

# Reporte Regional

## Maule 2017

Autores: Gustavo Barrera Verdugo, Juan Acevedo Rubilar, Bastián Chávez Dinamarca







## Reporte Región del Maule 2017

Este informe ha sido elaborado con datos obtenidos por Global Entrepreneurship Monitor (GEM).  
Los informes globales, nacionales y especializados pueden ser descargados en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)  
La descripción del proyecto GEM Chile es expuesto en [negocios.udd.cl/gemchile](http://negocios.udd.cl/gemchile).  
El website de GEM internacional también incluye investigaciones publicadas en journals indexados y sustentadas en el proyecto. El análisis e interpretación sobre los datos es de responsabilidad de los autores.

Edición, diseño y diagramación:

**Gibli Activadora de Negocios SpA.**

[www.gibli.cl](http://www.gibli.cl)

Impreso en Chile por Procolor.

Fotografías gentileza de Sernatur Maule.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución -No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional







## PRESENTACIÓN

Este año 2018 el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) cumple 19 años de vida, periodo en el que se ha perfilado como uno de los instrumentos más interesantes a nivel mundial para medir la actividad emprendedora y su valoración social al interior de distintas economías del mundo. Esto lo ha convertido en uno de los ejes fundamentales para que distintos actores –hacedores de políticas, empresas, universidades y fundaciones– desarrollen sus estrategias y planes de fomento e impulso de la innovación y emprendimiento en Chile.

Por invitación de la Universidad del Desarrollo, la Universidad Tecnológica de Chile INACAP asumió en 2015 la tarea de hacer el levantamiento de información, análisis y reporte en dos regiones (Maule y Los Lagos) de nuestro país, y en 2017, nuestro tercer año de participación, agregamos Los Ríos y Aysén. Esto nos permite contar con un “termómetro” que nos indica cómo es percibido el emprendimiento y cuáles son los principales desafíos y oportunidades al respecto, información clave para una Institución como nuestra Universidad, que aspira a desarrollar la capacidad emprendedora en todos sus estudiantes.

Nuestra amplia cobertura geográfica y el enorme impacto que logramos con los miles de egresados que participan anualmente en el mercado del trabajo, nos comprometen especialmente a impulsar la actividad emprendedora e innovadora en todo el país, pues entendemos que estas son fuerzas motoras para la generación de mayor crecimiento y desarrollo social, medioambiental y económico.

Los emprendedores e innovadores son los llamados a impulsar la creación y sostenibilidad de soluciones que permitan que esta generación y las futuras puedan convivir y solucionar los grandes desafíos de la humanidad, es en esa cancha donde queremos jugar: colaborando con los distintos actores en pos de una sociedad más próspera, equitativa y sostenible.

Agradecemos una vez más a la Universidad del Desarrollo por esta invitación y a los distintos emprendedores y expertos que contestaron esta encuesta, nos permiten contar con estos informes sobre la realidad emprendedora en cuatro regiones de Chile, los que son un insumo y un aporte a todo el ecosistema del emprendimiento de nuestro país.

***Felipe Jara Schnettler***

Director de Innovación y Emprendimiento  
Universidad Tecnológica de Chile INACAP

## RESUMEN EJECUTIVO

### Contexto

- Global Entrepreneurship Monitor es un referente internacional en el estudio del emprendimiento, considera la medición de indicadores sobre su valoración social, las características de la actividad emprendedora y el ecosistema de emprendimiento en diferentes países.
- En Chile fueron encuestados 9.204 casos para el año 2017, 615 de ellos en la Región del Maule.

### Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales

- El 76% considera el emprendimiento como opción de carrera deseable, mientras que el 69% admite que los emprendedores exitosos ostentan un elevado estatus social. 61% percibe que existe una alta difusión de noticias sobre nuevos emprendedores exitosos.
- El 48% percibe buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial, el 65% cree tener capacidades para iniciar un negocio.
- Entre quienes perciben buenas oportunidades para comenzar un negocio, el 31% declara tener miedo al fracaso como un obstáculo para iniciar un negocio.

### Actividad emprendedora en la Región del Maule

- La Región del Maule presenta un TEA (Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales) de 23,7%, siendo muy similar al que tiene el país con 23,8%, y manteniéndose en valores parecidos a años anteriores.
- La Región del Maule presenta una actividad emprendedora naciente del 14%, los nuevos empresarios representan un 11% y los emprendedores establecidos se encuentran en un 15%.

- En cuanto a las motivaciones para emprender, el 38,1% de los emprendedores del Maule indica que fue un modo de para incrementar ingresos, mientras que el 21,6% de ellos declara que fue para obtener mayor independencia, el 28,7% por necesidad y solo por mantener el ingreso. Finalmente, el 11,5% declara que fue por motivos mixtos.

### Características de las personas que realizan actividades emprendedoras en la región

- Los emprendedores de la región se concentran principalmente en los niveles de ingresos medios y altos.
- Para los emprendimientos en etapas iniciales, el 80% se encuentra en edades intermedias, entre los 25 y 54 años de edad. Mientras que los emprendedores establecidos, el 77% es mayor de 45 años.
- En etapas iniciales de emprendimiento, los hombres declaran emprender un 30%, mientras que las mujeres solo un 18%. Para los emprendedores establecidos, las mediciones para hombres y mujeres alcanzaron un 18% y 12% respectivamente.
- Los emprendedores en etapas iniciales que se declaran autoempleados corresponden al 34%, mientras que en los emprendedores establecidos este porcentaje alcanza el 48%.
- En los emprendedores en etapas iniciales, el 47% se dedica a servicios orientados al consumidor, mientras que esta proporción llega al 65% en emprendedores establecidos.



## Creación de valor y competitividad


- 9% de los emprendedores iniciales y el 2% de los establecidos esperan contratar más de 20 trabajadores en los próximos cinco años.
- Cerca del 50% de emprendedores en etapas iniciales y establecidos declaran ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes.
- Un amplio porcentaje de emprendedores en etapas iniciales (52%) y establecidos (73%) señala no usar nuevas tecnologías.

- En general, los emprendedores de la región tienen bajos niveles de internacionalización de sus productos o servicios.

## Factores del ecosistema para emprender

- Acceso a Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación, seguido de Programas de Gobierno.
- Aquellos factores con más baja evaluación son Apertura al Mercado Interno, Transferencia de I+D, e Infraestructura Comercial y Legal.

Figura 1: Indicadores claves (%)



Las mejores condiciones del contexto son:  
Infraestructura Física y Programas de Gobierno

# INDICE

---

## **1. Introducción / pág. 13**

1.1 Acerca del GEM / pág. 15

1.2 Marco conceptual / pág. 17

1.3 Metodología del GEM / pág. 19

1.4 Proceso emprendedor y  
definiciones operativas del GEM / pág. 20

1.5 Sobre este reporte / pág. 22

## **2. Características del emprendimiento en la Región del Maule / pág. 23**

2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento  
y atributos individuales / pág. 24

2.2. Actividades emprendedoras / pág. 28

2.3. Motivaciones emprendedoras / pág. 30

2.4. Distribución por Sectores / pág. 32

2.5. Edad y sexo / pág. 33

2.6. Nivel educativo / pág. 35

2.7. Nivel de ingresos / pág. 36

2.8. Descontinuación de los negocios / pág. 37

2.9. Aspiraciones emprendedoras / pág. 37

2.10. Orientación a la innovación / pág. 39

2.11. Utilización de nuevas tecnologías / pág. 41

2.12. Potencial de expansión del mercado / pág. 42

2.13. Predictores de emprendimiento en  
la Región del Maule / pág. 43





### **3. Factores del ecosistema para emprender en la Región del Maule / *pág. 47***

---

- 3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región del Maule / *pág. 50*
- 3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región del Maule / *pág. 51*

### **4. Referencias / *pág. 61***

---

### **5. Expertos consultados / *pág. 63***

---

### **6. Ficha metodológica / *pág. 65***

---

- 6.1. Encuesta a población adulta en Región del Maule / *pág. 66*
- 6.2. Encuesta Nacional de Expertos en Región del Maule / *pág. 66*

### **7. Experiencias de emprendedores en la Región del Maule / *pág. 67***

---

- 7.1. Trazap / *pág. 68*
- 7.2. Casona Araggi / *pág. 69*
- 7.3. Maika Snacks / *pág. 69*
- 7.4. Padres Alertas / *pág. 70*

### **8. Más información sobre GEM Chile / *pág. 71***

---

- 8.1. Autores / *pág. 72*

### **9. Colaboradores y patrocinadores / *pág. 73***

---

### **10. Anexos / *pág. 75***

---

- 10.1. Glosario / *pág. 76*



## FIGURAS

**Figura 1:** Indicadores claves (%)

**Figura 1.1:** Evolución de los modelos teóricos sobre el emprendimiento, GEM 1999-actualidad

**Figura 1.2:** Modelo actual del GEM

**Figura 1.3:** El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM

**Figura 2.1:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento en la Región del Maule (% respuestas afirmativas)

**Figura 2.2:** Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile en 2017 (%)

**Figura 2.3:** Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales I (%)

**Figura 2.4:** Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales II (%)

**Figura 2.5:** Distribución por sectores de emprendimientos en etapas iniciales y establecidas (%)

**Figura 2.6:** Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad (%)

**Figura 2.7:** Emprendimientos establecidos, según grupo de edad (%)

**Figura 2.8:** Emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, según sexo (%)

**Figura 2.9:** Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora (%)

**Figura 2.10:** Actividad emprendedora, según ingreso familiar (%)

**Figura 2.11:** Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento (%)

**Figura 2.12:** Número de trabajadores y potencial de contrataciones, según etapa de emprendimiento (%)

**Figura 2.13:** Novedad de los productos o servicios ofrecidos (%)

**Figura 2.14:** Intensidad de la competencia esperada (%)

**Figura 2.15:** Uso de nuevas tecnologías o procesos (%)

**Figura 2.16:** Expectativa de expansión de mercado (%)

**Figura 2.17:** Proporción de emprendedores, según orientación a mercados internacionales (%)

**Figura 2.18:** Razón de probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora



- Figura 3.1:** Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento (promedio)
- Figura 3.2:** Evaluación del contexto emprendedor de la Región del Maule y en Chile
- Figura 3.3:** Evaluación de la condición Apoyo financiero
- Figura 3.4:** Evaluación de la condición Políticas públicas
- Figura 3.5:** Evaluación de la condición Programas de Gobierno
- Figura 3.6:** Evaluación de la condición Educación para Emprendimiento
- Figura 3.7:** Evaluación de la condición Transferencia I+D
- Figura 3.8:** Evaluación de la condición Infraestructura Comercial y Profesional
- Figura 3.9:** Evaluación de la condición Apertura al Mercado
- Figura 3.10:** Evaluación de la condición Infraestructura Física
- Figura 3.11:** Evaluación de la condición Normas Sociales y Culturales



## TABLAS

**Tabla 2.1:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según región (%).

**Tabla 2.2:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimientos según etapa del emprendimiento (% de respuestas afirmativas)

**Tabla 2.3:** Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor (%)

**Tabla 2.4:** Modelos de regresión logística para la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora

**Tabla 3.1:** Condiciones de la actividad emprendedora

# INTRODUCCIÓN

---

- 1.1. Acerca del GEM
- 1.2. Marco conceptual
- 1.3. Metodología del GEM
- 1.4. Proceso emprendedor y definiciones operativas del GEM
- 1.5. Sobre este reporte

El estudio Global Entrepreneurship Monitor Internacional publica anualmente reportes sobre el estado y tendencias de la actividad emprendedora de diversos países, que transitan por diferentes etapas de su desarrollo económico. Chile se unió a esta iniciativa en 2002, y desde entonces, en el país han sido generados informes nacionales y regionales con indicadores para evaluación de valores sociales, de la actividad emprendedora, aspiraciones y el ecosistema emprendedor.

Por su cobertura geográfica, tamaño muestral y calidad metodológicas, el proyecto GEM Chile se ha convertido en la iniciativa más relevante para comprender el fenómeno del emprendimiento y su dinámica a nivel nacional y regional. Desde 2015, la Universidad Tecnológica de Chile INACAP es responsable del proceso de recopilación de datos orientada a expertos y la elaboración de reportes en la Región del Maule.





# INTRODUCCIÓN

## 1.1. Acerca del GEM

El proyecto fue iniciado por Michael Hay del London Business School (Reino Unido) y Bill Bygrave del Babson College (EE.UU.) en 1997, el primer estudio se realizó en 1999 e incluyó a diez países con economías desarrolladas. En el año 2017 participaron 54 países, considerando a economías que disponen del 68% de la población del mundo y generan alrededor del 86% del PIB a nivel global (Singer, Herrington & Menipaz, 2018).

Latinoamérica ha sido representada en forma significativa en este estudio. En 2010 los países de América Latina y el Caribe constituyeron la segunda región con mayor participación en GEM, solo Europa obtuvo mayor presencia durante ese periodo (Amorós, 2011). La edición 2017 del GEM cuenta con la participación de Puerto Rico, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú y Uruguay.

Chile se unió al proyecto en 2002 y desde ese entonces se han realizado mediciones consistentes bajo la metodología de GEM. Actualmente el proyecto es liderado en Chile por la Universidad del Desarrollo, que,

en conjunto con universidades regionales, conforman una red de investigación que abarca gran parte del territorio del país. La Universidad Tecnológica de Chile INACAP ha sido par regional del GEM desde 2015 en las regiones del Maule y Los Lagos, sumando a partir del 2017 las regiones de Los Ríos y Aysén.

En 2004 fue creada la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) como organismo supervisor del proceso de elaboración de informes. GERA es una entidad sin fines de lucro dirigida por integrantes de las organizaciones fundadoras London Business School (Reino Unido) y Babson College (EE.UU.), las instituciones patrocinadoras Universidad del Desarrollo (Chile), Universiti Tun Abdul Razak (Malasia), Korea Entrepreneurship Foundation (Corea), International Development Research Centre (Canadá) y International Council for Small Business (EE.UU), y equipos patrocinadores nacionales alrededor del mundo que apoyan las líneas de investigación académica asociada a la actividad emprendedora (Singer, Herrington & Menipaz, 2018).



El GEM entrega información confiable y actualizada para las principales organizaciones mundiales que observan la actividad emprendedora, el estudio ha logrado desarrollar un set de reportes que son utilizados por una comunidad de investigadores dinámica y en permanente crecimiento. Las características del GEM que atraen a investigadores de diversos países, son las siguientes (Global Entrepreneurship Monitor, n.d.):

- **Focaliza al emprendedor individual**, obteniendo datos primarios del pequeño emprendedor cuya actividad podría no ser medida en la estadística oficial.
- **Permite realizar comparaciones entre los países**, al utilizar el mismo enfoque al obtener los datos a nivel global.
- **Identifica la actividad emprendedora como un proceso**, al capturar las mediciones de las distintas fases, desde identificar las oportunidades, realizar los primeros pasos del emprendimiento, dirigir un emprendimiento naciente y hacerlo crecer.
- **Dispone de set de datos históricos comprensibles**, pues en sus 18 años de trayectoria ha recabado más de dos millones de observaciones en más de 100 economías a nivel mundial.
- **Articula una destacada red global de expertos**, al reunir más de 500 especialistas en la temática de emprendimiento a nivel mundial.
- **Recolecta datos de emprendimientos informales**, lo que generalmente las estadísticas oficiales no logran capturar; esto es particularmente relevante en economías en desarrollo.

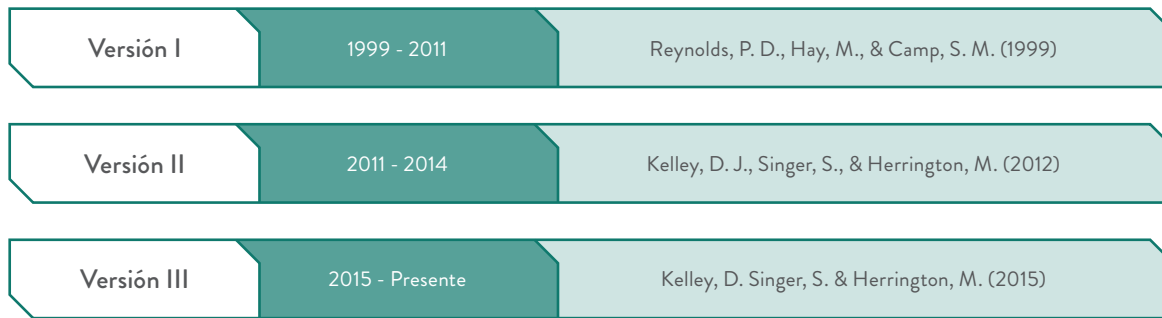


## 1.2. Marco conceptual

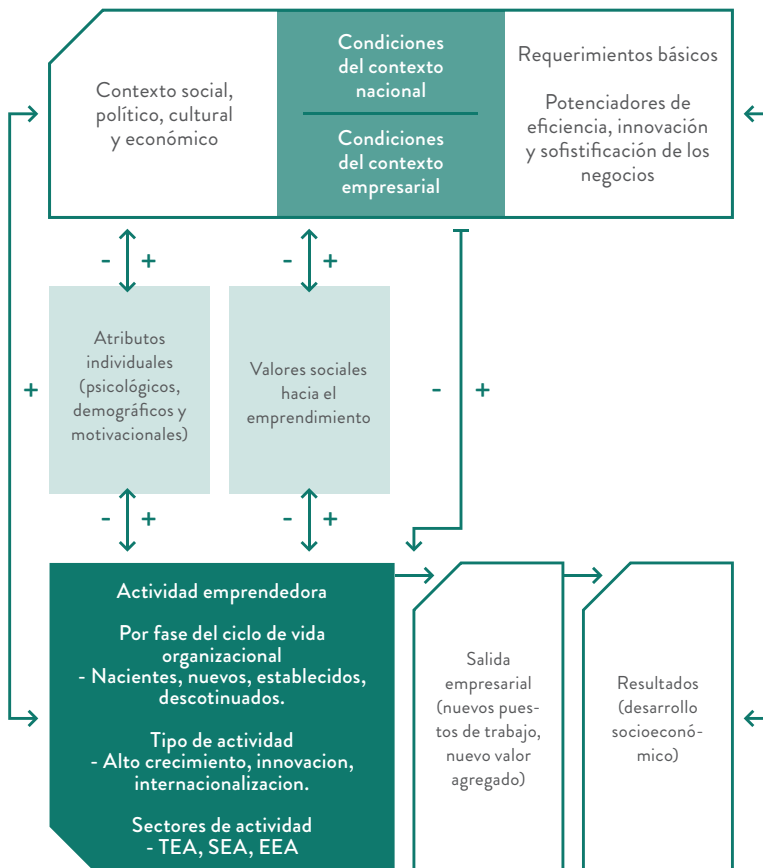
El GEM ha actualizado su comprensión del emprendimiento a través de un modelo teórico que evoluciona en el tiempo. Los cambios en el estudio han permitido un mayor entendimiento del vínculo de variables que inciden en el emprendimiento, sin comprometer la información recopilada previamente. Como se observa en la *Figura 1.1*, desde 1999 hasta el presente

se han elaborado tres modelos teóricos, su progresión está relacionada con el aumento en la complejidad de las relaciones entre los factores que intervienen en el emprendimiento, como el papel que desempeña el contexto político, económico y cultural, y los valores sociales y los atributos individuales del emprendedor.

**Figura 1.1:** Evolución de los modelos teóricos sobre el emprendimiento, GEM 1999-actualidad



Fuente: Elaboración propia en base a GEM



**Figura 1.2:** Modelo actual del GEM

Esta evolución se articula para alcanzar con eficacia los tres grandes objetivos del GEM: 1) Medir los diferentes niveles de actividad emprendedora entre los países. 2) Descubrir los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional. 3) Identificar políticas que pueden mejorar los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional (Amorós, 2011). El marco teórico actual data del 2015 y obedece al siguiente esquema (ver *Figura 1.2*).

Fuente: Global Report, 2017/2018. GEM



El modelo actual vincula el contexto social, político, cultural y económico, con los valores sociales sobre el emprendimiento, los atributos individuales del emprendedor y la actividad emprendedora. Se basa en la concepción de que el emprendimiento es un constructo multidimensional, que involucra diversos actores y niveles de análisis (Wennekers, Uhlaner & Thurik, 2002).

El GEM identifica tres ambitos principales para explicar la actividad emprendedora: el individuo, su actividad y su entorno. El modelo estima que las características del entorno (social, cultural, económico y político) apoyan o dificultan la intención de emprender en las personas, impactando la creación de valor, generación de nuevos puestos de trabajo y el desarrollo socioeconómico (Kelley et al., 2012). A continuación, **son descritos estos tres componentes:**

### **I. Entorno para la actividad emprendedora:**

este factor hace referencia a las características del entorno nacional y empresarial, que facilitan o dificultan las actividades emprendedoras. Está constituido por:

- **Requerimientos básicos:** configuración institucional, infraestructura, estabilidad macroeconómica, condiciones de educación básica y salud apropiadas.
- **Estimuladores de eficiencia:** educación y capacitación, tamaño y eficiencia en mercados que ofertan bienes y servicios.
- **Condiciones para la innovación y sofisticación de los negocios:** políticas gubernamentales, educación en emprendimiento, transferencia de investigación y desarrollo, apertura de mercados internos, disponibilidad de financiamiento, infraestructura y normas instituidas en la cultura.



**II. Individuos emprendedores:** caracteriza a personas que son guiadas por su contexto social hacia el emprendimiento. Son estudiadas condiciones demográficas, como nivel educacional, edad y género, también percepciones sobre oportunidades, miedo al fracaso, capacidades personales y aspectos motivacionales que guían a individuos a emprender. Adicionalmente, son evaluados valores sociales que promueven o desestiman el emprendimiento.

**III. Actividades emprendedoras:** consiste en análisis sobre etapas del ciclo de vida de una organización, el tipo de actividad que desarrolla y su impacto, en términos particulares son estimados los indicadores Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA), Emprendimiento Social (SEA) y Actividad Emprendedora de Empleados (EEA).



### 1.3. Metodología del GEM

El equipo del GERA, en conjunto con los equipos nacionales, coordinan y controlan la aplicación de instrumentos para obtención de información, como son la Encuesta a Población Adulta y Encuesta Nacional de Expertos. Estas evaluaciones entregan dos perspectivas complementarias para entender el fenómeno del emprendimiento.

La Encuesta a Población Adulta se orienta a medir el nivel y naturaleza de la actividad de emprendedores alrededor del mundo. Se enfoca en explorar el rol del individuo en el ciclo de vida del proceso emprendedor, focalizándose en sus condiciones demográficas, motivaciones para empezar un negocio, actitudes emprendedoras y acciones realizadas al iniciar un negocio.

La Encuesta Nacional de Expertos es un cuestionario que reúne la opinión de especialistas sobre un amplio rango de ítems<sup>1</sup>, cada uno de ellos está diseñado para obtener percepciones sobre una dimensión diferente del ecosistema de emprendimiento. Los expertos son seleccionados por su amplio conocimiento del contexto del emprendimiento en un área geográfica o bien por su trayectoria emprendedora. Aportan su conocimiento en las nueve dimensiones abordadas en el estudio, estas son Apoyo Financiero, Políticas Públicas, Programas de Gobierno, Educación y Capacitación, I+D y Transferencia, Infraestructura Comercial, Apertura del Mercado Interno, Infraestructura Física y Cultura y Normas Sociales.

<sup>1</sup> Los ítems están asociados *Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs)*, que definen el ecosistema de emprendimiento y considera los recursos, iniciativas, mercados y apoyo institucional para la creación y crecimiento de nuevos emprendimientos (Bosma et al., 2008).

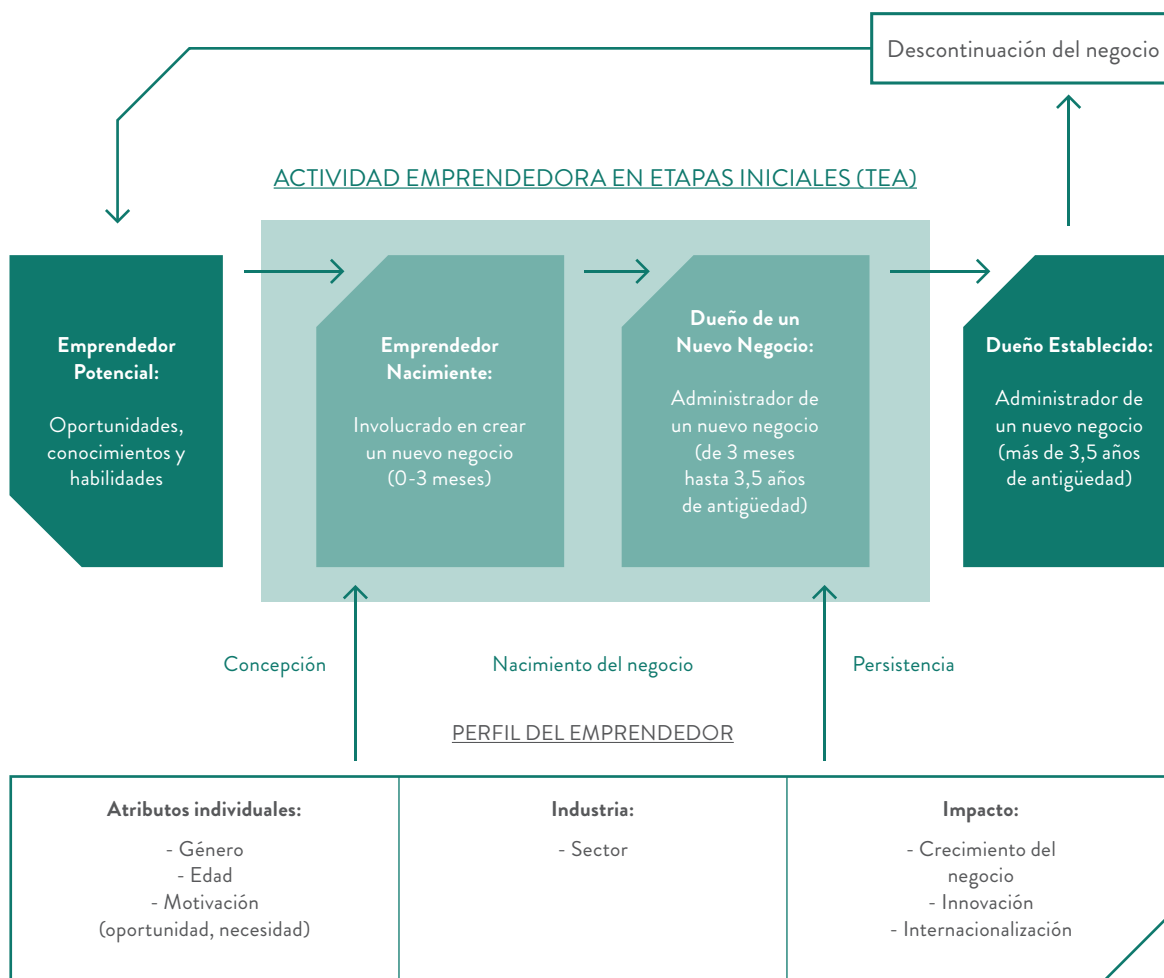
## 1.4. Proceso emprendedor y definiciones operativas del GEM

El GEM ha adherido la definición de emprendimiento planteada por Reynolds et al. (1999), autores que identifican este concepto como “toda intención de creación de nuevos negocios o empresas, incluyendo trabajo por cuenta propia, desarrollo de una organización empresarial o el crecimiento de un negocio existente, por parte de personas individuales, un equipo o un negocio establecido”(p.3).

Una de las cualidades diferenciadoras del GEM es su orientación hacia el estudio de percepciones y condiciones demográficas individuales en diferentes fases de actividad emprendedora, por ello, el estudio observa al individuo desde el momento en que es un emprendedor

potencial y luego compromete recursos para iniciar un negocio, hasta que se consolida como dueño y dirige su negocio establecido, manteniéndose en operación por más de 42 meses. La **Figura 1.3** sintetiza el proceso emprendedor.

**Figura 1.3:** El proceso emprendedor y etapas emprendedoras del GEM



Fuente: Global Report, 2017/2018.GEM





La información de *Figura 1.3* permite comprender la actividad emprendedora como un proceso desarrollado en cuatro etapas.

La primera corresponde a la categoría denominada **Emprendedor Potencial**, que incorpora a individuos con predisposición a iniciar un nuevo negocio, pero que aún no comienzan acciones específicas para ello. En esta etapa se mide la percepción de atributos individuales y su valoración hacia el emprendimiento.

La segunda fase, categorizada como **Emprendedor Naciente**, considera a personas que señalan inicio de un nuevo negocio, o pago de salarios a sus trabajadores y/o a sí mismos, en un plazo no mayor a tres meses. En GEM, el pago de cualquier tipo de retribución en un periodo mayor a tres meses, tanto al dueño de la empresa o a algún empleado, es identificado como el momento del nacimiento de un negocio.

La tercera fase es definida como **Dueño de un Nuevo Negocio**, agrupa a individuos que han pagado salarios por extensión de 3 a 42 meses luego de iniciar un negocio. La proporción de emprendedores nacientes más dueños de nuevos negocios, es denominada en GEM como Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (en adelante TEA por su sigla en inglés de Total Early-Stage Entrepreneurial Activity).



La última etapa es definida como **Dueño Establecido**, y considera a personas dedicadas a la operación de su negocio con pago de salarios por extensión de más de 42 meses. Esta fase también es reconocida como “etapa de persistencia”, pues el negocio ha superado dificultades iniciales y busca consolidarse.

## 1.5. Sobre este reporte

Este documento representa la información obtenida desde emprendedores y expertos durante 2017, en la Región del Maule. Su contenido describe el desempeño de diferentes dimensiones consideradas en marco conceptual del GEM. Evalúa la dinámica emprendedora en esta región y sus condiciones de contexto.





## CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DEL MAULE

- 2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales
- 2.2. Actividades emprendedoras.
- 2.3. Motivaciones emprendedoras
- 2.4. Distribución por sectores
- 2.5. Edad y sexo
- 2.6. Nivel educativo
- 2.7. Nivel de ingresos
- 2.8. Descontinuación de los negocios
- 2.9. Aspiraciones emprendedoras
- 2.10. Orientación a la innovación
- 2.11. Utilización de nuevas tecnologías
- 2.12. Potencial de expansión del mercado
- 2.13. Predictores de emprendimiento en la Región del Maule





## 2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales

Para el GEM la valoración social influye en los niveles de actividad emprendedora, pues en la medida que exista aceptación colectiva será más probable que las personas se conviertan en emprendedores. Se mide esta dimensión de la encuesta mediante la apreciación de la población sobre tres variables: opinión del emprendimiento como profesión deseable, el estatus social de emprendedores con éxito y la atención que recibe este grupo por parte de medios de comunicación. Asimismo, el GEM analiza la percepción de la población respecto de las oportunidades en el entorno, sus propias capacidades individuales, la intención de emprender en el futuro y el miedo al fracaso cuando se desea partir un negocio.



La **Tabla 2.1** muestra actitudes y percepciones emprendedoras a nivel nacional y regional. En comparación con el país, El Maule presenta porcentajes más elevados en percepción de la mayoría de variables evaluadas.

**Tabla 2.1:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según región (% respuestas afirmativas)

| Región | Percepción de oportunidades | Percepción de capacidades | Miedo al fracaso* | Intenciones emprendedoras** | Emprendimiento como opción de carrera deseable | Reconocimiento a los emprendedores exitosos | Atención que los medios de comunicación dan al emprendimiento |
|--------|-----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------------------|--|---|---|
| Maule  | 47,9                        | 65,0                      | 30,7              | 48,2                        | 75,5   | 69,3  | 61,2  |
| Chile  | 55,5                        | 61,8                      | 29,4              | 45,8                        | 73,8   | 62,9  | 62,0  |

\*Proporción de adultos entre 18-64 años que observa buenas oportunidades para comenzar un negocio.

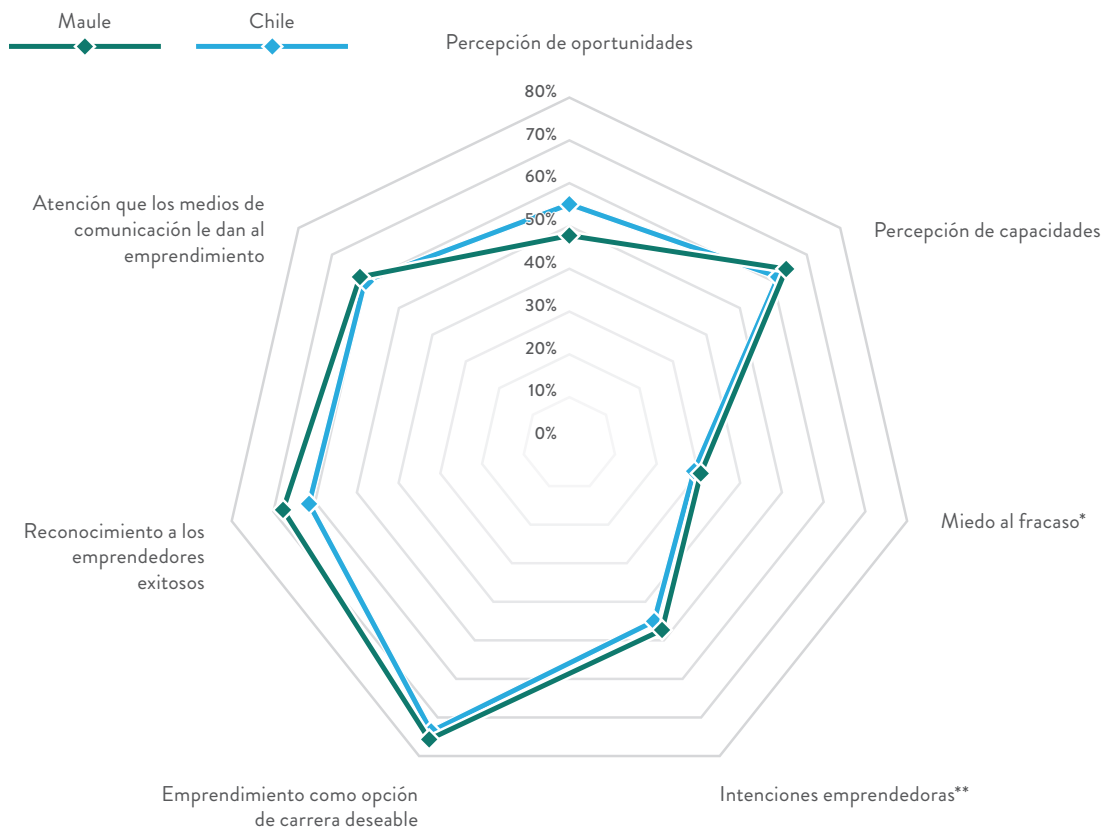
\*\*Proporción de adultos que no está involucrada en actividades emprendedoras.

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

En coherencia con la tabla anterior, la Figura 2.1 indica que la Región del Maule presenta porcentajes similares al nivel nacional en lo referido al porcentaje de quienes consideran que los medios de comunicación frecuentemente prestan atención a emprendedores exitosos (61,2%), y sobre la percepción del emprendimiento como opción de carrera deseable (75,5%).

También se observan mayores porcentajes en la región en la apreciación de capacidades para emprender (65,0%), miedo al fracaso (30,7%), intenciones emprendedoras (48,2%), y reconocimiento a los emprendedores exitosos (69,3%). Finalmente, en la Región del Maule se observa comparativamente una menor proporción en aquellos que perciben buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial (47,9%).

**Figura 2.1:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento en la Región del Maule (% respuestas afirmativas)



\*Proporción de adultos entre 18-64 años que observa buenas oportunidades para comenzar un negocio.

\*\*Proporción de adultos que no está involucrada en actividades emprendedoras.

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

La **Tabla 2.2** analiza las atribuciones y valoraciones hacia el emprendimiento por etapa de actividad emprendedora, en la región y a nivel nacional. Con respecto a la pregunta sobre el conocimiento de alguna persona que haya iniciado un negocio hace dos años, se puede indicar que en la región, aquellos encuestados sin relación con actividades emprendedoras presentan una menor respuesta positiva que aquellos con alguna relación o que ya se encuentran en fases de emprendimiento.



Situación similar ocurre en la apreciación de capacidades para emprender, donde las personas sin relación con actividad emprendedora presentan un 54,9%, versus el resto de las categorías que se encuentran sobre el 80%. En el sentido contrario, las personas sin vínculo con el emprendimiento presentan más del doble de porcentaje que los demás grupos en cuanto al temor al fracaso para iniciar un negocio. Donde existe una mayor variación en cuanto a las respuestas, es en lo referido a la percepción de buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial, ya que se observa que los emprendedores nacientes y nuevos empresarios son aquellos con mayores respuestas positivas (61,7% y 58,2% respectivamente), mientras que el resto no supera el 52%.

**Tabla 2.2:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según etapa del emprendimiento (% de respuestas afirmativas)

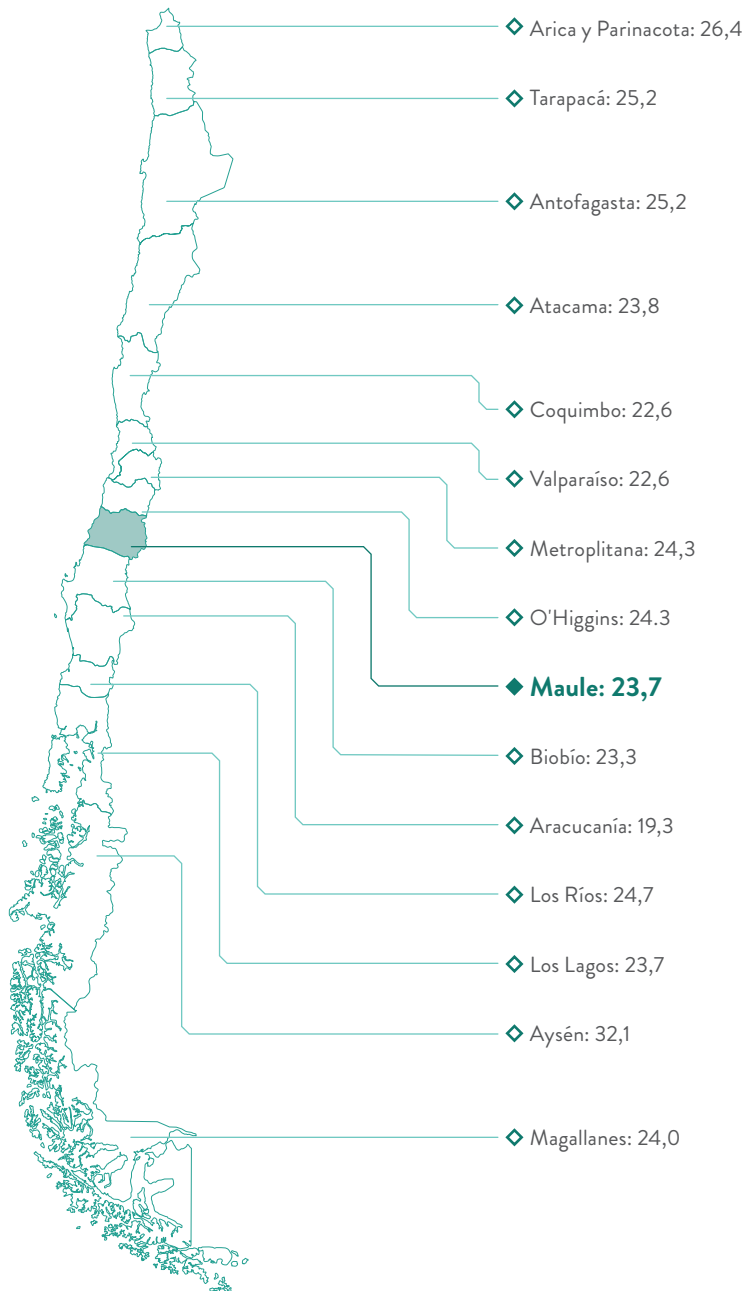
| <b>¿Conoce usted personalmente a alguien que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?</b>                                     |  |   |                            |                          |                                    |
|--|--|---|----------------------------|--------------------------|------------------------------------|
|  | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores/as nacientes | Nuevos/as empresarios/as | Actividad emprendedora establecida |
| Maule  | 35,4   | 55,5  | 57,0                       | 69,6                     | 47,7                               |
| Chile  | 33,8   | 63,7  | 61,8                       | 75,2                     | 62,7                               |
| <b>¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?</b> |  |   |                            |                          |                                    |
|  | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores/as nacientes | Nuevos/as empresarios/as | Actividad emprendedora establecida |
| Maule  | 45,5   | 51,9  | 61,7                       | 58,2                     | 39,4                               |
| Chile  | 54,7   | 57,2  | 59,3                       | 58,6                     | 52,0                               |
| <b>¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?</b>                |  |   |                            |                          |                                    |
|  | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores/as nacientes | Nuevos/as empresarios/as | Actividad emprendedora establecida |
| Maule  | 54,9   | 81,7  | 80,0                       | 82,0                     | 83,6                               |
| Chile  | 50,5   | 85,8  | 85,6                       | 86,5                     | 86,4                               |
| <b>¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?</b>  |  |   |                            |                          |                                    |
|  | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores/as nacientes | Nuevos/as empresarios/as | Actividad emprendedora establecida |
| Maule  | 44,4   | 23,5  | 17,6                       | 23,4                     | 27,0                               |
| Chile  | 36,5   | 24,5  | 24,6                       | 22,2                     | 24,2                               |

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

## 2.2. Actividades emprendedoras

La **Figura 2.2** muestra el indicador TEA (Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales) a nivel regional, es decir, la actividad emprendedora en etapas iniciales para estas regiones que incluye emprendedores nacientes y nuevos empresarios. La Región del Maule presenta un TEA de 23,7%, siendo muy similar al que tiene el país (23,8%) y manteniéndose en valores parecidos a años anteriores.

**Figura 2.2:** Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile en 2017 (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



La **Tabla 2.3** muestra la actividad emprendedora en fases de su proceso. En general, se observa que en el país predomina la actividad emprendedora naciente, seguida de los nuevos empresarios y los emprendedores ya establecidos. La Región del Maule presenta una actividad emprendedora naciente del 13,9%, los nuevos empresarios representan un 10,5% y los emprendedores establecidos se encuentran en un 15,1%. Cabe mencionar que la Región del Maule presenta un alto porcentaje de emprendedores establecidos.

**Tabla 2.3:** Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor (%)

| Región | Actividad emprendedora naciente | Nuevos negocios, gerentes y propietarios | Fase inicial de actividad emprendedora (TEA) | Negocios, gerentes y propietarios establecidos | Tasa de discontinuación |
|--------|---------------------------------|--|--|--|-------------------------|
| Maule  | 13,9                            | 10,5                                     | 23,7   | 15,1   | 8,0                     |
| Chile  | 14,7                            | 9,7                                      | 23,8   | 9,9  | 7,1                     |

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



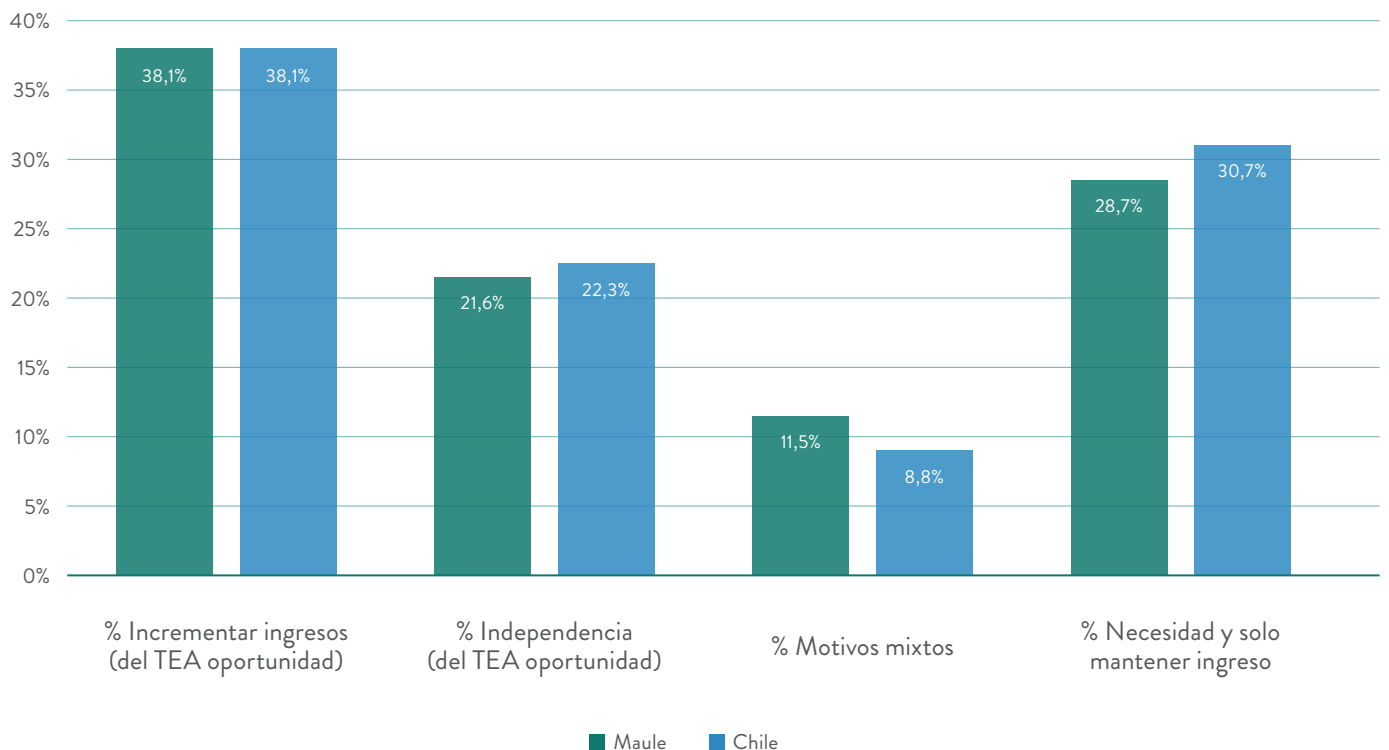
### 2.3. Motivaciones emprendedoras

GEM entiende que existen dos tipos de motivaciones que incentivan a los individuos emprender: oportunidad y necesidad. La primera motivación se vincula con la oportunidad de llevar una idea al mercado y desarrollar un nuevo negocio, es decir, el emprendedor que decide materializar una idea que posee potencial de crecimiento. Dentro de estos emprendedores, podemos distinguir entre aquellos que son motivados por incrementar su nivel de ingreso, desean tener mayor independencia o tienen motivos mixtos.

Aquellos que declaran ser motivados por necesidad, fueron los que no tuvieron otra opción de empleo y deciden emprender porque requieren conseguir recursos para solventar su carga financiera familiar.

La **Figura 2.3** se muestra el balance de los motivadores para aquellos emprendedores que declaran estar en etapas iniciales I. En la Región del Maule, podemos apreciar que el 38,1% de ellos indican que emprendieron como una medida para incrementar ingresos, mientras que el 21,6% de ellos para obtener mayor independencia, el 28,7% por necesidad y solo mantener el ingreso; y finalmente el 11,5% declara que fue por motivos mixtos.

**Figura 2.3:** Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales I (%)

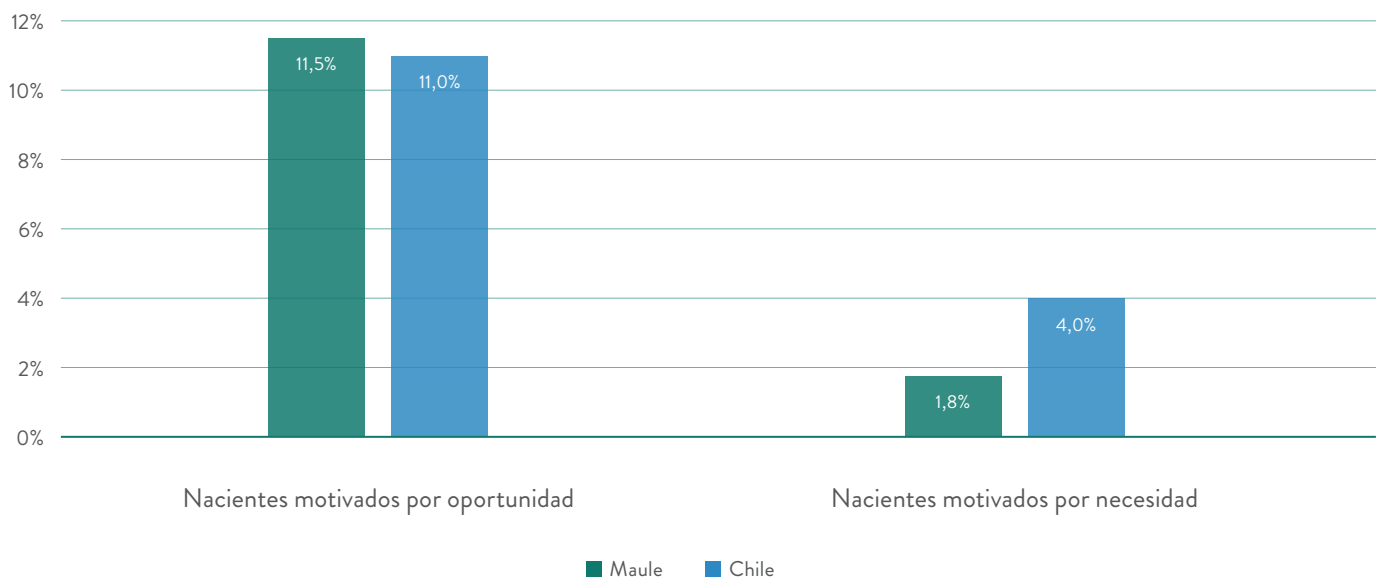


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



La *Figura 2.4*, indica que entre el total de población estudiada, el 11,5% es un emprendedor en etapas iniciales II motivado por oportunidad (11,0% a nivel nacional). En cuanto al emprendimiento por necesidad, el valor regional alcanza el 1,8% (4,0% a nivel nacional).

**Figura 2.4:** Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales II (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

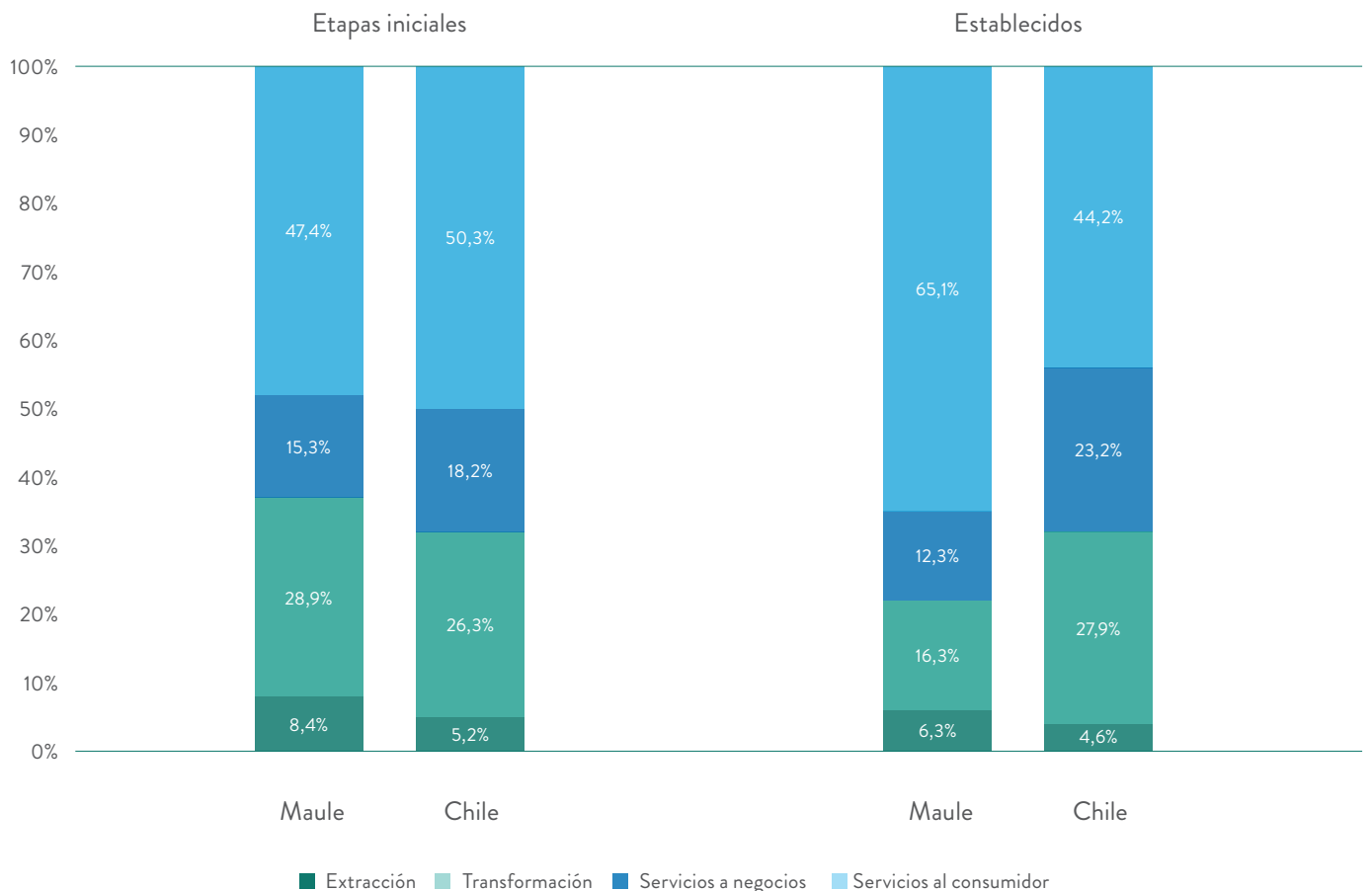
## 2.4. Distribución por sectores

La **Figura 2.5** nos muestra la distribución por sectores tanto en que participan emprendedores en etapas iniciales y establecidos. La tendencia a nivel nacional en los últimos ciclos, ha demostrado que la mayoría de los emprendedores se dedica a servicios orientados al consumidor (peluquería, hotelería, turismo, gastronomía, entre otras), la Región del Maule no es la excepción durante el año 2017.

En los emprendedores en etapas iniciales, el 47,4% trabaja en servicios orientados al consumidor, el 28,9% al sector transformación, el 15,3% a negocios y el 8,4% se dedica al sector extracción. No se presentan mayores diferencias a nivel nacional exceptuando el sector transformación.

Entre los emprendedores establecidos, este año el 65,1% declara tener servicios orientados al consumidor, un 12,3% a servicios a negocios, un 16,3% a transformación y solo un 6,3% a extracción.

**Figura 2.5:** Distribución por sectores de emprendimientos en etapas iniciales y establecidas (%)



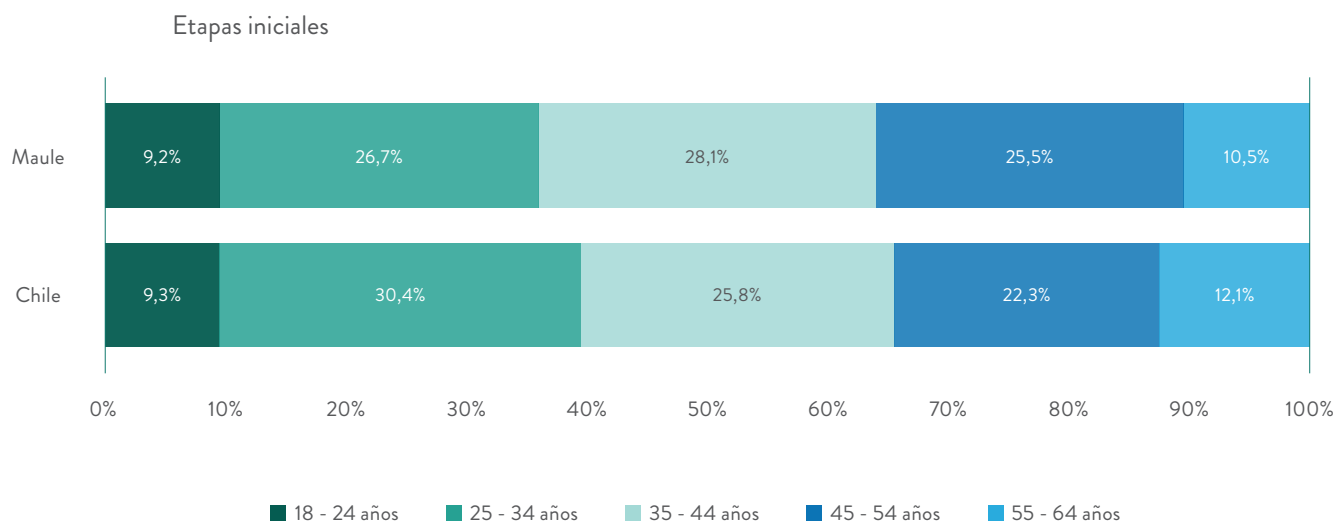
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



## 2.5. Edad y sexo

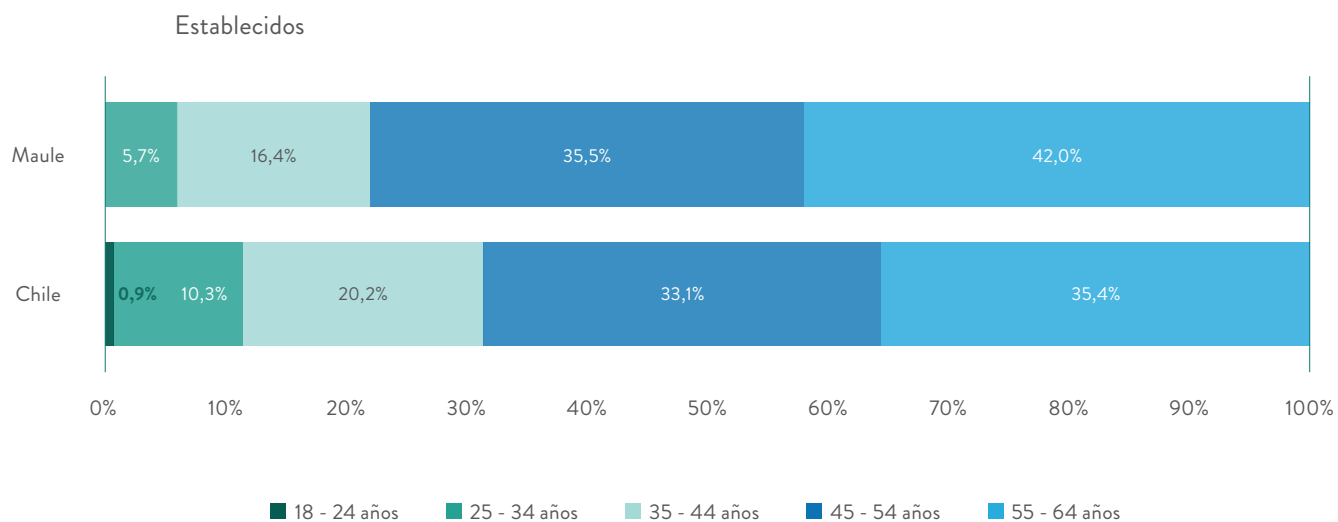
En la *Figura 2.6* refleja las edades de emprendedores en etapas iniciales, 28,1% de ellos se encuentra en el rango etario entre 35 y 44 años, el 26,7% tiene de 25 a 34 años de edad, el 25,5% se encuentra entre los 45 y 54 años, y el 10,5% tienen 55 años o más. En cuanto a los emprendedores establecidos, se observa que predominan los rangos más avanzados de edad, con un 42,0% en 55 años o más, y un 35,9% para quienes tienen de 45 a 54 años.

**Figura 2.6:** Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad (%)

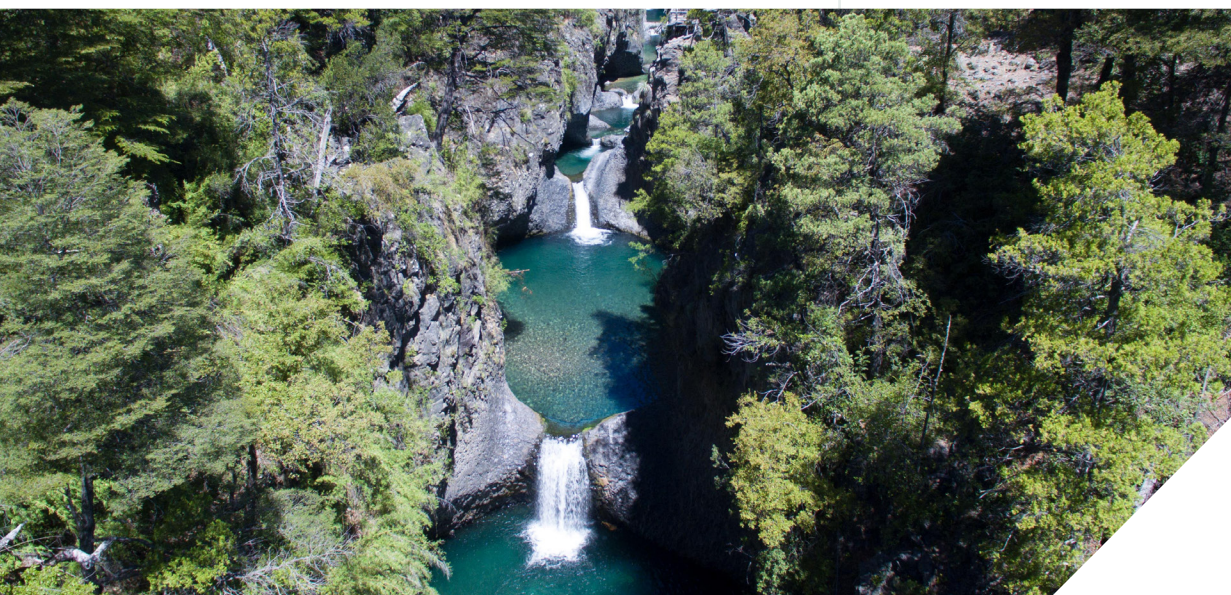


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

**Figura 2.7:** Emprendimientos establecidos, según grupo de edad (%)

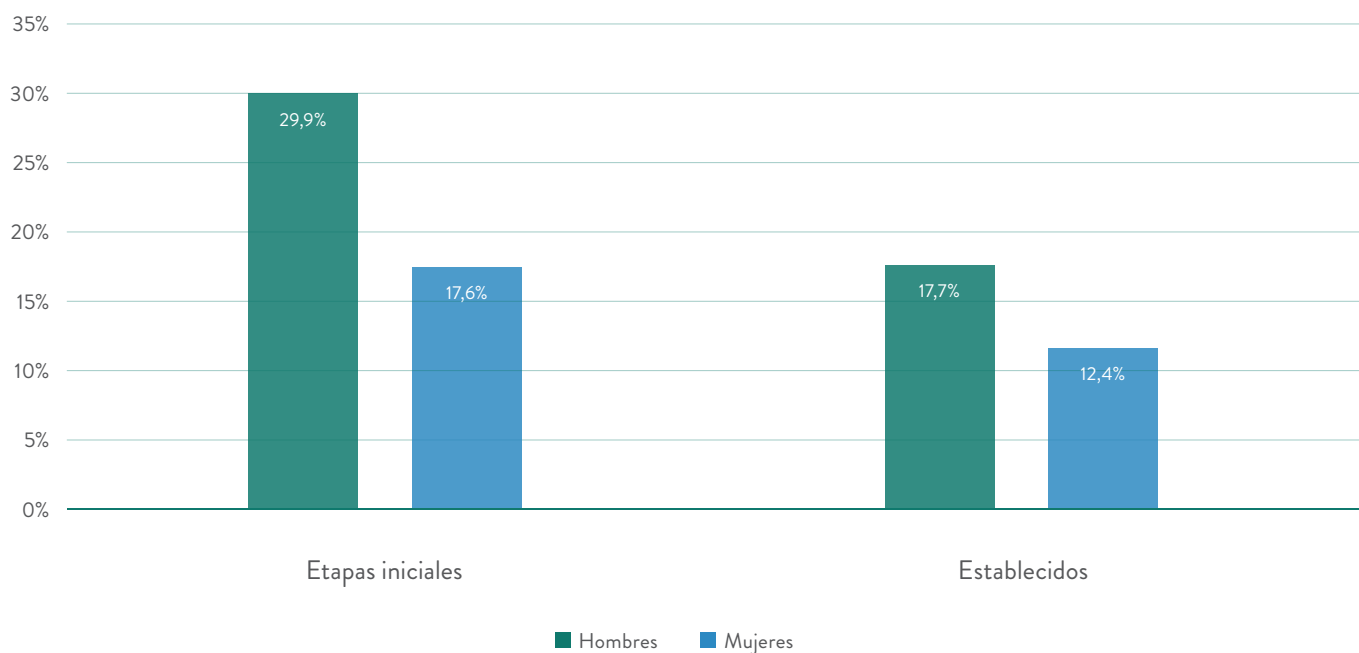


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



Respecto de participación por sexo, los resultados muestran mayor participación de hombres en emprendimiento. La **Figura 2.8** muestra esta proporción donde, en etapas iniciales, los hombres declaran emprender un 29,9%, mientras que las mujeres solo un 17,6%. Para el caso de los emprendedores establecidos, las mediciones para hombres y mujeres alcanzaron un 17,7% y 12,4% respectivamente.

**Figura 2.8:** Emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, según sexo (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

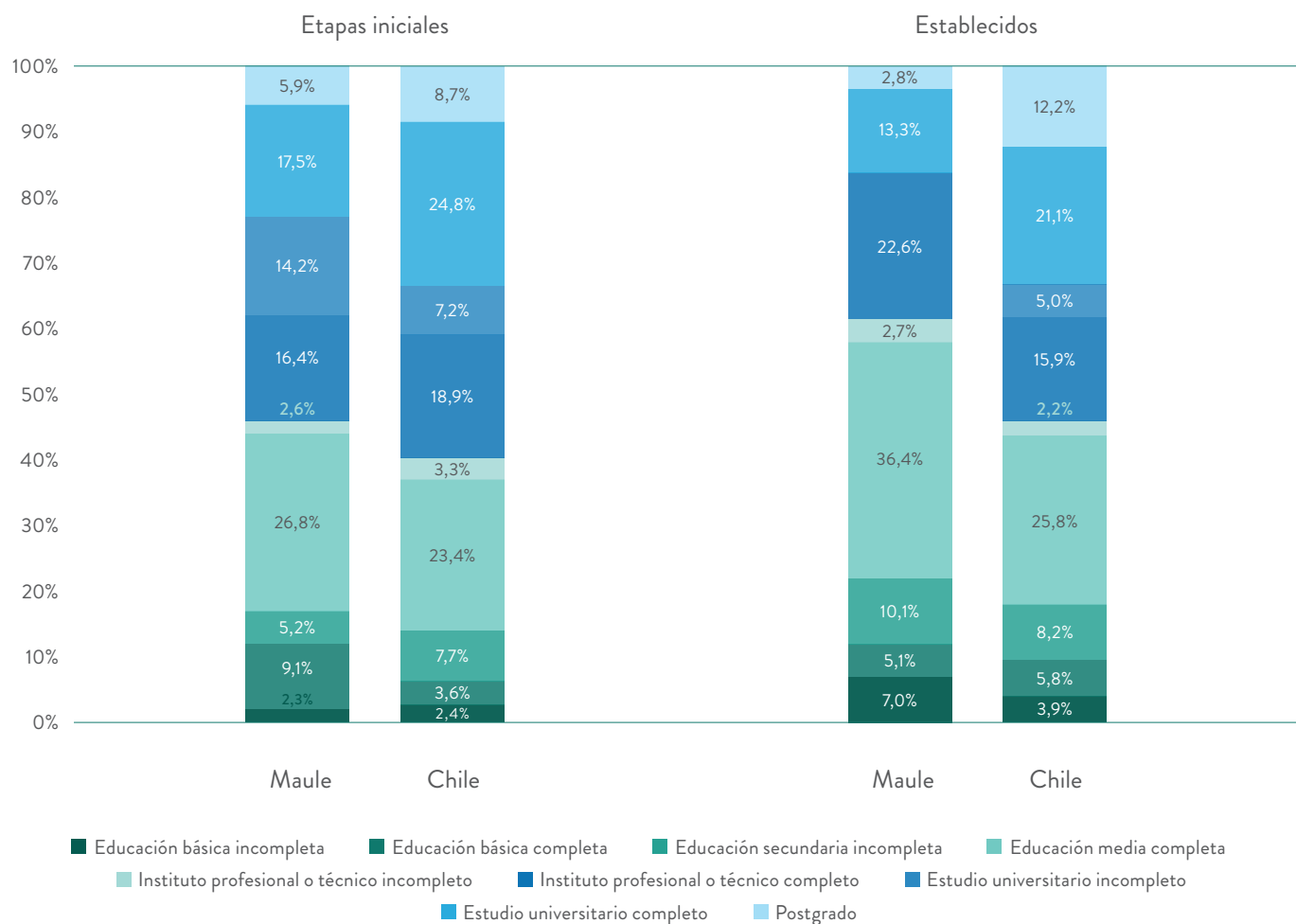


## 2.6. Nivel educativo

La **Figura 2.9** analiza el nivel educacional de los emprendedores en etapas iniciales y establecidos de la Región del Maule. Es posible señalar que en los emprendedores en etapas iniciales tienen como nivel educacional predominante la educación secundaria completa con un 26,8%, seguido de estudios universitarios completos (17,5%), estudios técnicos profesionales completos (16,4%) y estudios universitarios incompletos (14,2%).

En lo que respecta a los empresarios establecidos, el 36,4% posee educación secundaria completa (casi diez puntos porcentuales más que el grupo anterior), seguido de estudios técnicos profesionales completos (22,6%) y estudios universitarios completos (13,3%).

**Figura 2.9:** Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora (%)



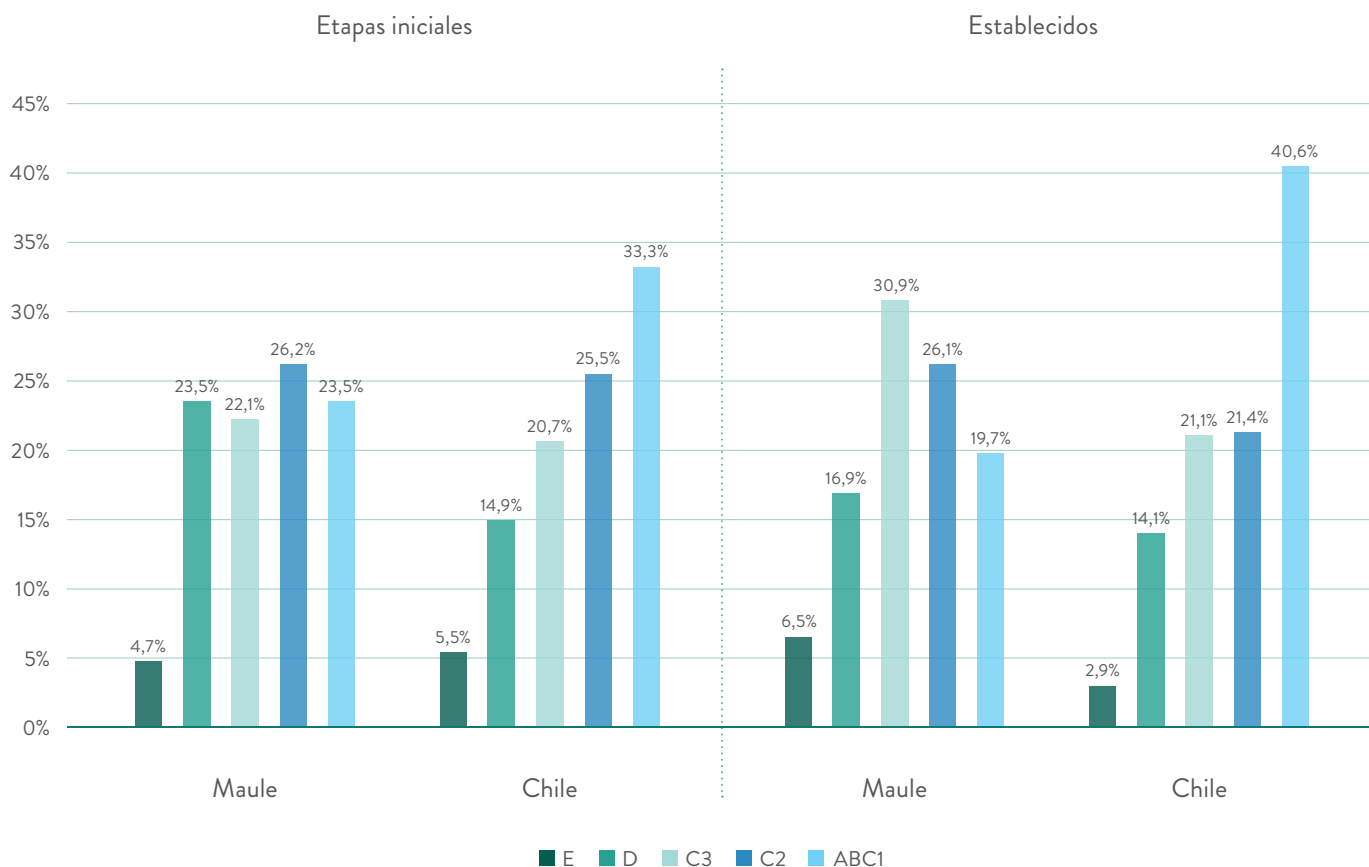
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



## 2.7. Nivel de ingresos

La **Figura 2.10** examina el ingreso familiar de los emprendedores en etapas iniciales y de los establecidos de la región. De los emprendedores en etapas iniciales solo el 4,7% se encuentra en el nivel de ingresos bajos (nivel E), concentrándose de manera homogénea en los niveles de ingresos medios y altos, situación que en el país ocurre en el nivel medio (C2) y alto (ABC1). En lo que respecta a los empresarios establecidos, el 45% se encuentra en los dos niveles con más altos ingresos (C2 y ABC1), mientras que en el país, los emprendedores establecidos alcanzan el 62% en estos niveles.

**Figura 2.10:** Actividad emprendedora, según ingreso familiar (%)

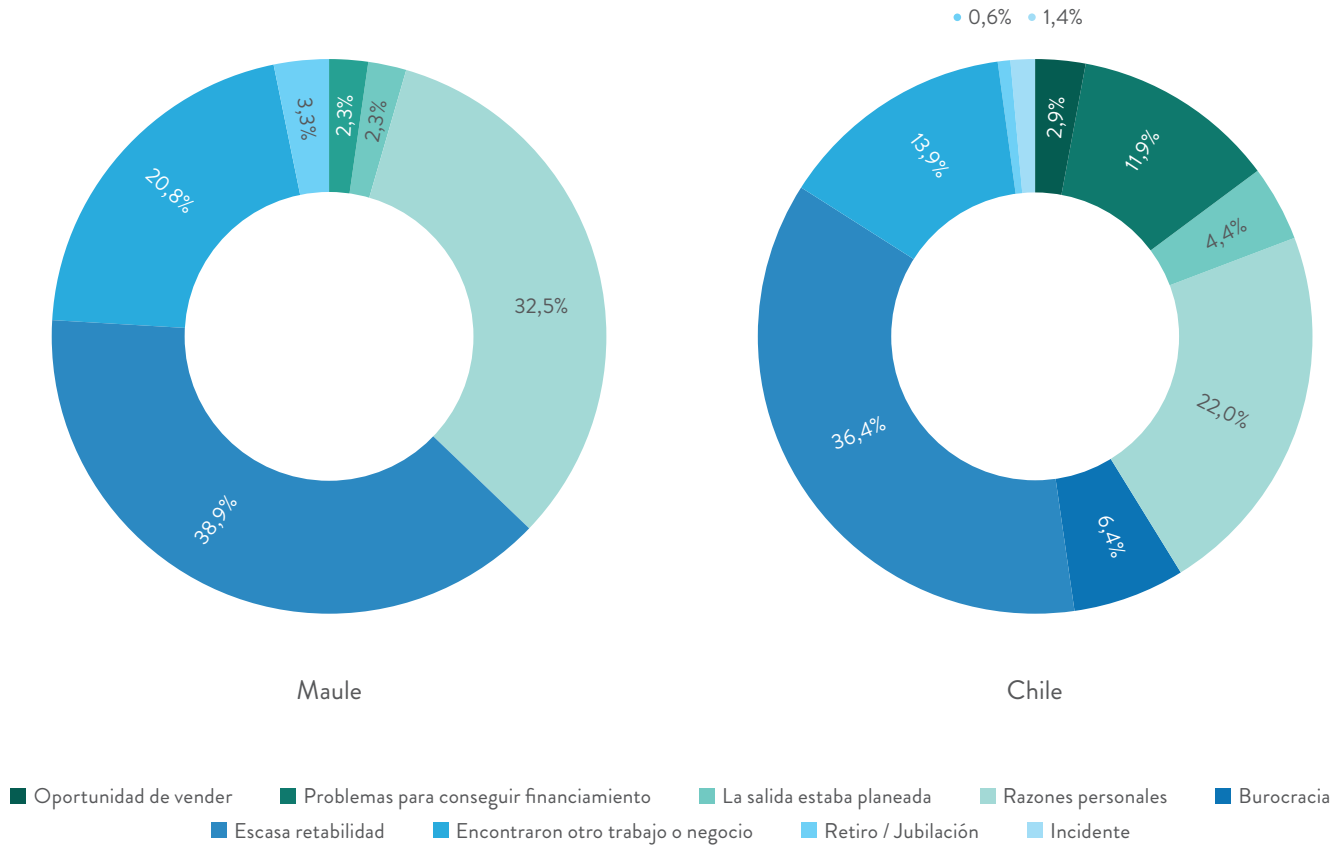


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

## 2.8. Descontinuación de los negocios

Las principales razones que reconocen los emprendedores de la Región del Maule para discontinuar su negocio son la escasa rentabilidad (38,9%), razones personales (32,5%) y encontrar otro trabajo o negocio (20,8%), situación similar con lo observado a nivel nacional. La principal diferencia está en la causa problemas para conseguir financiamiento que alcanza un 11,9% en el país y un 2,3% en la región.

Figura 2.11: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

## 2.9. Aspiraciones emprendedoras

GEM examina las aspiraciones de los emprendedores a través de predicciones de crecimiento; grado de innovación de empresa; uso de tecnologías novedosas dentro de la empresa; y extensión del mercado en el futuro. Asimismo, se observa el número de clientes no nacionales para conocer el nivel de internacionalización del emprendimiento.

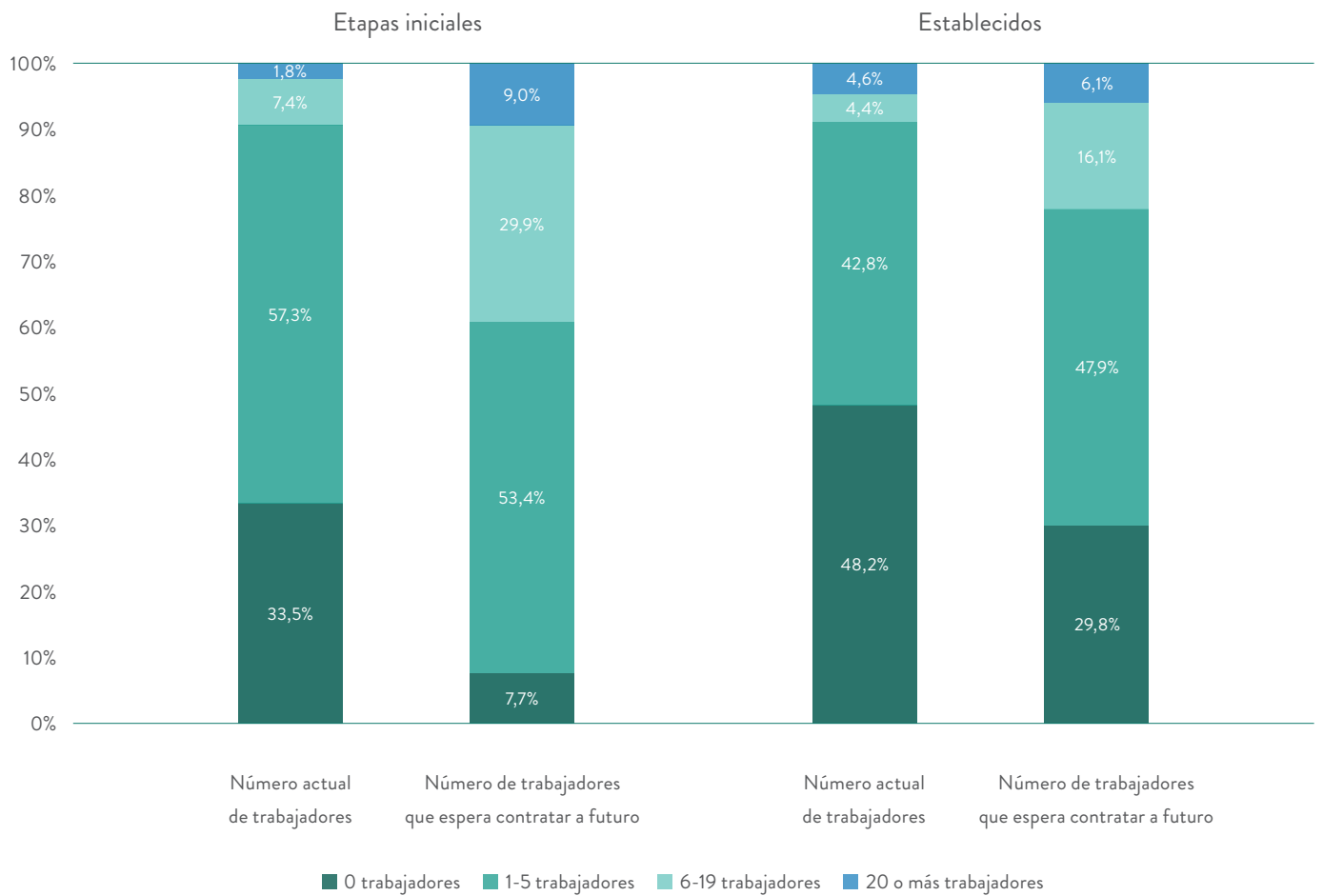
En términos de posibilidades de crecimiento, se les consulta a los emprendedores la cantidad de trabajadores contratados en el presente y su proyección en el futuro. Para el GEM, una expectativa de crecimiento considerable se vincula con la estimación de contratar a más de 20 empleados en cinco años.



En esta región, los emprendedores en etapas iniciales que se declaran autoempleados corresponden al 33,5%, mientras que el 57,3% tiene entre 1 y 5 trabajadores, el 7,4% tiene entre 6 y 19, y apenas el 1,8% tiene 20 o más trabajadores. En cinco años más, el 53,4% de este grupo pretende contratar entre 1 y 5 trabajadores, mientras el 30% indica que contraría entre 6 y 19.

Los emprendedores establecidos tienen un 48,2% de autoempleo, mientras que el 42,8% tiene entre 1 y 5 trabajadores, el 4,4% tiene entre 6 y 19, y el 4,6% tiene 20 o más trabajadores. Resulta llamativo que el 29,8% señale que en los próximos cinco años no contratará ningún trabajador y el 47,9% contratará entre 1 y 5.

**Figura 2.12:** Número de trabajadores y potencial de contrataciones, según etapa de emprendimiento (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

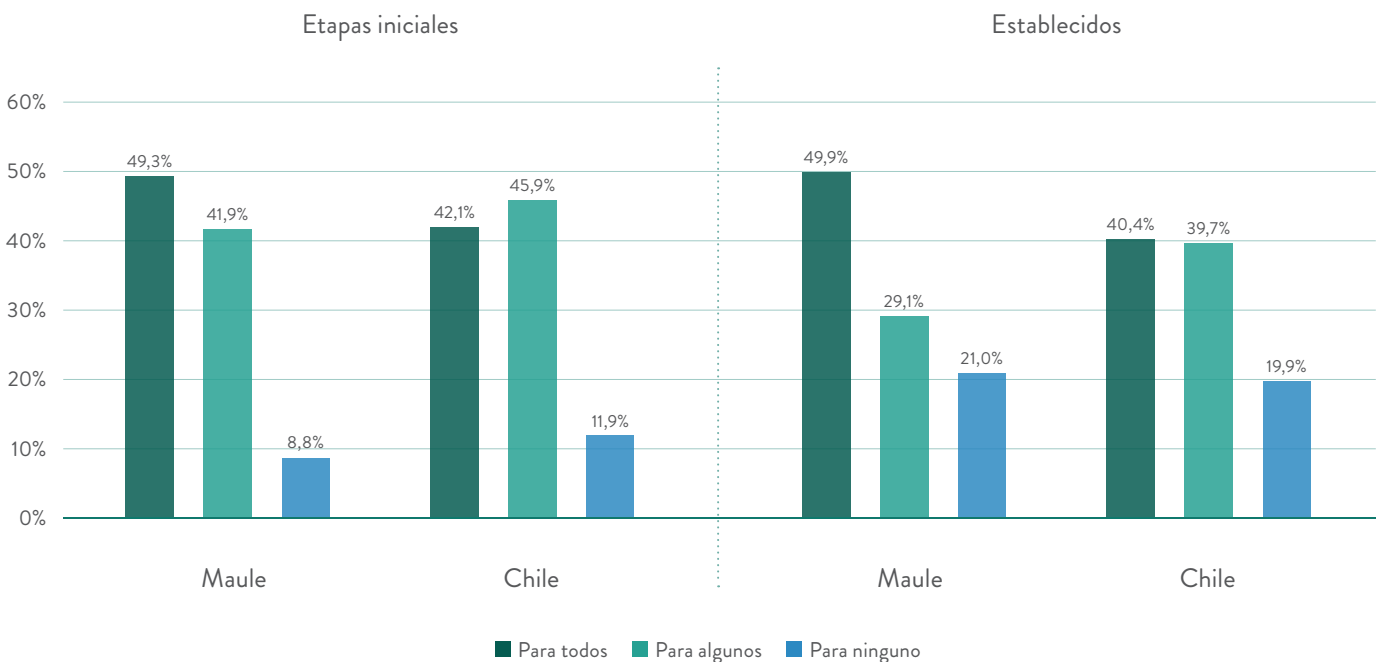
## 2.10. Orientación a la innovación

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

La **Figura 2.13** nos muestra la percepción de los propios emprendedores en cuanto a la novedad de sus productos o servicios. En emprendedores en etapas iniciales de la región, el 49,3% de ellos declara ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes, el 41,9% señala que para algunos es novedoso, mientras que solo el 8,8% declara que para ninguno.



**Figura 2.13:** Novedad de los productos o servicios ofrecidos (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

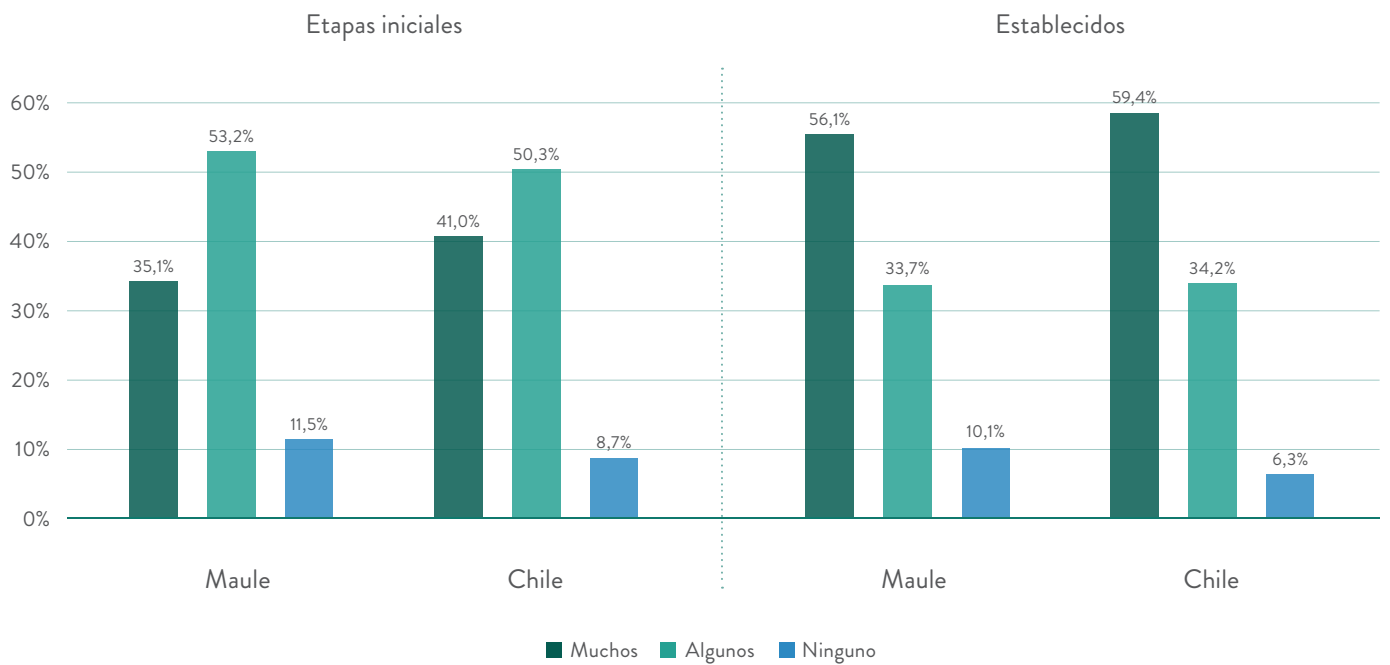
Si realizamos el mismo análisis para los emprendedores establecidos de la región, el 49,9% de ellos declara ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes, el 29,1% señala que para algunos es novedoso y el 21,0% declara que para ninguno, lo cual permite destacar que existe una menor innovación en este grupo.





En la Región del Maule, el 35,1% de los emprendedores en etapas iniciales considera que tiene muchos competidores, mientras que para los emprendedores establecidos la medición este valor alcanza el 56,1%. En comparación con el país, se observan valores similares.

**Figura 2.14:** Intensidad de la competencia esperada (%)

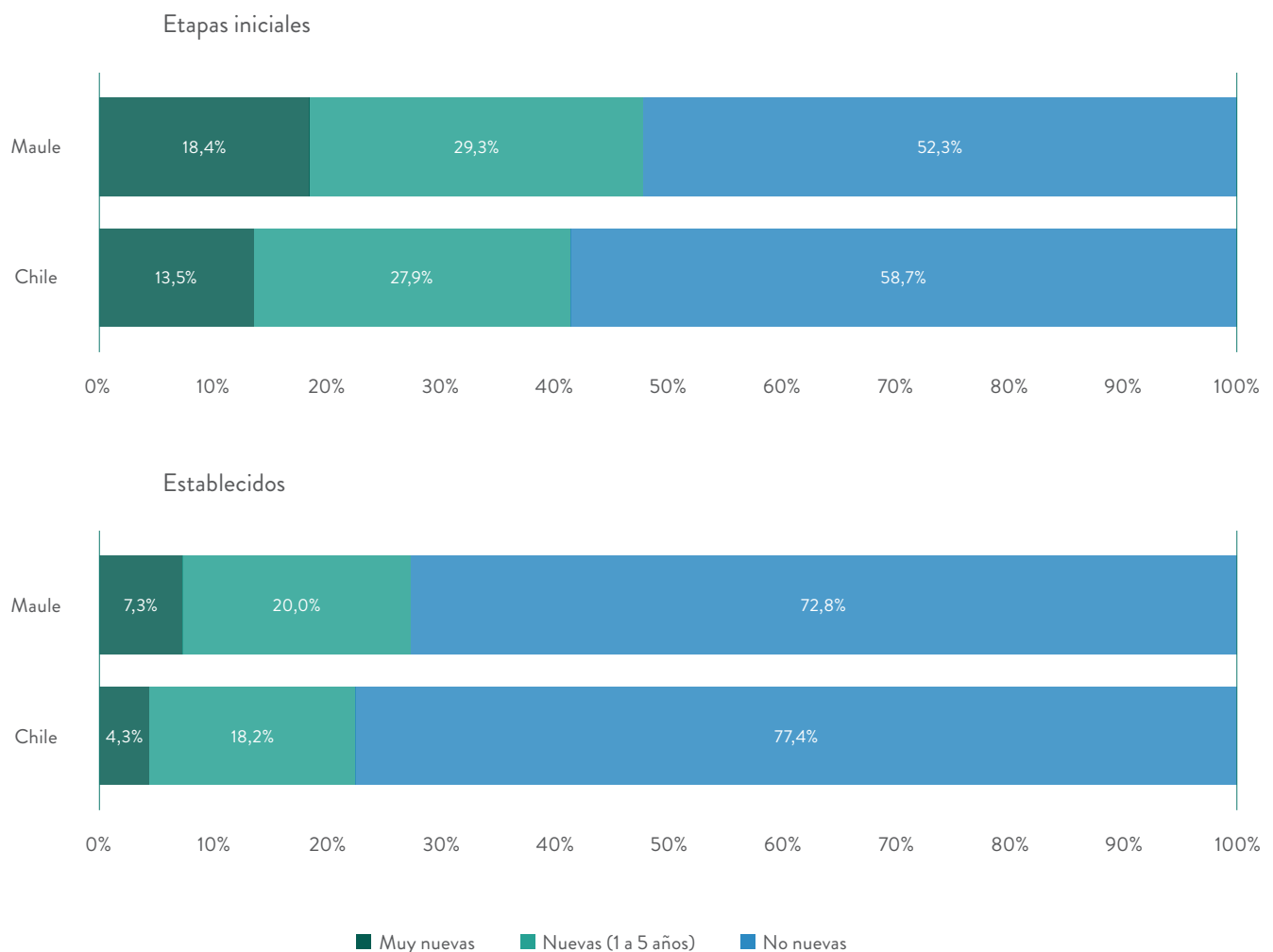


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

## 2.11. Utilización de nuevas tecnologías

El estudio consulta qué tan nuevas son las tecnologías que utilizan en su empresa, considerando muy nuevas tecnologías a aquellas menores a un año, nuevas entre uno a cinco años, y no nuevas aquellas mayores a cinco años. En la **Figura 2.15**, se observa una considerable proporción de emprendedores en etapas iniciales y establecidos en la región que declara no usar nuevas tecnologías (52,3% y 72,8% respectivamente), situación que se replica a nivel nacional (58,7% y 77,4% respectivamente). Adicionalmente, los emprendedores en etapas iniciales de la región que declaran usar muy nuevas tecnologías son el 18,4%, mientras que en el país el porcentaje alcanza el 13,5%.

**Figura 2.15:** Uso de nuevas tecnologías o procesos (%)



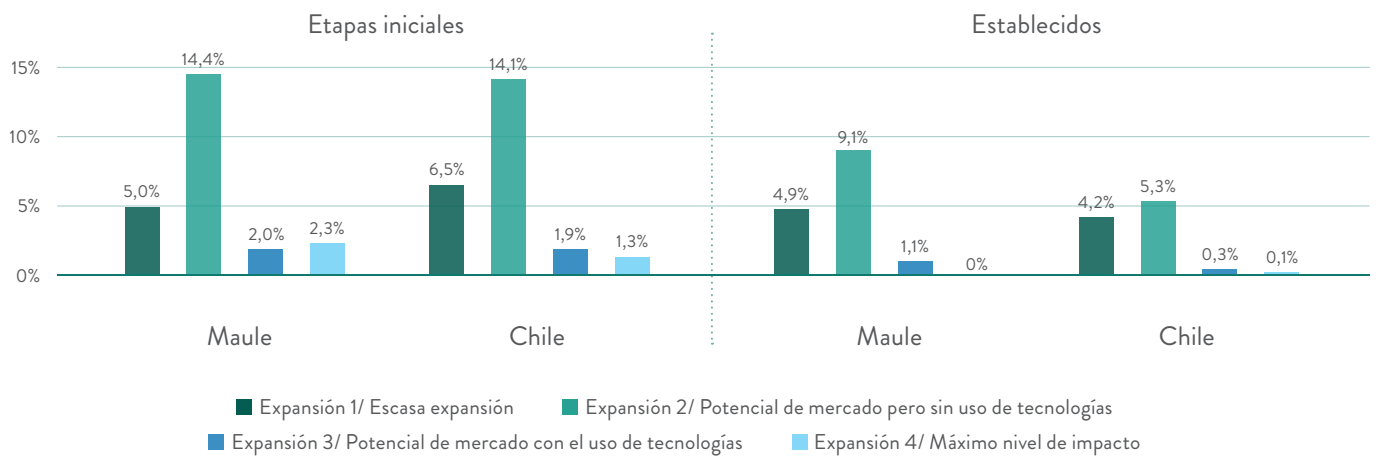
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

## 2.12. Potencial de expansión del mercado

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

La **Figura 2.16** nos muestra los niveles de expansión de mercado, Chile como para la Región del Maule los emprendedores se ubican mayoritariamente en el nivel 2; para emprendedores en etapas iniciales, la medición alcanzó un 14,4% para la región y un 14,1% la medición nacional. Para emprendedores establecidos, la medición es menor: 9,1% y 5,3%, respectivamente.

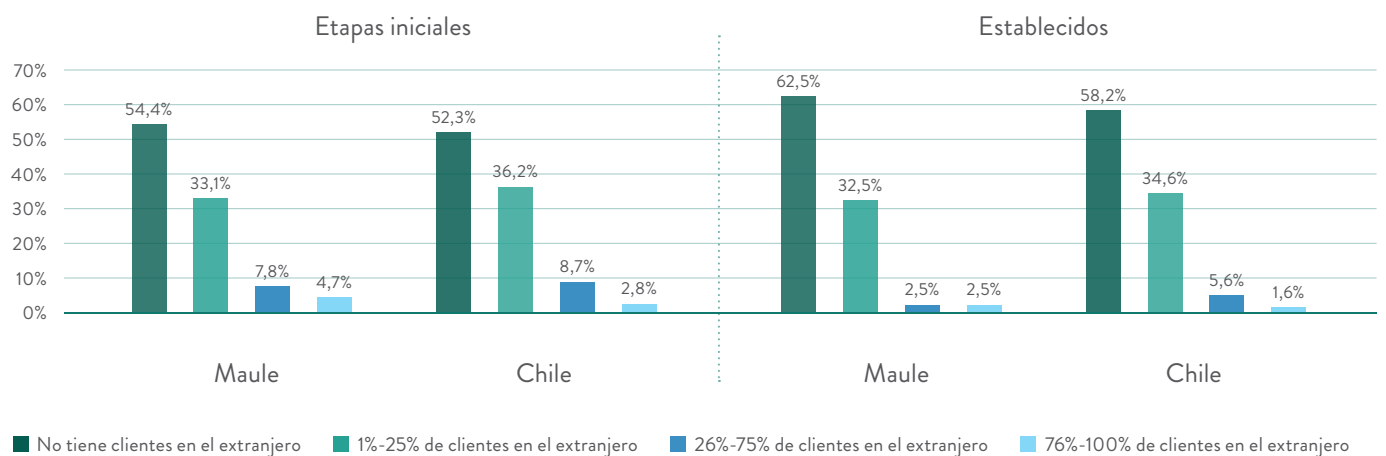
**Figura 2.16:** Expectativa de expansión de mercado (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

La **Figura 2.17** nos muestra que tanto los emprendedores en etapas iniciales como los empresarios establecidos tienen bajos niveles de internacionalización, a nivel nacional y en la región.

**Figura 2.17:** Proporción de emprendedores, según orientación a mercados internacionales (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

### 2.13. Predictores de emprendimiento en la Región del Maule

Luego de describir los principales aspectos de la actividad emprendedora en Chile y la Región del Maule, es importante indagar en los predictores que favorecen el emprendimiento. Es decir, responder a la pregunta: ¿Qué características hacen que las personas sean más a convertirse en emprendedoras?

Por tanto, en este apartado, se estudia el efecto sobre el emprendimiento de tres conjuntos de factores, que a lo largo del reporte se han analizado separadamente:

- **Factores sociodemográficos:** sexo, edad, nivel de educación, nivel de Ingresos.

- **Atributos individuales para emprender:** percepción de oportunidades, percepción de capacidades, miedo al fracaso, contacto con personas emprendedoras.

- **Valoración social hacia el emprendimiento:** opción de carrera deseable, estatus social, atención de los medios.



Para estimar el efecto de estas condiciones, se utilizan modelos de regresión logística con una variable dependiente dicotómica que miden la probabilidad de las y los encuestados de participar en etapas iniciales de la actividad emprendedora, ya sea como emprendedores nacientes o nuevos empresarios.

De este modo, se presentan resultados de los modelos de regresión como razón de probabilidades, lo que significa que la probabilidad de ser emprendedor aumentará o disminuirá dependiendo si la razón de probabilidad de las variables dependientes son respectivamente mayores o menores a 1. El modelo de regresión logística es explicado en la siguiente ecuación:

Participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora =

$$\begin{aligned} &+ \beta_0 + \beta_1, \text{ Hombre} \\ &+ \beta_2 \text{ Educación superior} \\ &+ \beta_3 \text{ Nivel de de ingreso ABC1} \\ &+ \beta_4 \text{ Edad} \\ &+ \beta_5 \text{ Contacto con emprendedores} \\ &+ \beta_6 \text{ Percepción de oportunidades} \\ &+ \beta_7 \text{ Percepción de capacidades} \\ &+ \beta_8 \text{ Miedo al fracaso} \\ &+ \beta_9 \text{ Opción de carrera deseable} \\ &+ \beta_{10} \text{ Estatus social emprendimiento} \\ &+ \beta_{11} \text{ Atención de los medios} \\ &+ \varepsilon_{ij} \end{aligned}$$



Los resultados de los modelos de regresión (Tabla 2.4), muestran que a nivel nacional, la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora, es mayor al ser hombre, al aumentar la edad, al tener contacto con emprendedores, tener percepción de capacidades para emprender y en quienes declaran no tener miedo al fracaso para poner en marcha un negocio.

Es importante mencionar género como un factor relevante al momento de definir la posibilidad de ser emprendedor; de modo tal, que el ser hombre aumenta las chances en 31%.

También, se observa un fuerte predominio de los atributos individuales para emprender, las chances de ser emprendedor son casi tres veces más cuando se conoce a personas que emprenden, casi cuatro veces más cuando se autoperceben capacidades para emprender y finalmente, las chances disminuyen un 28% cuando

se declara el miedo al fracaso para poner en marcha un negocio. También resulta interesante destacar que no se aprecia un efecto significativo de las variables vinculadas a la valoración social hacia el emprendimiento, es decir, la aceptación cultural no estaría siendo un factor relevante para que las personas se conviertan en emprendedoras.

Con respecto a la Región del Maule, también se identifica la diferencia género, es decir, las posibilidades de ser emprendedor aumentan en un 62% al ser hombre. Se mantiene el efecto de las variables vinculadas a los atributos individuales, de manera tal, que las chances de ser emprendedor son más del doble cuando se conoce a personas que emprenden, tres veces más cuando se autoperceben capacidades para emprender y finalmente, las chances disminuyen un 63% cuando se concibe el miedo al fracaso para poner en marcha un negocio.

**Tabla 2.4:** Modelos de regresión logística para la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora

| Variables                                  | Modelo 1          | Modelo 2          |
|--|-------------------|-------------------|
|  | Chile             | Maule             |
|  | Exp (B)           | Los Lagos         |
| <b>Factores sociodemográficos</b>          |                   |                   |
| Hombre                                     | 1.31***<br>(0.13) | 1.62*<br>(0.41)   |
| Educación Superior                         | 0.86<br>(0.10)    | 0.81<br>(0.23)    |
| Nivel de Ingreso más alto (ABC1)           | 1.16<br>(0.15)    |                   |
| Edad                                       | 1.00<br>(0.00)    | 1.01<br>(0.01)    |
| <b>Atributos individuales</b>              |                   |                   |
| Contacto con emprendedores                 | 3.02***<br>(0.32) | 2.29***<br>(0.61) |
| Percepción de oportunidades                | 1.01<br>(0.11)    | 1.55<br>(0.43)    |
| Percepción de capacidades                  | 4.26***<br>(0.56) | 3.03***<br>(0.91) |
| Miedo al fracaso                           | 0.72***<br>(0.08) | 0.37***<br>(0.11) |
| <b>Valoración social al emprendimiento</b> |                   |                   |
| Opción de carrera deseable                 | 0.99<br>(0.12)    | 1.38<br>(0.45)    |
| Estatus social                             | 0.96<br>(0.10)    | 0.94<br>(0.28)    |
| Atención de los medios                     | 0.92<br>(0.10)    | 0.90<br>(0.25)    |
| Constante                                  | 0.07***<br>(0.02) | 0.04***<br>(0.02) |
| N  | 5.698             | 408               |
| ***p. <0.01; ** p <0.05; *p<0.1            |                   |                   |

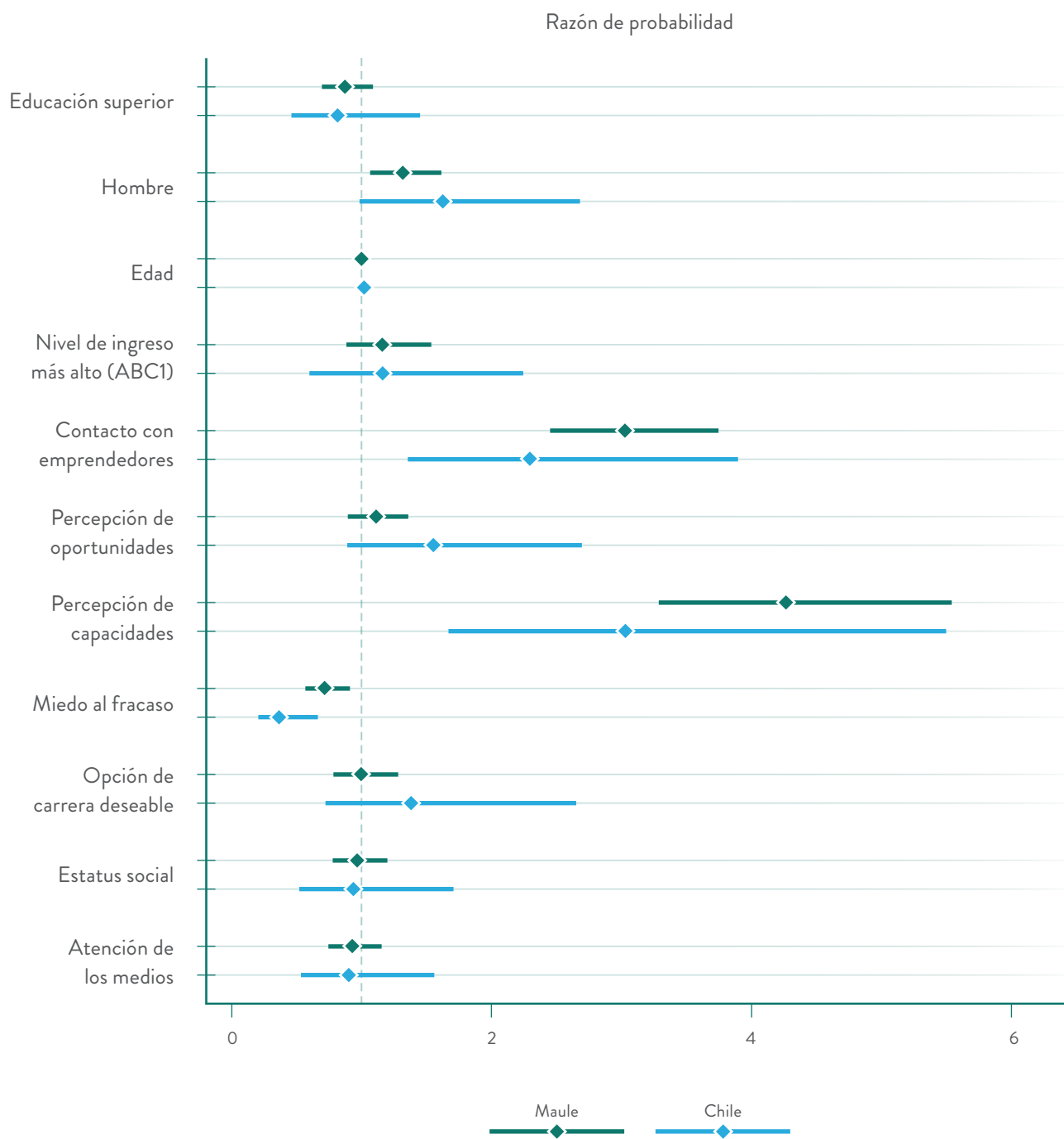
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



Como conclusión, resulta necesario destacar que los factores más importantes que impulsan a las personas a ser emprendedoras están vinculados al capital social (conocer personas que emprendan) y la autovaloración de las capacidades para emprender.

La **Figura 2.18** representa el efecto de todas las variables sobre la probabilidad de ser emprendedor, tanto a nivel nacional como en el Maule. Considerando la línea vertical como referencia, para entender cuando una variable tiene un efecto sobre el emprendimiento (sus intervalos no tocan la línea) y cuales no (los intervalos tocan la línea), es posible identificar el peso de las variables mencionadas anteriormente y su importancia en el modelo de la dinámica emprendedora del país y de la región.

**Figura 2.18:** Razón de probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



# FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DEL MAULE

- 3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región del Maule
- 3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región del Maule





Los factores de contexto en un determinado territorio, pueden facilitar u obstaculizar el emprendimiento. El marco teórico del GEM identifica nueve factores incidentes asociados al ecosistema de emprendimiento (Mandakovic & Serey, 2016). Este ecosistema está conformado por aspectos que ayudan al crecimiento del emprendimiento, o en sentido contrario, lo limitan.

La NES o Encuesta Nacional de Expertos es es uno de los instrumentos de medición del GEM y su objetivo es examinar las condiciones donde se ejecuta la actividad emprendedora, permite evaluar su efecto a nivel país y regional. Busca conocer la apreciación de expertos que provienen de distintos ámbitos: académicos, empresarios, gestores de políticas públicas, expertos en temas de innovación y transferencia, entre otros.





En esta sección, se examinará la evaluación de las condiciones del ecosistema para el emprendimiento en la región del Maule. La tabla siguiente muestra una breve descripción de cada uno de los nueve elementos que conforman el ecosistema antes mencionado.

**Tabla 3.1:** Condiciones de la actividad emprendedora

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Apoyo Financiero                   | Se refiere a la disposición de recursos financieros - capital y deuda- para empresas (incluyendo subvenciones y subsidios).   |
| Política Pública                   | Se vincula a la manera como las políticas del gobierno ayudan al emprendimiento. Presenta dos elementos:<br>(i) Relevancia económica del emprendimiento.<br>(ii) Impuestos y regulaciones son neutros o fomentan empresas nuevas y en crecimiento.                            |
| Programas de Gobierno              | Se vincula a la presencia y característica de los programas para apoyar a las empresas nuevas y en formación.   |
| Educación para el Emprendimiento   | Se asocia a la introducción de los conocimientos y habilidades para generar negocios en los establecimientos educacionales y de capacitación. Esta dimensión tiene dos niveles:<br>(i) Educación en educación primaria y secundaria.<br>(ii) Educación en educación superior. |
| Transferencia de I+D               | Se refiere al modo como la investigación y el desarrollo nacional permiten generar nuevas oportunidades de negocios y si estas oportunidades se encuentran al alcance de los emprendedores  |
| Infraestructura Comercial y Legal  | Se vincula a la disposición de servicios derechos de propiedad, comercial y contables, también a la manera en que las instituciones ayudan a empresas pequeñas y medianas.  |
| Apertura al Mercado Interno        | Esta dimensión mide las prácticas habituales y el marco regulatorio, y su flexibilidad en la aplicación para facilitar que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir.  |
| Acceso a la Infraestructura Física | Se asocia al acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un costo que no discrimine entre empresas.   |
| Normas Sociales y Culturales       | Esta dimensión señala las reglas socio-culturales que fomentan nuevas empresas, logrando un mejor bienestar   |

Fuente: Basado en Levie, J., & Autio, E. (2007)

Para cada región, la metodología de NES requiere al menos 4 expertos o informantes clave por cada una de las nueve condiciones, lo que da un mínimo de 36 expertos por país. Para la Región del Maule se encuestaron 36 expertos en total. El cuestionario de la NES está construido a partir de una serie de afirmaciones por condición en donde la evaluación es a través de escalas Likert de nueve puntos, donde 1 se interpreta como una condición altamente insuficiente y 9 altamente suficiente.

### 3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región del Maule

La *Figura 3.1* muestra la evaluación promedio de los expertos para cada una de las condiciones del contexto. Los resultados de la región del Maule, se comparan con el promedio de Chile. Las condiciones que presentan un mejor promedio en la región son Programas de Gobierno y Políticas Públicas con 5,4 y 5,1 respectivamente, mientras que las condiciones peor evaluadas por los expertos son Apertura al Mercado Interno (3,8), Transferencia de I+D (3,9), Educación (4,0) y Normas Sociales y Culturales (4,0).

En Chile, las dimensiones con mejor promedio son Acceso a Infraestructura Física y Programas de Gobierno con 7,1 y 5,2 respectivamente, mientras que aquellas con más bajo promedio son Transferencia de I+D (3,4) y Apoyo Financiero (3,6).

**Figura 3.1:** Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento (promedio).



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

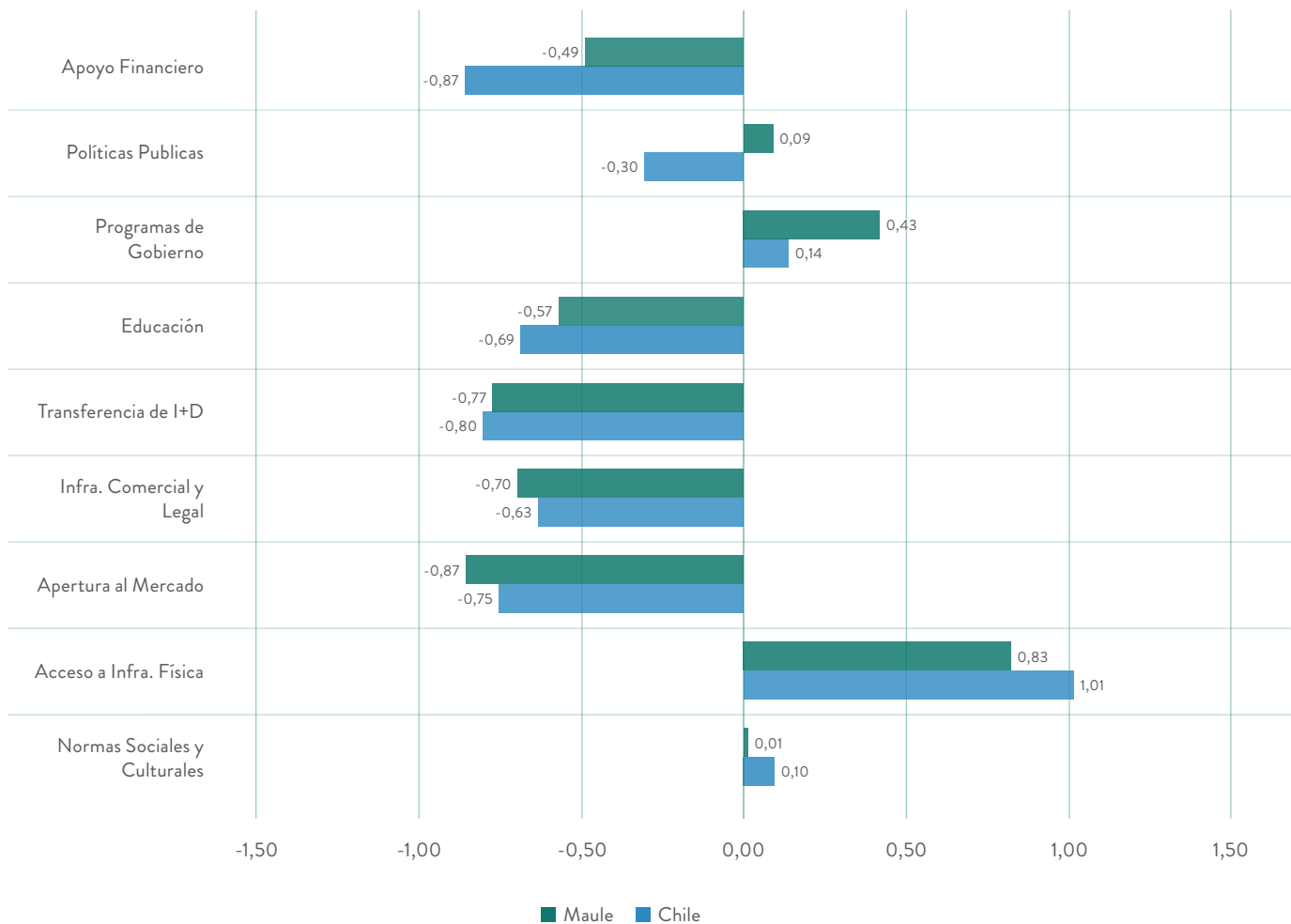
### 3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región del Maule

Para este análisis se realiza una conversión de la escala Likert utilizada en el cuestionario del NES, cuyo nivel de respuesta es determinado por la evaluación de acuerdo o desacuerdo en cada una de las afirmaciones. En esta conversión, los resultados fluctúan entre -2 a +2 asignando a las respuestas neutras un valor de 0, es decir en los casos donde los encuestados no manifiestan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación. Con esto, se consigue forzar que la varianza de los datos aumente y se puedan apreciar con mayor énfasis las diferencias en cada condición.

En la Figura 3.2 se puede observar que Acceso a Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación con un 0,83, seguido de Programas de Gobierno (0,43) y Políticas Públicas (0,09). En puestos intermedios se ubican los factores de Normas Sociales y Culturales (0,01), Apoyo Financiero (-0,49) y Educación (-0,57). Finalmente, aquellos factores con más baja evaluación son Apertura al Mercado (-0,87), Transferencia de I+D (-0,77) e Infraestructura Comercial y Legal (-0,70).

A nivel nacional, se observa que Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación con un 1,01, seguido de Programas de Gobierno (0,14) y Normas Sociales y Culturales (0,10). Con la peor evaluación se encuentran Apoyo Financiero con -0,87 y Transferencia de I+D con -0,80.

**Figura 3.2:** Evaluación del contexto emprendedor de la región del Maule y en Chile



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



A continuación, se presentan los principales resultados de cada dimensión, en lo que respecta al grado de acuerdo y desacuerdo con variables importantes de la actividad emprendedora para 2017.

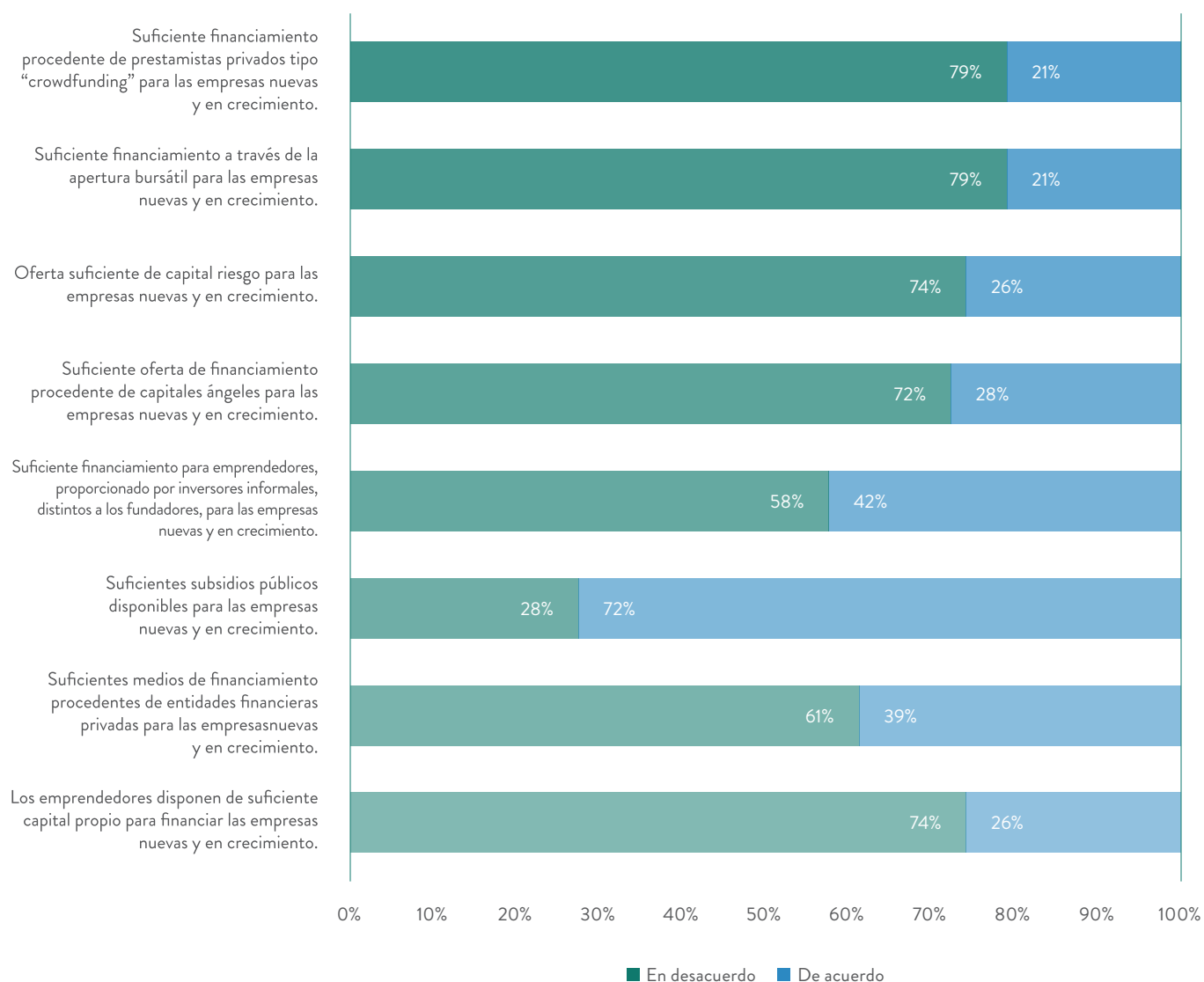
### Apoyo Financiero, Factor: -0.49

Esta dimensión se refiere a la disponibilidad de recursos financieros a los que pueden acceder tanto los nuevos emprendedores, como aquellos establecidos. El 25,8% de los expertos encuestados está de acuerdo con que los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento,

mismo porcentaje indica que hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento. Además, 27,6% cree que existe suficiente oferta de financiamiento procedente de capitales ángeles para las empresas nuevas y en crecimiento.

Por su parte, entre las afirmaciones con más apoyo, el 72,4% afirma que hay suficientes subsidios públicos disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento. El 42,3% cree que hay suficiente financiamiento para emprendedores, proporcionado por inversores informales, y el 38,7% apoya que hay suficientes medios de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento.

**Figura 3.3:** Evaluación de la condición Apoyo Financiero



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

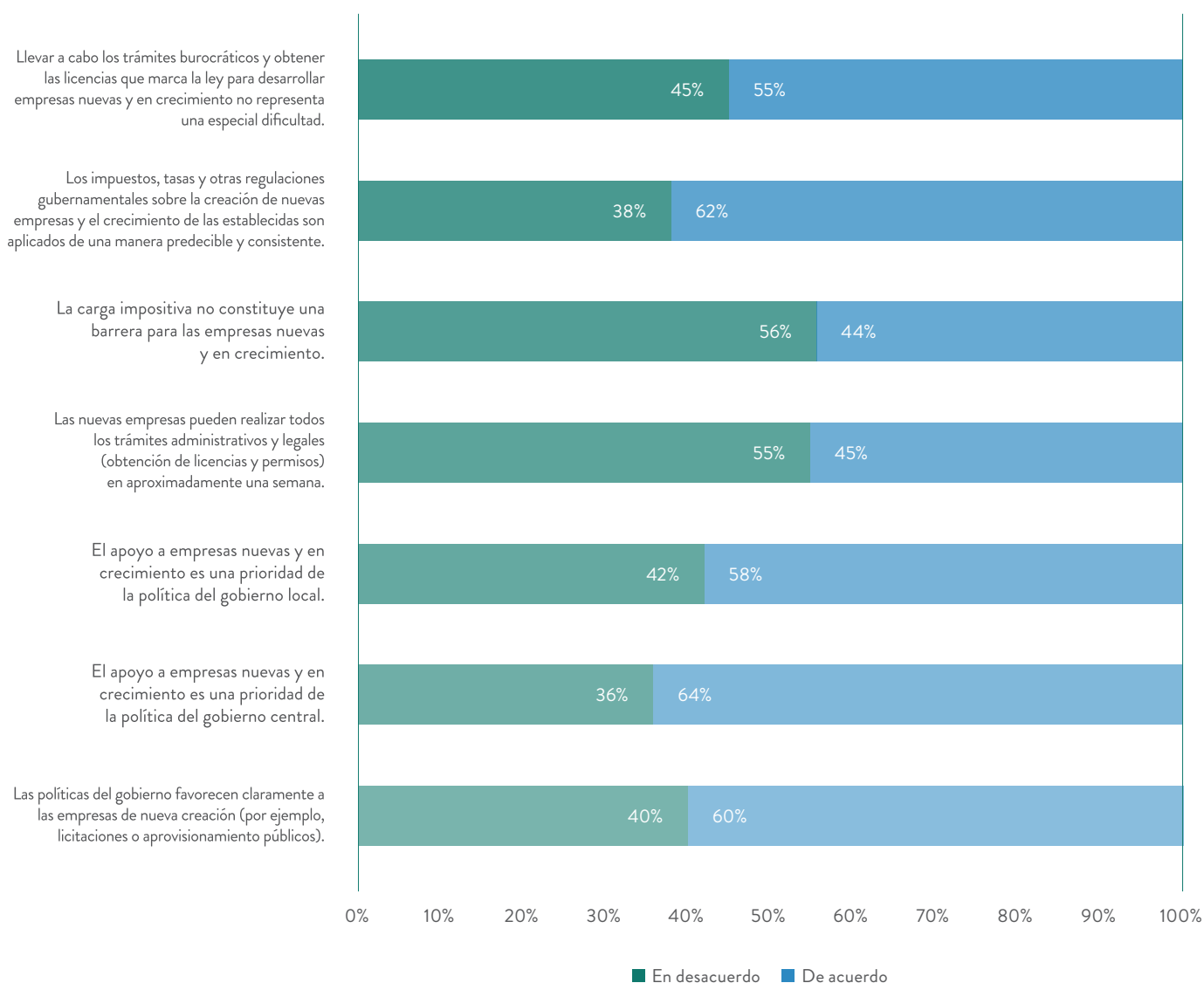
Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 20,8% está de acuerdo con que existe suficiente financiamiento procedente de prestamistas privados tipo “crowdfunding” para las empresas nuevas y en crecimiento, y el 21,4% cree que hay suficiente financiamiento a través de la apertura bursátil para las empresas nuevas y en crecimiento.

### Políticas Públicas, Factor: 0.09

Esta dimensión se refiere al grado en que las políticas del gobierno apoyan el emprendimiento por la relevancia económica del emprendimiento y los impuestos y regulaciones que promueven nuevas empresas.

En este sentido, el 64,3% de los expertos cree que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno central, el 62,1% está de acuerdo con que los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y consistente; mientras que el 60% de los encuestados apoya que las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación. Por otra parte, el 58,1% cree en la afirmación de que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno local.

Figura 3.4: Evaluación de la condición Políticas Públicas



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

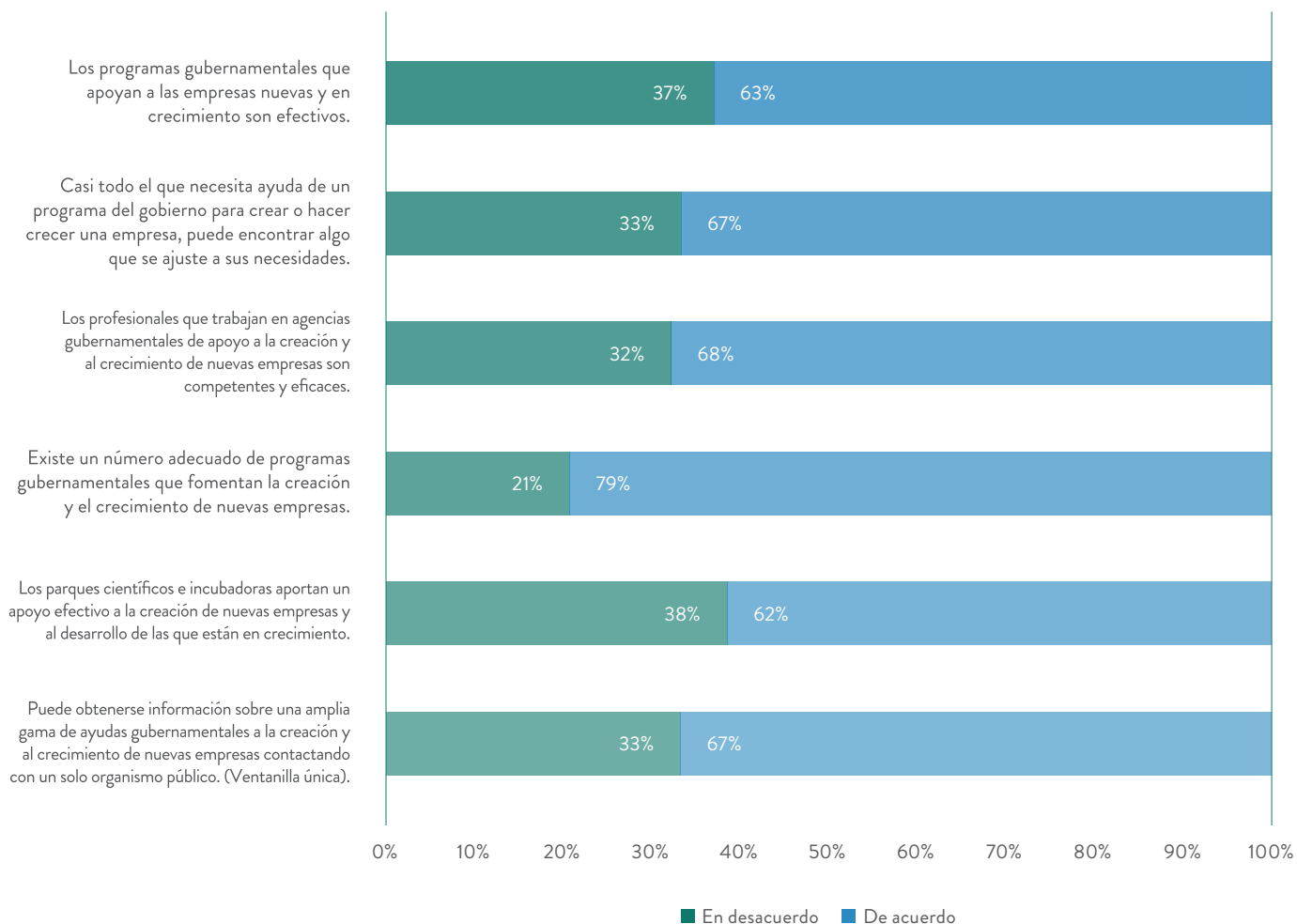
Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 44,4% está de acuerdo con que la carga impositiva no constituye una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento, el 45,2% cree que las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana.

### Programas de Gobierno, Factor: 0.43

Este factor se asocia a la existencia y calidad de los programas para ayudar directamente a las nuevas empresas y en crecimiento a nivel nacional y regional. El 79,2% de los encuestados está de acuerdo con que existe un número adecuado de programas gubernamentales que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas, el 67,7% apoya que los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y

al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces. El 66,7% cree en las afirmaciones de que “casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades” y “puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo”.

Figura 3.5: Evaluación de la condición Programas de Gobierno



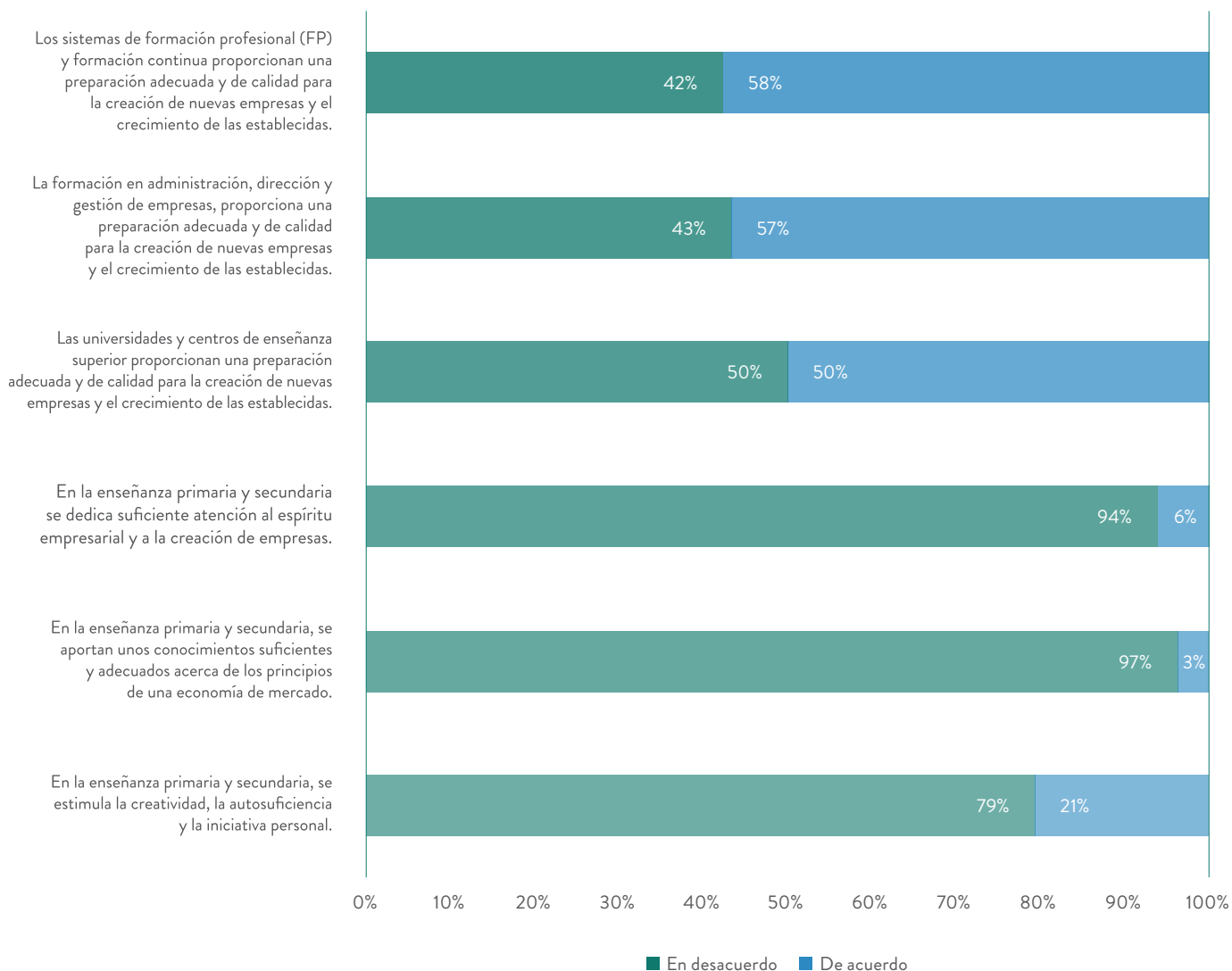
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

El 63% de expertos está de acuerdo con que los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos, y el 61,5% cree que los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.

### Educación para el Emprendimiento, Factor: -0.57

Esta dimensión estudia la incorporación de los conocimientos, destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios, impartidos en los sistemas educacionales y de capacitación. El 57,7% de los expertos está de acuerdo con que los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas, y un 56,7% apoya que la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. La mitad de los encuestados cree que las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.

Figura 3.6: Evaluación de la condición Educación para Emprendimiento



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

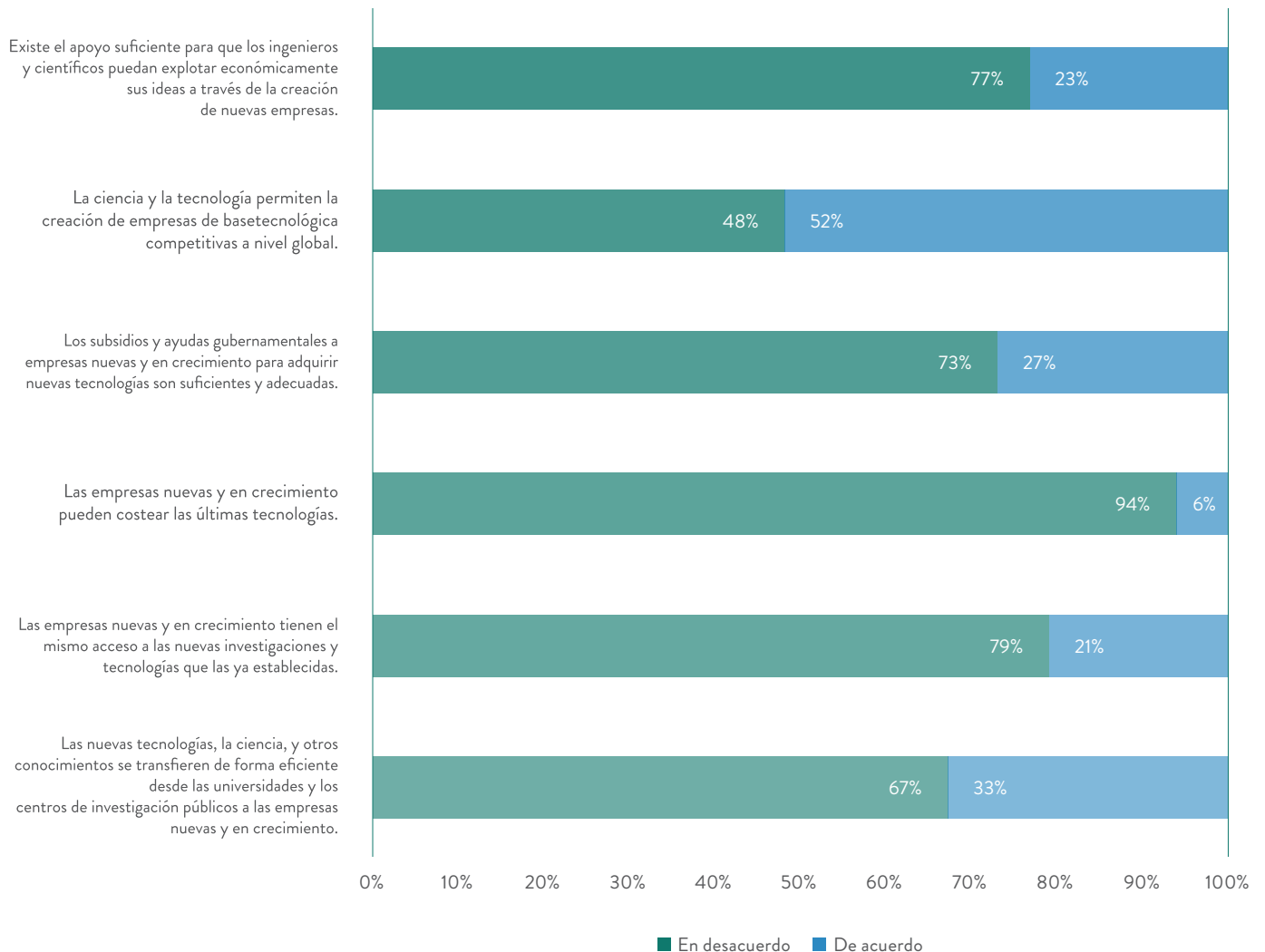


Entre las afirmaciones con menos apoyo, solo el 3,1% de los expertos está de acuerdo con que, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado, mientras que apenas el 6,1% apoya que en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. El 20,6% de los encuestados cree que, en la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.

### Transferencia de I+D, Factor: -0.77

Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales y si estas se encuentran al alcance de las empresas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento. El 51,7% de los expertos está de acuerdo con que la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global; un 33,3% cree que las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento; y un 26,9% apoya que los subsidios y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.

Figura 3.7: Evaluación de la condición Transferencia I+D



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

Entre las afirmaciones con menos apoyo, solo el 6,3% de los expertos está de acuerdo con que las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear las últimas tecnologías; el 20,7% cree que las empresas nuevas y el crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas. El 23,3% indica que existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.



### Infraestructura Comercial y Legal, Factor: -0.70

Este factor 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. El 34,6% de los expertos está de acuerdo con que existen sufi-

cientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento; mientras que el 31,0% apoya que las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero y similares).

**Figura 3.8:** Evaluación de la condición Infraestructura Comercial y Profesional



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



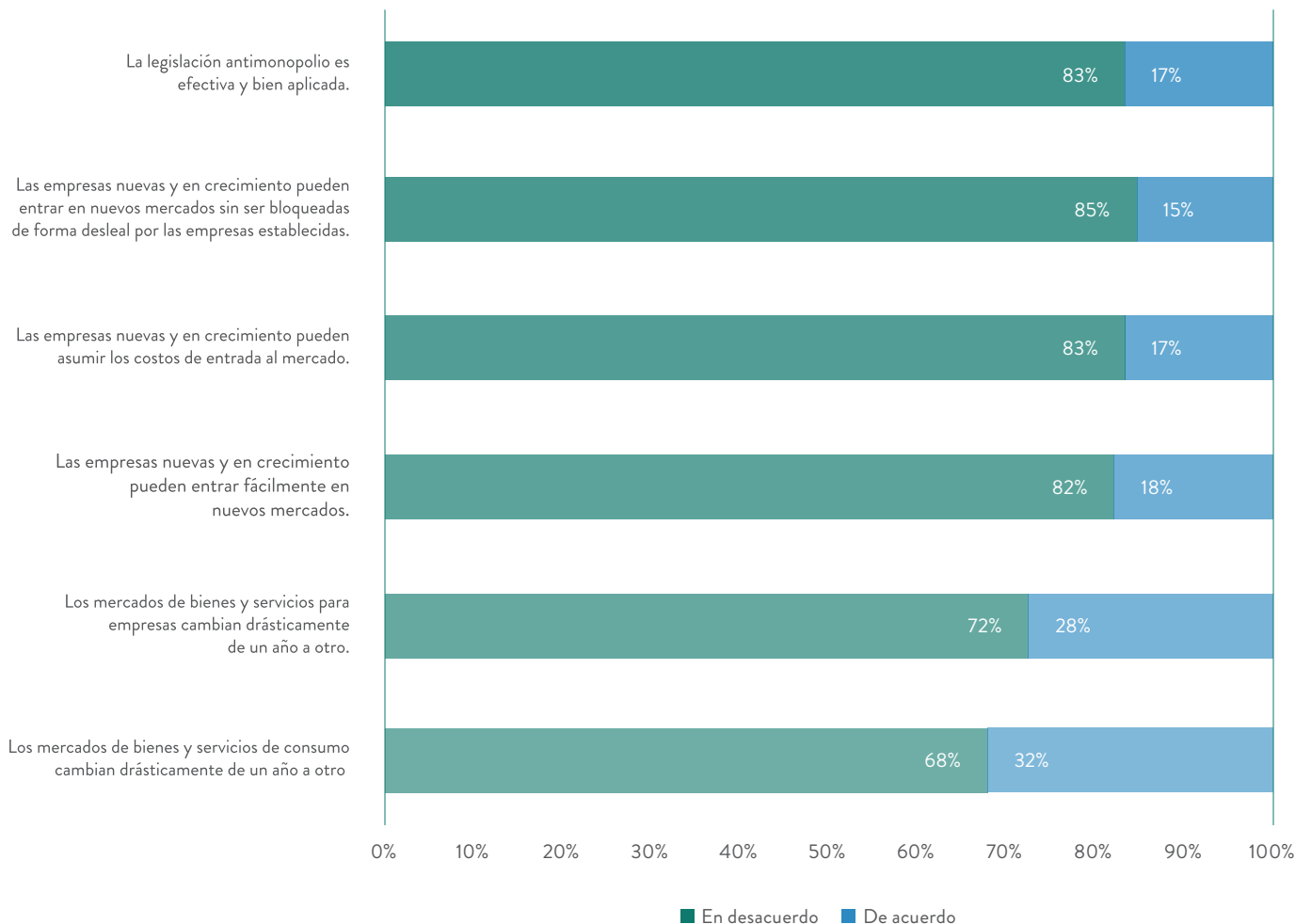
En general, predominan las afirmaciones con menos apoyo, solo el 10,7% de los expertos está de acuerdo con que las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores; el 21,4% cree que las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. 23,1% apoya que las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.

### Apertura al Mercado, Factor: -0.87

Esta dimensión mide las prácticas habituales y el marco regulatorio, y su flexibilidad en la aplicación para facilitar que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir. En general, los expertos declaran evaluaciones bajas o negativas.

El 32,1% de los expertos está de acuerdo con que los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro, el 27,6% apoya que los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro.

**Figura 3.9:** Evaluación de la condición Acceso al Mercado



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



Adicionalmente, el 16,7% de los expertos está de acuerdo con que la legislación antimonopolio es efectiva y bien aplicada, y el mismo porcentaje apoya que las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada al mercado. 17,9% cree que las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.

### Acceso a Infraestructura Física, Factor: 0.83

Esta dimensión dentro del país y a nivel regional, tiene la evaluación más alta entre los factores de contextos. El 80,6% de los expertos está de acuerdo con que una empresa nueva o en crecimiento puede lograr un buen acceso a servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana, mientras que el 80,0% apoya que una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos en aproximadamente un mes.

Figura 3.10: Evaluación de la condición Infraestructura Física



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



Un 78,8% de los expertos cree que las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento; y mismo porcentaje piensa que no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.). Por otra parte, la afirmación con más bajo nivel de acuerdo es que las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.), con un 67,7%.

### Normas Sociales y Culturales, Factor: 0.01

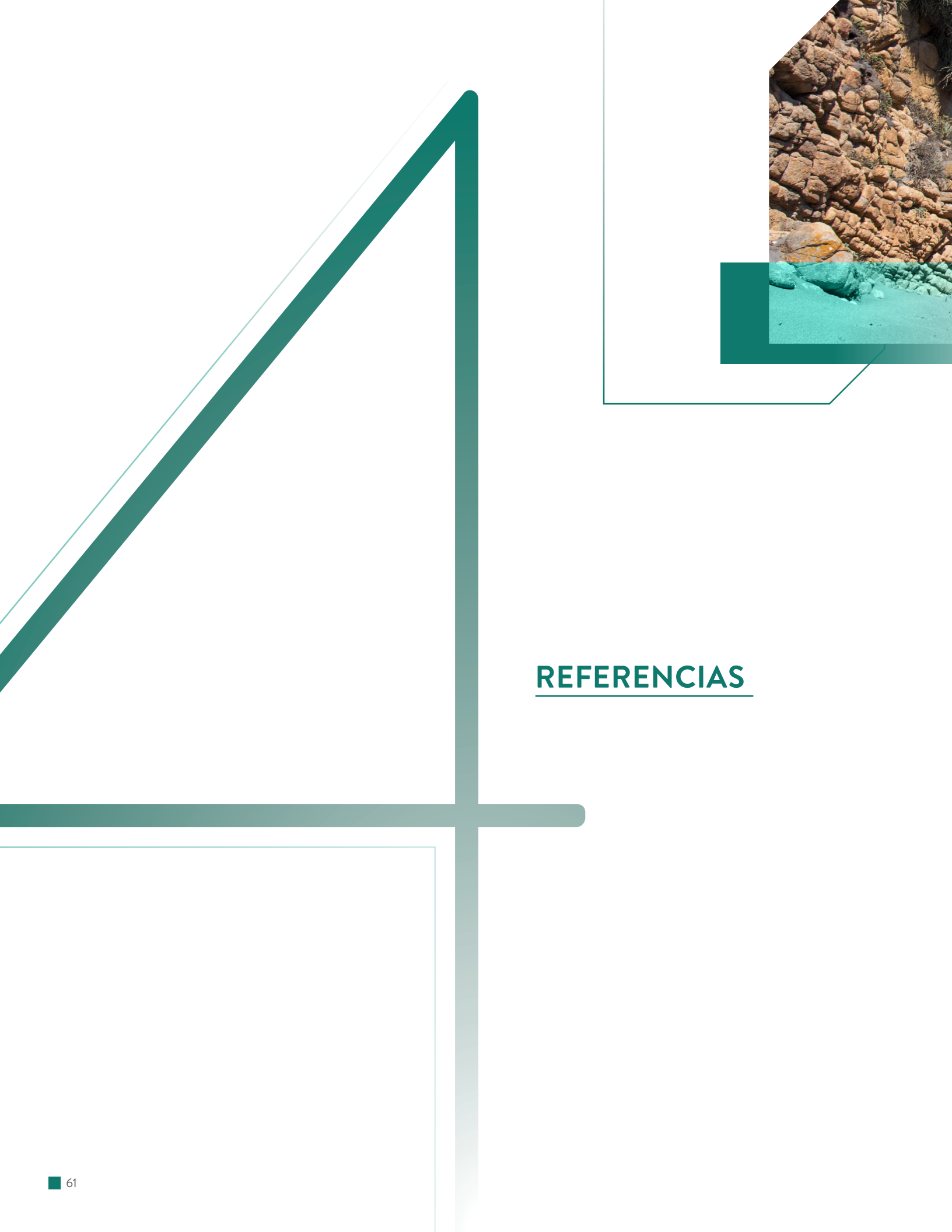
Esta dimensión hace referencia a la medida en que las normas culturales y sociales promueven la creación de nuevos negocios que permiten mejorar el ingreso y bienestar personal. El 58,3% de los expertos está de acuerdo con que las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida, mientras que el 55,6% cree que las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.

Figura 3.11: Evaluación de la condición Normas Sociales y Culturales



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

El 53,6% apoya que “las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación”, y el 50,0% cree que “las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal”. Por otro lado, el 44,4% está de acuerdo con que “las normas sociales y culturales estimulan que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos”.



## REFERENCIAS



#### 4. Referencias

Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 1-15.

Bosma, N. S., & Levie, J. (2010). 2009 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Bosma, N., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). 2008 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

GERA, Global Entrepreneurship Research Association. (2018, oct). GEM Global Entrepreneurship Monitor, recuperado de <https://www.gemconsortium.org/>

Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). 2011 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2015). 2014 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Levie, J., & Autio, E. (2007). Entrepreneurial framework conditions and national-level entrepreneurial activity: Seven-year panel study. In *Third Global Entrepreneurship Research Conference*.

Mandakovic, V. & Serey, T. (2016). Reporte Nacional de Chile 2016. Global Entrepreneurship Monitor.

Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (1999). 1999 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Singer, S., Herrington, M. & Menipaz, E. (2018). Global Report 2017-2018. Global Entrepreneurship Monitor.

Wennekers, S., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education (IJEE)*, 1(1), 25-64.



## EXPERTOS CONSULTADOS



## 5. Expertos Consultados

Angélica López

Beatriz Pulgar

Carlos Jara

Carlos Sanhueza

Eduardo Barría

Eduardo Donoso

Eduardo Ramos

Fernando Jiménez

Francisco Ponce

Gonzalo Galaz

Gonzalo Torres

Guillermo Palma

Gustavo Araya

Gustavo Rivera

Jorge Navarrete

José Lastra

Juan Arévalo

Juan Naritelli

Juan Sánchez

Karen Gutiérrez

Leonardo Gajardo

Luis González

Marcelo Castillo

Marcia Riquelme

María Bustos

María Muñoz

Mauricio Arenas

Miguel Aguirre

Óscar Jeldres

Pablo Espinoza

Paulina Lastra

Robert Giovanetti

Rodrigo Barrauto

Samuel Chambe

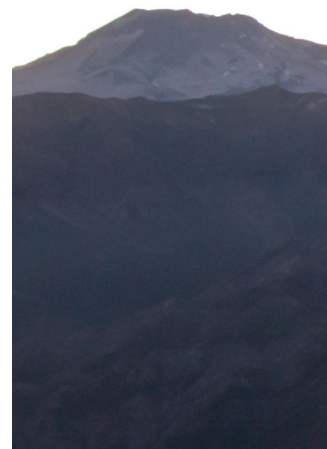
Sonia Cancino



## FICHA METODOLÓGICA

**6.1.** Encuesta a Población Adulta en  
Región del Maule

**6.2.** Encuesta Nacional de Expertos en  
Región del Maule



## 6.1. Encuesta a Población Adulta en Región del Maule

| Tipo de Estudio                | Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara                         |
|--------------------------------|---|
| Universo                       | Población chilena, adulta y mayor de 18 años  |
| Muestra                        | Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012- INE. |
| Total Muestra                  | 9.204 casos del año   |
| Total Muestra Región del Maule | 615 casos del año   |
| Fecha de Trabajo de Campo      | Mayo-Julio 2017   |
| Encuestador                    | Questio estudios de mercado y opinión   |

## 6.2. Encuesta Nacional de Expertos en Región del Maule

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Total Muestra                  | 468 expertos de 11 regiones del país, más la medición nacional |
| Total Muestra Región del Maule | 36 expertos  |
| Fecha de Trabajo de Campo      | Mayo-Agosto 2017   |
| Encuestador                    | Miembros del equipo GEM Chile                                  |



## EXPERIENCIAS DE EMPRENDEDORES EN LA REGIÓN DEL MAULE

---

- 7.1. TRAZAP: Monitoreando la producción agroindustrial
- 7.2. CASONA ARAGGI: Espumantes del Maule para el mundo
- 7.3. MAIKA SNACKS: Legumbres como colación saludable
- 7.4. PADRES ALERTA: Protegiendo a los niños en internet



## 7.1. TRAZAP

### Monitoreando la producción agroindustrial

Durante el año 2017, Pablo Rojas Olave, su fundador, en conjunto con un equipo de ingenieros agrónomos y desarrolladores informáticos, inventan TRAZAP, sistema multiplataforma que permite gestionar datos relacionados de la producción agroindustrial desde la materia prima, hasta el consumidor final, monitoreando los diversos puntos del proceso productivo, como las prácticas de los intermediarios. Entrega información muy útil para los actores de la cadena y el consumidor final.

Trazap es un proyecto apoyado por el Programa Estratégico Regional Agroindustria para el Desarrollo Maule (PRAE) de CORFO, fondo que le permitió financiar el desarrollo de un Producto Mínimo Viable (PMV), para validar que efectivamente, esta solución aporta tecnología y reduce la brecha detectada en la agroindustria.

El aspecto que hace especial a este emprendimiento es que, a través del registro simple en dispositivos móviles y web, permite a exportadores monitorear y gestionar datos de importancia, responder efectivamente ante una retirada de productos del mercado (recall) o atender una crisis en la seguridad alimentaria, pudiendo realizar una trazabilidad completa de sus productos en cualquier momento de la cadena productiva.

En el corto plazo, se espera que exportadores y procesadores puedan recibir, agregar y administrar información de la producción primaria y los procesos, además de monitorear la acción de intermediarios como prestadores de servicios dentro de la cadena.



## 7.2. CASONA ARAGGI

### Espumantes del Maule para el mundo

En el año 2016, Matías Avendaño Raggi y Patricio Saavedra González, ambos ingenieros agrónomos interesados por el mundo de los vinos y espumantes, deciden armarse de valor y comenzar su propia línea de productos, poniendo en marcha CASONA ARAGGI.

Una de sus motivaciones fue potenciar el crecimiento económico de la Región del Maule a través de la innovación social, para ello, recibieron en sus comienzos la ayuda financiera de Sercotec, Capital Semilla Emprende y PRAE de CORFO.

CASONA ARAGGI tiene como principal producto a "Adagio", un espumante único a nivel mundial, desarrollado a través de la recolección de frambuesas frescas y nutritivas, obtenidas en los Valles de Curicó, Región del Maule.

Según Matias y Patricio, el comienzo no fue para nada fácil por tratarse de un producto único a nivel mundial. La elaboración del prototipo fue bastante artesanal, y fue necesario sortear varios problemas para poder obtener un producto acabado, que cumpliera con las expectativas y lo estándares de los espumantes. El resultado fue mejor de lo esperado, un espumante único elaborado a base de frambuesa 100% natural.



## 7.3. MAIKA SNACKS

### Legumbres como colación saludable

Natalia Olivares y Francisco Blumel, ex compañeros de colegio e ingenieros de profesión, son los fundadores de MAIKA SNACKS. Luego de fracasar en sus primeros proyectos, lograron encontrar una solución que no solo impacta a la agricultura familiar campesina, sino que también la percepción y paradigma sobre cómo consumir alimentos tan tradicionales como las legumbres. Este emprendimiento ha desarrollado productos ricos y nutritivos, que utilizan materias primas regionales.

Hoy, gracias al apoyo de CORFO y fondo PRAE del gobierno regional del Maule, lograron concretar lo que en su momento fue una idea inspirada en la cultura árabe de hace más de 1000 años, snacks de garbanzos crocantes horneados, un producto 100% natural, sabroso y listo para consumir bajo la marca "MAIKA SNACKS".

Para Natalia y Francisco, el objetivo es que "todos volvámos a comer legumbres, sin darnos cuenta y dis-

frutando", es decir, que no tengamos que sacrificar el placer de comer y tampoco descuidemos nuestra salud.

En el corto plazo, esperan seguir innovando en esta área, desarrollando una versión de garbanzos crocantes bañados en chocolate de buena calidad incorporando más legumbres a este formato y también lanzando otros productos listos para consumir, todo ello, para acercar estos alimentos tan tradicionales de manera más fácil y rápida tanto a los consumidores como a las empresas.

#### **7.4. PADRES ALERTA** **Protegiendo a los niños en internet**

Este emprendimiento es una aplicación móvil de fácil uso para los padres, permite monitorear la actividad de los hijos mientras estos navegan en internet y utilizan distintas redes sociales. De esta manera, los padres pueden prevenir y actuar de manera temprana frente a posibles peligros a los que se exponen sus hijos en internet.

Surge como un proyecto elaborado por la estudiante de Ingeniería en bioinformática Constanza Galaz Araya, en conjunto con el profesor José Antonio Reyes en la Universidad de Talca durante el año 2017.

El valor de esta aplicación de fácil uso, es permitir a los padres que no tienen conocimientos avanzados en tecnologías, saber a qué están expuestos sus hijos mientras navegan en internet y utilizan distintas redes sociales.

Para fines del año 2018, Constanza espera desarrollar la aplicación en su totalidad, con el apoyo de la Escuela de Ingeniería Civil en Bioinformática de la Universidad de Talca, Innova Cowork y el Programa Estratégico Regional Agroindustria para el Desarrollo Maule (PRAE) de CORFO.

Como reflexión final, Constanza recalca que el trabajo en equipo, además de las diferentes oportunidades en el extranjero y en ferias de innovación y emprendimiento nacionales, como la FINEM en la Región del Maule, han jugado un rol fundamental en fortalecer confianzas y para que los emprendedores puedan dirigir proyectos de alto impacto.





## MÁS INFORMACIÓN SOBRE GEM CHILE

---

Al presente, el proyecto GEM Chile es ejecutado por el Instituto de Emprendimiento de la Universidad del Desarrollo (UDD).

Correo: [gem@udd.cl](mailto:gem@udd.cl)

Página web: [negocios.udd.cl/gemchile](http://negocios.udd.cl/gemchile)



## 8.1. AUTORES

### **Gustavo Barrera Verdugo**

Doctor © en Ciencias de la Administración y Magíster en Ciencias de la Administración por Universidad de Santiago de Chile, Magíster en Marketing egresado desde la Universidad de Chile e Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente se desempeña como Académico en Dirección de Postgrados de INACAP.



### **Juan Acevedo Rubilar**

Sociólogo y Magister en Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, además de Master en Investigación Social, Métodos y Estadística de la Universidad de Manchester. Se dedica a temas referidos a la metodología cuantitativa, encuestas y políticas públicas.



### **Bastián Chávez Dinamarca**

Sociólogo de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Se dedica a temas referidos a políticas públicas, tecnología y redes sociales.





## **COLABORADORES Y PATROCINADORES**

---

## 9.1. Colaboradores y patrocinadores

### Universidad Tecnológica de Chile INACAP

INACAP continúa siendo parte de GEM Chile, en 2018 ha elaborado reportes en cuatro regiones del país: Maule, Los Ríos, Los Lagos, Aysén. La institución ejecuta actividades tanto en el plano vinculado a la recolección de datos, a través de la aplicación de la Encuesta Nacional de Expertos (NES), como en la publicación de reportes regionales.



Los autores del reporte agradecen el apoyo de las siguientes personas, por su contribución en el levantamiento de datos y publicación de este informe:

• **Claudia Mora Rojas**  
Vicerrectora de Sede Talca

• **Mireya Vergara Muñoz**  
Directora de Innovación de Sede Talca

• **Ingrid Rebolledo Mejías**  
Directora de Vinculación con el Medio de Sede Talca

• **Carla Saavedra Navarro**  
Directora de Área Administración y Negocios de Sede Talca

• **Juan Carlos Arévalo Rojas**  
Director de Centro Desarrollo de Negocios en Curicó

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

### Universidad del Desarrollo

La Universidad del Desarrollo (UDD) nace en 1990, su misión es contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país a través del cultivo, perfeccionamiento y enseñanza de las ciencias y las artes.

En el año 2001 firma un convenio con Babson College, universidad número uno en la enseñanza del espíritu emprendedor en EEUU, logrando que todas las carreras de la universidad puedan recibir cursos de esta institución.

Durante 2008 logra un acuerdo con la Global Entrepreneurship Research Association, permitiendo que la UDD sea uno de los representantes del proyecto GEM a nivel internacional, y confirmando el compromiso con los estudios sobre la actividad emprendedora.



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

# ANEXOS



## 10.1. Glosario

### Actitudes y percepciones emprendedoras

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

### Actividad emprendedora

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

Fuente: Tabla extraída de Bosma, N. S., & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report*.

