



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR



Universidad del Desarrollo

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

REPORTE NACIONAL DE CHILE 2025

VÍCTOR MARTÍNEZ CAMARA

DANIELA LEITCH BARRA

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile 2025

Primera edición
Santiago-Chile

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los resúmenes globales, nacionales y los micrositios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en <https://www.gemconsortium.org/>.

Los datos utilizados en este reporte son reunidos por el Consorcio GEM. No obstante, su análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad de los autores de este reporte.

Cita Recomendada:

Leitch Barra, D. & Martínez Camara, V. (2026) Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional de Chile 2025. Santiago, Universidad del Desarrollo.

Autores

Víctor Martínez Camara:

Director académico GEM Chile, Investigador Centro de Investigación Empresa y Sociedad, Facultad de Economía y Negocios, Universidad del Desarrollo, Chile

Daniela Leitch Barra

Coordinadora GEM Chile, Investigadora Centro de Investigación Empresa y Sociedad, Facultad de Economía y Negocios, Universidad del Desarrollo, Chile

Diseño y diagramación

Carolina Muñoz Pincheira

Fotografías: Adobe Express

ISBN

00000



Salar de Atacama
II Región de Antofagasta

PRESENTACIÓN

Los resultados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2025 confirman una realidad que distingue a Chile desde hace más de dos décadas: emprender forma parte de las aspiraciones de una proporción relevante de la población. La actividad emprendedora en etapas iniciales mantiene niveles elevados en comparación internacional, reflejando una sociedad que identifica oportunidades, asume riesgos y valora crear nuevos negocios como vía legítima de desarrollo personal y económico. Sin embargo, como suele ocurrir con los ecosistemas más dinámicos, las preguntas más relevantes no surgen de sus fortalezas, sino de sus brechas.

Quizás el hallazgo más provocador de esta edición es la distancia entre quienes inician un emprendimiento y quienes logran transformarlo en una empresa consolidada. Esa brecha plantea una interrogante fundamental: ¿estamos formando emprendedores para crear empresas o para construir organizaciones capaces de crecer, generar empleo y sostenerse en el tiempo?

La evidencia sugiere que el desafío ya no está sólo en fomentar la creación de emprendimientos. Durante años, las políticas públicas, las instituciones de apoyo y la educación superior han contribuido a instalar una cultura emprendedora. Hoy parece necesario complementar ese esfuerzo atendiendo la supervivencia, el escalamiento y la consolidación de los negocios.

La situación es especialmente relevante entre las mujeres emprendedoras. Aunque los niveles iniciales muestran avances significativos, con una participación comparable a la de los hombres, la diferencia se amplía en las etapas posteriores de proceso empresarial. Esta situación obliga a preguntarse si las barreras que enfrentan las emprendedoras se relacionan sólo con el acceso a recursos financieros o también con las redes de apoyo, el liderazgo y el acceso a mercados.

Los resultados también invitan a reflexionar sobre el rol de las instituciones formadoras. Desde la universidad observamos que la intención de emprender es sólo el inicio de un recorrido más complejo: junto con identificar oportunidades importan las competencias para transformar una idea en una organización sostenible. La formación emprendedora del futuro deberá enfatizar tanto la creación como el crecimiento. Chile dispone de uno de los ecosistemas emprendedores más desarrollados de América Latina. Pero este informe sugiere que la siguiente fase de desarrollo exige nuevas preguntas: ¿cómo fortalecer la transición hacia empresas de mayor escala?, ¿cómo reducir las brechas que afectan a las mujeres?, ¿cómo aprovechar las nuevas tecnologías para elevar la productividad y la competitividad?, ¿y qué capacidades deben desarrollar las nuevas generaciones para enfrentar estos desafíos?

El valor del GEM está en ofrecer evidencia para orientar estas discusiones. Esperamos que los resultados enriquezcan el debate público e impulsen políticas y programas para que no sólo más personas emprendan, sino que más emprendimientos crezcan, se consoliden y aporten al desarrollo del país.

Carlos Varela

Director Ecosistema de Emprendimiento
Universidad del Desarrollo

RESUMEN EJECUTIVO

El Reporte Nacional GEM Chile 2025/2026 presenta la radiografía anual de las actitudes, percepciones y actividades emprendedoras de la población chilena. Sus resultados se construyen a partir de 4.196 personas adultas entrevistadas en la Encuesta a la Población Adulta (APS), con representatividad nacional y en cinco regiones del país (Antofagasta, Atacama, Valparaíso, Biobío y Metropolitana), y de la mirada de expertos chilenos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor, recogida en la Encuesta Nacional de Expertos (NES). Además, se incluye un análisis comparativo con países de referencia de América Latina y el Caribe y del resto del mundo. A continuación, se resumen las principales tendencias del ciclo.

“El emprendimiento se mantiene como una opción de carrera valorada y la intención de emprender se recupera, aunque el miedo al fracaso sigue siendo una barrera relevante”

El emprendimiento sigue siendo una opción de carrera valorada en Chile, tal como refleja que un 70,1% de la población adulta entre 18 y 64 años considere que emprender es una buena elección profesional, cifra que ubica al país entre los participantes de América Latina y el Caribe con mayor valoración en esta dimensión. Esa valoración, sin embargo, no necesariamente se traduce en una percepción de facilidad para emprender, ya que poco más de la mitad de la población (52,6%) cree que iniciar un negocio resulta sencillo, un porcentaje relativamente bajo en la comparación regional y mundial. Las diferencias se vuelven más nítidas al separar a quienes participan de algún proceso emprendedor de quienes no lo hacen, pues los primeros no solo perciben más oportunidades en su entorno (68,7% frente a 56,8%), sino que además se sienten más capaces de emprender (90,3% frente a 60,2%) y un porcentaje mayor conoce a gente que ha emprendido (86% frente a 58,8%), al tiempo que declaran un menor miedo al fracaso (37,5% frente a 57,5%). Ese temor, de hecho, sigue siendo una barrera transversal, pues la mitad de la población (50,4%) afirma que no iniciaría un negocio por miedo a fracasar, uno de los porcentajes más altos de la región. Pese a ello, la intención de emprender en los próximos tres años entre quienes no están involucrados se recupera y alcanza un 42,5% de esa población adulta, 3,5 puntos porcentuales más que en el ciclo anterior.

“La actividad emprendedora en etapa inicial crece y se ubica entre las más altas del mundo, pero persiste la brecha con los negocios establecidos y predomina la motivación por necesidad”

La actividad emprendedora en etapa inicial volvió a crecer durante el ciclo, ya que la tasa TEA alcanzó un 29,4% de la población adulta entre 18 y 64 años —2,4 puntos porcentuales más que el año anterior—, sumando a un 22,9% de emprendedores nacientes y un 6,5% de nuevos empresarios. Con ello, Chile se mantiene entre las economías con mayor actividad emprendedora inicial de los 48 países participantes. Este dinamismo, no obstante, contrasta con la baja proporción de negocios que logran consolidarse, pues los empresarios establecidos representan apenas un 7,1% de la población, por debajo del 8% de 2024. La distancia entre ambas cifras implica que por cada persona con un negocio establecido existen más de

cuatro con emprendimientos en etapa inicial, una brecha que plantea interrogantes sobre la sostenibilidad y supervivencia de los nuevos negocios; en la misma línea, los emprendedores discontinuados se reducen al 7,5% de la población, una caída de 2,5 puntos porcentuales. Parte de esta dificultad para crecer podría vincularse con las motivaciones que dan origen a los negocios, pues la escasez de empleo es la principal razón para emprender en todas las etapas —la menciona más de tres de cada cuatro emprendedores—, lo que sugiere una presencia importante de emprendimientos por necesidad, habitualmente asociados a una menor orientación al crecimiento. De manera coherente, cuando un negocio se discontinúa las razones más citadas son la escasa rentabilidad (cerca de un 30% de los casos), la salida por venta, jubilación u otra oportunidad (23,6%), y las razones personales o familiares (17,6%).

“Expectativas de crecimiento y mayor orientación innovadora, pero baja internacionalización y creciente importancia de la inteligencia artificial”

La creación de valor de los emprendimientos se fortalece a medida que avanza el proceso emprendedor, empezando por su capacidad de generar empleo, ya que la proporción de negocios que no emplea gente cae desde un 34,5% entre los emprendedores nacientes hasta cerca de un 24% entre nuevos empresarios y establecidos. A futuro, además, las expectativas de crecimiento son positivas en todas las etapas, al punto que un 57,7% de los emprendedores nacientes espera contratar entre uno y cinco trabajadores en los próximos cinco años y casi la mitad de los nuevos empresarios proyecta emplear a más de cinco personas. En la misma dirección, la orientación innovadora mejora respecto del ciclo anterior, sobre todo entre los nuevos empresarios, de los cuales un 65,5% innova en producto. En cambio, en materia de internacionalización, ésta sigue siendo baja, pues solo un 5,9% de los emprendimientos en etapa inicial tiene clientes en el extranjero —menos que en 2024—, una de las cifras más bajas entre los países participantes del GEM. Por último, la inteligencia artificial gana terreno en la estrategia de los negocios, especialmente en las etapas iniciales, donde más del 40% de los emprendedores nacientes y nuevos empresarios ya la considera muy importante; de cara a los próximos tres años, más de la mitad de los emprendimientos de cada etapa espera que lo sea, niveles superiores a los registrados el año anterior.

“Las mujeres superan a los hombres en actividad emprendedora inicial, pero la brecha de género reaparece y se amplía en las etapas más avanzadas del proceso”

Uno de los hallazgos más destacados del ciclo es que la tasa de actividad emprendedora en etapa inicial de las mujeres (29,6%) supera levemente a la de los hombres (29,1%), algo que solo ocurre en siete de los 48 países participantes. Esta paridad inicial, sin embargo, se desvanece a medida que avanza el proceso emprendedor, ya que entre los empresarios establecidos la tasa cae a 8,9% en los hombres y a apenas 5,3% en las mujeres; de este modo, mientras en ellos los emprendimientos en etapa inicial son alrededor de 3,3 veces los establecidos, en ellas la razón asciende a 5,5 veces. Junto con esta brecha, los datos revelan otras diferencias entre emprendedores y emprendedoras que conviene observar— aunque no es posible afirmar que sean su causa—, pues las razones personales y familiares son citadas con mayor frecuencia por las mujeres (24,1%) que por los hombres (11,3%) al discontinuar un negocio, los emprendimientos femeninos se concentran más en el sector comercio (cerca de 6 de cada 10) y un 84,1% de los hombres emprendedores

proviene de hogares con ingresos superiores a \$680.000, frente a un 67,8% de las mujeres. A ello se suma que, en materia de percepciones, las mujeres no involucradas en el emprendimiento se sienten menos capaces y manifiestan mayor miedo al fracaso que sus pares hombres, brechas que tienden a reducirse entre quienes ya emprenden.

“Desde la mirada de los expertos, Chile lidera el ecosistema emprendedor de América Latina, con la infraestructura física como fortaleza y la educación, y la I+D como desafíos”

Desde la perspectiva de los expertos consultados en la NES, la infraestructura física continúa siendo, por amplio margen, la dimensión mejor valorada del ecosistema emprendedor chileno, seguida por las normas sociales y culturales, los programas de gobierno y la política pública en materia de burocracia e impuestos. En el extremo opuesto, los mayores desafíos siguen concentrándose en la educación para el emprendimiento en los niveles primario y secundario, en la transferencia de investigación y desarrollo (I+D) y en la política pública general. El balance del año es mixto, pues mientras dimensiones como el acceso a financiamiento, la infraestructura profesional, el acceso al mercado interno, la infraestructura física y las normas sociales muestran mejoras, las políticas públicas, los programas de gobierno, la educación para el emprendimiento y la transferencia de I+D retroceden respecto de 2024. Este panorama también se refleja en la comparación internacional, donde el Índice Nacional del Contexto Emprendedor (NECI) sitúa a Chile con 4,6 puntos en el lugar 27 de 53 economías, un descenso de 0,3 puntos y ocho posiciones respecto del ciclo anterior, aunque el país conserva el primer lugar de América Latina y el Caribe.

Balance Scorecard 2025¹

Atributos personales ²	2023	2024	2025	Cambio
Percepción de oportunidades	59%	60%	61,2%	▲
Percepción de capacidades	76%	70%	71,2%	▲
Modelos de referencias	73%	70%	68,5%	▼
Miedo al fracaso	46%	50%	50,4%	=
Facilidad de iniciar negocios	50%	49%	52,6%	▲
Dinámica empresarial ³	2023	2024	2025	Cambio
Intención de emprender ⁴	54%	39%	42,5%	▲
TEA en etapa inicial	31%	27%	29,4%	▲
Emprendedores nacientes	21%	20%	22,9%	▲
Nuevos empresarios	10%	7%	6,5%	▼
Empresarios establecidos	5%	8%	7,1%	▼
Emprendedores descontinuados	10%	10%	7,5%	▼
Motivos de discontinuidad ⁵	2023	2024	2025	Cambio
Venta, jubilación u otra salida	16%	28%	23,6%	▼
Razones personales	23%	18%	17,6%	=
Escasa Rentabilidad	37%	34%	29,8%	▼
Problemas de financiamiento	11%	16%	10,7%	▼
Burocracia	3%	4%	6,1%	▲

1 Desde 2025 se comienzan a presentar los resultados con un decimal para mayor exactitud en los datos y en consistencia con el resto del reporte.

2 Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años

3 Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años

4 Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que actualmente no está involucrada en un proceso emprendedor.

5 Porcentaje de los negocios descontinuados en los últimos 12 meses.

Emprendedores nacientes				
Motivos para emprender	2023	2024	2025	Cambio
Escasez de trabajo	75%	76%	75,8%	=
Hacer una diferencia en el mundo	58%	54%	59,1%	▲
Incrementar ingresos o construir riqueza	60%	58%	59,2%	▲
Tradición familiar	27%	30%	27,4%	▼
Perfil sociodemográfico	2023	2024	2025	Cambio
Edad (promedio)	39 años	40 años	39,9 años	=
Género (hombre)	49%	49%	47%	▼
Nivel de educación (universitaria)	40%	38%	38,6%	▲
Nivel de ingresos (> \$1.200.000)	38%	45%	48,6%	▲
País de nacimiento (fuera de Chile)	15%	8%	8,9%	▲

Nuevos Empresarios				
Motivos para emprender	2023	2024	2025	Cambio
Escasez de trabajo	68%	80%	79,4%	=
Hacer una diferencia en el mundo	57%	53%	65,5%	▲
Incrementar ingresos o construir riqueza	60%	59%	66,1%	▲
Tradición familiar	30%	34%	38,5%	▲
Perfil sociodemográfico	2023	2024	2025	Cambio
Edad (promedio)	39 años	40 años	37,7 años	▼
Género (hombre)	55%	53%	54%	▲
Nivel de educación (universitaria)	47%	42%	36,4%	▼
Nivel de ingresos (> \$1.200.000)	44%	58%	56,4%	▼
País de nacimiento (fuera de Chile)	12%	4%	10,1%	▲

Empresarios Establecidos				
Motivos para emprender	2023	2024	2025	Cambio
Escasez de trabajo	75%	72%	78,2%	▲
Hacer una diferencia en el mundo	51%	44%	49,4%	▲
Incrementar ingresos o construir riqueza	54%	58%	53,3%	▼
Tradición familiar	35%	38%	33%	▼
Perfil sociodemográfico	2023	2024	2025	Cambio
Edad (promedio)	47 años	45 años	44 años	▼
Género (hombre)	51%	68%	61,5%	▼
Nivel de educación (universitaria)	37%	44%	40,2%	▼
Nivel de ingresos (> \$1.200.000)	51%	60%	59,3%	▼
País de nacimiento (fuera de Chile)	6%	1%	6,2%	▲

VII

Condiciones del ecosistema	2023	2024	2025	Cambio
Mejor valoradas	Infraestructura física	Infraestructura física	Infraestructura física	=
Peor valoradas	Transferencia de I+D	Educación primaria y secundaria	Educación primaria y secundaria	=
Obstáculos	Apoyo financiero	Apoyo financiero	Apoyo financiero y educación escolar en emprendimiento	=
Apoyos	Normas Sociales y Culturales	Política pública regulación	Programas de Gobierno	#
Recomendaciones	Apoyo financiero	Transferencia de I+D	Apoyo financiero	#
NECI	4,6 (posición 21)	4,9 (posición 19)	4,6 (posición 27)	▼

EXECUTIVE SUMMARY

The GEM Chile 2025/2026 National Report presents the annual snapshot of the attitudes, perceptions, and entrepreneurial activity of the Chilean population. Its results are built from 4.196 adults interviewed in the Adult Population Survey (APS), with national representativeness and coverage of five regions of the country (Antofagasta, Atacama, Valparaíso, Biobío, and Metropolitana), and from the views of Chilean experts on the conditions of the entrepreneurial ecosystem, gathered through the National Expert Survey (NES). It also includes a comparative analysis with benchmark countries in Latin America and the Caribbean and across the rest of the world. The main trends of the cycle are summarized below.

“Entrepreneurship remains a valued career choice and entrepreneurial intentions are recovering, although fear of failure remains a significant barrier”

Entrepreneurship continues to be a valued career choice in Chile, as reflected by the 70,1% of the adult population aged 18 to 64 who consider that starting a business is a good career choice, a figure that places the country among the Latin American and Caribbean participants with the highest valuation in this dimension. This appreciation, however, does not necessarily translate into a perception that entrepreneurship is easy, as slightly more than half of the population (52,6%) believes that starting a business is easy, a relatively low percentage compared to the regional and global levels. The differences become sharper when separating those who take part in some entrepreneurial process from those who do not, since the former not only perceive more opportunities in their environment (68,7% versus 56,8%) but also feel more capable of starting a business (90,3% versus 60,2%), and a larger share know people who have started a business (86% versus 58,8%), while reporting less fear of failure (37,5% versus 57,5%). That fear, in fact, remains a cross-cutting barrier, as half of the population (50,4%) states that they would not start a business for fear of failing, one of the highest percentages in the region. Even so, entrepreneurial intentions over the next three years among those not involved recover, reaching 42,5% of that adult population, 3,5 percentage points more than in the previous cycle.

“Early-stage entrepreneurial activity grows and ranks among the highest in the world, but the gap with established businesses persists and necessity-driven motivation prevails”

Early-stage entrepreneurial activity grew again during the cycle, as the TEA rate reached 29,4% of the adult population aged 18 to 64 —2,4 percentage points more than the previous year—, comprising 22,9% nascent entrepreneurs and 6,5% new business owners. With this, Chile remains among the economies with the highest early-stage entrepreneurial activity of the 48 participating countries. This dynamism, however, contrasts with the low proportion of businesses that manage to consolidate, as established business owners account for barely 7,1% of the population, below the 8% of 2024. The distance between the two figures means that for every person with an established business there are more than four with early-stage

ventures, a gap that raises questions about the sustainability and survival of new businesses; along the same lines, discontinued entrepreneurs fall to 7,5% of the population, a drop of 2,5 percentage points. Part of this difficulty in growing may be linked to the motivations behind these businesses, since the scarcity of jobs is the main reason for starting a business at all stages —mentioned by more than three out of four entrepreneurs—, which suggests a significant presence of necessity-driven ventures, usually associated with a lower growth orientation. Consistently, when a business is discontinued the most cited reasons are low profitability (around 30% of cases), exit through sale, retirement, or another opportunity (23,6%), and personal or family reasons (17,6%).

“Growth expectations and a stronger innovation orientation, but low internationalization and the growing importance of artificial intelligence”

The value creation of businesses strengthens as the entrepreneurial process advances, starting with their capacity to generate employment, as the proportion of businesses that employ zero people falls from 34,5% among nascent entrepreneurs to around 24% among new business owners and established ones. Looking ahead, moreover, growth expectations are positive at all stages, to the point that 57,7% of nascent entrepreneurs expect to hire between one and five workers over the next five years and almost half of new business owners project employing more than five people. In the same direction, innovation orientation improves relative to the previous cycle, especially among new business owners, 65,5% of whom innovate in product. By contrast, in terms of internationalization, it remains low, as only 5,9% of early-stage ventures have customers abroad —fewer than in 2024—, one of the lowest figures among GEM participating countries. Finally, artificial intelligence is gaining ground in business strategy, especially in the early stages, where more than 40% of nascent entrepreneurs and new business owners already consider it very important; looking ahead to the next three years, more than half of the businesses at each stage expect it to be, levels higher than those recorded the previous year.

“Women outperform men in early-stage entrepreneurial activity, but the gender gap reappears and widens in the more advanced stages of the process”

One of the most notable findings of the cycle is that the early-stage entrepreneurial activity rate of women (29,6%) slightly exceeds that of men (29,1%), something that occurs in only seven of the 48 participating countries. This initial parity, however, fades as the entrepreneurial process advances, since among established business owners the rate falls to 8,9% for men and just 5,3% for women; thus, while for men early-stage ventures are around 3,3 times the established ones, for women that ratio rises to 5,5 times. Alongside this gap, the data reveal other differences between male and female entrepreneurs worth noting, although they cannot be claimed as its cause, since personal and family reasons are cited more frequently by women (24,1%) than by men (11,3%) when discontinuing a business, women’s ventures are more concentrated in the commerce sector (close to 6 out of 10), and 84,1% of male entrepreneurs come from households with incomes above \$680.000, compared with 67,8% of women. In addition, in terms of perceptions, women not involved in entrepreneurship feel less capable and report greater fear of failure than their male peers, gaps that tend to narrow among those already engaged in entrepreneurship.

“From the experts’ perspective, Chile leads the entrepreneurial ecosystem in Latin America, with physical infrastructure as a strength and education, and R&D as challenges”

From the perspective of the experts consulted in the NES, physical infrastructure continues to be, by a wide margin, the best-rated dimension of the Chilean entrepreneurial ecosystem, followed by social and cultural norms, government programs, and public policy regarding bureaucracy and taxes. At the opposite end, the greatest challenges remain concentrated in entrepreneurship education at the primary and secondary levels, in research and development (R&D) transfer, and in general public policy. The year’s balance is mixed, since while dimensions such as access to financing, professional infrastructure, access to the internal market, physical infrastructure, and social norms show improvements, public policy, government programs, entrepreneurship education, and R&D transfer decline relative to 2024. This picture is also reflected in the international comparison, where the National Entrepreneurship Context Index (NECI) places Chile at 4,6 points in 27th place out of 53 economies, a decline of 0,3 points and eight positions relative to the previous cycle, although the country retains first place in Latin America and the Caribbean.

Balance Scorecard 2025⁶

Personal attributes ⁷	2023	2024	2025	Change
Perceived opportunities	59%	60%	61,2%	▲
Perceived capabilities	76%	70%	71,2%	▲
Role models	73%	70%	68,5%	▼
Fear of failure	46%	50%	50,4%	=
Ease of starting businesses	50%	49%	52,6%	▲
Entrepreneurial dynamics ⁸	2023	2024	2025	Change
Entrepreneurial intentions ⁹	54%	39%	42,5%	▲
TEA – Total Early Stage Entrepreneurial Activity	31%	27%	29,4%	▲
Nascent entrepreneurs	21%	20%	22,9%	▲
New business owners	10%	7%	6,5%	▼
Established business owners	5%	8%	7,1%	▼
Discontinued entrepreneurs	10%	10%	7,5%	▼
Reasons for discontinuation ¹⁰	2023	2024	2025	Change
Sale, retirement, or other exit	16%	28%	23,6%	▼
Personal reasons	23%	18%	17,6%	=
Low profitability	37%	34%	29,8%	▼
Financing problems	11%	16%	10,7%	▼
Bureaucracy	3%	4%	6,1%	▲

XI

6 Starting in 2025, results are reported with one decimal place for greater accuracy in the data and consistency with the rest of the report.

7 Percentage of the adult population aged 18 to 64.

8 Percentage of the adult population aged 18 to 64.

9 Percentage of the adult population aged 18 to 64 currently not involved in an entrepreneurial process.

10 Percentage of businesses discontinued in the last 12 months.

Nascent entrepreneurs				
Reasons for starting a business	2023	2024	2025	Change
Scarcity of jobs	75%	76%	75,8%	=
Make a difference in the world	58%	54%	59,1%	▲
Increase income or build wealth	60%	58%	59,2%	▲
Family tradition	27%	30%	27,4%	▼
Sociodemographic profile	2023	2024	2025	Change
Age (average)	39 years	40 years	39,9 years	=
Gender (male)	49%	49%	47%	▼
Education level (university)	40%	38%	38,6%	▲
Income level (> \$1.200.000)	38%	45%	48,6%	▲
Country of birth (outside Chile)	15%	8%	8,9%	▲

New business owners				
Reasons for starting a business	2023	2024	2025	Change
Scarcity of jobs	68%	80%	79,4%	=
Make a difference in the world	57%	53%	65,5%	▲
Increase income or build wealth	60%	59%	66,1%	▲
Family tradition	30%	34%	38,5%	▲
Sociodemographic profile	2023	2024	2025	Change
Age (average)	39 years	40 years	37,7 years	▼
Gender (male)	55%	53%	54%	▲
Education level (university)	47%	42%	36,4%	▼
Income level (> \$1.200.000)	44%	58%	56,4%	▼
Country of birth (outside Chile)	12%	4%	10,1%	▲

Established business owners				
Reasons for starting a business	2023	2024	2025	Change
Scarcity of jobs	75%	72%	78,2%	▲
Make a difference in the world	51%	44%	49,4%	▲
Increase income or build wealth	54%	58%	53,3%	▼
Family tradition	35%	38%	33%	▼
Sociodemographic profile	2023	2024	2025	Change
Age (average)	47 years	45 years	44 years	▼
Gender (male)	51%	68%	61,5%	▼
Education level (university)	37%	44%	40,2%	▼
Income level (> \$1.200.000)	51%	60%	59,3%	▼
Country of birth (outside Chile)	6%	1%	6,2%	▲

Ecosystem conditions	2023	2024	2025	Change
Best rated	Physical infrastructure	Physical infrastructure	Physical infrastructure	=
Worst rated	R&D transfer	Primary and secondary education	Primary and secondary education	=
Constraints	Financial support	Financial support	Financial support and school-level entrepreneurship education	=
Fosters	Social and cultural norms	Regulatory public policy	Government programs	#
Recommendations	Financial support	R&D transfer	Financial support	#
NECI	4,6 (position 21)	4,9 (position 19)	4,6 (position 27)	▼

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
Balance Scorecard 2025	V
EXECUTIVE SUMMARY	VIII
Balance Scorecard 2025	XI
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Acerca del GEM	1
1.2 Objetivos	3
1.3 El proceso emprendedor	3
1.4 El marco teórico	4
1.5 Metodología del GEM	5
1.6 Lo que sigue en este reporte	6
CAPÍTULO 2: ATRIBUTOS INDIVIDUALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO	8
2.1 Valoración social del emprendimiento	8
2.2. Atributos individuales	10
2.3 Comparativa internacional	11
CAPÍTULO 3: DIFERENCIAS DEMOGRÁFICAS	16
3.1 Distribución por género	16
3.2 Distribución etaria	17
3.3 Distribución educacional	17
3.4 Distribución de ingresos	18
3.5 Distribución por país de nacimiento	19
CAPÍTULO 4: ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	23
4.1 Composición de la estructura empresarial	23
4.2 Razones de discontinuación	26
4.3 Caracterización de los emprendedores	27
4.4 Financiamiento de los emprendimientos en etapa inicial	33
CAPÍTULO 5: CREACIÓN DE VALOR Y COMPETITIVIDAD	36
5.1 Creación de empleo actual y futura	36
5.2 Competitividad e Innovación	38

CAPÍTULO 6: DIFERENCIAS DE GÉNERO EN EMPRENDIMIENTO EN CHILE45

6.1 Percepciones sobre actitudes personales para emprender por sexo45

6.2 Demografía de las emprendedoras chilenas46

6.3 Actividad emprendedora por sexo48

6.4 Razones de discontinuación por sexo50

6.5 Motivación para emprender por sexo.....51

6.6 Creación de valor de emprendimientos por sexo.....52

CAPÍTULO 7: CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER56

7.1 La Encuesta Nacional de Expertos56

7.2 Análisis general de las condiciones para emprender.....58

7.3 Análisis específico de las condiciones del contexto para emprender en Chile61

CAPÍTULO 8: REFERENCIAS.....76

CAPÍTULO 9: FICHA METODOLÓGICA80

CAPÍTULO 10: MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE82

10.1 Contacto82

10.2. Equipos del GEM Chile.....82

10.3 Organizadores83

TABLAS

Tabla 1.1: Países participantes del GEM 2025 según nivel de ingresos2

Tabla 2.1: Valoraciones sociales sobre el emprendimiento en Chile según involucramiento en el proceso emprendedor, año 20259

Tabla 2.2: Atributos individuales según el involucramiento en el proceso emprendedor en Chile, año 2025.....11

Tabla 4.1: Montos de capital para la puesta en marcha de negocios en etapa inicial en 202533

Tabla 6.1: Percepciones según sexo e involucramiento en el proceso emprendedor45

Tabla 7.1: Condiciones del contexto para emprender en 202557

FIGURAS

Figura 1.1: El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM.....3

Figura 1.2: Marco Teórico del GEM.....5

Figura 1.3: Proceso del GEM Chile.....6

Figura 2.1: Índice de apoyo cultural al emprendimiento10

Figura 2.2: Emprendimiento como opción de carrera: países seleccionados12

Figura 2.3: Facilidad de emprender en países participantes del GEM 2025/202613

Figura 2.4: Intención de emprender en países participantes del GEM 2025/202613

Figura 2.5: Miedo al fracaso en países participantes del GEM 2025/2026.....14

Figura 3.1: Distribución de género de involucrados en el proceso emprendedor y no involucrados16

Figura 3.2: Distribución etaria de involucrados en el proceso emprendedor y no involucrados.17

Figura 3.3: Distribución por nivel educacional de involucrados y no involucrados en un proceso emprendedor18

Figura 3.4: Distribución de ingresos entre involucrados y no involucrados en proceso emprendedor.....19

Figura 3.5: Proporción de personas nacidas dentro y fuera de Chile en involucrados y no involucrados en un proceso emprendedor20

Figura 3.6: Proporción de involucrados y no involucrados en un proceso emprendedor por lugar de nacimiento.....21

Figura 4.1: Diagrama del proceso emprendedor.....24

Figura 4.2: Evolución de la estructura empresarial 2021-2025.....25

Figura 4.3: Razones de discontinuación Chile y Latinoamérica.....26

Figura 4.4: Motivaciones para emprender por etapa del proceso emprendedor27

Figura 4.5: Distribución de género por etapa del proceso emprendedor.....29

Figura 4.6: Distribución de edad etapa del proceso emprendedor.....30

Figura 4.7: Distribución de educación etapa del proceso emprendedor31

Figura 4.8: Distribución de ingresos del hogar por etapa del proceso emprendedor31

Figura 4.9: Distribución de país de nacimiento por etapa del proceso emprendedor.....32

Figura 4.10: Distribución de fuentes de capital entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios.....34

Figura 5.1: Trabajadores actuales por etapa del proceso emprendedor.....36

Figura 5.2: Trabajadores esperados a 5 años por etapa del proceso emprendedor.....37

Figura 5.3: Distribución de sectores económicos por etapa del proceso emprendedor39

Figura 5.4: Proporción de clientes por unidad geográfica, por etapa del proceso emprendedor40

Figura 5.5: Porcentaje de emprendedores que declaran que una parte de su ingreso proviene de exportaciones.....41

Figura 5.6: Orientación innovadora en cada etapa de actividad emprendedora.....42

Figura 5.7: Importancia de la Inteligencia Artificial en la estrategia del negocio43

Figura 6.1: Distribución etaria de emprendedores por sexo47

Figura 6.2: Distribución educacional de emprendedores por sexo.....47

Figura 6.3: Distribución de ingresos de emprendedores por sexo.....48

Figura 6.4: Estructura empresarial por género49

Figura 6.5: Razones de discontinuación del negocio por sexo.....50

Figura 6.6: Motivaciones para emprender por sexo51

Figura 6.7: Creación actual y esperada a 5 años de empleos de emprendimientos en etapa inicial por sexo52

Figura 6.8: Sectores económicos de los emprendedores en etapa inicial por sexo53

Figura 6.9: Distribución de la actividad emprendedora según sexo y alcance.....54

Figura 7.1: Valoración de expertos sobre el ecosistema de emprendimiento en 2025 en Chile y América latina y el Caribe.....59

Figura 7.2: Indicador NECI 2025-comparación internacional60

Figura 7.3: Evolución de las condiciones del ecosistema emprendedor en Chile 2021-2025.....61

Figura 7.4: Evaluación del financiamiento al emprendimiento en 2025-Chile.....64

Figura 7.5: Evaluación de políticas públicas para el emprendimiento 2025-Chile65

Figura 7.6: Evaluación de programas de gobierno 2025-Chile.....66

Figura 7.7: Evaluación de educación para el emprendimiento 2025-Chile68

Figura 7.8: Evaluación transferencia de I+D 2025-Chile.....69

Figura 7.9: Evaluación de infraestructura comercial y legal 2025-Chile.....70

Figura 7.10: Evaluación de acceso al mercado interno 2025-Chile71

Figura 7.11: Evaluación de infraestructura física 2025-Chile72

Figura 7.12: Evaluación normas sociales y culturales 2025-Chile.....74



CAPÍTULO

1.

Valdivia
XIV Región de Los Ríos

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Acerca del GEM

El emprendimiento es uno de los principales motores del crecimiento económico. A través de la creación de nuevas empresas, la innovación y la entrada de nuevos actores al mercado, los emprendedores impulsan la productividad, generan empleo y contribuyen a la transformación de las economías a partir de la relocalización de recursos (Wennekers y Thurik, 1999; Toma, Grigore y Marinescu, 2014). La evidencia internacional muestra que esta relación no es lineal: el aporte del emprendimiento al crecimiento depende del nivel de desarrollo de cada país y de la calidad de su entorno institucional (Van Stel, Carree y Thurik, 2005; Acs, Desai y Hessels, 2008). Bajo esta mirada, el reporte GEM Chile busca aportar evidencia sobre cómo la actividad emprendedora en el país contribuye a estos procesos.

Desde su creación en 1999, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ha sido una fuente fundamental de información para quienes investigan sobre ecosistemas emprendedores y también para quienes toman decisiones para fortalecer la actividad emprendedora. El GEM es un consorcio de nivel global conformado por equipos nacionales pertenecientes a prestigiosas instituciones académicas, los cuales llevan a cabo encuestas sobre el ecosistema emprendedor y el espíritu empresarial. Actualmente, el GEM es la única fuente de investigación de alcance mundial que obtiene información directamente desde los emprendedores, lo que le otorga a sus datos un carácter exclusivo y valioso para una variedad de interesados.

Para coordinar y supervisar el trabajo de los equipos nacionales, en 2004 se estableció la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales, junto a las dos instituciones fundadoras – Babson College y London Business School- y los miembros de las entidades patrocinantes del proyecto.

Con más de 25 años de trayectoria, el proyecto GEM ha evolucionado para facilitar el análisis de los distintos indicadores del proceso emprendedor que componen el estudio, permitiendo hacer un análisis comparativo con economías de referencia. A lo largo de los años y con el apoyo de múltiples investigadores, el GEM se ha esforzado en lograr una comprensión más profunda de las actitudes hacia el emprendimiento, las nuevas iniciativas emprendedoras y las características de los negocios establecidos de la población económicamente activa.

Actualmente, el GEM es el estudio comparativo más representativo de la actividad emprendedora a nivel mundial. Concretamente, en el año 2025 participaron 53 países que se agruparon por nivel de ingresos con la línea divisoria siendo los USD 50.000 de PIB per-capita (ver Tabla 1.1). En el caso de Chile, los indicadores obtenidos en este reporte se pueden extrapolar a la población adulta de 18 a 99 años y a la población adulta económicamente activa considerada como aquella entre 18-64 años.

Tabla 1.1: Países participantes del GEM 2025 según nivel de ingresos

Menos de USD 50.000	Más de USD 50.000
Argelia*	Austria*
Angola	Baréin
Argentina	Canadá
Brasil	Chipre
Chile	Finlandia
Costa Rica	Francia
Croacia	Alemania
Ecuador	Israel
Egipto	Italia
El Salvador	Japón*
Estonia	Lituania
Guatemala	Luxemburgo
Hungría	Países Bajos
India	Noruega
Jordania	Polonia
Letonia	Puerto Rico
México	Catar
Marruecos*	República de Corea (Corea del Sur)
Omán	Arabia Saudita
Perú	Eslovenia
Rumania	España
Eslovaquia	Suecia
Sudáfrica	Suiza
Tailandia	Taiwán
Uruguay*	Emiratos Árabes Unidos
Venezuela	Reino Unido
	Estados Unidos

Fuente: Adaptado de GEM Global 2025/2026 (GEM, 2026).

*Nota: países con asterisco participan sólo en la NES, una de las dos encuestas del GEM y no en la APS.

1.2 Objetivos

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

- Medir las diversas etapas del proceso emprendedor, a través de metodologías e indicadores robustos que faciliten su comparabilidad a nivel internacional.
- Identificar los factores asociados a los valores del individuo y al contexto que determinan la actividad emprendedora en cada uno de los países participantes.
- Identificar implicancias que puedan mejorar los niveles, la calidad y el impacto de la actividad emprendedora.

Dado lo anterior, una de las características distintivas del GEM ha sido definir como objeto de estudio a las personas adultas que desarrollan actividades emprendedoras y no a la empresa en sí misma. Esto permite analizar el proceso emprendedor que se explica en la siguiente sección.

1.3 El proceso emprendedor

Un individuo se puede clasificar en función de la etapa en la que se encuentra su negocio, tal como muestra la **figura 1.1**.

Figura 1.1: El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM



Fuente: Adaptado de GEM Global Report 2025/2026 (GEM, 2026)

La primera etapa del proceso es la de emprendedor potencial. Esta categoría incluye a las personas que afirman estar pensando en poner en marcha un nuevo negocio, pero que aún no han iniciado acciones concretas. Es relevante destacar que a este grupo solo se le mide su valoración hacia el emprendimiento y su percepción de atributos individuales.

La segunda etapa se relaciona con el emprendedor naciente. Agrupa a las personas que declaran haber iniciado la puesta en marcha de un nuevo negocio y también a quienes afirman haber pagado salarios a empleados y/o a sí mismos, por un periodo no mayor a 3 meses. Esta etapa cubre desde el inicio, con la concepción de la empresa, hasta el momento de su nacimiento. Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribución por más de 3 meses a cualquier persona, incluido los dueños, es considerado como el momento del nacimiento de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios dependerá de la antigüedad de la empresa.

La tercera etapa considera al nuevo empresario. Incorpora a aquellas personas que han puesto en marcha un nuevo negocio, pagando salarios durante un periodo de tiempo que va desde los 3 a los 42 meses. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. El conjunto de emprendedores nacientes y nuevos empresarios con menos de 42 meses de operación, es lo que el GEM denomina Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial (en adelante TEA, por su sigla en inglés que significa Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) .

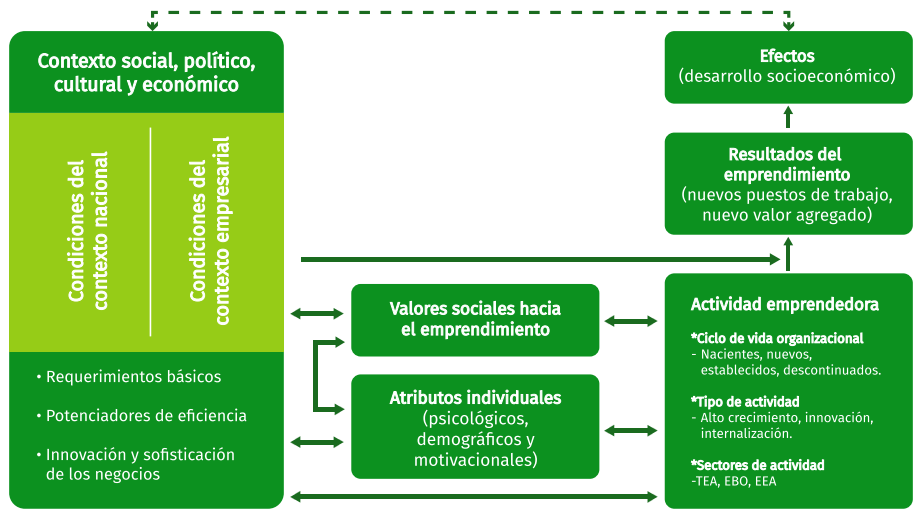
La cuarta etapa se denomina empresario establecido, clasificación que reúne a aquellas personas que han estado al frente de la operación de su empresa pagando salarios durante más de 42 meses. Esta se conoce como etapa de persistencia y busca la consolidación de la empresa.

Finalmente, el GEM analiza al emprendedor discontinuado, que reúne al porcentaje de población adulta que en los últimos 12 meses ha suspendido las operaciones o su relación con un negocio.

1.4 El marco teórico

El modelo de emprendimiento del GEM representa el proceso emprendedor en un círculo endógeno de desarrollo económico y social. Para familiarizarse con el funcionamiento de este círculo, resulta necesario conocer, por lo menos, (1) la opinión pública en general de una sociedad hacia el emprendimiento, (2) la información que pueda aportar el propio colectivo emprendedor, y (3) las observaciones que puedan dirigir distintos agentes económicos y sociales implicados activamente en el impulso del emprendimiento. La **figura 1.2** refleja este modelo.

Figura 1.2: Marco Teórico del GEM



Fuente: Adaptado de GEM Global Report 2025/2026 (GEM, 2026)

1.5 Metodología del GEM

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA para asegurar la calidad y confiabilidad de estos. El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos, con el fin de obtener muestras representativas a nivel nacional y regional que permitan comparar todos los países participantes. Para capturar las interacciones entre los individuos y el contexto en el que actúan, el GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

- La **Encuesta a la Población Adulta** (en adelante **APS**, por su sigla en inglés que corresponde a Adult Population Survey) se aplica a un mínimo de 2.000 adultos, entre 18 y 99 años, en cada país participante en el proyecto. Con ella se analiza profundamente la relación de los valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades emprendedoras de las personas a nivel nacional. En el ciclo 2025, participaron un total de 4.196 personas a nivel nacional, logrando obtener representatividad en 5 regiones del país (Antofagasta, Atacama, Valparaíso, Biobío y Metropolitana).
- La **Encuesta Nacional de Expertos** (en adelante **NES**, por su sigla en inglés que corresponde a National Expert Survey) es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 expertos a nivel nacional, que recoge información de las condiciones del contexto empresarial en cada país. En el ciclo 2025, participaron un total de 255 expertos a nivel nacional, logrando obtener información detallada de 5 regiones del país.

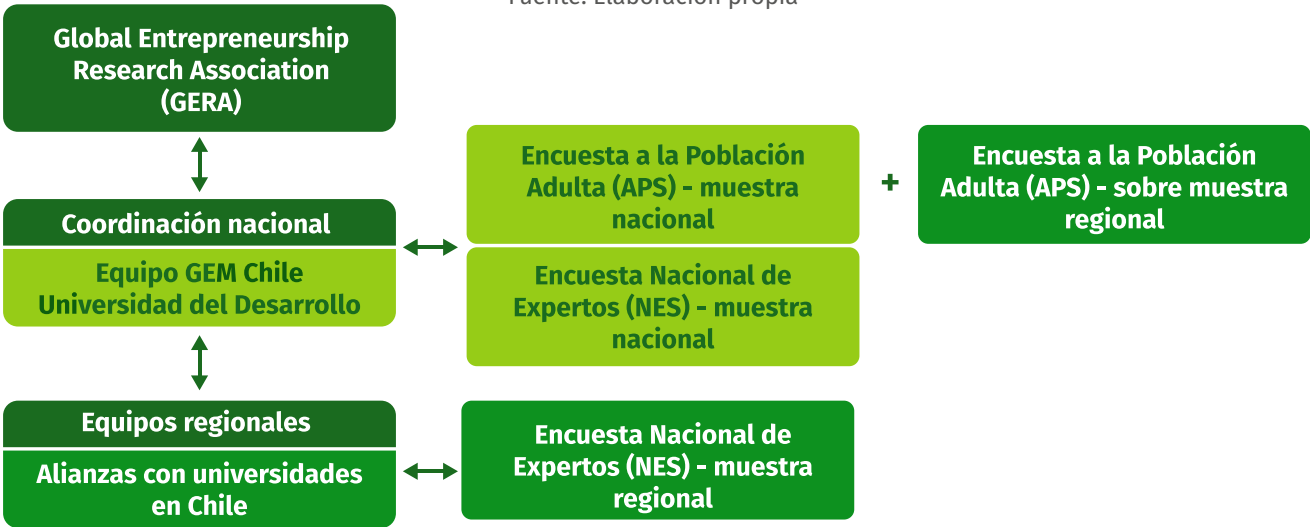
En la **figura 1.3** se presenta el proceso de levantamiento de datos en Chile. El GERA proporciona los instrumentos estandarizados y supervisa el trabajo de campo que realizan los equipos nacionales, con el fin de asegurar la calidad de la información. A su vez, en alianza con prestigiosas universidades del país, se ha logrado patrocinar el levantamiento de información adicional que amplía la representatividad a nivel

regional para la encuesta a la población adulta y a expertos.

La Encuesta APS es implementada de manera centralizada por el equipo del GEM Chile, tanto para la muestra nacional como las muestras adicionales en regiones. En tanto, la encuesta NES combina una muestra nacional y regional, incorporando el trabajo realizado por el equipo nacional y los equipos regionales. De esta manera, el GEM Chile ha permitido contar con información representativa a nivel nacional y regional sobre los emprendedores, sus negocios y las condiciones del ecosistema para el emprendimiento.

Figura 1.3: Proceso del GEM Chile

Fuente: Elaboración propia



1.6 Lo que sigue en este reporte

Este capítulo ha servido de introducción a la metodología del GEM y los datos que se habrán de utilizar en los siguientes capítulos. En lo que sigue de este reporte se presentarán los hallazgos más relevantes obtenidos a partir de la APS referentes a los atributos individuales hacia el emprendimiento, la caracterización de los emprendedores, la actividad emprendedora, diferencias de género y creación de valor. Cabe destacar que, si bien la APS permite obtener representatividad de la población adulta entre 18 y 99 años, el análisis se hará respecto de la población adulta entre 18 y 64 años, también llamada población económicamente activa, en línea con la metodología del GEM global. Finalmente, el último capítulo de este reporte presenta los resultados obtenidos desde la NES.

A lo largo de este reporte, algunas diferencias se contrastan estadísticamente y se señalan de forma explícita como significativas cuando lo son al 95% de confianza. Las demás comparaciones —entre las distintas etapas del proceso emprendedor, entre grupos cuando no se indica un contraste, y respecto de ciclos anteriores— tienen un carácter descriptivo y no deben interpretarse como diferencias estadísticamente probadas.



CAPÍTULO

2.

La Serena
IV Región de Coquimbo

CAPÍTULO 2: ATRIBUTOS INDIVIDUALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO

Dentro de la APS, existe un conjunto de preguntas que permiten medir las percepciones de la población adulta entre 18 y 64 años sobre la valoración social del emprendimiento y sobre los atributos necesarios para emprender.¹¹ El primer aspecto, consiste en medir si es que el emprendimiento es percibido como un elemento positivo de la sociedad (Guerrero, et al. 2024). El segundo, busca medir cómo las personas se perciben en términos de condiciones y características que se consideran como relevantes para emprender. Este capítulo, se ocupa de presentar los datos recopilados y de remarcar las diferencias que existen entre el grupo de personas que están involucradas en algún proceso emprendedor y aquellas que no lo están.

2.1 Valoración social del emprendimiento

En el GEM, la valoración social del emprendimiento es capturada a través de cuatro afirmaciones, a las cuales la gente responde en qué grado está de acuerdo. Estas afirmaciones, buscan medir percepciones sobre los siguientes aspectos:

- a) El emprendimiento como opción de carrera deseable. Esto es, si el emprendimiento es considerado como una alternativa profesional legítima y atractiva en la sociedad. Mide el porcentaje de la población adulta (18-64 años) que considera que emprender un nuevo negocio en Chile es una elección profesional deseable.
- b) El estatus social que poseen los emprendedores exitosos. Este aspecto se refiere a si la población percibe que los emprendedores exitosos gozan de un nivel de estatus y respeto en la sociedad. Mide el porcentaje de población adulta que cree que, en Chile, los que tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto.
- c) La atención de los medios a emprendedores exitosos. Mide la percepción de la población adulta sobre si los medios difunden noticias sobre emprendedores exitosos, capturando la exposición positiva y mediática que se le da al emprendimiento. En particular, se muestra el porcentaje de personas que cree que, en Chile, se pueden ver a menudo noticias en medios de comunicación sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios.
- d) La facilidad de iniciar un negocio. Mide el porcentaje de la población adulta que percibe que en Chile es fácil iniciar un negocio.

La **tabla 2.1** muestra el porcentaje de personas entre 18 y 64 años que responden estar de acuerdo y en desacuerdo con cada una de las afirmaciones presentadas según si se encuentran involucradas o no en algún proceso emprendedor.

11 De ahora en adelante, siempre que se hable de población adulta se estará refiriendo a la población entre 18 y 64 años.

Tabla 2.1: Valoraciones sociales sobre el emprendimiento en Chile según involucramiento en el proceso emprendedor, año 2025

Valoración social	No involucrado en el proceso emprendedor		Involucrado en el proceso emprendedor		Total	
	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
Opción de carrera	68,4%	31,6%	73,1%	26,9%	70,1%	29,9%
Estatus social	59,9%	40,1%	59,8%	40,2%	59,9%	40,1%
Atención en los medios	65,7%	34,3%	71,6%	28,4%	67,8%	32,2%
Facilidad de iniciar un negocio	48,9%	51,1%	59,5%	40,5%	52,6%	47,4%

Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Como muestra la tabla, las personas no involucradas tienden a percibir una menor valoración social del emprendimiento que aquellas personas sí involucradas, excepto en el ítem de estatus social en donde casi no hay diferencia. Además, tienden a percibir menor facilidad de iniciar un negocio en Chile. Todas estas diferencias, excepto la ya mencionada de estatus, son estadísticamente significativas al 95% de confianza.¹²

De esta forma, un 73,1% de los involucrados ve el emprendimiento como una opción atractiva de carrera, mientras que un 68,4% de los no involucrados lo percibe así. Por otro lado, un 71,6% de los involucrados percibe que a menudo se pueden ver historias de emprendedores exitosos en Chile, comparado con un 65,7% de los no involucrados. Por último, la facilidad de iniciar un negocio es en donde se aprecia la mayor brecha, la cual llega a casi un 11%. Si un 59,5% de los involucrados cree que en Chile es fácil iniciar un negocio, este número llega a 48,9% entre los no involucrados. De todas formas, esta diferencia es menor al 13% reportado en 2024.

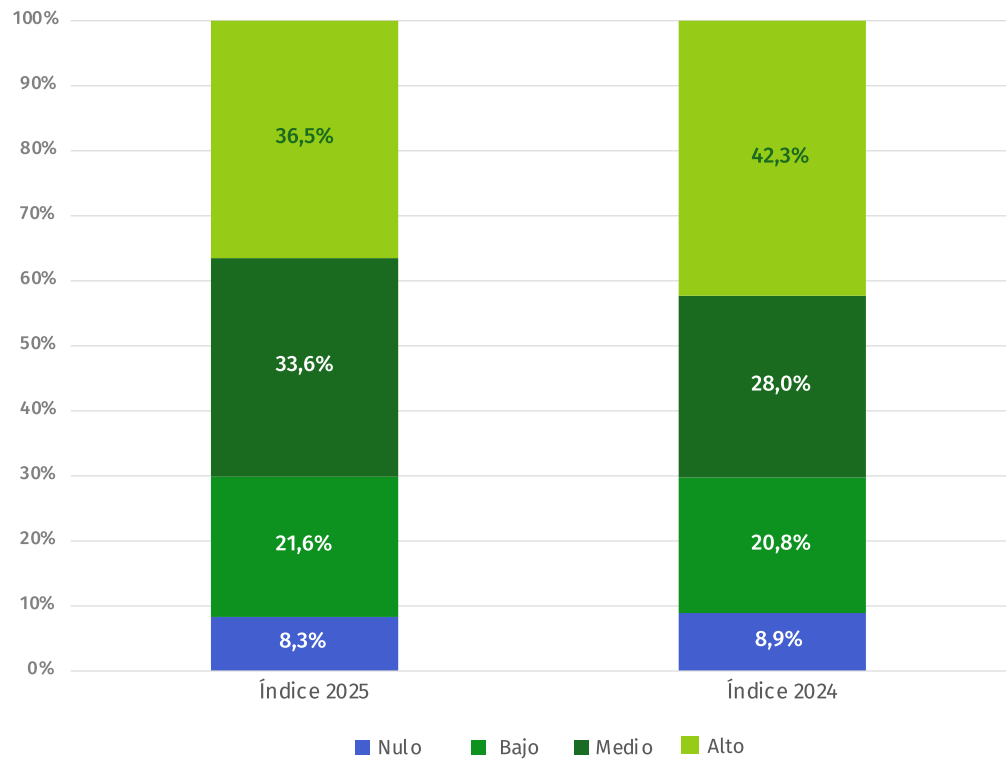
Qué explica estas diferencias entre involucrados y no involucrados no está realmente claro. Algunos trabajos abordan las diferencias entre emprendedores y no emprendedores en aspectos cognitivos (Baron 1998, Poblete, Sena y Arroyabe, 2019), sin embargo, aún no está claro si las diferencias provienen de elementos que preceden a la actividad o esfuerzos de emprender o de la propia experiencia de haber emprendido (Gregoire, 2011).

Adicionalmente, el GEM permite calcular un índice de apoyo cultural al emprendimiento el cual sintetiza la percepción de las personas respecto de la valoración social del emprendimiento.¹³ Este índice se construye sumando las respuestas afirmativas a las variables de opción de carrera, estatus social y atención en los medios, en donde Nulo se compone de las personas que no respondieron afirmativamente a ninguna pregunta, Bajo, responde afirmativamente a una de las tres, Medio a dos de tres y Alto a todas.

12 Al hablar de significancia estadística se hará referencia a la significancia al 95% de confianza.

13 En ediciones anteriores del GEM este índice se denominaba índice de percepción sobre la valoración social del emprendimiento. Este año se ha cambiado el nombre para que refleje mejor el significado de la variable que da origen a este índice en la base de datos (CULSUP25).

Figura 2.1: Índice de apoyo cultural al emprendimiento



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2024 y 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

La **figura 2.1** muestra la distribución porcentual de la población adulta según el nivel en el cual se encuentra la población, para los años 2024 y 2025. En ella se aprecia que el porcentaje de personas que percibe un apoyo nulo cayó de un 8,9% a un 8,3% de la población entre 18 y 64 años, sin embargo, también cayó el porcentaje de personas que perciben un apoyo alto de un 42,3% a un 36,5%. En tanto el porcentaje de personas que percibe un apoyo de nivel medio y bajo creció respecto del año pasado.

2.2. Atributos individuales

La metodología del GEM, también permite capturar la percepción de las personas adultas (entre 18 y 64 años) sobre sus propios atributos para emprender. Esto, se hace a través de un conjunto de preguntas que miden los siguientes aspectos:

- a) Percepción de oportunidades. Mide el porcentaje de personas adultas que percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses en el área que ellos viven.
- b) Percepción de capacidades. Mide el porcentaje de la población adulta que percibe que tienen el conocimiento, habilidades y experiencia necesarias para emprender.
- c) Modelos de referencia. Mide el porcentaje de la población adulta que declara conocer personalmente a otras personas que han emprendido en los últimos 2 años.
- d) Miedo al fracaso. Mide el porcentaje de la población adulta que no iniciaría un negocio por miedo a fallar.
- e) Intención de emprender. Mide el porcentaje de la población adulta que declara querer emprender en los próximos 3 años.

La **tabla 2.2** muestra los porcentajes de personas para las mediciones mencionadas separando nuevamente por si se está involucrado en un proceso emprendedor o no. En ella, se aprecian diferencias importantes en todos los aspectos. En particular, las personas involucradas en algún proceso emprendedor, perciben más oportunidades en su entorno (68,7% versus 56,8%), se perciben más capaces (90,3% versus 60,2%), conocen a más emprendedores (86% versus 58,8%) y tienen menor miedo al fracaso (37,5% versus 57,5%). Estas diferencias son estadísticamente significativas al 95% de confianza.

Tabla 2.2: Atributos individuales según el involucramiento en el proceso emprendedor en Chile, año 2025

Atributo	No involucrado en el proceso emprendedor		Involucrado en el proceso emprendedor		Total	
	Si	No	Si	No	Si	No
Percepción de oportunidades	56,8%	43,2%	68,7%	31,3%	61,2%	38,8%
Percepción de capacidades	60,2%	39,8%	90,3%	9,7%	71,2%	28,8%
Modelos de referencia	58,8%	41,2%	86,0%	14,0%	68,5%	31,5%
Miedo al fracaso	57,5%	42,5%	37,5%	62,5%	50,4%	49,6%
Intención de emprender	42,5%	57,5%	53,2%	46,8%	46,2%	53,8%

Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Los resultados indican que existiría una correlación entre ser emprendedor y tener mejores percepciones sobre las capacidades y condiciones propias para emprender, algo que ha sido propuesto en la literatura (Arenius y Minniti, 2005, Bayon, Valliant y Lafuente, 2015). Asimismo, las diferencias observadas en la intención de emprender sugieren que también existe una relación entre las percepciones y esta variable. En este contexto, la existencia de modelos de referencia puede afectar la intención de emprender a través de una percepción de mejores capacidades (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000; Liñán, Santos y Fernández, 2011) y de la percepción de cuán factible es emprender para la persona (Krueger, 1993). En tanto, diversas investigaciones han asociado negativamente el miedo al fracaso con la intención de emprender (Langowitz y Minniti, 2007, Arenius y Minniti, 2005, Liñán, Santos y Fernández, 2011, entre otros).

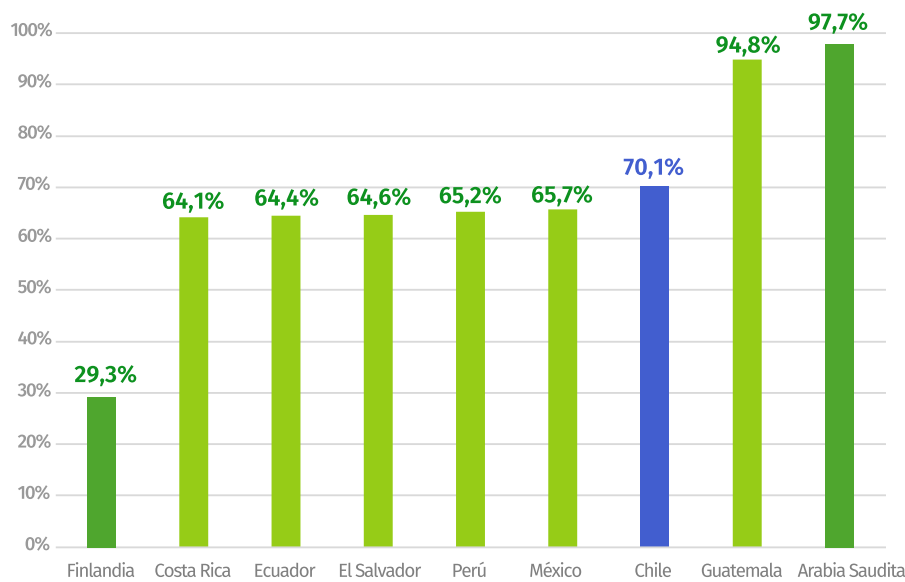
2.3 Comparativa internacional

Al ser un proyecto de nivel global, la APS del GEM también permite establecer comparaciones internacionales respecto de estas percepciones, lo que ayuda a conocer cómo se posiciona Chile a nivel internacional. A continuación, se presentan comparaciones respecto de algunas variables clave. Para estas comparativas se han elegido como referencia los países Latinoamericanos y del Caribe (desde ahora, Latinoamericanos) para los cuales existen datos, el país con el porcentaje de su población más de acuerdo con la afirmación y aquel con menor porcentaje de acuerdo. La inclusión de estos países permite comparar a Chile con la región y cuán cerca o lejos se encuentra de los extremos.

Respecto de las valoraciones sociales hacia el emprendimiento, las **figuras 2.2 y 2.3** muestran la comparativa internacional para las percepciones de emprendimiento como opción de carrera y la facilidad de emprender.

La **figura 2.2** muestra el porcentaje de la población entre 18 y 64 años que dice estar de acuerdo¹⁴ con que las personas de su país creen que el emprendimiento es una buena opción de carrera. En ella, se aprecia que Chile es el segundo país dentro de los participantes Latinoamericanos con mayor porcentaje de acuerdo en esta afirmación (70,1%) siendo superado sólo por Guatemala (94,8%). En tanto, a nivel global el país se ubica 20º entre 41 países con datos, en una lista que es liderada por Arabia Saudita (97,7%) y cerrada por Finlandia (29,3%).

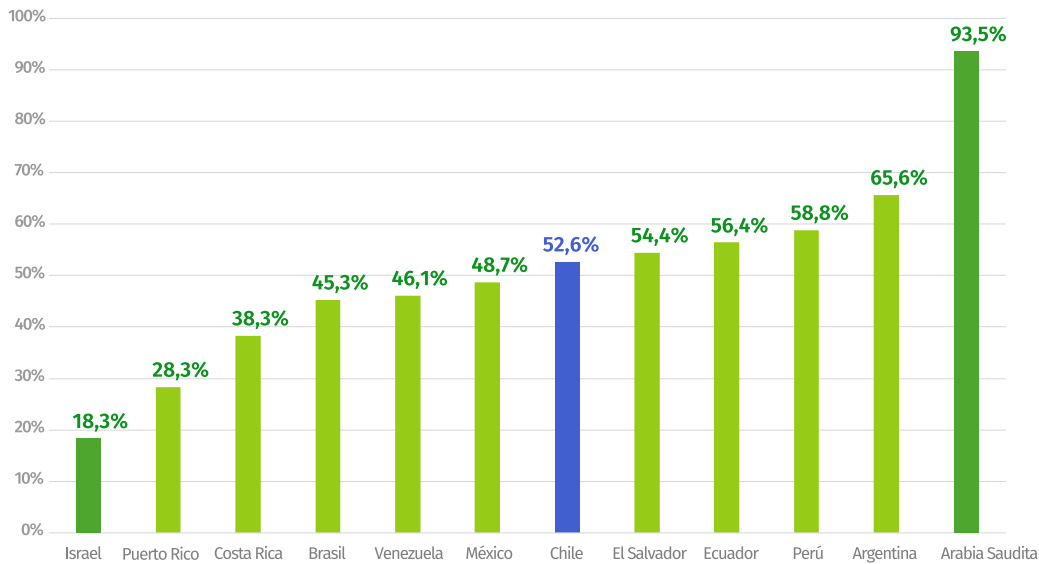
Figura 2.2: Emprendimiento como opción de carrera: países seleccionados



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

14 Los países Latinoamericanos y del Caribe participantes de esta edición de la APS fueron: Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Perú, Puerto Rico (considerado por el GEM dentro de Latinoamérica y el Caribe) y Venezuela. En algunos casos no existen datos para algunos países.

Figura 2.3: Facilidad de emprender en países participantes del GEM 2025/2026

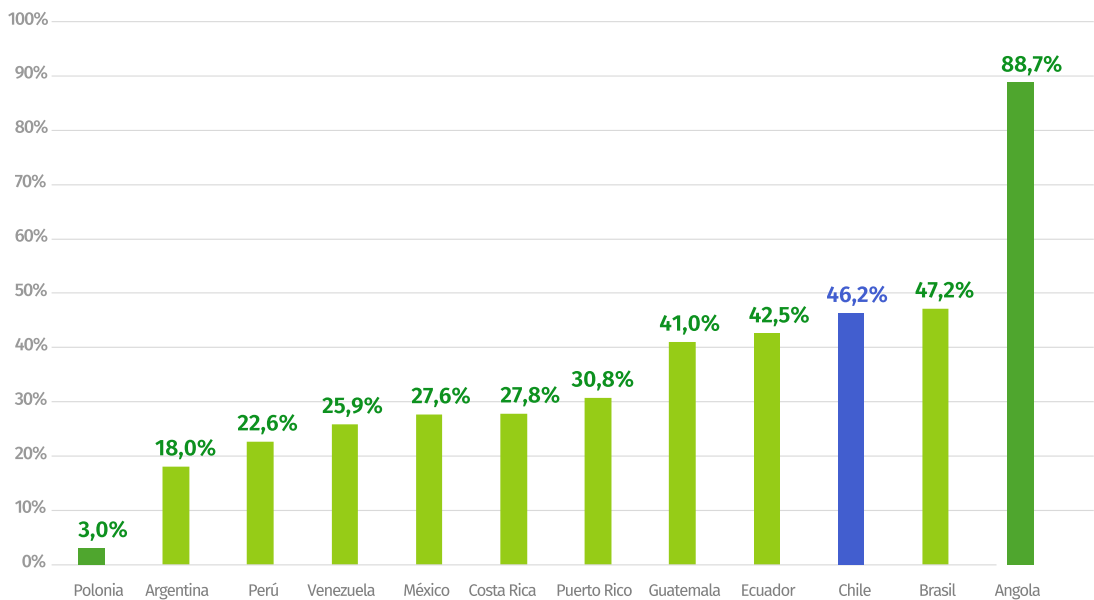


Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Respecto de la facilidad de emprender, la **figura 2.3** muestra que, en Chile poco más de la mitad de las personas cree que es fácil iniciar un negocio (52,6%). En este ítem el país se posiciona quinto entre las naciones Latinoamericanas y en el lugar 26 entre 48 economías a nivel mundial. En tanto, Arabia Saudita es el país donde más personas perciben facilidad para emprender (93,5%), mientras que Israel es donde menos personas perciben facilidad (18,3%).

En cuanto a la percepción de atributos individuales, las **figuras 2.4 y 2.5** muestran las comparaciones para la intención de emprender y el miedo al fracaso.

Figura 2.4: Intención de emprender en países participantes del GEM 2025/2026

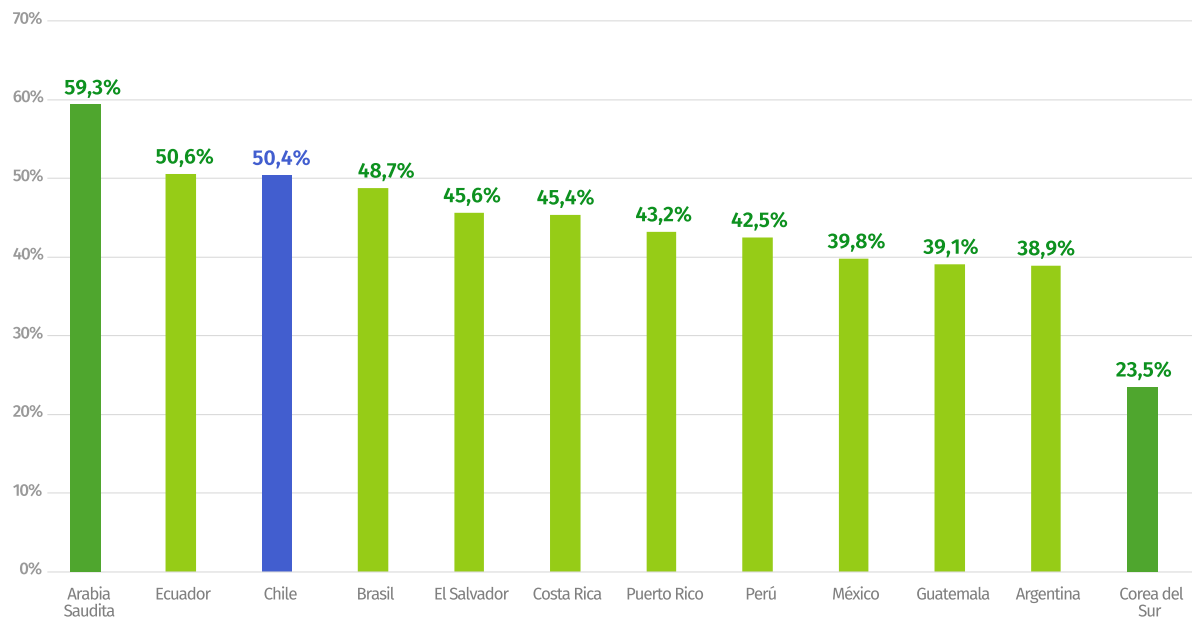


Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

La **figura 2.4** indica el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años que declara que iniciaría un negocio en 3 años. Aunque existe una diferencia importante entre Angola, el país con la intención más alta (88,7%) y Chile (46,2%), nuestro país es el séptimo con la mayor intención de emprender entre 48 países, y en Latinoamérica sólo es superado levemente por Brasil (47,2%). Adicionalmente, si se consideran sólo aquellas personas que no están involucradas en un proceso emprendedor, Chile (42,5%) se posiciona como noveno en la lista y tercero en Latinoamérica superado por Brasil (45%) y Guatemala (42,8%).

Finalmente, la **figura 2.5** muestra el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años que declaran que no iniciarían un negocio por miedo a fracasar. En este ámbito, la mitad de los chilenos (50,4%) contesta afirmativamente a esta frase, el segundo porcentaje más alto en Latinoamérica detrás de Ecuador (50,6%). A nivel mundial, Chile tiene el 19º porcentaje más alto en la lista de 48 países, la cual es liderada por Arabia Saudita con el mayor miedo al fracaso (59,3%) y cerrada por Corea del Sur (23,5%) con el menor.

Figura 2.5: Miedo al fracaso en países participantes del GEM 2025/2026



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.



CAPÍTULO

3.

Rapa Nui
V Región de Valparaíso

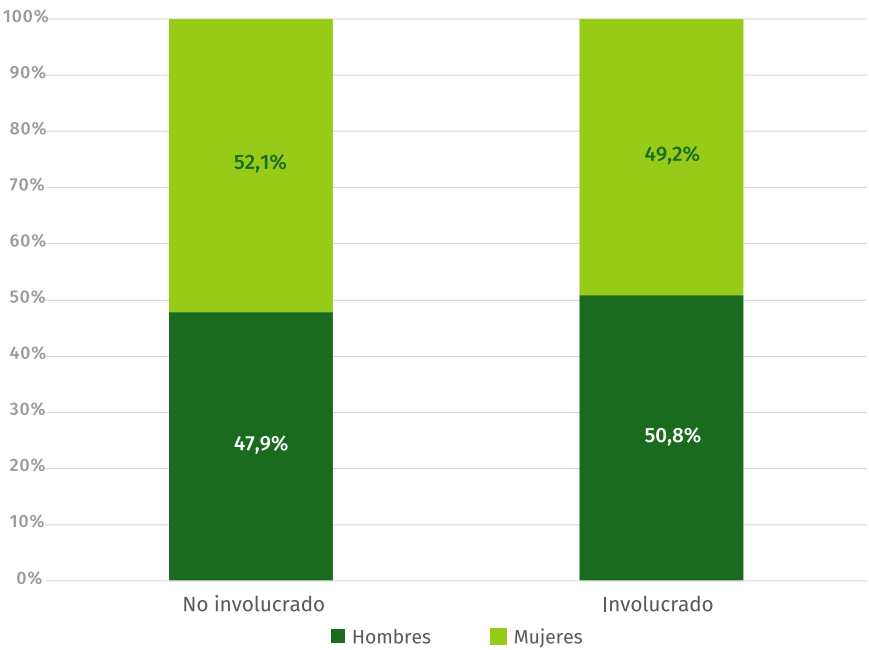
CAPÍTULO 3: DIFERENCIAS DEMOGRÁFICAS

Entendiendo los factores actitudinales respecto del emprendimiento que representan a la población chilena, ahora se procede a analizar a la población emprendedora y no emprendedora desde los aspectos sociodemográficos.

Este capítulo presenta un análisis descriptivo desde los datos de la APS para comparar a la población involucrada y no involucrada en un proceso emprendedor desde los aspectos de género, edad, escolaridad, ingresos y estatus migratorio. También, se discute brevemente si es que las características demográficas juegan un rol dentro del emprendimiento y, en algunos casos, en la intención o probabilidad de emprender.

3.1 Distribución por género

Figura 3.1: Distribución de género de involucrados en el proceso emprendedor y no involucrados



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

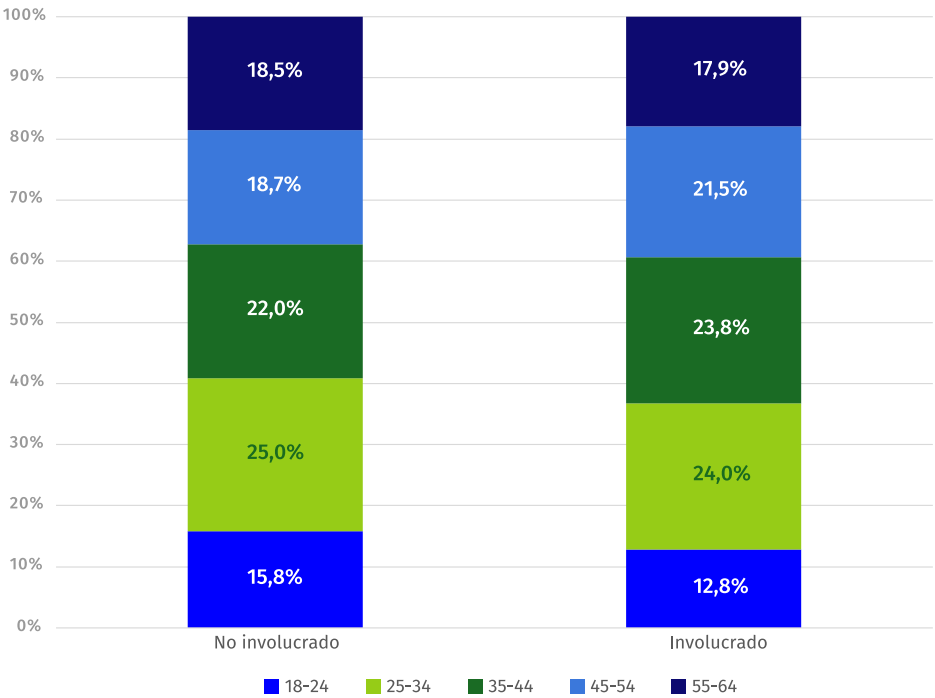
La **figura 3.1** muestra la composición por género de las personas involucradas y no involucradas en un proceso emprendedor. La participación en el emprendimiento muestra una distribución equilibrada entre hombres y mujeres. A diferencia de la población no involucrada en actividades emprendedoras, donde las mujeres presentan una leve mayoría con un 52,1% , entre quienes emprenden prácticamente no existen diferencias. Sin embargo, un test de Pearson revela que la composición por género no difiere significativamente entre quienes emprenden y quienes no.

3.2 Distribución etaria

A partir de los datos de la APS es posible obtener la edad promedio de personas entre 18 y 64 años involucradas en algún proceso emprendedor y personas no involucradas. El análisis revela que la edad promedio de una persona involucrada es de 40,3 años, mientras que la de alguien no involucrado es de 39,6 años. Estas diferencias son pequeñas y no son estadísticamente significativas, denotando que, en promedio, involucrados en algún proceso y no involucrados no son distintos en cuanto a edad.

Adicionalmente, la **figura 3.2** muestra la distribución etaria de ambos grupos de acuerdo con 5 categorías. Se observa que las distribuciones son muy similares, con las personas involucradas presentando porcentajes levemente más altos en las categorías de 35 a 44 años y de 45 a 54 años y más bajos en la categoría de 18 a 24 años. No obstante, estas distribuciones por tramos de edad no difieren significativamente entre ambos grupos. De esta forma, no es posible afirmar que quienes participan de un proceso emprendedor sean de mayor edad que aquel grupo de quienes no participan.

Figura 3.2: Distribución etaria de involucrados en el proceso emprendedor y no involucrados



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

3.3 Distribución educacional

Otro factor demográfico relevante es la educación. Al hablar de educación en este contexto se referirá a la educación general o escolaridad, no a educación específica ni entrenamiento en el área del emprendimiento, un tema que se aborda separadamente en este reporte.

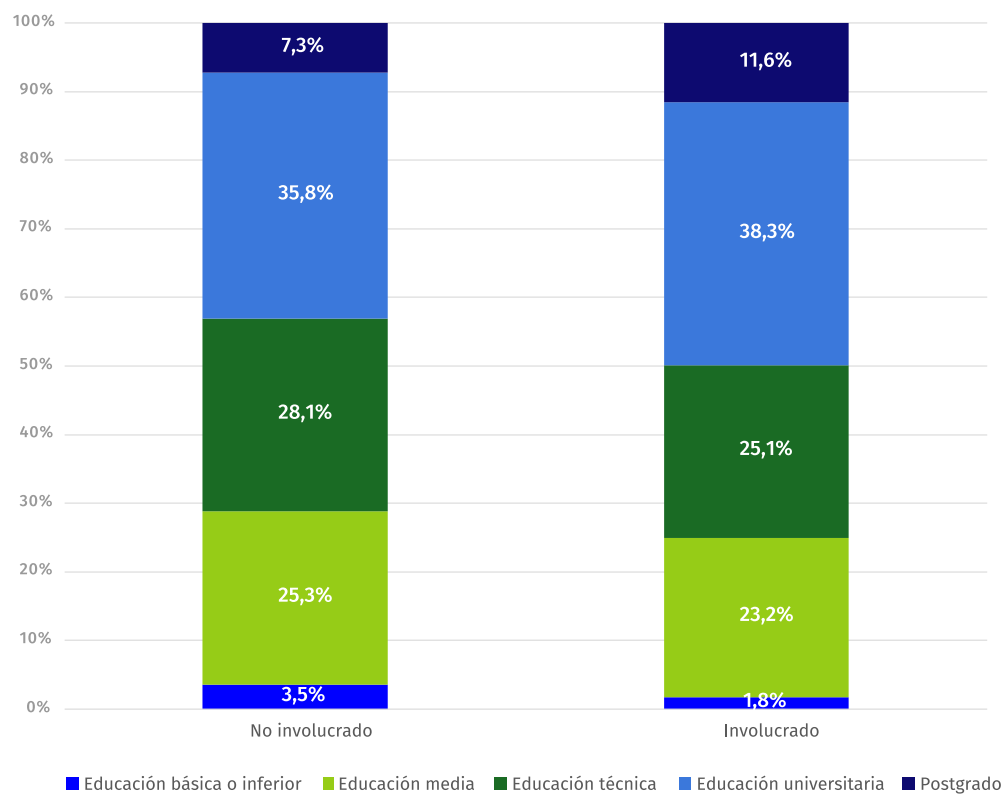
La **figura 3.3** muestra la distribución educacional de las personas que se encuentran y aquellas que no se encuentran en un proceso emprendedor. Se observa que las personas involucradas tienden a alcanzar

niveles educativos más altos que las no involucradas, una brecha que resulta especialmente notable al observar personas con postgrado. Mientras que en el grupo no involucrado las personas con postgrado representan el 7,3% de los adultos entre 18 y 64 años, entre las personas involucradas los adultos con postgrado llegan al 11,6%, diferencias que son estadísticamente significativas.

15

Estas diferencias en educación sugieren que, al menos en Chile, un mayor nivel educacional se correlaciona positivamente con ser emprendedor. Este resultado es consistente con la literatura que indica que un mayor nivel educacional se correlaciona con la identificación de oportunidades, característica esencial para emprender (Ucbasaran, Westhead y Wright, 2008) No obstante, la relación entre educación y decisión de emprender también parece depender del nivel de desarrollo del país (Acs, et al., 2004) y del tipo de emprendimiento analizado (Van der Sluis, van Praag y Vijverberg 2005).

Figura 3.3: Distribución por nivel educacional de involucrados y no involucrados en un proceso emprendedor



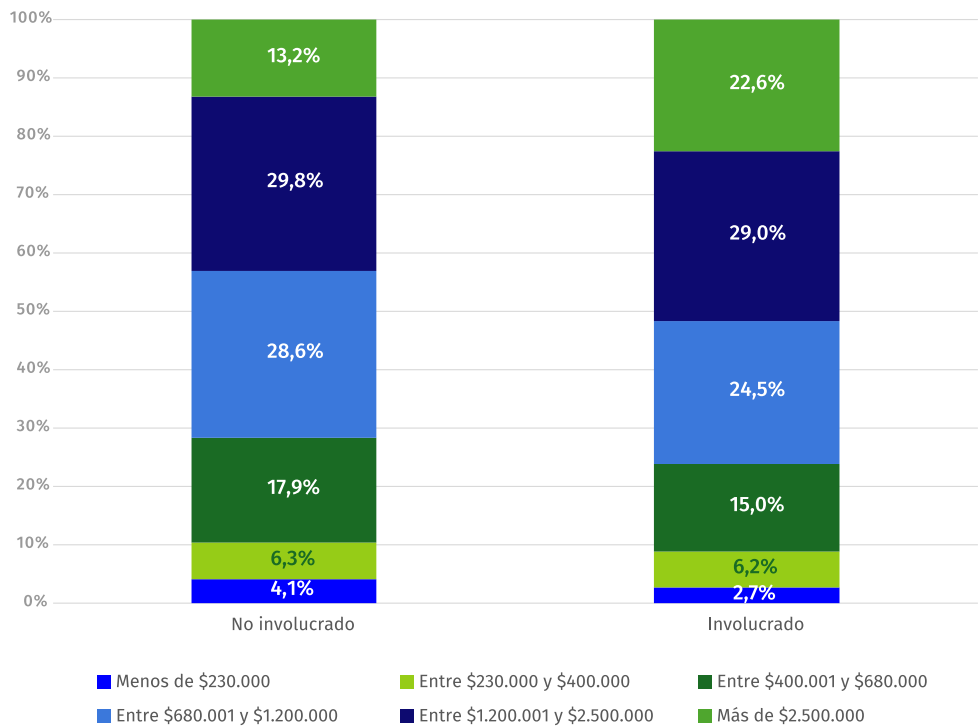
Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

15 Cuando se hablar de alcanzar niveles educativos no necesariamente se refiere a haber completado uno o haber obtenido un grado.

3.4 Distribución de ingresos

El tercer factor de esta caracterización serán los ingresos. La **figura 3.4** muestra la distribución de involucrados y no involucrados en un proceso emprendedor según el nivel de ingreso de un hogar.

Figura 3.4: Distribución de ingresos entre involucrados y no involucrados en proceso emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

La figura muestra algunas diferencias entre quienes se encuentran en un proceso emprendedor y quienes no lo están. En particular, se observa que una mayor proporción de involucrados (51,6%) que de no involucrados (43%) pertenecen a hogares con ingresos superiores a \$1.200.000, una diferencia estadísticamente significativa y que está incidida por una mayor proporción de emprendedores que se ubica en el tramo de ingresos superiores a \$2.500.000.

Estas diferencias, indican que es más frecuente que quienes participan en procesos emprendedores provengan de hogares de mayor ingreso que aquellos que no participan. Esto, podría sugerir que provenir de un hogar con mayores ingresos incrementa las posibilidades de emprender, o bien, que los emprendedores tienden a generar ingresos que los llevan a la parte alta de la distribución. Ambas hipótesis serían consistentes con la evidencia empírica internacional (por ejemplo, Hurst y Lusardi, 2004 y Gentry y Hubbard, 2000), sin embargo, los datos no permiten conocer cuál de ellas es la que explica las diferencias en distribución observadas.

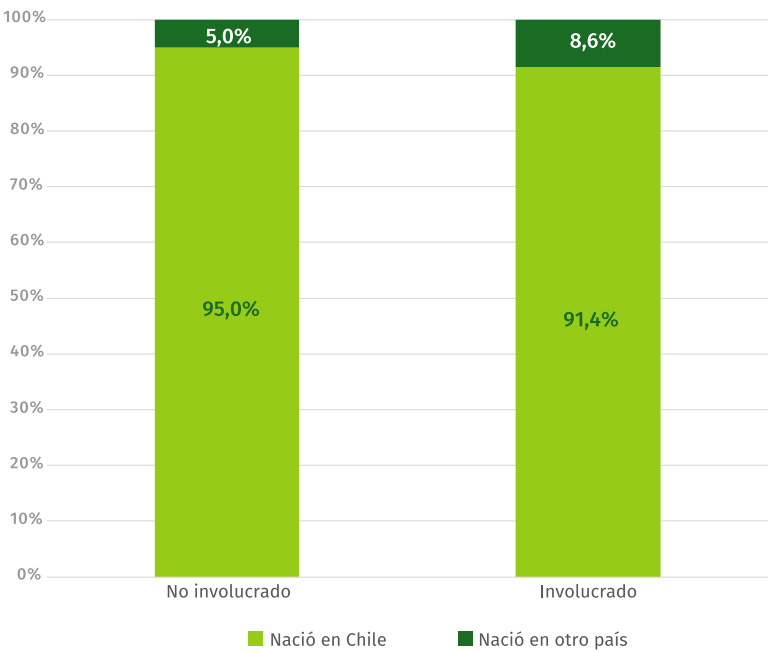
3.5 Distribución por país de nacimiento

El último factor de esta caracterización será el país de nacimiento. Para efectos de este reporte, haber

nacido fuera de Chile se considerará como una aproximación a ser extranjero dado que, según datos del CENSO 2024 (INE, 2025) obtenidos a partir de Redatam, menos de un 10% de los nacidos fuera de Chile posee la nacionalidad chilena.¹⁶

La **figura 3.5** muestra los porcentajes de personas que dicen haber nacido en Chile o fuera del país para personas involucradas y no involucradas en el proceso emprendedor. Se aprecia que el grupo de involucrados tiene una presencia más alta de personas nacidas fuera de Chile que el grupo de no involucrados. Mientras que los nacidos fuera de Chile representan un 8,6% de los involucrados, en no involucrados este porcentaje es del 5%, una diferencia estadísticamente significativa.

Figura 3.5: Proporción de personas nacidas dentro y fuera de Chile en involucrados y no involucrados en un proceso emprendedor



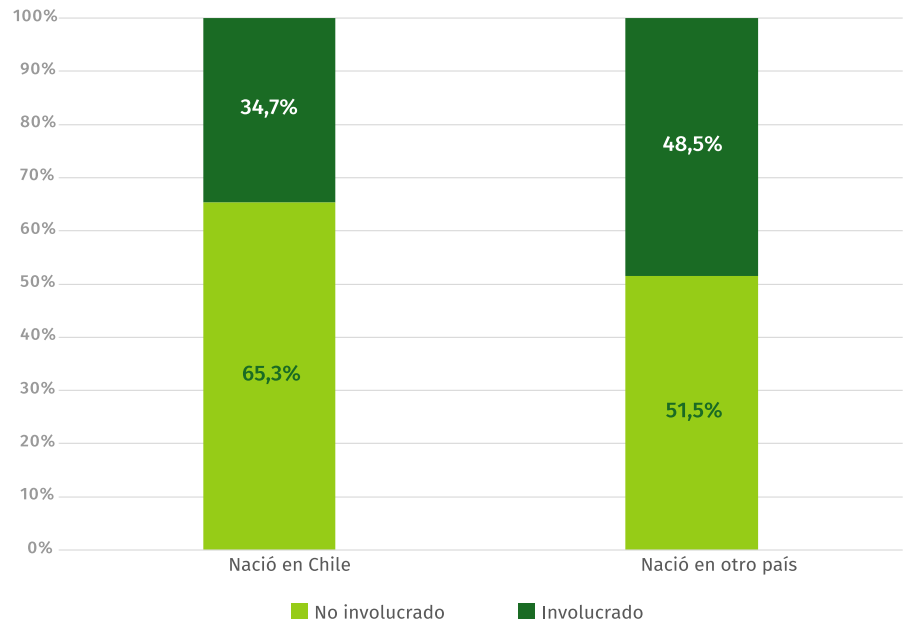
Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Que la proporción de nacidos fuera de Chile entre los involucrados supere de forma significativa a aquella de los no involucrados sugiere que los nacidos fuera del país podrían tener una mayor propensión relativa a emprender, algo que se ha visto en otros países como el Reino Unido (Fairlie, Zissimopoulos, Krashinsky, 2010) y Estados Unidos (Lofstrom, 2002), en donde la población extranjera muestra tasas de auto-empleo más altas que los locales. Para examinar esta hipótesis no basta con observar el peso de los nacidos fuera

16 Este dato se obtiene del cruce entre variables “Nació en Chile” y “¿Cuál es su nacionalidad?”. No se consideran como chilenos aquellas personas cuya clasificación fue suprimida por anonimización. De esta forma, las personas con nacionalidad chilena nacidas fuera de Chile llegan a 148.614 de un total de 1.608.203 personas nacidas fuera del país, es decir, un 9,2%.

de Chile dentro de cada grupo, sino que conviene preguntarse qué proporción de las personas nacidas dentro y fuera del país participa efectivamente en algún proceso emprendedor, algo que muestra la **figura 3.6**.

Figura 3.6: Proporción de involucrados y no involucrados en un proceso emprendedor por lugar de nacimiento



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

En efecto, la población nacida fuera del país, mayormente extranjera, participa relativamente más en procesos emprendedores que la población nacida en Chile. Mientras que un 34,7% de los nacidos en Chile se encuentra involucrado en algún proceso emprendedor, esta proporción llega a un 48,5% entre nacidos fuera del país. Esto es consistente con la evidencia ya citada y explica que los nacidos fuera de Chile tengan una representación relativamente más alta en involucrados que en no involucrados.

An aerial photograph of a coastal town. In the foreground, a large, modern building with a curved, dark grey roof and extensive glass walls sits on a pinkish-red pier extending into a blue body of water. The building has a distinctive cylindrical tower with a blue glass facade. People are walking on the pier. In the background, a small town with various houses and a church with a white steeple is nestled on a green hillside. The sky is blue with scattered white clouds.

CAPÍTULO

4.

Frutillar
X Región de Los Lagos

CAPÍTULO 4: ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Las empresas nacen como proyectos emprendedores a través de un proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades de negocio antes de configurarse como tal (Guerrero, et al. 2025). A partir de esto, el GEM ofrece un marco para distinguir las etapas del proceso emprendedor, el cual permite estudiar la estructura empresarial dentro de un territorio.

Este capítulo, utiliza los datos de la APS del GEM para analizar estas distintas etapas presentando indicadores vinculados a la estructura emprendedora. Primero, se define la estructura, dando a conocer las etapas que existen y dónde entra cada una en el proceso de establecer un emprendimiento. En esta parte también se presentan los porcentajes de la población adulta entre 18 y 64 años que pertenecen a cada etapa y se compara con años anteriores. Luego, se tratan las brechas que existen en el avance del proceso emprendedor y las razones de discontinuidad de los negocios. Finalmente, se describe a los emprendedores de acuerdo con las tres etapas principales del proceso según sus motivaciones, aspectos demográficos y financiamiento.

23

4.1 Composición de la estructura empresarial

El proceso emprendedor definido por el GEM distingue entre cuatro etapas:

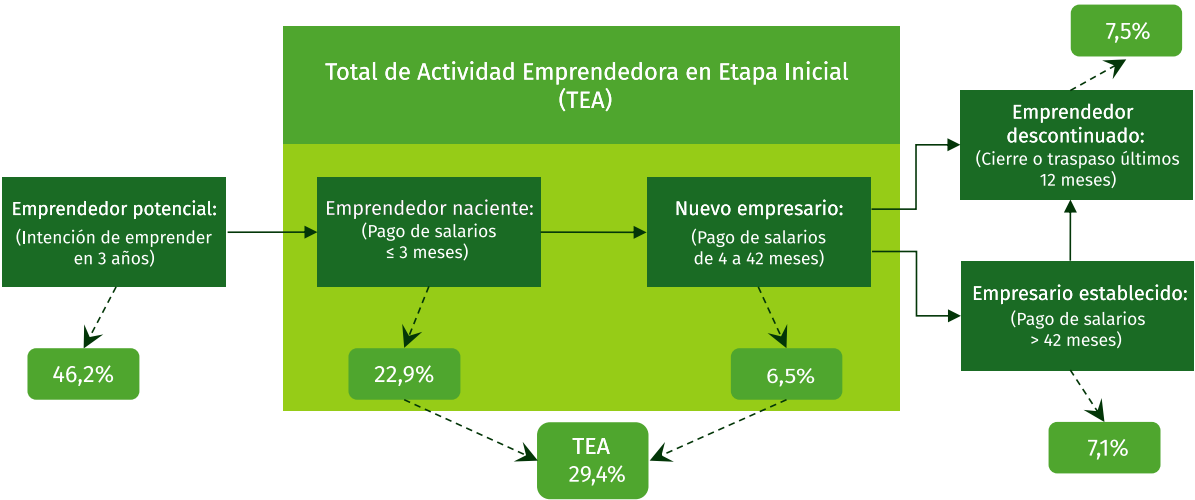
1. **Emprendedores nacientes:** Mide el porcentaje de la población adulta (18 a 64 años) que está activamente involucrada en crear un negocio y que ha pagado sueldos por un periodo de 3 meses o menos.
2. **Nuevos empresarios:** Mide el porcentaje de la población adulta (18 a 64 años) que está activamente involucrada en un negocio y que ha pagado sueldos por más de 3 meses y hasta 42 meses.
3. **Empresarios establecidos:** Mide el porcentaje de la población adulta (18 a 64 años) que está activamente involucrada en un negocio y ha pagado sueldos por más de 42 meses.
4. **Emprendedores discontinuados:** Mide el porcentaje de la población adulta (18 a 64 años) que en los últimos 12 meses ha suspendido las operaciones o su relación con un negocio.

Además, de las categorías nuevos empresarios y empresarios establecidos, se desprende el Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial o TEA. El TEA es una tasa definida como el porcentaje de la población adulta que tiene un negocio que ha pagado sueldos por menos de 42 meses, lo que en este reporte también denominamos como negocio o emprendimiento en etapa inicial.

La **figura 4.1** detalla la dinámica de la actividad emprendedora en Chile para el año 2025. En primer lugar, se observa la intención de emprender, que es el porcentaje de la población adulta que ha declarado que pretende iniciar un negocio dentro de los siguientes 3 años. Como no es un emprendimiento concretado no se considera dentro de las categorías del proceso emprendedor como tal. En 2025, un 46,2% de la población

adulta declaró tener la intención de iniciar un negocio en los siguientes 3 años, un incremento de 3,2 puntos porcentuales respecto del año anterior.

Figura 4.1: Diagrama del proceso emprendedor



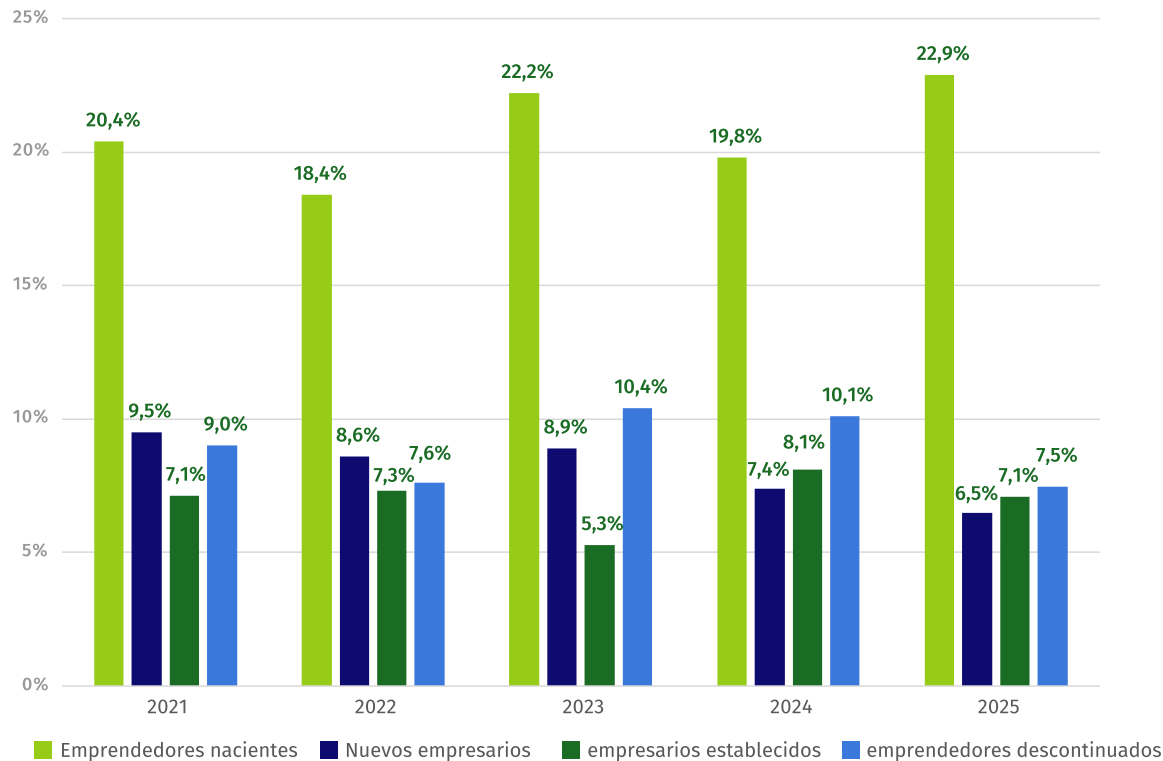
Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

En cuanto a la población adulta que reportó estar activamente involucrada en la creación de un negocio, un 22,9% corresponde a emprendedores nacientes, es decir que han pagado sueldos por menos de 3 meses, mientras que un 6,5% son nuevos empresarios, o sea, han pagado sueldos por más de 3 meses y menos de 42 meses. Esto, implica que el Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial sea de 29,4%.

La siguiente etapa son los emprendedores establecidos los que abarcan el 7,1% de la población adulta. Este porcentaje es menor al 8% registrado en 2024. Finalmente están los emprendedores discontinuados, los que llegan al 7,5% de la población adulta, una caída de 2,5 puntos porcentuales respecto del año anterior.

La **figura 4.2** muestra la evolución de la estructura empresarial en Chile entre 2021 y 2025. En ella, se ve que el porcentaje de emprendedores nacientes ha fluctuado entre el 18,4% registrado en 2022 y el 22,9% registrado en 2025. Por otro lado, el porcentaje de nuevos empresarios ha tendido a caer pasando de un 9,5% en 2021 a un 6,5% de la población en 2025. De esta forma, Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial o el TEA (porcentaje de emprendedores nacientes más porcentaje de nuevos empresarios) se ha ubicado en el rango de 27% a 31%, manteniéndose relativamente estable con el tiempo.

Figura 4.2: Evolución de la estructura empresarial 2021-2025



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Respecto de los empresarios establecidos, su proporción dentro de la población también se ha mantenido relativamente estable en los últimos años fluctuando alrededor del 7% y 8%, salvo en 2023 cuando se registró un 5,3%. En cuanto a los empresarios descontinuados, estos han tendido a mostrar más variabilidad llegando a un máximo de 10,4% de la población en 2023 y a un mínimo de 7,5% en 2025.

Las dos figuras anteriores también dejan ver un fenómeno interesante: la gran diferencia entre el porcentaje de TEA y la proporción de emprendedores que califican como empresarios establecidos. Este, es un rasgo muy distintivo del ecosistema emprendedor chileno, ya que, de las 48 economías para las cuales hay datos, Chile es el tercer país con el porcentaje TEA más alto, sólo por detrás de Ecuador (29,6%) y Angola (52,9%) (GEM, 2026). Sin embargo, al observar las tasas de empresarios establecidos (tasa EBO) dentro de la población, se aprecian diferencias importantes y estadísticamente significativas, tal que, en 2025, por cada persona con un negocio establecido hay más de cuatro personas con negocios en etapa inicial. Chile es una de ocho economías en donde esto ocurre (GEM, 2026).

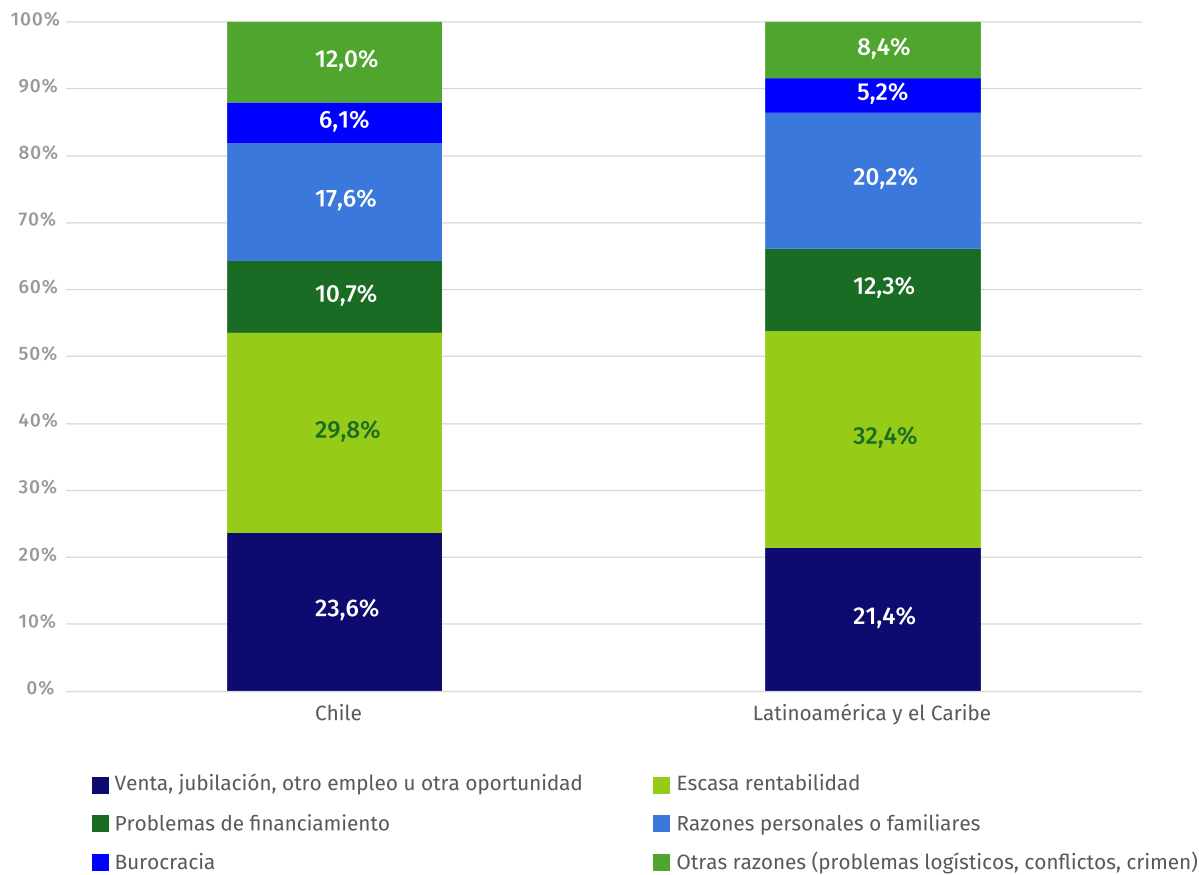
Esta diferencia, que ha tendido a repetirse a lo largo de los años para Chile, ha sido abordada por el reporte GEM global de este año (GEM, 2026). De acuerdo con el reporte, la gran diferencia entre el TEA y las tasas EBO, levanta dudas sobre la sustentabilidad y sobrevivencia de los nuevos negocios, algo que podría tener múltiples causas las cuales se dejan para investigación futura.

4.2 Razones de discontinuación

En cuanto a los emprendedores discontinuados, la APS permite indagar en las razones que llevan a los emprendedores a salir de sus negocios, algo que presenta la **figura 4.3**.

De la figura se desprende que la escasa rentabilidad es la razón más importante tanto en Chile como en Latinoamérica con casi 1 de cada 3 emprendedores discontinuados citándola. En segundo lugar, se encuentran las razones de salida por existencia de una segunda opción, ya sea la oportunidad de vender el negocio, jubilarse, tener otro trabajo o la aparición de otra oportunidad. En esta categoría, el tener otro trabajo es el elemento más importante en Chile, lo que podría sugerir que, el hecho de no dedicarse de forma completa a un negocio influye en las posibilidades de mantenerse en el mismo.

Figura 4.3: Razones de discontinuación Chile y Latinoamérica



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

En tercer lugar, se encuentran las razones personales y familiares. El gráfico muestra que esta razón es particularmente prevalente en Latinoamérica en donde 1 de cada 5 emprendedores discontinuados la cita como una razón. En tanto, en Chile, el porcentaje es de un 17,6%. Como se verá en el capítulo 6 de este reporte, esta razón es altamente citada por mujeres.

Finalmente se encuentran razones de menos peso, entre ellas, el financiamiento. Como se examinará en

el último capítulo de este reporte, el financiamiento de emprendimientos es uno de los aspectos peor evaluados del ecosistema emprendedor chileno y eso repercute en la capacidad de sostenibilidad y crecimiento que tienen los emprendimientos. Luego, se encuentran otras razones que aglomeran problemas de abastecimiento, conflictos entre socios y crimen representando un 12% de las discontinuaciones en Chile y un 8,4% en Latinoamérica y, por último, las razones burocráticas con un 6,1% en Chile y un 5,2% en Latinoamérica.

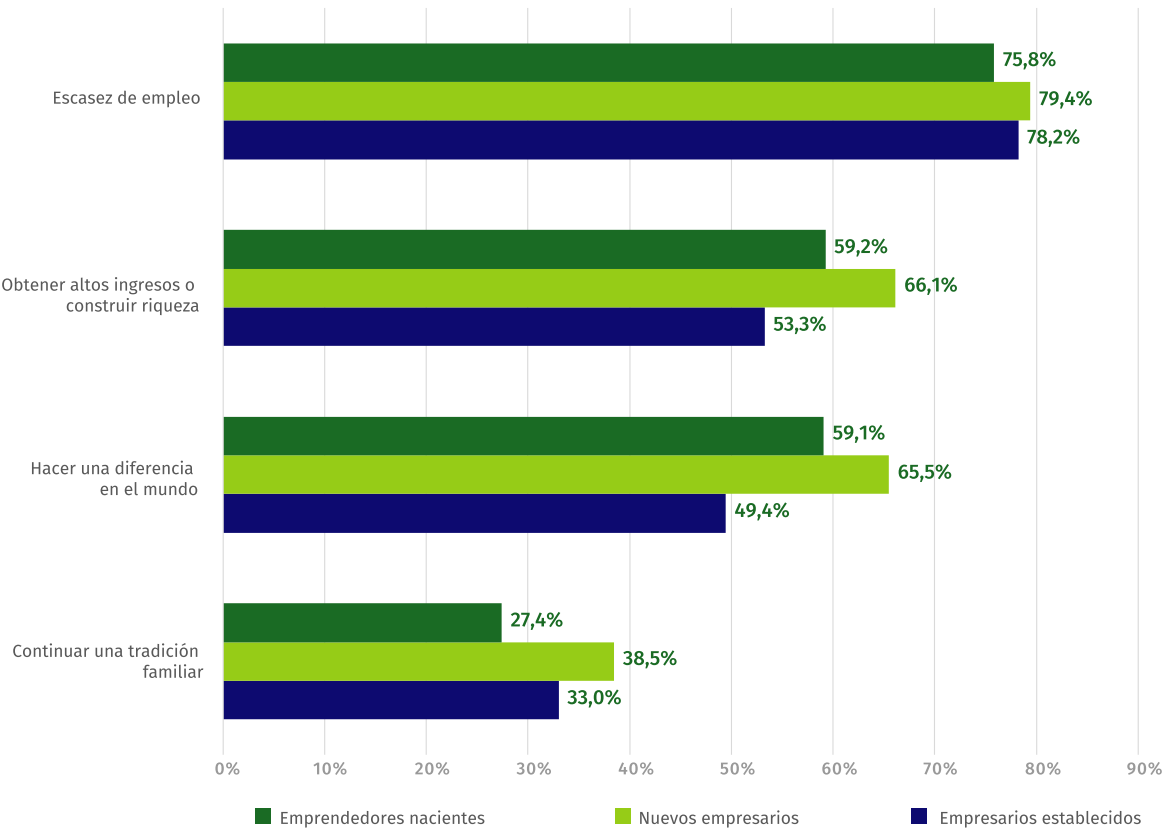
4.3 Caracterización de los emprendedores

A continuación, se presenta una caracterización de los emprendedores y sus negocios. Dentro de este análisis se detallan las motivaciones para emprender y el perfil sociodemográfico de cada etapa del proceso emprendedor abordándolos de forma descriptiva.

Motivaciones para emprender

La primera caracterización se centra en las motivaciones para emprender. La APS del GEM mide cuatro tipos de motivaciones: La escasez de empleo, el hacer una diferencia en el mundo, construir riqueza u obtener altos ingresos y continuar una tradición familiar. La **figura 4.4** muestra el porcentaje de la población emprendedora por etapa del proceso que contestan que un cierto aspecto los motiva.

Figura 4.4: Motivaciones para emprender por etapa del proceso emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

La figura muestra que la escasez de empleo es el motivo más importante para emprender, independiente de la etapa en la que el negocio se encuentre, tal que, para los tres grupos, más de 3 de cada 4 emprendedores declara que la escasez de empleo fue un factor motivante. En segundo lugar, se encuentra obtener altos ingresos o construir riqueza, motivo que es más importante que el año pasado para emprendedores nacientes (59,2% versus 58% en 2024) y para nuevos empresarios (66,1% versus 59% en 2024). En tercer lugar, se encuentra hacer una diferencia en el mundo (antes llamada propósito social), la cual parece ser más relevante para los nuevos empresarios y menos para los empresarios establecidos. Finalmente, continuar una tradición familiar se encuentra en último lugar para todos los grupos.

La importancia que tiene la escasez de empleo como motivador para iniciar un negocio es congruente con la línea de literatura que ha encontrado que una mayor tasa de desempleo induce a una mayor tasa de autoempleo (Thurik, et al. 2008) y con aquella que establece que el desempleo incrementa sustantivamente la probabilidad de comenzar un negocio (da Fonseca, 2022 y Evans & Leighton, 1990). En este contexto, las tasas de desempleo que se han visto en Chile durante los últimos tres años, las cuales no han bajado del 8%, podrían sugerir una mayor propensión a emprender por este motivo.

Adicionalmente, estos hallazgos pueden proveer de una hipótesis que explique parte de las diferencias observadas entre el TEA y las tasas de EBO observadas al principio del capítulo. Al respecto, algunos de los estudios mencionados encuentran que los negocios creados por personas que vienen desde el desempleo contratan menos personas y tienen mayores probabilidades de salida (da Fonseca, 2022 y Evans & Leighton, 1990). A este tipo de emprendimientos a veces se les llama emprendimientos por necesidad, los que se distinguen por ser producto de la falta de mejores opciones (Acs, 2006) y suelen tener una menor orientación al crecimiento (Fairlie y Fossen, 2019) que los emprendimientos iniciados por oportunidad. En este sentido, la alta motivación por falta de oportunidades de empleo podría ser un síntoma de la existencia de muchos emprendimientos por necesidad, lo cual podría incidir negativamente en la probabilidad de crecimiento de los negocios nacionales, potencialmente explicando parte del fenómeno ya mencionado.

Caracterización Demográfica y Socioeconómica

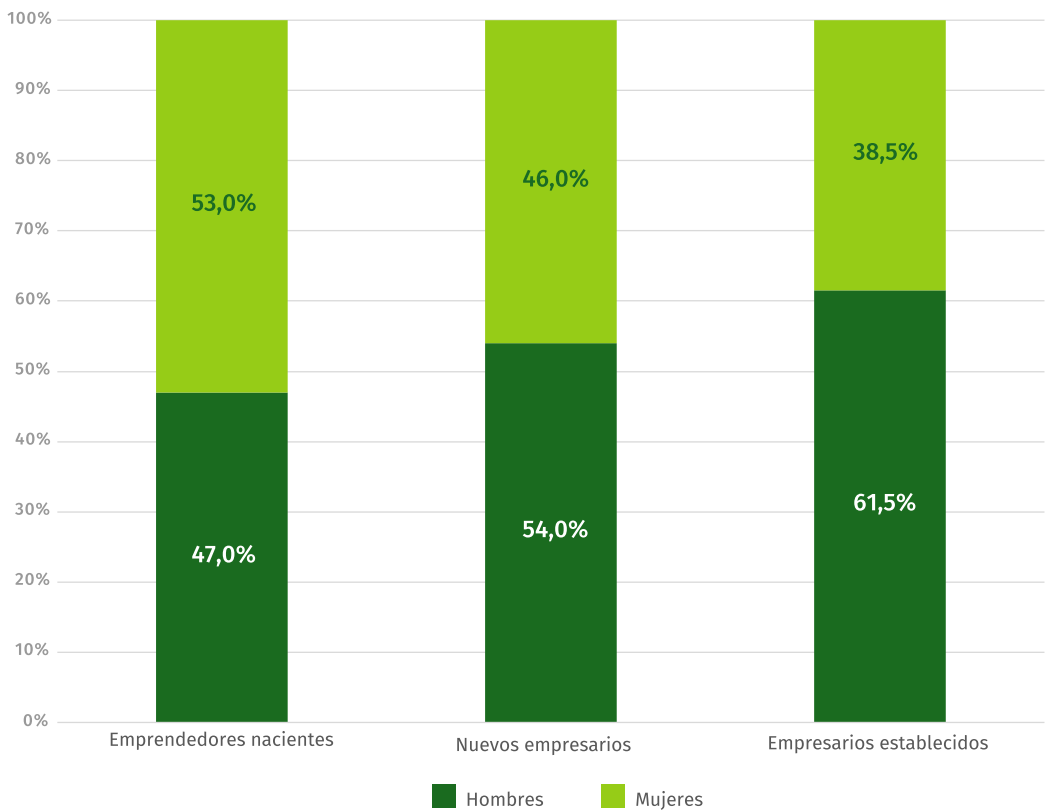
La segunda parte de la caracterización consiste en describir a los emprendedores según sus características demográficas y socioeconómicas.

Ya se mencionó en el capítulo anterior que hombres y mujeres componían partes prácticamente iguales entre todos los emprendedores. Ahora, se muestra la distribución por género de los emprendedores por distintas etapas (**figura 4.5**).

A nivel de emprendedores nacientes, las cifras muestran una leve dominancia de las mujeres, las que representan un 53% de los emprendedores en esta etapa. Sin embargo, a medida que se avanza en el proceso emprendedor, son los hombres quienes comienzan a tomar la mayoría de forma que, entre nuevos empresarios, un 54% son hombres y un 46% son mujeres y, a nivel de empresarios establecidos, las mujeres representan menos del 40%, mientras que los hombres representan más del 60%. Estas diferencias, indican que los emprendimientos femeninos tienden a participar más en etapas iniciales, pero esta participación

disminuye a media que avanza el proceso, potencialmente sugiriendo menores perspectivas de crecimiento.

Figura 4.5: Distribución de género por etapa del proceso emprendedor

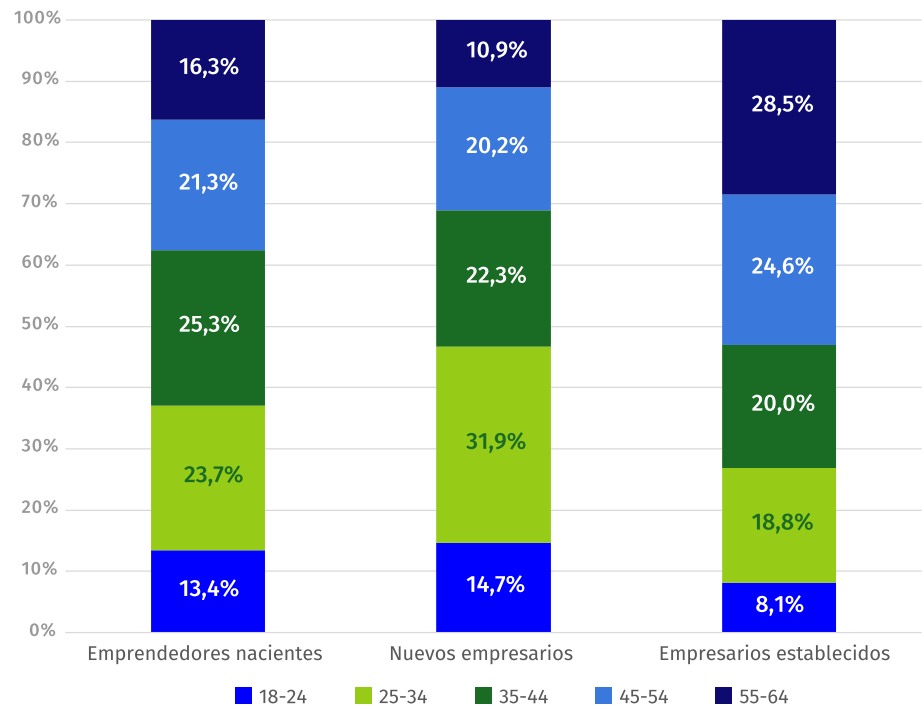


Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Respecto de la edad, la **figura 4.6** muestra la distribución por tramo etario de las personas en las distintas etapas del proceso emprendedor. En ella, se aprecia como los emprendedores establecidos tienden a situarse en tramos de edad más avanzados que los emprendedores en etapa inicial (nacientes y nuevos empresarios), algo consistente con el recorrido temporal que implica cada definición, pero también con la experiencia necesaria para llevar adelante un negocio.

De esta forma, un 53,1% de los empresarios establecidos tiene entre 45 y 64 años, mientras que sólo un 37,6% de los emprendedores nacientes y un 31,1% de los nuevos empresarios se encuentra en este rango. Asimismo, la edad promedio de los empresarios establecidos es de 44 años, mientras que la edad promedio de los emprendedores nacientes y de los nuevos empresarios es de 39,8 y 37,7 años, respectivamente.

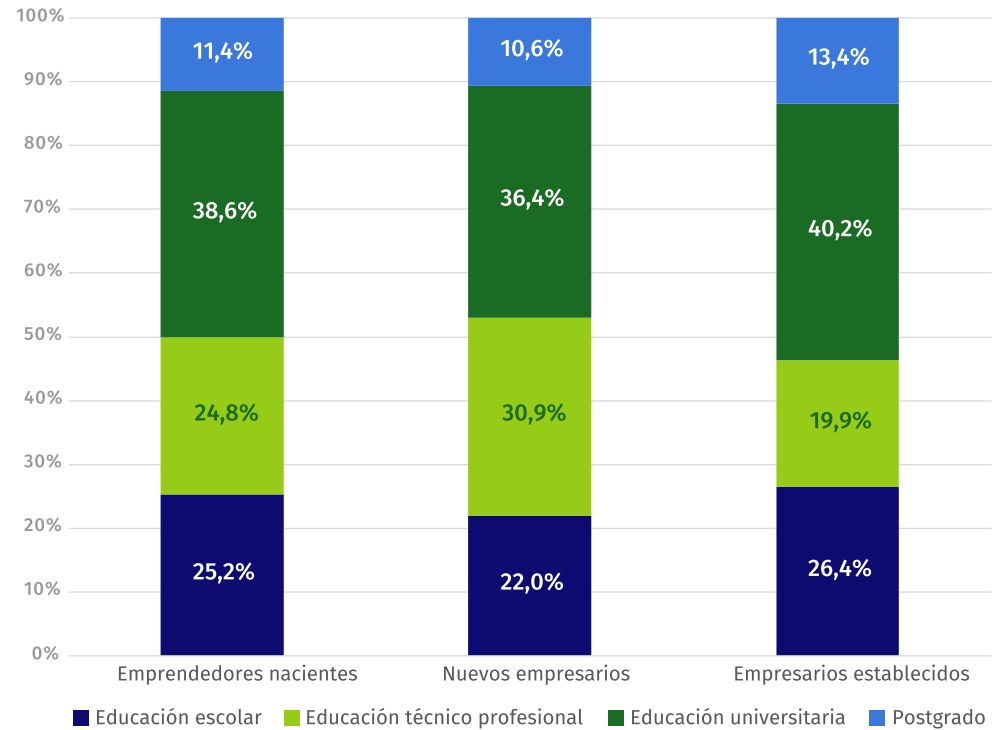
Figura 4.6: Distribución de edad etapa del proceso emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

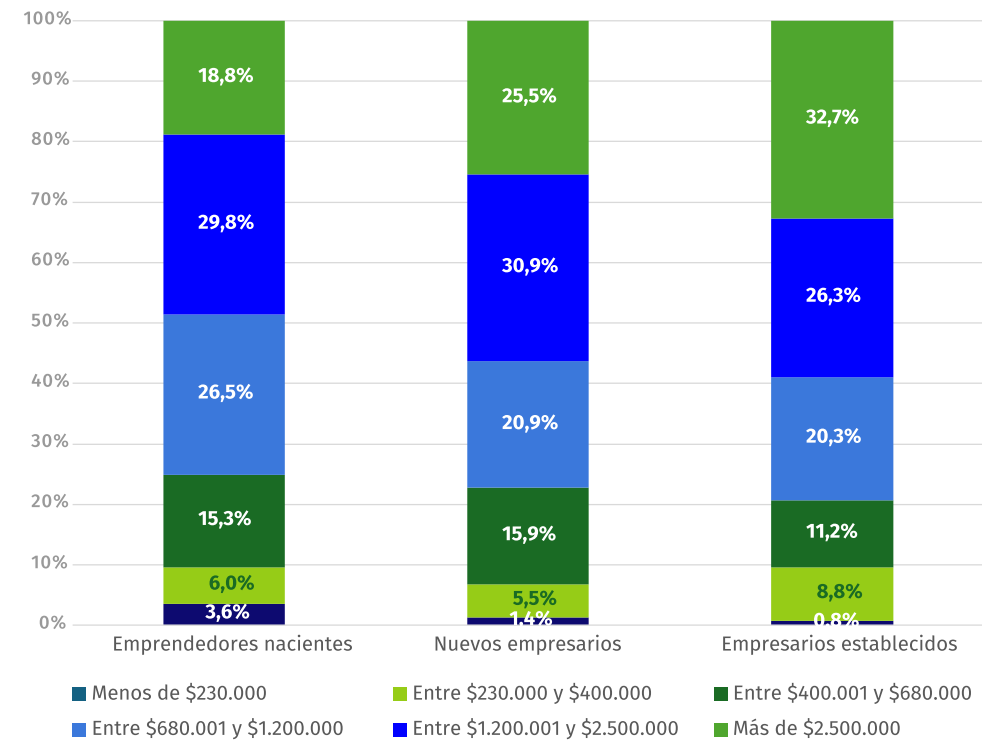
En cuanto a nivel educacional, la **figura 4.7** muestra que una parte importante de los emprendedores en las tres etapas posee estudios universitarios o postgrado. En particular, un 50% de los emprendedores nacientes poseen algún grado de estudios en estos niveles, cifra que es de un 47% para los nuevos empresarios. En tanto, este tipo de educación es aún más predominante entre empresarios establecidos con un 53,6% de ellos teniendo estudios superiores. Respecto a los otros niveles, la educación técnico-profesional predomina entre nuevos empresarios, mientras que la educación escolar prevalece entre empresarios establecidos y emprendedores nacientes.

Figura 4.7: Distribución de educación etapa del proceso emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

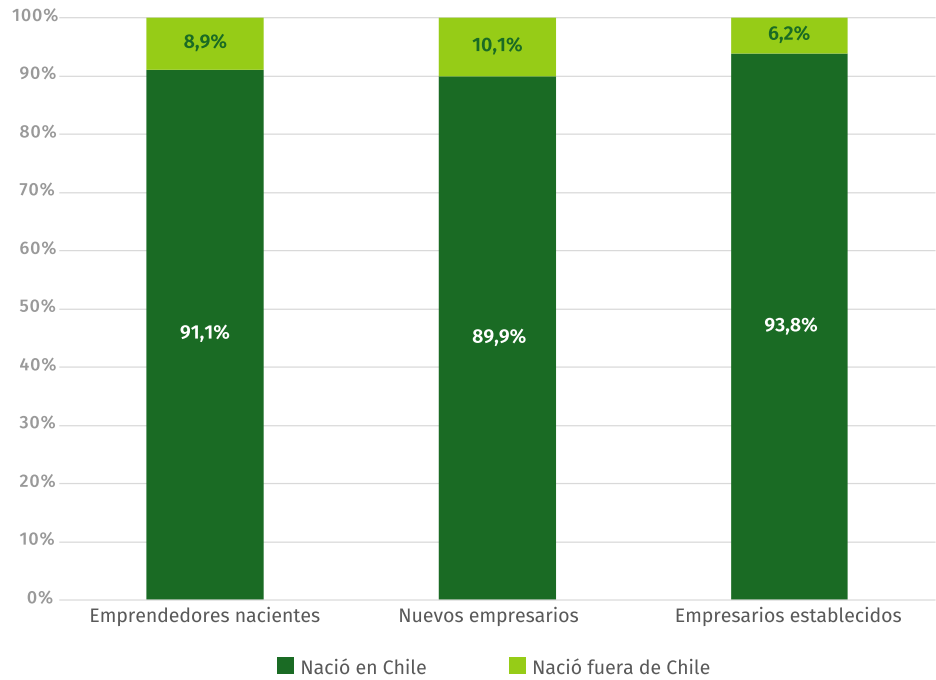
Figura 4.8: Distribución de ingresos del hogar por etapa del proceso emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

En relación al ámbito económico, es posible observar que el nivel de ingreso de los hogares va en aumento con la etapa del proceso emprendedor (**figura 4.8**). Por ejemplo, un 32,7% de los empresarios establecidos proviene de un hogar con ingresos superiores a \$2.500.000, mientras que este porcentaje es de 18,8% en emprendedores nacientes y de 25,5% entre nuevos empresarios. Al momento de separar las categorías en un corte de \$1.200.000, se obtiene que un 48,6% de los emprendedores nacientes proviene de hogares con ingresos superiores a ese monto, porcentaje que sube a 56,4% entre nuevos empresarios y a 59% entre empresarios establecidos.

Figura 4.9: Distribución de país de nacimiento por etapa del proceso emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Finalmente, la **figura 4.9** muestra la caracterización de los emprendedores según país de nacimiento. En ella se observa que los emprendedores nacidos fuera de Chile son más prevalentes en las etapas iniciales del proceso emprendedor que entre empresarios establecidos, lo que podría sugerir que los emprendimientos de nacidos fuera de Chile tenderían a ser más pequeños.

Dicho esto, una comparación respecto de 2024 revela una creciente participación de nacidos fuera de Chile en las distintas etapas del proceso emprendedor. Así, el 6,2% de nacidos fuera de Chile entre empresarios establecidos es sustantivamente mayor al 1% registrado en 2024, mientras que el 10,1% entre nuevos empresarios y el 8,9% entre emprendedores nacientes también son superiores el 4% y 8% respectivos registrados el año anterior.¹⁷ Todo esto, refleja la mayor incidencia de los nacidos fuera del país dentro de los emprendedores, los cuales se mostraron en la figura 3.6 para 2025 y que en 2024 alcanzaron el 5,5%.

17 La variable que medía el porcentaje de nacidos fuera de Chile en 2024 y años anteriores no es exactamente la misma. En 2024, la pregunta fue: ¿Usted nació en Chile? y en 2025 la pregunta fue ¿Usted nació en este país?. Esta diferencia ocurre, porque, hasta antes de 2024, la pregunta sobre lugar de nacimiento era exclusivamente introducida en el cuestionario chileno. En 2025, se introdujo una nueva variable como parte del cuestionario general de los equipos globales. Sin embargo, dado que la intención de la pregunta es la misma, se consideran ambas preguntas como comparables.

4.4 Financiamiento de los emprendimientos en etapa inicial

Un aspecto importante del proceso emprendedor es el financiamiento de un nuevo negocio. En esta sección, se tratan aspectos vinculados a los montos y mecanismos de financiamiento.

La APS permite conocer cuánto dinero ha requerido o requerirá la puesta en marcha de un negocio en sus dos etapas iniciales: emprendedores nacientes y nuevos empresarios. También, permite saber cuánto ha puesto el o los dueños (incluyendo créditos) y la fuente principal de financiamiento del emprendimiento aparte del dueño. La **tabla 4.1** muestra los montos medianos y promedios de financiamiento necesario y propio de los emprendimientos en cada etapa para los años 2024 y 2025.

Tabla 4.1: Montos de capital para la puesta en marcha de negocios en etapa inicial en 2025

	¿Cuánto dinero, en total, requirió o requerirá la puesta en marcha de este nuevo negocio?		¿Cuánto dinero propio, en total, espera invertir en este nuevo negocio?	
	media	mediana	media	mediana
Emprendedores nacientes	17.304.829	4.000.000	8.021.139	2.000.000
Nuevos empresarios	18.216.466	4.000.000	8.719.003	3.000.000

Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

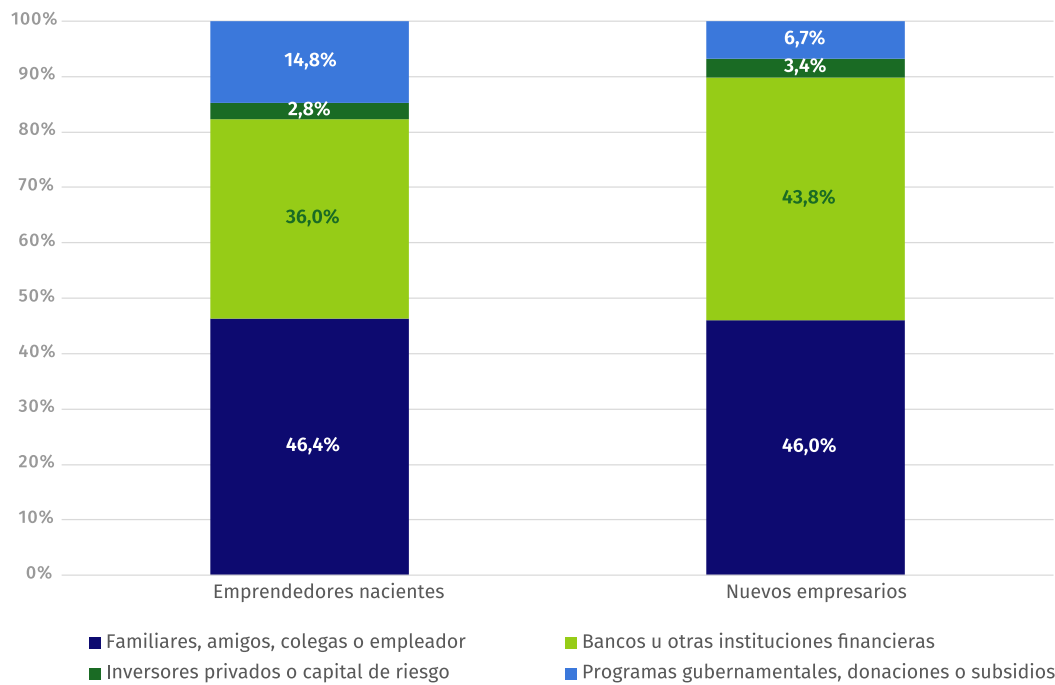
De acuerdo con la tabla, el promedio de capital requerido por parte de los nuevos empresarios para llevar su negocio, ha sido levemente superior al que requieren los emprendedores con empresas más jóvenes, alrededor de 18,2 millones de pesos versus 17,3 millones. Esto es esperable y consistente con el mayor tiempo que llevan los primeros en el mercado y considerando que ellos también están en etapas de pagar sueldos.

En tanto, la mediana de capital requerida en 2025 por ambos tipos de emprendedores fue de sólo 4 millones, muy lejos de la media en ambos casos. Esto último da cuenta de lo sesgado de la distribución hacia valores bajos, indicando posiblemente que la mayoría de los emprendimientos necesitan un capital relativamente bajo, pero que existen algunos pocos que necesitan cantidades muy superiores.

Respecto del dinero propio invertido o por invertir en el negocio, las medias de 2025 fueron de 8 millones de pesos para emprendedores nacientes y de 8,7 millones de pesos para nuevos empresarios, mientras que las medianas fueron de 2 y 3 millones, respectivamente. Este dinero incluye tanto dinero ahorrado como préstamos o inversiones de propiedad.

En términos de cuánto representa el dinero propio respecto del total necesario, y tomando las medianas como referencia, se obtiene que, en 2025, la mediana del capital propio para iniciar el negocio, representa un 50% del capital necesario en el caso de los emprendedores nacientes y un 75% en el caso de los nuevos empresarios. Estos resultados dan cuenta de la importancia del financiamiento propio en los emprendimientos de menor tamaño.

Figura 4.10: Distribución de fuentes de capital entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Además de medir el capital necesario y propio que requiere un negocio, es posible indagar en cuáles son las otras fuentes más importantes de capital para los emprendedores en etapa inicial, además de ellos. En este sentido, la importancia de cada fuente varía según la etapa del proceso emprendedor (figura 4.10). Mientras que los familiares, amigos y colegas se consolidan como la fuente más importante para los emprendedores nacientes con un 46,4% declarando que son la fuente más importante de capital para su negocio, para los nuevos empresarios, los bancos e instituciones financieras toman más protagonismo llegando a casi un 44% de las personas.

El predominio del financiamiento propio y de redes cercanas entre emprendedores nacientes confirma que las etapas iniciales continúan dependiendo principalmente de recursos informales, mientras que el acceso al financiamiento formal aumenta conforme el negocio demuestra mayor trayectoria. En este sentido, que los bancos e instituciones formales tomen más protagonismo en etapas más avanzadas del proceso emprendedor no es extraño. El emprendimiento conlleva un riesgo importante y en negocios más pequeños se asocia a una alta asimetría de información (Kerr & Nanda, 2009) algo que restringe y encarece las opciones de financiamiento para emprendimientos menos consolidados (Bakhtiari, et al., 2020). Esto, explicaría por qué menos emprendedores nacientes declaran a los bancos como fuente principal de su financiamiento.

En este contexto, las fuentes de programas de gobierno se vuelven mucho más relevantes para los emprendedores nacientes que para los nuevos empresarios, tanto así que un 14,8% de los emprendedores nacientes la declara como su fuente más importante versus un 6,7% de los nuevos empresarios. Por último, se encuentra el capital de riesgo, el cual es muy bajo para ambas etapas.



CAPÍTULO

5.

Santiago
RM Región Metropolitana de Santiago

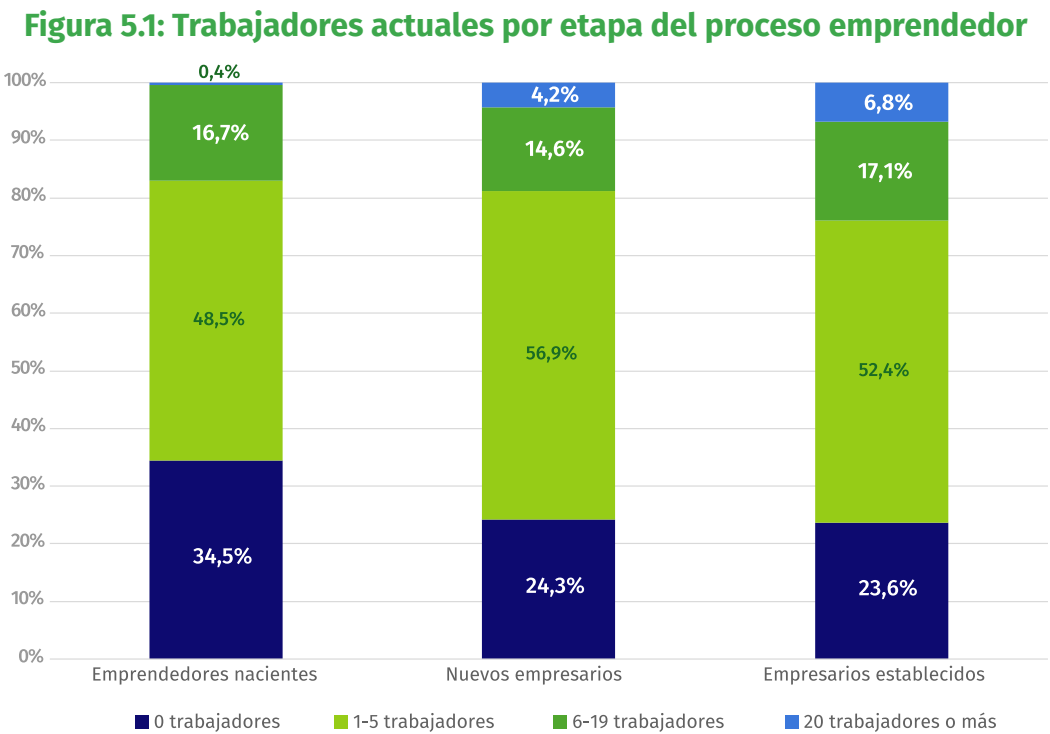
CAPÍTULO 5: CREACIÓN DE VALOR Y COMPETITIVIDAD

Parte importante del emprendimiento y del proceso de emprender es la creación de valor. El emprendimiento es el proceso de identificar o crear oportunidades, movilizar recursos y tomar acción para comenzar nuevas empresas o iniciativas que generen valor, no sólo económico sino también social (GEM, 2026).

A través de la encuesta APS, la metodología del GEM permite capturar algunas medidas que constituyen aproximaciones a la creación de valor y competitividad por parte de un emprendimiento. En este capítulo se presentan algunas de ellas, como creación de empleo, alcance local e internacional, orientación innovadora y orientación internacional y uso de Inteligencia Artificial, diferenciando por etapa del proceso emprendedor desde una perspectiva descriptiva.

5.1 Creación de empleo actual y futura

Una de las principales formas de medir el crecimiento de un emprendimiento y el valor que este genera es la creación de puestos de trabajo. La **figura 5.1** muestra una aproximación a la creación de empleo a través de la proporción de empresas según el número de empleados a la fecha de acuerdo con la etapa del proceso emprendedor.



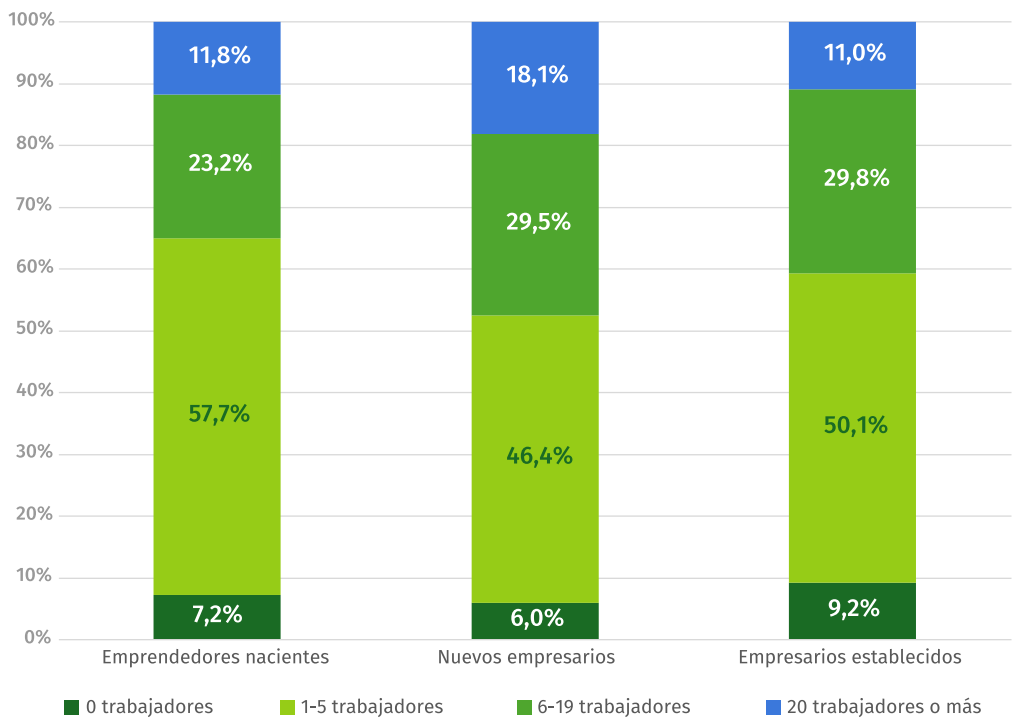
Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

De la figura se desprende que el número de empleos generados tiende a crecer con la etapa del proceso emprendedor de forma que, para los emprendedores nacientes, el porcentaje de empresas que no emplea gente actualmente es de 34,5%. Ya en la etapa de nuevos empresarios, este porcentaje cae a 24,3% y para empresarios establecidos vuelve a caer levemente llegando al 23,6%.

Asimismo, el porcentaje de emprendedores que dice crear más de 5 empleos también crece con la etapa del proceso. Mientras que esta proporción es del 17% entre emprendedores nacientes, entre nuevos empresarios es de 18,9% y entre empresarios establecidos llega al 24%. Esto, es consistente y esperable dado la progresión y definición de cada etapa del proceso emprendedor.

Sobre las causas que pueden llevar a una proporción importante de empresas a no emplear gente no es posible a apuntar a una en particular. No obstante, ya se ha hablado en el capítulo anterior de la posibilidad de que una parte de los emprendimientos en Chile sean por necesidad y de la menor propensión al crecimiento y a la creación de empleos que tendrían este tipo de emprendimientos, una teoría que parece estar correlacionada con los datos.

Figura 5.2: Trabajadores esperados a 5 años por etapa del proceso emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

El GEM también permite medir las expectativas de empleados de las empresas a 5 años. La **figura 5.2** muestra que, a pesar de que hoy existe una proporción importante de empresas que no emplean trabajadores, sí existen expectativas de contratar y crecer en todos los niveles. Por ejemplo, un 57,7% de los emprendedores nacientes espera contratar entre 1 y 5 trabajadores, la proporción más grande

entre los 3 grupos, y un 35% espera contratar 6 o más. Los nuevos empresarios por su parte, esperan contratar aún más gente, con un 47,6% esperando emplear a más de 5 personas en los próximos 5 años, una proporción que es mayor incluso que entre empresarios establecidos en donde ésta llega al 40,8%.

5.2 Competitividad e Innovación

El emprendimiento es fundamental para la competitividad e innovación en los mercados, incentivando la competencia a través de la aparición de nuevas firmas, las que permiten la aparición de nuevos productos y mecanismos y también llegar a segmentos desatendidos (Amorós, Fernández y Tapia, 2012).

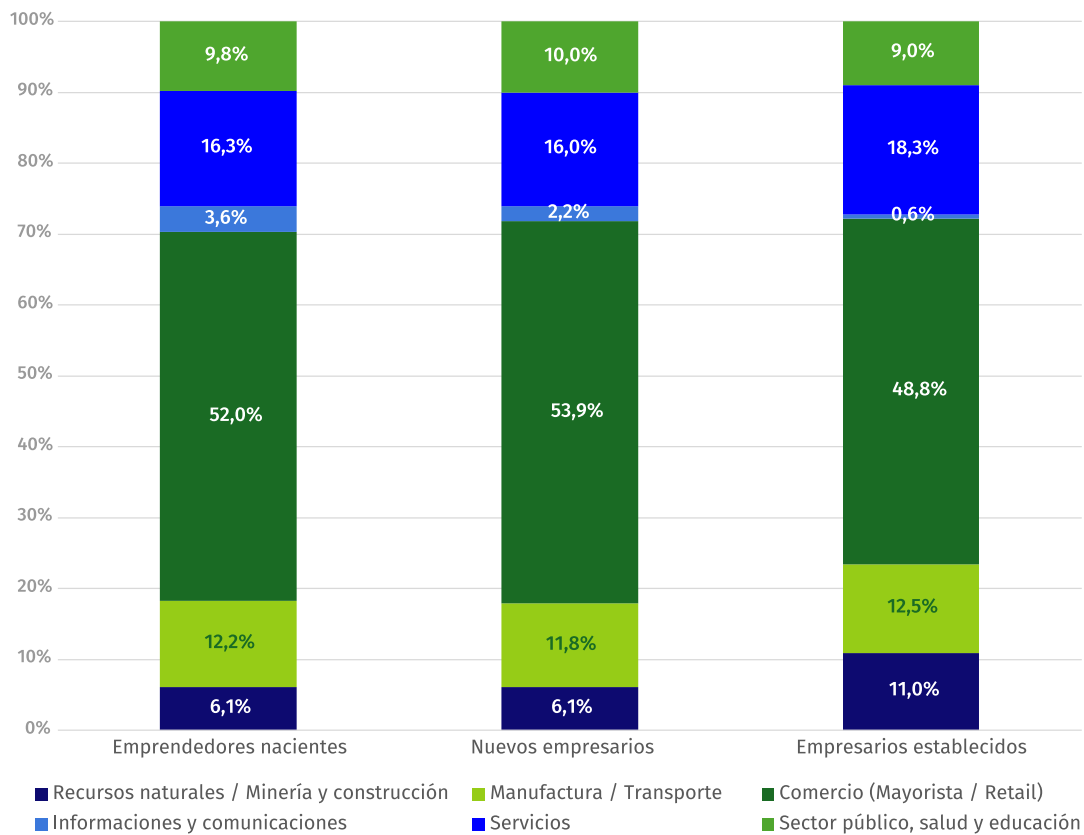
En este contexto, uno de los principales desafíos de la actividad emprendedora es precisamente llegar a ser competitivos en los mercados locales e internacionales (Guerrero, et al., 2025). Esto, con el objetivo de poder sobrevivir y crecer con el tiempo, dos de los principales desafíos que se observan entre países participantes del GEM (GEM 2026).

Es por ello que, con el objetivo de aproximar el grado de competitividad y de innovación de los emprendimientos, el GEM mediante su encuesta APS, incluye una serie de preguntas que permiten caracterizar a un emprendimiento en dimensiones asociadas a estas áreas. En particular, las preguntas permiten capturar: el sector productivo en el que se desenvuelven las empresas, la distribución geográfica del mercado que ellas atienden, el grado de innovación de productos y servicios ofrecidos, la importancia de las ventas internacionales y el uso de tecnologías, en particular la Inteligencia Artificial.

Respecto a la primera dimensión, es decir, sector productivo, la **figura 5.3** muestra dónde operan los emprendimientos según su etapa. En ella, se ve cómo el sector comercio es el que predomina por sobre todos los otros sectores en todas las etapas, sin embargo, su peso es mayor en las etapas iniciales de los emprendimientos, representando más de la mitad de ellos.

En segundo lugar, se encuentran los servicios. Esta categoría significa alrededor del 16% entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios y sube a un 18,3% en la etapa de empresarios establecidos, lo que da cuenta de que este sector tiende a prevalecer un poco más en etapas más avanzadas del proceso. Algo parecido, pero con mayor intensidad, ocurre con los sectores ligados a la explotación de recursos naturales y construcción en donde la proporción pasa de un 6,1% en emprendimientos en etapa inicial a 11% entre empresarios establecidos.

Figura 5.3: Distribución de sectores económicos por etapa del proceso emprendedor

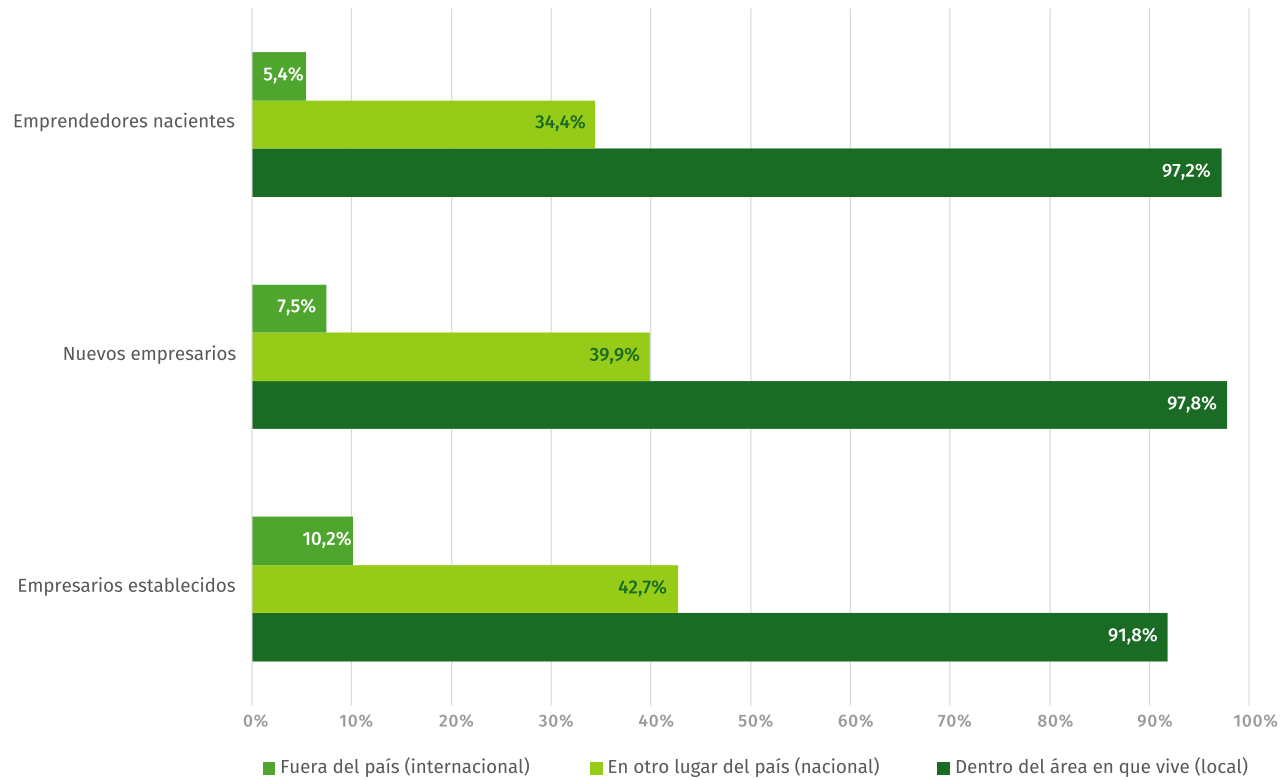


Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

En contraste, sector público, salud y educación e información y comunicaciones son los sectores con menor representación. Respecto al último, la representación cae sostenidamente conforme se avanza en el proceso emprendedor, lo que sugiere una dificultad de estos emprendimientos, usualmente asociados a un mayor uso de tecnologías, de preservarse en el tiempo.

En cuanto a la distribución geográfica de los mercados atendidos, la **figura 5.4** muestra que el alcance geográfico de los emprendimientos aumenta conforme avanza el proceso emprendedor. De esta forma, un 97,2% de los emprendedores nacientes tiene clientes a nivel local, pero sólo un 34,4% tiene a nivel nacional y un 5,4% a nivel internacional. Al moverse hacia los nuevos empresarios, la proporción de emprendedores con clientes locales se mantiene parecida, pero las proporciones de clientes nacionales e internacionales aumentan a 39,9% y 7,5%, respectivamente. Ya al analizar empresas establecidas vemos que el 91,8% de ellas tiene clientes a nivel local, menos que en las dos categorías anteriores, mientras que un 42,7% tiene clientes a nivel nacional y un 10,2% a nivel internacional.

Figura 5.4: Proporción de clientes por unidad geográfica, por etapa del proceso emprendedor



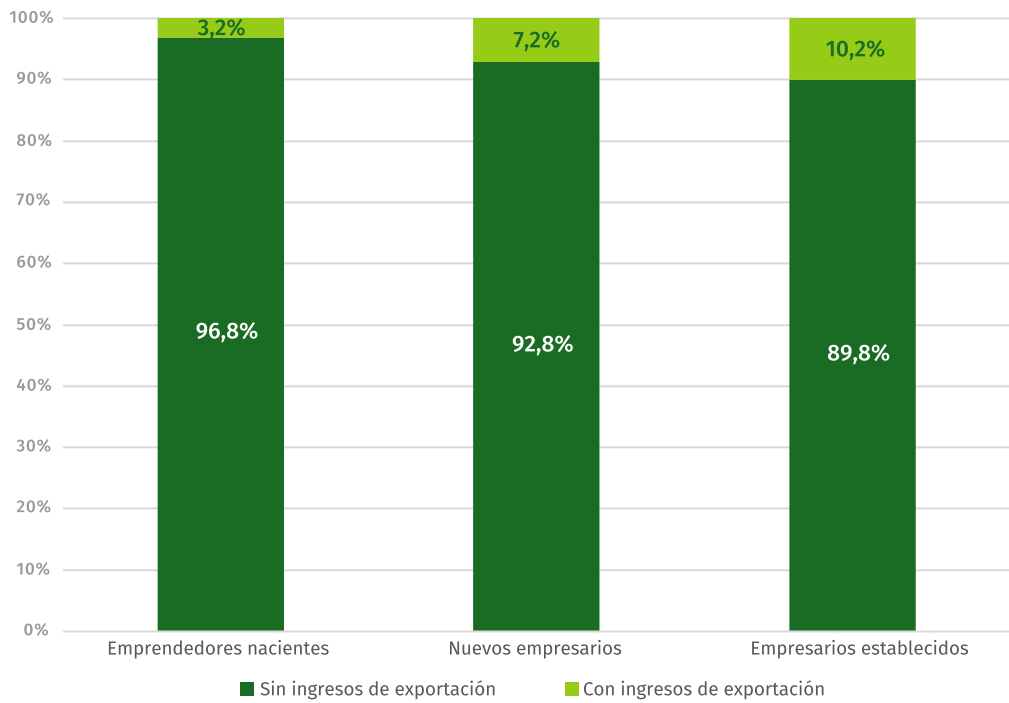
Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Estos cambios pueden reflejar la aparición de estrategias de internacionalización a medida que los negocios crecen y los mercados locales se vuelven más pequeños. En este sentido, tener clientes diversificados más allá del área local y del país es importante, tanto en términos del aporte a la economía local como por la resiliencia que se construye al reducir la dependencia de los mercados locales (GEM, 2023).

A pesar de ello, los números de clientes internacionales en Chile son relativamente bajos comparado con otros países. De acuerdo con los datos, sólo un 5,9% de los emprendimientos en etapa inicial (nacies más nuevos empresarios) del país tiene clientes en el extranjero. Este porcentaje es menor que el casi 9% de 2024 y está entre los cinco más bajos de los países participantes del GEM, de los cuales todos son países Latinoamericanos. De acuerdo con el reporte GEM 2025/2026 (2026) existiría una correlación entre orientación internacional e ingreso, pues todos los países del listado con menor proporción de clientes extranjeros son países de ingreso medio bajo o medio alto y, aunque existe la posibilidad de que las variaciones en Chile tengan que ver con el cambiante contexto internacional, el país también se ha caracterizado por tener tasas relativamente bajas de empresas con clientes internacionales en años anteriores (GEM, 2026, GEM, 2023).

Relacionado al punto anterior sobre internacionalización de clientes, la competitividad también se puede medir a través de la exportación de los productos. La **figura 5.5** muestra el porcentaje de emprendedores que declaran que, al menos una parte de los ingresos de su empresa, proviene de exportaciones.

Figura 5.5: Porcentaje de emprendedores que declaran que una parte de su ingreso proviene de exportaciones

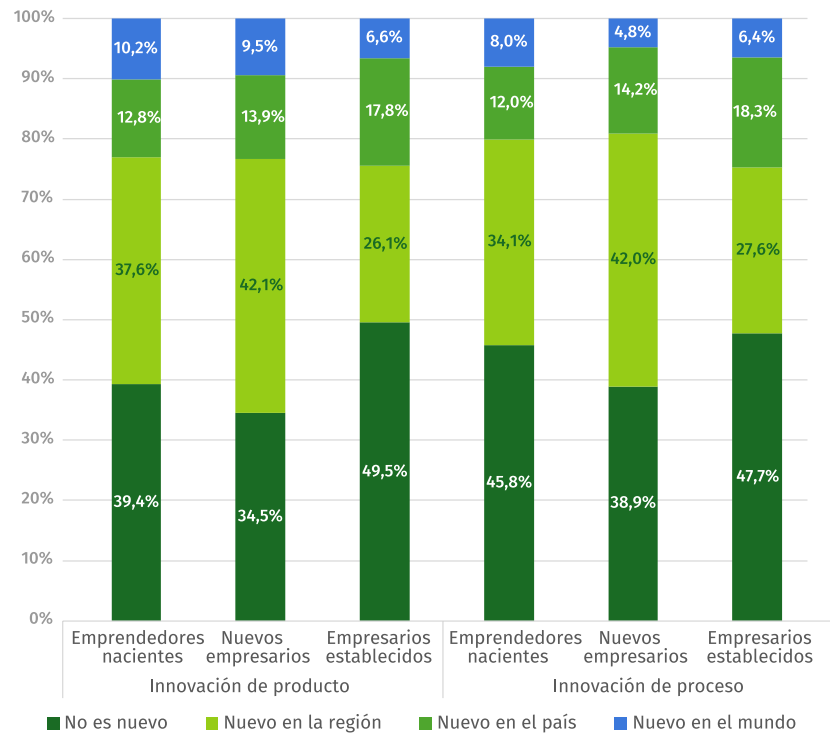


Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

De la figura se desprende que el porcentaje de emprendedores que obtienen ingresos por exportaciones va creciendo en cada etapa. Esto, podría explicarse en parte por el tiempo que lleva cada negocio, por lo tanto, la capacidad de alcance que tienen los mismos debería ir creciendo, reafirmando lo visto en la figura anterior. De esta forma, un 3,2% de los emprendedores nacientes declaran que una parte de su ingreso proviene de exportaciones mientras que en caso de los nuevos empresarios y de los empresarios establecidos estos porcentajes ascienden a 7,2% y 10,2%, respectivamente.

Otra forma de medir competitividad es a través de la innovación. Un producto innovador será más difícil de replicar y permite abrir nuevos mercados. En este contexto, el GEM en su encuesta APS incluye preguntas que permiten medir la orientación innovadora de las empresas desde la perspectiva de los productos y de los servicios, algo que muestra la **figura 5.6**.

Figura 5.6: Orientación innovadora en cada etapa de actividad emprendedora



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

De acuerdo con la figura, en 2025, la mayor parte de los emprendedores innovaron de alguna forma, ya sea en producto o en proceso, y en alguna dimensión geográfica. En este sentido, son los nuevos empresarios los que muestran una mayor orientación innovadora en general, tanto en producto y servicio con un 65,5% de ellos innovando en producto y un 61,2% innovando en proceso. Por otro lado, si nos enfocamos sólo en las innovaciones de alto nivel geográfico (país y mundo) se observa que son los empresarios establecidos quienes innovan más en estas dimensiones, tanto en producto (24,4%) como en procesos (24,8%). Estos números, representan mejoras sustantivas a los vistos en 2024 en donde, para prácticamente todas las etapas, la mayoría de los emprendedores no habían innovado ni en producto ni en servicios.

Finalmente, la aparición de tecnologías digitales es uno de los factores transformando la forma en la que se emprende y la capacidad de micro, pequeñas y medianas empresas de innovar y crear valor de forma disruptiva (Cunningham et al., 2023) y, por lo mismo, es importante que los emprendedores reconozcan las oportunidades que ofrece la adopción de tecnologías.

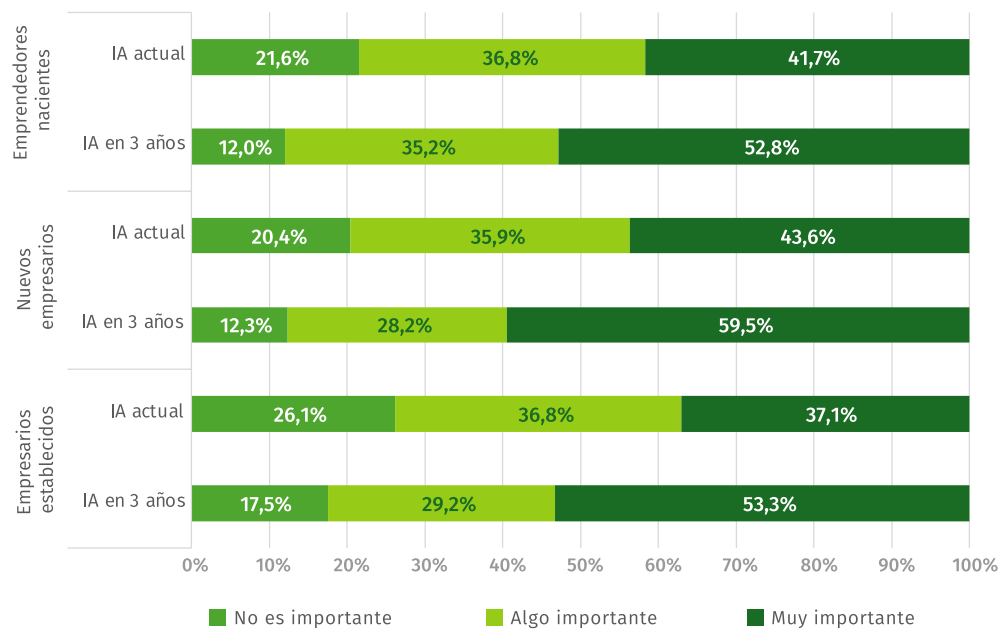
En este contexto, trabajos como el de Audretsch et al. (2023) argumentan que tecnologías como la Inteligencia Artificial cobran un rol fundamental para emprendimientos en facilitar la exploración e identificación inicial de oportunidades de mercado, así como en la identificación y explotación de oportunidades de crecimiento del negocio en etapas más avanzadas de éste, a través de la combinación con las capacidades ya existentes. Es por ello que el GEM, en sus versiones más recientes, ha incluido dentro de la APS preguntas relacionadas al uso de las tecnologías, entre ellas, la que probablemente ha sido la más disruptiva en los últimos años: la Inteligencia Artificial (IA). La **figura 5.7** muestra la importancia que la IA tiene para la estrategia de los

negocios actualmente y la que esperan tenga en 3 años según la etapa del proceso emprendedor.

A partir de los datos, se desprende que la IA sería actualmente más importante para los emprendimientos en etapa inicial que para los empresarios establecidos. En particular más de un 40% de emprendedores nacientes y nuevos empresarios considera muy importante la IA en su estrategia de negocios con alrededor de un 20% considerándola no importante. Estos números contrastan con aquellos que muestran los empresarios establecidos en donde un 37,1% considera la IA como muy importante y un 26,1% lo considera nada importante.

En cuanto a la importancia de la IA en 3 años se observa como ésta aumenta para todos los grupos, pero es levemente más importante para aquellos emprendedores en etapa inicial tal que alrededor de un 12% de los emprendedores nacientes y de los nuevos empresarios declara que la IA no será para nada importante en las operaciones, comparado con un 17,5% de los empresarios establecidos. Respecto de los porcentajes de emprendedores que consideran la IA como muy importante a 3 años, los datos muestran que, entre emprendedores nacientes, un 52,8% dice que la IA será muy importante para sus operaciones, un número que asciende a 59,5% entre nuevos empresarios y que entre empresarios establecidos llega al 53,3%.

Figura 5.7: Importancia de la Inteligencia Artificial en la estrategia del negocio



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Por último, vale la pena mencionar que la consideración de la importancia de la inteligencia artificial en la estrategia de las empresas, tanto presente como futura, se ha incrementado respecto del año pasado para todos los niveles de emprendimientos. En ese entonces sólo un 37% de los emprendedores nacientes, un 32% de los nuevos empresarios y 33% de los empresarios establecidos consideraban la IA como muy importante en la actualidad, mientras que un 53% de los emprendedores nacientes, un 52% de los nuevos empresarios y menos de la mitad de los empresarios establecidos la consideraban muy importante en 3 años.



CAPÍTULO

6.

Valle del Elqui
IV Región de Coquimbo

CAPÍTULO 6: DIFERENCIAS DE GÉNERO EN EMPRENDIMIENTO EN CHILE

A lo largo de este reporte, se ha tratado el emprendimiento a nivel general sin hacer distinción de género. Sin embargo, el emprender no es igual para hombres y mujeres, sino que presenta diferencias en muchos aspectos, por ejemplo, en las percepciones que tiene cada género de sus capacidades, los grados de sobrevivencia de los emprendimientos o qué motiva a hombres y mujeres a emprender y cómo se relacionan todos estos factores con las diferencias de género que existen en otros ámbitos.

Este capítulo aborda esas diferencias. Para ello, se presenta una selección de indicadores de los capítulos anteriores que buscan reflejar las diferencias de género que existen en emprendimiento, desde las percepciones, pasando por lo demográfico, hasta lo que concierne a la actividad emprendedora.

6.1 Percepciones sobre actitudes personales para emprender por sexo

El primer análisis de este capítulo estará enfocado en conocer cómo se consideran hombres y mujeres respecto de los atributos individuales necesarios para emprender. Este ejercicio es el primer paso para entender quiénes son las emprendedoras de chilenas y cómo se diferencian de sus pares masculinos.

La **tabla 6.1** muestra los porcentajes de la población que responden afirmativamente, o manifiestan estar de acuerdo, con las preguntas sobre percepción de oportunidades, capacidades, modelos de referencias, miedo al fracaso y la intención de emprender, detalladas en el capítulo 2 del reporte.

Tabla 6.1: Percepciones según sexo e involucramiento en el proceso emprendedor

	No involucrado en proceso emprendedor		Involucrado en proceso emprendedor		Total	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Percepción de oportunidades	56,5%	57,0%	68,5%	69,0%	61,2%	61,3%
Percepción de capacidades	64,9%	55,7%	92,2%	88,3%	75,1%	67,2%
Modelos de referencias	59,4%	58,2%	86,3%	85,8%	69,3%	67,7%
Miedo al fracaso	53,0%	61,6%	37,3%	37,7%	47,2%	53,4%
Intención de emprender	43,3%	41,9%	55,1%	51,0%	47,6%	44,9%

Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

La tabla distingue tanto por sexo como por si la persona se encuentra en alguna etapa del proceso emprendedor. Respecto a lo primero, no se observan grandes diferencias entre hombres y mujeres cuando ambos están emprendiendo de alguna forma, excepto en la percepción de capacidades, en donde la

diferencia de cuatro puntos porcentuales no se estima como estadísticamente significativa.

Por otro lado, al mirar a personas que no se encuentran emprendiendo, aparecen brechas estadísticamente significativas en la percepción de capacidades (64,9% en hombres versus 55,7% en mujeres) y en el miedo al fracaso (53% en hombres versus 61,6% en mujeres).¹⁸

En tanto, la distinción entre mujeres que se encuentran en un proceso emprendedor y aquellas que no permite observar que las primeras son distintas a las segundas, pues las mujeres que emprenden perciben más oportunidades que aquellas que no (69% versus 57%), se perciben con mayores capacidades (88,3% versus 55,7%), más de ellas conocen a otros emprendedores (85,8% versus 58,2%), tienen menor miedo al fracaso (37,7% versus 61,6%) y una mayor intención de emprender (41,9% versus 51%). Todas estas diferencias son estadísticamente significativas al 95% de confianza.

Estas brechas pueden esconder diferencias sistemáticas entre quienes eligen emprender y quienes no. Al respecto, una posible hipótesis es la existencia de un componente de autoselección entre las personas que emprenden en términos de características personales. Gupta et al. (2009), plantean que tanto hombres como mujeres asocian el emprendimiento a características tradicionalmente “masculinas”, como la menor aversión al riesgo, y que la identificación con estas características se asocia positivamente con las intenciones de emprender. Si esto es correcto, las mujeres que emprenden podrían ser precisamente aquellas que, por cualquier razón, no se perciben distintas a sus pares hombres en aquellas características esenciales para emprender. Esto, podría explicar que, salvo en la percepción de capacidades, no hubiera diferencias significativas entre sexos en la mayoría de las dimensiones al comparar dentro del grupo emprendedor. Por otro lado, las mujeres que no emprenden sí perciben diferencias, o más bien, no se identifican con estos atributos “masculinos”, lo cual se condice también con una brecha mayor en percepción de capacidades.

46

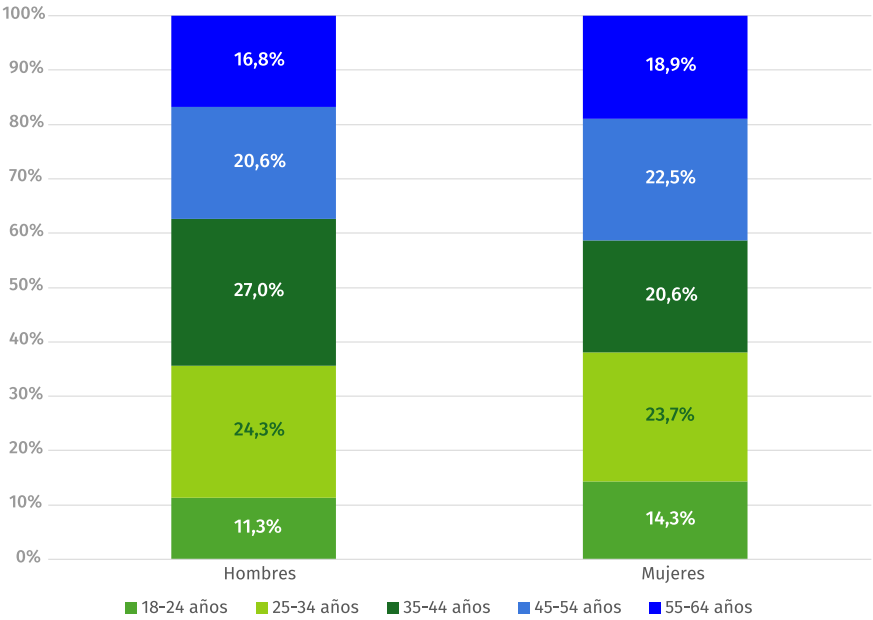
6.2 Demografía de las emprendedoras chilenas

Luego de conocer cuáles son las percepciones de las mujeres chilenas hacia las actitudes necesarias para emprender es necesario enfocar el análisis en las mujeres emprendedoras. Esta sección describe a las emprendedoras chilenas y compara sus características con las de los emprendedores hombres desde tres aspectos sociodemográficos claves que se han tratado en los capítulos anteriores: edad, educación e ingreso del hogar.

La primera dimensión a analizar es la edad. Los datos revelan que tanto entre hombres como entre mujeres existe una concentración de emprendedores en el tramo de 25 a 54 años, con las mujeres teniendo porcentajes levemente superiores en los tramos más extremos (**figura 6.1**). Respecto de las edades promedio esta es de 40,2 años para los hombres y de 40,4 años para las mujeres, diferencias muy pequeñas que no son estadísticamente significativas.

18 Ambas brechas son significativas al 95% de confianza.

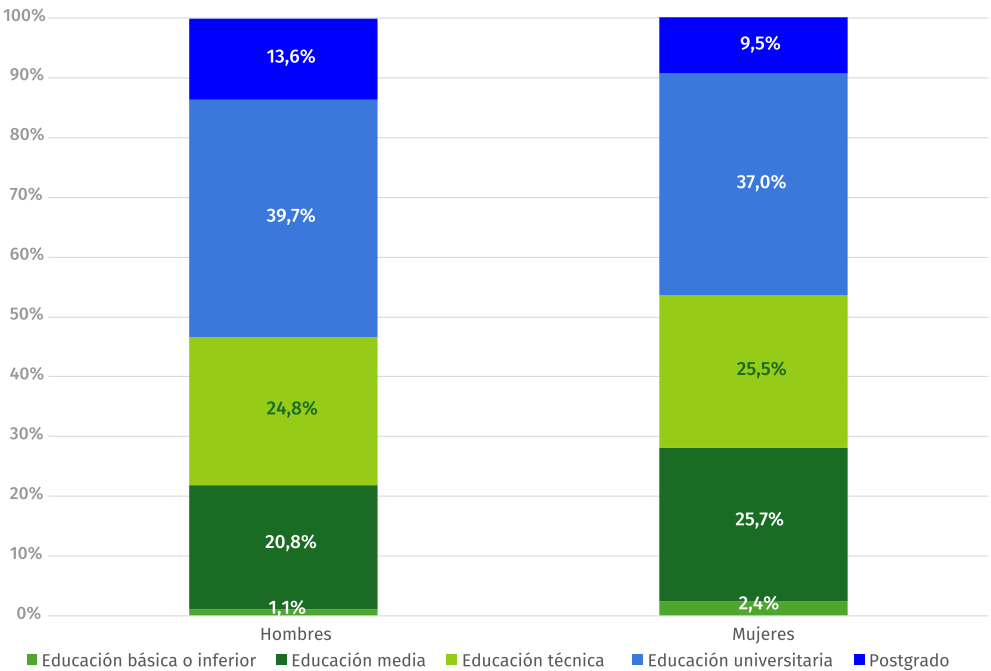
Figura 6.1: Distribución etaria de emprendedores por sexo



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

En cuanto a la distribución educacional, la **figura 6.2** muestra una clara predominancia de la educación universitaria para ambos sexos con más de un 35% de emprendedores contando con alguna educación de este nivel (completa o incompleta). Por otro lado, se observan algunas diferencias a nivel de educación no terciaria y postgrado, aunque ninguna es estadísticamente significativa al 95% de confianza.

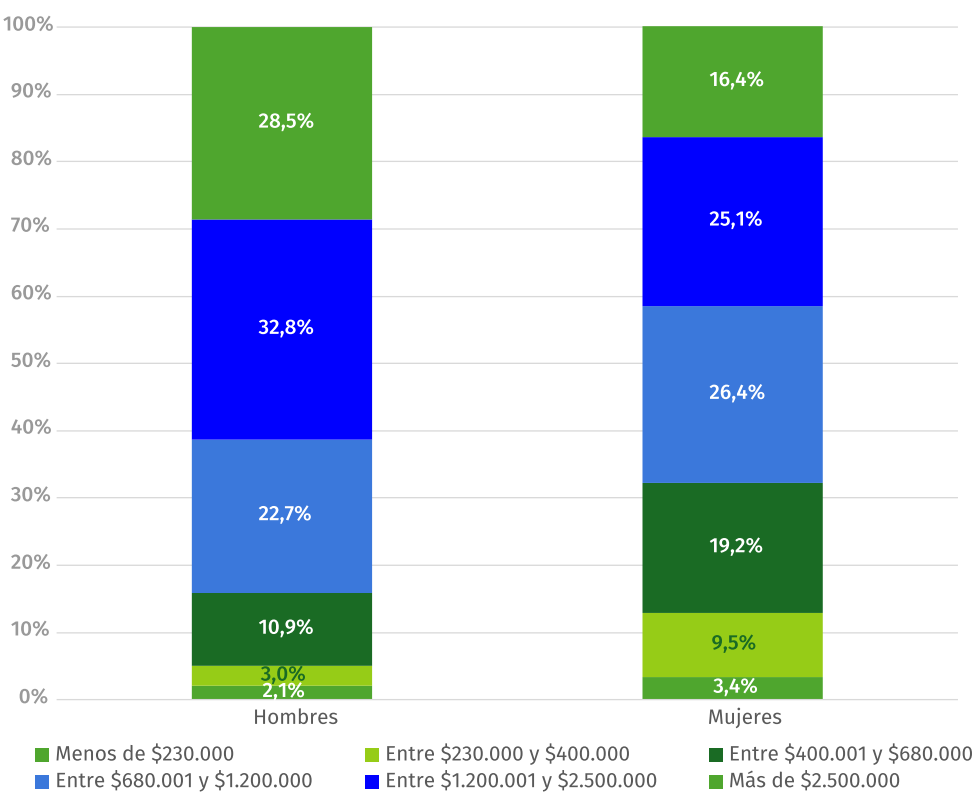
Figura 6.2: Distribución educacional de emprendedores por sexo



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

Por último, la **figura 6.3** muestra la distribución por ingreso del hogar. Al contrario que en las dos estadísticas anteriores, la distribución por ingresos si observa diferencias importantes. En particular, se aprecia que más hombres emprendedores que mujeres emprendedoras suelen encontrarse en hogares de mayores ingresos, tal que un 84,1% de los hombres emprendedores se encuentra en un hogar con ingresos superiores a \$680.000, mientras que en mujeres este porcentaje es del 67,8% una diferencia estadísticamente significativa.

Figura 6.3: Distribución de ingresos de emprendedores por sexo



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

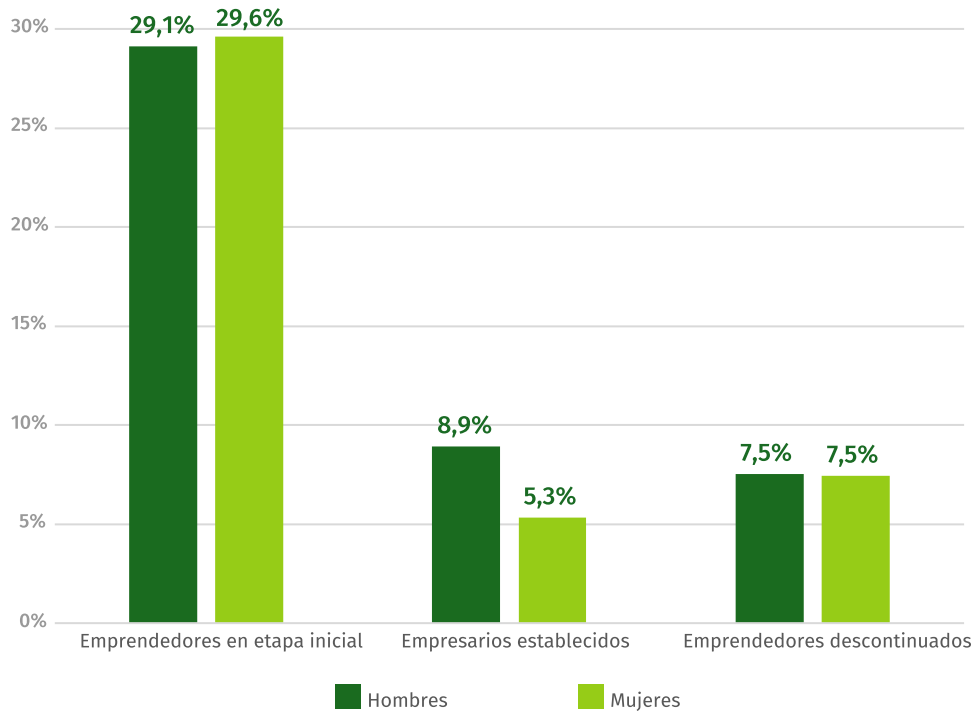
Lo anterior es consistente con los resultados internacionales reportados en el GEM 2024/2025 Women’s Entrepreneurship Report (2025), en donde la evidencia descriptiva indica que, tanto en los grupos de países de alto, medio y bajo ingreso, las mujeres emprendedoras tienden a provenir de hogares con menor ingreso que los hombres.

6.3 Actividad emprendedora por sexo

La descripción de las características de las emprendedoras tanto a nivel de percepciones como de datos sociodemográficos deja ver que efectivamente existen brechas de género en materia del emprendimiento. Ahora, la siguiente etapa de este capítulo se concentra en ver si es que estas diferencias se traspasan hacia la actividad emprendedora.

La **figura 6.4** muestra los porcentajes de emprendedores en etapa inicial (TEA), empresarios establecidos (EBO) y emprendedores descontinuados dentro de la población chilena de entre 18 y 64 años para 2025. La tasa de emprendedores en etapa inicial fue de 29,1% para hombres y de 29,6% para las mujeres. Por otro lado, las tasas de empresarios establecidos fueron de 8,9% y de 5,3% para hombres y mujeres, respectivamente.

Figura 6.4: Estructura empresarial por género



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

De estos datos se desprenden dos elementos. El primero es que el TEA de las mujeres resulta levemente superior a la de los hombres (29,6% frente a 29,1%). Si bien la diferencia no es estadísticamente significativa, el dato destaca porque, a 2025, esto solo se observa en siete de los 48 países que participan en la encuesta APS del GEM (GEM, 2026).

El segundo elemento se deriva del primero: la marcada discrepancia entre la alta tasa de emprendedores en etapa inicial y la baja tasa de empresarios establecidos —ya abordada en el capítulo 4— se acentúa entre las mujeres, al punto de generar una brecha de género estadísticamente significativa en el porcentaje de empresarios establecidos (8,9% en hombres frente a 5,3% en mujeres). Así, mientras entre los hombres el TEA es alrededor de tres veces mayor que la tasa de empresarios establecidos, entre las mujeres esa distancia se amplía a cerca de 5,5 veces.

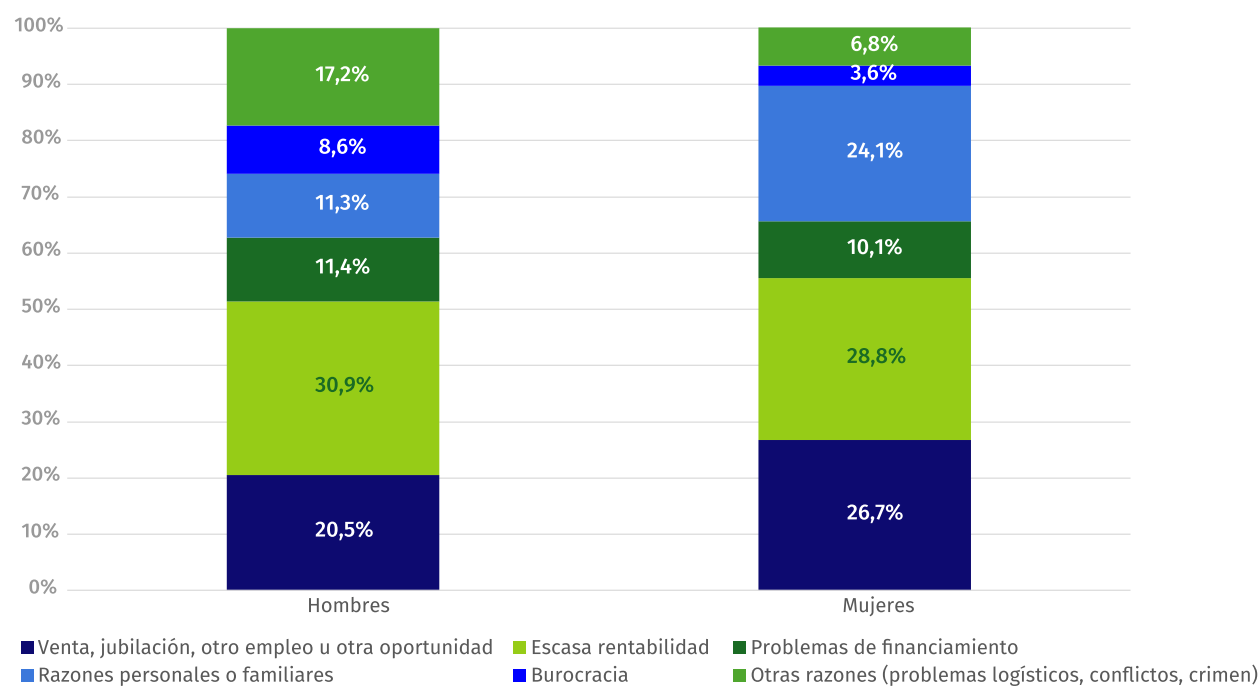
Este patrón sugiere que los emprendimientos femeninos enfrentan mayores dificultades para consolidarse en el tiempo. La evidencia internacional es consistente con ello: la literatura ha documentado que las firmas lideradas por mujeres tienden a ser más pequeñas (Bardasi, Sabarwal y Terrell, 2011) y a registrar menores tasas de supervivencia (Fairlie y Robb, 2009) que las lideradas por hombres.

6.4 Razones de discontinuación por sexo

Respecto de las razones para haber discontinuado un negocio en el último año, la **figura 6.5** revela que, tanto hombres como mujeres, mencionan como razón principal de la baja rentabilidad del negocio. En el caso de los hombres la proporción que indica esta alternativa llega al 30,9%, mientras que en las mujeres llega a un 28,8%. Por otro lado, la salida por venta, jubilación u otra oportunidad es la segunda razón en importancia también para ambos sexos, sin embargo, es más relevante para las mujeres (26,7%) que para hombres (20,5%).

Ya en la tercera razón es en donde se comienzan a apreciar diferencias. Mientras que, para las mujeres aparecen las razones personales o familiares con un 24,1%, los hombres citan otras razones como conflictos con los socios, problemas logísticos y el crimen y problemas de financiamiento. En tanto razones familiares se ubica en el quinto lugar para los hombres con un 11,3% de ellos citándola, una diferencia de 12,8 puntos porcentuales respecto de las mujeres, la diferencia entre sexos más grande entre todas las razones y estadísticamente significativa.

Figura 6.5: Razones de discontinuación del negocio por sexo



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

Que las razones familiares sean significativamente más importantes para las mujeres que para los hombres no es único de Chile, sino más bien un fenómeno global que ha sido destacado por el reporte GEM 2024/2025 Women’s Entrepreneurship Report (2025), el cual plantea que las labores de cuidado coartan la posibilidad de las mujeres de invertir tiempo en su negocio y, en consecuencia, de sostenerlo. Esto, podría ser una de las razones por las cuales las mujeres exhiben porcentajes de empresarios establecidos mucho más bajas que los hombres.

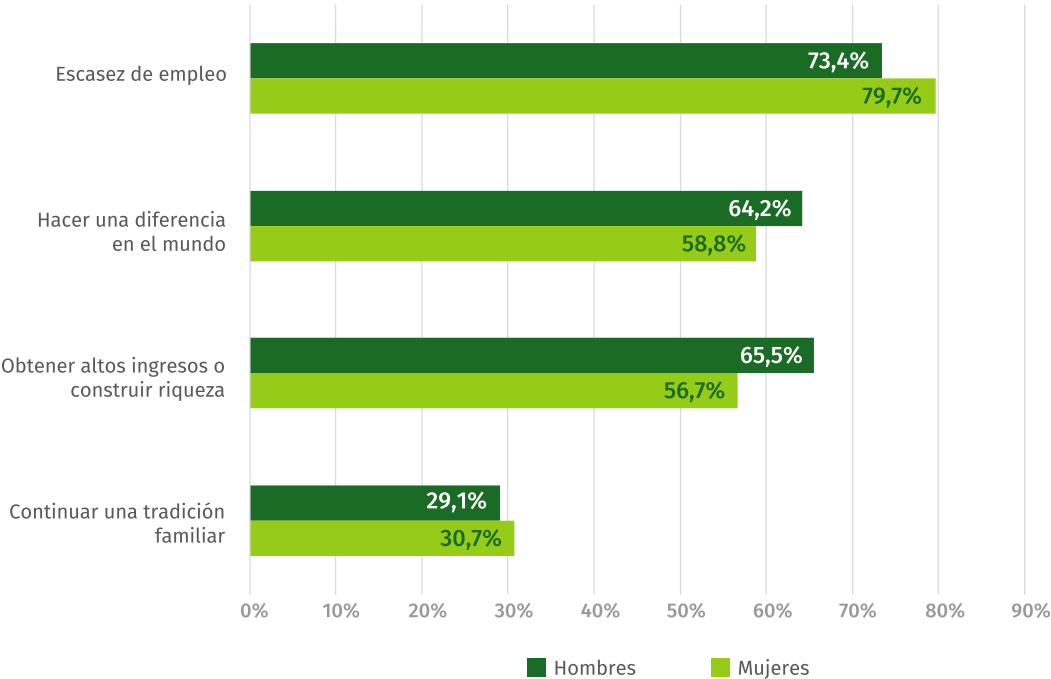
Finalmente, los problemas de financiamiento se ubican como cuarta razón para ambos sexos, mientras que otras razones es el quinto motivo para las mujeres y burocracia es el motivo con menor selección ambos sexos, siendo bastante más importante para los hombres que para las mujeres.

6.5 Motivación para emprender por sexo

En el capítulo 4 se habló sobre las razones para emprender de las personas en donde se determinó que la escasez de empleo es la motivación más relevante. Ahora, se analizan las mismas cuatro motivaciones, pero desglosando por sexo, algo que muestra la **figura 6.6**.

De acuerdo con los datos, la escasez de empleo es la motivación más importante para ambos sexos. Sin embargo, ésta es levemente más importante para las mujeres, tal que casi 8 de cada 10 de ellas cita esta razón como una de sus motivaciones. Sin embargo, esta diferencia no es estadísticamente significativa respecto del 73,4% registrado en hombres.

Figura 6.6: Motivaciones para emprender por sexo



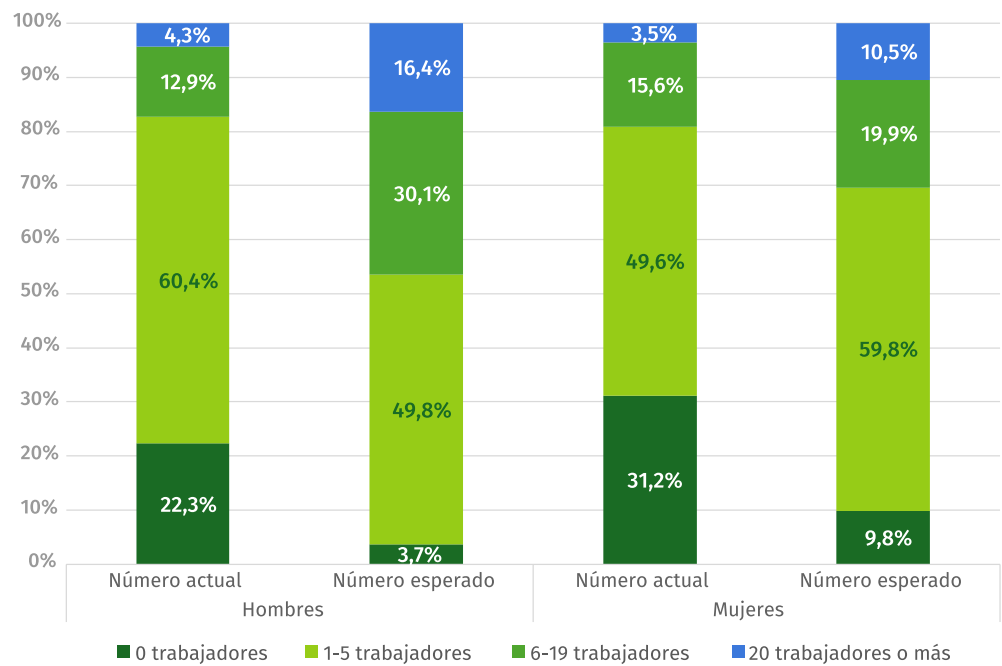
Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

En segundo lugar, las mujeres dicen emprender para hacer una diferencia en el mundo (58,8%), mientras que, para los hombres, la segunda preferencia es obtener altos ingresos o construir riqueza (65,5%). En tercer puesto para las mujeres se encuentra obtener altos ingresos con un 56,7% de las emprendedoras indicando esta motivación, bastante menos que los hombres. Finalmente, continuar una tradición familiar es la motivación con menos preferencias en ambos sexos con un porcentaje levemente mayor de mujeres indicado esta razón (29,1% en hombres versus 30,7% en mujeres).

6.6 Creación de valor de emprendimientos por sexo

En cuanto a creación de valor se refiere, **la figura 6.7** muestra los empleos actuales y esperados a 5 años de los emprendimientos por sexo. Se observa cómo un porcentaje mayor de los emprendimientos en etapa inicial de mujeres (31,2%) no contrata trabajadores respecto de los emprendimientos encabezados por hombres (22,3%). Además, se observan diferencias en el porcentaje de emprendimientos que contratan entre 1 a 5 trabajadores, con más de un 60% de los emprendimientos masculinos en este tramo contra casi un 50% de los femeninos. Sin embargo, al hablar de emprendimientos que contratan 6 o más trabajadores aquellos liderados por mujeres obtienen un mayor porcentaje con un 19,1% versus un 17,3% de los emprendimientos masculinos.

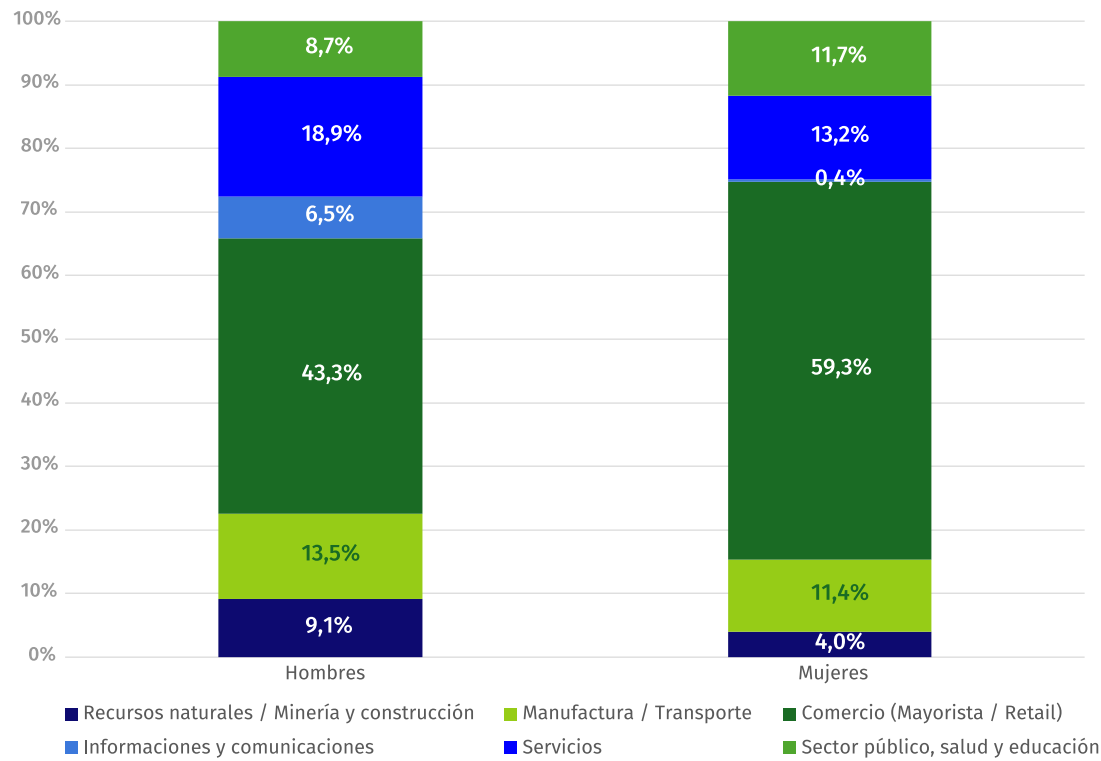
Figura 6.7: Creación actual y esperada a 5 años de empleos de emprendimientos en etapa inicial por sexo



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

Mirando hacia cinco años sí se aprecian diferencias importantes en la distribución de empleos esperados, en donde la proporción de emprendimientos en etapa inicial liderados por mujeres que no espera generar empleos es 2,5 veces la proporción de aquellos liderados por hombres (9,8% versus 3,7%). En contraste la proporción de emprendedores hombres que espera generar 6 o más empleos es 1,5 veces la proporción de emprendedoras que espera lo mismo (46,5% en hombres versus 30,4% en mujeres).

Figura 6.8: Sectores económicos de los emprendedores en etapa inicial por sexo



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025.
Porcentaje de la población emprendedora en etapa inicial entre 18 y 64 años.

Pasando a la distribución sectorial de los emprendimientos de hombres y mujeres, la **figura 6.8** muestra éstas difieren de manera estadísticamente significativa.¹⁹ Si bien el comercio es el sector productivo más relevante entre emprendimientos tanto de hombres como de mujeres, la predominancia del sector es mucho mayor entre ellas con casi 6 de cada 10 emprendimientos en etapa inicial operando en ese sector versus poco más de 4 de cada 10 hombres. Esto, se traduce en que, entre hombres, hay un mayor porcentaje de emprendimientos operando en otros sectores, como servicios, manufactura y, sobre todo, en recursos naturales, minería y construcción e información y comunicaciones.

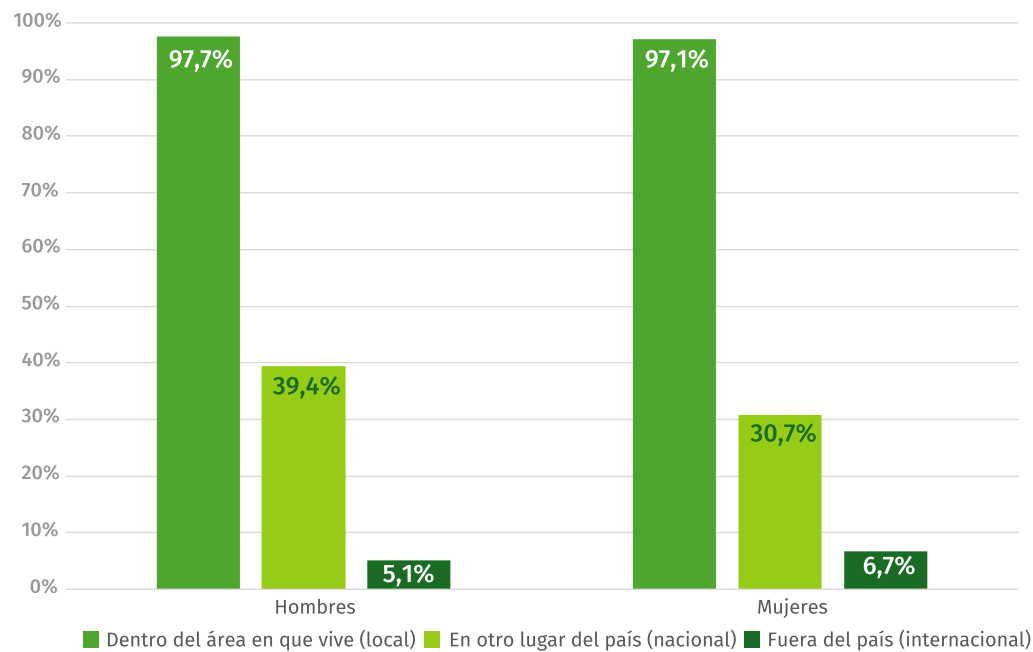
Lo anterior es consistente con la evidencia internacional, que documenta una marcada segregación sectorial por género: las mujeres tienden a concentrarse en el comercio minorista, la manufactura ligera (Bardasi, Sabarwal y Terrell, 2011) y los servicios de salud y educación (Goldstein, González y Papineni, 2019), mientras permanecen subrepresentadas en sectores como la construcción, la minería o las tecnologías de la información. Esta segregación no es neutra en términos de desempeño. Bardasi, Sabarwal y Terrell (2011) muestran que buena parte de la menor escala de los emprendimientos femeninos se explica porque las mujeres se concentran en sectores donde las firmas son, en promedio, más pequeñas y menos eficientes. Complementariamente, Goldstein, Gonzalez y Papineni. (2019) indica que las mujeres que logran emprender en sectores tradicionalmente masculinizados obtienen ganancias sustancialmente mayores que quienes permanecen en sectores feminizados, lo que sugiere que una parte de la brecha de resultados se asocia a

19 Significancia estadística obtenida a partir de un test de Pearson para diferencias en distribuciones.

la elección de sector.

Esta relación resulta especialmente relevante a la luz de lo observado en la **figura 5.3**, donde los emprendimientos de sectores como servicios y recursos naturales, minería y construcción —dos ámbitos en los que existen diferencias importantes entre hombres y mujeres— parecían perdurar más a lo largo del proceso emprendedor, mientras que el comercio, sector en el que se concentran mayoritariamente las mujeres, perdía proporción entre los empresarios establecidos. En conjunto, esto sugiere que la mayor concentración femenina en el comercio podría estar asociada a menores tasas de consolidación y crecimiento de sus emprendimientos y podría explicar las diferencias observadas anteriormente en cuanto a tasas de empresarios establecidos.

Figura 6.9: Distribución de la actividad emprendedora según sexo y alcance



Fuente: Elaboración propia en base a datos APS 2025. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años.

Finalmente, con respecto al alcance que tienen los emprendimientos, la **figura 6.9** indica que casi todos los emprendimientos tanto de hombres (97,7%) como de mujeres (97,1%) tienen clientes a nivel local. A nivel país los porcentajes decrecen mucho y se comienzan a apreciar diferencias entre sexos. Mientras que un 39,4% de los hombres declara tener clientes en un lugar del país distinto del área en el que vive, sólo un 30,7% de las mujeres afirma lo mismo. Sin embargo, a nivel internacional la tendencia se revierte y ahora es un porcentaje mayor de mujeres (6,7%) que de hombres (5,1%) el que declara tener clientes a nivel internacional.

A scenic landscape of Lago Caburgua. In the foreground, dark, jagged volcanic rocks are visible. A red boat is beached on the sandy shore. The lake is calm, reflecting the surrounding greenery. The background is a dense forest of tall trees, with a misty mountain peak rising behind them under a clear blue sky.

CAPÍTULO

7.

Lago Caburgua
IX Región de La Araucanía

CAPÍTULO 7: CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER

La actividad emprendedora puede estar fuertemente condicionada por el contexto, el cual puede proveer de oportunidades, pero también imponer limitaciones (Welter, 2010). Por ejemplo, un contexto institucional eficiente puede reducir las incertidumbres para los emprendedores y los costos de transacción asociados a la actividad emprendedora, incentivándola. Por el contrario, un contexto con una estructura legal deficientes y vacíos institucionales pueden dificultar el emprendimiento (Welter & Smallbone, 2011). Asimismo, la evidencia reciente ha demostrado que la prevalencia de firmas de alto crecimiento está positivamente asociada a la calidad del ecosistema emprendedor (Stam & Van de Ven, 2021).

Desde esta perspectiva es que el marco conceptual del GEM incluye un análisis del contexto emprendedor. Para ello, se apoya en una segunda fuente de datos, la Encuesta Nacional de Expertos en Emprendimiento o NES por sus siglas en inglés.

Este capítulo se concentra en el análisis de los resultados de esta encuesta con el objetivo de proveer de datos que permitan a los tomadores de decisiones entender aquellas condiciones que están fomentando y dificultando la actividad emprendedora en el país.

56

7.1 La Encuesta Nacional de Expertos

La encuesta NES está diseñada para conocer las principales condiciones del contexto que conforman el ecosistema emprendedor. Para ello, se miden las condiciones en diversas dimensiones como, por ejemplo, regulación, financiamiento, educación e infraestructura. La **tabla 7.1** resume las nueve condiciones principales que adopta la metodología del GEM, las cuales son utilizadas por el GEM Global (GEM, 2026) para calcular el índice nacional del contexto emprendedor o NECI.

Tabla 7.1: Condiciones del contexto para emprender en 2025

Apoyo financiero	Se refiere a la disponibilidad y facilidad de acceso a recursos financieros — capital y deuda— para empresas nuevas y en crecimiento (incluyendo subsidios, inversión informal, capital de riesgo y crowdfunding, entre otros). Desde 2021, tiene dos componentes: (i) Financiamiento al emprendimiento. (ii) Facilidad de acceso.
Política pública	Se refiere al grado en que las políticas del gobierno apoyan el emprendimiento. Tiene dos componentes: (i) Relevancia económica del emprendimiento. (ii) Impuestos y regulaciones son neutros o promueven nuevas empresas y en crecimiento.
Programas de gobierno	Se refiere a la existencia y calidad de los programas para ayudar directamente a las nuevas empresas y en crecimiento a nivel nacional, regional y municipal.
Educación para el emprendimiento	Se refiere a la medida en que el entrenamiento para crear o dirigir empresas es incorporado en el sistema educacional y de formación. Tiene dos componentes: (i) Educación para el emprendimiento en educación primaria y secundaria. (ii) Educación para el emprendimiento en educación post secundaria.
Transferencia de I+D	Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales que estén al alcance de empresas de menor tamaño.
Infraestructura comercial y profesional	Se refiere a la disponibilidad de servicios derechos de propiedad, comercial y contables, así como de instituciones que apoyan empresas pequeñas y medianas.
Apertura del mercado interno	Tiene dos componentes: (i) Dinamismo del mercado interno: se refiere al nivel de cambio en el mercado entre un año y otro. (ii) Apertura del mercado interno: se refiere a la facilidad con la que las firmas nuevas entran a mercados existentes.
Acceso a la infraestructura física	Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio que no discrimine entre empresas.
Normas sociales y culturales	Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales promueven la creación de nuevos negocios que permiten mejorar el ingreso y bienestar personal.

Fuente: Elaboración propia.

Para realizar esta evaluación del contexto, la metodología del GEM requiere de, al menos, 36 expertos por cada unidad territorial participantes, cuatro por cada una de las 9 condiciones principales. De esta forma, la encuesta nacional de Chile contiene, por lo menos 36 expertos, lo mismo que las encuestas específicas de cada región. Los expertos entrevistados son seleccionados de acuerdo con su experiencia en cada una de estas áreas, buscando una representatividad de género y profesional. Entre los seleccionados se encuentran emprendedores, académicos, personas dentro de organizaciones que apoyan emprendimientos, individuos vinculados al venture capital y personas vinculadas al mundo de las políticas públicas, entre otros.

Para esta edición 2025 del GEM la encuesta NES fue respondida por 255 expertos, 40 a nivel nacional y 215 expertos a nivel regional distribuidos entre las regiones de Antofagasta, Atacama, Valparaíso, Metropolitana y Biobío.

7.2 Análisis general de las condiciones para emprender

La **figura 7.1** muestra la valoración promedio de los expertos participantes en la encuesta de nivel nacional y también el promedio de las valoraciones de los expertos en América Latina. En esta escala, 10 significa que la condición es altamente suficiente para favorecer al emprendimiento y 1 es altamente insuficiente.

El GEM subdivide 4 de las 9 condiciones del contexto para emprender con el fin de representar mejor la realidad del ecosistema, quedando así 13 aspectos en total para evaluar. De este modo la dimensión de apoyo financiero es desagregada en financiamiento al emprendimiento y en facilidad de acceso, mientras que política pública es dividido en política pública general y regulación. Luego, la dimensión de educación es dividida en educación primaria-secundaria y postsecundaria y, finalmente, la dimensión de acceso al mercado interno es desagregada en dinamismo y apertura del mercado interno.

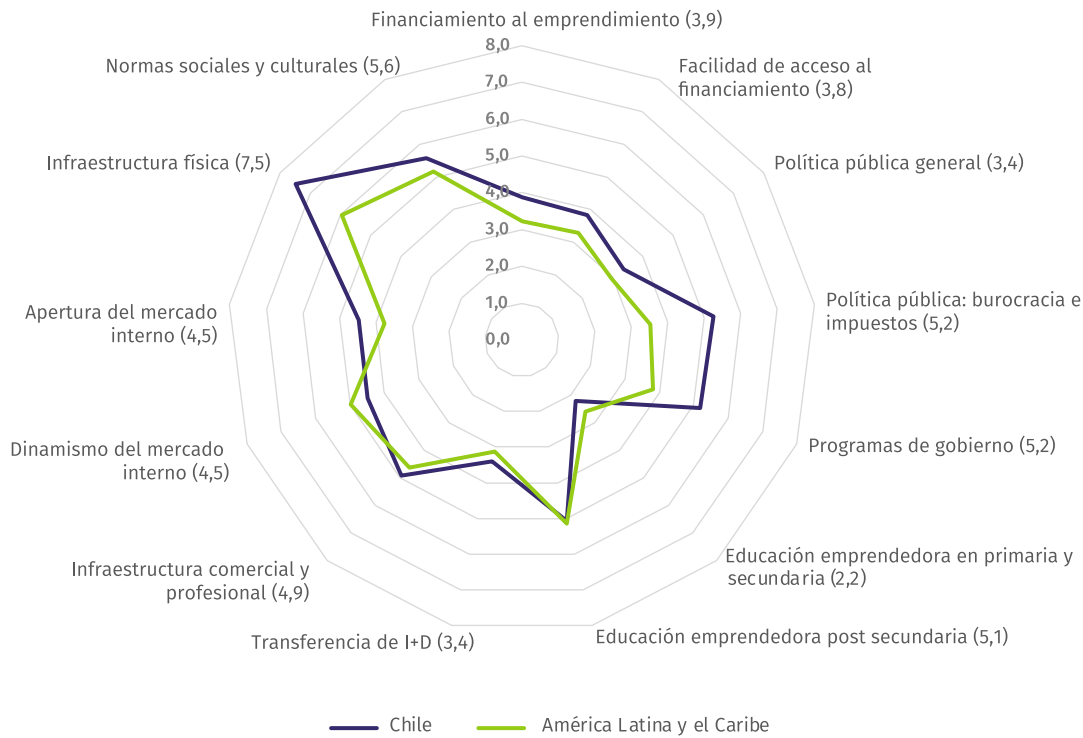
De acuerdo con la valoración de los expertos chilenos, las tres condiciones que más favorecen la actividad emprendedora en Chile son infraestructura física (7,5), normas sociales y culturales (5,6), política pública en burocracia e impuestos y programas de gobierno (5,2 cada uno). En tanto, las áreas que constituyen los mayores retos para Chile son educación emprendedora en primaria y secundaria (2,2), política pública general (3,4) y transferencia de I+D (3,4).

A nivel Latinoamericano, Chile supera el promedio de la región en casi todas las dimensiones excepto dinamismo del mercado interno (4,5 en Chile versus 5 en Latinoamérica), educación emprendedora en enseñanza primaria y secundaria (2,2 versus 2,6) y educación emprendedora post-secundaria (igualados en 5,1). Respecto a las áreas mejor y peor evaluadas en la región, el panorama es similar. Las áreas de mejor evaluación son infraestructura física (6), educación emprendedora post-secundaria (5,1) y normas sociales y culturales (5,2). En tanto, las dimensiones peor evaluadas son las mismas que en Chile.

Los resultados anteriores dan cuenta de los desafíos similares que enfrenta la región en materia de emprendimiento, especialmente cuando se habla de incentivar el espíritu empresarial entre los más jóvenes y de generar las instancias para transferir conocimiento desde la academia hacia las empresas. A nivel específico de Chile, se identifica un desafío aún mayor de incentivar la educación primaria y secundaria

en emprendimiento, área en donde el país está al debe incluso respecto de sus pares Latinoamericanos, y también en materia de los cambios que enfrentan los mercados entre un año y otro.

Figura 7.1: Valoración de expertos sobre el ecosistema de emprendimiento en 2025 en Chile y América latina y el Caribe



Fuente: Elaboración propia en base a datos GEM NES.
Considera expertos que sólo responden la NES nacional y no regional (N: 40).

Con respecto a aspectos cualitativos, los expertos destacan la existencia de programas y fondos públicos, así como de incubadoras, que fortalecen el ecosistema emprendedor para empresas de menor tamaño. Además, se destaca las oportunidades que abre la Inteligencia Artificial y las nuevas tecnologías para la entrada y desarrollo de nuevos actores en el mercado. En tanto, fomentar la educación emprendedora en los colegios y fortalecer el apoyo a la innovación surgen como algunas de las recomendaciones para mejorar.

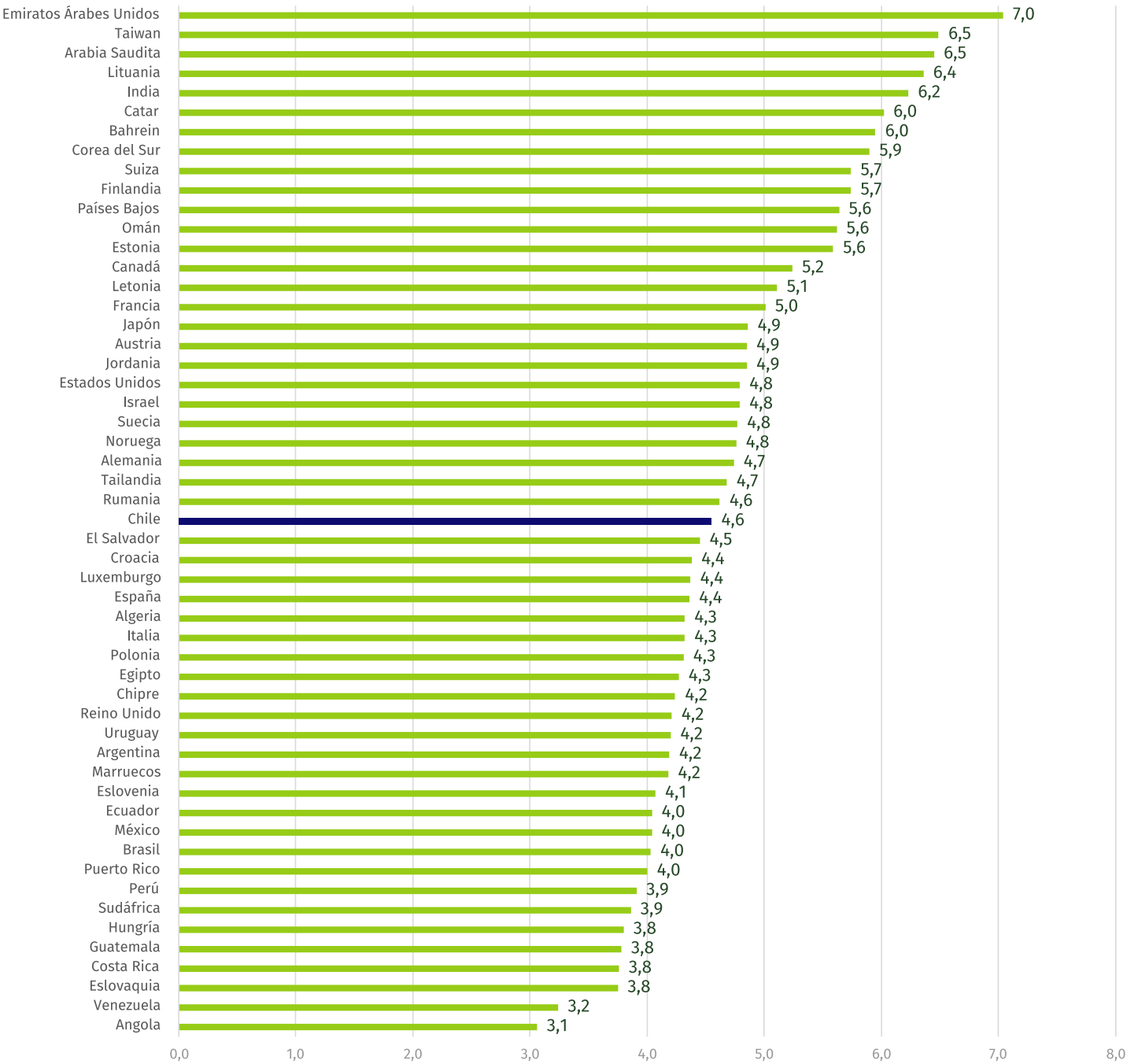
La evaluación de las condiciones para emprender también se expresa en un ranking internacional: el Índice Nacional del Contexto Emprendedor (NECI por sus siglas en inglés). Este ranking asigna una puntuación que va desde 0 a 10 puntos de acuerdo con la valoración de las dimensiones anteriores en donde 5 se considera como suficiente (ver **figura 7.2**).

Al igual que el año pasado, el ecosistema mejor valorado fue el de los Emiratos Árabes Unidos (EAU) con 7 puntos. En segundo lugar, se ubicó Taiwán con 6,5 puntos y en tercero Arabia Saudita con 6,5.²⁰ En tanto los peores valorados fueron Angola (3,1), Venezuela (3,2) y Eslovaquia (3,8). Por su parte, Chile se ubicó en

20 Las diferencias entre Taiwan y Arabia Saudita se presentan a nivel de decimales (Taiwan con 6,49 y Arabia con 6,45).

el lugar número 27 respecto de 53 países participantes con un puntaje de 4,6 puntos, un descenso de 0,3 puntos y 8 puestos respecto del año pasado. Sin embargo, a nivel de América Latina y el Caribe, el país sigue ocupando la primera posición, seguido de El Salvador (4,5) y Uruguay (4,2).

Figura 7.2: Indicador NECI 2025-comparación internacional

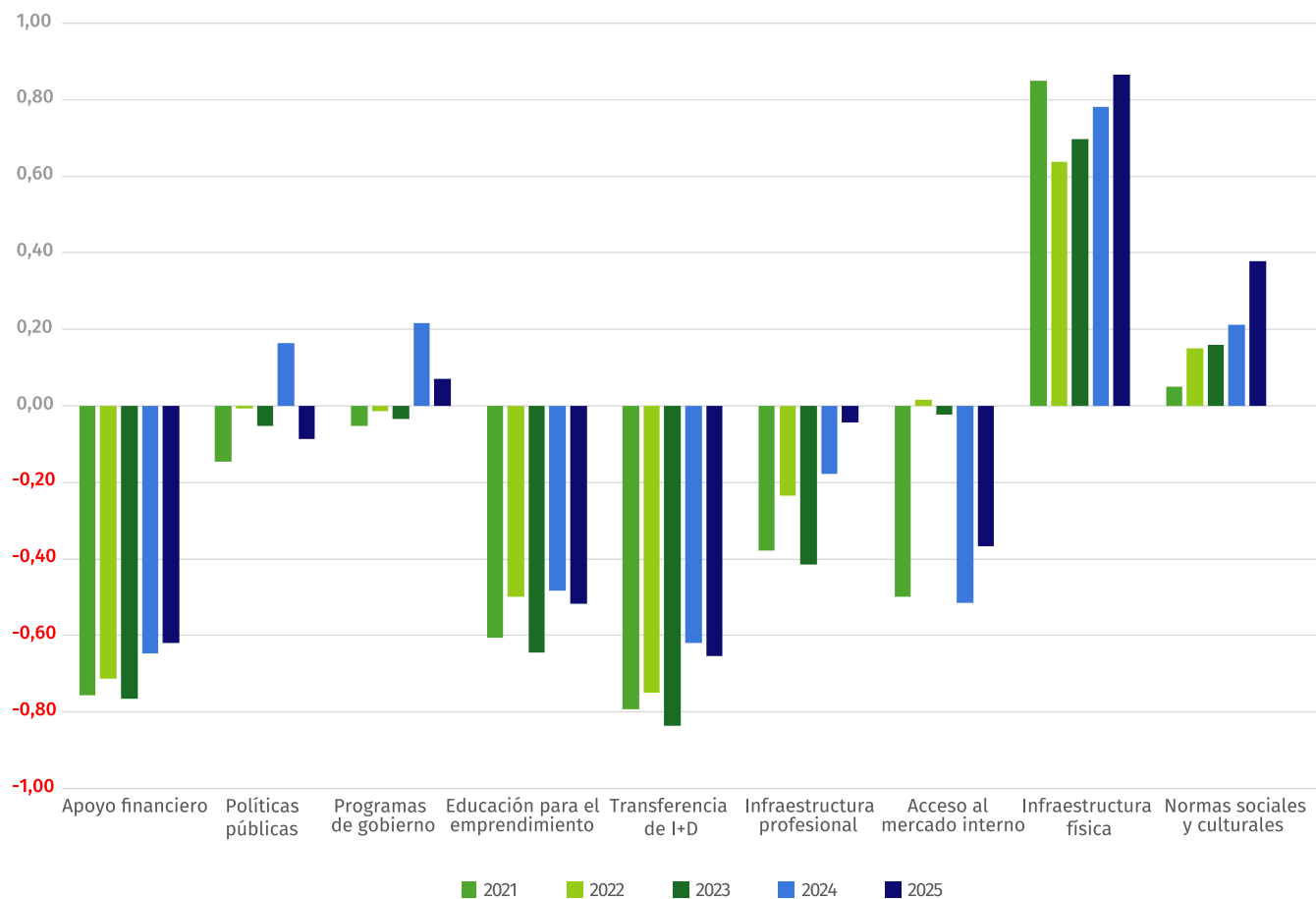


Fuente: Adaptado del GEM Global 2025/2026 (GEM, 2026) en base a datos GEM NES.

7.3 Análisis específico de las condiciones del contexto para emprender en Chile

A partir del año 2005, se decidió que para los reportes de Chile se elaboraría un índice que consolide todas las respuestas individuales de los expertos participantes de la NES, tanto a nivel nacional como regional. Este índice, toma las respuestas originales de los expertos, las que se encuentran en una escala de Likert que va de 0 a 10, y las traduce a una escala que va de -2 a +2 determinada por el nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones, otorgando un valor 0 a las respuestas neutras, es decir, casos en donde el encuestado no manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con las afirmaciones. Este ajuste consigue un aumento en la varianza y permite apreciar los cambios anuales en cada condición. Aplicando este ajuste, la **figura 7.3** presenta la evolución de las condiciones del entorno para emprender en Chile en los últimos 5 años.

Figura 7.3: Evolución de las condiciones del ecosistema emprendedor en Chile 2021-2025



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

Antes de proceder con el análisis, cabe mencionar que, este año, se incorporaron nuevas preguntas al indicador en varias dimensiones y se realizaron ajustes metodológicos, por lo que las comparaciones deben hacerse teniendo en cuenta estos aspectos. En particular, se agregaron preguntas que, si bien se consideraban en la comparación pregunta a pregunta, no se consideraban en el cálculo del índice.²¹

La figura muestra la mayoría de las dimensiones venían presentando una tendencia a la mejora hasta 2024. En 2025, se observa una tendencia mixta con varios indicadores mejorando y otros empeorando.

Entre los primeros se cuentan las dimensiones de apoyo financiero (pasa de -0,65 a -0,62), infraestructura profesional (pasa de -0,18 a -0,04), acceso al mercado interno (de -0,51 a -0,37), infraestructura física (de 0,78 a 0,87) y normas sociales y culturales (de 0,21 a 0,38) son excepciones a esta regla. En todas estas dimensiones se han agregado nuevas preguntas, sin embargo, la inclusión de estas no afecta las conclusiones en las dimensiones de apoyo financiero, infraestructura profesional, acceso al mercado interno y normas sociales y culturales, aunque sí las magnitudes de los cambios.²² Para el caso de la dimensión de infraestructura física, el indicador sin las preguntas adicionales conservaría el nivel del año pasado.

Por otro lado, políticas públicas era un indicador que estaba mostrando una progresión positiva, pero que este año empeora, pasando de un indicador de 0,16 a -0,09. Algo similar ocurre con programas de gobierno que se mueve de un indicador de 0,22 a 0,07. En ambos casos, se añaden preguntas nuevas al análisis, sin embargo, ello no afecta las tendencias observadas.²³ Finalmente, las dimensiones de educación en emprendimiento y transferencia de I+D, dos de las peor evaluadas por los expertos, muestran mayor volatilidad, sin marcar tendencias a la mejora concretas y empeorando respecto del año pasado. En estos casos particulares, no se añaden preguntas nuevas.

A continuación, se exponen los resultados detallados de cada una de las dimensiones del ecosistema emprendedor chileno. Las figuras presentan el porcentaje de expertos que declaran estar de acuerdo o en desacuerdo con las aseveraciones planteadas, en donde estar de acuerdo se interpreta como una valoración favorable de un aspecto, dado que las preguntas están formuladas en un sentido positivo. Los porcentajes de desacuerdo son expresados como negativos para un mejor contraste con los porcentajes de personas de acuerdo.^{24,25}

21 Se incorporan preguntas nuevas en todas las dimensiones excepto educación y transferencia de I+D. Además, se hacen cambios en el tratamiento de los casos en los que el entrevistado no responde la pregunta para no considerar esos casos dentro del cálculo del indicador.

22 Los indicadores sin las preguntas nuevas serían de -0,63 para apoyo financiero, -0,17 para infraestructura profesional, -0,4 para acceso al mercado interno, 0,78 para infraestructura física y 0,24 para normas sociales y culturales.

23 Los indicadores sin las preguntas nuevas serían de -0,05 en el caso de políticas públicas y 0,06 en el caso de programas de gobierno,

24 Para algunas preguntas, la formulación cambia respecto del 2024. Sin embargo, el fondo y sentido de la pregunta se preserva en la gran mayoría de ellas, asegurando comparabilidad.

25 Se excluye del cálculo las personas que en la escala de Likert del 1 al 10 marcan un 5, pues se considera como una opinión neutra.

Apoyo Financiero

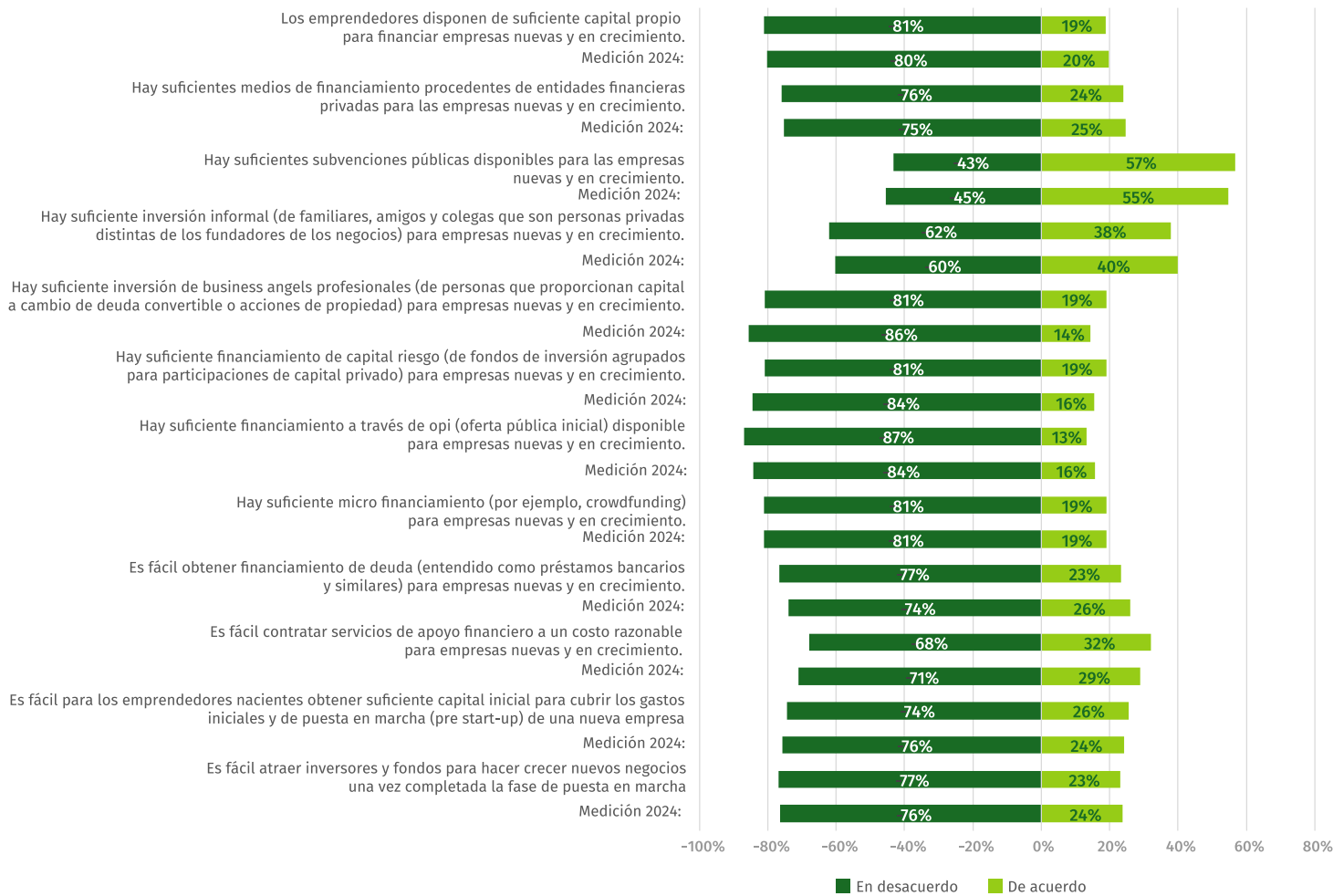
La dimensión de apoyo financiero posee dos componentes principales: financiamiento al emprendimiento y facilidad de acceso. El primero hace referencia a la suficiencia de la disponibilidad de fondos de distintas fuentes, mientras que el segundo aborda la facilidad con la que emprendedores pueden obtener capital y otros elementos que los apoyen financieramente.

Apoyo financiero es una de las dimensiones peor evaluadas por los expertos en Chile, aunque ha tendido a mejorar en los últimos años, tal como muestra la figura 7.3. En 2025, el índice para esta dimensión fue de -0,62, marginalmente mejor que el -0,65 registrado en el año anterior. Estos resultados se deben a que la mayoría de las preguntas que componen la dimensión no presentaron mayores cambios (ver **figura 7.4**).

Entre los aspectos mejor evaluados, destaca la oferta de subvenciones públicas para las empresas nuevas, por mucho el aspecto mejor evaluado. Un 57% de los expertos está de acuerdo en que hay suficientes de estas subvenciones públicas para empresas nuevas y en crecimiento, más que el 55% registrado en 2024. El segundo aspecto mejor evaluado es la suficiencia de inversión informal, con un 38% de los expertos estando de acuerdo en que hay suficiente inversión informal (familiares, amigos y colegas) para empresas nuevas y en crecimiento.

Por otro lado, los aspectos evaluados se relacionan con el acceso a financiamiento por parte de fuentes más institucionales. Por ejemplo, al consultar a los expertos sobre si hay suficiente financiamiento a través de Oferta Pública Inicial (OPI) disponible para empresas nuevas y en crecimiento, sólo un 13% de los expertos está de acuerdo, menos que el 16% registrado en 2024. En tanto, también reciben baja aprobación los aspectos de suficiente financiamiento a través de capital de riesgo (19% de acuerdo) y suficiente financiamiento a través de inversionistas ángeles profesionales (19% de acuerdo), aunque ambos mejoran respecto de 2024.

Figura 7.4: Evaluación del financiamiento al emprendimiento en 2025-Chile



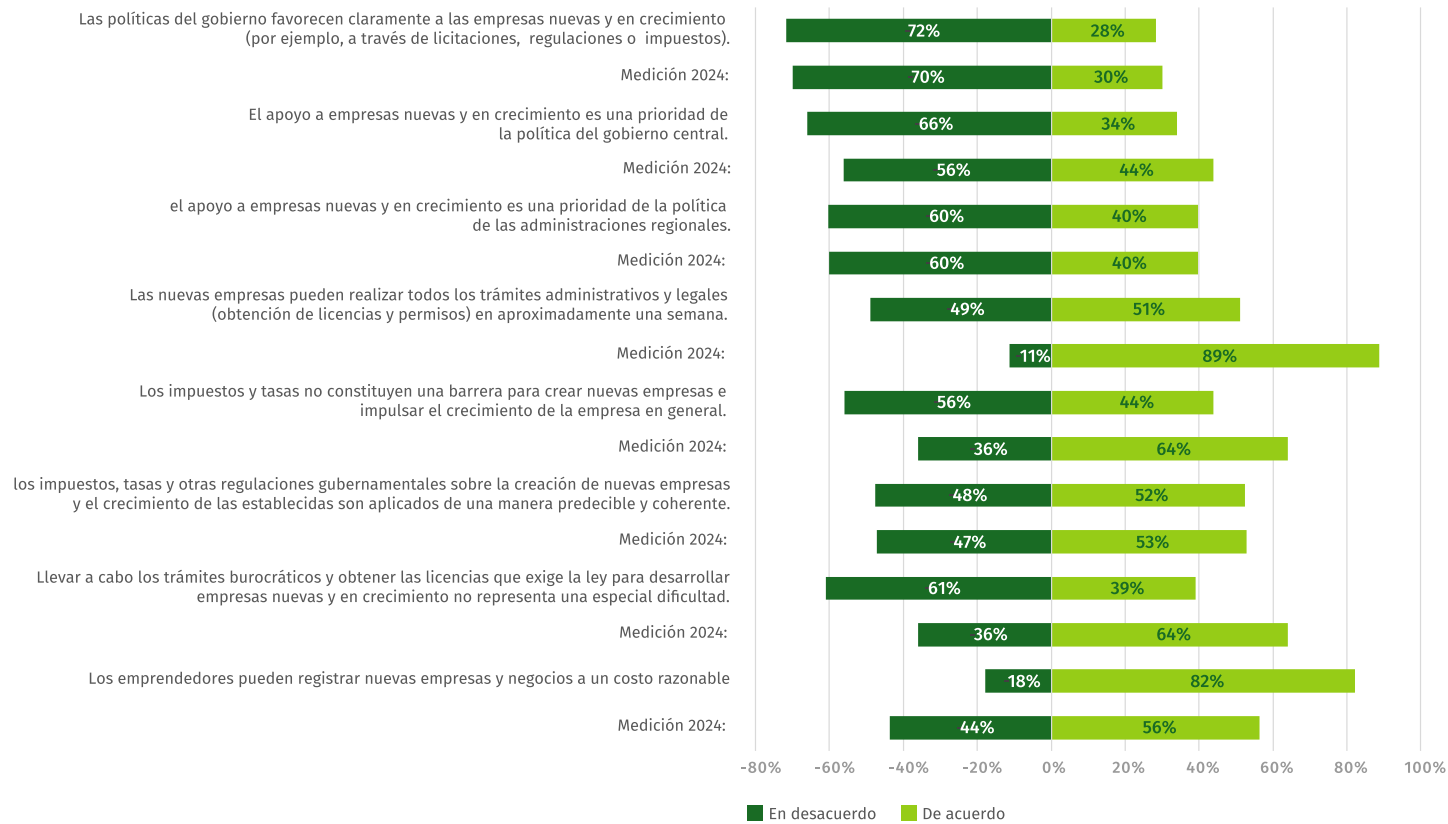
Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

Políticas públicas

La dimensión de política pública se refiere al grado en que las políticas del gobierno apoyan en emprendimiento. Esta dimensión comprende dos divisiones o niveles: política pública en general y política pública regulatoria. La primera se refiere a si el emprendimiento es favorecido por las políticas de gobierno, mientras que la segunda hace referencia al rol de la burocracia y los impuestos. Ambas se analizan de forma conjunta en esta sección, a través de la **figura 7.5**, la cual muestra el porcentaje de expertos que afirmaron estar de acuerdo o en desacuerdo con la serie de preguntas que propone esta sección.

En términos generales, esta dimensión experimentó un retroceso importante respecto del año pasado, en varios de los aspectos que la componen. Este cambio, se ve reflejado en la peor valoración que ha tenido la dimensión respecto de 2024, e implica que su índice paso de 0,16 a -0,09 en un año, y también en la baja valoración que tiene la subdimensión de política pública general vista en la figura 7.1.

Figura 7.5: Evaluación de políticas públicas para el emprendimiento 2025-Chile



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

En lo específico a cada pregunta, los aspectos mejor evaluados fueron que los emprendedores pueden registrar nuevas empresas a un costo razonable (82% de acuerdo), que los impuestos y regulaciones gubernamentales sobre empresas son aplicadas de forma predecible y coherente (52% de acuerdo) y que las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en una semana (51% de acuerdo). La primera afirmación muestra un ascenso importante en su aprobación respecto de 2024 cuando un 56% de los expertos decía estar de acuerdo con ella. Por otro lado, la tercera afirmación sufrió el descenso en aprobación más grande, pues en 2024, un 89% de las personas estaba de acuerdo con ella. Esto sugiere que, aunque los costos de registro están dejando de ser barreras para el emprendimiento, esto no necesariamente se traduce en menor burocracia.

En tanto, los aspectos peor evaluados o con menor porcentaje de personas de acuerdo son: que las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas (28%), que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad del gobierno central (34%) y que llevar a cabo los trámites que exige la ley no representa una especial dificultad (39%). Todas estas áreas experimentan retrocesos respecto de sus porcentajes de aprobación de 2024

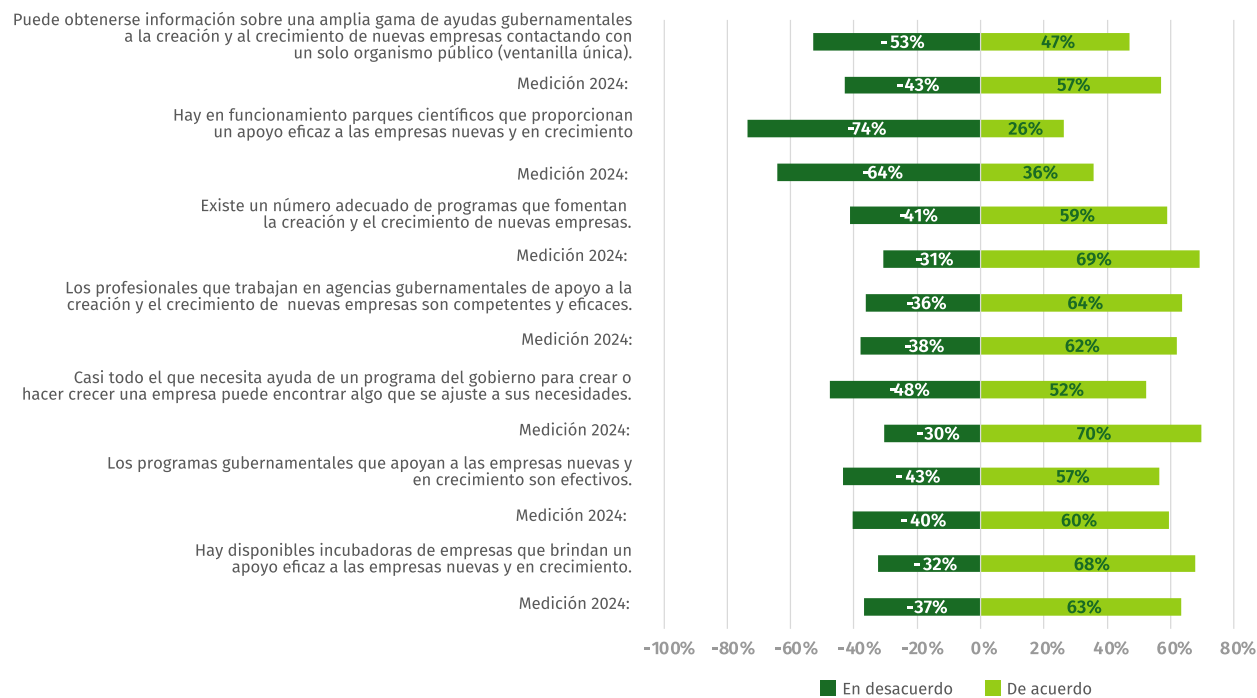
Programas de gobierno

La dimensión de programas de gobierno hace referencia a si las agencias gubernamentales y sus programas de apoyo al emprendimiento son suficientes y efectivos. Si bien, esta es una de las dimensiones mejor evaluadas por los expertos, también muestra una caída importante en su valoración, pasando de un índice de 0,22 a 0,07, lo cual se debió a que hubo retrocesos en la aprobación de casi todos los aspectos específicos de ella, tal como muestra la **figura 7.6**.

De acuerdo con la figura, los aspectos mejor evaluados de esta dimensión son la disponibilidad de incubadoras de empresas que apoyen a las empresas nuevas y en crecimiento (68% de acuerdo), que los profesionales que trabajan en las agencias de gobierno que apoyan empresas son competentes y eficaces (64% de acuerdo) y la existencia de un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas (59% de acuerdo). Los dos primeros aspectos son los únicos que incrementan su aprobación respecto del año pasado, mientras que todo el resto cae.

En tanto, entre los aspectos peor evaluados se cuentan el funcionamiento de parques científicos que brinden apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento, elemento que cae a un 26% de los expertos estando de acuerdo desde el 36% registrado el año pasado. Esto, indica que los expertos continúan percibiendo una falta de infraestructura científica, distinta de los programas gubernamentales e incubadoras, para apoyar el emprendimiento. Además, existe una evaluación relativamente baja sobre si puede obtener información sobre ayudas gubernamentales a la creación y crecimiento de empresas contactando con un solo organismo público, con un 47% de los expertos estando de acuerdo con la afirmación, una caída de 10 puntos respecto del nivel de 2024.

Figura 7.6: Evaluación de programas de gobierno 2025-Chile



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

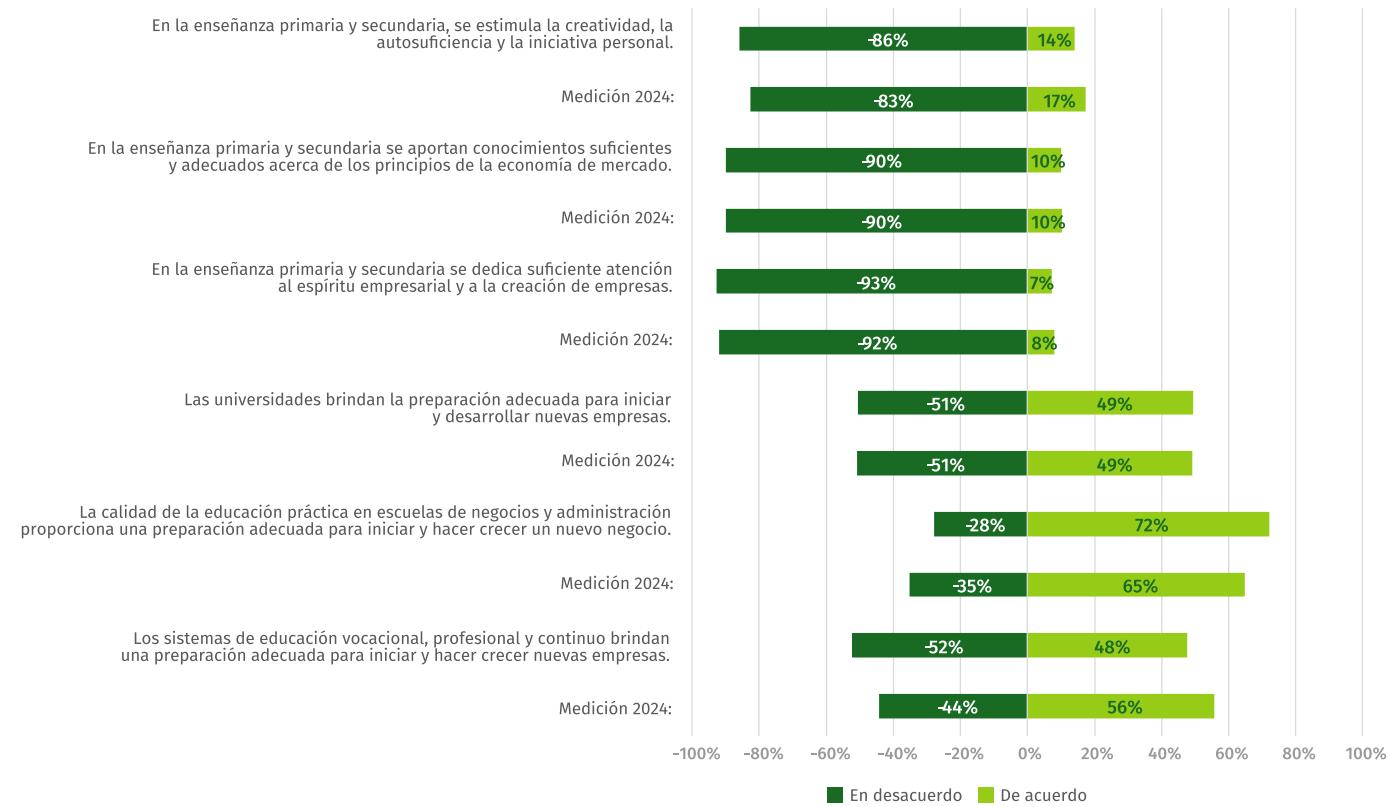
Educación en emprendimiento

La educación en emprendimiento se refiere a si el sistema educacional del país fomenta las habilidades necesarias para emprender y si otorga la preparación académica necesaria para hacerlo. Este 2025, el índice de esta dimensión fue de -0,52, una leve variación negativa respecto del -0,48 registrado en 2024 que se justifica por algunos aspectos que obtuvieron una peor valoración.

Esta dimensión se divide en dos niveles o subdimensiones: la enseñanza primaria y secundaria, y la educación superior. Ambos niveles muestran resultados muy distintos. La educación superior es uno de los aspectos mejor evaluados por los expertos, tal como muestra el puntaje de 4,1 visto en la figura 7.1. Esta buena evaluación se refleja en los porcentajes de aprobación de cada aspecto que se refiere a educación superior tal como muestra la **figura 7.7**. De hecho, los 3 aspectos más destacados de la dimensión, precisamente hacen referencia a este tipo de educación. En primer lugar, al consultar si la calidad de la educación práctica en las escuelas de negocios proporciona una preparación adecuada para iniciar y hacer crecer un nuevo negocio un 72% dice estar de acuerdo. Este porcentaje representa un aumento importante respecto del 65% registrado el año pasado. En segundo lugar, se ubica la preparación de las universidades para crear y desarrollar nuevas empresas, en donde un 49% de los encuestados está de acuerdo con que es adecuada. Finalmente, al consultar si los sistemas de educación vocacional y profesional brindan una preparación adecuada para crear y desarrollar nuevas empresas, un 48% dice estar de acuerdo, aunque este porcentaje es menor al 56% visto en 2024.

Por el contrario, la situación para los aspectos vinculados a la educación primaria y secundaria es muy distinta, pues son los peor evaluados de la dimensión. Sólo un 7% de los expertos está de acuerdo con que la enseñanza escolar dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. Luego, al afirmar que en la enseñanza primaria y secundaria se aportan conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de la economía de mercado, sólo un 10% está de acuerdo. Estos resultados, reafirman a la educación primaria y secundaria como uno de los grandes desafíos de Chile en materia de emprendimiento.

Figura 7.7: Evaluación de educación para el emprendimiento 2025-Chile



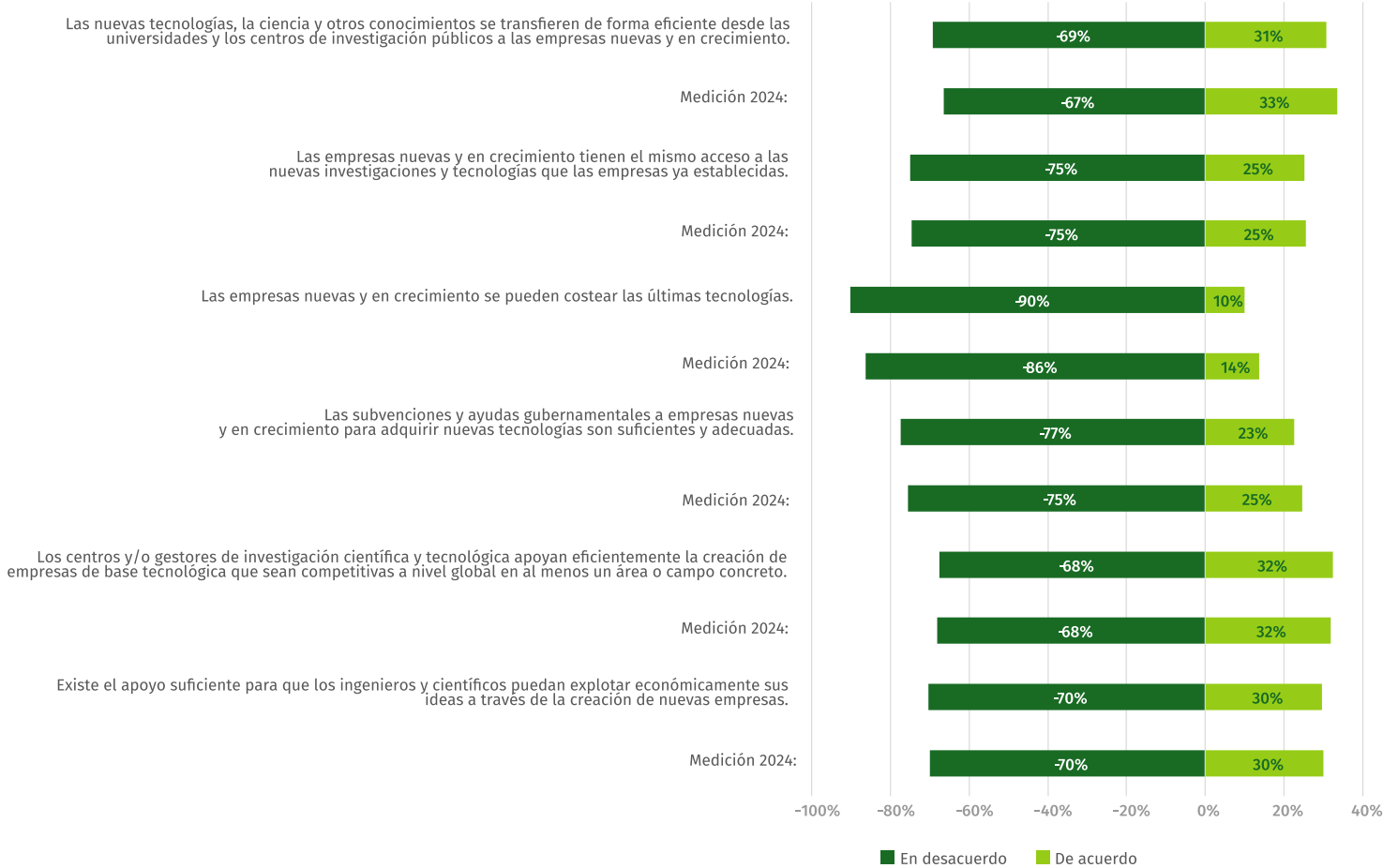
Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

Transferencia de investigación y desarrollo

La transferencia de I+D mide el acceso de las nuevas empresas y aquellas en crecimiento a las últimas tecnologías y cómo estas se transfieren desde instituciones como las universidades y centros de investigación. Esta dimensión, es la que presenta el peor índice en 2025, apenas un -0,65, ligeramente peor que su nivel de 2024 (-0,62).

La **figura 7.8** muestra el desglose por cada aspecto. Se observa que el aspecto con el que más expertos están de acuerdo es que los centros de investigación científica apoyan eficientemente la creación de empresas de base tecnológica, aunque éste apenas alcanza un 32% de acuerdo. En segundo lugar, se ubica la afirmación de que los conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y centros de investigación a las empresas, donde un 31% de los expertos dice estar acuerdo. Un porcentaje similar obtiene la afirmación de que existe el apoyo suficiente para que los científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de empresas con un 30% estando de acuerdo. Todos estos porcentajes muestran niveles de consenso similares o iguales que aquellos de 2024.

Figura 7.8: Evaluación transferencia de I+D 2025-Chile



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

Respecto de los aspectos peor evaluados, estos refieren principalmente al acceso a nuevas tecnologías y sugieren una desventaja de las empresas más pequeñas en el acceso a estos elementos, especialmente en lo que respecta al costo de ellos. En primer lugar, destaca el que las empresas nuevas y en crecimiento puedan costearse nuevas tecnologías, afirmación con la que sólo el 10% de los expertos está de acuerdo. Luego, que las subvenciones gubernamentales a las empresas nuevas para adquirir nuevas tecnologías sean suficientes, aspecto con el que un 23% de los expertos concuerda. Y, finalmente, que el acceso a las nuevas tecnologías sea igual para empresas nuevas que para empresas ya establecidas, aspecto que obtiene un 25% de acuerdo.

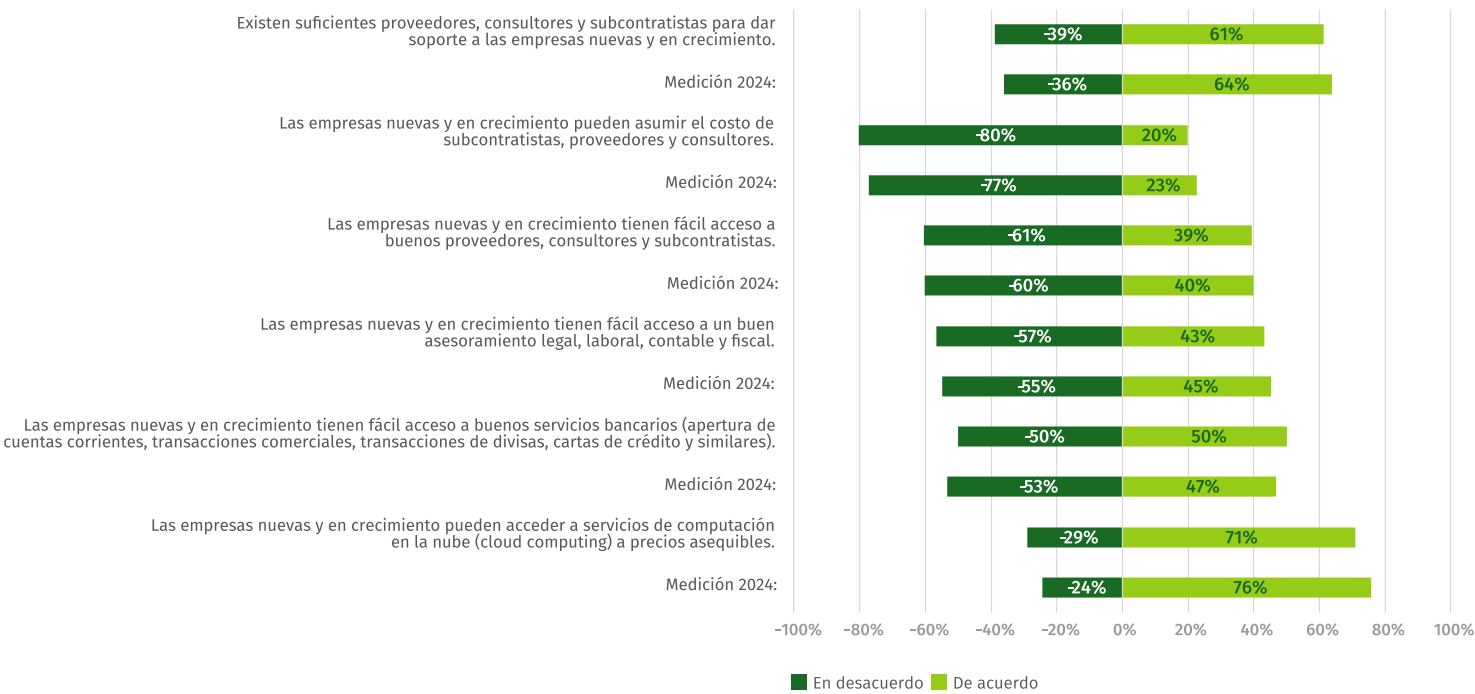
Infraestructura comercial y legal (o profesional)

Infraestructura comercial y legal (**figura 7.9**), es la dimensión que aborda la disponibilidad y el acceso de empresas nuevas y en crecimiento a ciertos servicios considerados como claves, por ejemplo, subcontratistas, servicios legales y contables o servicios bancarios.

Al contrario que la dimensión anterior, infraestructura legal y comercial, también llamada antes profesional, es una de las dimensiones que muestra mejoras respecto de 2024, pasando de un índice de -0,18 a uno de -0,04, aunque la magnitud de este cambio está fuertemente influida por la inclusión de nuevas preguntas.

Entre los aspectos mejor evaluados se encuentran el que las empresas nuevas y en crecimiento puedan acceder a servicios de computación en la nube a precios asequibles, afirmación con la que un 71% de los expertos está de acuerdo, aunque este porcentaje representa una caída respecto del 76% registrado en 2024. En segundo lugar, se encuentra el que existan suficientes proveedores para dar soporte a las empresas, aspecto para con el cual un 61% de los expertos está de acuerdo. En tercer lugar, un 50% de los expertos está de acuerdo con que las empresas nuevas tienen fácil acceso a los servicios bancarios.

Figura 7.9: Evaluación de infraestructura comercial y legal 2025-Chile



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

En cuanto a las dimensiones peor evaluadas los resultados sugieren que existen trabas, tanto de acceso como de costos, a servicios de subcontratistas y consultores para las empresas nuevas. Por un lado, sólo un 20% de los expertos está de acuerdo en que las empresas nuevas pueden asumir el costo de subcontratistas y consultores, el aspecto peor evaluado. Adicionalmente, al afirmar que las empresas nuevas tienen fácil

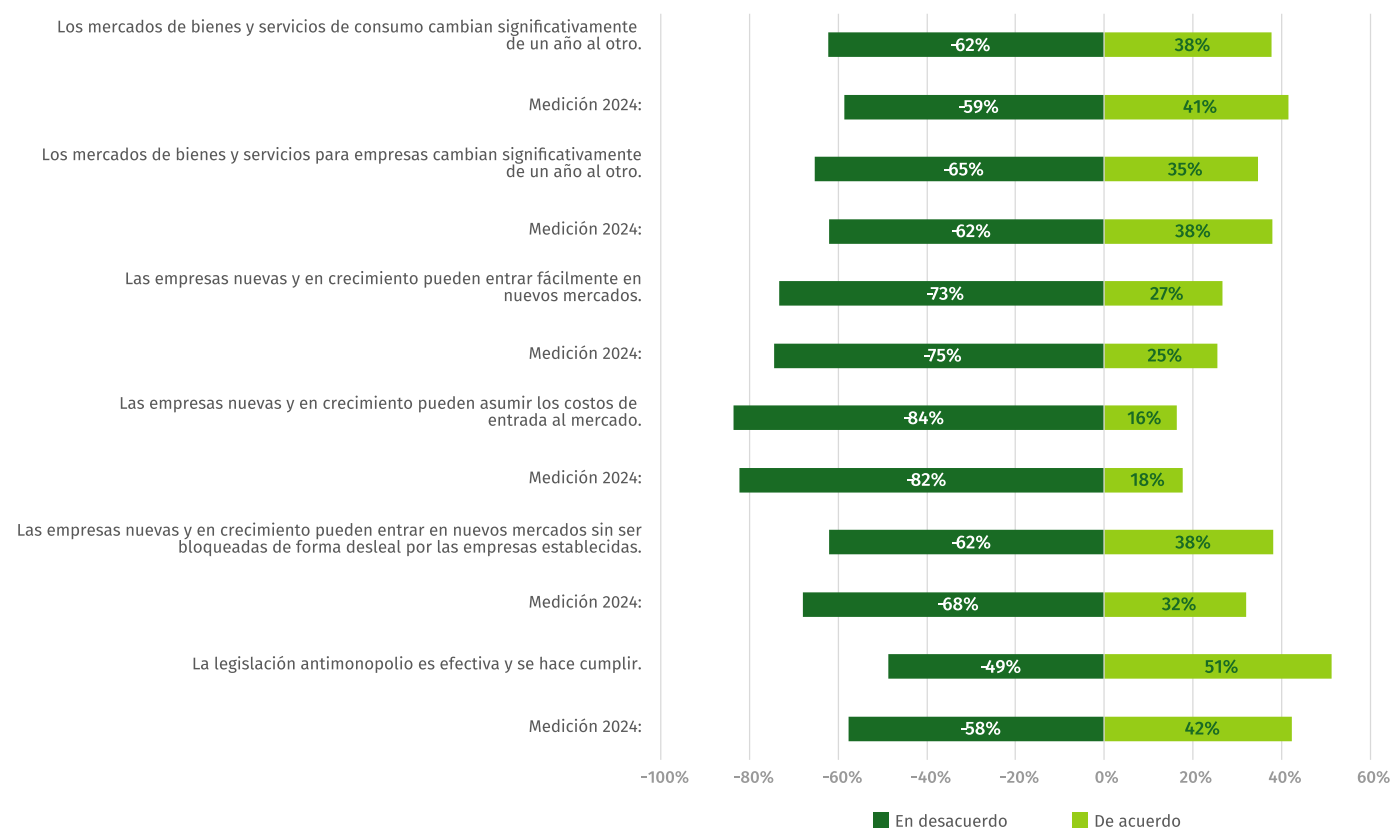
acceso a estos servicios, un 39% de los expertos está de acuerdo, el segundo aspecto peor evaluado.

Acceso al mercado interno

El acceso al mercado interno se refiere a cuánto cambian los mercados entre periodos y a las barreras de entrada que enfrentan las empresas al momento de entrar a mercados ya existentes.

Esta dimensión, se compone de dos sub dimensiones: dinamismo del mercado interno, que aborda los cambios en los mercados y apertura del mercado interno que aborda las barreras de entrada. Este año, el índice de la dimensión fue de -0,37, mejor que el año pasado (-0,51), pero todavía siendo uno de los aspectos peor evaluados.

Figura 7.10: Evaluación de acceso al mercado interno 2025-Chile



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

La figura 7.10, muestra la evaluación de cada aspecto que compone esta dimensión. De acuerdo con ella, un 51% de los expertos está de acuerdo con que la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir, un aumento sustantivo respecto del 42% que estaba de acuerdo con la afirmación en 2024. Este porcentaje, sugiere que existe mayor confianza de parte de los expertos en la regulación antimonopólica y en la aplicación de la misma. Además, destaca el aumento de aprobación que tuvo la afirmación sobre si las empresas nuevas pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las

empresas establecidas, la cual pasó de tener un 32% de los expertos de acuerdo a un 38%, un aspecto que habla de una mejora en la dinámica competitiva en los distintos mercados.

Finalmente, entre los aspectos peor evaluados destaca especialmente el que las empresas nuevas y en crecimiento puedan asumir los costos de entrada al mercado, afirmación que sólo cuenta con un 16% de los expertos de acuerdo. De esta forma, tal como ocurre en las dimensiones de transferencia de I+D y en infraestructura comercial y legal, se aprecia que los costos son barreras importantes para las empresas nuevas y en crecimiento.

Infraestructura física

La dimensión de infraestructura física indica qué tan fácil es el acceso a servicios básicos y de telecomunicaciones para empresas nuevas y en crecimiento. Esta dimensión, ha sido la mejor evaluada durante varias ediciones y ahora mantiene ese lugar con un índice de 0,87.

Figura 7.11: Evaluación de infraestructura física 2025-Chile



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.

Tal como muestra la figura **7.11**, en esta dimensión la mayoría de los aspectos se encuentran muy bien evaluados, destacando el bajo costo y rapidez con la que las empresas pueden proveerse de servicios de telecomunicaciones. Así, un 91% de los expertos está de acuerdo con que no es excesivamente caro acceder a sistema de comunicación, mientras que el mismo porcentaje está de acuerdo con que es posible para una empresa nueva proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana. Estos porcentajes prácticamente no experimentan variaciones respecto de sus niveles de 2024.

En cuanto a los aspectos peor evaluados de esta dimensión, aunque no son muchos, resalta la disponibilidad de espacios de producción industrial para poder arrendar a precios asequibles, tal que, al consultar a los expertos si creen que existe disponibilidad de estos espacios, un 45% de ellos está de acuerdo, casi lo mismo que el 44% de consenso registrado en 2024

Normas sociales y culturales

Las normas sociales y culturales son el segundo aspecto mejor evaluado por los expertos del país con un índice de 0,38, más alto que el 0,21 registrado en 2024. Cabe destacar que la magnitud de este cambio que se explica de forma importante por la inclusión de preguntas nuevas en el cálculo del índice, por lo que se debe interpretar este resultado con precaución.²⁶ No obstante, esta dimensión ha estado sistemáticamente entre las mejor evaluadas.

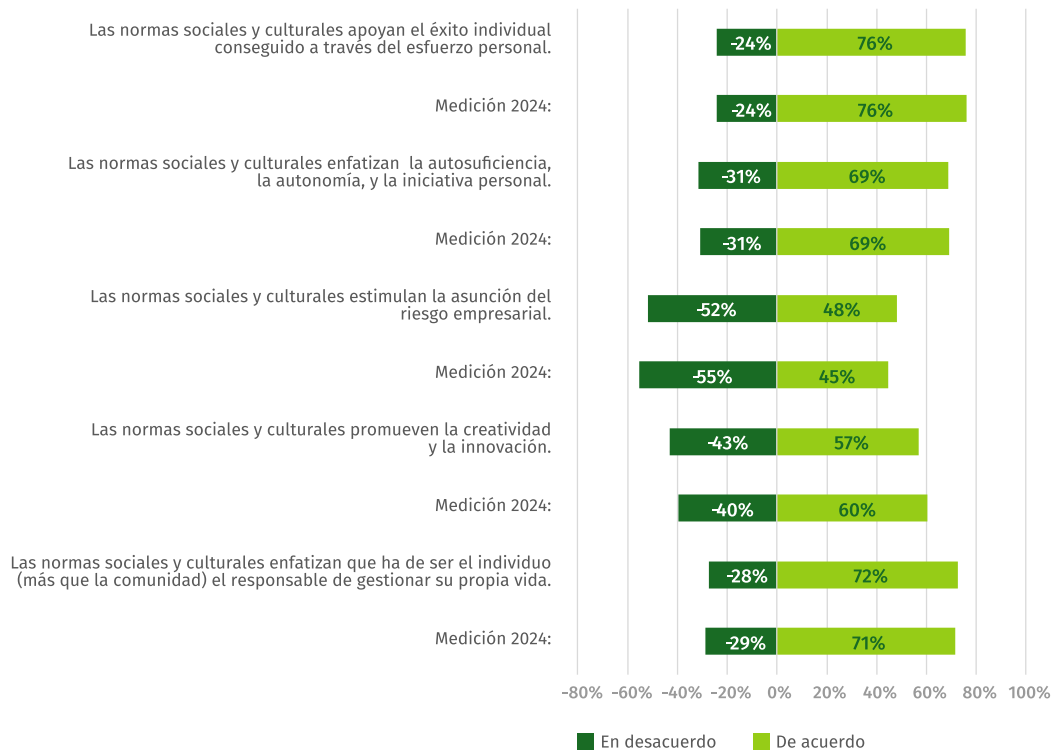
73

De acuerdo con la figura **7.12**, y al igual que el año pasado, la afirmación de que las normas sociales y culturales apoyan el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal es el aspecto que posee mayor tasa de acuerdo por parte de los expertos con un 76%. En segundo lugar, un 72% de los expertos está de acuerdo con que las normas sociales enfatizan que ha de ser el individuo el responsable de gestionar su propia vida. Estos resultados refuerzan la idea de que la sociedad reconoce la importancia del esfuerzo individual.

En tanto, la afirmación de que las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial es el aspecto peor evaluado de la dimensión con un 48% de los expertos estando de acuerdo con ella. De todas formas, este aspecto mejora comparado con el 45% de 2024.

26 En ediciones anteriores, las dos primeras preguntas no eran consideradas en el cálculo del índice pero sí en el análisis pregunta por pregunta. El índice considerando la metodología anterior era de 0,24.

Figura 7.12: Evaluación normas sociales y culturales 2025-Chile



Fuente: Elaboración propia en base a datos NES.



CAPÍTULO

8.

Viña del Mar
V Región de Valparaíso

CAPÍTULO 8: REFERENCIAS

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth?. *Innovations: technology, governance, globalization*.
- Acs, Z.J., Desai, S. & Hessels, J.(2008) Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Bus Econ* 31, 219–234. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9135-9>
- Acs, Z.J., Arenius, P., Hay, M., Minniti, M.(2004). *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*.
- Amorós, J. E., Fernández, C., & Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 249-270. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9>
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small business economics*, 24(3), 233-247. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>
- Audretsch, D.B., Belitski, M., Caiazza, R. et al.(2023). Entrepreneurial growth, value creation and new technologies. *J Technol Transf* 48, 1535–1551 (2023). <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10034-w>
- Bakhtiari, S., Breunig, R., Magnani, L., & Zhang, J. (2020). Financial constraints and small and medium enterprises: A review. *Economic Record*, 96, 506-523.
- Bardasi, E., Sabarwal, S., & Terrell, K. (2011). How do female entrepreneurs perform? Evidence from three developing regions. *Small Business Economics*, 37(4), 417-441.
- Baron, R. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00031-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00031-1).
- Bayon MC., Vaillant Y., Lafuente E. (2015), “Initiating nascent entrepreneurial activities: The relative role of perceived and actual entrepreneurial ability”. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 21 No. 1 pp. 27–49, doi: <https://doi.org/10.1108/IJEBr-11-2013-0201>
- Cunningham, J.A., Damij, N., Modic, D. et al. (2023.) MSME technology adoption, entrepreneurial mindset and value creation: a configurational approach. *J Technol Transf* 48, 1574–1598 (2023). <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10022-0>
- da Fonseca, J. G. (2022). Unemployment, entrepreneurship and firm outcomes. *Review of Economic Dynamics*, 45, 322-338. <https://doi.org/10.1016/j.red.2021.07.003>
- Evans, D. S., & Leighton, L. S. (1990). Small business formation by unemployed and employed workers. *Small business economics*, 2(4), 319-330.
- Fairlie, R. W., & Fossen, F. M. (2020). Defining opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation.
- Fairlie, R.W., and Fossen, F.M. (2019) “Defining Opportunity versus Necessity Entrepreneurship: Two Components of Business Creation,” NBER Working Paper 26377 (2019), <https://doi.org/10.3386/w26377>
- Fairlie, R. W., & Robb, A. M. (2009). Gender differences in business performance: Evidence from the characteristics of business owners survey. *Small Business Economics*, 33(4), 375-395.

- Fairlie, R. W., Zissimopoulos, J., and Krashinsky, H. (2010). The international Asian business success story? A comparison of Chinese, Indian and other Asian businesses in the United States, Canada and United Kingdom. In *International differences in entrepreneurship* (pp. 179-208). University of Chicago Press.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2026). *Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Global Report: From Uncertainty To Opportunity*. London: GEM.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing*. London: GEM.
- Gentry, W.M., and Hubbard, R.G., "Entrepreneurship and Household Saving," NBER Working Paper 7894 (2000), <https://doi.org/10.3386/w7894>.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2025). *GEM 2024/2025 Women's Entrepreneurship Report: Navigating Challenges, Driving Change*.
- Goldstein, M., Gonzalez Martinez, P., & Papineni, S. (2019). Tackling the global profitarchy: Gender and the choice of business sector. *World Bank Policy Research Working Paper*, (8865).
- Grégoire, D.A., Corbett, A.C. and McMullen, J.S. (2011), The Cognitive Perspective in Entrepreneurship: An Agenda for Future Research. *Journal of Management Studies*, 48: 1443-1477. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00922.x>
- Guerrero, M., Yáñez-Valdés, C., Martínez Camara, V. and Leitch Barra, D. (2025). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional de Chile 2024*. Santiago, Universidad del Desarrollo.
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., and Sikdar, A. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 397-417.
- Hurst, E., and Lusardi, A. (2004). Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship. *Journal of political Economy*, 112(2), 319-347. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/381478>
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2025). *CENSO 2024*. <https://censo2024.ine.gob.cl/>
- Kerr, W., and Nanda, R. (2009). *Financing Constraints and Entrepreneurship*, NBER Working Paper 15498 (2009), <https://doi.org/10.3386/w15498>.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit*. Chicago, IL, USA: Chicago University Press.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(1), 5- 21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., and Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Langowitz, N., and Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 341-364.
- Liñán, F., Santos, F. J., and Fernández, J. (2011). The influence of perceptions on potential entrepreneurs. *International entrepreneurship and management journal*, 7(3), 373-390.
- Lofstrom, M. (2002). Labor market assimilation and the self-employment decision of immigrant entrepreneurs. *Journal of Population Economics*, 15(1), 83-114.

- Poblete, C., Sena, V., and Fernandez de Arroyabe, J.C. (2019): How do motivational factors influence entrepreneurs' perception of business opportunities in different stages of entrepreneurship?, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, DOI: 10.1080/1359432X.2018.1564280
- Stam, E., and Van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small business economics*, 56, 809-832. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>
- Thurik, A. R., Carree, M. A., Van Stel, A., and Audretsch, D. B. (2008). Does self-employment reduce unemployment?. *Journal of business venturing*, 23(6), 673-686. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.007>
- Toma, S. G., Grigore, A. M., and Marinescu, P. (2014). Economic Development and Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8, 436-443. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00111-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00111-7)
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008). Opportunity identification and pursuit: does an entrepreneur's human capital matter?. *Small business economics*, 30(2), 153-173. DOI: 10.1007/s11187-006-9020-3
- Van der Sluis, J., Van Praag, M., and Vijverberg, W. (2005). Entrepreneurship selection and performance: A meta-analysis of the impact of education in developing economies. *The World Bank Economic Review*, 19(2), 225-261
- Stel, A.v., Carree, M. and Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics* 24, 311-321. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1996-6>
- Wennekers, S. and Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics* 13, 27-56. <https://doi.org/10.1023/A:1008063200484>
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship theory and Practice*, 35(1), 165-184.
- Welter, F., and Smallbone, D. (2011). Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107-125. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00317.x>



CAPÍTULO

9.

Valle Nevado
RM Región Metropolitana de Santiago

CAPÍTULO 9: FICHA METODOLÓGICA

Encuesta a la Población Adulta (APS)

Tipo de Estudio	Encuestas administradas telefónicamente (70%) y vía panel online (30%)
Universo	14,5 millones. Población adulta chilena entre 18 y 99 años
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2024-INE. Muestra total: 4.196
Fecha de trabajo de campo	Mayo-Julio 2025
Encuestador	Questio Estudios de Mercado y Opinión

La muestra requerida para llevar a cabo el GEM es de 2.000 observaciones. En ediciones previas se ha ampliado significativamente este número. Sin embargo, desde la edición 2023 se optó por capturar la cantidad mínima estipulada junto con muestras adicionales de las regiones participantes. En 2025, esto resultó en un total de 4.196 observaciones ponderadas para alcanzar representatividad geográfica a nivel nacional y regional para aquellas regiones con muestra adicional.

Encuesta Nacional de Expertos (NES)

80

Tipo de estudio	Encuesta autoadministrada
Muestra	255 expertos. 40 a nivel nacional y 215 a nivel regional
Fecha de trabajo de campo	Mayo-Septiembre 2025
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

Distribución porcentual de expertos según especialidad

Apoyo financiero	10,2%
Políticas gubernamentales	11,0%
Programas de gobierno	10,2%
Educación para el emprendimiento	11,0%
Transferencia de I+D	11,4%
Infraestructura comercial y legal (profesional)	11,4%
Apertura del mercado interno	11,4%
Infraestructura física	11,4%
Normas sociales y culturales	12,2%

Los autores de este reporte agradecen a los expertos de las regiones de Atacama, Antofagasta, Valparaíso, Metropolitana y Biobío por su colaboración. Por razones de confidencialidad, el Consorcio GEM no expone los nombres de los encuestados.



CAPÍTULO

10.

Santiago
RM Región Metropolitana de Santiago

CAPÍTULO 10: MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

10.1 Contacto

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el Centro de Investigación Empresa y Sociedad (CIES) de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo (UDD).

Correo: gem@udd.cl
Página web: <https://negocios.udd.cl/gemchile/>

10.2. Equipos del GEM Chile

El proyecto GEM Chile materializa una perspectiva regional a través de alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación, se presentan los equipos regionales que participaron en el ciclo 2024 y sus respectivos investigadores.

Región	Institución	Equipo
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romaní Araceli Romero
Región de Atacama	Universidad de Atacama	Carolina Blanco Zepeda
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Diego Yáñez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Víctor Martínez Daniela Leitch
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Claudia Yáñez

10.3 Organizadores

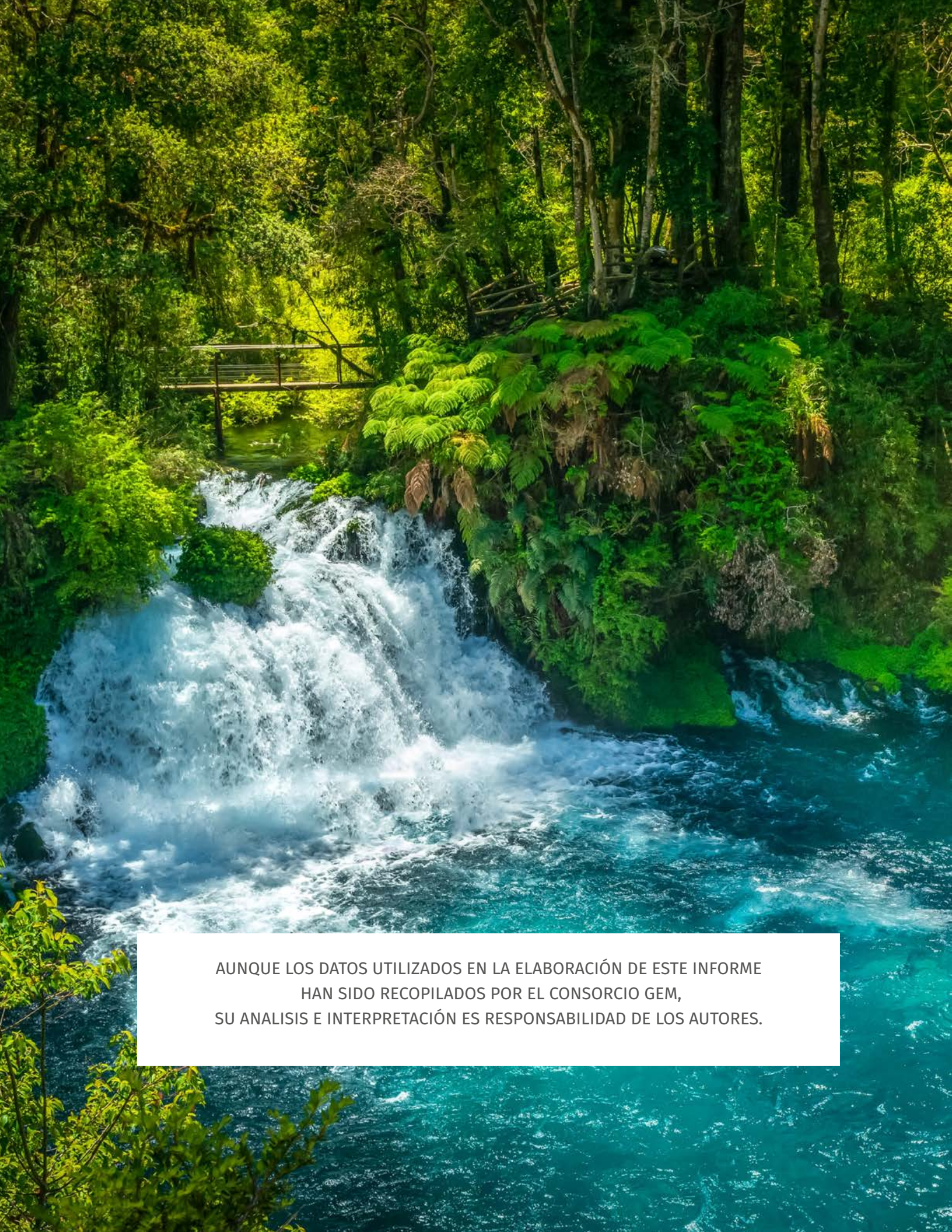
El proyecto GEM es una iniciativa de:



Más información en: www.udd.cl



Más información en: <https://negocios.udd.cl/cies/>



AUNQUE LOS DATOS UTILIZADOS EN LA ELABORACIÓN DE ESTE INFORME
HAN SIDO RECOPIADOS POR EL CONSORCIO GEM,
SU ANALISIS E INTERPRETACIÓN ES RESPONSABILIDAD DE LOS AUTORES.



El GEM permite complementar la información que proveen las instituciones de Gobierno en torno a economía y empresas, como son el Servicio de Impuestos Internos, el Instituto Nacional de Estadísticas y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. A diferencia de otras cifras sobre creación de empresas, el GEM captura el fenómeno del emprendimiento desde el momento en que las personas inician la puesta en marcha del negocio, entregando información clave sobre los nuevos actores de la economía. Constituye un activo para distintos actores que buscan fortalecer la actividad empresarial, ya que es la única fuente de investigación global que recopila datos sobre emprendimiento directamente desde las personas. La Encuesta a la Población Adulta (APS) analiza las actitudes sociales hacia el emprendimiento y profundiza en las características, motivaciones y expectativas de las personas que inician negocios. En tanto, la Encuesta Nacional de Expertos (NES) analiza el contexto en el que las personas inician negocios.