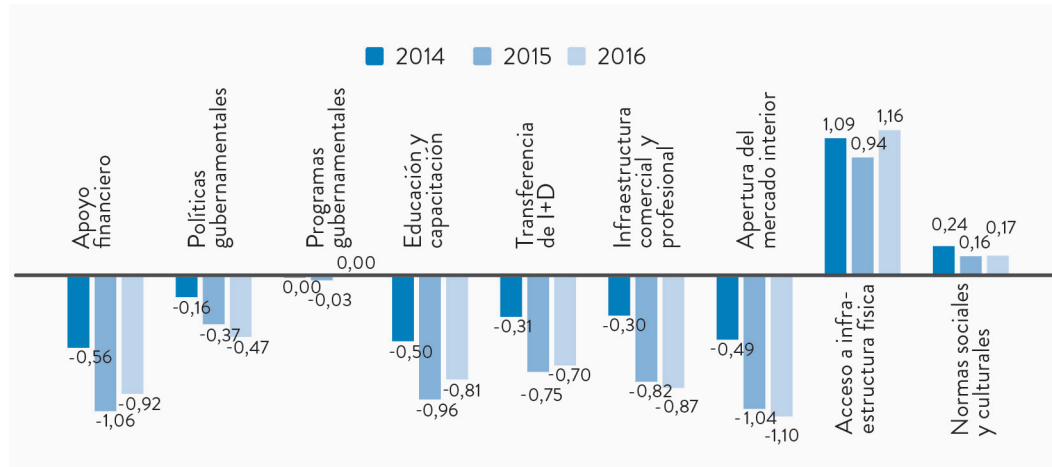
Figura 28: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2016

Del mismo modo, los Indicadores a nivel regional muestran que “Acceso al mercado”, “Apoyo financiero”, “Infraestructura comercial y profesional” y “Educación y capacitación”, en ese orden, son las variables más críticas en cuanto al desarrollo del emprendimiento en la Región de Valparaíso.

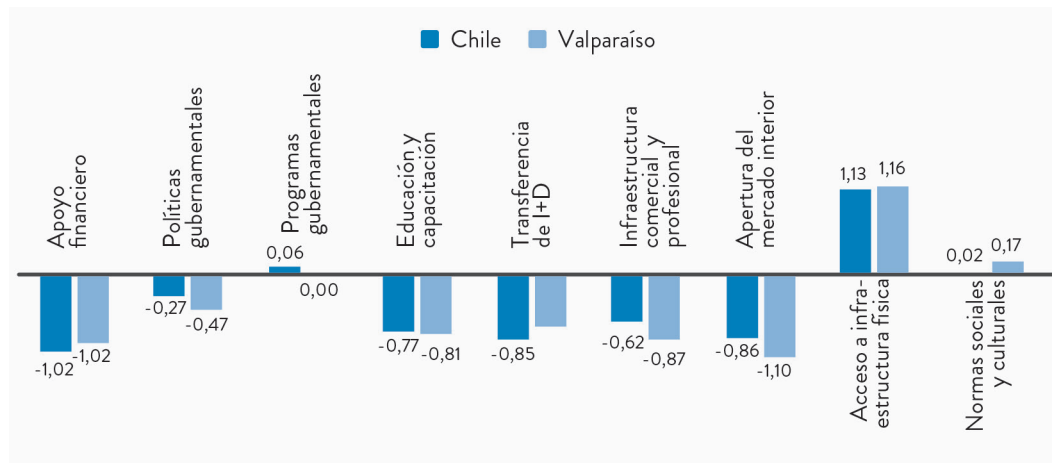
Figura 29: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2014-2015-2016.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2016

La **Figura 29** muestra cada uno de los factores contrastando con las evaluaciones de los últimos tres años. Al respecto, se observa claramente que la tendencia mostrada en años anteriores ha continuado para la presente medición, registrando solo leves variaciones tanto positivas como negativas que no modifican la panorámica global en relación a la opinión de expertos.

Figura 30: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2016.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2016

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 Formación Emprendedora

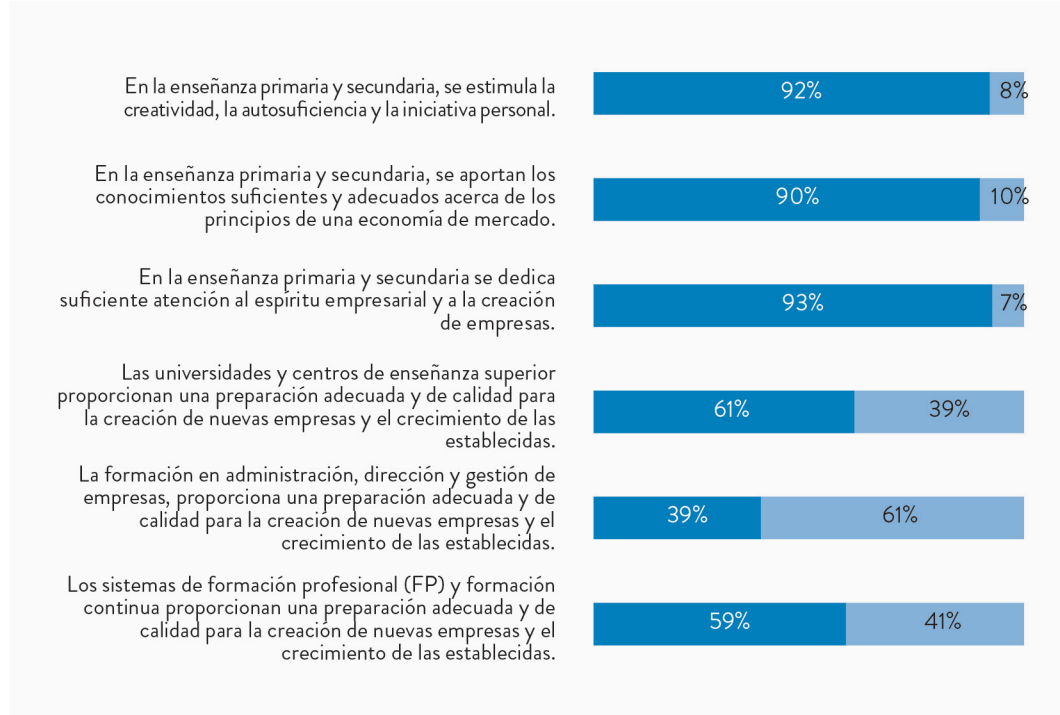
Los resultados indican que los expertos consultados perciben que la educación primaria y secundaria no incentiva ni da los elementos adecuados para el emprendimiento, es más, el 93% coincide con que la educación primaria y secundaria no da un énfasis adecuado al emprendimiento y a la creación de empresas. 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 2015 el 95% 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 39% de percepción positiva respecto de este ítem frente al 42% y 46% 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 negativa, potenciando la negativa percepción de las universidades y centros de enseñanza superior en este ámbito.



Figura 31: Evaluación de educación y formación emprendedora.



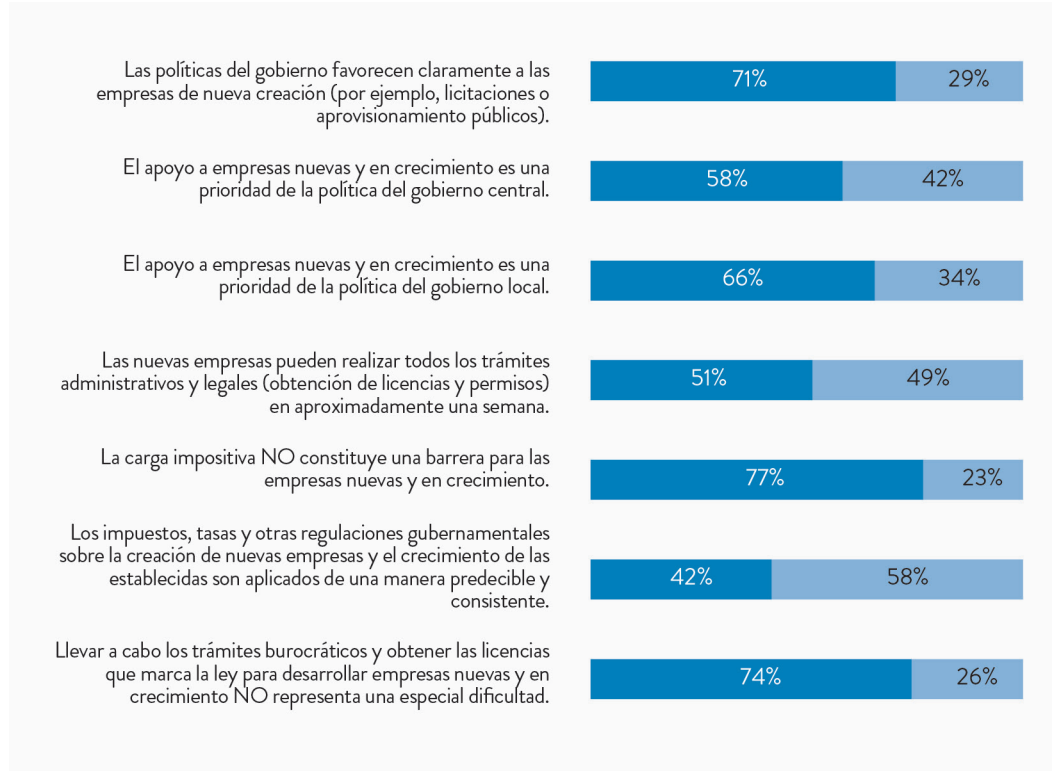
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2016

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 80% estima que éste no se está transfiriendo adecuadamente. De todas formas, se observa una tendencia similar respecto a mediciones anteriores (76% en 2015 y 79% en 2014). Otra problemática a destacar corresponde al acceso a nuevas tecnologías, en ese sentido un 19% percibe que las empresas nuevas y en crecimiento no tienen el mismo acceso a nuevas tecnologías que las empresas ya establecidas y un 8% estima que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden costear las últimas tecnologías.

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



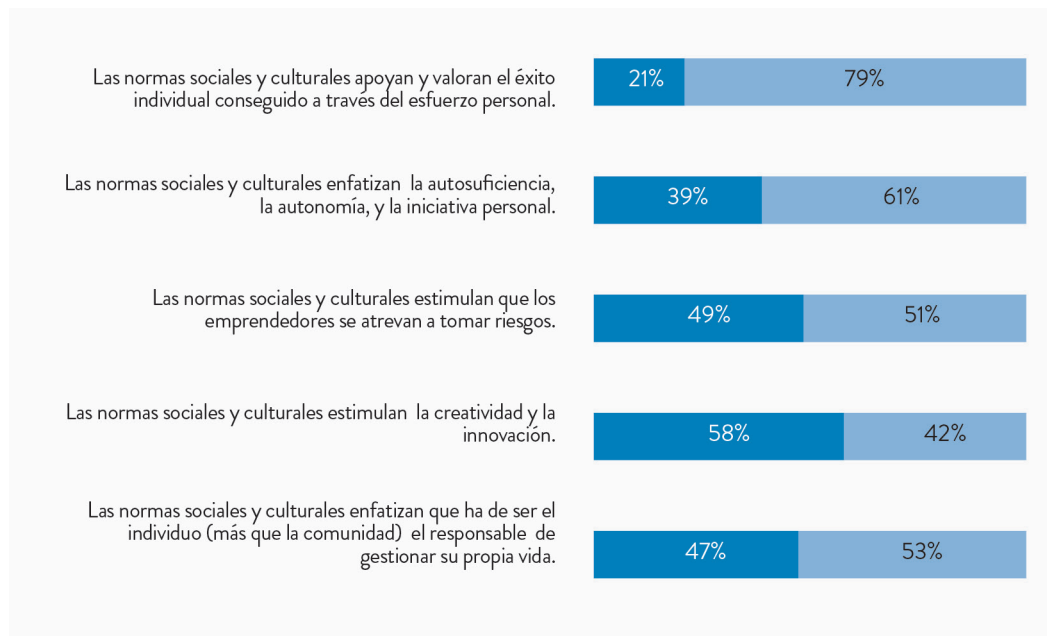
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2016

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 destaca la alta valoración al éxito individual a través del esfuerzo personal llegando este año a un 79% (68% en 2015 y 69% en 2014). Al contrario, el 42% de los expertos manifiesta que las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación (45% en 2015).

Cabe destacar también que un 53% de los expertos señala que las normas sociales y culturales estimulan que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos, superando el 47% mostrado el año pasado. Finalmente, y 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.

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2016

3.7 Acceso a Financiamiento

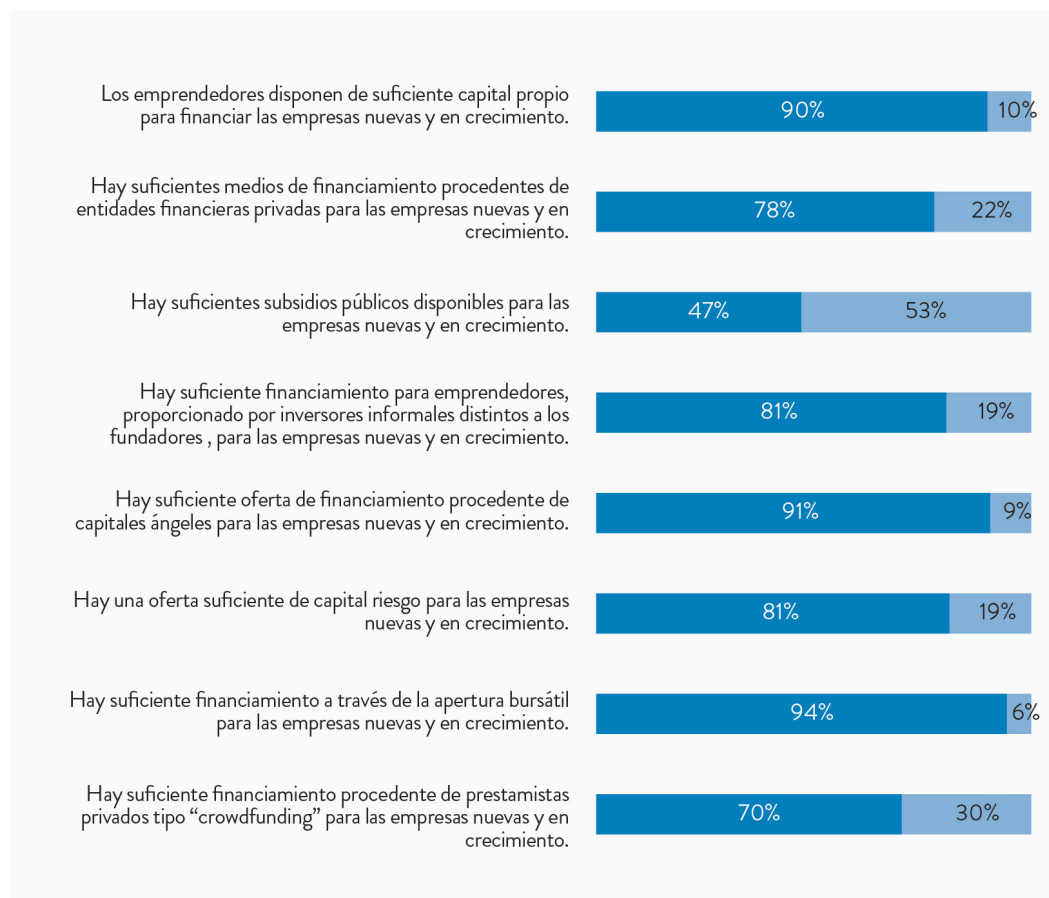
Existen varias formas de financiamiento, pero cada vez son percibidas más lejanas según los expertos. De modo similar a las últimas mediciones, el instrumento de menor acceso es la apertura bursátil (6%), seguido de capitales ángeles (9%) y capital propio (10%).

Los subsidios, nuevamente, son aquellos medios que los expertos ven como alternativas con mayor posibilidad de ser alcanzadas por los emprendedores registrando un 53% para la presente medición, sin embargo, cabe destacar que en 2015 alcanzaba un 54% y en 2014 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 nuevamente un punto favorable es la accesibilidad a fondos procedentes de prestamistas privados tipo crowdfunding que alcanza un 30% este año (27% en 2015).



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



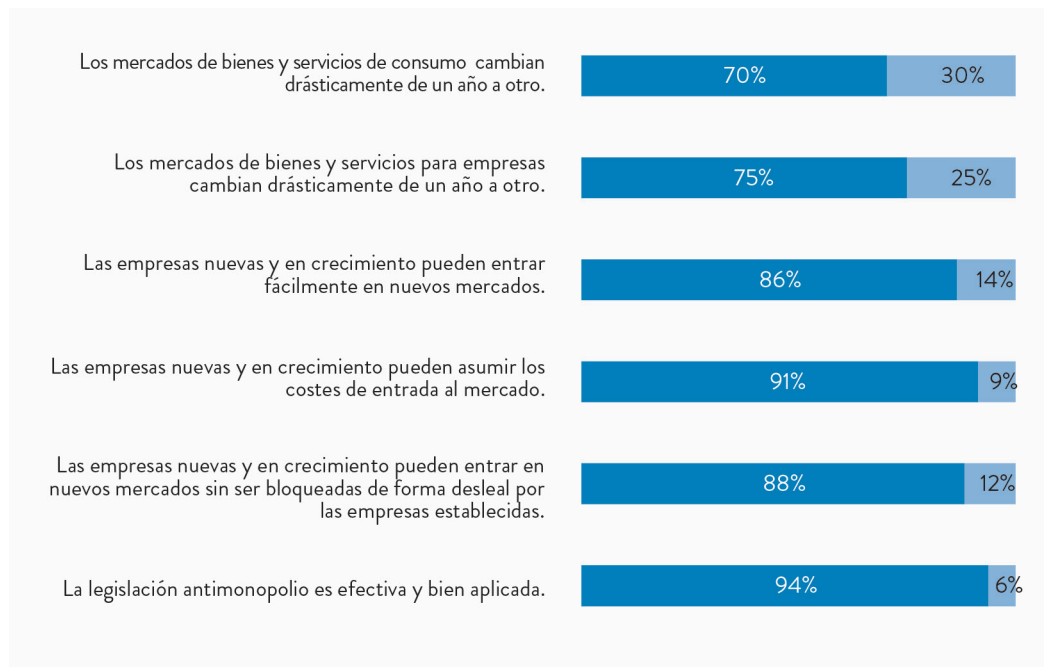
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2016

3.8 Apertura al 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 21% que pensaba que era efectiva y bien aplicada llegando a un 6% para este año. En esta misma línea, un 91% piensa que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden absorber fácilmente los costos de entrada al mercado, empeorando frente al 89% de la medición anterior.

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 72% en la medición anterior a un 88% este año.

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



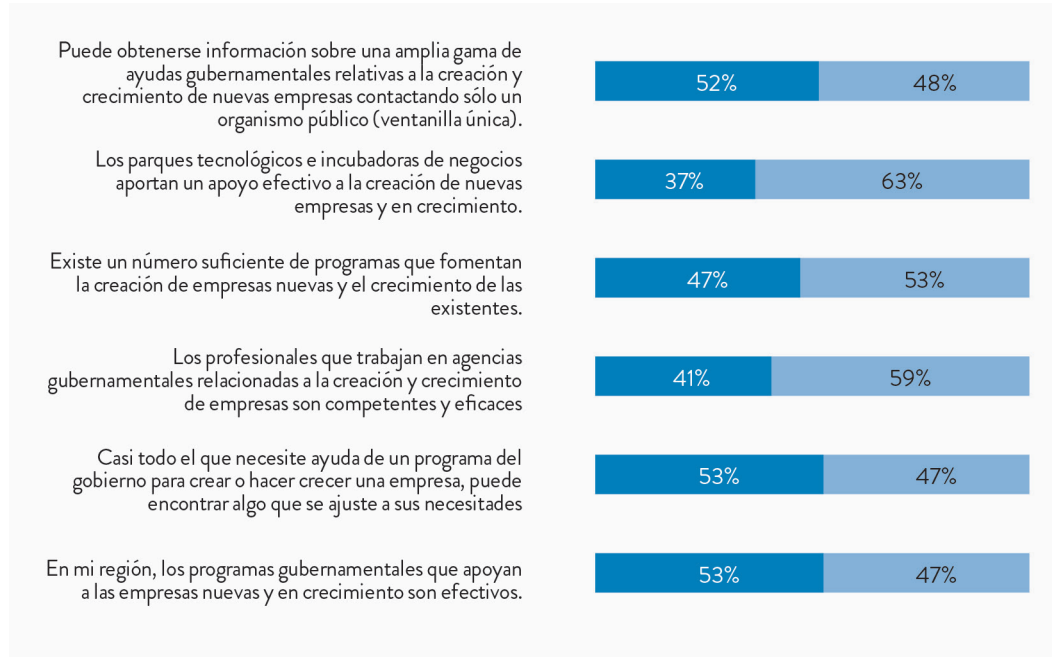
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2016

3.9 Programas de Gobierno

La opinión de los expertos nuevamente muestra una tendencia más bien indiferente hacia los programas de gobierno. En efecto, si bien el año pasado un 44% 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, donde un 41% de los expertos manifiesta que dichos profesionales son competentes y eficaces. Asimismo, un 47% de los expertos considera poco efectivos a los programas a nivel de región frente a un 46% registrado el año anterior.

Por otra parte, destaca positivamente el aumento en la valoración positiva a los parques científicos e incubadoras como apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento, en efecto, solo un 37% de los expertos se muestra en desacuerdo frente a un 48% el año anterior. Del mismo modo, un 48% de los expertos consultados declara que se puede obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con solo un organismo público (32% en 2015).

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2016

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 92% piensa que el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores no puede ser absorbido por el emprendedor (91% en 2015). Así mismo, la cantidad que piensa que no es fácil obtener buenos servicios aumentó de un 76% en 2015 a un 84% en la presente medición. En suma, y agudizando la tendencia mostrada el año anterior, todas las variables relacionadas a la infraestructura comercial y profesional registran indicadores más bajos que en las últimas mediciones, lo que podría estar indicando problemas en el ecosistema emprendedor de la región.

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 negocios establecido es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta como motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo)

Aspiraciones Emprendedoras

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



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

- *Aland Tapia San Crstóbal*
- *Alejandra San Miguel Lopez*
- *Alejandro Alberto Corvalán Quiroz*
- *Alvaro Portugal*
- *Andrea Mora Zamorano*
- *Andres Cotroneo Méndez*
- *Carlos Fuenzalida Cereceda*
- *Carmen Angelica Greco Silva*
- *Cristian Duco Ibañez*
- *Daniela Molina*
- *Diego Pizarro Sánchez*
- *Diego Stevens Ibañez*
- *Eitan Fried Grbic*
- *Emilio Becker*
- *Esteban Vega Toro*
- *Franco Demaria Torres*
- *Gaete Salvatierra Maria Leontina*
- *Hardy Omar Chávez Velásquez*
- *Hugo Villarroel*
- *Isabel Cristina Brito Aguirre*
- *Jaime Arnaiz Ardiles*
- *Jaime Gonzalez*
- *Jaime Lobos Cabero*
- *José Aguirre*
- *Juan Graffigna Bordigoni*
- *Juan Ignacio Ojeda Venegas*
- *Karla Fernandini Vargas*
- *Leda Guzmán Maluenda*
- *Leslie Bridshaw Araya*
- *Loreto Morales Acevedo*
- *Luis Rodrigo Hernández Martínez*
- *M. Isabel Toledo Donoso*
- *Marcela Pastenes Asmad*
- *Marcelo Castro Seguel*
- *María Loreto Jimenez*
- *María Teresa Sanchez Catalan*
- *Mario Dorochesi Fernandois*
- *Mauricio Silva Malig*
- *Miriam Catalán Osorio*
- *Oscar Bruna Gallardo*
- *Rafael Torres Arredondo*
- *Rodrigo Alfaro Arancibia*
- *Rodrigo Madrid Recabarren*
- *Rodrigo Sanchez Giraldez*
- *Werner Kristjanpoller*



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



COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES

Más información GEM Chile

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

<http://www.gemchile.cl/>
 Contacto: Tomás Serey
 Coordinador GEM Chile
 tserey@udd.cl
 Tel: (562) 2 32 79 801

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	Evadil Ayala Riquelme Alberto Martínez Quezada Mariela Llanos Ortíz Mauricio Vega López Nicole Meza Cisternas Aylin Chang Alvarado Claudia Cortes 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 Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca Montero Tomás Serey
Región del Maule	Universidad Tecnológica de Chile-INACAP	Adriana Abarca Montero Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo

Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza Claudia Yáñez
	Universidad Técnica Federico Santa María, Sede Concepción	Patricio Rojas
	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca Montero Tomás Serey
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Paulina Sanhueza Víctor Valenzuela Claudina Uribe Diego Robles
Región de Los Lagos	Universidad Tecnológica de Chile-INACAP	Adriana Abarca Montero Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo



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.



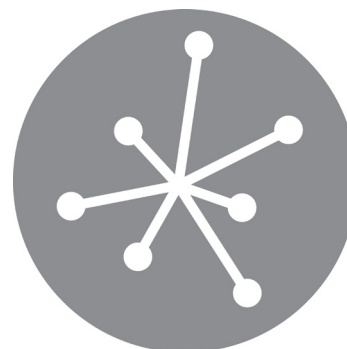
Acción Emprendedora

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 12 años de experiencia en el ámbito del emprendimiento, la Institución beneficia a más de 5.000 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).



www.housenovo.com





Global Entrepreneurship Monitor



www.industrias.usm.cl



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

www.gemchile.cl

Contacto
cimer@usm.cl

