

# Reporte Regional del Maule **2016**



Adriana Abarca Montero  
Francisca Gómez Gajardo  
Christian Bacciarini González





# Reporte Regional del Maule 2016

Primera Edición

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Santiago – Chile

ISBN 978-956-8336-48-6

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.

# Reporte Regional del Maule **2016**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CHILE  
**Inacap**

Adriana Abarca Montero  
Francisca Gómez Gajardo  
Christian Bacciarini González

# TABLA CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
1.1 ACERCA DEL GEM	12
1.2 MARCO CONCEPTUAL	12
1.3 METODOLOGÍA DEL GEM	12
1.4 PROCESO EMPRENDEDOR Y DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM	13
1.5 SOBRE ESTE REPORTE	13
<b>2. VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES</b>	<b>14</b>
2.1 COMPARATIVA REGIONAL	16
2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS	19
2.3 MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS	20
2.4 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES	22
2.5 EDAD Y GÉNERO	23
2.6 NIVEL EDUCACIONAL	24
2.7 NIVEL DE INGRESOS	26
2.8 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS	26
2.9 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS	27
2.10 ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN	28
2.11 UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS	30
2.12 POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO	30
<b>3. FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DEL MAULE</b>	<b>32</b>
3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR	35
3.2 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DEL MAULE	37
<b>4. REFERENCIAS</b>	<b>40</b>
<b>5. EXPERTOS CONSULTADOS</b>	<b>42</b>
<b>6. FICHA METODOLÓGICA</b>	<b>44</b>
6.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA	45
6.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES	45
<b>7. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE</b>	<b>46</b>
7.1 EQUIPO GEM CHILE	47
<b>8. COWORKING MAULE</b>	<b>48</b>
<b>9. QUESOS DON NELSON</b>	<b>50</b>
<b>10. RUDACH, GAM: DISEÑO ECOLÓGICO</b>	<b>50</b>
<b>11. JOSÉ LUIS LASTRA: FORMANDO EMPRENDEDORES</b>	<b>51</b>
<b>12. SOBRE LOS AUTORES</b>	<b>52</b>

<b>13. COLABORADORES</b>	<b>54</b>
<b>14. PATROCINADORES</b>	<b>54</b>
<b>15. ANEXOS</b>	<b>56</b>
<b>TABLAS</b>	
TABLA 2.1: INDICADORES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)	16
TABLA 2.2: FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO	18
TABLA 2.3: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR	20
TABLA 3.1 CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	34
<b>FIGURAS</b>	
FIGURA 1.1: EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM	12
FIGURA 1.2: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM	13
FIGURA 2.1: ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)	17
FIGURA 2.2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE, EN 2016	19
FIGURA 2.3: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES I	21
FIGURA 2.4: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES II	21
FIGURA 2.5: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS	22
FIGURA 2.6: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN GRUPO DE EDAD	23
FIGURA 2.7: EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS, SEGÚN GRUPO DE EDAD	23
FIGURA 2.8: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS, SEGÚN GÉNERO	24
FIGURA 2.9: PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	25
FIGURA 2.10: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, SEGÚN INGRESO FAMILIAR	26
FIGURA 2.11: RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DISCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO	26
FIGURA 2.12: NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES, SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO	27
FIGURA 2.13: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS	28
FIGURA 2.14: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA	29
FIGURA 2.15: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS	30
FIGURA 2.16: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO	31
FIGURA 2.17: PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES, SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES	31
FIGURA 3.1: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DEL MAULE Y EL RESTO DE CHILE (1/2)	35
FIGURA 3.2: CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DEL MAULE Y EL RESTO DE CHILE (2/2)	36
FIGURA 3.3: EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DEL MAULE	37

# PRESENTACIÓN



El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor a lo largo de su historia ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, convirtiéndose en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional.

En Chile no es la excepción, con más de una década de mediciones, el GEM se ha constituido un referente dado su alcance nacional y, como ya hemos señalado, también con una aproximación regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país.

Actualmente, el proyecto GEM Chile se ha posicionado como un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública a través de la generación de información que permita comprender de mejor manera el complejo fenómeno del emprendimiento, desde el ámbito local, y su posicionamiento como motor de desarrollo en las regiones.

Por segundo año consecutivo, como Universidad Tecnológica de Chile INACAP tenemos el agrado de compartir con Uds. el reporte regional de la región del Maule, como parte de nuestro desafío de contribuir para proveer de información relevante que permita comprender de mejor forma los ecosistemas regionales de innovación y emprendimiento.

Queremos agradecer a GEM Chile y la Universidad del Desarrollo por la invitación a participar en este proyecto, así como a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional que participaron en el año 2016 en el desarrollo de los reportes regionales, así como a sus coordinadores e investigadores y a sus diferentes auspiciadores.

Agradecemos a todas las mujeres y hombres encuestados en la Región que, de forma anónima, participaron de la encuesta entregando la información que constituye el pilar fundamental de esta investigación, así como a los expertos entrevistados. Finalmente, a cada una de las emprendedoras y emprendedores de la región del Maule que, con su trabajo, contribuyen al desarrollo económico y social de Chile.

Como Institución buscamos ser un aporte al conocimiento y al debate en el tema de emprendimiento, buscando que las políticas, estrategias y actividades que fomenten esta actividad puedan tener el impacto esperado, y promover el desarrollo regional equitativo.

Sinceramente esperamos que este reporte sea útil para cada uno de Uds. y que constituya un real aporte para el fortalecimiento del ecosistema emprendedor de la Región.

**Dr. André Beaujanot Quintana**  
Vicerrector de Innovación y Postgrado  
Universidad Tecnológica de Chile INACAP

# RESUMEN EJECUTIVO

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el estudio más importante del mundo del emprendimiento. El principal objetivo del GEM es proveer información relevante sobre múltiples dimensiones del proceso emprendedor a nivel regional, nacional y global.

EL GEM partió hace 18 años, en el año 1999 como un proyecto conjunto entre Babson College y London Business School. Durante este tiempo ha abarcado más de 100 países, incluye más de 200.000 entrevistas por año y más de 300 instituciones académicas y de investigación.

Distintos organismos -públicos y privados- utilizan los datos del GEM y su metodología no solo para saber el estado de la actividad emprendedora en los países, sino también para promover políticas públicas basadas en emprendimiento en las distintas economías.

## CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES Y VALORACIÓN SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO

Un 51% de la población mayor a 18 años, que vive en la Región, señaló que considera que habrá buenas oportunidades de negocios en los próximos seis meses.

El 62% de ellos considera que tiene los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o una empresa.

Aun cuando un 29% indica que el miedo al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio, el 52% manifestó intención de emprender en los próximos tres años.

Cerca del 66% de los encuestados indica que los emprendedores exitosos gozan de gran prestigio social y 64% indica que se puede ver, a menudo, noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios. Sumado a esto, el 75% considera al emprendimiento como una opción de carrera deseable.

## ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

Actualmente, alrededor del 22% de la población adulta de la Región, entre 18 y 64 años, se considera un emprendedor en etapas iniciales. En relación a los emprendedores establecidos, este valor es de 3%.

Finalmente, la tasa de discontinuación de los negocios en la Región alcanzó el 5%.

## ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

En la actualidad, el 69% de los emprendedores en etapas iniciales y el 77% de los establecidos declararon tener de 1 a 5 personas trabajando en sus negocios. A futuro, el 14% de los emprendedores en etapas iniciales aspiran a contratar 20 trabajadores o más.

En relación a la novedad de sus productos, el 56% de los emprendedores iniciales y el 64% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes.

Un 27% de los iniciales y 7% de los establecidos declararon que la tecnología usada en su empresa es muy nueva, es decir, inferior a 1 año.

## CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN

Para este ciclo, las variables con peor evaluación de la región del Maule fueron "Acceso al Mercado Interno" y "Acceso a Financiamiento". Principalmente, se critica que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden entrar fácilmente a los mercados y que la legislación antimonopolio no es efectiva ni bien aplicada. En financiamiento la valoración negativa principalmente es a la falta de fuentes de financiamiento para empresas nuevas y en crecimiento



Frambuesos

FruiteLLas

Damas

CONSERVAS ARTESANALES  
Los Secretos de la Tía

CONSERVAS ARTESANALES  
Los Secretos de la Tía

CONSERVAS ART  
Los Secretos de la Tía

Tomate

Melón

CEREZAS

MERMELADAS ARTESANALES  
Los Secretos de la Tía

MERMELADAS ARTESANALES  
Los Secretos de la Tía

CONSERVAS ARTESANALES  
Los Secretos de la Tía  
Light

Ciruela

MERMELADAS ARTESANALES  
Los Secretos de la Tía

\$3.500

MERMELADAS ARTESANALES  
Los Secretos de la Tía

Los Secretos de la Tía



# 1. INTRODUCCIÓN

Este año el proyecto Global Entrepreneurship Monitor Internacional cumplió 18 años de existencia. Durante este período, ha publicado sin interrupciones reportes anuales acerca de la dinámica y el estado de emprendimiento a nivel mundial, incluyendo a más de cien economías en algunos ciclos. Chile se unió a esta iniciativa hace quince años a través de la Universidad del Desarrollo, la que se encargó de reportar los indicadores de valores sociales, actividad emprendedora, aspiraciones y ecosistema emprendedor a nivel nacional. Desde 2007 comienzan las mediciones regionales, donde la Universidad Tecnológica de Chile INACAP se hace par regional, representando a la región del Maule a partir de 2016. Así, GEM Chile se convierte en el proyecto más relevante para comprender el fenómeno del emprendimiento y su dinámica a nivel nacional.

## 1.1 ACERCA DEL GEM

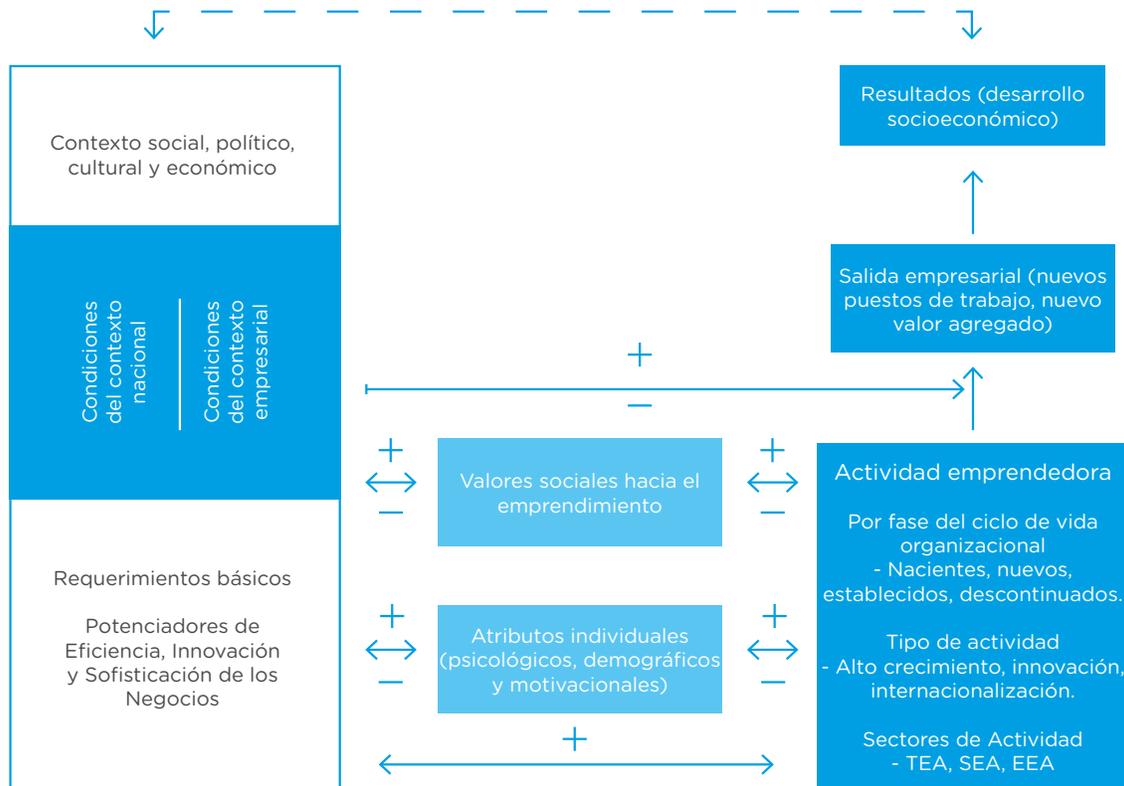
El GEM es el proyecto académico internacional más importante sobre la medición del emprendimiento a nivel mundial, comenzando en 1999 donde solo participaron diez países. Desde ahí, ha sido una fuente de recursos e información en emprendimiento que ha sido utilizada por organizaciones internacionales como las Naciones Unidas, el World Economic Forum, el Banco Mundial, OCDE, entre otras.

En la actualidad, el GEM es el proyecto de emprendimiento más grande a nivel internacional, con datos armonizados de todos los países. Chile participa desde 2002.

## 1.2 MARCO CONCEPTUAL

Durante los últimos años, el marco conceptual del GEM ha sufrido de ciertas modificaciones, sin comprometer la comparabilidad de los datos. Este responde a tres objetivos: (i) determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en las economías de los diferentes países, (ii) descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, valores sociales, características personales y la actividad emprendedora y (iii) identificar las implicaciones políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía. En la Figura 1.1 podemos apreciar el marco conceptual del GEM.

FIGURA 1.1:  
EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM



## 1.3 METODOLOGÍA DEL GEM

El equipo central de datos del Global Entrepreneurship Research Association GERA, se coordina con la colaboración de cada equipo nacional para la aplicación de la encuesta APS (Adult Population Survey) y la NES (National Expert Survey). De esta forma se lleva a cabo la recolección de datos, la definición de las muestras representativas, diseño e implementación del trabajo de campo y la armonización de la

información recolectada durante el ciclo. Ambas encuestas son idénticas en todos los países y regiones participantes del GEM, lo que asegura la estandarización de los datos, y que sean de calidad y comparables entre las distintas economías.

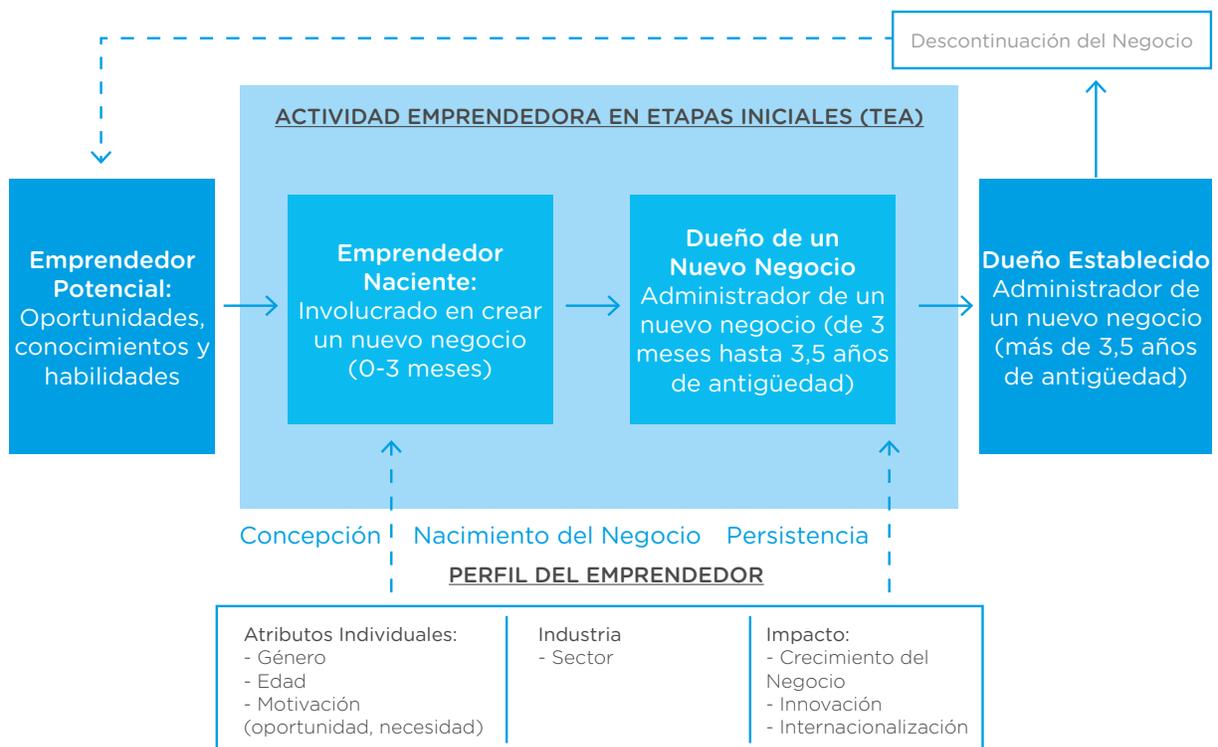
Es importante recalcar que dentro de cada ciclo del GEM, se agregan o modifican preguntas tanto de la APS como a la NES, para recopilar información acerca de temas especiales, como emprendimiento social, emprendimiento senior, entre otros.

Chile es uno de los países en los que se ha desarrollado un enfoque regional, donde tenemos pares en ciertas regiones para llevar a cabo sobremuestras y tener información representativa a nivel regional.

## 1.4 PROCESO EMPRENDEDOR Y DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM

El GEM abarca el ciclo de vida del proceso emprendedor y observa al individuo desde el momento que compromete recursos para iniciar un negocio, del cual tiene como expectativa ser dueño (emprendedor naciente); luego, cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y además ha pagado sueldos por más de tres meses, pero menos de 42 (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido, es decir, en operación por más de 42 meses (dueños establecidos). La Figura 1.2 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

FIGURA 1.2:  
EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



## 1.5 SOBRE ESTE REPORTE

Este reporte contiene información dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. Se analizan los principales indicadores de la dinámica emprendedora: valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora, sumado al contexto para emprender en la región del Maule.





## 2. VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRESARIADO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES

---

El GEM, en su modelo conceptual, destaca la importancia de ciertos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores son aquellos relacionados con la actitud que presentan las personas respecto al fenómeno del emprendimiento: percepción de oportunidades, percepción de capacidades y miedo al fracaso.

Sumado a esto, existen ciertas condiciones dadas por el contexto nacional, entendido como el conjunto de aspectos políticos, económicos y sociales relacionados con el emprendimiento, siendo capaz de potenciar o frenar la actividad emprendedora. Dentro de estas variables, el GEM considera: emprendimiento como opción de carrera deseable, reconocimiento a los emprendedores exitosos y atención que los medios de comunicación le prestan al emprendimiento. Estos factores juegan un rol fundamental en el desarrollo de la dinámica de emprendimiento, ya que pueden mejorar la actitud de las personas frente a este, aumentando las intenciones de emprender.

## 2.1 COMPARATIVA REGIONAL

El GEM destaca, dentro de la valoración social, ciertos aspectos que consideran el inicio de un negocio como una forma de carrera laboral, versus el hecho de ser empleado; también si los emprendedores son reconocidos y admirados dentro de la sociedad por el rol que cumplen, y si los medios de comunicación dan cobertura a los emprendedores exitosos. Todo lo que sea en pro de tener una cultura emprendedora dentro del país. De igual forma, dentro de esta dinámica tienen un rol importante los atributos individuales del emprendedor, como el deseo de comenzar un negocio y los conocimientos y habilidades que posee para emprender.

La Tabla 2.1 muestra a nivel regional los indicadores de valoración social y atributos personales previamente descritos para el ciclo 2016.

**TABLA 2.1:**  
**INDICADORES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)**

Región	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
I - Tarapacá	49,3	65,8	28,8	56,3	68,5	65,4	51,1
II - Antofagasta	49,6	65,0	32,1	56,1	65,2	66,2	53,7
III - Atacama	36,2	62,8	30,8	45,4	75,6	68,2	59,4
IV - Coquimbo	54,1	60,7	30,0	51,5	70,1	66,4	60,6
V - Valparaíso	47,6	61,9	28,6	50,7	64,7	62,2	58,0
VI - Lib. Bdo. O' Higgins	53,3	60,5	31,0	47,1	74,0	67,2	65,6
VII - Maule	51,3	62,1	29,0	52,1	75,1	66,1	64,0
VIII - Biobío	51,7	61,1	32,8	45,5	71,8	69,7	65,3
IX - Araucanía	42,1	60,6	31,7	49,1	64,9	66,4	54,9
XI - Aysén	58,08	70,56	27,8	52,04	67,44	62,66	64,14
XII - Magallanes	66,62	63,88	31,7	53,79	65,6	59,5	58,75
XIII - Metropolitana	51,65	59,83	31,73	45,19	59,86	61,33	58,91
XIV - De Los Ríos	46,56	64,58	34,98	46,4	76,03	67,47	70,05
XV - Arica y Parinacota	47,69	66,69	26,13	58,33	69,78	60,5	63,54
Chile	50,38	61,21	31,23	47,92	65,58	63,85	60,27

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

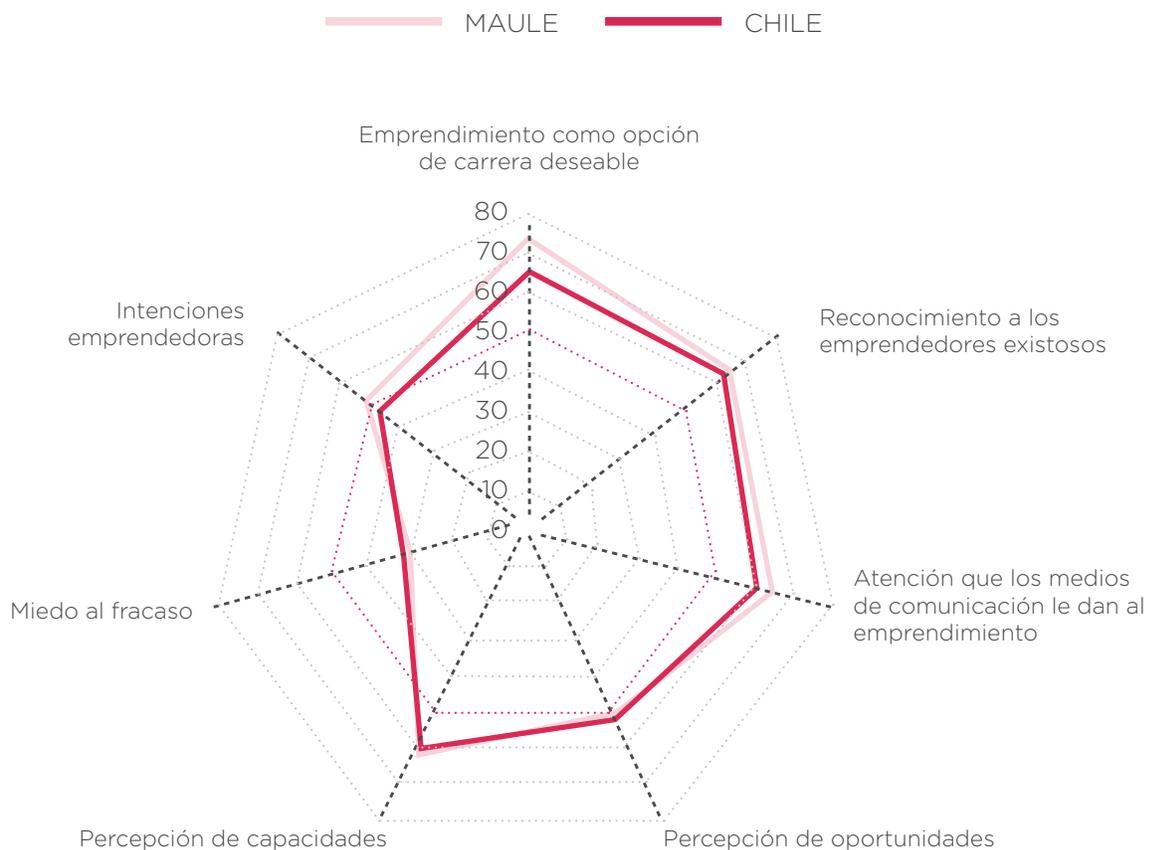
\*Porcentaje de la población entre 18-64 años que percibe buenas oportunidades para comenzar un negocio.

\*\*Porcentaje de la población que no está involucrada en actividades emprendedoras.

La Figura 2.1 muestra el contraste de los resultados nacionales y los de la Región. Podemos observar que no hay grandes diferencias en las mediciones:

- En percepción de oportunidades la región del Maule alcanza un 51,3%, mientras que la medición nacional alcanzó un 50,3%.
- En percepción de capacidades la medición nacional fue de un 61,2%, mientras que la regional un 62,1%.
- En miedo al fracaso la medición regional está por debajo de la medición nacional, con un 29% versus un 31,2%.
- La región del Maule está por sobre la medición nacional con cuatro puntos porcentuales en intenciones emprendedoras.
- El emprendimiento como opción de carrera deseable es mayor a nivel regional con un 75,1% versus un 65,5%.
- En la medición de reconocimiento a los emprendedores exitosos, la región del Maule reconoce más a sus emprendedores con un 66,1% versus un 63,8%.
- Y a nivel regional los medios le dan más atención al emprendimiento (64% versus un 60,4% a nivel país).

**FIGURA 2.1**  
**ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)**



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

La Tabla 2.2 muestra los factores de influencia en la percepción de los encuestados según su etapa de emprendimiento: sin ninguna relación con la actividad emprendedora, con alguna relación con las actividades emprendedoras, emprendedores nacientes, nuevos empresarios y actividad emprendedora establecida.

Para la región del Maule, en relación a la pregunta de si cree que dentro de seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un negocio o empresa en el lugar donde vive, y declarando ser nuevos empresarios, un 76% afirma que así será. Si el encuestado declara no tener ninguna relación con la actividad emprendedora, esa medición llega al 49%.

En relación a la pregunta si cree tener los conocimientos y habilidades necesarias para iniciar un negocio o una empresa, la medición regional es muy similar a la nacional: aquellos que declaran ser nuevos empresarios, afirman en un 97% que tienen los conocimientos y habilidades para poner en marcha un negocio.

Por último, es interesante destacar que en el Maule, en todas las fases de actividades emprendedoras, los emprendedores declaran tener menor miedo al fracaso frente a la medición nacional.

**TABLA 2.2:**  
**FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO**

<b>¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?</b>					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Maule	23%	55%	52%	60%	68%
Chile	32%	60%	54%	71%	61%
<b>¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?</b>					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Maule	49%	59%	53%	76%	57%
Chile	49%	53%	59%	53%	42%
<b>¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?</b>					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Maule	53%	89%	86%	97%	85%
Chile	50%	86%	84%	87%	89%
<b>¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?</b>					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Maule	34%	15%	16%	17%	7%
Chile	36%	23%	22%	20%	27%

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

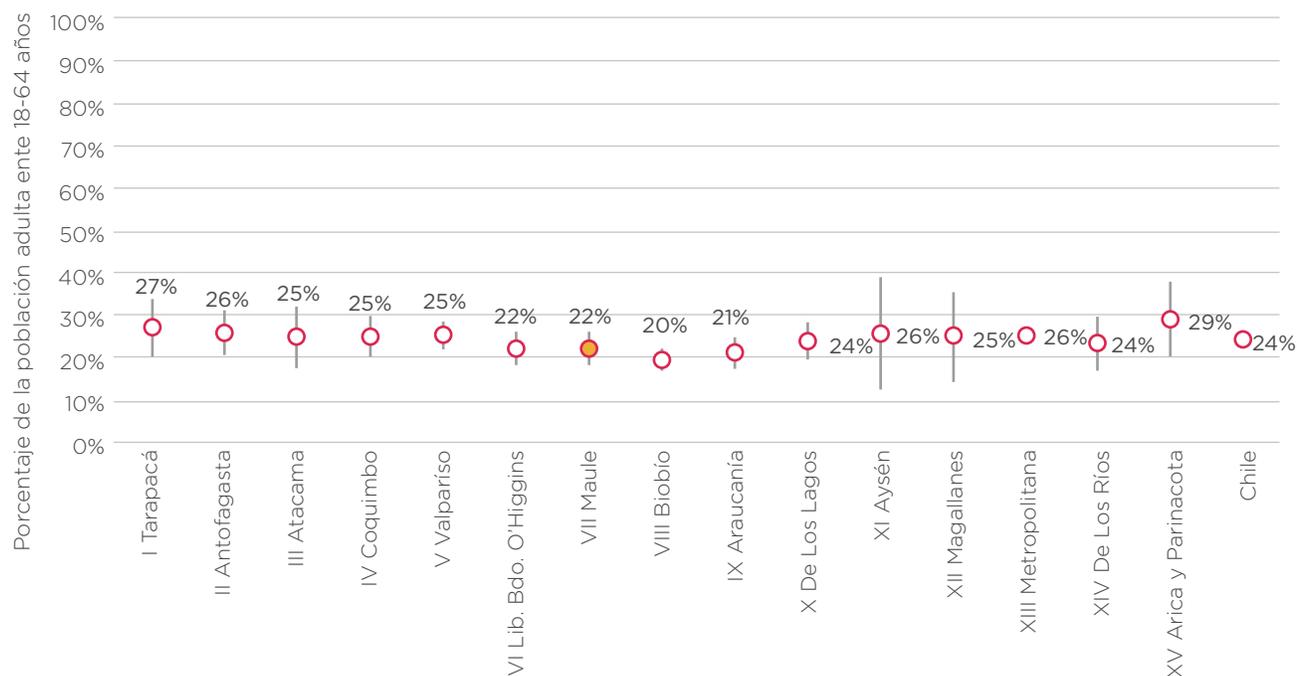
El modelo del GEM hace distinción entre las diferentes etapas de la actividad emprendedora: partiendo por emprendedores que están participando activamente en la creación de un nuevo negocio; aquellos que son dueños de nuevos negocios; y los que son dueños de uno establecido.

La siguiente sección del reporte se dedica a analizar los resultados obtenidos para los emprendedores de la región del Maule comparados con el país.

En 2016, todas las regiones de Chile tuvieron sobremuestreo gracias a los pares regionales. En aquellas donde no existieron, se ejecutó mediante un proyecto CORFO PES, liderado por la Universidad del Desarrollo<sup>1</sup>.

La Figura 2.2 muestra el indicador TEA, es decir, la actividad emprendedora en etapas iniciales para estas regiones. Este año el indicador tuvo un retroceso comparado con la medición del ciclo anterior, donde la región del Maule alcanzó la medición de un 24,83%, mientras que este año solo alcanza un 22%. Para Chile también la medición tuvo un retroceso, bajando de un 25,90% a un 24%

**FIGURA 2.2:**  
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE, EN 2016



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

1. Más información en: <http://ober.udd.cl/>

Para ahondar más en el proceso emprendedor, la Tabla 2.3 muestra las mediciones de la actividad emprendedora según la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren, y dividido por Región. Si analizamos la región del Maule, observamos que aumentó la medición de la actividad emprendedora naciente de un 15,24% a un 16,59%. Esta medición considera al porcentaje de la población entre 18 y 64 años activamente involucrada en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no ha pagado sueldos o cualquier otro tipo de retribución por más de tres meses. Si analizamos la dimensión de nuevos negocios, gerentes y propietarios disminuyó considerablemente la medición pasando de 10,15% a 6,33% durante 2016.

El TEA es el indicador que mide el porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio. El año pasado, la región del Maule alcanzó una medición del 24,83%, y para este ciclo asciende a un 22,21%. La variación mayor y significativa resulta ser en negocios, gerentes y propietarios establecidos, donde en el ciclo anterior un 8,37% de la población entre 18 y 64 años declaraba estar dentro de esta situación, pero para este año solo fue un 2,69%. Sin embargo, a pesar de estos indicadores, la tasa de discontinuación del negocio disminuyó, pasando de un 6% en 2016 a un 4,79% en 2016.

**TABLA 2.3**  
**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR**

Región	Número	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
I - Tarapacá	1	18,61	8,96	27,16	6,2	6,38
II - Antofagasta	2	16,02	10,16	25,96	5,96	8,27
III - Atacama	3	13,37	12,25	25,21	5,73	5,24
IV - Coquimbo	4	15,54	10,08	25,22	7,78	4,78
V - Valparaíso	5	16,89	8,87	25,27	11,23	3,89
VI - Lib. Bdo. O' Higgins	6	12,34	10,03	22,02	6,96	4,36
VII - Maule	7	16,59	6,33	22,21	2,69	4,79
VIII - Biobío	8	13,18	7,09	19,68	7,94	5,02
IX - Araucanía	9	13,3	8,26	21,23	11,47	7
X - De Los Lagos	10	14,21	9,99	23,77	9,81	6,21
XI - Aysén	11	16,95	9,64	25,92	9,69	4,83
XII - Magallanes	12	14,88	10,68	25,15	7,18	6,01
XIII - Metropolitana	13	16,57	9,89	25,57	7,67	4,23
XIV - De Los Ríos	14	13,92	10,29	23,59	9,38	3,87
XV - Arica y Parinacota	15	18,78	11,24	28,98	7,76	7,13

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.3 MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS

El modelo del GEM entiende que existen dos tipos de motivaciones que llevan a los individuos a tomar la decisión de emprender: oportunidad y necesidad. La primera hace relación con la oportunidad de llevar una idea al mercado y desarrollar un nuevo negocio, es decir, el emprendedor que decide materializar una idea que posee potencial de crecimiento. Dentro de estos emprendedores, podemos distinguir aquellos que son motivados por incrementar su nivel de ingreso, su deseo de tener mayor independencia o motivos mixtos.

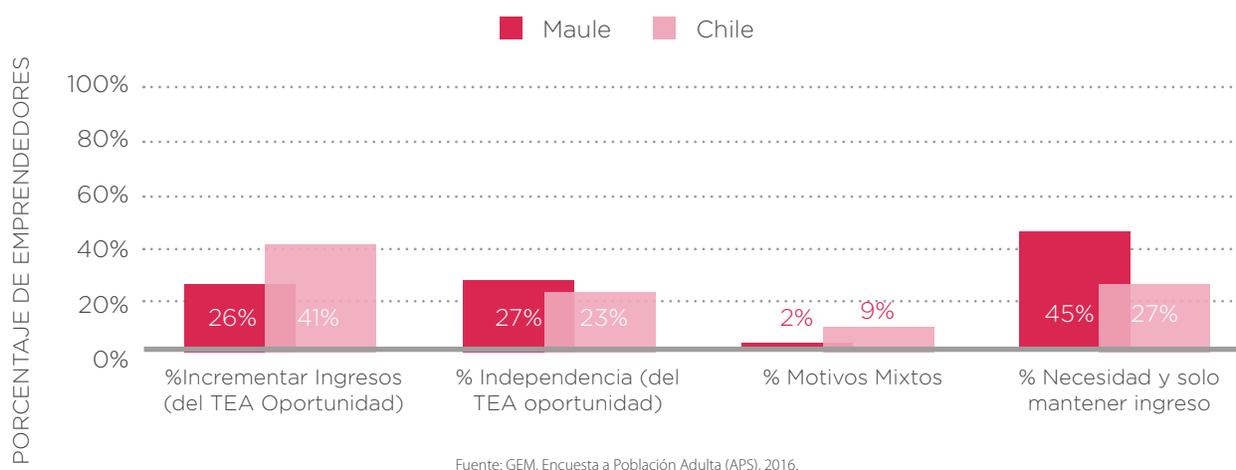
Aquellos que declaran ser motivados por necesidad, fueron los que no tuvieron otra opción de empleo y deciden emprender porque necesitan conseguir recursos para solventar su carga financiera familiar. Dentro de ellos también están los autoempleados, que son aquellos que se ven forzados a desarrollar su negocio.

En la Figura 2.3 se muestra el balance de los motivadores para aquellos emprendedores que declaran estar en etapas iniciales. Para la Región podemos apreciar que el 26% de ellos dice que emprendieron como una medida para incrementar ingresos (esta cifra disminuyó, ya que la medición anterior fue de un 34%); el 27% de ellos para obtener mayor independencia; el 45% por necesidad y solo mantener el ingreso;

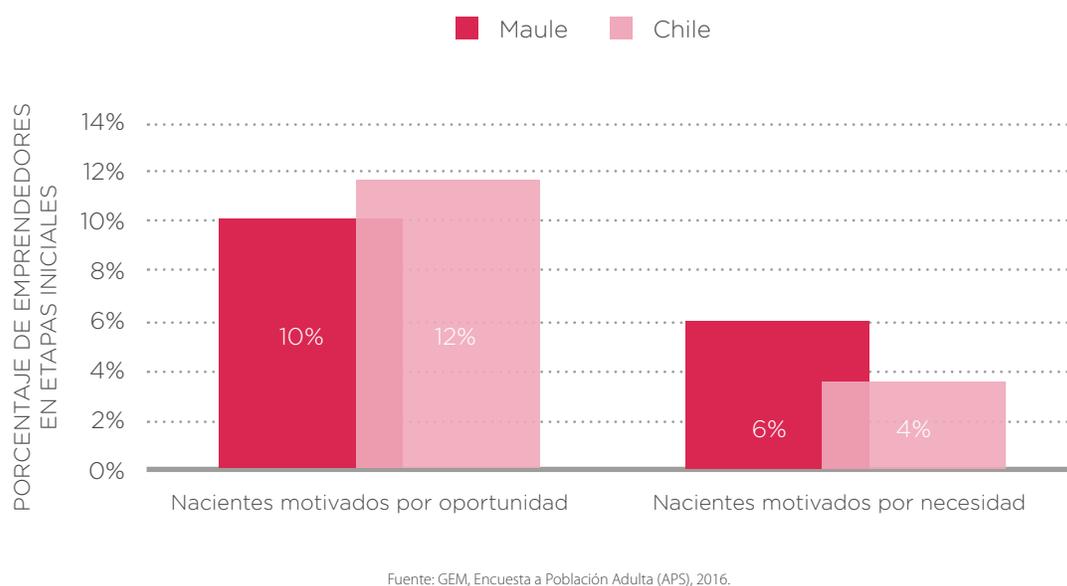
y finalmente el 2% declara que fue por motivos mixtos. La medición nacional alcanza los siguientes niveles para las mismas variables: 41%, 23%, 27% y 9%, respectivamente.

Como podemos observar en la Figura 2.4, el 10% de los emprendedores en etapas iniciales declara que su motivación fue la oportunidad, mientras que para Chile la cifra es un 12%. En cuanto al emprendimiento por necesidad, para Chile la medición alcanzó un 4% y para la Región un 6%, indicador que se mantiene desde el ciclo anterior.

**FIGURA 2.3:**  
BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES I



**FIGURA 2.4:**  
BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES II



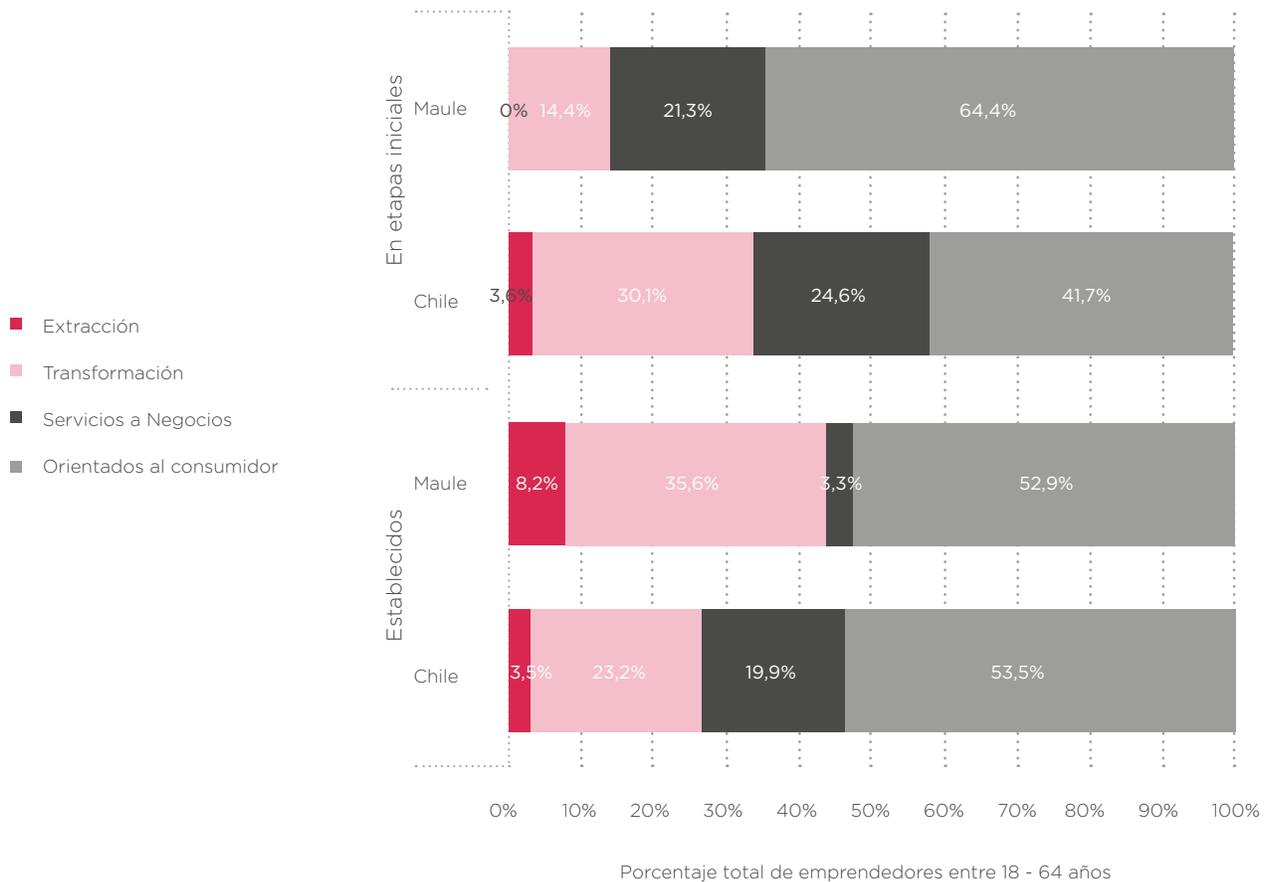
## 2.4 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

La Figura 2.5 nos muestra la distribución por sectores tanto para emprendedores en etapas iniciales como aquellos establecidos. La tendencia a nivel nacional en los últimos ciclos, ha demostrado que la mayoría de los emprendedores se dedica a servicios orientados al consumidor (peluquería, hotelería, turismo, gastronomía, entre otras). Como podemos apreciar, la región del Maule no es la excepción, pues el 64,4% de los emprendedores en etapas iniciales declara dedicarse a dichos servicios. Comparado con la medición del año anterior, esto ha aumentado más de un 10%, ya que solo alcanzaron el 54,1%.

La medición nacional resulta ser menor con un 41,7%, ya que el sector de servicios a negocios ha tenido un aumento considerable en la capital. Para el mismo caso, la Región alcanza una medición del 21,3% frente a un 16,3% del ciclo anterior. Este aumento se debe a la disminución en el sector de transformación, donde los emprendedores TEA se dedicaban en un 23,9% en el ciclo 2016 y en el presente reporte solo un 14,4%.

Para los emprendedores establecidos, este año el 52,9% declara tener servicios orientados al consumidor, un 3,3% a servicios a negocios, un 35,6% a transformación y solo un 8,2% a extracción. Comparativamente con el año anterior, disminuyó el sector de servicios a negocios en más de un 10% y aumentó el de transformación en la misma cuantía.

**FIGURA 2.5:**  
DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS

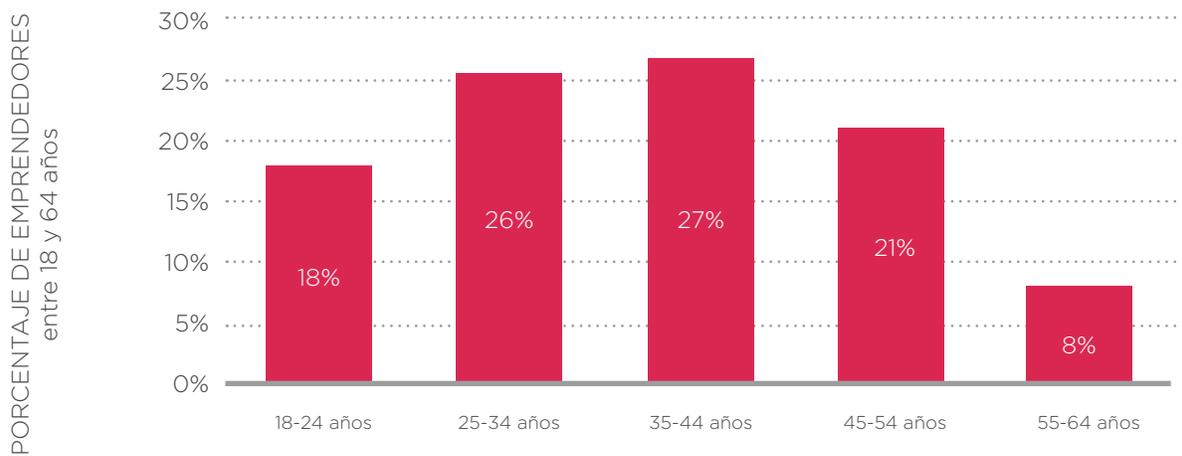


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.5 EDAD Y GÉNERO

En las Figuras 2.6 y 2.7 podemos observar la distribución de edades para los emprendimientos en etapas iniciales, el 26% de ellos se encuentra en el rango etario entre 25-34 años (28% medición 2015), seguido por el 27% que declara tener entre 35 y 44 años. Se observa una menor medición en los más jóvenes y adultos mayores con un 18% y 8% respectivamente, contrastado con el ciclo anterior en que solo un 4% de ellos tenía entre 18 y 24 años, y un 4% más de 55 años.

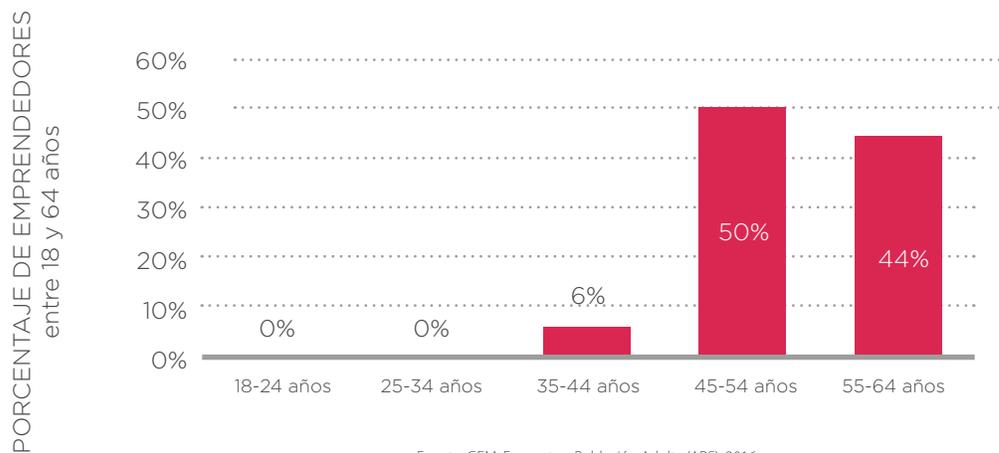
**FIGURA 2.6:**  
EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN GRUPO DE EDAD



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

Para el caso de los emprendedores establecidos, la medición varía respecto del año pasado, ya que en el rango de 18-34 años no tenemos ningún emprendedor establecido y la mitad de la concentración está entre los 45 y 54 años (mientras que la medición anterior fue solo el 30%). Por su parte, el 44% de los emprendedores establecidos declara estar entre los 55-64 años, mientras que la medición anterior fue de 30%. Es natural que la concentración de los emprendedores establecidos se ubique en un rango etario mayor al de los emprendedores en etapas iniciales, ya que para tener dicha definición deben tener un negocio con una antigüedad de más de 3,5 años.

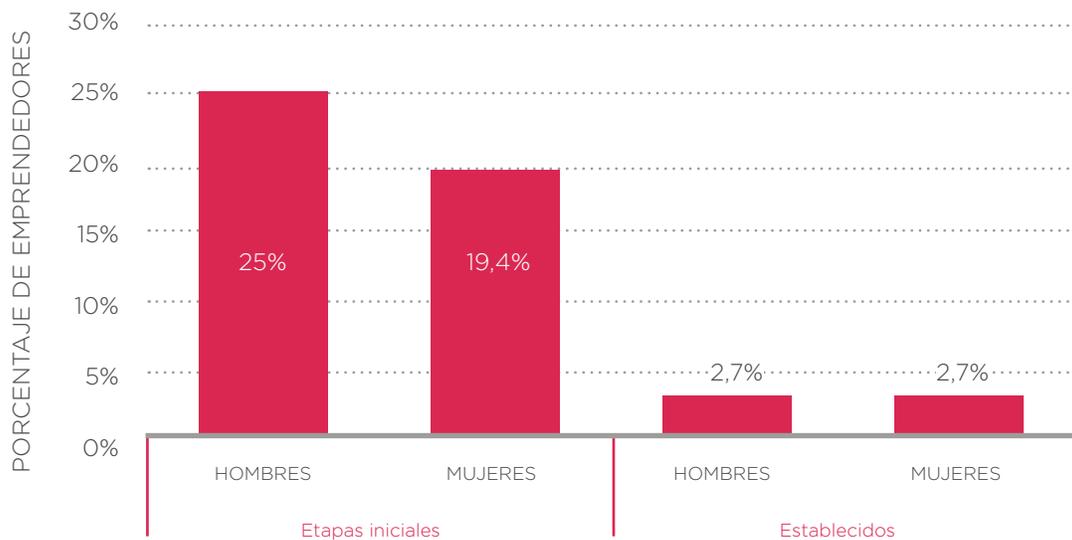
**FIGURA 2.7:**  
EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS, SEGÚN GRUPO DE EDAD



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

Al igual que en los ciclos anteriores, las mujeres declaran emprender menos que los hombres. La Figura 2.8 muestra esta proporción donde, en etapas iniciales, los hombres declaran emprender un 25%, mientras que las mujeres solo un 19%. El año pasado las mediciones alcanzaron un 26,3% para los hombres y un 23,5% las mujeres. Para el caso de los emprendedores establecidos, no existen diferencias en la mediciones para hombres y mujeres, que alcanzaron un 2,7%. El año pasado la medición alcanzó a un 9,8% en los hombres y un 7% en mujeres.

**FIGURA 2.8:**  
**EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS, SEGÚN GÉNERO**



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.6 NIVEL EDUCACIONAL

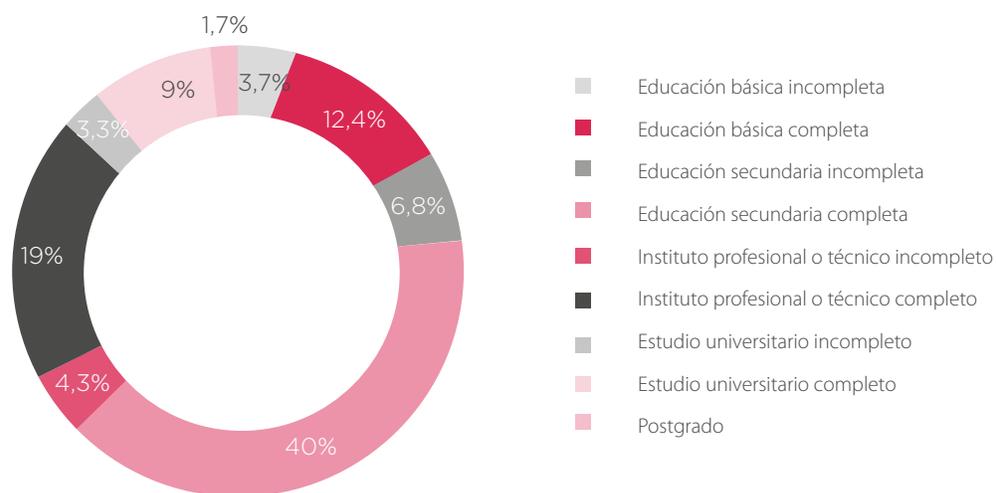
La Figura 2.9 nos muestra la distribución de emprendedores en temáticas de educación formal. Para este análisis, se pide a los emprendedores que declaren su nivel educacional más alto entre nueve categorías.

Para los emprendedores en etapas iniciales, la mayoría (40%) declara tener educación secundaria completa, mientras que un 19% afirma poseer título profesional o técnico completo. Solo el 9% afirma tener estudios universitarios completos y un 6,8% nivel de postgrado.

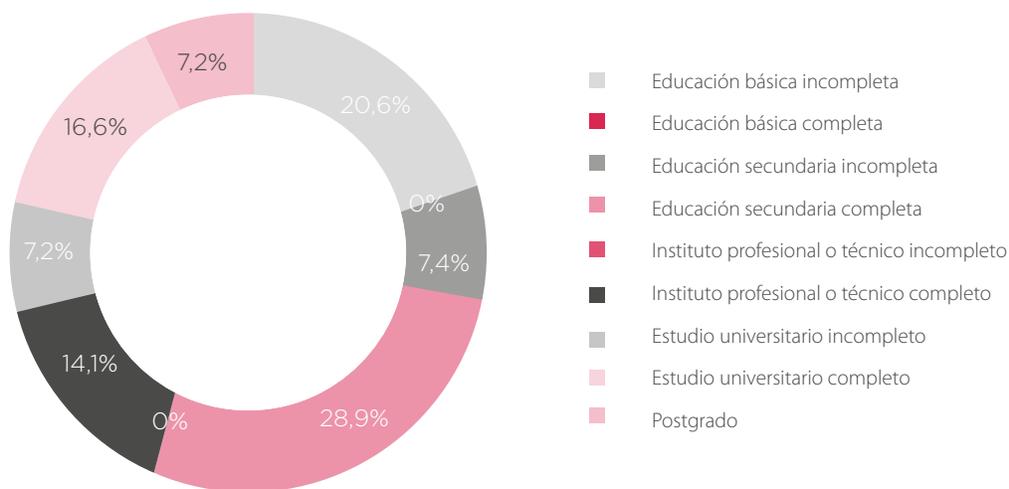
Para los emprendedores establecidos, la situación es similar, con un 14,6% que posee estudios universitarios completos, un 19% con estudios técnicos completos y un 7,2% con postgrado (10,3% medición anterior).

FIGURA 2.9:  
PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

### ETAPAS INICIALES



### ESTABLECIDOS

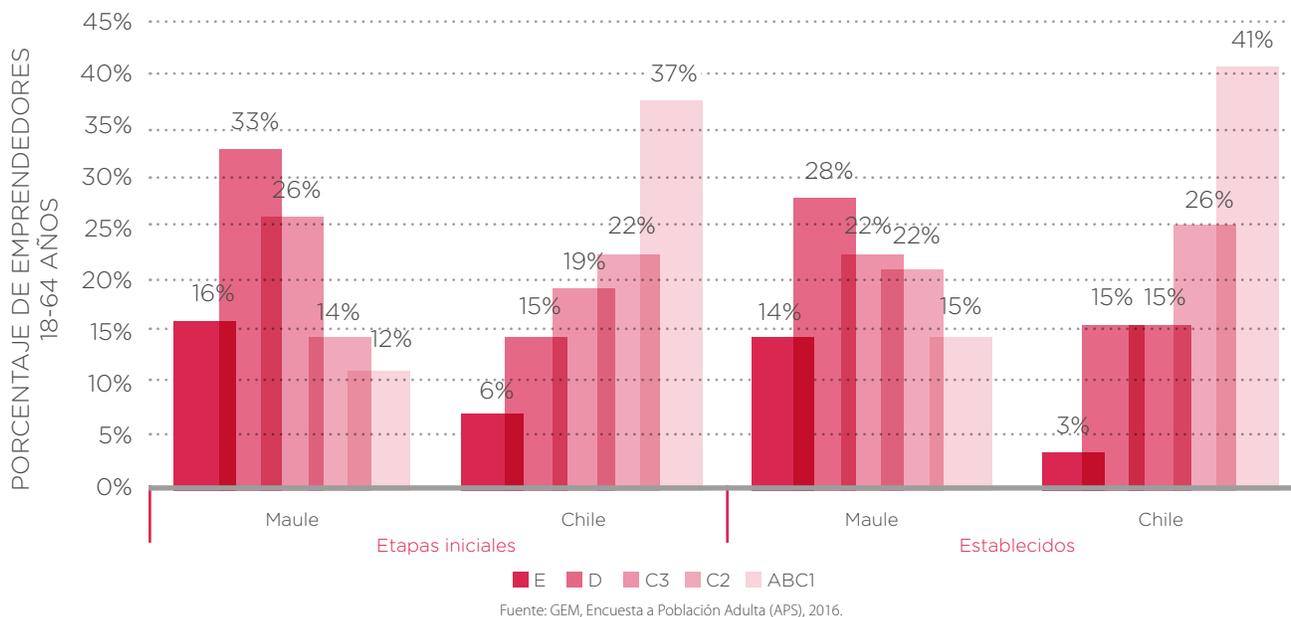


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.7 NIVEL DE INGRESOS

La Figura 2.10 muestra la distribución de ingresos de los emprendedores en la región del Maule contrastada con el país. Para los emprendedores en etapas iniciales, en Chile un 37% declara pertenecer al estrato socioeconómico ABC1, mientras que para la región del Maule, un 12%. Para los emprendedores establecidos, en Maule solo el 15% es ABC1 y en Chile el 41%.

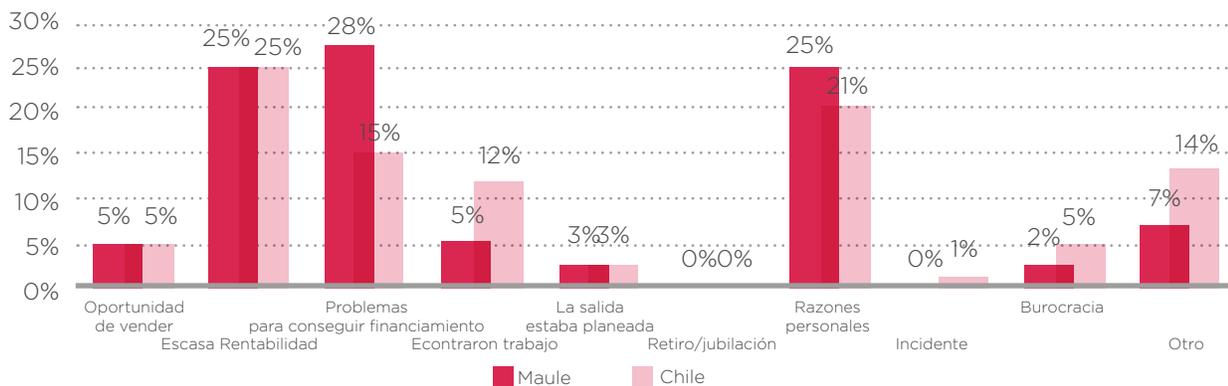
**FIGURA 2.10:**  
**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, SEGÚN INGRESO FAMILIAR**



## 2.8 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS

La Figura 2.11 muestra las razones expresadas por los emprendedores para discontinuar su negocio. El año pasado los motivos principales de los emprendedores de la Región fueron la escasa rentabilidad y problemas para obtener financiamiento. Este año la situación no varía, ya que el 28% de ellos dice haber tenido problemas para conseguir financiamiento, el 25% tuvo escasa rentabilidad y el 25%, razones personales. La medición nacional presenta similar distribución con la Región.

**FIGURA 2.11:**  
**RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DESCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO**

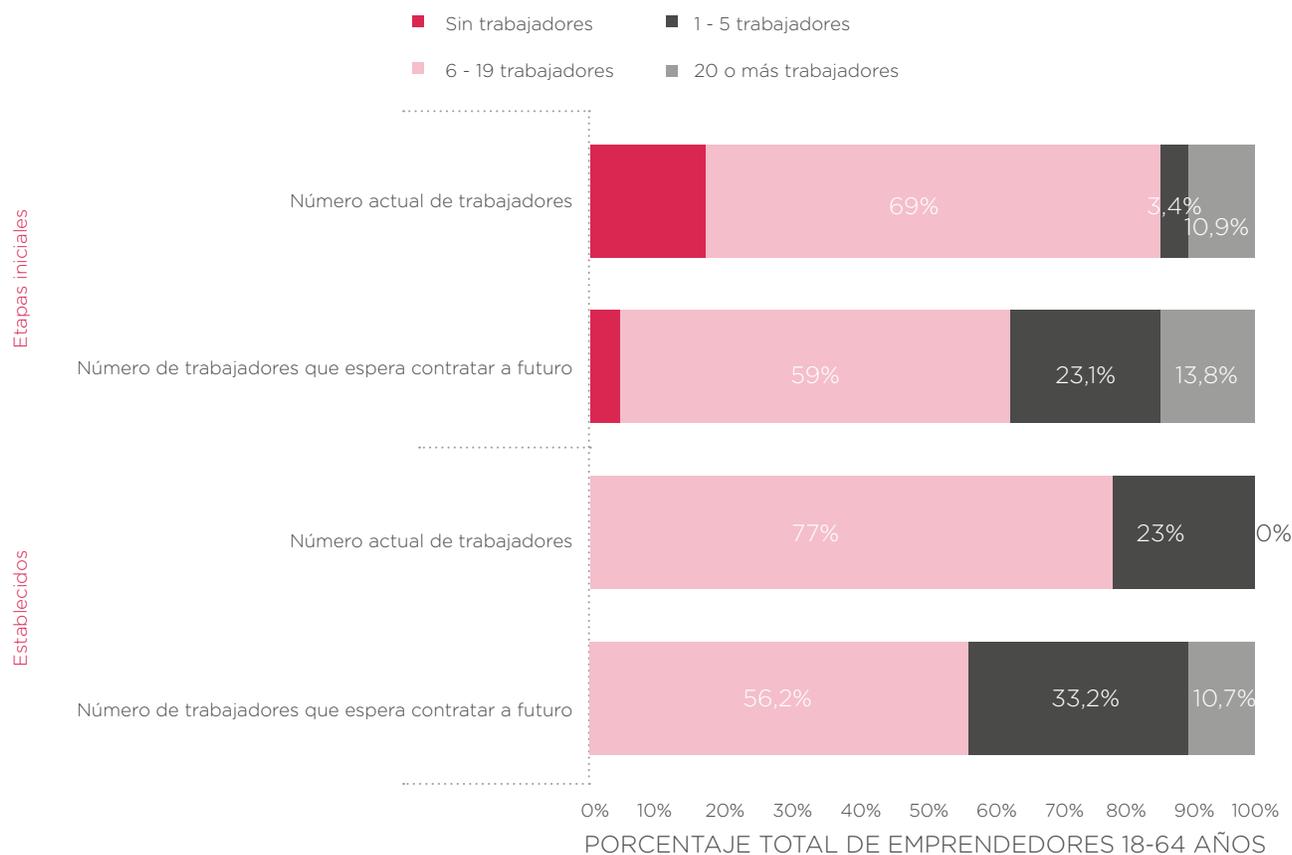


## 2.9 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

El modelo del GEM estudia las aspiraciones de los emprendedores en términos de: expectativas de crecimiento; innovación de productos o procesos nuevos; utilización de nuevas tecnologías dentro de la empresa (se consideran como nuevas aquellas con menos de un año de existencia y no nuevas, más de cinco años); y por último, potencial de expansión de mercado. También incluye la cantidad de clientes extranjeros, esto con la idea de tener una noción si el emprendimiento ha escalado en el tiempo. En la siguiente sección se presentan los resultados más relevantes para la región del Maule.

En términos de expectativas de crecimiento, se les preguntó a los emprendedores cuántos son sus trabajadores actuales y cuántos planean contratar en un horizonte de cinco años. El GEM considera como alta expectativa de crecimiento, la intención de contratar más de 20 empleados en dicho plazo.

**FIGURA 2.12:**  
**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), 2016.

Como se puede observar en la Figura 2.12, para la región del Maule, el 59% (incremento del 7% respecto al año anterior) de emprendedores en etapas iniciales espera contratar entre uno y cinco trabajadores en un horizonte de cinco años; mientras que para los emprendedores establecidos, la cifra alcanza un 56,2%, (incremento de 7% con respecto al año anterior).

En cuanto a aquellos con altas expectativas, es decir, 20 trabajadores o más, un 13,8% de los emprendedores en etapas iniciales espera llegar a ese nivel de contratación, mientras que para los emprendedores establecidos la cifra es menor, con un 10,7% (cifra considerablemente menor que el 16% del ciclo anterior).

## 2.10 ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN

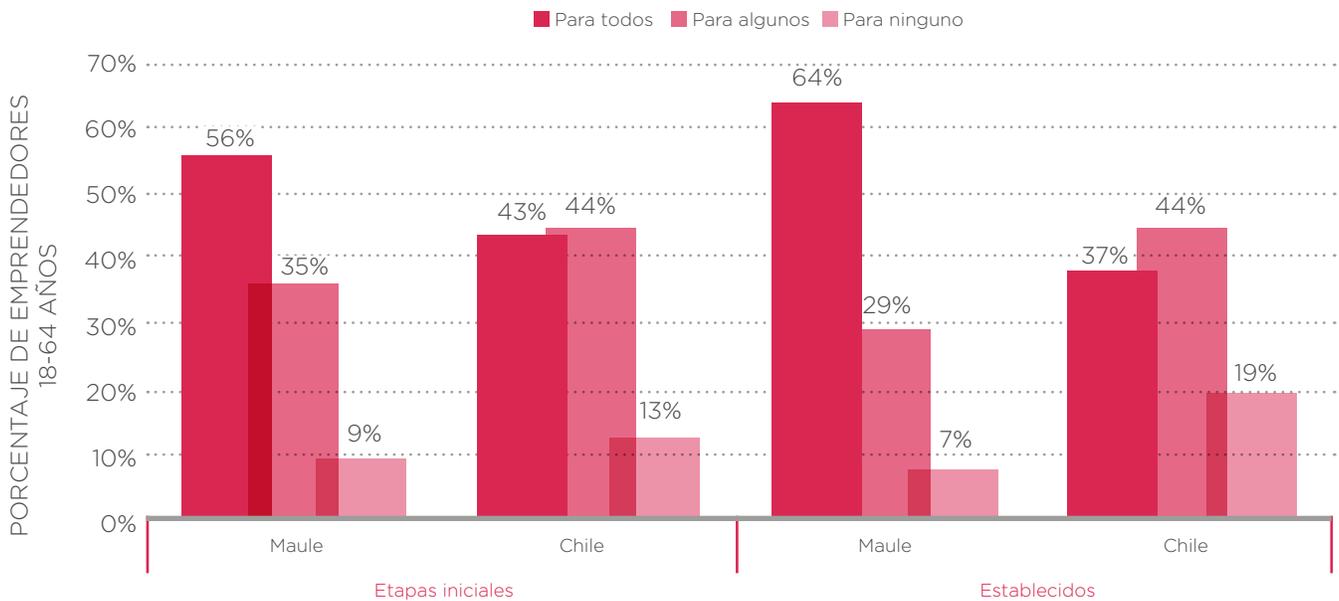
Dentro del modelo del GEM, la innovación representa el factor de novedad dentro de los mercados y la industria. En este marco, se les pregunta a los emprendedores qué tan nuevos resultan para sus clientes los productos o servicios que ofrecen, y si ellos perciben y poseen competencia dentro del mercado.

Según el Reporte Global del GEM 2015/2016, los niveles de innovación se incrementan con el nivel de desarrollo de los países, dependiendo si estos poseen mayor acceso a la innovación y comunicaciones tecnológicas, acceso profesional y de servicios industriales.

La Figura 2.13 nos muestra la percepción de los propios emprendedores en cuanto a la novedad de sus productos o servicios. El 56% de los emprendedores en etapas iniciales, afirma que su producto o servicio resulta ser nuevo para todos sus clientes, mientras que solo el 9% declara que para ninguno. Si comparamos esta medición con la nacional, es posible observar que la media de Chile es mucho menor, donde solo el 43% de ellos declara que su producto o servicio resulta nuevo para todos. Si realizamos el mismo análisis para los emprendedores en etapas iniciales dentro de la Región, el 64% de ellos declara ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes, mientras que la media nacional solo alcanza el 37%.

**FIGURA 2.13:**  
**NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS**

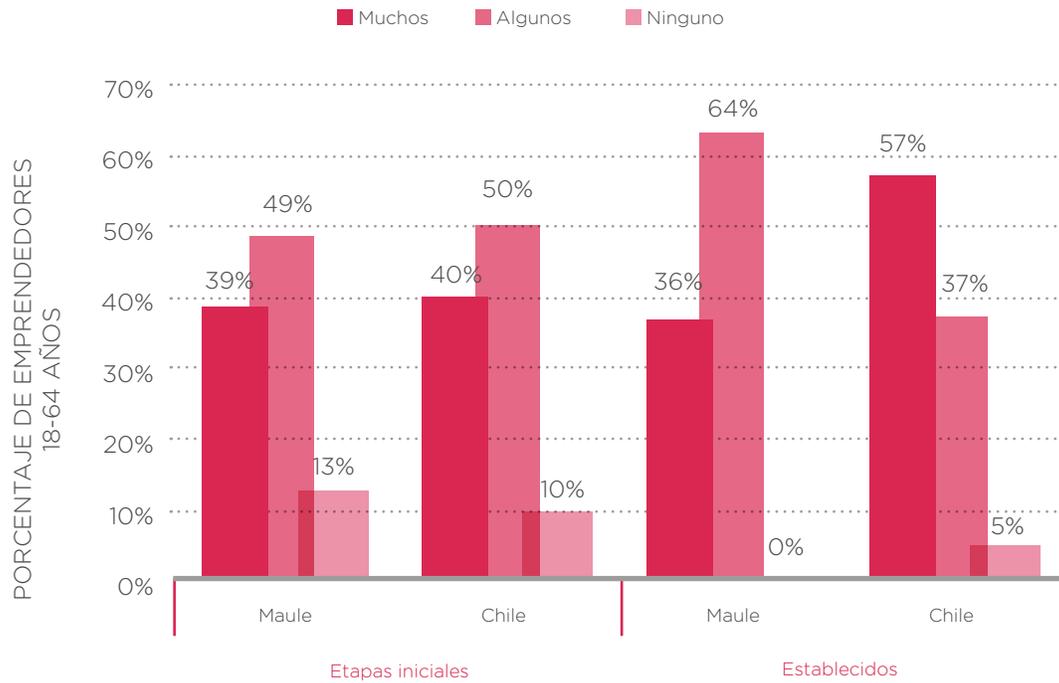
¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

**FIGURA 2.14:**  
**INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA**

¿Cuántos competidores ofrecen su mismos productos o servicios?



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

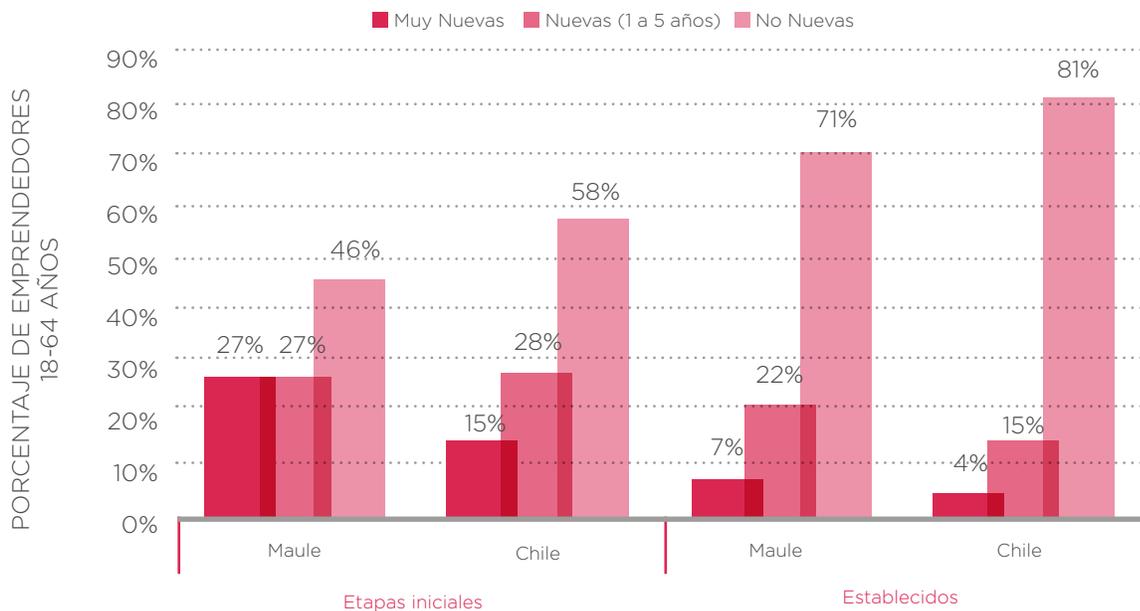
En la región del Maule, el 39% de los emprendedores en etapas iniciales considera que tiene muchos competidores, mientras que para los establecidos la medición es similar con un 36%. Para el país, la medición es de 40% y 57% respectivamente. Estas cifras no presentan diferencias significativas para la Región comparado con la medición anterior. Todo lo anterior se observa en la Figura 2.14.

## 2.11 UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

El GEM le pregunta a los emprendedores qué tan nuevas son las tecnologías que utilizan en su empresa, considerando muy nuevas tecnologías a aquellas menores a un año, nuevas entre uno a cinco años, y no nuevas aquellas mayores a cinco años. En la Figura 2.15 podemos observar que en términos de uso de tecnologías nuevas, la Región presenta un incremento, pasando de un 20% a un 27% en emprendedores en etapas iniciales, y de un 5% a un 7% en emprendedores establecidos. Este aumento puede deberse a la preocupación de los emprendedores por escalar su iniciativa, quienes toman la decisión de invertir en avance tecnológico para apoyar el desarrollo de sus productos.

**FIGURA 2.15:**  
**USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS**

¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza la empresa?



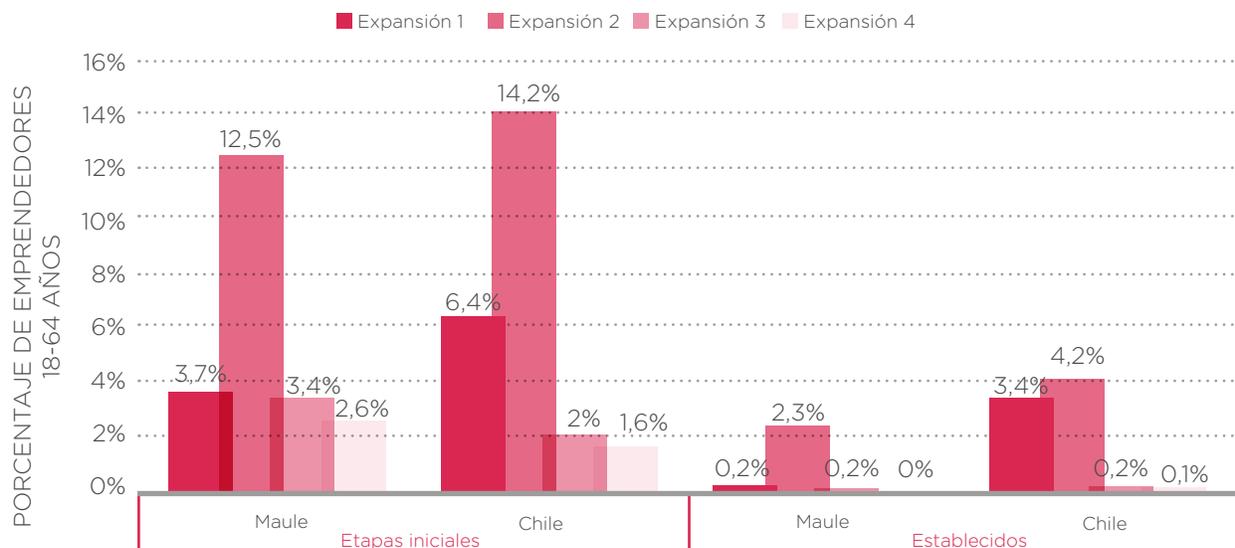
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.12 POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO

Una de las principales aspiraciones de todo emprendedor, es abrirse al mercado. Siempre es de importancia para el desarrollo del negocio el nivel de expansión del mercado. El GEM en su estudio mide cuatro tipos diferentes de expansión, de 1 a 4, donde 1 representa escasa expansión de mercado, 2 indica algún potencial de mercado pero sin uso de tecnologías, 3 algún nivel de potencial de mercado considerando el uso de tecnologías y 4 significa máximo nivel de impacto en términos de expansión de mercado y uso de tecnologías.

La Figura 2.16 nos muestra los niveles de expansión de mercado, donde tanto para Chile como para la región del Maule los emprendedores se ubican en el nivel dos; para emprendedores en etapas iniciales, la medición alcanzó un 12,5% para la Región y un 14,2% la medición nacional. Para emprendedores establecidos, la medición es menor: 2,3% y 4,2%, respectivamente.

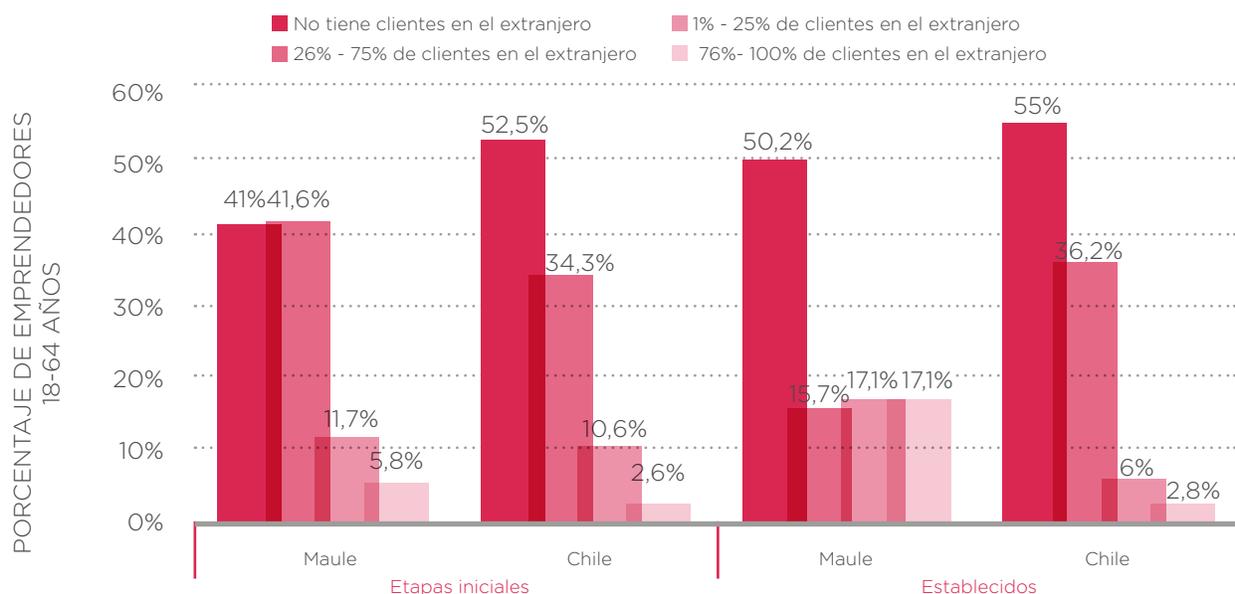
**FIGURA 2.16:**  
**EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO**



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

La última medición que realiza el GEM en términos de aspiraciones de los emprendedores, es la orientación a mercados internacionales, es decir, dimensionar qué nivel de desarrollo tienen sus productos y servicios a nivel mundial. La Figura 2.18 muestra las diferentes mediciones para emprendedores en etapas iniciales y para establecidos. En etapas iniciales, el 41% de los emprendedores no tiene clientes en el extranjero (el año pasado la medición alcanzó el 57,5%). Así, ha aumentado aquellos que declaran tener entre 1%-25% de clientes en el extranjero, pues en el ciclo anterior alcanzó a un 25,5% y este año un 42%. Esto quiere decir que los emprendedores están visualizando nuevos mercados para la comercialización de sus productos. Para los emprendedores establecidos en la Región, el nivel de expansión 2 llega solo al 15,7%.

**FIGURA 2.17:**  
**PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES, SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES**



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.





### 3.

## FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DEL MAULE

Desde sus inicios, el Global Entrepreneurship Monitor plantea que la actividad emprendedora depende directamente de las Condiciones de la Actividad Emprendedora. Estas condiciones son una serie de factores que proporcionan las reglas del juego en la que se desenvuelven las empresas, es decir, son aquellas encargadas de entregar los lineamientos que determinan finalmente el ecosistema emprendedor.

El ecosistema emprendedor lo definen elementos como los recursos, apoyo institucional, incentivos y características propias del mercado que potencian el crecimiento de la actividad emprendedora. Estas condiciones pueden influir de manera positiva al emprendimiento, fomentándolo.

La NES o Encuesta Nacional de Expertos es parte de la metodología estándar del GEM y está diseñada para estudiar y recoger datos de las condiciones donde se realiza el emprendimiento, y obtener datos armonizados con el fin de comparar a nivel nacional o global la información. Su principal objetivo es obtener las distintas visiones de los expertos en estas condiciones. La NES captura la opinión de los expertos que provienen de distintos ámbitos, ya sea académico, empresarial, gestores de políticas públicas, expertos en temas de innovación y transferencia, entre otros.

A continuación se analizará la evaluación de las condiciones del ecosistema para el emprendimiento para la región del Maule. La Tabla 3.1 describe las nueve condiciones de la actividad emprendedora.

**TABLA 3.1**  
**CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**

<b>Apoyo financiero</b>	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).
<b>Políticas gubernamentales</b>	Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de estas tienen como objetivo: (i) apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (ii) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.
<b>Programas de gobierno</b>	Se refiere 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.
<b>Educación para el emprendimiento</b>	Se refiere a la medida en que son incorporados a los sistemas educacionales y de capacitación, el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.
<b>Transferencia de I+D</b>	Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales y si están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento.
<b>Infraestructura comercial y profesional</b>	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.
<b>Apertura del mercado interno</b>	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.
<b>Acceso a la infraestructura física</b>	Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tales, que no representen una discriminación para las firmas nuevas, pequeñas o en crecimiento.
<b>Normas sociales y culturales</b>	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.

La metodología de la Encuesta Nacional de Expertos exige al menos 36 expertos, los que deben dividirse proporcionalmente en las dimensiones previamente mencionadas. Por lo que dentro de la región del Maule, se debió reunir la información de este número de expertos para que fuera representativo. Ellos son los encargados de la evaluación del contexto regional.

El cuestionario está diseñado para que sea respondido en una escala de Likert de nueve puntos, donde 1 significa que está totalmente en desacuerdo, y así hasta 9, que significa estar totalmente de acuerdo.

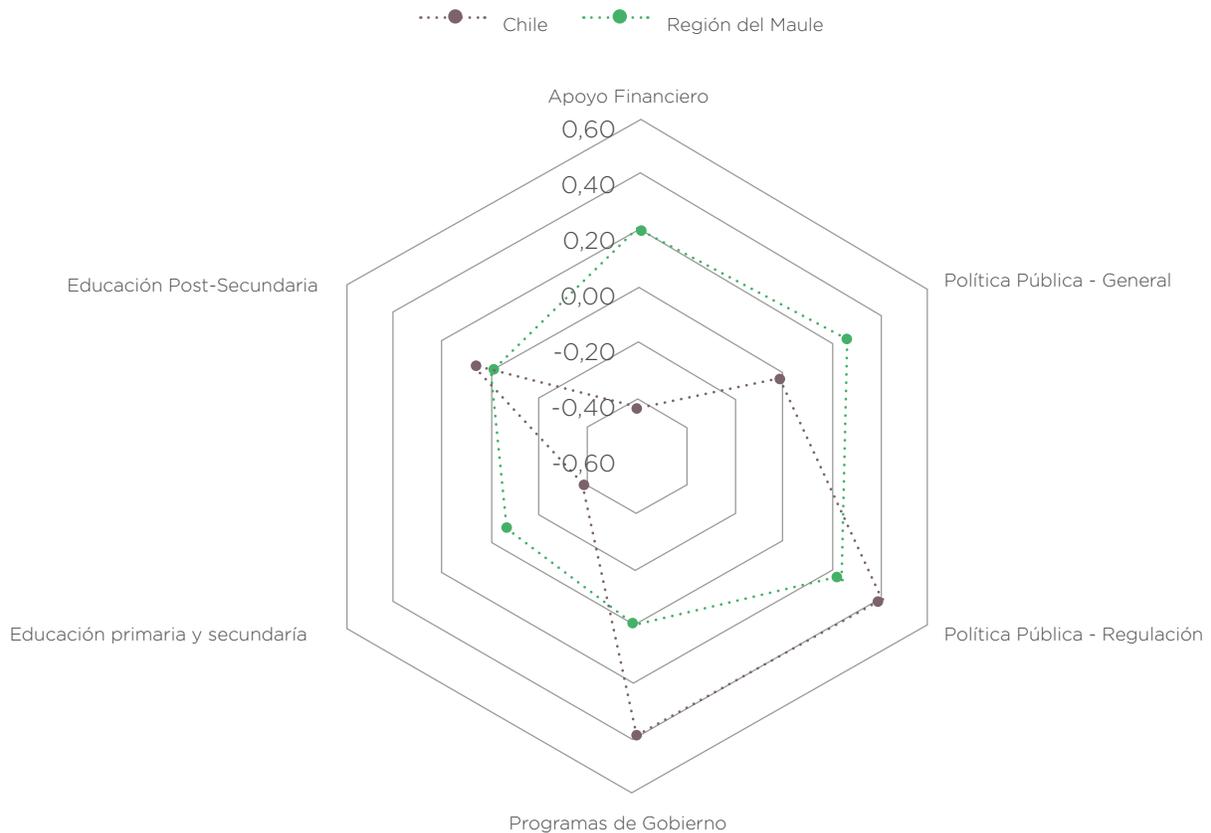
### 3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

A continuación se analizarán doce condiciones del ecosistema emprendedor. Para ello debemos aclarar que tres de ellas se subdividen en dos, con el propósito de obtener información más detallada:

- (i) Políticas públicas: se divide en general y de regulación.
- (ii) Educación para el emprendimiento: se divide entre básica y superior.
- (iii) Dinamismo del mercado: se divide entre dinamismo del mercado y apertura del mercado interno.

Las Figuras 3.1 y 3.2 muestran cada una de estas categorías comparando la región del Maule con la medición nacional. Para este análisis se utiliza una escala estandarizada, con media cero, para poder visualizar las diferencias que existen.

**FIGURA 3.1:**  
INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DEL MAULE Y EL RESTO DE CHILE (1/2)

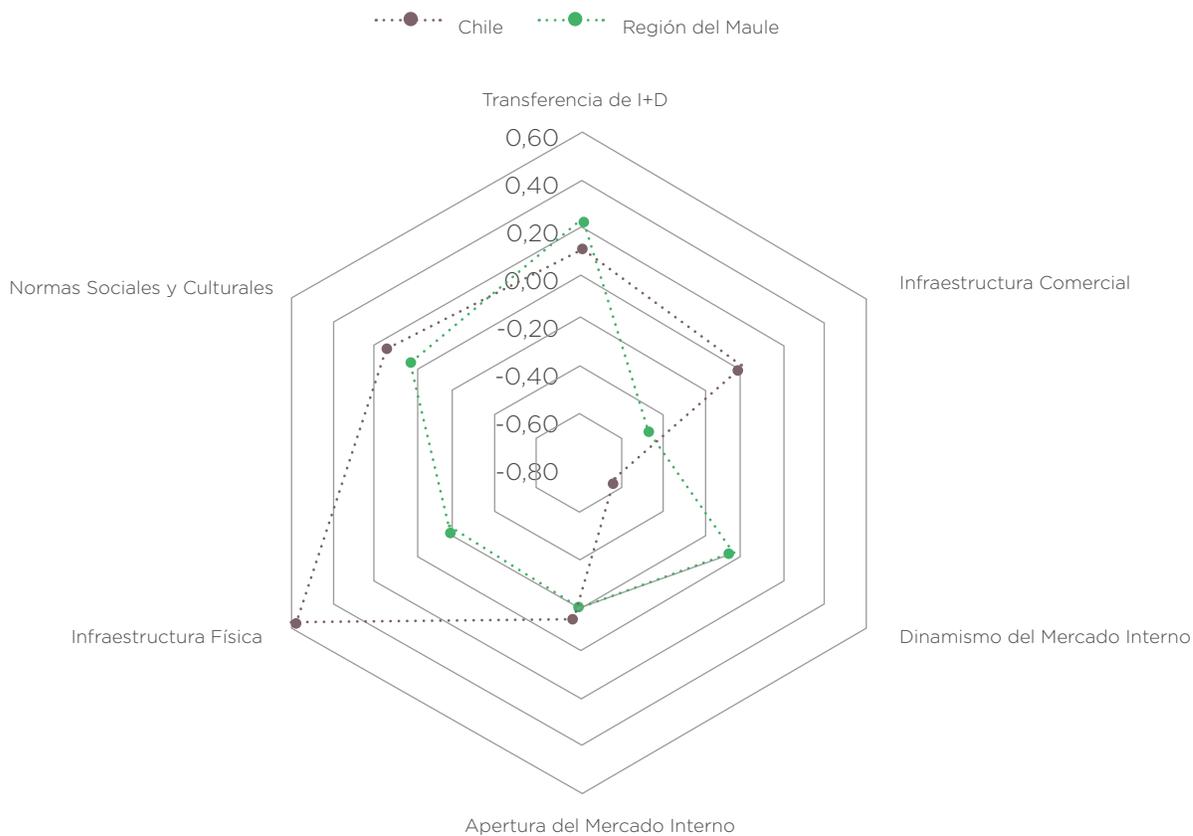


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

En términos de apoyo financiero, la región del Maule tiene una evaluación mucho mayor que la medición nacional, con un 0,205 frente a una evaluación negativa del -0,428. Lo mismo sucede con la medición de política pública general, donde nuevamente la Región se posiciona por sobre el país.

En términos de política pública de regulación, tienen ambas evaluaciones positivas, y en programa de gobierno también. Sin embargo, en esta última el país alcanza un 0,392 frente a un 0,007 del Maule. Como en ciclos anteriores, la variable de educación primaria es evaluada negativamente tanto a nivel país como a nivel regional. A pesar de que la educación primaria no es bien evaluada, no es igual con la educación postsecundaria, donde las universidades y centros de formación técnica aportan al desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes.

**FIGURA 3.2:**  
**CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DEL MAULE Y EL RESTO DE CHILE (2/2)**



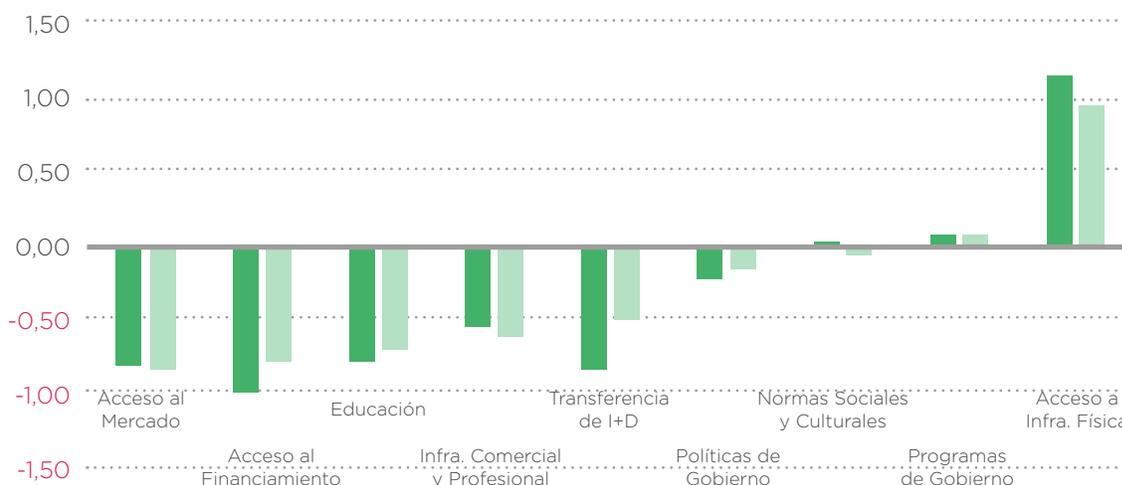
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

En transferencia de I+D, la región del Maule fue la peor evaluada en comparación con el país. Los expertos de la Región están en desacuerdo con que las tecnologías, la ciencia y otros conocimientos, se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos, a las empresas en general. La infraestructura comercial también presenta una evaluación menor. En los últimos tres ciclos, la evaluación de la infraestructura física ha sido positiva para el país, y este caso no es la excepción, sin embargo, resulta ser negativa para la Región debido a que un cuarto de los expertos piensa que las empresas de nueva creación tienen dificultades para costear los servicios básicos. En normas sociales y culturales, la Región alcanza un nivel inferior a la media nacional (0,04 versus 0,14).

### 3.2 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DEL MAULE

Como se observa en la Figura 3.3, la evaluación menor para este año en la región del Maule fue la dimensión de acceso al mercado, seguido por acceso a financiamiento. Las dimensiones que presentan evaluación positiva fueron acceso a infraestructura física y programas de gobierno. En general, la evaluación de las condiciones para la Región es similar a la medición nacional para la mayoría de las dimensiones.

FIGURA 3.3:  
EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DEL MAULE



Fuente: GEM, Encuesta Nacional de Expertos (NES), 2016.

A continuación se presentan las principales conclusiones de cada una de las nueve condiciones evaluadas por los expertos, para 2016. Además, se añade el módulo de emprendimiento senior, que fue el tópico especial este ciclo.

## Acceso al mercado

Factor -0,84

---

Esta dimensión mide las prácticas habituales y el marco regulatorio, y que estos sean flexibles en su aplicación para facilitar que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir. El 31% de los expertos afirma que los mercados de bienes y servicios de consumo no cambian drásticamente de un año a otro, y solo el 21% piensa que las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados. El 72% de los encuestados afirma que la legislación antimonopolio no es efectiva ni bien aplicada.

## Acceso a financiamiento

Factor: -0,77

---

Esta dimensión se refiere a la disponibilidad de recursos financieros a los que pueden acceder tanto los nuevos emprendedores, como aquellos que están en etapa de crecimiento. El 14% de los expertos afirma que los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar empresas nuevas y en crecimiento, sin embargo, el 75% cree que existen suficientes subsidios públicos disponibles para estas empresas. Aún queda por mejorar en el aspecto de que el 100% está de acuerdo en que no existe el financiamiento procedente de capitales ángeles para dichas empresas.

## Educación para el emprendimiento

Factor: -0,72

---

Esta dimensión se refiere a la incorporación de los conocimientos, destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios, impartidos en los sistemas educacionales y de capacitación. Solo el 16% de los expertos cree que se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal en la enseñanza primaria y secundaria, y el 13% piensa que no se aportan los conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado. La gran tarea que tiene la Región en términos de educación, es dedicar suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de nuevas empresas. Sin embargo, el 57% afirma que los sistemas de formación profesional entregan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas.

## Infraestructura comercial y profesional

Factor: -0,62

---

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. En general, los expertos afirman que dentro de la Región no existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. Además, que no pueden asumir los costes de subcontratistas, consultores y proveedores. El 43% de los expertos afirma que las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.

## Transferencia de I+D

Factor: -0,51

---

Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales y si estas se encuentran al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento. El 45% de los expertos afirma que las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento. Declaran en su mayoría que las empresas nuevas no tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas. Sigue siendo un desafío que las nuevas empresas puedan costear tecnología y que esta ayuda venga de subsidios gubernamentales.

## Políticas de gobierno

Factor: -0,16

---

El 50% de los expertos afirma que las políticas de gobierno favorecen claramente a las empresas de nuevas creación a través de licitaciones o aprovisionamientos públicos, y que el apoyo a estas empresas es una prioridad del gobierno local. El 38% está de acuerdo con que las empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales dentro de una semana. Sin embargo, el 74% piensa que la carga impositiva sigue siendo una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento.

## Normas sociales y culturales

Factor: -0,04

---

Esta dimensión hace referencia a cómo las normas sociales y culturales alientan o desalientan las acciones para la creación de una nueva empresa o para el crecimiento de una existente. Más de la mitad de los expertos piensa que en Chile la cultura apoya y valora el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal, y la mitad enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal, además de que el individuo es responsable de gestionar su propia vida.

## Programas de gobierno

Factor: 0,08

---

Esta dimensión en general está evaluada favorablemente, de hecho su factor es positivo. Más de la mitad de los expertos encuestados asegura que puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales para la creación y el crecimiento de nuevas empresas, solo contactando un solo organismo público. Además, de que existe un número adecuado de programas gubernamentales que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.

Lo más importante a destacar de esta dimensión, es que el 63% de los expertos opina que todo aquel que necesite ayuda de un programa gubernamental dentro de la Región para crear o hacer crecer su empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.

## Acceso a la infraestructura física

Factor: 0,95

---

Esta dimensión, dentro del país y a nivel regional, siempre ha tenido una evaluación positiva. Para el caso de la Región, el factor asciende a 0,95. Más del 80% de los encuestados afirma que la infraestructura física proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento, además no es caro acceder a sistemas de comunicación para el funcionamiento de una empresa. Las empresas dentro de la Región son capaces de afrontar los costos de los servicios básicos y su acceso.

## Emprendimiento senior

Factor: 0,78

---

Definiremos al emprendedor senior como aquel que decide poner en marcha una iniciativa empresarial luego de cumplir 50 años de edad. Esta dimensión como tópico especial, pretende recoger información relacionada. El 91% de los expertos piensa que es difícil encontrar empleo para las personas de 50 años o más, por eso la opción de emprender se hace más cercana. Sin embargo, solo el 29% de los encuestados cree que hay programas y beneficios fiscales para motivar a este grupo etario a iniciar sus negocios propios, a pesar de que el 83% afirma que la experiencia y el conocimiento acumulados por ellos, aumentan sus posibilidades de iniciar con éxito nuevas actividades.



# 4 REFERENCIAS



- Acs, Z. J. & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.
- Álvarez, C., Urbano, D. & Amorós, J. E. (2014). The GEM Research: Achievements and Challenges. *Small Business Economics*, 42(3):445-465
- Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.
- Bosma, N. S. & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009. Executive Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
- Bosma, N. S., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor, 2007. Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Drexler, M. & Amorós, J. E. (2015). Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap. *Financial Times*, January 8th. On line: <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/>
- Know, S-W. & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Levie, J. & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
- Porter, M. E., Sachs, J. J. & McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16–25. New York, NY: Oxford University Press.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López-García, P. & Chin, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Reynolds, P., Hayand, M. & Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
- Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- WEF-GEM (2015). *Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development*. World Economic Forum: Geneva. <http://www.weforum.org/reports/leveraging-entrepreneurial-ambition-and-innovation-global-perspective-entrepreneurship-compe>
- Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, A. R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.



# 5 EXPERTOS CONSULTADOS

---

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que, de forma desinteresada, contribuyeron al presente Reporte GEM región del Maule 2016. A continuación, el listado de sus nombres. Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente lista, se ofrecen las disculpas correspondientes.

María Carolina Bustos Lazo  
Carlos Leppe Rozas  
Carlos Sanhueza Vásquez  
César Aliaga  
César Williams Fuentes  
Eduardo Doos Cuevas  
Eduardo Puentes Kamel  
Enrique Sánchez Martínez  
Fernanda Valenzuela  
Fernando Jiménez Espinoza  
Francisco Ponce Soto  
Gonzalo Galaz Vera  
Guillermo Palma  
Gustavo Rivera  
Jorge Navarrete Bustamante  
José Luis Lastra Urrutia  
José Manuel Álvarez  
Juan Astete Cereceda  
Juan Carlos Arévalo Rojas  
Juan Letelier Mendoza  
Juan Pablo Nartitelli Vásquez  
Juan Pablo Sánchez Hernández  
Julio Martínez Soto  
Leonardo Gajado Carreño  
Leontina Hernández  
María Verónica Figueroa  
Mauricio Arenas Salinas  
Óscar Jeldres Figueroa  
Óscar Vega Gutiérrez  
Pablo Espinoza Muñoz  
Ricardo Hunter Villegas  
Ricardo Poblete Soto  
Robert Giovanetti Machuca  
Rodrigo Baruelo Lara  
Rodrigo Fernando Flores Ortiz  
Yohanna Poblete



6

FICHA  
METODOLÓGICA



## 6.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA REGIÓN MAULE

Tipo de Estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara.
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012- INE.
Total Muestral	9.196 casos del año.
Total Muestral Maule	616 casos del año.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-julio 2016.
Encuestador	Questio Estudios de Mercado y Opinión

## 6.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS MAULE

Total Muestral	434 expertos de 10 regiones del país, más la medición nacional.
Total Muestra Maule	36 expertos
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-julio 2016.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile



# 7

## MÁS INFORMACIÓN DEL 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

tseroy@udd.cl

Tel: (562) 23279801

## 7.1 EQUIPO GEM CHILE

Desde 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, quienes participaron en el ciclo 2016.

Región	Institución	Equipo
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Evadil Ayala
		Alberto Martínez
		Mariela Llanos
		Mauricio Vega
		Nicole Meza
		Aylin Chang
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Claudia Cortés
		Gianni Romaní
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Miguel Atienza
		Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Guillermo Honores
		Cristóbal Fernández
		Paulina Santander
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Diego Yáñez
		Vesna Mandakovic
		Adriana Abarca
Región del Maule	Universidad Tecnológica de Chile INACAP	Tomás Serey
		Adriana Abarca
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Christian Bacciarini
	Universidad Técnica Federico Santa María, Sede Concepción	Francisca Gómez
	Universidad del Desarrollo	Jorge Espinoza
		Claudia Yáñez
		Patricio Rojas
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Vesna Mandakovic
		Adriana Abarca
		Tomás Serey
Región de Los Lagos	Universidad Tecnológica de Chile INACAP	Claudina Uribe
		Paulina Sanhueza
		Valeska Geldres
Región de Los Lagos	Universidad Tecnológica de Chile INACAP	Víctor Valenzuela
		Adriana Abarca
Región de Los Lagos	Universidad Tecnológica de Chile INACAP	Christian Bacciarini
		Francisca Gómez



8  
COWORKING  
MAULE

---



César Aliaga, Subgerente Coworking Maule

Esta iniciativa conjuga a un grupo de empresarios de la Región y a la Universidad Santo Tomás, que a través del financiamiento de CORFO, generaron esta iniciativa para el apoyo de la actividad emprendedora. Con un espacio físico y asesorías que pueden recibir los emprendedores, este proyecto lleva un año de funcionamiento.

El financiamiento de CORFO también establece algunos parámetros de impacto que encaminó la alianza con la Universidad. El holding propietario de la infraestructura del Centro Comercial Mall Portal Centro facilita el espacio y el equipamiento, donde los mismos empresarios dedican tiempo a esta iniciativa como mentores de emprendedores; y desde la alianza con la universidad se generan las actividades de impacto.

Las alianzas han sido clave en el proyecto, permitiendo desarrollar actividades y aumentar su cobertura e impacto. La Universidad Santo Tomás, la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH), los Centros de Desarrollo de Negocios, AcercaRedes, entre otros, son puntos de una red que se está fortaleciendo para permitir llegar a los emprendedores y promover la actividad del cowork.

Pensando en la proyección y la sustentabilidad de este centro, si bien se cuenta con un importante apoyo del grupo empresarial del mall, se hace relevante generar otros mecanismos de ingreso complementarios, como el apoyo de marcas, ofrecer el desarrollo de programas de formación y actividades en red con otros cowork del país. Todo esto con el fin de que el centro siga funcionando una vez que el apoyo de CORFO finalice.

Este centro es un emprendimiento en sí mismo. Actualmente acoge en su espacio a 40 emprendedores y atiende -a través de asesorías- a aproximadamente 200 emprendedores al mes. Cuenta con un equipo de profesionales y empresarios que trabajan y comparten con los emprendedores.

La experiencia del subgerente, César Aliaga, y su equipo, ha sido de aprendizaje para todos y va en busca de lograr los objetivos de esta iniciativa. Al mirar el ecosistema de la Región, destaca que el apoyo entre emprendedores de la zona es un capital importante, así como también entre las iniciativas de cowork del territorio. Sugiero que es necesario fortalecer los canales de información para saber qué otras iniciativas están ocurriendo, promover el networking para que la actividad emprendedora siga creciendo en la Región, y que las buenas ideas puedan llevarse a planes de negocio.



## 9. QUESOS DON NELSON

Karin llevaba un par de años viviendo en Europa cuando por motivos familiares debió volver a Chile en 2014. La partida de su padre la dejó con el desafío de desarrollar el sueño de construir una fábrica de quesos. Con su firme convencimiento, comenzó el aprendizaje sobre la producción de quesos, leche certificada y la idea de avanzar en este proyecto.

Con el apoyo de SERCOTEC, Karin comenzó con el proyecto. A través de un Capital Emprende Abeja logró implementar la fábrica de quesos artesanales, con todos los requerimientos que la Seremi de Salud exige, además de la generación de marca y patente municipal. Así empezó "Don Nelson", que actualmente cubre tres provincias de la Región –Curicó, los Niches y Romeral-, a través de canales de venta personal, restaurantes, minimarket, entre otros.

Este emprendimiento familiar siguió creciendo, tanto así que en 2016 postularon a un nuevo fondo Crece Abeja, y además con el apoyo del Centro de Desarrollo de Negocios de Curicó, se adjudicaron el proyecto que les permitió ampliar la fábrica.

Karin valora positivamente el aporte de las agencias públicas, y el hecho de que exista en la Región una intención de innovar y seguir creciendo. Por su experiencia, cree que está en manos del emprendedor avanzar y buscar las instancias para seguir creciendo.

En cinco años se proyecta llegar a la región Metropolitana, seguir creciendo cada año, perseverando en la pasión de hacer quesos con leche certificada y cumpliendo un sueño que un día fue de su padre y que hoy es suyo.

## 10. RUDACH, GAM: DISEÑO ECOLÓGICO

Este emprendimiento es un taller de vestuario y manejo de redes sociales, con un concepto ecológico detrás. El taller ofrece los servicios de confección, estampados y bordado; con una parte de diseño más corporativo y otra de diseño exclusivo con sello ecológico. Se utilizan prendas usadas para formar parte de una prenda nueva.

De formación en diseño y confección en su juventud, Laxmi Naraidas siempre mantuvo como hobby ajustar y diseñar ropa como una manera de dar un sello diferente a las prendas que se encuentran en el mercado tradicional, como una apuesta personal.

Hoy cuenta con una tienda en Curicó, y a través de las redes sociales proyecta su actividad abriendo nuevos puntos de ventas online, complementado con cursos de estampado y temas afines.

Laxmi sabe que está recién partiendo, y se siente orgullosa de su decisión de emprender. Siente que el apoyo que hay desde los organismos gubernamentales es necesario difundirlo por todos los canales posibles, y por otro lado reconoce que en la Región hay muchas ideas, pero no necesariamente con las capacidades para poder generar y desarrollar sus proyectos a través de asesorías técnicas. Algo a mejorar, es el acceso a financiamiento.

Asimismo, ve en los jóvenes las ganas de emprender como una alternativa real de trabajo, reconocida y valorada por la comunidad. En las universidades hoy se educa para emprender, y eso es una fortaleza en la Región.



## 11. JOSÉ LUIS LASTRA: FORMANDO EMPREENDEDORES

José Luis, académico de la Universidad Tecnológica de Chile INACAP, destaca que en los más jóvenes de la Región se identifica una intención de emprender, y que en su proceso de desarrollo algunos avanzan y otros se quedan en la idea.

La realidad de la Región –que tiene uno de los ingresos más bajos a nivel nacional– insta a que el emprendimiento sea una alternativa de desarrollo para quienes se están formando en distintas áreas. Además, destaca que es importante la perseverancia y la resiliencia para realizar sus ideas.

En el proceso formativo, cuando se identifica una idea, los estudiantes emprendedores se desarrollan más bien instintivamente, algo que según José Luis debería fomentarse a través del currículum, por ejemplo, enseñando a indagar sistemáticamente. Para esto, es necesario integrar las asignaturas y sus conocimientos para que los estudiantes puedan aplicarlos, y demostrando cómo usarlos en la vida laboral. Mostrando ejemplos de éxito, es posible mostrarle a los alumnos los resultados que pueden obtener.

La necesidad de fortalecer y promover las instancias de apoyo para los emprendedores, aparece como una necesidad crítica para la Región. Los más jóvenes están buscando oportunidades y la forma de llevarlos a cabo.



Rudach, GAM: Diseño Ecológico



12  
SOBRE  
LOS AUTORES

---

## ADRIANA ABARCA MONTERO

Asesora de Investigación en la Universidad Tecnológica de Chile INACAP. Encargada de la Gestión de Proyectos e Investigación dentro del área. Posee título de Ingeniera Comercial y Magíster en Ciencias de la Administración de la Universidad del Desarrollo. También es coautora del GEM Reporte Nacional de Chile, 2015.

## FRANCISCA GÓMEZ GAJARDO

Doctora en Ingeniería en Planificación de Proyectos de Desarrollo Rural y Gestión Sostenible obtenido en la Universidad Politécnica de Madrid (España), y Master of Science en Desarrollo Económico Local obtenido en London School of Economics and Political Science (Reino Unido). Actualmente es Subdirectora de Programas de Postgrado en la Universidad Tecnológica de Chile INACAP.

Su experiencia profesional y de investigación aplicada se orienta al análisis de procesos de desarrollo económico regional y local, observancia de mercados laborales principalmente enfocada hacia la competitividad y productividad de los sectores y sus territorios, desarrollado principalmente en Latinoamérica y Europa, participando en proyectos en ámbitos del desarrollo económico local para UNESCO, OIT, FLACSO, Fundación Ford, Fundación Chile, entre otros.

## CHRISTIAN BACCIARINI GONZÁLEZ

Profesional multidisciplinar, con estudios de pregrado en Ciencias, Arquitectura y Psicología, y estudios de postgrado en Psicología Organizacional e Ingeniería Industrial cursados principalmente en la Universidad de Chile y la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente es Subdirector de Proyectos de Innovación en la Universidad Tecnológica de Chile INACAP, siendo sus principales áreas de investigación e interés la gestión de la innovación y emprendimiento, y el desarrollo de modelos predictivos para apoyar la toma de decisiones.

Posee más de 15 años de experiencia profesional liderando equipos multidisciplinarios en organizaciones tanto públicas como privadas, con amplia experiencia en dirección de proyectos, gestión de la innovación y cambio organizacional. Ha diseñado, dirigido y participado en numerosos proyectos financiados por el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Conicyt, CORFO, Mineduc y otros organismos de financiamiento privado, desarrollados principalmente en áreas de ingeniería, construcción, energía, TI, emprendimiento, desarrollo económico y social, y Educación Superior, tanto en Chile como en el extranjero.



13 / 14  
COLABORADORES  
PATROCINADORES

---

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

## UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

La Universidad del Desarrollo (UDD), se fundó en 1990 y, desde sus inicios, su objetivo fue contribuir al desarrollo económico, social y cultural de nuestro país a través del cultivo, perfeccionamiento y enseñanza de las ciencias y las artes.

Convencida de que el emprendimiento es una de las variables clave del desarrollo y que debe ser un sello para los nuevos profesionales, en 2001 suscribió un convenio con Babson College, universidad número uno en la enseñanza del espíritu emprendedor, lo que ha permitido que hoy todas las carreras que imparte la UDD reciban cursos formales de esta materia.

En 2008, se estableció un acuerdo con la Global Entrepreneurship Research Association mediante el cual la UDD pasa a ser global sponsor del proyecto GEM internacional, lo que ratifica el compromiso institucional con la investigación sobre emprendimiento.

En 2010, la UDD firma una alianza estratégica con el Stanford Technology Venture Program (STVP), el centro de innovación más importante de la Universidad de Stanford. Se crea el Programa iCubo que une a las Facultades de Diseño e Ingeniería y Negocios para impulsar la innovación en la UDD, en el marco de la alianza suscrita con el STVP.

Durante los últimos años, el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado el primer puesto a nivel latinoamericano en la enseñanza del emprendimiento, en el Ranking de Escuelas de Negocios de la revista América-Economía.

Más información en: [www.udd.cl](http://www.udd.cl)



## SOFOFA INNOVA

El mundo de hoy apunta hacia un mañana distinto. Las empresas, para crear valor, están bajo constantes presiones de cambio tecnológico, clientes más sofisticados y competencia cada día más globalizada. Con el fin de tomar ventaja de este escenario, es que debemos transitar hacia un nuevo paradigma, hacia la economía del conocimiento. Lo anterior hace indispensable idear nuevas formas de producir, desarrollar nuevas industrias y dominar nuevos conocimientos.

En este contexto, nace Sofofainnova, el Centro de Innovación y Emprendimiento de Sofofa. Se funda el 3 de junio de 2010, en el Primer Encuentro Nacional de Emprendimiento e Innovación ENEI 2010, el primer Summit de Innovación de la Corporación.

Sofofainnova busca catalizar la creación de nuevas industrias y aumentar la competitividad de las actuales, mediante la difusión de las mejores prácticas, gestión de ecosistemas de valor agregado para las empresas y el país y la promoción de alianzas colaborativas entre los diversos actores de la cadena de la innovación: investigadores, fondos de inversión, incubadoras de negocios y corporativas, empresas y agencias gubernamentales; tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, aportar al cambio cultural a través de la participación en diversas instancias para aminorar el sesgo a la falla empresarial y premiar la justa toma de riesgos.

Más información en: [www.sofofainnova.cl](http://www.sofofainnova.cl)



## CORFO

La Corporación de Fomento de la Producción, CORFO, es un organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades.

Visión: Ser una agencia promotora del emprendimiento y la innovación de clase mundial, que acelere el desarrollo, generando mayores oportunidades para los chilenos.

Misión: Fomentar el emprendimiento y la innovación, para mejorar la productividad de Chile y alcanzar posiciones de liderazgo mundial en materia de competitividad.

Más información en: [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)





# 15

## ANEXOS

---

## 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 ha pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa nuevos empresarios(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en una actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo).





INACAP es un sistema integrado de Educación Superior, constituido por la Universidad Tecnológica de Chile INACAP, el Instituto Profesional INACAP y el Centro de Formación Técnica INACAP, que comparten una Misión y Valores Institucionales.

El Sistema Integrado de Educación Superior INACAP y su Organismo Técnico de Capacitación INACAP están presentes, a través de sus 26 Sedes, en las 15 regiones del país.

INACAP es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro. Su Consejo Directivo está integrado por miembros elegidos por la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC), la Corporación Nacional Privada de Desarrollo Social (CNPDS) y el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), filial de CORFO.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CHILE INACAP ACREDITADA

**2**  
años

- Gestión Institucional.
- Docencia de Pregrado.
- Vinculación con el Medio.

NOVIEMBRE 2018

ISBN: 978-956-8336-47-9



9 789568 336479