



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIÓN DE VALPARAÍSO 2017-2018



Dr. Cristóbal Fernández Robin / Dra. Paulina Santander Astorga / Mg. Diego Yáñez Martínez





Global
Entrepreneurship
Monitor

REPORTE

REGIÓN DE VALPARAÍSO

2017-2018

Cristóbal Fernández Robin
Paulina Santander Astorga
Diego Yáñez Martínez

Departamento de Industrias
Universidad Técnica Federico Santa María



EDICIÓN DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS,
UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-356-064-0

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

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

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

© 2018 Universidad Técnica Federico Santa María
© 2018 Global Entrepreneurship Research Association

Diagramación: María Fernanda Berríos Marchant.
mfernanda.berrios@gmail.com

Ilustración Portada: Julieta Bravo Cid
julieta.b.cid@gmail.com

Impresión
DEGRAFIS SERV. GRÁFICOS LTDA.
Viña del Mar, Chile.
TEL: 2686912
RUT: 76.112.931-7
Fecha impresión: Julio 2018

[Impreso en Chile / Printed in Chile](#)

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	4
PRÓLOGO	7
¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO?	8
▶ 1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Acerca del GEM	10
1.2 Objetivos del GEM	11
1.3 El proceso emprendedor	11
1.4 El marco conceptual del GEM	12
1.5 Metodología del GEM	14
1.6 Sobre este reporte	15
▶ 2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL	17
2.1 Actitudes emprendedoras	18
2.2 Actividades emprendedoras	22
Motivaciones emprendedoras	26
Distribución por sectores	29
Edad y sexo	30
Nivel educacional	36
Nivel de ingresos	37
Situación laboral de los emprendedores	39
2.3 Aspiraciones emprendedoras	40
Expectativas de alto crecimiento	41
Competitividad	42
▶ 3. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO	49
3.1 Modelo GEM y encuesta a expertos	51
3.2 Análisis general de los factores	53
3.3 Educación y formación emprendedora	56
3.4 Transferencia de investigación y desarrollo	57
3.5 Políticas de gobierno	58
3.6 Normas sociales y culturales	59
3.7 Acceso a financiamiento	60
3.8 Apertura al mercado interno	61
3.9 Programas de gobierno	62
3.10 Infraestructura comercial y profesional	63
3.11 Acceso a la infraestructura física	64

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1:

Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2017 por fase de desarrollo económico.

21

TABLA 2 :

Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2017 según fase de desarrollo económico.

23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM.	11
Figura 2: El marco conceptual GEM.	13
Figura 3: Proceso GEM en Chile.	15
Figura 4: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la región de Valparaíso.	24
Figura 5: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile.	25
Figura 6: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales.	27
Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender.	28
Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico.	29
Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico.	30
Figura 10: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales.	31
Figura 11: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida.	32

Figura 12: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad.	33
Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.	34
Figura 14: Actividad emprendedora total por edades para la región de Valparaíso.	35
Figura 15: Nivel educacional en los emprendedores de la región de Valparaíso.	36
Figura 16: Nivel de ingresos y actividad emprendedora.	37
Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar.	38
Figura 18: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación.	39
Figura 19: Actividad emprendedora según tipo de empleo.	40
Figura 20: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento.	42
Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores.	43
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada.	44
Figura 23: Uso de nuevas tecnologías o procesos.	45
Figura 24: Expectativas de expansión de mercado.	46
Figura 25: Actividad emprendedora y exportación.	47
Figura 26: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional.	50
Figura 27: Condiciones de la actividad emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM.	52
Figura 28: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.	54
Figura 29: Contexto emprendedor en la región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2014-2015-2016.	54
Figura 30: Contexto emprendedor comparativo Chile vs región de Valparaíso de encuesta a expertos 2017.	55
Figura 31: Evaluación de educación y formación emprendedora.	56
Figura 32: Evaluación de la transferencia de I+D.	57
Figura 33: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento.	58
Figura 34: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento.	59
Figura 35: Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.	60
Figura 36: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.	61
Figura 37: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.	62
Figura 38: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional.	63
Figura 39: Evaluación del acceso a infraestructura física para los negocios.	64



PRÓLOGO

Este documento presenta el Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017-2018, para la Región de Valparaíso de Chile, resultado del trabajo del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER), del Departamento de Industrias, de la Universidad Técnica Federico Santa María, en colaboración con la Universidad del Desarrollo.

El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, lo que lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile con 15 años de mediciones, se ha constituido un referente dado su alcance, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más importantes del país. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública.

El 2017 ha sido un año con diversos cambios con relación al precedente en las diferentes características vinculadas con el emprendimiento en la Región de Valparaíso. Por una parte, un cambio negativo a través de la disminución en el porcentaje de mujeres que emprenden en etapas iniciales, llegando al 40,9% en comparación con el 45,0% del año 2016. Por otra parte, aumenta en dos años la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales, llegando a 40 años. La actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en la Región es levemente inferior respecto del año 2016(25,3%), llegando a un 24,98 %, aunque se destaca que es superior al promedio nacional que registró un 23,8%. Un análisis más específico de la Región de Valparaíso da cuenta de una disminución en el emprendimiento por oportunidad, de un 64,62% en 2016 a un 62,55% este año, aunque el porcentaje de emprendedores que se encuentran motivados por oportunidad es importante, algunos con el objetivo de incrementar sus ingresos y otros por 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.

Si bien estas cifras son destacables a nivel mundial, tenemos grandes desafíos por delante, sobre todo en lograr desarrollar más emprendimientos por oportunidad, dinámicos y con mayor nivel de innovación. Por otra parte, el ecosistema emprendedor de nuestra región es uno de los más activos del país, lo que ha permitido instalar una cultura emprendedora, por lo que, en este caso, otro gran desafío, es incorporar en la formación escolar actividades tendientes al desarrollo de esta cultura en niños, para que una vez que estos alcance su mayoría de edad, vean la actividad emprendedora como una alternativa de vida atractiva a edades más tempranas.

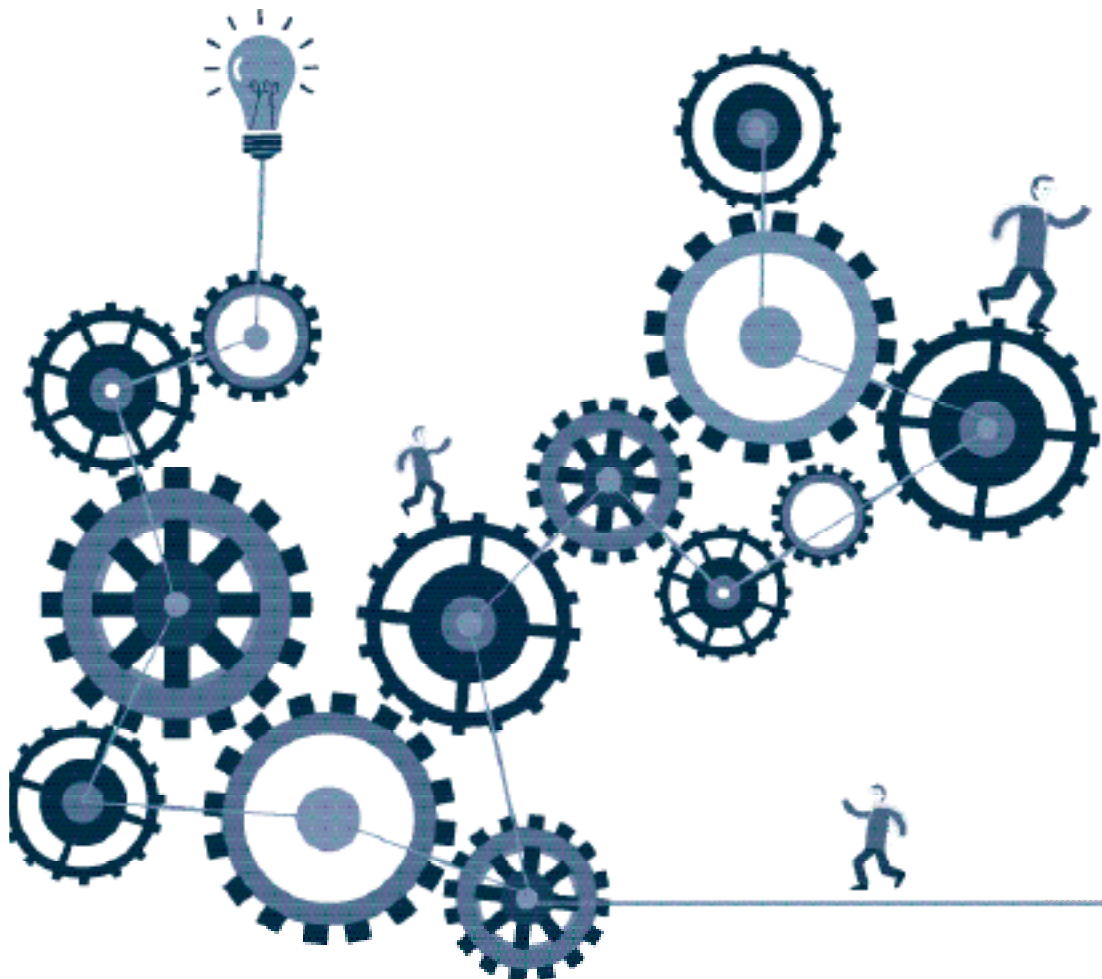
Agradecemos también al sello Editorial USM, que ha confiado y financiado la impresión de este libro. Al mismo tiempo reconocemos a CORFO Región de Valparaíso, a la ONG Acción Emprendedora, al Cowork HOUSENOVO y al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo a través de la Seremía de Economía, que son los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

Agradecemos a los 9.204 encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación y a la invaluable ayuda de quienes respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento, de los cuales 705 corresponden a la Región de Valparaíso.

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

¿CÓMO ES EL EMPREENDEDOR DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO?

Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso



SEXO

59,11% de los emprendedores iniciales y 67,39% de los emprendedores establecidos son hombres.

ESCOLARIDAD

Un 75,4% de los emprendedores en etapas iniciales tienen estudios universitarios.

EDAD

40 años para los emprendedores en etapas iniciales, mientras que para los establecidos es de 50 años.

MOTIVACIÓN

El 62,55 % de los emprendedores en etapas iniciales emprenden por oportunidad.

DEDICACIÓN

37,6% de los emprendedores iniciales y 21,1% de los emprendedores establecidos distribuyen su tiempo entre sus emprendimientos y otras actividades dependientes.

CREACIÓN DE EMPLEO

El 42,7% de los emprendedores iniciales y el 23,7% de los establecidos espera contratar más de 6 trabajadores en los próximos 5 años.

CONSUMIDORES

50,9% de los emprendedores en etapas iniciales y el 39,2% de los establecidos realizan ventas directas a consumidores finales (comercializar algún producto).

TECNOLOGÍA

El 65,3 % de los emprendedores iniciales y el 75,8% de los establecidos no utilizan nuevas tecnologías en sus productos.

INNOVACIÓN

El 47,1% de los emprendedores en etapas iniciales y el 40,5% de los establecidos considera que sus productos y servicios son nuevos para todos sus clientes.

UNA OPCIÓN DE VIDA

El 77,1% de la población piensa que emprender es una opción de carrera deseable.

INTRODUCCIÓN

En sus 22 años de trayectoria, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (en adelante GEM por su sigla en inglés) ha evolucionado para facilitar el análisis de las distintas variables que componen el estudio, permitiendo siempre la posibilidad de comparar los datos a nivel internacional, nacional y regional. A lo largo de los años y con el apoyo de múltiples investigadores, el GEM se ha esforzado en lograr una mayor y mejor profundidad en la comprensión del fenómeno del emprendimiento y la creación de empresas.

Actualmente, GEM es el mayor estudio comparable sobre la actividad emprendedora y es un referente internacional en la creación de indicadores sobre la valoración social hacia el emprendimiento, las características de la actividad emprendedora y los ecosistemas de emprendimiento en diferentes países.

1.1 ACERCA DEL GEM

Desde 1997 el proyecto GEM se ha posicionado como el proyecto de investigación académico más extenso sobre la actividad y dinámica emprendedora a nivel mundial. Con el fin de supervisar el trabajo de los equipos nacionales responsables de proveer los datos, en 2004 se conformó la Global

Entrepreneurship Research Association (GERA). GERA es una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales y de las 2 instituciones fundadoras, Babson College y London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.

1.2 OBJETIVOS DEL GEM

Desde sus inicios, el GEM se ha fijado los siguientes objetivos de investigación:

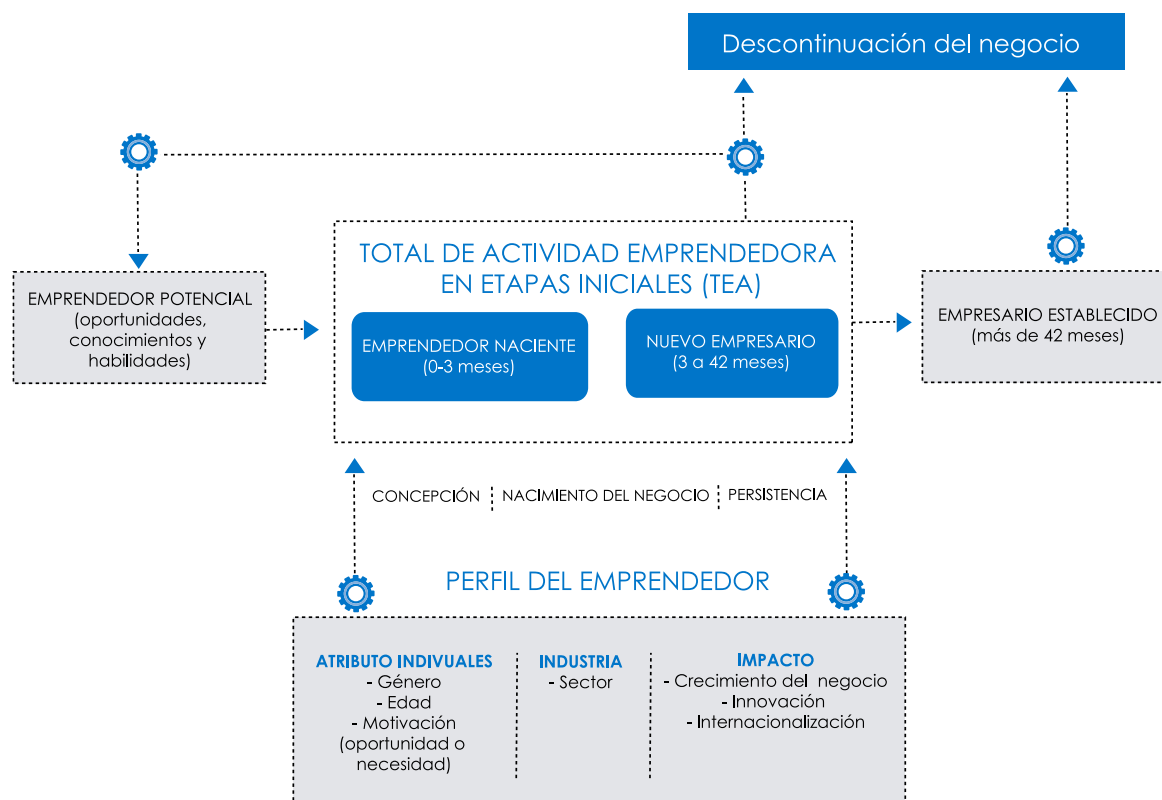
- **Medir** los diferentes niveles de actividad emprendedora entre los países.
- **Descubrir** los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional.
- **Identificar** políticas que pueden mejorar los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional.

Para ello, una de las características distintivas del GEM ha sido definir como objeto de estudio a la persona que desarrolla actividades emprendedoras y no a la empresa en sí. El GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona desde el momento en que compromete

recursos para iniciar un negocio, incluyendo las distintas etapas de consolidación del negocio. Esta innovación metodológica permite comprender la actividad emprendedora como un proceso que identifica 4 etapas, las cuales se explican en la siguiente sección.

1.3 EL PROCESO EMPRENDEDOR

Figura 1. El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM.



Fuente: GEM Global Report, 2017-2018.

Como se puede apreciar en la Figura 1, un individuo se puede clasificar dependiendo de la etapa en la que se encuentra su negocio. La primera etapa se denomina emprendedor potencial, la categoría que incluye a las personas que afirman estar pensando en poner en marcha un nuevo negocio pero que aún no han iniciado acciones concretas. Es relevante destacar que a este grupo solo se le mide su valoración hacia el emprendimiento y percepción de atributos individuales.

La segunda etapa se denomina emprendedor naciente, aquí se agrupa a las personas que declaran haber iniciado la puesta en marcha de un nuevo negocio y también quienes afirman haber pagado salarios a sus empleados y/o a él mismo, por un periodo no mayor a 3 meses. Esta etapa cubre desde el inicio, con la concepción de la empresa, hasta el momento de su nacimiento.

Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribución por más de 3 meses a cualquier persona, incluido 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 empresa.

La tercera etapa se denomina nuevo empresario, que agrupa a aquellas personas que han puesto en marcha un nuevo negocio pagando salarios durante un nuevo periodo de tiempo que va desde los 3 a los 42 meses.

El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. El conjunto de emprendedores nacientes y nuevos empresarios con menos de 42 meses de operación, es lo que el GEM denomina Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (en adelante TEA¹ por su sigla en inglés que significa Total Early-Stage Entrepreneurial Activity).

La cuarta etapa se denomina empresario establecido, clasificación que reúne a aquellas personas que han estado al frente de la operación de su empresa pagando salarios durante más de 42 meses. Esta se conoce como etapa de persistencia y busca la consolidación de la empresa, pues sus negocios han superado el denominado “valle de la muerte” y han dejado atrás las etapas iniciales.

1.4 EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

El GEM propone indicadores para medir los 3 actores fundamentales de la actividad emprendedora: el individuo emprendedor, su actividad emprendedora y el entorno emprendedor, entendiendo que las condiciones del entorno (social, cultural, económico y político) promueven o disipan la intención de emprender como una opción para capturar valor, crear nuevos puestos de trabajo y contribuir al desarrollo socio económico de los países. A continuación, se describe cada uno de los 3 componentes fundamentales del emprendimiento:

Entorno para la actividad emprendedora: se refiere a las condiciones del contexto nacional y empresarial que estimulan o frenan

la actividad emprendedora en una determinada economía. El entorno emprendedor se agrupa en 3 grandes segmentos: requerimientos básicos (configuración institucional, infraestructura, estabilidad macroeconómica, niveles de educación básica y unas condiciones de salud adecuada); estimuladores de eficiencia (niveles de educación y capacitación, eficiencia de los mercados de bienes y servicios, y tamaño del mercados); y en las condiciones para la innovación y sofisticación de los negocios (políticas de gobierno, educación emprendedora, transferencia de I+D, apertura de mercados internos, líneas de financiamiento, infraestructura y normas sociales y culturales).

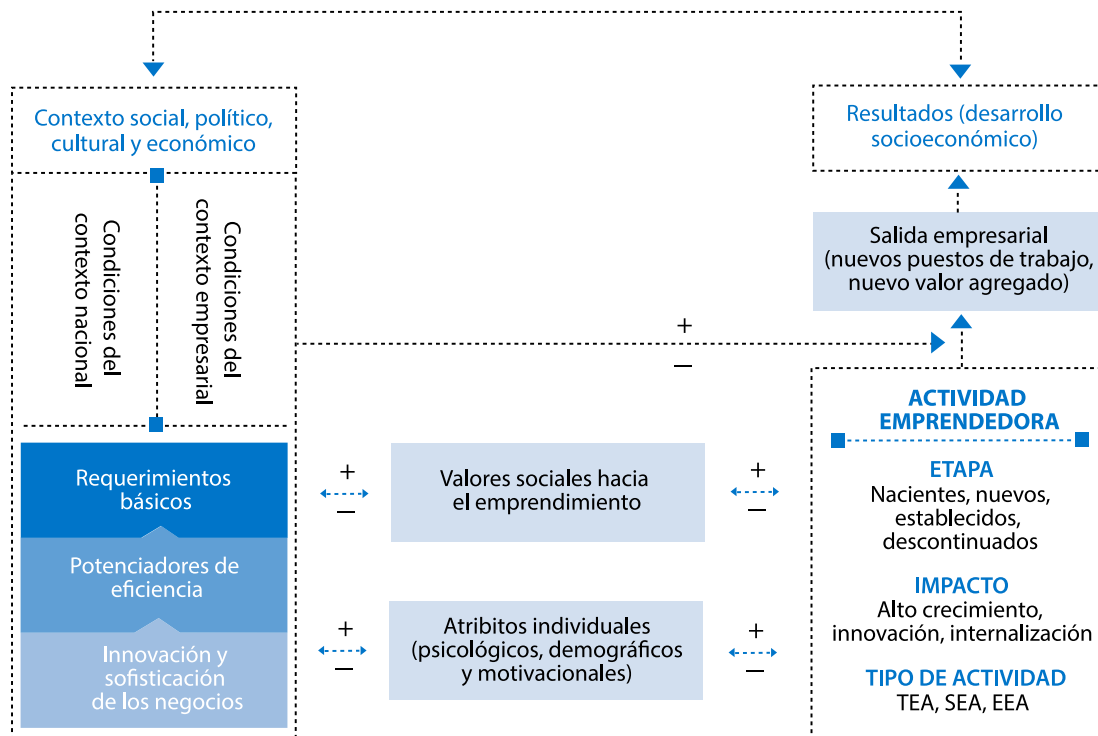
Individuos emprendedores: se refiere a quienes reciben la influencia del entorno y actúan en función de los valores que la sociedad atribuye a los emprendedores. Los atributos individuales tienen que ver con características demográficas (género, edad, nivel de escolaridad, ubicación geográfica, entre otros) y la percepción sobre las oportunidades, el miedo al fracaso, las capacidades personales y los aspectos motivacionales. En tanto, el GEM considera los valores sociales a través de aspectos asociados a la legitimidad del emprendimiento como opción de carrera

deseable, el reconocimiento social que gozan los emprendedores y la atención que reciben de los medios (Kwon y Arenius, 2010).

Actividades emprendedoras: se refiere a las etapas del ciclo de vida organizacional (nacientes, nuevos, establecidos y discontinuados), su impacto (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y tipo de actividad, es decir, Total de Actividad emprendedora en Etapas Iniciales (TEA); Emprendimiento Social (SEA); y Actividad Emprendedora de Empleados (EEA).

En la **Figura 2** se muestra cómo la dinámica emprendedora de un país o región estará relacionada con los 3 componentes antes descritos.

Figura 2 El marco conceptual del GEM.



Fuente: GEM Global Report, 2017-2018.

¹Es necesario añadir que el total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA), no necesariamente es equivalente a la sumatoria directa entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios, pues el TEA se calcula como porcentaje de la población. Es decir, una persona que lidera al mismo tiempo un emprendimiento naciente y una nueva empresa, para efectos del cálculo del TEA representa a una persona. Por lo tanto, es esperable que haya una mínima diferencia entre el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales y la suma directa de emprendedores nacientes y nuevos empresarios.

Es importante señalar que los componentes del entorno están presentes en combinaciones que difieren entre los países que se encuentran en las distintas fases de desarrollo económico, lo que sugiere que el diseño de las políticas públicas debería considerar las particularidades de cada contexto.

La evidencia indica que los países clasificados entre las economías basadas en recursos están

condicionados por los requerimientos básicos, en tanto los países cuyas economías se encuentran en fase de eficiencia, requieren que el contexto promueva aquellas condiciones potenciadoras de eficiencia. Por último, los países situados en la fase de innovación son impulsados por aquellos factores que generan las condiciones para la innovación y sofisticación de los negocios (Bosma, 2012).

1.5 METODOLOGÍA DEL GEM

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA para asegurar la calidad y confiabilidad de los datos.

El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos, con el fin de obtener muestras representativas a nivel nacional y regional que permitan comparar todos los países participantes. Para capturar las interacciones entre los individuos y el entorno en el que actúan, GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

- **La Encuesta a la Población Adulta** (en adelante APS, por su sigla en inglés que corresponde a Adult Population Survey) se aplica a un mínimo de dos mil adultos, entre 18 y 64 años, en cada país participante en el proyecto. Con ella se analiza profundamente la relación de los valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades emprendedoras de las personas a nivel nacional. En el ciclo 2017 participó un total de 9.204 personas a nivel nacional, 705 pertenecientes a la Región de Valparaíso, logrando obtener representatividad en las 15 regiones del país.
- **La Encuesta Nacional de Expertos** (en adelante NES, por su sigla en inglés que corresponde a National Expert Survey) es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 expertos a nivel nacional, que recoge información de las condiciones del

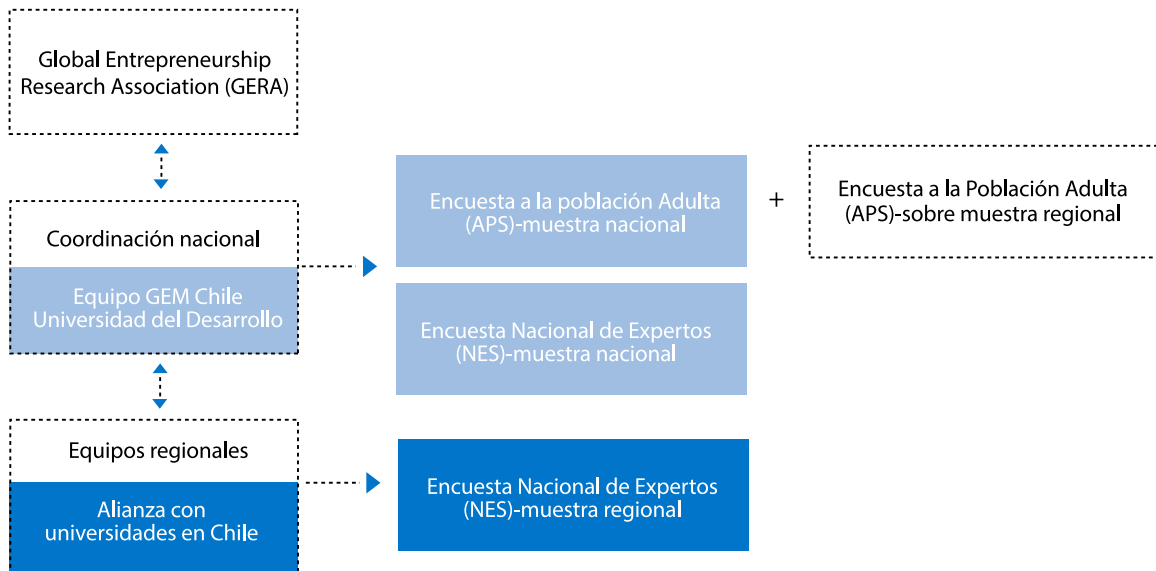
entorno empresarial en cada país. En el ciclo 2017, participó un total de 468 expertos a nivel nacional, 39 pertenecen a la Región de Valparaíso, logrando obtener información detallada en 11 regiones del país.

En la **Figura 3** se presenta cómo se articula el proceso de levantamiento de datos en Chile. El Global Entrepreneurship Research Association (GERA) proporciona los instrumentos estandarizados y supervisa el trabajo de campo que realizan los equipos nacionales con el fin de asegurar la calidad de la información. La Universidad del Desarrollo forma parte del GERA y lidera el proyecto GEM en Chile, coordinando el levantamiento, armonización y procesamiento de las encuestas APS y NES.

A su vez, en alianza con prestigiosas universidades del país, como la Universidad Técnica Federico Santa María para la Región de Valparaíso, se ha logrado patrocinar el levantamiento de información adicional que amplía la representatividad a nivel regional para la encuesta a la población adulta y a expertos.

La Encuesta a la Población Adulta es implementada de manera centralizada por el equipo GEM Chile tanto para muestras nacional como las sobre muestras en regiones.

La Encuesta Nacional de Expertos combina una muestra nacional y regional, incorporado el trabajo realizado por el equipo nacional y por los equipos regionales.

Figura 3. Proceso GEM en Chile.

Fuente: GEM Reporte Nacional de Chile, 2017.

De esta manera, el GEM Chile ha permitido contar con información representativa a nivel nacional y regional y regional sobre los emprendedores, sus negocios y las condiciones del ecosistema para el emprendimiento.

1.6 SOBRE ESTE REPORTE

Incluyendo la presente edición, Chile ha participado en 15 ciclos del estudio. La información presentada en este reporte está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. Analiza los indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia

el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como el contexto para emprender en Valparaíso, incluyendo algunos indicadores nacionales de las diferentes regiones que participaron en el GEM Chile 2017.



2

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. 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 en esta sección corresponde a los principales resultados arrojados en la encuesta a la población adulta (APS), del año 2017.

2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

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

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

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

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

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

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

Por otra parte, el hecho que un individuo tenga una actitud positiva hacia el emprendimiento no significa que él o ella efectivamente vaya a iniciar un nuevo negocio. Cuando una persona decide emprender, lleva a cabo una serie de evaluaciones que, en algunas ocasiones, pueden ser conscientes y en otras no. En primer lugar, realiza una evaluación de los costos de oportunidad, los



cuales incluyen la comparación de los retornos esperados de la actividad emprendedora frente a los esperados en una ocupación de dependencia, por ejemplo ser empleado. Casi siempre, las personas prefieren “tener un empleo” antes de emprender, especialmente en los países donde las oportunidades de empleo son escasas y las empresariales son, por lo general, no muy gratificantes. Entonces, la persona desarrolla una evaluación de riesgo versus recompensa y aun cuando la recompensa esperada del emprendimiento es considerablemente más alta, los riesgos de emprender pueden ser demasiados altos para quien está pensando iniciar un nuevo negocio. Esto porque los riesgos individuales son un factor importante en el paso de un negocio potencial a uno real (Khilstrom y Laffont, 1979). Por ejemplo, el miedo al fracaso en un emprendimiento puede afectar de forma significativa la actitud que una persona tiene al emprender. Generalmente, las personas que poseen un empleo con altas remuneraciones tienden a evaluar las posibilidades

reales de aumentarlo antes de emprender. Por otra parte, específicamente el segmento de mujeres, tiende a evaluar las posibilidades de conciliar la vida familiar con el emprendimiento o las posibilidades de aumentar el ingreso familiar.

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

No obstante, tampoco existe un patrón general que describa las secuencias de evaluación o decisiones, así como los pasos para iniciar un



negocio. Por ejemplo, es también posible que las personas decidan iniciar un negocio cuando una oportunidad muy específica aparece en forma inesperada. Pueden actuar en esas circunstancias a pesar que antes que apareciera la oportunidad de negocio, no veían oportunidades para iniciarlo en esa área. Esas personas no han considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó.

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 (31,10%) siendo menor a la media nacional (32,41%). En comparación a la última medición, las cifras también permiten destacar que en la región las personas se perciben levemente más capaces de emprender (62,42%) con respecto a la media nacional (61,83%) y la percepción del año anterior (61,90%). Así mismo, existe un aumento en la percepción de oportunidades (55,10%) en comparación a la medición anterior (47,59%) aunque esta es levemente menor a la media nacional (55,53%).

Tabla 1: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2017 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	57,71%	56,42%	31,13%	72,16%	65,10%	62,10%
II - Antofagasta	52,97%	58,00%	32,39%	70,89%	58,05%	54,71%
III - Atacama	45,14%	63,87%	23,87%	77,99%	63,19%	67,23%
IV - Coquimbo	56,21%	65,28%	30,41%	74,25%	60,92%	64,70%
V - Valparaíso	55,10%	62,42%	31,10%	77,06%	62,82%	61,87%
VI - Lib. Bdo. O'Higgins	62,19%	60,72%	34,37%	81,25%	71,65%	72,09%
VII - Maule	47,96%	65,04%	36,35%	75,51%	69,29%	61,19%
VIII - Biobío	49,06%	59,98%	37,90%	75,07%	68,17%	67,21%
IX - Araucanía	43,17%	62,44%	35,94%	72,85%	60,67%	58,99%
X - Los Lagos	55,92%	64,77%	33,52%	74,20%	64,26%	58,80%
XI - Aysén	68,10%	68,74%	30,75%	75,86%	61,99%	65,95%
XII - Magallanes	73,06%	62,38%	26,80%	73,49%	57,10%	61,47%
XIII - Metropolitana	59,08%	61,24%	30,69%	71,26%	59,87%	59,74%
XIV - De Los Ríos	55,90%	68,46%	32,69%	79,31%	70,06%	73,66%
XV - Arica y Parinacota	61,27%	59,48%	27,98%	74,07%	60,41%	60,78%
Chile	55,53%	61,83%	32,41%	73,76%	62,87%	62,04%

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile, 2017.

Se destaca también un aumento en el reconocimiento al emprendimiento como carrera deseable (77,06%), en comparación a la media nacional (73,76%) y a la medición anterior (64,69%), por otra parte, la tasa de reconocimiento a los emprendedores exitosos (62,82%), es levemente menor a la media nacional (62,87%) pero mayor al año anterior (62,22%). A modo de

resumen, este año la Región de Valparaíso presenta un panorama alentador en términos de la percepción de la población general en torno al emprendimiento comparado con la media nacional y en relación a años anteriores. Cabe destacar el escaso temor a fracasar y el alto reconocimiento al emprendimiento como carrera deseable que muestran los emprendedores de la Región de Valparaíso.

2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

Como fue mencionado en la introducción, el GEM conceptualiza la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye a (1) los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio, (2) los emprendedores dueños de nuevos negocios y (3) a quienes poseen un negocio ya establecido. Además, el GEM evalúa el ritmo y la naturaleza de la discontinuación de negocios. Como resultado, se dispone de los indicadores en las diferentes fases del proceso emprendedor. La Tabla 2 resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada una de las regiones participantes en el GEM Chile 2017.

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

La Región de Valparaíso se encuentra bajo la media en relación al índice de actividad emprendedora naciente, con un 14,45% de su población

económicamente activa involucrada en esta categoría de actividad, siendo similar a la media para todo el país (14,71%). Sin embargo, el resultado se revierte en el caso de nuevos negocios, gerentes y propietarios, donde un 10,70% de la población regional se considera así, versus un 9,69% a nivel nacional.

En cuanto al TEA (Fase Inicial de Actividad Emprendedora), la Región de Valparaíso presenta un 24,98% de emprendedores en etapas iniciales, porcentaje levemente inferior respecto de la medición anterior, donde se obtuvo un 25,27%. En relación a los emprendimientos establecidos se aprecia una notoria disminución (9,44%) frente al año anterior (11,23%), estando levemente bajo la media nacional (9,69%).



Tabla 2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2017 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	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento	Actividad emprendedora por oportunidad de independencia (% de TEA)	Actividad emprendedora por motivos mixtos (% de TEA)	Actividad emprendedora por necesidad (% de TEA)
I - Tarapacá	16,85%	8,81%	25,23%	8,98%	5,80%	33,59%	22,00%	2,28%	42,13%
II - Antofagasta	14,21%	10,65%	23,77%	6,36%	6,05%	31,51%	22,74%	11,85%	33,89%
III - Atacama	16,93%	8,23%	24,46%	7,26%	5,00%	30,44%	16,75%	17,36%	35,45%
IV - Coquimbo	14,28%	8,56%	22,63%	8,84%	6,27%	29,52%	26,49%	11,61%	32,37%
V - Valparaíso	14,45%	10,70%	24,98%	9,44%	5,00%	33,17%	29,38%	5,82%	31,63%
VI - Lib. Bdo. O'Higgins	13,28%	8,31%	21,59%	9,46%	5,77%	41,14%	21,86%	7,31%	29,70%
VII - Maule	13,97%	10,48%	23,74%	15,08%	5,85%	38,15%	21,64%	11,50%	28,71%
VIII - Biobío	13,54%	10,15%	23,26%	10,13%	5,30%	37,85%	16,99%	5,90%	39,25%
IX - Araucanía	11,60%	8,20%	19,27%	12,49%	4,07%	37,97%	23,55%	4,87%	33,61%
X - Los Lagos	15,01%	8,84%	23,70%	13,95%	5,73%	40,46%	20,87%	9,51%	29,16%
XI - Aysén	19,58%	13,18%	32,10%	12,25%	4,76%	43,15%	25,68%	6,09%	25,08%
XII - Magallanes	15,19%	9,09%	24,02%	12,58%	3,64%	37,59%	32,39%	5,43%	24,60%
XIII - Metropolitana	15,55%	9,68%	24,32%	9,14%	5,80%	41,39%	21,94%	9,54%	27,13%
XIV - De Los Ríos	13,39%	11,51%	24,66%	10,11%	3,99%	33,73%	15,48%	9,65%	41,15%
XV - Arica y Parinacota	17,87%	9,22%	26,36%	6,72%	6,24%	24,46%	25,25%	22,84%	27,45%
Chile	14,71%	9,69%	23,80%	9,94%	5,52%	38,13%	22,31%	8,83%	30,72%

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile, 2017.

Asimismo, la **Tabla 2** también muestra que en la Región de Valparaíso un 5,00% 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 a la media nacional (5,52%) pero mayor a la medición anterior (3,89%).

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.

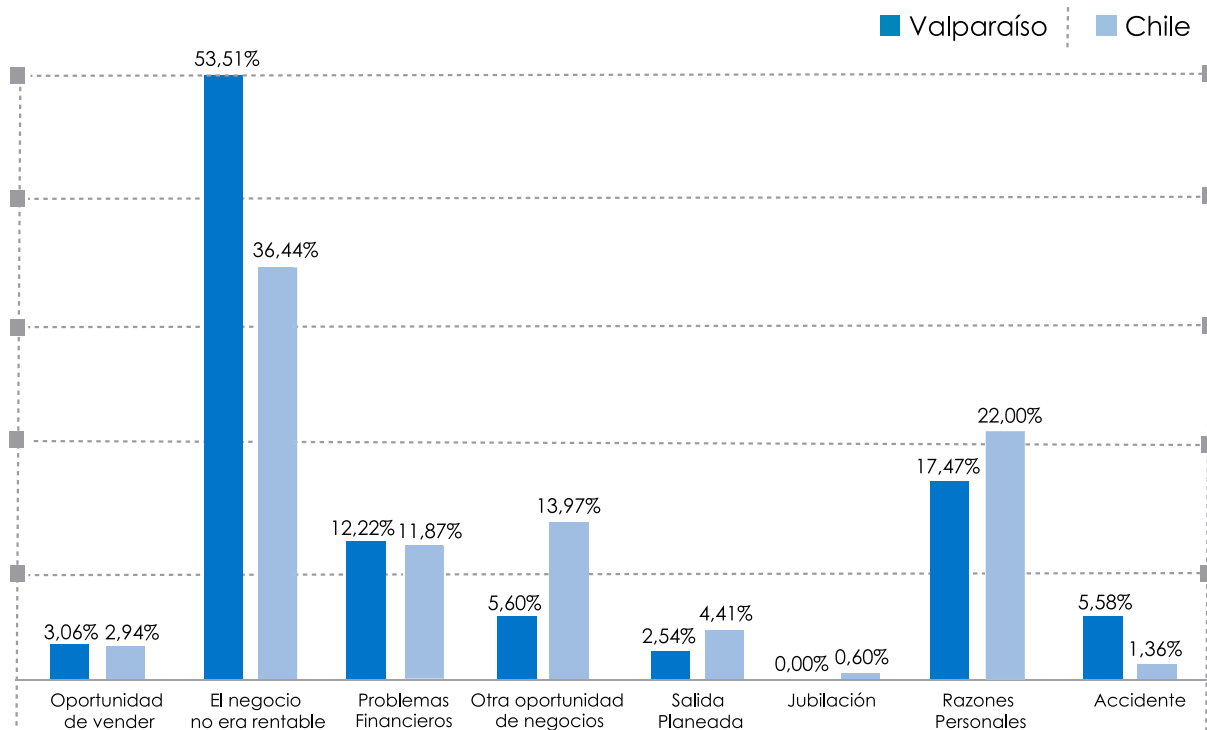
En este sentido, para muchos emprendedores que salen de un negocio, éste no es el fin de sus carreras emprendedoras, sino un nuevo comienzo. “El reciclamiento de emprendedores” (Mason y Harrison, 2006) se manifiesta principalmente de dos formas. En primer lugar, los emprendedores que se salieron pueden 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 (53,51%) como a nivel

nacional (36,44%). A esto le secundan las razones personales (17,47%) y problemas financieros (12,22%), 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 la ausencia de rentabilidad (32,77%) seguido de aprovechar otra oportunidad de negocio (25,4%) y las razones personales (18,47%). En resumen, para la Región de Valparaíso el motivo principal es la falta rentabilidad, la cual tiene un preocupante aumento en su peso relativo en comparación con la medición anterior, sumado a esto, es necesario destacar la notoria baja en otra oportunidad de negocios (5,60%) en comparación con el año anterior (25,40%).

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

* Porcentaje del total de emprendedores que discontinúan su emprendimiento de la Región de Valparaíso.



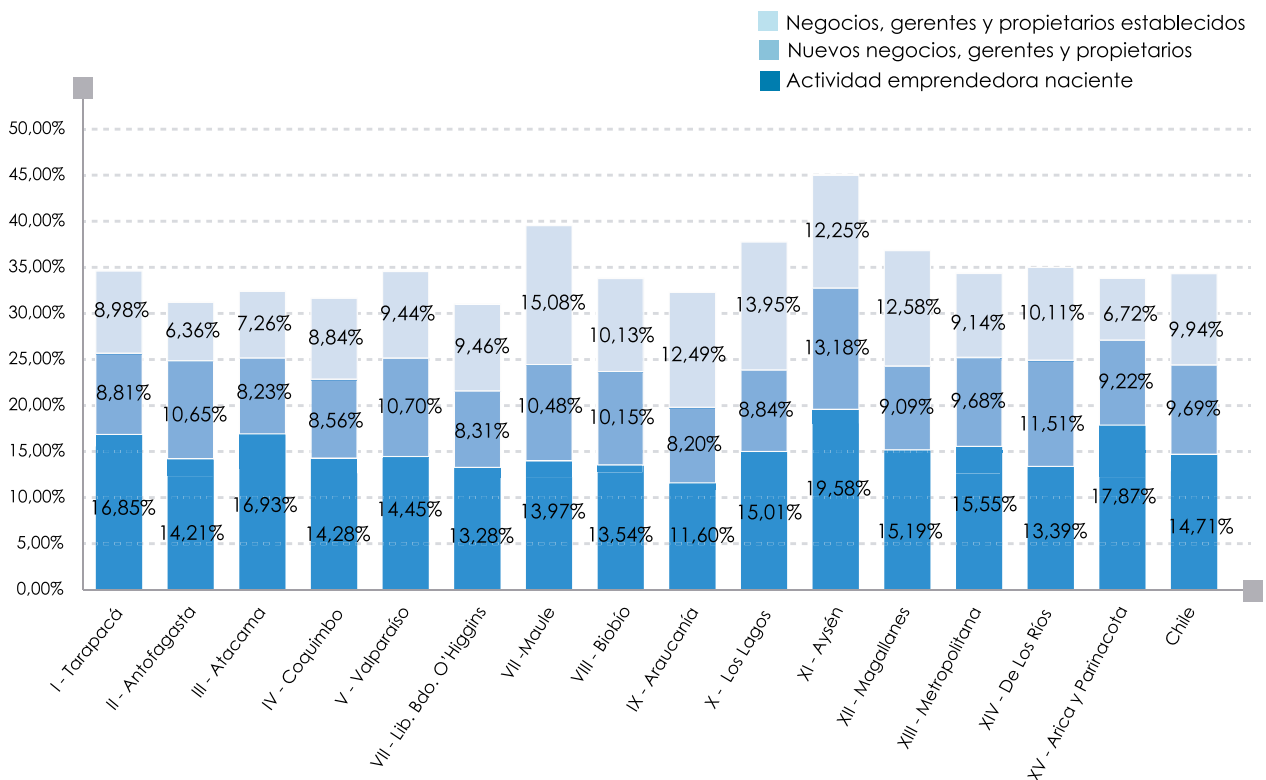
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

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, se aprecia una disminución en el porcentaje de emprendimientos establecidos (9,44%) en comparación a la medición anterior (11,23%).

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

* Porcentaje de la población adulta entre los 18 y 64 años



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

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 sus 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.

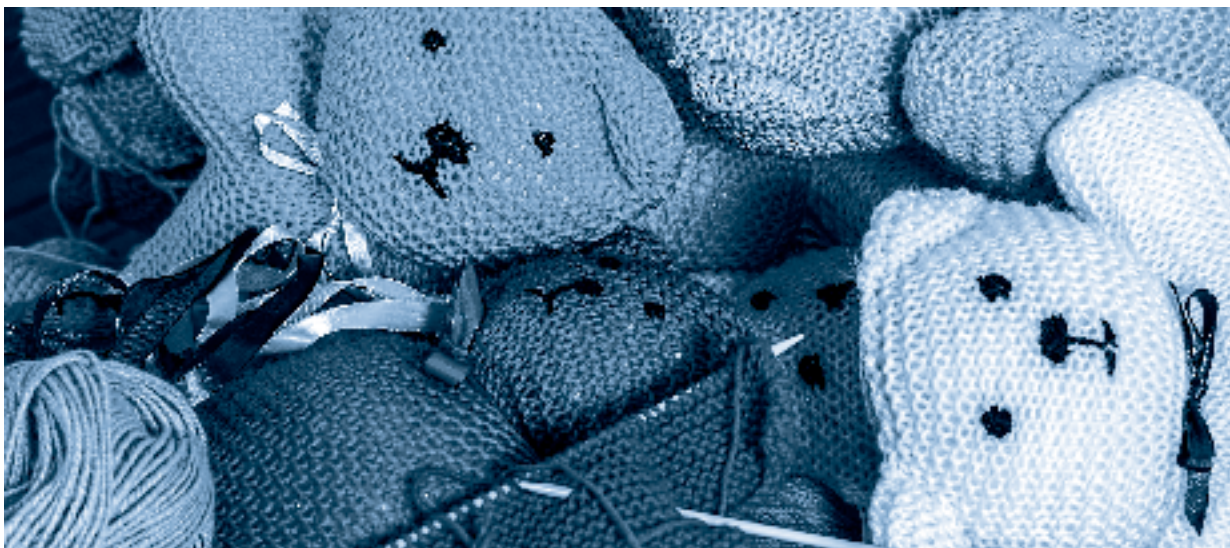
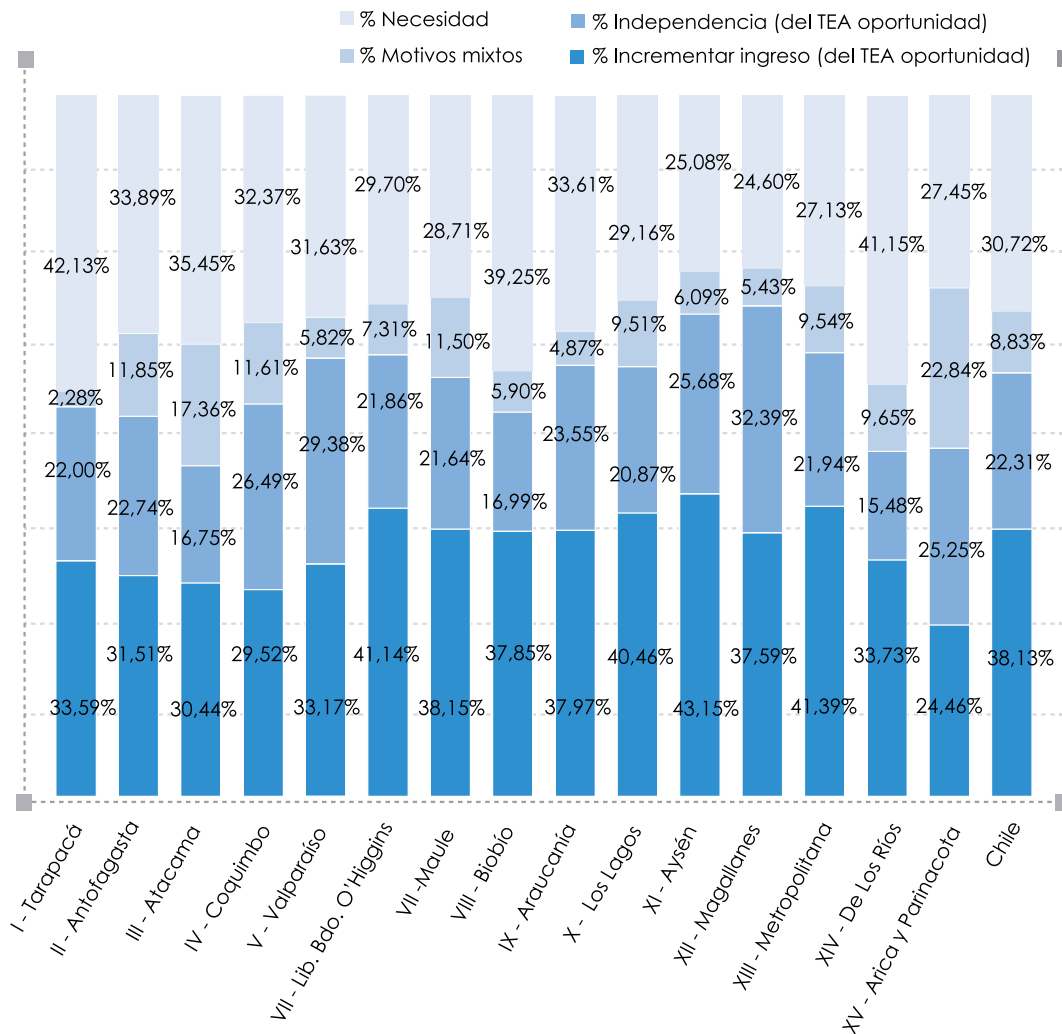


Figura 6: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales.

* Porcentaje del total de emprendedores en etapas iniciales.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

Un análisis más específico de la Región de Valparaíso da cuenta de una leve disminución en el emprendimiento por oportunidad llegando a 62,55% este año (64,62% en la medición anterior), aun así, es importante destacar que

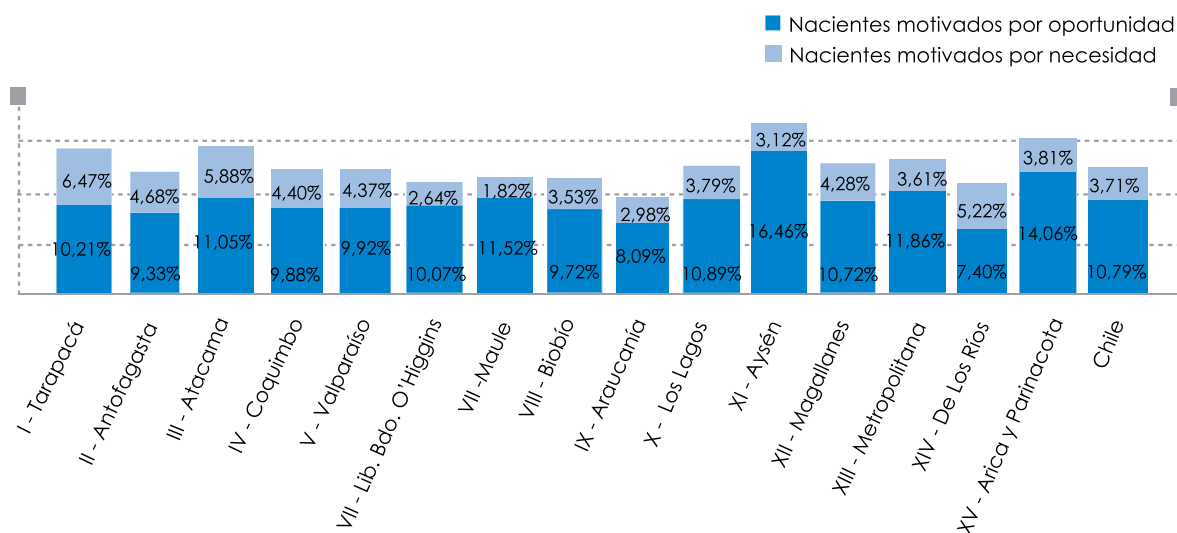
este indicador es mayor a la media nacional. Asimismo, este año se registró un aumento entre quienes afirman estar motivados por necesidad y no tener otra forma de ganarse la vida (31,63%) en comparación con el año anterior (29,65%).

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 2017.

Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender.

* Porcentaje de la población adulta entre los 18 y 64 años.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

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 levemente inferior de emprendedores nacientes motivados por una oportunidad (9,92%) en comparación a la media nacional (10,79%) y al contrario existe un porcentaje mayor de emprendedores nacientes motivados por necesidad (4,37%) que la media nacional (3,71%). 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 una considerable disminución (11,87% en 2016) mientras que el número de emprendedores nacientes motivados por necesidad muestra una

leve disminución (4,68% en 2016).

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 mala noticia, es que en términos absolutos, existe una disminución en el porcentaje de emprendimientos establecidos, sumado a una baja en el emprendimiento en etapas iniciales motivado por oportunidad, aunque este último sigue siendo mayor a la medida del país.

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.

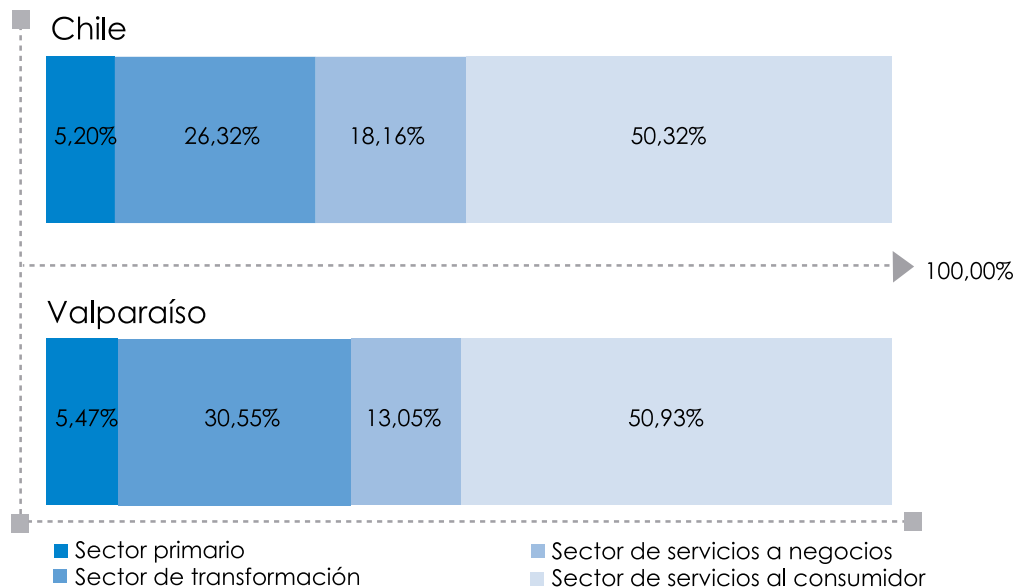
Las cifras demuestran que los emprendedores en etapas iniciales generan actividades orientadas principalmente a consumidores finales, seguido por quienes se orientan al sector de transformación, servicios empresariales y sector primario. Esta misma distribución se observa en los emprendedores establecidos, 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 50,93% en 2017 manifiesta estar orientado al consumidor final, frente a 52,83% mostrado en 2016, cifra cercana a la mostrada por todos los Reportes de la Región de Valparaíso desde el 2007. 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.

Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico.

* Porcentaje del total de emprendedores en etapas iniciales.



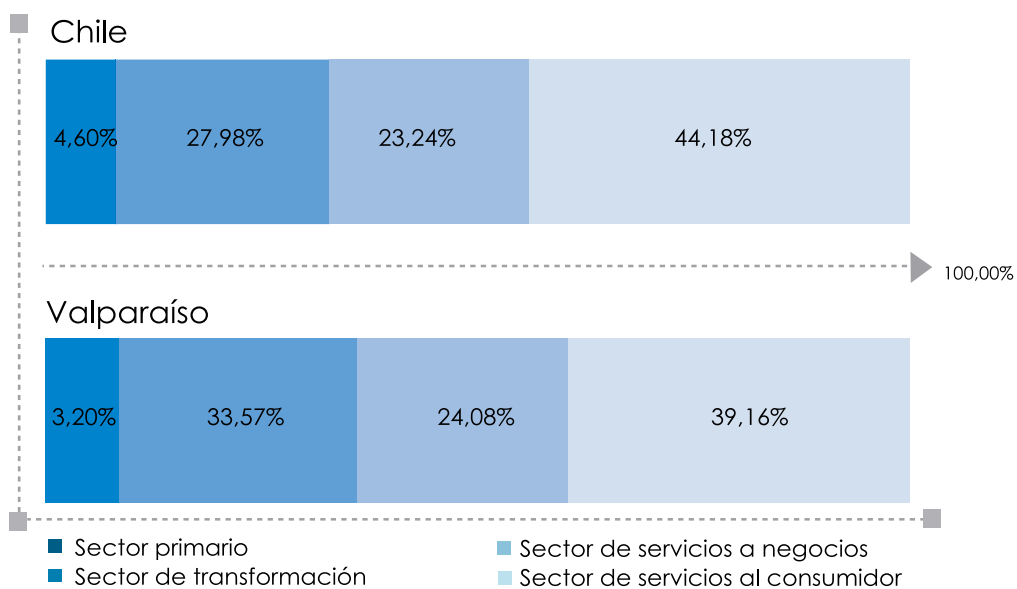
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

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 39,16%

en el caso de la Región de Valparaíso y un 44,18% a nivel nacional. Adicionalmente se destaca el sector de transformación que para la región de Valparaíso este año alcanza un 33,57%.

Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico.

* Porcentaje del total de emprendedores establecidos.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

Edad y Sexo

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

por lo general lo hacen a edades más tardías que los hombres.

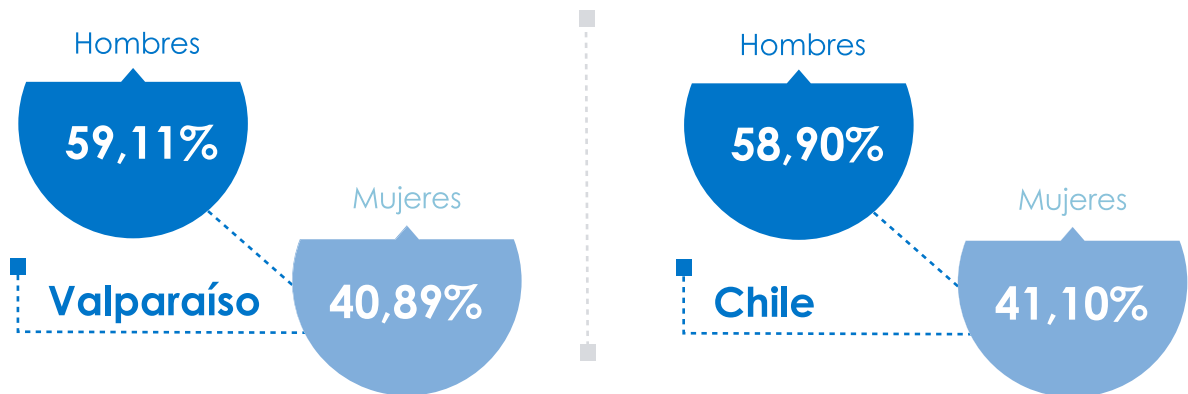
Como se ha visto a través de los años de realización del GEM, los niveles de actividad emprendedora difieren entre países y regiones, por lo cual es interesante estudiar algunas de las características propias de los emprendedores. Una perspectiva general en el entorno GEM en las regiones de Chile se muestra en la **Figura 10**, donde se puede observar el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora en etapas iniciales.

En las regiones chilenas predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. Los indicadores para la Región de Valparaíso respecto al total de los emprendedores en etapas iniciales no difieren de esta tendencia, en efecto, muestran que el 59,11% son hombres frente a 40,89% de

mujeres. Cabe destacar que estos resultados muestran un equilibrio constante respecto a los resultados obtenidos en los últimos años (55,00% y 45,00% respectivamente en 2016) y respecto a los resultados a nivel nacional (58,90% y 41,10% respectivamente).

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

* Porcentaje del total de emprendedores en etapas iniciales.



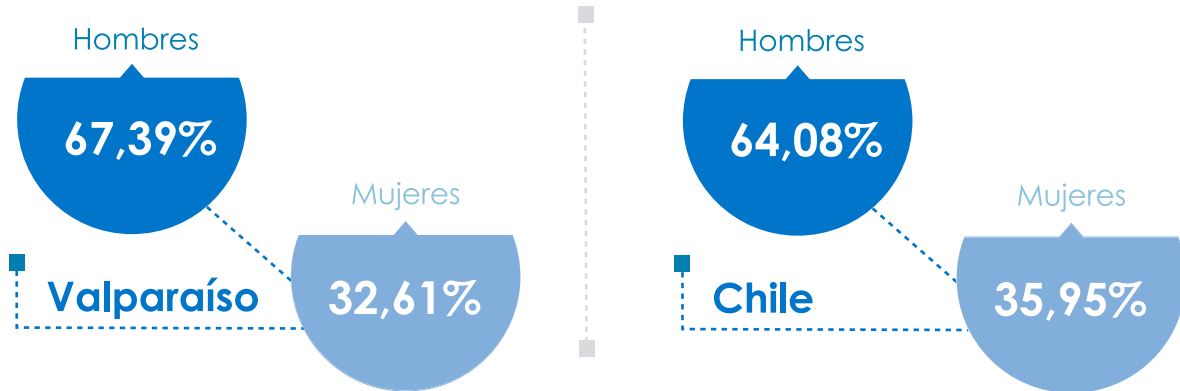
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

Por su parte la **Figura 11** muestra el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora establecida. De nuevo en las regiones de Chile predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. En este punto cabe destacar que para la Región de Valparaíso en el 2017 se registra una gran disminución de emprendedoras establecidas de sexo femenino, llegando a un 32,61% frente al 41,8% mostrado en la medición anterior. Llama fuertemente la atención que, tanto a nivel regional como a nivel nacional, el porcentaje de emprendedores establecidos hombres aumenta respecto al porcentaje de emprendedoras establecidas mujeres si se compara con los resultados para emprendedores en etapas iniciales. Esto puede interpretarse como que todavía a las mujeres les complica más que a los hombres mantener sus emprendimientos a lo largo del tiempo.



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

* Porcentaje del total de emprendedores establecidos.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

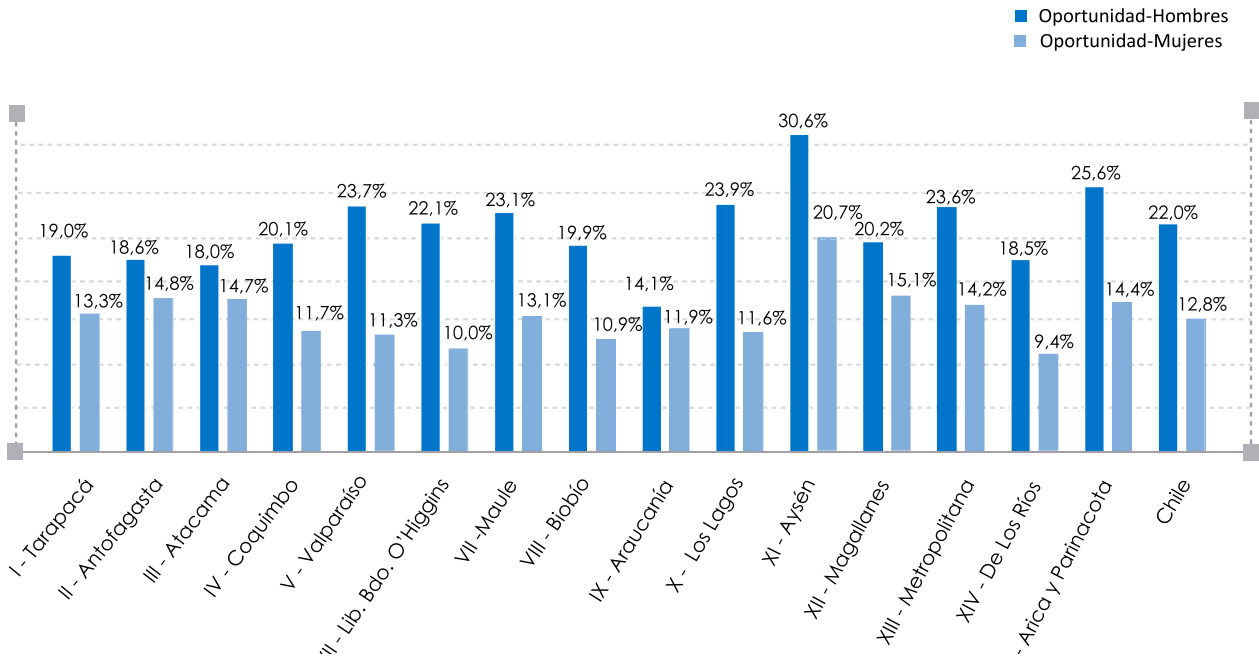
Respecto a la motivación principal para emprender, en la Región de Valparaíso hay un mayor número de hombres frente a las mujeres cuya motivación es la oportunidad. Para el período 2016 el porcentaje de hombres con actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad fue de 22,0% frente a 15,1% de las mujeres, lo cual entregó un ratio de 0,69 mientras que en la presente medición del año 2017 se

observa un ratio de 0,47 con un 23,7% de hombres y un 11,3% de mujeres. Al respecto y tal como muestra la **Figura 12**, es interesante destacar que en los hombres ha aumentado el emprendimiento por oportunidad (23,7%) en relación a la medición anterior (22,00%), en contraposición, el emprendimiento por oportunidad en mujeres (11,3%) tuvo una drástica disminución con respecto al año anterior (15,1%).



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

* Porcentaje del total de emprendedores en etapas iniciales.



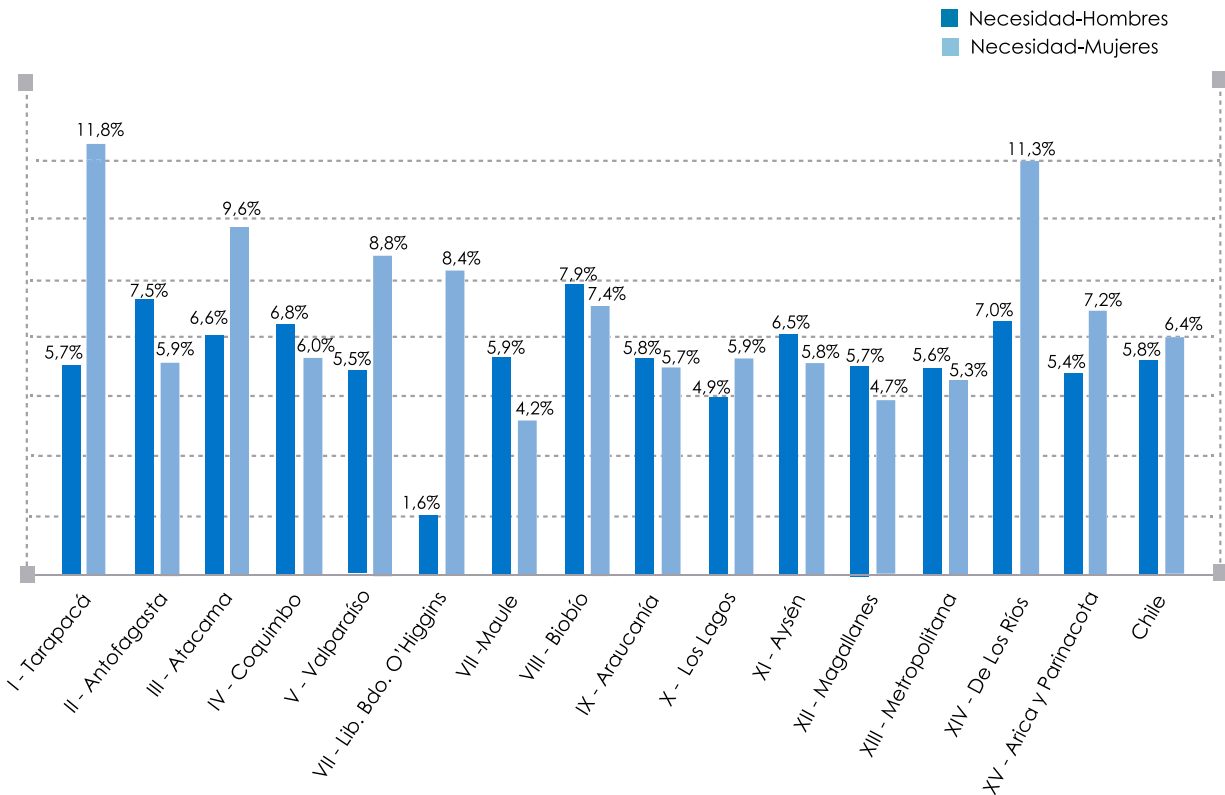
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

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 2016 para la Región de Valparaíso presentaban cifras de 6,2% para hombres y un 6,6% para mujeres, con un ratio de 1,07. Esta relación se hace más desigual para la medición del año 2017 con un 5,5% de hombres y un 8,8% para mujeres, con un ratio de 1,6. En ese sentido, destaca el aumento independiente del sexo en cuanto a esta motivación en emprendimientos en etapas iniciales para la Región de Valparaíso.

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

* Porcentaje del total de emprendedores en etapas iniciales.



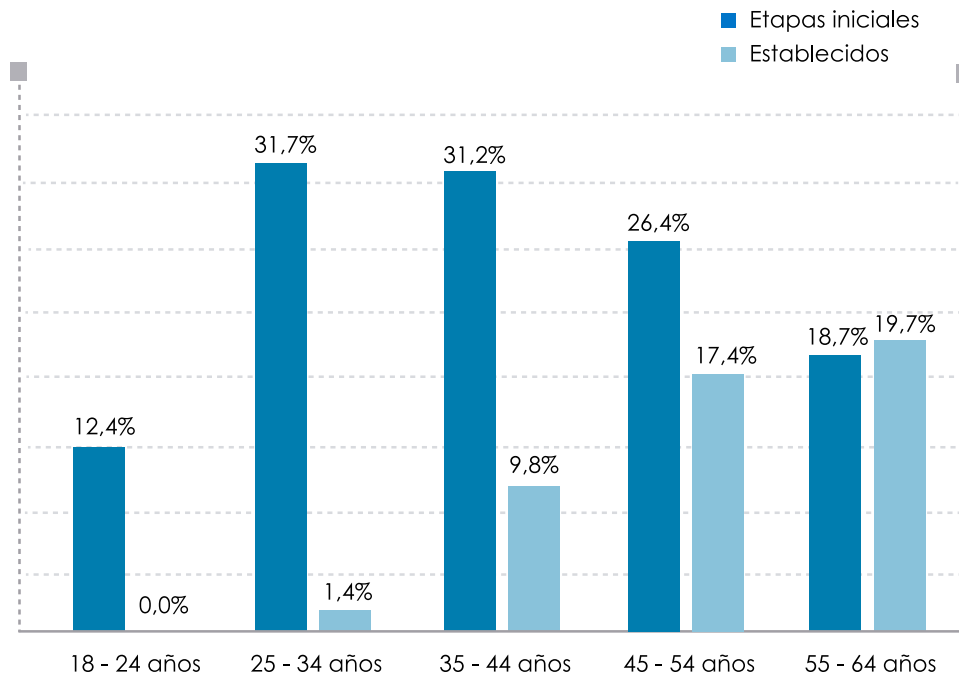
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2017.

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 25 a 34 años, mientras que el 2016 se registró la moda en el rango 35 a 44 años. Por otra parte, cabe destacar que los emprendedores establecidos tienden a presentar mayores rangos de edad, principalmente entre los 55 y 64 años, al igual que el año 2016.

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

* Porcentaje de la población adulta entre los 18 y 64 años de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

Adicionalmente, si bien la concentración según rango etario muestra un leve rejuvenecimiento de la población emprendedora en etapa inicial, la edad promedio de los emprendedores de la Región de Valparaíso sufre una leve variación respecto de las últimas mediciones. En efecto, para los emprendedores en etapas iniciales alcanza los 40 años (38 en 2016), mientras que para el caso de emprendedores establecidos la edad promedio llega a 50 años (50 en 2016). 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.



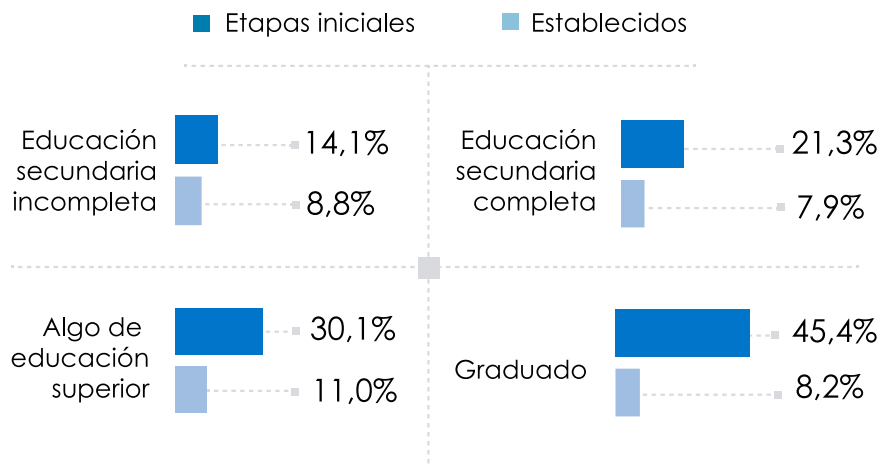
Nivel Educativo

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 (30,1%) o están graduados (45,4%) evidenciándose de este modo que la educación juega un papel fundamental en la actividad emprendedora. Para el caso de emprendimientos establecidos la mayor concentración en términos educacionales la tiene la categoría algo de educación superior (11,0%) registrando un panorama distinto a la medición anterior donde la mayor concentración se registraba en educación secundaria incompleta (18,4%).

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

* Porcentaje de la población adulta entre los 18 y 64 años de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

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.

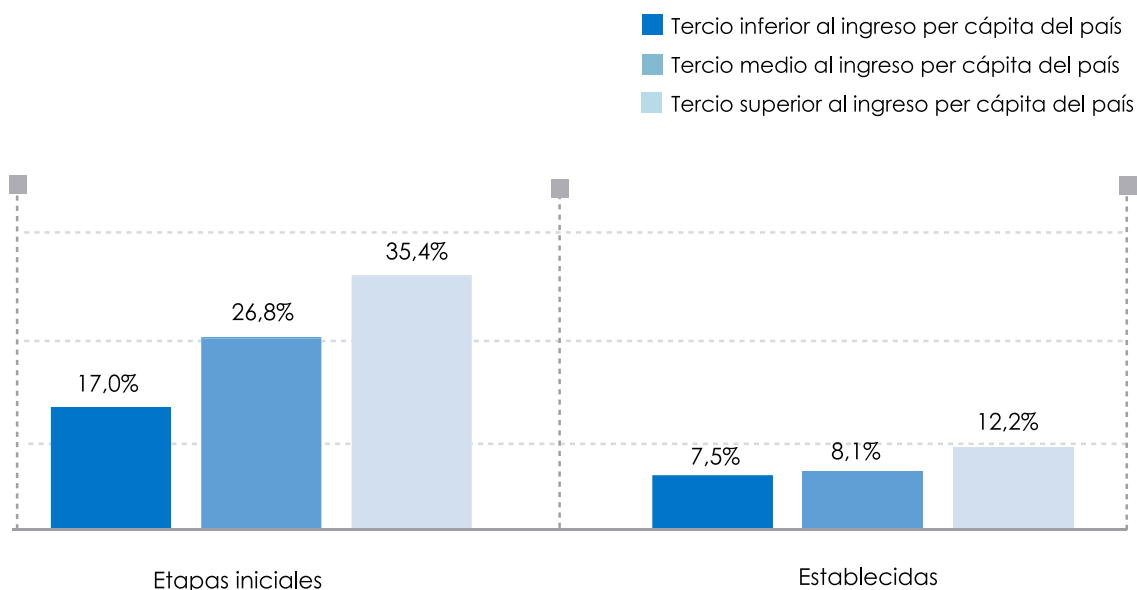
Nivel de Ingresos

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.

* Porcentaje de la población adulta entre los 18 y 64 años de Valparaíso.



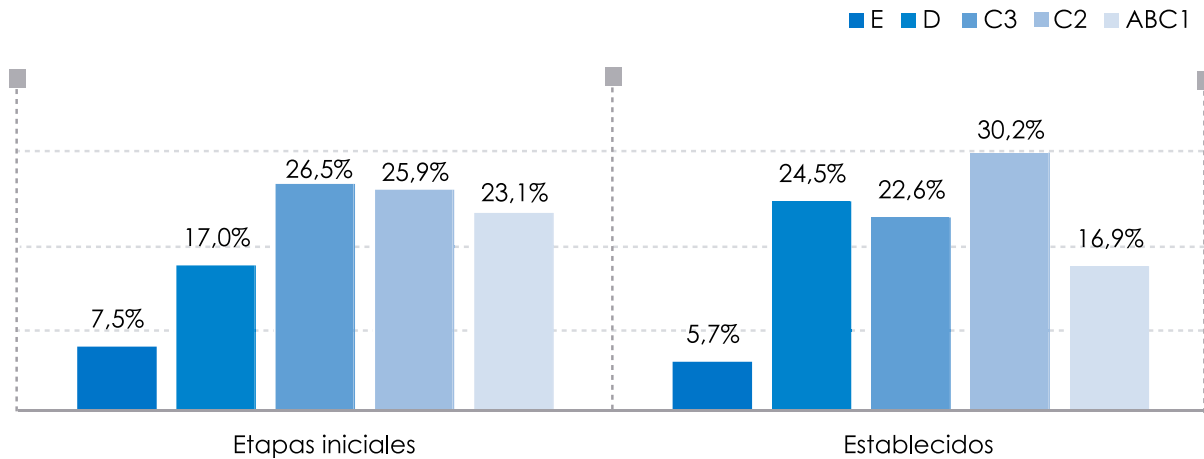
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 17** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías. De modo similar a lo evidenciado en la Figura 16, los emprendimientos en etapas iniciales se concentran en los niveles socioeconómicos C2 y C3 mientras que los emprendimientos establecidos se concentran en los niveles socioeconómicos D y C2. Cabe destacar

que a medida que se consolida la actividad emprendedora los ingresos tienden a disminuir en términos porcentuales, llegando a que un 16,9% de los emprendimientos establecidos se encuentran en el nivel socioeconómico ABC1 frente a un 23,1% de sus pares en etapas iniciales, lo que podría explicarse por un mayor nivel de utilización de nuevas tecnologías sumado a un mayor nivel educacional.

Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

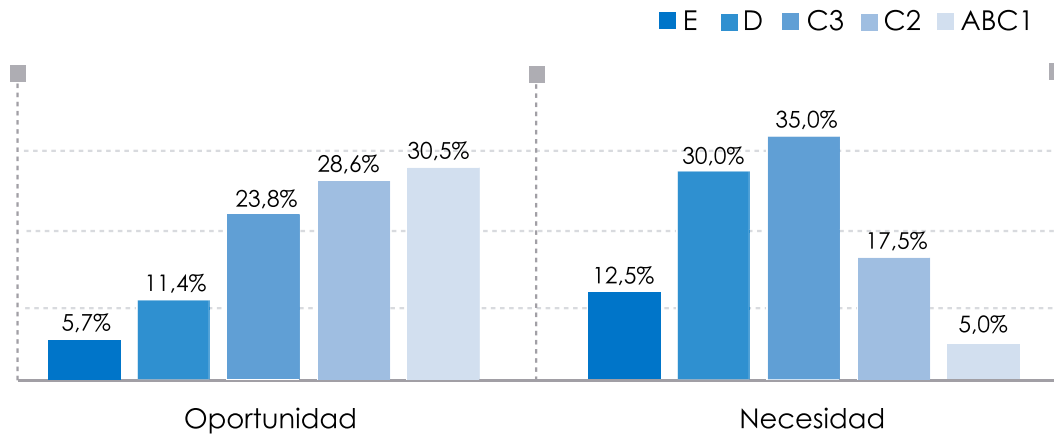
Finalmente, destacar que la dispar distribución socioeconómica mostrada en emprendimientos establecidos podría estar acusando dos tipos de emprendimiento, de modo similar a lo que sucede en el caso de emprendimientos en etapas iniciales como muestra la **Figura 18**. En ese sentido, la motivación para 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 (5,0%) frente a los emprendimientos motivados por oportunidad en el mismo nivel socioeconómico (30,5%).

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

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

* Porcentaje del total de emprendedores en etapas iniciales.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017

Situación laboral de los emprendedores

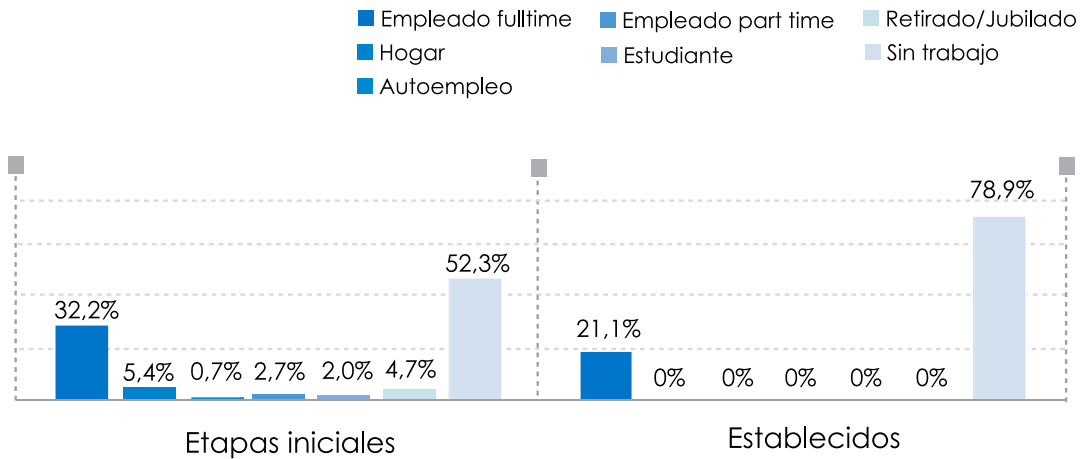
Un aspecto importante es analizar cuál es el estatus laboral de los emprendedores, dado que históricamente la gran mayoría, sobre todo los establecidos, muestran que son autoempleados o autónomos, es decir no tienen empleados formales. En este sentido es necesario aclarar que este porcentaje de personas 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.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

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 52,3% 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 78,9%. Destaca también la presencia de emprendedores que se declaran empleados full time tanto en etapas iniciales (32,2%) como establecidos (21,1%).

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 10,9% 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 5,5%, registrándose una disminución desde la última medición (11,1% y 11,3% respectivamente).

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

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

El primer grupo está formado por los empresarios que trabajan por cuenta propia y no tienen intención de crear empleos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, quienes fueron forzados a emprender por necesidad, como también, aquellos que están

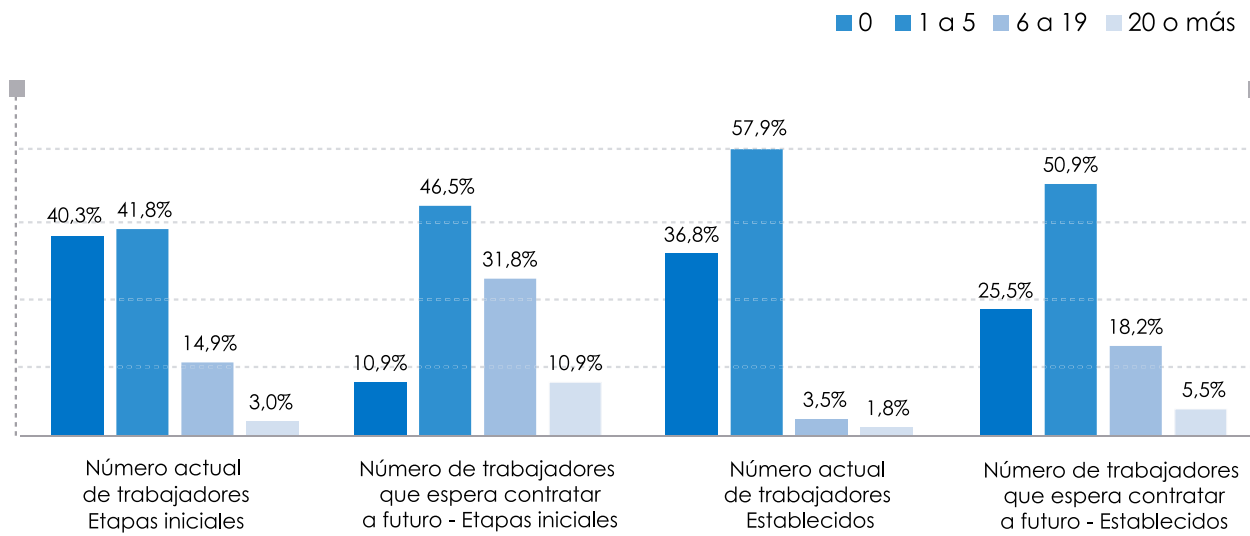
satisfechos con trabajar de forma profesional independiente. En el grupo de bajas expectativas de generación de empleo se encuentran los emprendedores en etapas iniciales que son modestos creadores de empleo y, a menudo contratan a personas de su propia red personal (como miembros de la familia y amigos).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

Como se observa en la **Figura 20**, la mayor parte de los emprendedores, tanto en etapas iniciales como en establecidos, actualmente tienen entre 1 a 5 trabajadores en sus negocios, seguido por quienes no tienen trabajadores, 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 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 medianos, aspiran a seguir creciendo.

Según las cifras, se estima que el 46,5% de los emprendedores en etapas iniciales y el 50,9% de los establecidos aspiran a contratar entre 1 a 5 trabajadores en el futuro mostrando un aumento respecto del año 2016 (45,2% y 45,2% respectivamente), seguido por un 31,8% de emprendedores en etapas iniciales que aspira a contratar 6 a 19 trabajadores frente a un 25,5% 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.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

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

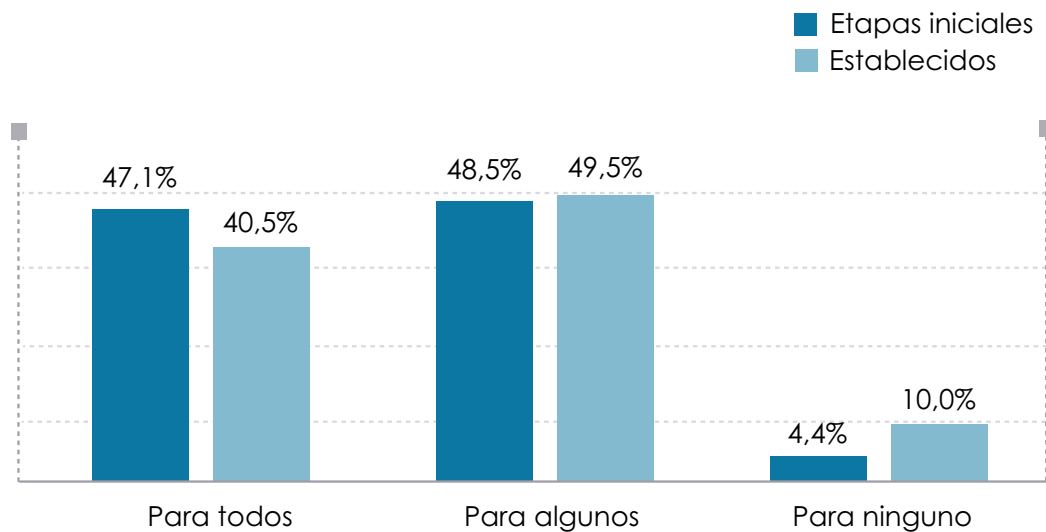
hay pocos productos o servicios disponibles, por lo cual cualquier introducción es considerada como novedosa y la competencia también es débil. Así, algunos países de economías basadas en eficiencia, Chile entre ellos, presentan los mayores índices. Esto se puede deber a que los mercados internos tal 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 (48,5% y 49,5% respectivamente) siguiendo con la tendencia de la medición anterior, 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, esta idea tomó fuerza al observar que un 47,1% de los emprendedores en etapas iniciales y un 40,5% de los establecidos afirman que sus productos son nuevos para todos sus consumidores. En resumen, se puede afirmar que la mayor parte de los emprendimientos tanto en etapas iniciales como establecidos para la Región de Valparaíso en el periodo 2017 está ofreciendo productos o servicios innovadores mientras que son cada vez menos quienes ofrecen productos o servicios que no son innovadores.

Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



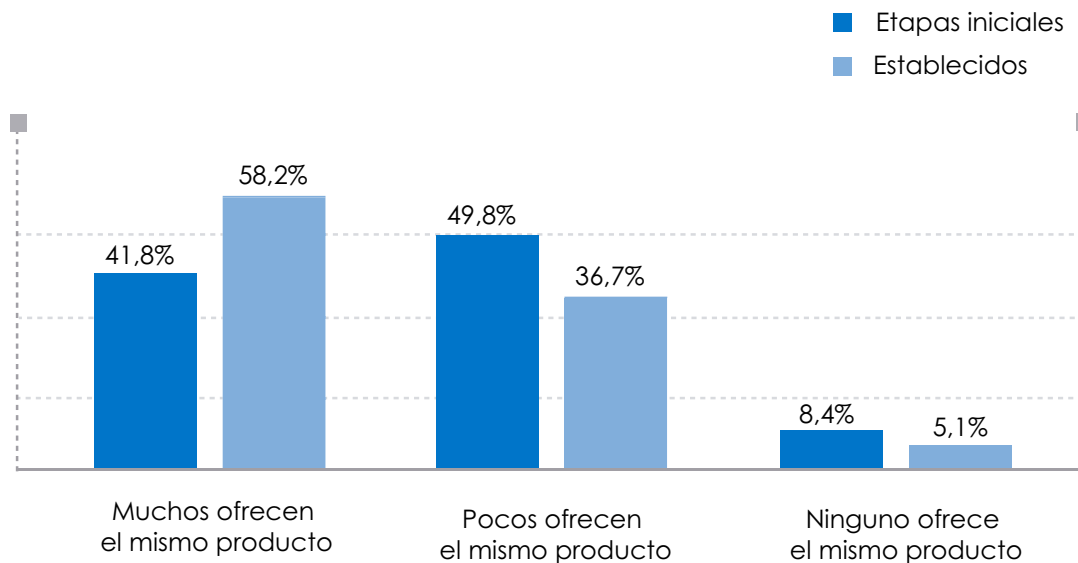
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

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 8,4% de los emprendedores en etapas iniciales y un 5,1% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad

para detectar nuevos nichos de mercado. De este modo, la Región de Valparaíso evidencia indicadores similares a la media nacional donde 8,71% de los emprendedores en etapas iniciales y 6,39% de los emprendedores establecidos se ubica en esta categoría, y mantiene la tendencia mostrada en años anteriores (9,73% 5,17% respectivamente).

Figura 22: Intensidad de la competencia esperada.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

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 que la mayor parte de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos no utilizan nuevas tecnologías o procesos, no obstante, en etapas iniciales son más propensos a utilizar nuevas tecnologías. Este alto porcentaje de ausencia de uso de nuevas tecnologías o procesos puede estar relacionado

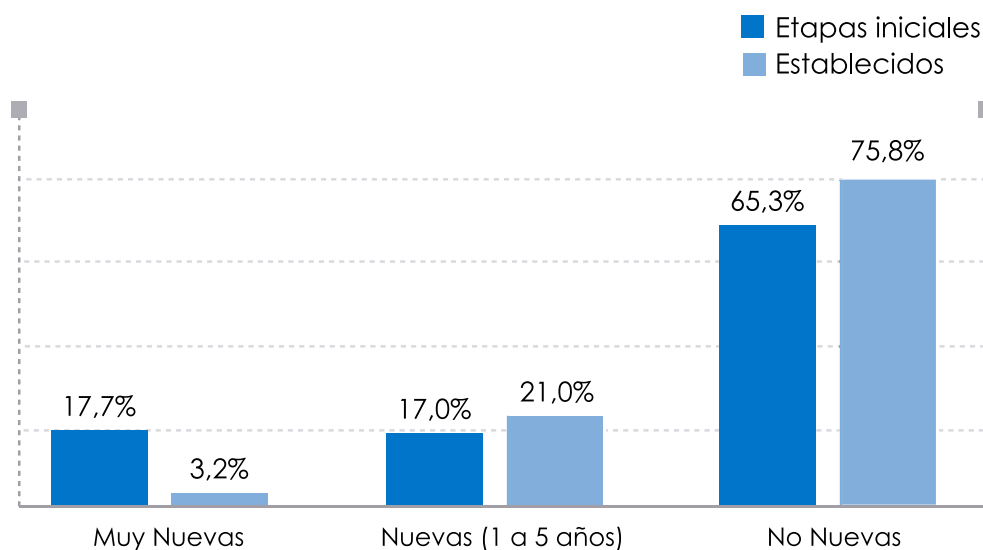
con el tipo de emprendimiento que presentan las personas encuestadas. Como ya fue constatado anteriormente, las actividades predominantes son aquellas que están orientadas al consumidor final y que no son muy sofisticadas de un punto de vista tecnológico. Por otra parte, este indicador también es congruente 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 una disminución en el uso de nuevas tecnologías en el caso de emprendimientos en

etapas iniciales llegando a un 34,7% que utiliza nuevas o muy nuevas tecnologías en sus procesos productivos (39,5% en 2016). Por otra parte, se registra un aumento en el caso de emprendimientos establecidos llegando a un 24,2% que utiliza nuevas o muy nuevas tecnologías en sus procesos productivos (12,6% en 2016), no obstante la

variación interanual registrada, la diferencia en el uso de nuevas tecnologías o procesos entre emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, 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.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



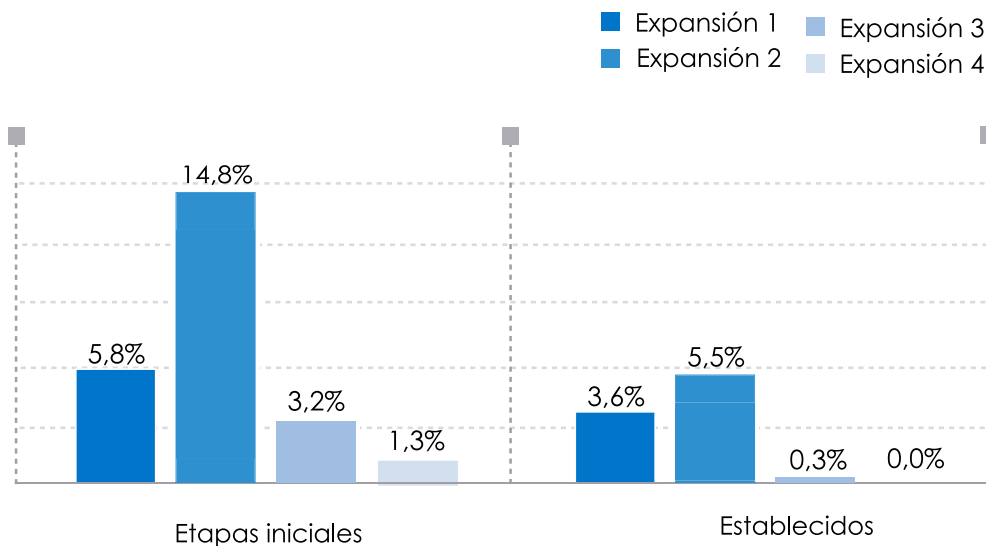
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

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 14,8% de emprendimientos en etapas iniciales y un 5,5% de emprendimientos establecidos que esperan una expansión sin uso intensivo de tecnologías (expansión 2). 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.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



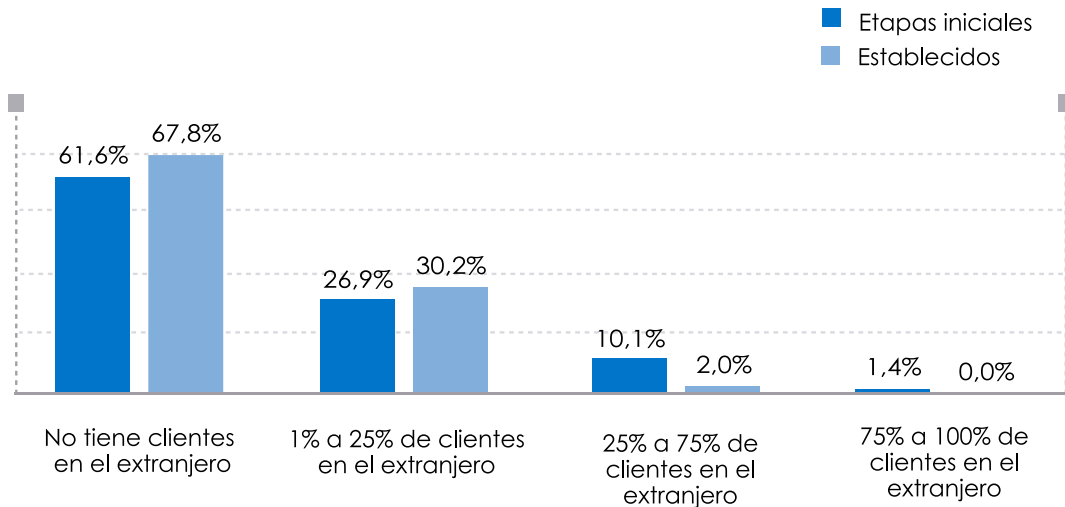
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.



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 siguiendo con la tendencia mostrada en todas las mediciones anteriores de la Región de Valparaíso, menos de un 1,4% de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidas están fuertemente orientados a mercados exteriores. Por contraparte, la gran mayoría de los emprendedores regionales se concentra en el mercado local con un 61,6% para el caso de emprendimientos en etapas iniciales y un 67,8% para el caso de emprendimientos establecidos, quienes manifiestan no tener clientes en el extranjero, situación que se replica desde la medición anterior, 63,4% y 68,1% respectivamente.

Figura 25: Actividad Emprendedora y Exportación.

* Porcentaje del total de emprendedores de la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. 2017.

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 buena noticia es la percepción de novedad de los productos o servicios ofrecidos a sus clientes particularmente en los emprendimientos en etapas iniciales, evidenciando la actitud innovadora de los emprendedores de la Región de Valparaíso.



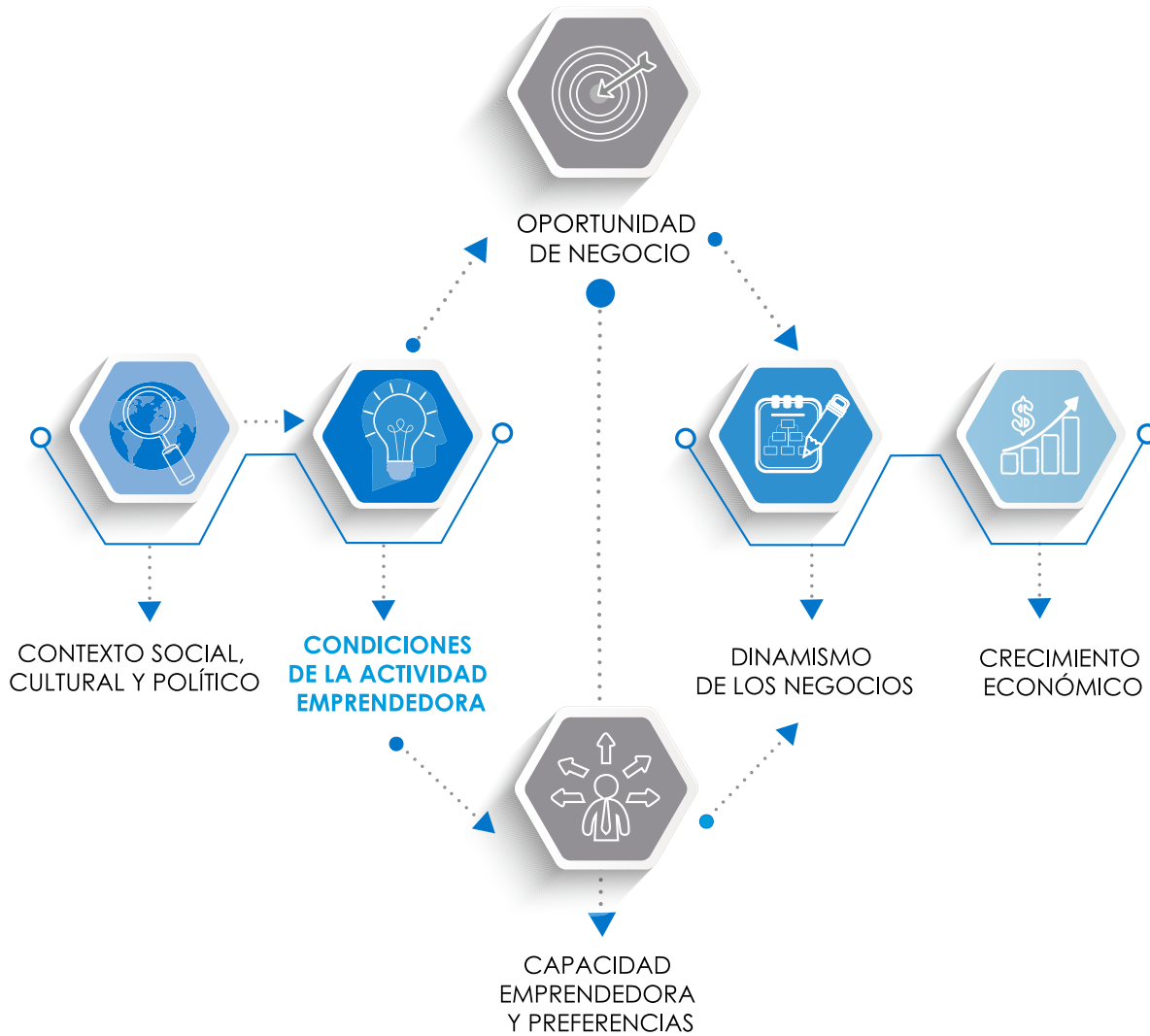


3

CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO

La metodología del GEM (Reynolds y otros, 2005) propone que la actividad emprendedora depende de una serie de factores denominados Condiciones de la Actividad Emprendedora (EFCs por sus siglas en inglés) las que entregan las “reglas del juego” en que se desenvuelven las nuevas empresas. A partir de estas condiciones se desarrolla el ecosistema para el emprendimiento, donde se conjugan los recursos, incentivos, apoyo institucional y características del mercado para el desarrollo y crecimiento de la actividad emprendedora (ver Figura 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 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 468 expertos de 11 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:

APOYO FINANCIERO	<ul style="list-style-type: none"> 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).
POLÍTICAS DE GOBIERNO	<ul style="list-style-type: none"> 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.
PROGRAMAS DE GOBIERNO	<ul style="list-style-type: none"> 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.
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EMPRENDEDORA	<ul style="list-style-type: none"> 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.
TRANSFERENCIA DE I+D	<ul style="list-style-type: none"> 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.
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	<ul style="list-style-type: none"> 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.
APERTURA AL MERCADO INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> 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.
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	<ul style="list-style-type: none"> 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.
NORMAS CULTURALES Y SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan o desalientan acciones individuales que puedan llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Para describir el comportamiento de cada variable relacionada con estas condiciones, se convierte la escala de Likert de cinco puntos a un índice que fluctúa entre -2,0 (en completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo). Esta forma de presentar el índice permite distinguir más

fácilmente qué variables afectan positivamente y cuáles negativamente al desarrollo del emprendimiento y la innovación en el país. Así, clasificaremos las variables por su aporte al emprendimiento en función del rango donde se encuentren:

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

Para reflejar el comportamiento al interior de cada variable, analizamos las respuestas a cada pregunta específica. Para ello se mantiene la escala de Likert de -2 a +2, y se analiza el rango de las respuestas. Aquí se busca identificar hacia dónde se desplaza la mayoría de las respuestas. Para ello, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es

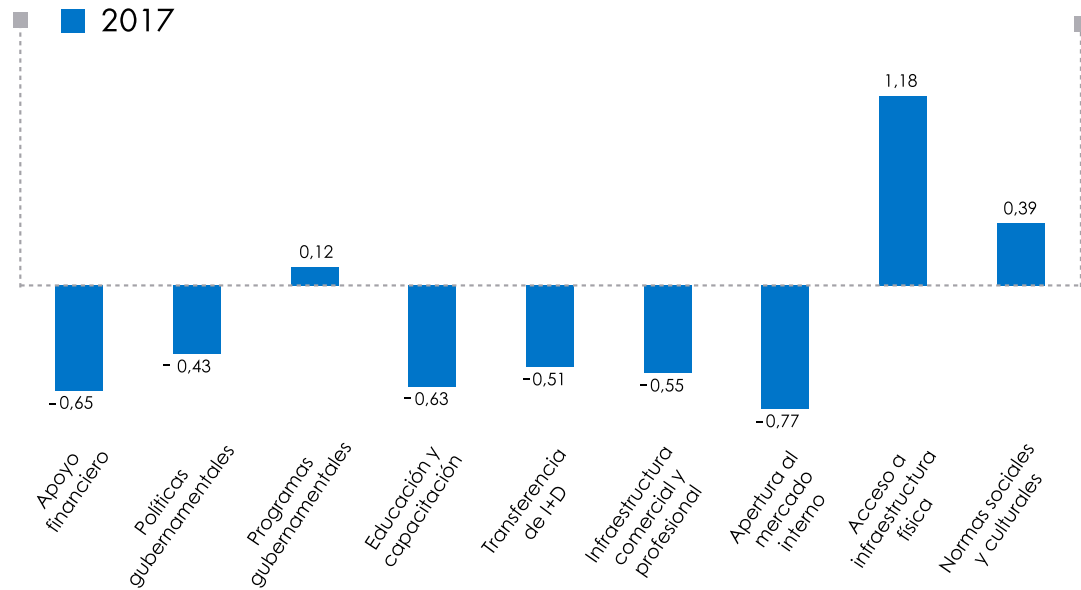
decir, las respuestas “ni acuerdo ni desacuerdo”), y sobre la población que sí indicó preferencias se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

3.2 ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

Los resultados de la encuesta a expertos para las variables de contexto tradicionalmente evaluadas en el reporte GEM se presentan en la **Figura 28**. En base a las respuestas de los expertos se aprecia que se

mantiene la tendencia de los últimos años, en efecto, la dimensión que logra la mayor evaluación positiva es “Acceso a infraestructura física”, seguido de “Normas sociales y culturales” y “Programas de gobierno”

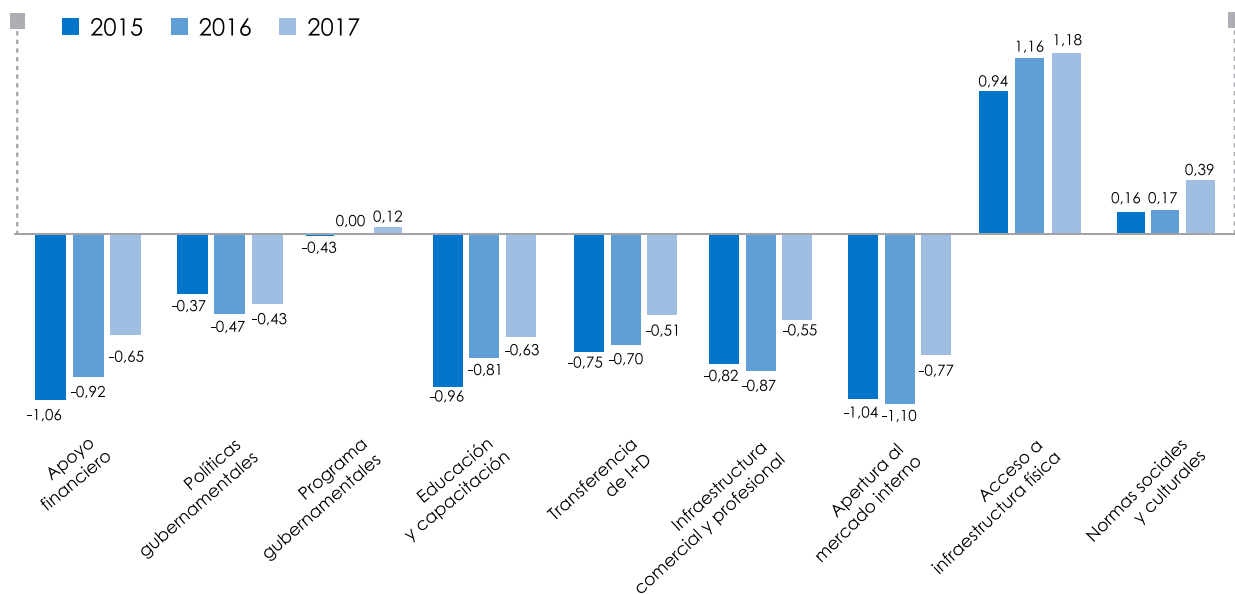
Figura 28: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2017

Del mismo modo, los Indicadores a nivel regional muestran que “Apertura al mercado interno”, “Apoyo financiero”, “Educación y capacitación” e “Infraestructura comercial y profesional” 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 2015-2016-2017.

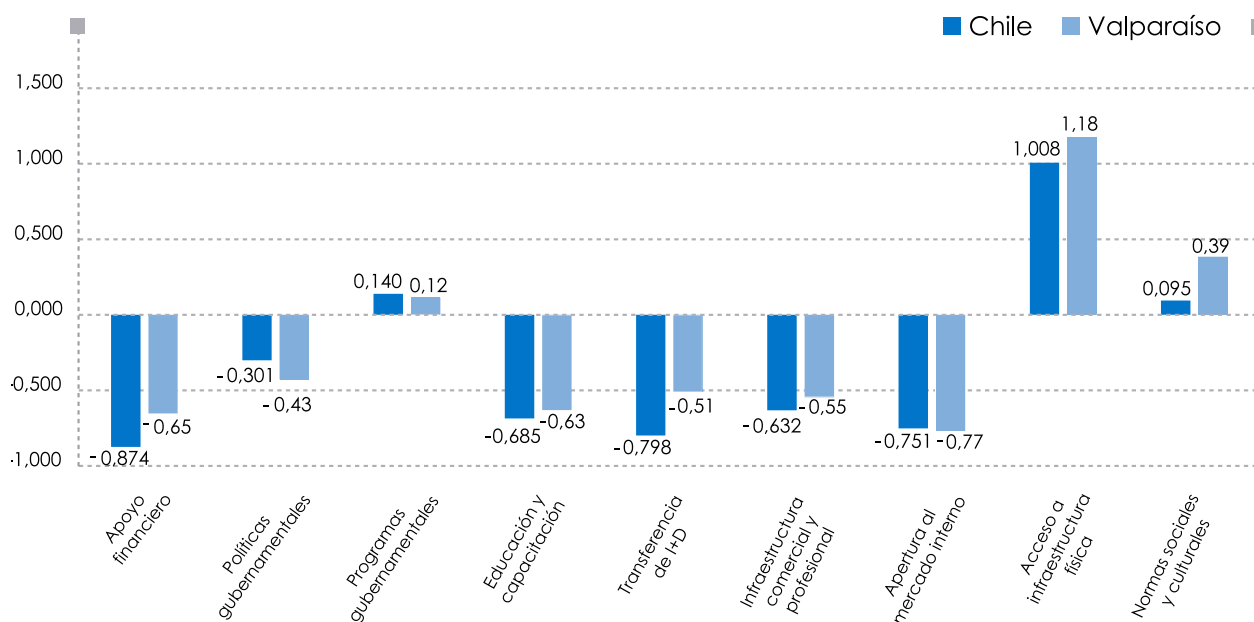


Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2017

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 este año para la presente

medición, registra leves variaciones positivas 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 2017.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2017

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. Al igual que en la medición anterior se destaca “Normas sociales y culturales,” que presenta una mayor calificación positiva en la Región de Valparaíso respecto del resto del país. También se destaca para la presente medición el “Acceso a la infraestructura física” con una mayor calificación positiva en la Región de Valparaíso respecto del resto del país. Al contrario, se destaca nuevamente una mayor valoración negativa a nivel regional para las variables “Apertura del mercado interior” y “Políticas gubernamentales”.

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

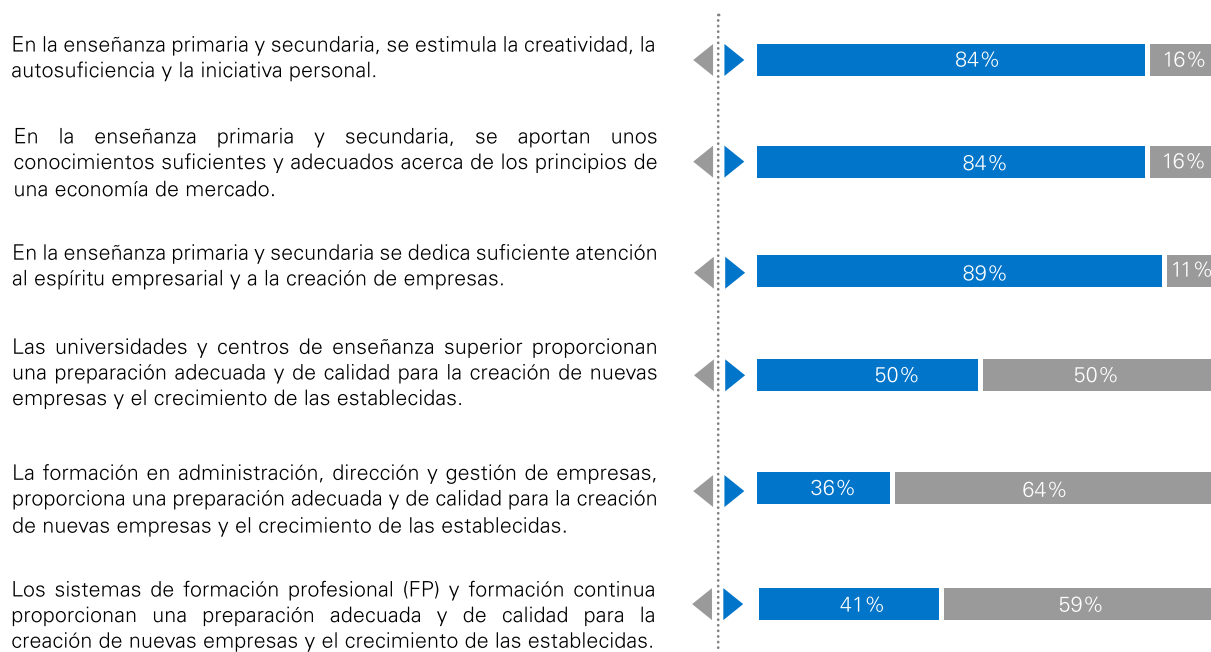
Los resultados indican que los expertos consultados perciben que la educación primaria y secundaria no incentiva ni da los elementos adecuados para el emprendimiento, es más, el 89% coincide con que la educación primaria y secundaria no da un énfasis adecuado al emprendimiento y a la creación de empresas. 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 2016 el 93% 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.

En este contexto, cabe destacar la positiva valoración evidenciada tanto por las universidades y centros de enseñanzas superior (50%) como por la formación en administración, dirección y gestión de empresas (64%), en cuanto a la preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y crecimiento de las establecidas.

Figura 31: Evaluación de educación y formación emprendedora.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

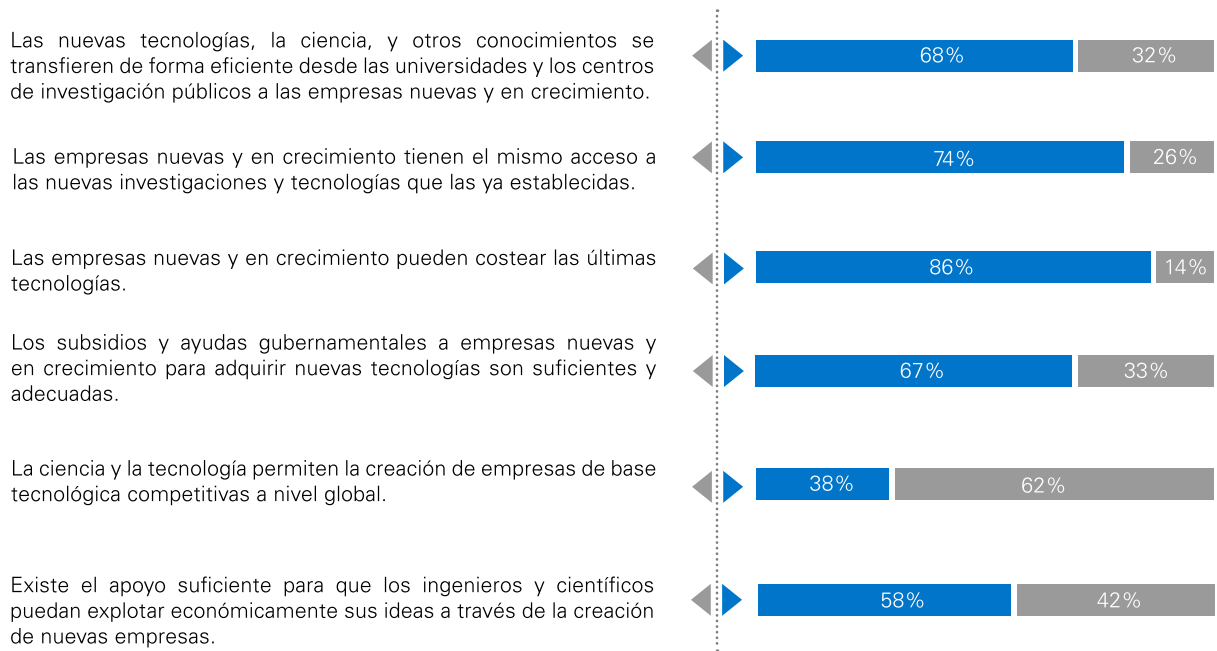
3.4 TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

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 68% estima que las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos no se están transfiriendo adecuadamente, aun así, esta cifra presenta una mejoría respecto a mediciones anteriores (80% en 2016 y 76% en 2015). Otra problemática a destacar corresponde al acceso a nuevas tecnologías, en ese sentido un 74% percibe que las empresas nuevas y en crecimiento no tienen el

mismo acceso a nuevas tecnologías que las empresas ya establecidas (81% en 2016), mientras que un 86% 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 32: Evaluación de la transferencia de I+D.



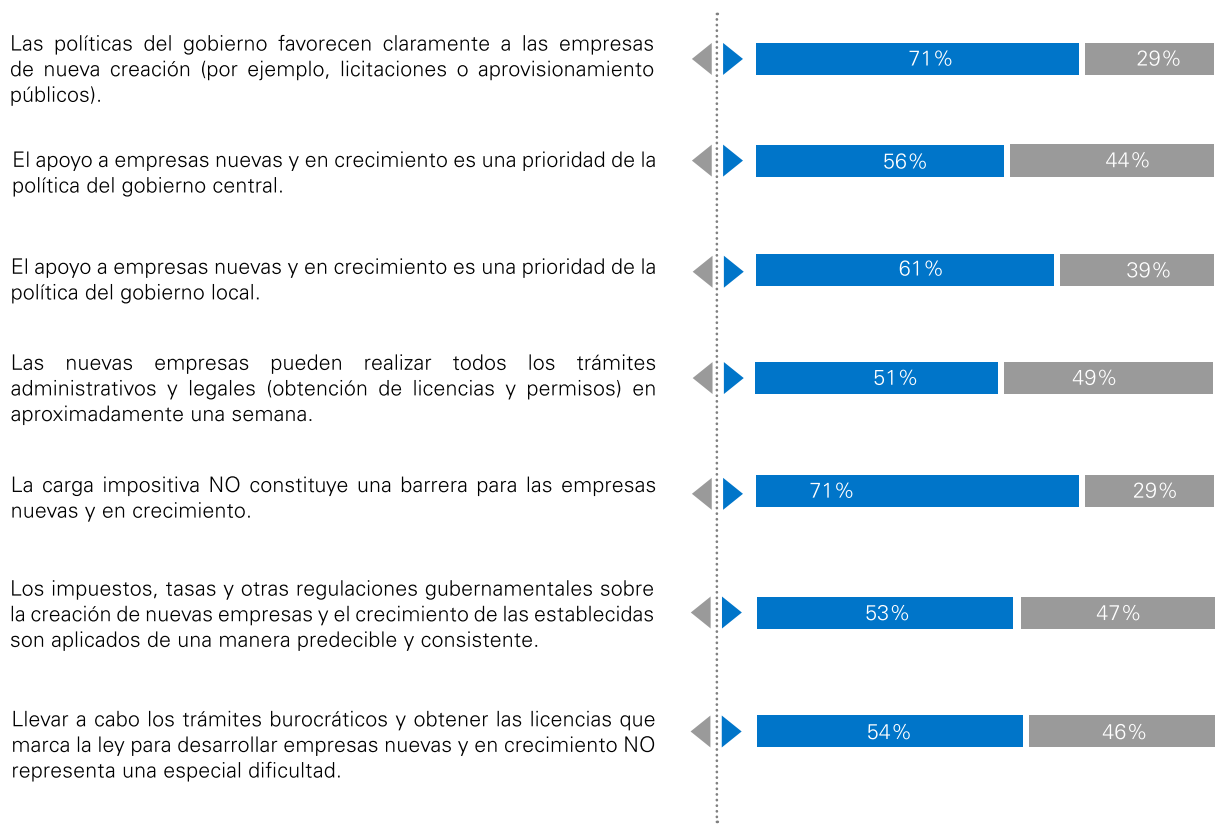
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

3.5 POLÍTICAS DE GOBIERNO

En relación a las políticas de gobierno, algunos indicadores registraron una leve mejoría respecto a la medición anterior. En efecto este año un 54% opina que llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias desarrollar empresas nuevas y en crecimiento representa una especial dificultad, en contraste con el 74% del año 2016, mientras que un 71% considera que la carga impositiva constituye una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento (77% mostrado en la medición pasada).

Siguiendo con la tendencia, otros indicadores de políticas de gobierno siguen mostrando un ligero avance a pesar de las bajas cifras, en la presente medición un 39% de los expertos se considera de acuerdo en que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno local frente a 36% en 2016. Es importante destacar que otro punto que muestra una mejoría respecto a la medición anterior es que un 47% de los expertos considera que los impuestos, tasas y otras regulaciones son predecibles y consistentes en contraste con el 42% del año 2016.

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

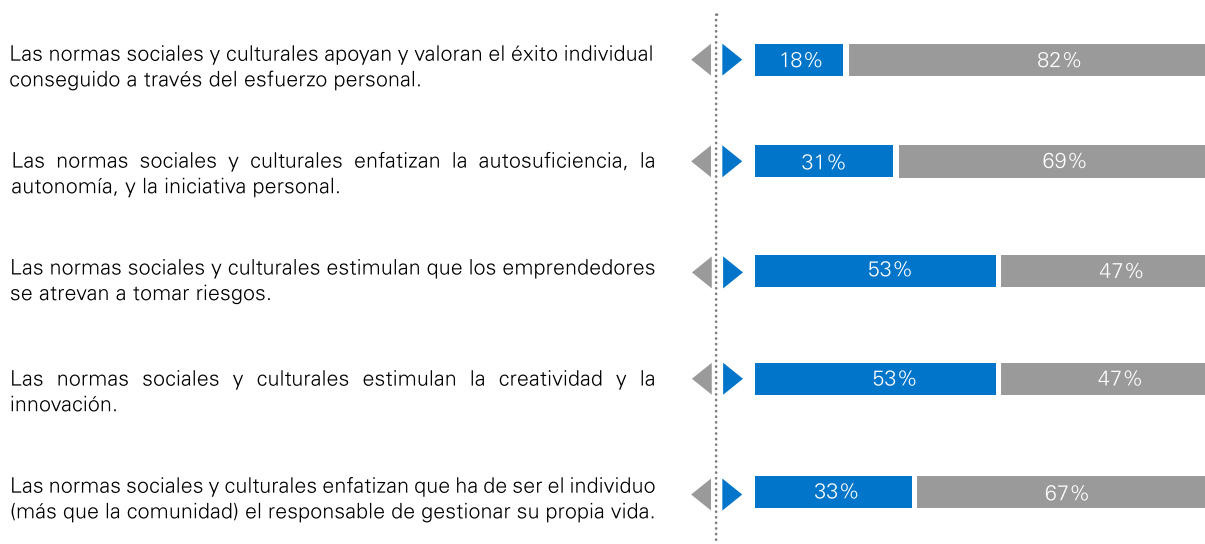
3.6 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

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 82% (79% en 2016). Sumado a esto, el 47% de los expertos manifiesta que las normas sociales y

culturales estimulan la creatividad y la innovación (42% en 2016).

Por otra parte, un 47% de los expertos señala que las normas sociales y culturales estimulan que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos, disminuyendo en relación al 51% 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, 2017

3.7 ACCESO A FINANCIAMIENTO

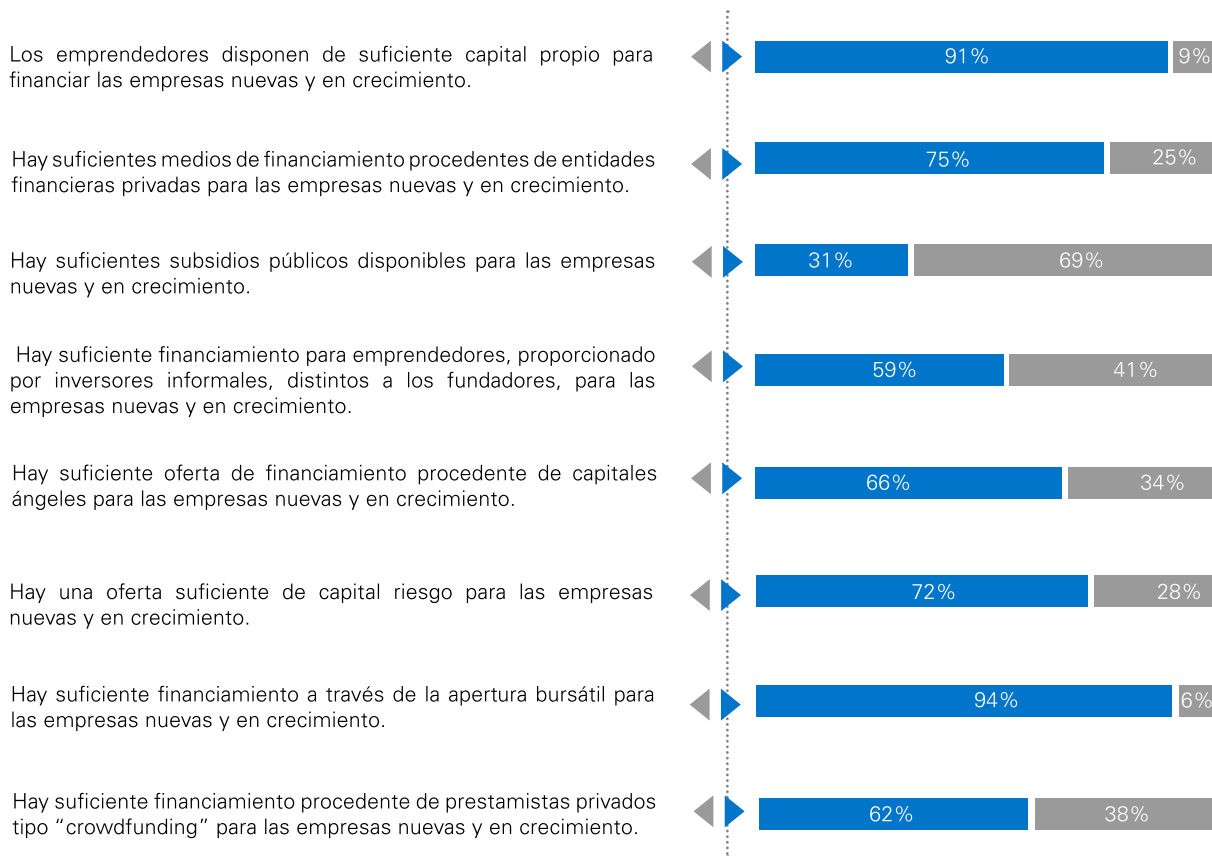
Existen varias formas de financiamiento, pero estas cada vez son percibidas más lejanas según los expertos. De modo similar a las últimas mediciones, el instrumento de menor acceso es la apertura bursátil (6%), seguido de capital propio (9%) y entidades financieras privadas (25%)

Los subsidios, nuevamente, son aquellos medios que los expertos ven como alternativas con mayor posibilidad de ser alcanzadas por los emprendedores registrando un 69% para la presente medición, cabe destacar que en 2016

alcanzaba un 53% y en 2015 un 64% de valoración positiva.

En definitiva, y al igual que lo percibido en años anteriores, pareciera que se sigue formando un círculo contrario al emprendimiento regional, en cuanto a la dificultad de obtener financiamiento que puede llegar a frenar nuevas empresas, donde nuevamente un punto favorable es la accesibilidad a fondos procedentes de prestamistas privados tipo crowdfunding que alcanza un 38% este año (30% en 2016).

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

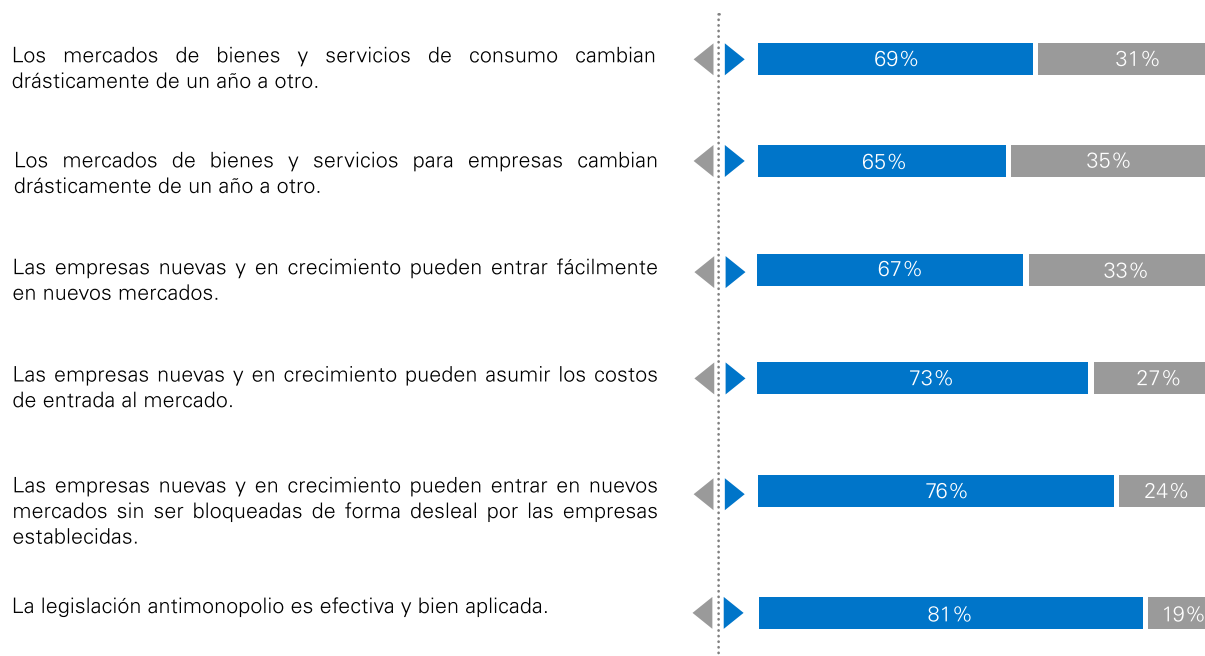
3.8 APERTURA AL MERCADO INTERNO

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 pero registrando una leve mejoría respecto al año 2016. Al respecto, la aplicación de la legislación antimonopolio presentó un aumento respecto al año anterior, pasando de un 6% que pensaba que era efectiva y bien aplicada llegando a un 19% para este año. Cabe destacar que en la presente medición se registró un alza considerable en la percepción de que las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir

los costos de entrada al mercado, obteniendo un 27% este año en contraste con el 9% del año 2016. Por otra parte, un 73% piensa que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden absorber fácilmente los costos de entrada al mercado, frente al 91% de la medición anterior.

Finalmente, se percibe una mejoría en la percepción respecto a la alta obstaculización a las nuevas empresas por parte de las empresas ya establecidas, pasando de un 88% en la medición anterior a un 76% este año.

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



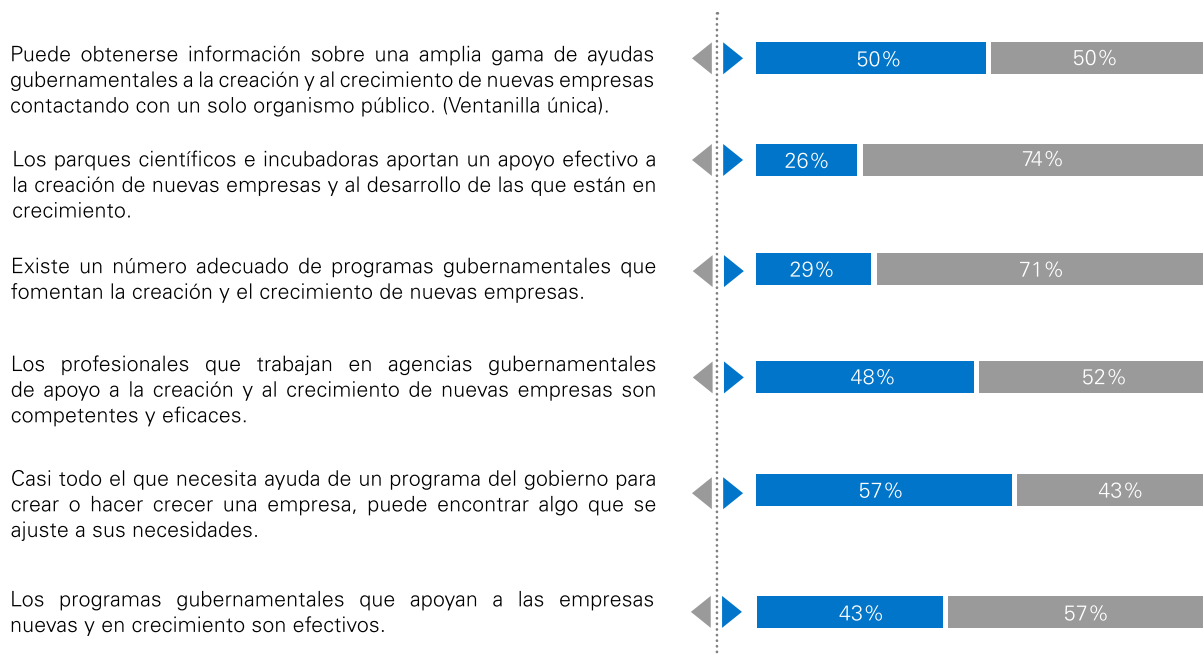
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

3.9 PROGRAMAS DE GOBIERNO

La opinión de los expertos presenta un leve progreso en su percepción, sin embargo, nuevamente muestra una tendencia más bien indiferente hacia los programas de gobierno. En efecto, el año pasado un 41% dudaba de las competencias de las personas que trabajan en agencias gubernamentales relacionadas a la creación y crecimiento de empresas, este año dicho porcentaje aumentó, ya que un 48% de los expertos duda de las competencias de dichos profesionales. Por otra parte, un 43% de los expertos considera poco efectivos a los programas a nivel de región frente a un 47% registrado el año anterior, obteniendo una mejora considerable en este punto.

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 26% de los expertos se muestra en desacuerdo frente a un 37% el año anterior y un 58% en 2015. Del mismo modo, un 50% 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 (48% en 2016).

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

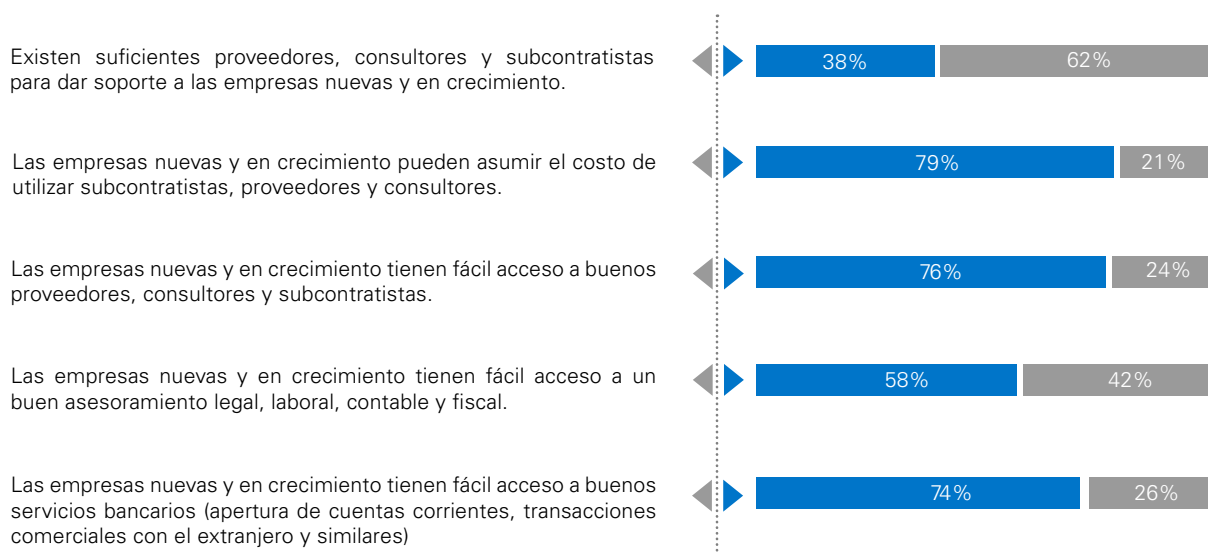
3.10 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

Este ítem, al igual que en las últimas cuatro 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, aun así es necesario destacar que en la presente medición existe un avance en la percepción de los expertos en relación a los años anteriores. 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 79% piensa que el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores no puede ser absorbido por el emprendedor (92%

en 2016). Así mismo, la cantidad que piensa que no es fácil obtener buenos servicios disminuyó de un 84% en 2016 a un 76% en la presente medición. Sumado a esto un 62% considera que existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento en contraposición con el 47% del año 2016.

Aun con la positiva valoración de los ítems anteriormente mencionados en comparación con años anteriores, es necesario destacar que tan solo un 26% considera que las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios porcentaje aún menor que el del año pasado (33%).

Figura 38: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional.

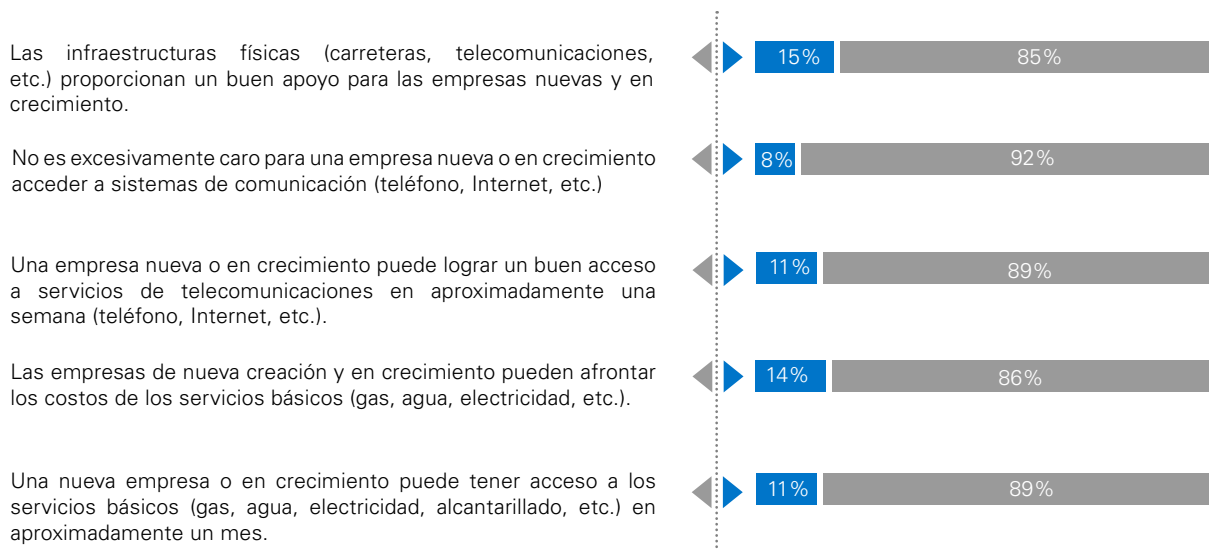


Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

3.11 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Tanto a nivel nacional como a nivel regional el acceso a infraestructura física sigue siendo bien evaluado por la mayoría de los expertos en todos sus aspectos. En efecto, para la Región de Valparaíso es el factor mejor evaluado por los expertos consultados, demostrando que el acceso a carreteras y telecomunicaciones de calidad no resulta costoso, mientras que el acceso a servicios básicos es rápido y tampoco resulta costoso para empresas nuevas o en crecimiento.

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



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2017

CONSIDERACIONES FINALES

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

Este nuevo ciclo 2017-2018 del GEM de la Región de Valparaíso modifica levemente la tendencia mostrada en los últimos años evidenciando una ligera disminución en la actividad emprendedora tanto en etapas iniciales como establecida, se destaca que la actividad emprendedora sigue siendo mayor a la media nacional. En este mismo sentido, el emprendimiento nacido motivado por oportunidad sigue siendo mayor a la media del país, a pesar de tener una disminución, otro aspecto relevante a destacar es una creciente y mayoritaria proporción de emprendimientos en etapas iniciales liderados por hombres que son motivados por oportunidad junto a una decreciente proporción de emprendimientos en etapas iniciales liderados por hombres que son motivados por necesidad.

En cuanto a las actitudes emprendedoras de la población adulta de la Región de Valparaíso, nuevamente se destaca un escaso miedo a fracasar, que junto con una cada vez mejor percepción de las



capacidades emprendedoras y del emprendimiento como opción de carrera deseable, expresan una positiva actitud de la población adulta hacia el emprendimiento regional.

La actividad emprendedora por su parte muestra un panorama que destaca por el aumento del nivel educacional en emprendimientos en etapa inicial, mientras que el nivel educacional en emprendimientos establecidos se comporta de manera similar a mediciones anteriores. La edad promedio tiene un leve aumento en los emprendedores en etapas iniciales, mientras que la edad de los emprendedores establecidos se mantiene constante respecto de la medición anterior, cabe destacar que esto implica que en la Región de Valparaíso el emprendimiento se inicia a una edad tardía, y que esta tendencia se ha sostenido en el tiempo. Preocupa también que la presente medición evidencia que la falta de rentabilidad es uno de los principales motivos para la discontinuación de negocios en la Región de Valparaíso.

Las aspiraciones emprendedoras siguen mostrando un emprendimiento tímido en cuanto a sus expectativas de crecimiento, uso de tecnologías, expansión e internacionalización, sin embargo es necesario destacar que este año se observa un aumento en la percepción de la innovación de los emprendimientos, en ese sentido, cada vez son más los emprendedores que afirman que sus productos y servicios son nuevos para sus consumidores.

En relación a la evaluación del entorno y las condiciones para el emprendimiento, los expertos consultados en la presente edición manifiestan en términos generales opiniones más bien negativas registrándose un escenario similar a los últimos años, con la excepción de la infraestructura física y valoración social al emprendimiento que reciben

una valoración positiva por parte de los expertos consultados, es importante recalcar que ítems como Infraestructura comercial y profesional, programas de gobierno, apertura al mercado interno y políticas de gobierno tuvieron un alza en su evaluación en relación a mediciones anteriores. En ese sentido, un análisis más profundo de las dimensiones ayuda a destacar positivamente una cada vez mayor valoración social hacia el emprendimiento, esfuerzo personal, y en definitiva ser empresario. Asimismo, también es importante destacar el aumento en la valoración positiva a los parques científicos, subsidios públicos e incubadoras como apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.

En resumen, este periodo 2017-2018 nos deja nuevamente muchos desafíos y oportunidades en cuanto a mejorar las condiciones, el contexto, y el entorno necesario para facilitar y potenciar el emprendimiento. Queda claro que la población de nuestra región tiene aún una actitud muy positiva hacia el emprendimiento, sin embargo, esto se ve mermado por débiles aspiraciones de expansión, detección de oportunidades de innovación y uso de tecnologías en sus procesos productivos. En este punto es donde un sólido ecosistema emprendedor puede ayudar a generar mejores condiciones que permitan a los emprendedores el logro de sus objetivos.

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

REFERENCIAS

- Acs, Z. J. & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.
- Álvarez, C., Urbano, D. and Amorós, J.E. (2014) “The GEM Research: Achievements and Challenges”. *Small Business Economics*, 42(3):445-465
- Amorós, J.E. & N. Bosma (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association
- Amorós, J. E., Fernández, C., & Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 249-270. doi <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9>
- Amorós, J.E., M. Guerra, O. Pizarro & C. Poblete (2011) *Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893–919.
- Bosma, N.S. & J. Levie (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
- Bosma, N.S., K. Jones, E. Autio, & J. Levie (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Bosma, N. (2013). “The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research”. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.
- Drexler, M. and J. E. Amorós (2015). “Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap”. *Financial Times*, January 8th. On line: <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/>
- Know, S-W. and P. Arenius (2010). “Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. “*Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Levie, J. and E. Autio (2008). “A theoretical grounding and test of GEM model”. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
- Mason, C. & R. Harrison (2006). After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development. *Regional Policy*, 40(1), 55-73.
- Porter, M.E., J.J. Sachs & J. McArthur (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16–25. New York, NY: Oxford University Press.
- Reynolds, P., M. Hayand and S.M. Camp (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, n., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.

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

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

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

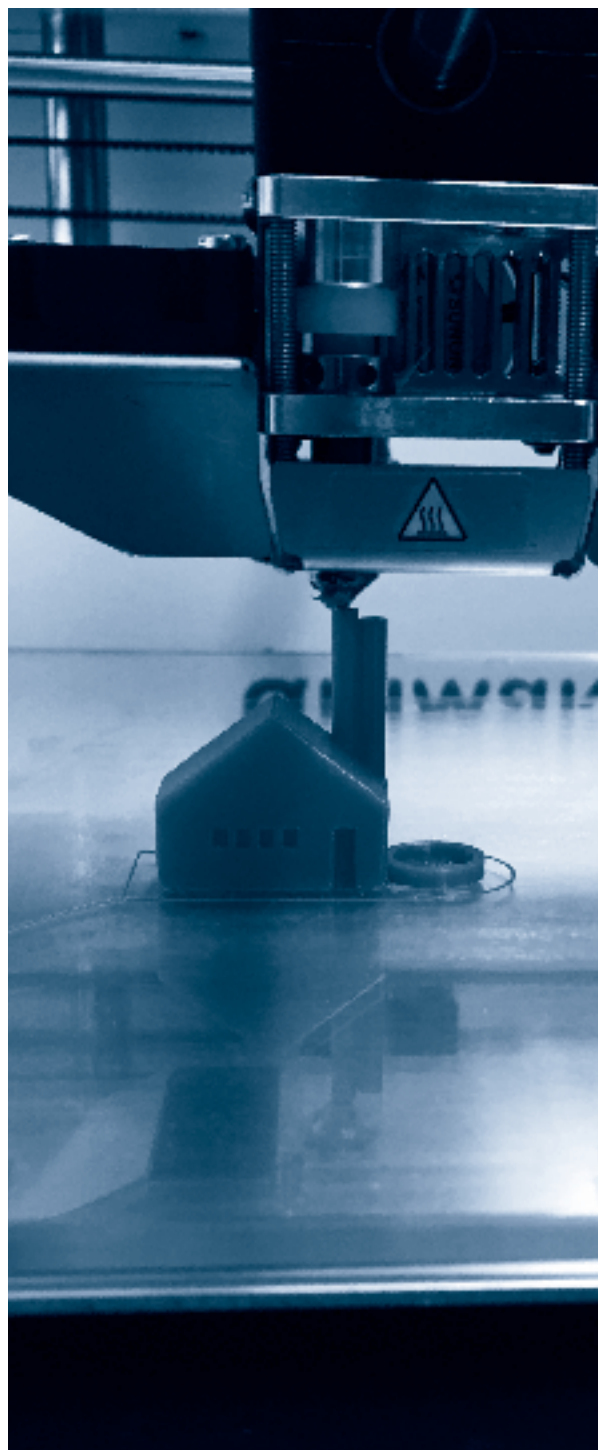
Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy*, AWT report, 41. The Hague: AWT.

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

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

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

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



GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA

ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS

MEDIDA	DESCRIPCIÓN
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país los medios de comunicación exhiben con frecuencia historias de nuevos negocios exitosos.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no han pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa nuevos emprendedores(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un 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).



FICHA METODOLÓGICA

ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA

Tipo de Estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara.
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012- INE.
Total Muestral	9.204 casos del año.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-julio 2017.
Encuestador	Questio Estudios de Mercado y Opinión.



Tipo de Estudio	Encuesta auto-administrada.
Muestra	468 expertos de 11 regiones del país más la medición a nivel nacional.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-julio 2017.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS REGIONALES SEGÚN ESPECIALIDAD

Porcentaje	Especialidad
12,8%	Apoyo Financiero
10,3%	Políticas Gubernamentales
10,3%	Programas de Gobierno
12,8%	Educación para el Emprendimiento
10,3%	Transferencia de I+D
5,1%	Infraestructura Comercial y Profesional
15,4%	Apertura del Mercado Interno
10,3%	Infraestructura Física
12,8%	Normas Sociales y Culturales



EXPERTOS CONSULTADOS

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

Aland Tapia San Cristóbal
Alejandra San Miguel Lopez
Alejandro Corvalán Quiroz
Amílcar Morales
Andrea Mora
Ariel Rodrigo Merino Cercos
Bernardo Soto Toro
Carlos Carroza
Carlos Fuenzalida Cereceda
Carmen Greco Silva
Diego Pizarro Sánchez
Diego Stevens Ibañez
Eitan Fried Grbic
Emilio Becker
Franco Demaria Torres
Hardy Omar Chavez Velasquez
Hugo Villarroel Navarro
Isabel Cristina Brito Aguirre
Jaime Arnaiz Ardiles
Jaime Gonzalez

Jorge Salomó Flores
Juan Graffigna Bordigoni
Juan Ignacio Ojeda
Karla Fernandini Vargas
Loreto Morales Acevedo
Luis Rodrigo Hernández Martínez
Maria Loreto Jimenez
Maria Teresa Sanchez Catalan
Mario Consigliere Bozzolo
Mario Dorochesi Fernandois
Mauricio Alejandro Silva Malig
Monica Gonzalez
Oscar Acuña Pontigo
Oscar Bruna Gallardo
Rafael Torres
Rodrigo Madrid
Rodrigo Sanchez Giraldez
Walter Rosenthal
Werner Kristjanpoller

SOBRE LOS AUTORES



Cristóbal Fernández Robin

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



Paulina Santander Astorga

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



Diego Yáñez Martínez

Magister en Marketing, Universidad de Chile. Ingeniero Comercial, Universidad Técnica Federico Santa María. Se desempeña como Docente de Marketing, Simulación de Mercados e Investigación de Mercados en el Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María.

COORDINACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO

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

www.industrias.usm.cl

CONTACTO:

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

Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER

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

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

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

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

www.cimer.usm.cl
cimer@usm.cl - natalia.cortes@usm.cl
+56 (32) 2654793

MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

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

- Correo: gem@udd.cl
- Página web: negocios.udd.cl/gemchile

COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES

El proyecto GEM Chile materializa una perspectiva regional a través de alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan los equipos regionales, y sus respectivos investigadores, que participaron en el ciclo 2017.

REGIÓN	INSTITUCIÓN	EQUIPO
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Evadil Ayala Riquelme Alberto Martínez Quezada Mariela Llanos Ortiz Mauricio Vega López Nicole Meza Cisternas Aylín Chang Alvarado Claudia Cortes Martínez
Región de Tarapacá 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 Tomás Serey

REGIÓN	INSTITUCIÓN	EQUIPO
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 Hugo Baier Claudia Yáñez
	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Tomás Serey
Región de La Araucanía	Universidad de la Frontera	Paulina Sanhueza Claudina Uribe Constanza Casanova
Región de La Araucanía Región de Los Ríos Región de Los Lagos Región de Aysen	Universidad Tecnológica de Chile-INACAP	Adriana Abarca Montero Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo

PATROCINADORES

Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María



El Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María es una unidad académica líder en innovación, emprendimiento y gestión. Dentro de las labores del Departamento, se destaca el desarrollo de las áreas de investigación, innovación tecnológica, gestión operacional, economía y finanzas, lo cual permite efectuar una docencia teórico-práctica de excelencia con una propuesta de valor única en Chile.

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

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo



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



CORFO, (Corporación de Fomento de la Producción)

CORFO tiene como misión mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, con lo cual, fortalece además, el capital humano y las capacidades tecnológicas. Con todo ello permite alcanzar el desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado, mediante la creación de programas e instrumentos que incentiven el desarrollo de la actividad productiva del país, la coordinación público privada y la generación de ecosistemas de emprendimiento.



Acción Emprendedora

ONG Acción Emprendedora es una corporación sin fines de lucro dedicada a la formación y desarrollo integral de emprendedores del país. La institución busca contribuir a la disminución de la desigualdad en Chile, potenciando el emprendimiento como vía para la movilidad social y el fortalecimiento económico de la población. Con 15 años de experiencia en el ámbito del emprendimiento y la innovación, la organización beneficia a más de 3000 emprendedores cada año, poniendo énfasis en proyectos liderados por jóvenes y por mujeres. 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, universidades, liceos técnicos y otras organizaciones ligadas al emprendimiento.



Houseново

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



Global Entrepreneurship Monitor



www.industrias.usm.cl



CIMER
CENTRO DE INGENIERÍA DE MERCADOS

www.cimer.usm.cl

www.gemchile.cl

Contacto
cimer@usm.cl

